

МЕСТО ПЕЧАТИ

ПОСЛЕДНИЕ ТРИ ГОДА СЕКТОР ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ НА ЛИЗИНГОВОМ РЫНКЕ АКТИВНО РАСТЕТ — ДО 50% В ГОД. ПО ОЦЕНКЕ ЭКСПЕРТОВ, СТОЛЬ ВЫСОКИЕ ТЕМПЫ РОСТА ОБУСЛОВЛЕННЫ ИНТЕНСИВНЫМ РАЗВИТИЕМ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ И РЕКЛАМНЫМ БУМОМ В ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ. ЭТОТ РЫНОК ВСЕ ЕЩЕ ДАЛЕК ОТ НАСЫЩЕНИЯ И ЕГО ИГРОКИ ОЖИДАЮТ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ.

ОЛЬГА ХВОСТУНОВА, ЕКАТЕРИНА ВОИНОВА

НУЖДАЮЩИЙСЯ РЫНОК По данным Московского полиграфического союза, объем рынка печатных изданий в России в 2007 году составил \$6,4 млрд. Ежегодный прирост — 25%. Эксперты напрямую связывают эту тенденцию с бумом на рекламном рынке. Однако, несмотря на интенсивное развитие полиграфической индустрии, в ней сохраняется ряд сдерживающих факторов. Наиболее существенным риском для развития полиграфической базы является изношенность оборудования.

Российская полиграфическая отрасль очень нуждается в технологическом обновлении. Средний износ оборудования в газетных типографиях составляет более 70%. Генеральный директор Первого полиграфического комбината Александр Фокин считает, что существующую техническую базу необходимо менять коренным образом.

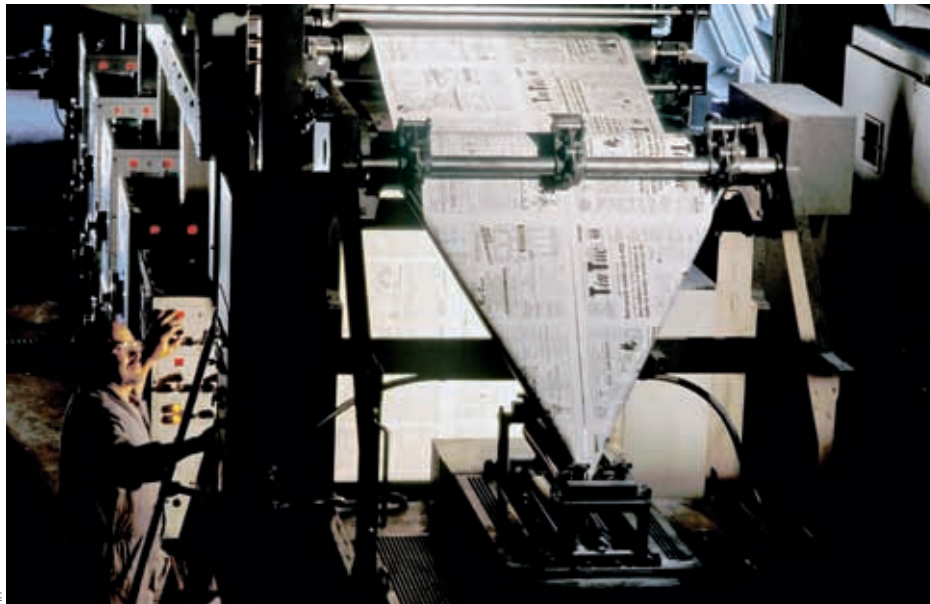
По словам Андрея Сулейкова, в модернизацию инвестируют в основном крупные игроки полиграфической отрасли. Например, группа «Промсвязькапитал» (владеет контрольными пакетами акций крупнейших московских типографий «Медиапресса» и «Алмаз-Пресс») вложила \$65 млн в строительство нового типографского комплекса «Экстра М». ПКПП в 2006 году инвестировал в модернизацию своих мощностей и открытие третьей печатной очереди \$84 млн. Всего же, по данным Московского полиграфического союза, с 2000 года в отечественную полиграфию было инвестировано свыше \$3,5 млрд. Около сотни действующих типографий подверглись комплексной модернизации.

Однако модернизация большинства крупных типографий и закупка нового оборудования осуществлялась без лизинговых схем.

ПОМОГАЮЩИЙ ЛИЗИНГ Лизинговые схемы позволяют решить проблему технического перевооружения большинства средних и мелких типографий. По оценкам игроков этого сегмента рынка, лизинг полиграфического оборудования развивается высокими темпами — до 50% в год, особенно в части крупных дорогостоящих машин. Если в 2001 году объем продаж полиграфического оборудования посредством лизинга составлял \$30 млн, то в 2006 году — уже \$222 млн.

Как пояснил BG Стефан Валуийский, коммерческий директор группы компаний «Терра Принт», этот сегмент рынка показывает столь высокие темпы роста последние два-три года. «Клиенты становятся более разборчивыми и требовательными. Они стали понимать выгодные отличия лизинга от кредита, поэтому актуальной тенденцией на рынке стало появление совместных с поставщиками полиграфического оборудования финансовых программ».

Развитие рынка также обусловлено тем, что предприятия полиграфической отрасли все больше стали переходить на «белые» схемы работы, что позволяет им использовать лизинг. Это происходит в том числе и благодаря на-



МАСШТАБНОЕ ПЕРЕОБОРУЖЕНИЕ СРЕДНИХ И МЕЛКИХ ТИПОГРАФИЙ НАЧАЛОСЬ ПОСЛЕ ОТМНЫ ВВОЗНЫХ ПОШЛИН НА ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

логическим послаблениям. Напомним, что в июле 2007 года были отменены пошлины на импорт полиграфического оборудования. Это открыло большинству предприятий (особенно в сфере газетной и книжной печати) новые возможности для технологического перевооружения.

