

**POLIGRAFIA I PAPIER**

**RYNEK KSIĄŻKI  
W POLSCE**

**2016**

**Bernard Józwiak  
Tomasz Graczyk**

Patronat medialny

 **gazeta**  
WYBORCZA.PL

ISBN 978-83-63879-76-1



**ZiNG**



**POLSKI DYSTRYBUTOR  
PAPIERÓW WOLUMENOWYCH**



**RYNEK KSIĄŻKI  
W POLSCE**

**2016**

**P O L I G R A F I A  
I P A P I E R**



**RYNEK KSIĄŻKI  
W POLSCE**

**2016**

**P O L I G R A F I A**

**I P A P I E R**

**Bernard Jóźwiak**

**Tomasz Graczyk**

**współpraca**

**Piotr Dobrołęcki, Ewa Tenderenda-Ożóg**

**appendix Stefan Jakucewicz**

© Copyright by Łukasz Gołębiewski, Paweł Waszczyk, 2016

© Copyright by Biblioteka Analiz Sp. z o.o., 2016

*Wszystkie prawa zastrzeżone. Kopiowanie lub reprodukcja jakiegokolwiek fragmentu tej książki wymaga pisemnej zgody wydawcy.*

Redakcja: Łukasz Gołębiewski

Korekta: Joanna Ożóg

Projekt okładki: Grzegorz Zychowicz | Tatsu

Opracowanie graficzne: Grzegorz Zychowicz | Tatsu

Łamanie: TYPO 2

Wydrukowano na papierze IBook White 70 gram vol 1,6  
dystrybuowanym przez Igepa Polska  **IGEPA**

Okładkę wydrukowano na materiale Surbalin Seda  
diamantweiß 8111, 115 g/m<sup>2</sup> firmy Peyer Graphic **peyer**

Publikację zamknięto do druku 30.11.2016

ISBN 978-83-63879-76-1

Wydanie I

Warszawa 2016

Tom LXXXIV w serii „Raporty”



**Biblioteka Analiz**

Biblioteka Analiz Sp. z o.o.

00-048 Warszawa

ul. Mazowiecka 6/8 pok. 416

tel./fax (+48 22) 828 36 31

[www.biblioteka-analiz.pl](http://www.biblioteka-analiz.pl)

Firma jest członkiem Polskiej Izby Książki

# Spis treści

## POLIGRAFIA I PAPIER

### CZEŚĆ TRZECIA

**POLIGRAFIA** (*Bernard Józwiak*) ..... 7

**Wstęp** ..... 9

Rozdział pierwszy

**Poligrafia w Polsce** ..... 11

Rozdział drugi

**Analiza drukarni dziełowych** ..... 45

Rozdział trzeci

**Kondycja ekonomiczna drukarni dziełowych** ..... 61

Rozdział czwarty

**Ranking drukarni „Magazynu Literackiego KSIĄŻKI”**  
(*Ewa Tenderenda-Ożóg*) ..... 61

Rozdział piąty

**Drukarnie dziełowe w Polsce** ..... 69

Rozdział szósty

**Producenci i dystrybutorzy maszyn i materiałów  
poligraficznych** ..... 89

### CZEŚĆ CZWARTA

**PAPIER** (*Tomasz Graczyk*) ..... 101

Rozdział pierwszy

**Rynek papierów graficznych w Polsce** ..... 151

Rozdział drugi

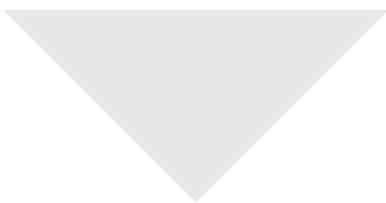
**Papier na świecie** ..... 163

Rozdział trzeci	
<b>Polscy producenci papieru .....</b>	<b>213</b>
Rozdział czwarty	
<b>Zagraniczni producenci papieru.....</b>	<b>221</b>
Rozdział piąty	
<b>Dystrybutorzy papieru w Polsce .....</b>	<b>229</b>
<b>Wykaz tekstów źródłowych.....</b>	<b>245</b>
<b>Oferta Biblioteki Analiz .....</b>	<b>249</b>
<b>Indeks firm omawianych w książce .....</b>	<b>259</b>



**CZĘŚĆ TRZECIA**

**POLIGRAFIA**







## Wstęp

Analizując dane dotyczące poligrafii w 2015 roku, ma się poczucie, że wszystko jest dobrze, lub prawie dobrze. Większość wskaźników ma tendencję rosnącą – lub malejącą jeżeli jest to pozytywne – bezpośrednio rozmowy z przedstawicielami drukarni też mają pozytywny wydźwięk. A jednak jest coś, co jak niektórzy mówią, wisi w powietrzu.

