

Н.В. Саблина

ПУТИ ОБНОВЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ ТИПОГРАФИЯМИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Рассматриваются финансовые возможности типографий на приобретение полиграфического оборудования в послекризисный период. Оцениваются перспективы отрасли, сравниваются методы финансирования.

Ключевые слова: типографии; полиграфия; кредит; малый и средний бизнес.

Financial opportunities of typographies concerning the acquisition of printing equipment in post-crisis period are considered. Industry perspectives are assessed and methods of funding are compared.

Keywords: typography; printing art; credit; small and medium-sized business.

Не секрет, что сегодня возможности полиграфических предприятий сковывают отсутствие ликвидных средств на приобретение конкурентоспособного оборудования. Это проблема не только полиграфии, но и в целом малого и среднего бизнеса. Но бизнес не стоит на месте, многие банки предлагают сегодня доступные кредиты, обещающие «легкие» деньги.

Правительство Российской Федерации одной из основных задач развития экономики страны считает помощь малому бизнесу. Это выражается в том, что деньги малому бизнесу выделяются в виде льготных кредитов и грантов. Кроме того, в программах помощи малому бизнесу участвуют местные власти, которые также привлечены помочь частным предпринимателям развивать собственное дело. На региональном уровне проходят конкурсы для предпринимателей, победители которых могут получить денежный приз для развития собственного дела [3]. Деньги на развитие малого бизнеса также можно получить в виде арендованного помещения или оборудования, по льготной цене.

Процесс получения кредита для предприятий является довольно сложной задачей. Многие банки не хотят рисковать, с этим связана необходимость предоставления залога, процентные ставки по кредитам малому бизнесу тоже довольно высоки, поэтому далеко не каждый предприниматель может обратиться в банк для

получения денег для собственного бизнеса. Многие банки до сих пор предпочитают работать с крупными предприятиями, не рассматривая частных предпринимателей как источник дополнительного дохода.

Последние несколько лет наблюдается активное развитие лизингового бизнеса в России. Это связано как с законодательной поддержкой этого бизнеса со стороны государства, с постепенным удлинением сроков финансирования лизинговых сделок, удешевлением кредитных ресурсов российских коммерческих банков, предоставлением рассрочки при приобретении оборудования со стороны поставщиков, так и с ростом интереса западных инвесторов к российской экономике.

Инвестиции в полиграфический бизнес имеют свои перспективы, несмотря на все большее внедрение Интернета. На сегодня традиционные способы печати продолжают занимать преобладающую позицию в полиграфическом сегменте – более 47% (газетная, журнальная, книжная, рекламная продукция). Сегмент упаковки (способом глубокой и флексопечати) характеризуется наиболее стабильным ростом. В последнее время объемы производства упаковочных материалов, изделий и оборудования в России растут ежегодно на 10–12%; в 2006 году оборот этого рынка превысил \$7,8 млрд. В сфере производства упаковки заняты 2 тыс. малых и око-

ло 1,5 тыс. крупных и средних предприятий [4].

Превалированию на рынке традиционного способа офсетной печати способствуют его давно известные достоинства: довольно высокое качество, большие скорости печати, простота и дешевизна изготовления печатных форм и пр.

Например, изготовление одной офсетной формы в среднем обходится в 300–500 руб. [5], а изготовление стального цилиндра глубокой печати 30000 руб. [8] (разная технология, но цель производства та же, что и в офсете). Ценовое ограничение не позволяет глубокой печати получить более широкое распространение аналогичное офсету. Это касается не только стальных цилиндров: машина глубокой печати обходится предприятию в разы дороже (EUR 320000) [7] офсетной машины (EUR 185000) [1].

Несмотря на высокую стоимость оборудования, парк печатных машин все же нуждается в обновлении, так как износ многих газетных и книжных типографий уже сегодня доходит до 70% [1], притом, что в модернизацию инвестируют преимущественно крупные игроки полиграфической отрасли.

В портфеле лизинговых договоров многих лизинговых компаний большой удельный вес (почти три четверти) занимают договоры, по которым предусмотрена поставка импортного оборудования. Это обстоятельство вполне характерно и для полиграфического оборудования, что отражает представленный график (см. рисунок).

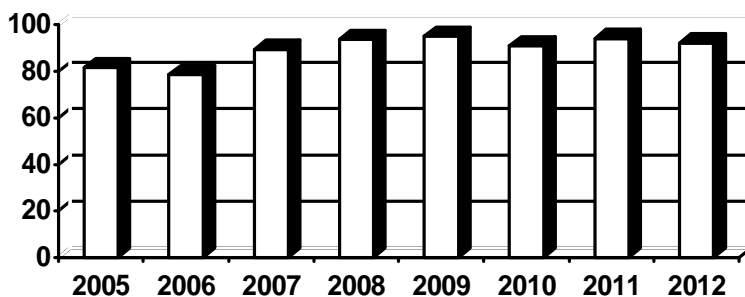
Примерно 56% от стоимости всего поставляемого в Россию импортного по-

лиграфического оборудования приходится на немецкую технику [1]. Лидером здесь является известный во всем мире концерн «HEIDELBERG» (40% всего рынка). Кроме того, в России представлены германские фирмы «MAN Roland», «Koenig & Bauer AG» (КБА), «Winmoller & Holscher», «Art-Line Handels GmbH», HGS [1]. Также активны на нашем рынке японские фирмы «Shinohara», «Ryobi», «Sakurai Graphic Systems Corp.», «Komori», «Mitsubishi Co» (22% всего рынка), компания Adast (Чехия), Xerox Corp. (США) и др. [1].

Одним из путей приобретения импортного оборудования все чаще становится лизинг, темпы роста которого в последние годы составляли до 50% в год [4], особенно в части дорогостоящих машин.