Лизинг полиграфического оборудования — капиталоемкий сегмент. Высокий уровень рентабельности обеспечивает значительный рост предприятия-лизингополучателя, а срок полезного использования оборудования для полиграфии (15–20 лет) превышает средний срок договора лизинга более чем в три раза. По истечении срока договора — в среднем это пять лет — оборудование еще вполне работоспособно. Поэтому развит и вторичный рынок. Одни предприятия приобретают полиграфическое оборудование по схеме лизинга для создания производства, другие — для его расширения.

МАНЯЩИЕ РЕГИОНЫ Одной из заметных тенденций полиграфического рынка стало развитие красочности печатной продукции. За 2005–2007 годы среднее число красок на листе увеличилось с 1,67 до 1,82 единицы. В газетной периодике средний уровень красочности достиг значения 1,8. Так, в 2007 году многокрасочная печать присутствовала на полосах 20% общероссийских газет, 40% — рекламно-информационных, 23% — специализированных и 100% — досуговых региональных изда-

ний. В сочетании с увеличением количества страниц в газетных экземплярах (в среднем по всем типам и видам газет оно превысило 16 полос формата А3) это потребовало коренных изменений парка печатного оборудования.

По словам Стефана Валуийского, если еще десять лет назад спросом в региональных типографиях пользовались недорогие печатные машины с невысокой производительностью, то сегодня это дорогие машины с расширенными функциональными и техническими возможностями. В результате средняя стоимость лизинговой сделки по поставке такого оборудования выросла до нескольких десятков миллионов рублей.

Дооснащение имеющегося оборудования и его замена на более совершенные модели были осуществлены на крупных региональных полиграфических предприятиях: «Советская Сибирь» (г. Новосибирск), «Уральский рабочий», (г. Екатеринбург), «Челябинский дом печати» (г. Челябинск), «Царицын» (г. Волгоград) и т. д.

Это приводит к обострению конкуренции и на полиграфическом рынке, и, как следствие, на рынке лизинга оборудования для отрасли. Эксперты отмечают, что растет как число финансовых компаний, предлагающих полиграфическое оборудование в лизинг, так и количество предложений: снижаются минимальные авансы, появляются специальные лизинговые программы. По мнению Стефана Валуийского, конкуренция на рынке поставок и лизинга полиграфического оборудования усиливается: «Теперь все борются за каждого клиента, за каждую поставку». Однако он уточняет, что рост полиграфического рынка привел не столько к появлению новых игроков, сколько к из-

менению рыночной структуры и перераспределению позиций специализированных лизинговых компаний.

Впрочем, продвижение в регионы — обязательная часть программы развития лизинговых компаний, считает генеральный директор компании «Трансфин-М» Эдуард Керецман. В прошлом году компания открыла представительство в Санкт-Петербурге, а до конца этого года планирует открыть офис в Ростове-на-Дону. Господин Керецман также отмечает, что развитие филиальной сети в южном регионе — перспективное направление в свете грядущей Олимпиады в Сочи, для которой потребуются огромный объем полиграфической продукции.

Говоря о конкуренции, эксперты указывают на то, что рынок лизинга полиграфического оборудования далек от насыщения, так как отрасль еще продолжает формироваться. Существуют ниши, которые позволят новым игрокам успешно запустить бизнес даже сегодня. Новым игрокам сложнее всего будет конкурировать с поставщиками оборудования, так как сегодня производители легко меняют дистрибуторов. Так, в 2006 году Shinohara поменяла «Аквалон» на «Терра Принт». В 2007 году «Терра Принт» передала бренд Adast в «Полиграфические системы». A Ryobi в конце 2007 года сменила дистрибутора с «Апостроф» на «Нисса». А чтобы заключить договоры с новыми крупными производителями (как, например, «Терра Принт», представившая в этом году три новых японских бренда), необходимо быть действующим игроком рынка. Выходом из такой ситуации может стать поставка дешевого оборудования, например, из Китая.

В целом эксперты рынка полиграфического оборудования оптимистично оценивают его перспективы. Однако особенности российской таможенно-тарифной и налоговой политики осложняют ситуацию для российских полиграфистов. В первую очередь это касается наиболее интенсивно развивающегося сегмента качественной полиграфии (журналов, каталогов, брошюр, буклетов), занимающего половину полиграфического рынка. Дело в том, что мелованная бумага, на которой печатается эта продукция, в России практически не производится, а российские целлюлозно-бумажные комбинаты, как правило, ориентированы на производство газетной бумаги. Действующая в настоящее время 15-процентная пошлина на ввоз мелованной бумаги, ставка НДС 18% и отсутствие ввозных пошлин на отпечатанные тиражи вынуждают российских издателей размещать заказы за рубежом. Сегодня 60% высококачественной полиграфической продукции, потребляемой в России, печатается в зарубежных типографиях недалеко от российских границ — на Украине, в Прибалтике, Финляндии, восточноевропейских странах и Китае. Изменение существующей системы налогообложения даст новый толчок развитию полиграфической отрасли, а в итоге и лизингу полиграфического оборудования. ■

ВАШЕГО БИЗНЕСА

НОВЫЕ СТУПЕНИ



(495) 981 1990
www.stone-xxi.ru
117105, г. Москва,
ул. Нагатинская, д. 1, стр. 1

ЛИЗИНГ

- финансовый
- оперативный

- Срок принятия решения: 3 часа;
- Предварительный расчет: on-line по телефону;
- Короткий срок оформления сделки и передачи предмета в лизинг.

Центральный офис:
Москва
Региональные
представительства:
Рязань, Тула, Курск, Самара,
Казань, Ульяновск, Нижний Новгород