Dokładniejsze przyjrzenie się wynikom pokazuje prawie wszędzie wyhamowanie tendencji wzrostowych, a w niektórych, za to istotnych wypadkach, jest wręcz regres. Najczęściej są to wyniki z końca 2015 roku, a przecież już w obecnym roku parę rzeczy się zdarzyło, które każą patrzeć na niektóre zjawiska inaczej. Niepokoi na przykład zupełne wyhamowanie inwestycji – jeden z niewielu wskaźników, który spadł. Jak nałoży się na to opóźnienia w konkursach unijnych oraz nowe kryteria, które w zasadzie pozbawiają możliwości otrzymania dotacji na odtworzeniowe zakupy maszyn i urządzeń, to może okazać się, że za parę lat znowu będziemy mieli stare maszyny. Starzenie się maszyn potwierdzają wartości maszyn i urządzeń w bilansach drukarni działowych, coroczny spadek.

Drugim niepokojącym obszarem jest stan przygotowania zawodowego w szkolnictwie średnim związanym z poligrafią. Nie ma spotkania poligrafów lub raportu, gdzie by nie było narzekań na ten stan rzeczy. Jednocześnie dowiadujemy się o nowych szkołach otwierających klasy dla technika cyfrowych procesów graficznych, które najpierw otwierają nabór, a potem zastanawiają się kto i na czym ma uczyć. Do tego dochodzi zapowiadana reforma szkolnictwa podstawowego i średniego. Aktualnie trwają prace nad nowym ukształtowaniem zawodów poligraficznych – ich nazwami, podstawami programowymi – tylko czy już dokładnie wiemy, jak będzie wyglądała struktura szkolnictwa zawodowego? Efekt zmian zobaczymy za parę lat, a co będzie, jak reformy pójdą w niewłaściwym kierunku z punktu widzenia kompetencji nowych pracowników produkcyjnych?

Trzeci zagrożeniowy obszar wiąże się z tzw. sytuacją makrootoczenia poligrafii. Poligrafia nie produkuje dla siebie, produkuje na rynek krajowy i zagraniczny. Bariery makrootoczenia chociaż są na wysokim poziomie,



ok. 40 proc., to spadają, ale pierwsza połowa roku obecnego wygląda już trochę inaczej. Niestabilna sytuacja w UE i na świecie są jednym z ważniejszych zagrożeń. Czy poligrafia będzie miała dla kogo drukować, jeżeli wróci kryzys gospodarczy lub nastąpi rozkład Unii Europejskiej? Czy wyjście Wielkiej Brytanii, a mówi się też o następnych krajach, które być może zechcą wyjść ze Wspólnoty, uruchomi powrót ceł i innych obciążeń podatkowych? Co wtedy z eksportem, który jest tak istotny dla polskiej poligrafii? Na razie nikt w takie czarne scenariusze nie wierzy, ale dobrze byłoby, aby największym zagrożeniem poligrafii pozostały tylko e-media, je już trochę udało się oswoić.

Mam jeden pozytywny aspekt sytuacji poligrafii. Wszystkie dotychczasowe czarne proroctwa, mówiące o upadku poligrafii, nie sprawdziły się. Koniec poligrafii, bo e-media, bo katastrofa w czytelnictwie, bo wydawnictwa drukują w Chinach, bo..., to słyszymy od lat, a polska poligrafia istnieje, rozwija się. Mam nadzieję, że dalej tak będzie.

**Bernard Józwiak**



**Rozdział pierwszy**  
**Poligrafia w Polsce**







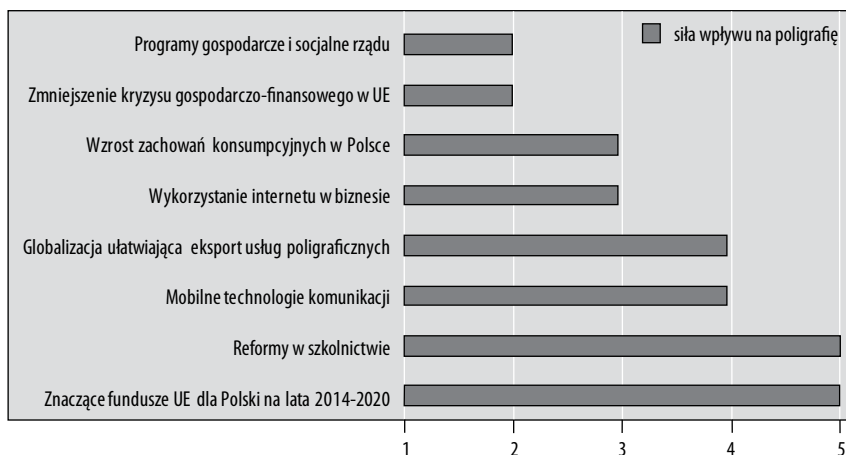
## Makrootoczenie poligrafii

Makrootoczenie poligrafii oznacza obszary dalsze niż klienci, konkurenci i dostawcy, ale nie oznacza, że nie mają wpływu na działalność przemysłu poligraficznego, czasami mają wpływ decydujący.