Составляющими ежемесячного лизингового платежа, в отличие от платежа по кредиту, являются: страхование имущества, неотъемлемая часть лизинговой сделки; расходы, связанные с обслуживанием предмета лизинга, например, на решение множества вопросов с различными организациями: банком, таможенными органами (полиграфическая техника в основном импортная). Поэтому сравнивать эти два метода финансирования приобретения основных средств, на наш взгляд, не достаточно корректно. Ведь если предприятие решит купить актив за заемные средства, имущество все равно нужно будет страховать (но уже по отдельному договору) и уплачивать соответствующие страховые платежи.

Кроме того, величина процента подорожания зависит от принципа построения графика лизинговых платежей: чем меньше сумма первого (авансового) лизинго-



Структура спроса на импортное печатное оборудование

Источник: Зубко В., Марголин Е. Импорт полиграфических материалов, оборудования и печатной продукции // RuPrint.Ru – информационно аналитический журнал о полиграфии. 2003. Ноябрь. URL: http://www.printer-publisher.ruprint.ru/stories/4/63_1.php (дата обращения: 26.11.2012)

вого платежа, т.е. участия лизингополучателя в приобретении предмета лизинга, и больше выкупная его стоимость, тем процент удорожания больше.

Удорожание оборудования, приобретенного в лизинг, отражает тот факт, что предприятие эффективно использует так называемый финансовый рычаг. Это значит, что увеличение удельного веса заемных средств в структуре финансирования бизнеса предприятия приводит к росту рентабельности собственного капитала.

Сейчас некоторые лизинговые компании при разработке коммерческих предложений определяют для своих клиентов реальную ставку финансирования лизинговой сделки, включающую лишь маржу лизинговой компании и проценты за пользование средствами, привлеченными для приобретения предмета лизинга.

Таким образом, решение относительно того, каким путем приобретать необходимые основные средства, зависит от того, что важнее: владеть ими (в случае покупки за собственные средства, с применением банковского кредита или товарного кредита от поставщика) или пользоваться (при использовании механизма лизинга). Можно, например, владеть производственным оборудованием и не использовать его, вследствие полного морального износа, повреждения и т.д., а можно взять актив в лизинг, эффективно использовать его и вернуть лизингодателю, как только он перестанет быть необходимым, даже не рассматривая возможность его покупки. 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.

Развитие европейского полиграфического рынка связано с дифференциацией производства, кооперацией между типографиями. В России стратегия развития

основывается на создании универсальных типографий, отвечающих любым требованиям заказчиков. Считается, что необходимо постоянно соответствовать растущим требованиям рынка, посредством обеспечения типографий полной линейкой печатного оборудования. Это, в свою очередь, приводит к спросу на определенные виды техники, формируются запросы лизингополучателей на покупку соответствующего оборудования.

Лизинговый договор может быть реализован как путем самостоятельного выбора клиентом подходящей лизинговой компании, с учетом требований, которым она должна соответствовать, так и посредством рекомендации поставщика, имеющего, возможно, больший опыт работы с конкретной лизинговой компанией.

Эффективность лизинга в полиграфии заключается как раз в том, что типографии осуществляют свою деятельность в основном за счет имеющегося на производстве оборудования, так как вся продукция создается и обрабатывается за счет него. Если брать в расчет, что успех в отрасли зависит от постоянного соответствия стремительно развивающемуся рынку, то возникает потребность в новом более современном оборудовании.

В результате можно сделать вывод, что для привлечения ресурсов в российскую полиграфию на сегодняшний день кредит менее эффективен для малых и средних типографий, чем лизинг. Это в основном обусловлено возможностями таких предприятий, нежели ценовой политикой. Таким образом, лизинг становится единственно возможным способом для начала или расширения типографского бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бизнесу нужны новые силы? Поможет лизинг // Печатник.com – информационно-аналитический портал полиграфической индустрии. URL: <http://pechatnick.com/analitika/articles/index.phtml?id=1472> (дата обращения: 26.11.2012)

2. Зубко В., Марголин Е. Импорт полиграфических материалов, оборудования и печатной продукции // RuPrint.Ru – информационно-аналитический журнал о полиграфии. 2003. Ноябрь. URL: http://www.printer-publisher.ruprint.ru/stories/4/63_1.php (дата обращения: 26.11.2012)

3. Кто даст деньги малому бизнесу? // КредитБизнес.ru – идеи малого бизнеса, кредитование малого бизнеса: [кредитный портал]. URL:

<http://www.kreditbusiness.ru/banki/428-kto-dast-dengi-malomu-biznesu.html> (дата обращения: 26.11.2012)

4. Маркетинговое исследование и анализ рынка полиграфических услуг: отчет // Агентство «Step by Step». 2008. Февраль.

5. Степанов М. Главное не владение оборудованием, а возможность его ис-

пользования // Компьюарт – полиграфический журнал. 2003. Июнь.

6. Фомина С. Богатство форм – единство содержания // Компьюарт – полиграфический журнал. 2002. Март.

7. Что дешевле (выгоднее) – кредит или лизинг? // FinansMir.ru: [финансовый портал]. URL: <http://finansmir.ru/razdel-stati/kredity/chto-deshevle-vygodnee-kredit-ili-lizing.html> (дата обращения: 26.11.2012)

8. Каталог объявлений «Проект Минимум». Б/у полиграфическое оборудование. URL:

<http://www.minimumproject.ru/2KBArapida105-2-99.html> (дата обращения: 26.11.2012)

9. Каталог объявлений «RusMarket». Рубрика «Полиграфическое оборудование». URL:

<http://avipak.rusmarket.ru/offer/87317/> (дата обращения: 26.11.2012)