

зовнішнім загрозам здатні забезпечити стабільний розвиток підприємства у коротко- та довгостроковій перспективі.

Кохановський Василь Олександрович, канд.техн.наук, доцент

Видавничо-поліграфічний інститут НТУУ «КПІ», м. Київ

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОБЛАДНАННЯ ПОЛІГРАФІЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Актуальність та постановка проблеми

Питання ефективності використання поліграфічного устаткування стали особливо актуальними в умовах стрімкого розвитку електронних медіавидань, новітніх мобільних засобів комунікації, конкуренції за споживача та загального спаду економіки. У цьому зв'язку підприємства зацікавлені в прискоренні процесу заміни застарілої і впровадженні нової техніки та технологій з метою покращення використання основних виробничих фондів і одержання прибутку.

На основі вивчення спеціальної літератури з проблем техніко-технологічного прогнозування, аналізу тенденцій розвитку ринку друкованої продукції, зміни його структури, реформування внутрішньогалузевої структури зроблена спроба обґрунтувати систему факторів, що формують потребу поліграфічного підприємства в основному технологічному устаткуванні.

Результати дослідження

Сукупність факторів, що впливають на потребу поліграфічних підприємств в основному технологічному устаткуванні, можна відобразити двома групами: зовнішні і внутрішні. Їх необхідно враховувати при визначенні потреби як для діючих, так і для нових підприємств.

Серед зовнішніх факторів розглядаються:

- економічна політика держави;
- науково-технічний прогрес;

- конкуренція;

- попит на продукцію, що виробляється за допомогою основного технологічного устаткування.

У свою чергу, попит на продукцію залежить також від багатьох факторів – це чисельність населення, структура споживання тих або інших видів продукції, потреба у відповідних видах продукції, індивідуальний попит на друковану продукцію. Він, у свою чергу, залежить від платоспроможності населення, структури споживання товарів.

При визначенні потреби нових підприємств в основному технологічному устаткуванні, крім перерахованих факторів (підфакторів), необхідно враховувати також потенційну місткість ринку, очікувані потреби в продукції, виробленої на цьому підприємстві.

Група внутрішніх факторів, що впливають на потребу поліграфічного підприємства в основному технологічному устаткуванні, включає потребу в заміні фізично і морально застарілого устаткування в устаткування, призначеного для технічного переоснащення виробництва, його розширення.

Розширення виробництва може здійснюватися за рахунок збільшення обсягів вже освоєної продукції і за рахунок освоєння нових її видів.

Технічне переоснащення виробництва може здійснюватися на базі вже діючої технології, шляхом заміни устаткування, або освоєння нових технологій, що вимагають відповідного комплексу машин.

Вплив окремих факторів на потребу поліграфічного підприємства в устаткуванні неоднозначний. Деякі з них зменшують потребу в устаткуванні. Так, наприклад, якщо купується устаткування, техніко-експлуатаційні характеристики якого значно перевищують можливості замінюваного, то підприємство може нарощувати свої потужності без збільшення парку машин.

До числа факторів, що роблять понижуючий вплив на ріст потреби в устаткуванні, відносяться:

- ріст продуктивності машин;

- підвищення їхньої якості, міцності і зносостійкості.

Як було зазначено вище, важливим фактором, що впливає на потребу галузі в основному технологічному устаткуванні, є стан і тенденції розвитку місткості світового інформаційного ринку. Він характеризується балансом попиту та пропозиції інформації. Визначення і прогнозування динаміки цього ринку – принципова задача як для виробників інформаційної продукції, так і для виробників засобів даної продукції.

Для підвищення рівня прогнозування необхідно враховувати очікуваний стан обсягів друкованої продукції та цифрових засобів інформації. Основу прогнозування ринку друкованої продукції складають дані про динаміку демографічних і макроекономічних показників.

Сьогодення характеризується інтенсивним розвитком комунікаційних технологій. Цей процес, з одного боку, витісняє традиційну друкарську продукцію на ринку інформаційних послуг, з іншого – нові інформаційні засоби перетворюють традиційну технологію поліграфічного виробництва на якісно іншу технічну базу.

В умовах становлення економіки зростає необхідність поліграфічного підприємства працювати під конкретного замовника, до основних вимог якого відносяться ціна, якість, короткі терміни виготовлення замовлення.

Таким вимогам можуть задовольнити лише сучасні види обладнання, як правило, з використанням цифрових технологій. Цифровий друк полегшує процес комунікації, дозволяє створити прямий контакт між замовником та виробником за допомогою мережі та тягне за собою наступні тенденції:

- збільшення об'ємів цифрових видань;
- скорочення тиражів, збільшення асортименту продукції;
- скорочення циклу виробництва;
- оперативне виробництво (скорочення складських запасів, розповсюдження через мережу, виробництво на місцях);
- прямий маркетинг.

За традиційними технологіями зберігається виготовлення етикеток, пакування, рекламної продукції.

Висновки

Наявність парку обладнання, що відповідає сучасним потребам ринку, – суттєвий чинник для підприємства оптимізувати свої виробничі потужності, переорієнтувати виробництво на нові види продукції та залишитися конкурентоспроможним. Прогнозувати технічне переоснащення, удосконалювати такі методи можливо після ретельного аналізу ринку, світових тенденцій у поліграфічному машинобудуванні та виробництві цифрових засобів комунікації. При виробленні підприємством програми по переоснащенню чи модернізації наявного обладнання повинна братися до уваги система факторів, яка визначає взаємозв'язок традиційних та цифрових технологій поліграфічного виробництва.

Джерела:

1. Киппхан Г. Энциклопедия по печатным средствам информации. Технологии и способы производства / Гельмут Киппхан; пер. с нем. – М.: Изд-во МГУП, 2003. – 1280 с.
2. Офсетний друк : навчальний посібник / [Ярема С. М., Карплюк В. А. та ін.]. – К.: ХаГар, 2002. – II, 507с.
3. Шостачук Ю.О. Техніка і технологія сучасного поліграфічного виробництва: навч.посіб. / Ю.О. Шостачук. – К.: НТУУ «КПІ», 2009. – 244 с.
4. Інформаційні матеріали та сайти фірм Heidelberg, KBA, Man Roland, Ryobi, Komori.