### Analiza ETOP

Jedną z metod analizy makrootoczenia wykorzystującą zasady SWOT jest analiza ETOP. Określa się szanse i zagrożenia, w zależności od siły wpływu na poligrafię przypisuje się im wartości, w niniejszym opracowaniu jest to skala 1 do 5.

#### Analiza ETOP – szanse



Źródło: opracowanie własne.

#### Programy gospodarcze i socjalne rządu

Odnoszenie się tylko do 2015 roku oznacza bazowanie na zapowiedziach wyborczych, a te jak wiemy nie zawsze są realizowane, często zmieniają



zakres i termin. Trudno na tej podstawie przewidywać duże szanse rozwoju poligrafii. Połowa 2016 roku już daje trochę podpowiedzi co do realnych oczekiwań wpływu nowego rządu na gospodarkę, a co za tym idzie i na poligrafię. Program „500+” niezależnie od założeń socjalnych ma wpłynąć również na rozwój gospodarczy Polski, za krótko działa, aby sprawdzić realność tych oczekiwań. Jeszcze mniejsze możliwości oceny wpływu na poligrafię dotyczą tzw. „Planu Morawieckiego”, chociaż wielu ekonomistów uważa go za co najmniej interesujący.

### **Zmniejszenie kryzysu gospodarczo-finansowego w UE**

Kryzys gospodarczo-finansowy w państwach UE wydaje się rzeczywiście mijać, chociaż odchodzi bardzo ospale. Lepsze wyniki gospodarcze krajów UE powinny sprzyjać polskiej poligrafii, ponieważ jednym z jej filarów jest eksport usług poligraficznych. Szanse są, ale czy zamienią się one w rzeczywistość? Na horyzoncie kolejne niebezpieczeństwa w krajach UE, obecnie przede wszystkim polityczne, ale polityka (dobra, czy zła) przekłada się na wyniki gospodarcze.

### **Wzrost zachowań konsumpcyjnych w Polsce**

Zachowania konsumpcyjne biorą się z oczekiwań lepszego życia, ale przede wszystkim muszą być oparte na możliwościach finansowych. Od pewnego czasu zmniejsza się bezrobocie, rosną płace (nominalnie, ale i realnie), do tego dochodzi wspomniany program „500+”. Siła nabywczą rośnie, a to oznacza zwiększenie popytu na dobra materialne, których sprzedaż wymaga reklamy, opakowań, instrukcji itp. Poligrafia powinna mieć coraz więcej zamówień, ale będą rosły też wymagania jakościowe. Utrzymujący się od dłuższego czasu wzrost zachowań konsumpcyjnych prowadzi też do wzrostu oczekiwań co do oferty produktów i usług poligraficznych, wymaga rozwój poligrafii.

### **Wykorzystanie internetu w biznesie**

Rozwój poligrafii to nie tylko zwiększone zamówienia, lepsze wyniki ekonomiczne. Rozwój odbywa się również na płaszczyźnie technicznej oraz na płaszczyźnie zarządzania, w obu przypadkach w ostatnim czasie ważną rolę spełnia internet. Koncepty prowadzenia biznesu poligraficznego opartego na idei „druku na żądanie” bez internetu nie miałyby szans realizacji. Również sfera zamówień i dostaw zaopatrzenia materiałowego dla zakładów poligraficznych wykorzystuje internet. I oczywiście stosowanie w zarządzaniu firmami zintegrowanych systemów ERP/MIS wymaga internetu.



## **Globalizacja ułatwiająca eksport usług poligraficznych**

Eksport usług poligraficznych w polskiej poligrafii jest szansą coraz bardziej wykorzystywaną. Ułatwieniem jest z jednej strony przynależność Polski do Unii Europejskiej, a z drugiej światowa globalizacja. Dwie największe firmy poligraficzne w Polsce mają kapitał zagraniczny i ich obecność tutaj jest możliwa dzięki globalizacji. Wprowadziły kapitał, nowoczesne maszyny i technologie, nowoczesne metody zarządzania, kontakty na rynkach międzynarodowych. Ale nie jest to tylko działalność na polskim rynku, eksport stanowi istotną część ich produkcji.

## **Mobilne technologie komunikacji**

Poligrafia już chyba zrozumiała, że nie ma co walczyć z e-mediami, trzeba współpracować, bo ich rozwój wymaga czasami produktów poligraficznych. Ponadto niektóre usługi poligraficzne mogą mieć postać niematerialną. Mobilne urządzenia komunikacyjne pomagają w tej koegzystencji ze światem e-mediów. Wspomniany „druk na żądanie” może oferować lepsze rozwiązania, jeżeli będą wykorzystywane urządzenia mobilne. Ale o tym czynniku jeszcze należy mówić jako o dużej szansie, a nie o rzeczywistym wykorzystaniu.

## **Reformy w szkolnictwie**

Nie wdając się w sens zapowiadanych reform w szkolnictwie – powrót do ośmioklasowych szkół podstawowych, likwidacja gimnazjów i wydłużenie nauki w szkołach średnich – będą one miały wpływ na poligrafię. Za reformą strukturalną pójdą zmiany programowe wymagające nowych podręczników. Drukarnie, które w ostatnim okresie doznały znaczącego spadku zamówień m.in. z powodu darmowych podręczników dla najmłodszych klas przygotowywanych w drukarni rządowej, będą mogły liczyć na powrót koniunktury. Ponadto zmiany akcentów ideologicznych mogą owocować nowymi podręcznikami.

W związku ze zmianami powstaje też pytanie, na które trudno jednoznacznie odpowiedzieć – czy zmiany średniego szkolnictwa zawodowego wpłyną pozytywnie na przygotowanie kadr dla poligrafii, a więc i na jej rozwój.

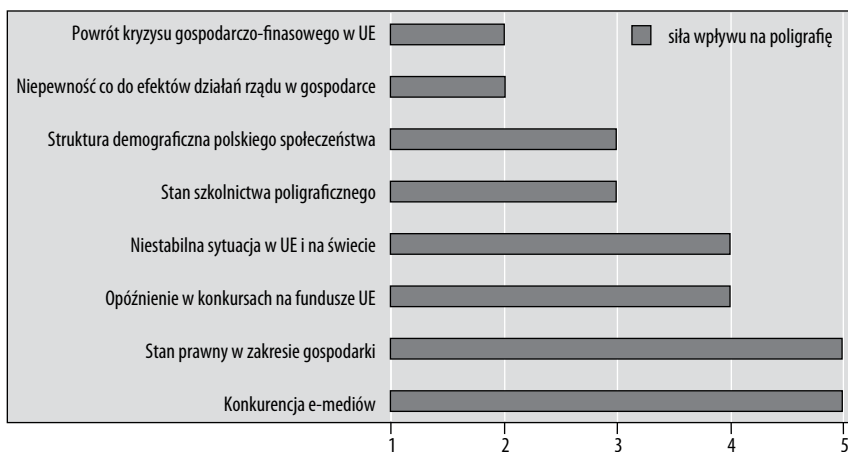
## **Znaczące fundusze UE dla Polski na lata 2014-2020**

Chociaż już minęły ponad dwa lata od przyznania dla Polski znacznych funduszy UE w perspektywie 2014-2020 w dalszym ciągu jest to szansa, a nie pełna rzeczywistość. Szansa duża, znacznie opóźniona w ogłaszaniu konkursów i w odróżnieniu od poprzedniej perspektywy przez przemysł poligraficz-



ny mniej wykorzystywana. Na początku podejście firm poligraficznych było standardowe – jak opisać wniosek na innowacyjny produkt aby uzasadnić zakup konkretnej maszyny (w obecnej perspektywie funduszy na inwestycje jest niewiele). Obecnie można obserwować próby rzeczywistego zainteresowania innowacjami i to moim zdaniem jest największa szansa, którą powinna wykorzystać polska poligrafia. Bo tylko produkty i usługi naprawdę innowacyjne, utrzymają dynamikę eksportu, a ponadto umożliwią zaspokojenie rosnących potrzeb jakościowych polskiego społeczeństwa.

#### Analiza ETOP – zagrożenia



Źródło: opracowanie własne.

### Powrót kryzysu gospodarczo-finasowego w UE

Z jednej strony o stanie finansów i gospodarki krajów UE można mówić w kontekście szansy – bo jest lepiej niż było – z drugiej strony te same obszary są źródłem zagrożenia – może być znów gorzej i to bardzo. Jak wspomniano polityka jest często powodem zmian gospodarczo-finasowych, tak samo jest obecnie. Są dwa bardzo poważne obszary polityczne mogące przełożyć się na kryzys gospodarczy. Jeden zaczął się w 2015 roku, ogromna fala migracji z Afryki i Azji, a drugi wydarzył się już w roku obecnym, referendum w Wielkiej Brytanii, które zdecydowało o wyjściu tego kraju ze struktur UE. Dopiero są lekkie poddmuchy w stronę gospodarki z tych obszarów, ale nie wiemy co będzie dalej.

### Niepewność co do efektów działań rządu w gospodarce

Każda nowa władza wygrywa, bo zaproponowała coś nowego, coś co społeczeństwo w danej chwili uważa za lepsze niż władza dotychczasowa – tak jest i obecnie w naszym kraju. Pytanie tylko, czy wszystkie obietnice



i pomysły zostaną zrealizowane, i jaki będą miały wpływ na gospodarkę. Poszczególne działania mogą dawać przeciwstawne efekty w różnym okresie. Podniesienie podatków z jednej strony hamuje gospodarkę, ale jeżeli pieniądze z tych podatków zostaną właściwie „zainwestowane”, to może okazać się, iż efekt końcowy dla gospodarki będzie pozytywny. W obecnej naszej rzeczywistości jest sporo takich obszarów, ale jest jeszcze zbyt krótki okres, aby efekty (poprawa lub spadek) były już widoczne. Liczyć się będzie sumaryczny efekt działań rządu, a to wymaga czasu, zwłaszcza, że niektóre obietnice są odkładane.

### **Struktura demograficzna polskiego społeczeństwa**

Wspomniany już dwukrotnie program „500+” został wprowadzony jako bodziec do odbudowy właściwej struktury demograficznej. A nawet jeżeli okaże się, że ten program jest skuteczny, to potrzeba wielu lat na zmiany w demografii. Natomiast już obecnie można stwierdzić, że Polska – przynajmniej w najbliższych latach – nie będzie „naprawiała” struktury demograficznej imigrantami. Polski rząd zdecydowanie odrzuca możliwość wpuszczenia do Polski imigrantów ekonomicznych, tak jak od dziesięcioleci robią to Niemcy, Francuzi, czy Anglicy.

### **Stan szkolnictwa poligraficznego**

Rozwijająca się Polska poligrafia, tak mówią liczby pomimo konkurencji e-mediów, potrzebuje coraz więcej wykształconej kadry zarządzającej i pracowniczej. Nowoczesne technologie, maszyny poligraficzne, w których bez elektroniki i informatyki ani rusz, wymagają kompetencji. Niestety technika poligraficzna oraz szkoły zawodowe, kształcące w zawodach typowo poligraficznych (technik procesów drukujących, czy intrologatorskich), mają coraz mniejszy nabór. Wydawało się, że ratunkiem będzie kształcenie w zawodzie technik procesów graficznych – ponad 5 tys. w ponad 100 szkołach. Ale na przeszkodzie uzyskania kompetentnej kadry pracowniczej staje: brak kompetentnych nauczycieli zawodu (często brak w ogóle nauczycieli zawodu), brak odpowiedniego wyposażenia do prowadzenia zajęć praktycznych oraz otwieranie klas w przypadkowych szkołach nie mających żadnego powiązania ze środowiskiem poligraficznym (gdzie przynajmniej można by pokazać jak wyglądają procesy poligraficzne, czy maszyny).

### **Niestabilna sytuacja w UE i na świecie**

Wydawać by się mogło, że odłożenie w czasie problemów Grecji, niewielkie uspokojenie gospodarek południa UE pozwoli trochę odetchnąć. Ale wyjście Wielkiej Brytanii z UE, problemy z imigrantami, zamachy terrorystyczne, rozbieżne pomysły na przyszłość UE – federacja, czy większa rola poszczególnych państw, „twarde jądro” w UE, czy równomierny rozwój itp.



– powodują brak stabilności politycznej. Na świecie też jest kilka ważnych elementów, które mogą zdecydować o pogorszeniu się sytuacji politycznej i gospodarczej. Należą do nich: wyniki wyborów w USA, działania wojskowo-polityczne Rosji, kryzys gospodarczy w Chinach (choć wiele gospodarek świata chciałoby mieć wyniki Chin), wrzenie w Ameryce Południowej, nagła zmiana w Turcji (z kraju podziwianego stała się krajem, którego się obawiamy), oczywiście dalsze problemy z terroryzmem ISIS.

## Opóźnienie w konkursach na fundusze UE

Mija trzeci rok nowej perspektywy, a liczba rozstrzygniętych konkursów na fundusze UE w porównaniu z tym co trzeba skonsumentować niewielka. Konkursy ogólnopolskie trochę ruszyły, ale konkursy regionalne w zasadzie rączkują. Jest to istotne dla zakładanego solidnego bodźca dla gospodarki odtworzeniowej, mającą przestawić się na gospodarkę rozwojową, innowacyjną, kreatywną, a przede wszystkim konkurencyjną w stosunku do innych krajów UE. Ogromnym problemem stało się przygotowanie regulaminów konkursów wg nowych uzgodnień z Komisją Europejską. Jest to problem urzędników, ale również problem firm, które są nieprzygotowane do udziału w tych konkursach. Konkursy często mają stare nazwy lub bardzo podobne, ale zasady korzystania z tych funduszy radykalnie się zmieniły. Niestety jest to bardzo zauważalne wśród firm poligraficznych. W ubiegłej perspektywie poligrafia uszczknęła ok. 8 proc. unijnej kasy, podczas gdy przemysł poligraficzny stanowi ok. 1 proc. przemysłu krajowego, powtórzenie podobnego wyniku wydaje się niewykonalne.

## Stan prawny w zakresie gospodarki

Poprzednia władza i obecna zapowiadały wiele zmian upraszczających przepisy prawa, przywracających wolność gospodarowania, niestety w dalszym ciągu są to tylko zapowiedzi. Stan prawny działa podwójnie negatywnie, z jednej strony jest on zły, ograniczający, niejasny itp., a z drugiej strony jest niepewność co do zmian, czy rzeczywiście będą one prowadziły do lepszego prawa gospodarczego. Ta niepewność wynika również z faktu, że obecna władza zapowiada „więcej państwa w państwie” oraz realizację wielu programów socjalnych, jak się to przełoży na przepisy gospodarcze – nie wiadomo. Programy socjalne są jak najbardziej potrzebne, szczególnie po okresie ślepej wiary, że wszystko załatwi „niewidzialna ręka rynku”, ale muszą to być programy biorące też pod uwagę rozwój gospodarki, a nie tylko rozdawnictwo i gaszenie chęci do pracy.



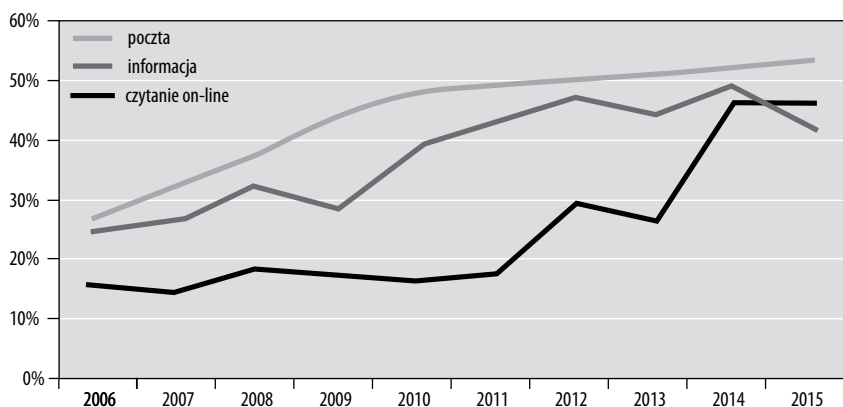
## Konkurencja e-mediów

Na koniec wydaje się, że najgroźniejszy przeciwnik poligrafii (szczególnie tej dziełowej), to e-media. Poligrafia próbuje się z nimi „układać”, ale ciągle ustępuje pola. Zagrożenie duże, realne i już występujące, a nie tylko teoretyczna obawa. Niektórzy stawiają sprawę tak – nie warto zastanawiać się czy nastąpi zupełny odwrót poligrafii na rynku czytelnictwa, trzeba się tylko zastanawiać, kiedy to nastąpi.

## Media elektroniczne

Media elektroniczne są konkurencją dla poligrafii nie tylko na polu czytelnictwa, ale również obszarach informacji i reklamy.

### Wykorzystanie internetu według celu



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS.

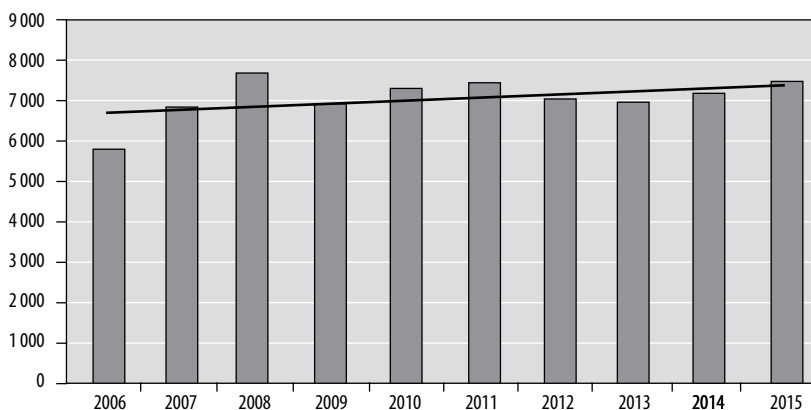
Obserwowanie wykorzystania internetu w perspektywie historycznej jest znacznie ciekawsze i dające więcej wiedzy, niż tylko bezwzględny procentowy udział. Poczta elektroniczna i pozyskiwanie informacji przez internet już od paru lat niewiele zmieniają swój poziom, nawet w 2015 roku pozyskiwanie informacji spadło. Najbardziej interesujący nas wykres czytania on-line po spektakularnym wzroście w 2014 roku (ok. 20 proc.), w 2015 roku niewiele się zmienił. Być może wykres będzie miał w następnych latach charakter schodkowy, bo podobny układ był w latach 2012-2013. Ale może większą rolę w czytelnictwie zaczynają odgrywać e-booki (legalne) czytane na czytnikach, a nie ściąganie treści poprzez internet (jak wiemy często nielegalnie). Niemniej wartości bezwzględne też trochę zastanawiają, bo tylko ok. 50 proc.



społeczeństwa używa internetu do omawianych celów, a przecież w dorosłe życie wchodzi pokolenie mające laptopy, smartfony już w kołysce.

Na rynek reklamowy można patrzeć jak na wskaźnik koniunktury gospodarczej, ale także na zmiany w sytuacji poszczególnych mediów, przez które reklama dociera do odbiorców.

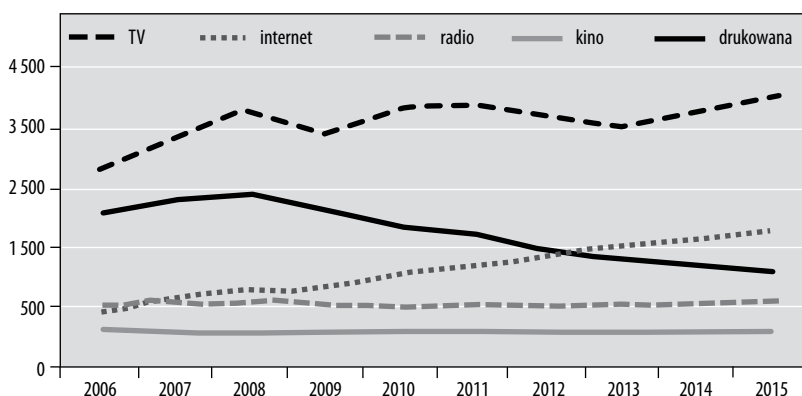
#### Rynek reklamy w Polsce ogółem w mln zł



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Starlink.

Ogólnie rynek reklamy w kolejnym trzecim roku wzrastał, tendencja ostatnich dziesięciu lat jest tendencją rosnącą. W 2015 roku wysokość przychodów z reklam była niewiele mniejsza niż w najlepszym 2008 roku.

#### Rynek reklamy w Polsce w podziale na media reklamowe w mln zł

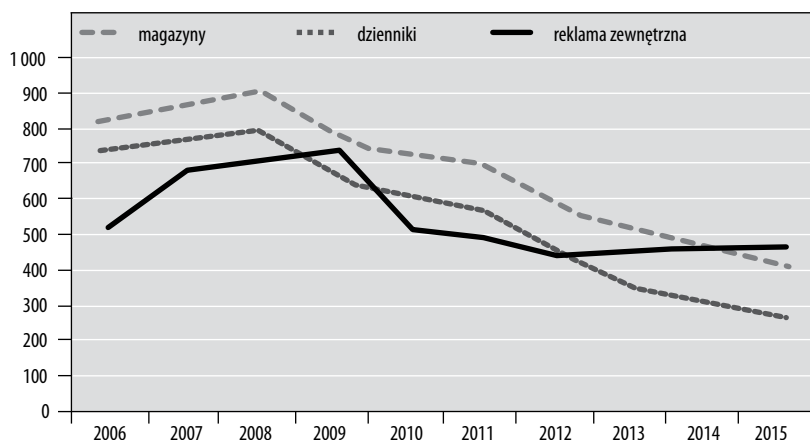


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Starlink.



Równie ciekawa historycznie na przestrzeni dziesięciu lat, a nie w ostatnim roku, jest sytuacja reklam w poszczególnych mediach. Reklama telewizyjna pomimo wzlotów i upadków jest cały czas niekwestionowanym liderem, wzrost o ok. 44 proc. Reklama internetowa dziś i dziesięć lat temu to zupełnie inna półka, wzrost ponad czterokrotny i jak widać cały okres zdecydowana tendencja wzrostowa, nawet w okresach kryzysu nie było zahamowań, tak jak w reklamie TV. Reklamy w radiu, wzrost o ok. jedną czwartą i reklama kinowa, wzrost o ok. 60 proc. mają tendencję w zasadzie prostych równoległych do osi czasu. Najbardziej nas interesująca reklama drukowana w omawianym okresie spadła o połowę i dalej spada.

### Rynek reklamy drukowanej w Polsce w mln zł



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Starlink.

W okresie dziesięciolecia reklama w dziennikach spadła do ok. jednej trzeciej swojej wartości, reklama w magazynach (tygodniki, miesięczniki) ma wartość poniżej 50 proc. pierwotnej. Bardziej złożona jest historia reklamy zewnętrznej. Po znacznych wzrostach w latach 2006-2009 nastąpiły spadki do 2012 roku, od tego czasu wartość reklamy wzrasta i obecnie zajmuje pierwsze miejsce wśród reklam drukowanych (zaczynała od trzeciego), chociaż nie osiągnęła jeszcze swojego najlepszego wyniku z 2009 roku. Nie oznacza to też, że reklama zewnętrzna będzie rozwijała się bez przeszkód, są ruchy społeczne w dużych miastach (szczególnie w Warszawie), które zamierzają ograniczyć reklamę zewnętrzną na budynkach.



## Fundusze UE

Konkursy na fundusze UE niemrawo ruszają (jeszcze w 2015 roku w zasadzie ich nie było), jest pytanie podstawowe, czy zdążymy jako Polska konsumować przyznane nam fundusze? Obserwując to, co się dzieje wokół funduszy i jaki będą miały wpływ na poligrafię – kilka spostrzeżeń:

- firmy poligraficzne w znacznie mniejszym stopniu składają wnioski w konkursach,
- wśród firm związanych z poligrafią wnioski składają firmy „z obrzeży” poligrafii, tradycyjne – firmy dziełowe w zasadzie czekają (na co?),
- w dalszym ciągu termin innowacyjność jest traktowany jako coś co trzeba obejść, aby otrzymać fundusze na wybrane maszyny,
- część firm rezygnuje ze składania wniosków, bojąc się zmian w przepisach, które regulują rozliczanie dotacji (a co będzie, jak każą mi zwrócić dotację?),
- większe zainteresowanie konkursami regionalnymi.

Chociaż są podawane z wyprzedzeniem daty ogłaszania konkursów i daty składania wniosków, firmy czekają na ostatnią chwilę, co szkodzi jakości składanych dokumentów.

Uważam, że polska poligrafia może przegapić szansę stania się przemysłem innowacyjnym, bo w dalszym ciągu myśli w kategoriach odtworzeniowych – lepsze maszyny, a nie lepsze produkty. A przecież tyle cyfryzacji, tyle elektroniki i informatyki, tyle nanomateriałów jak w poligrafii ma rzadko który przemysł, a jest to doskonała podstawa do myślenia innowacyjnego. Ale przykładem myślenia części polskich poligrafów o innowacji jest następująca definicja, którą usłyszałem w jednej z drukarni (autentyk) – innowacyjność powinna mieć następujące cechy:

- klient końcowy (czytelnik, konsument) nie może zapłacić za innowacyjność ani pół grosza,
- klient zamawiający (wydawnictwo, producent, usługodawca) nie powinien nawet wiedzieć, że jest wprowadzana jakaś innowacyjność,
- dana innowacyjność musi dać pewność otrzymania dotacji na maszyny, na które już się zdecydowaliśmy i chcemy je kupić.



## Otoczenie konkurencyjne w poligrafii

Klasyczna metoda oceny sektorowej „Pięć sił Portera” analizowana nie tylko ocenami w danym roku, ale również w perspektywie historycznej dostarcza informacji o możliwych szansach i zagrożeniach. Patrzenie przez pryzmat konkurentów, dostawców, nabywców i klientów pozwala ocenić aktualną sytuację poligrafii.

### „Pięć sił Portera”

Groźba nowych wejść konkurentów				
Czynnik	Kierunek oceny	Waga	Ocena	Siła
Rentowność sektora	duża – wysoko	0,18	2	0,36
Faza rozwoju produktów	rozwój – wysoko	0,14	-2	-0,28
Potrzeby kapitałowe	wysokie – nisko	0,12	-4	-0,48
Ekonomia skali	duża – nisko	0,12	0	0,00
Siła marki firmy	wysoka – nisko	0,08	0	0,00
Koszty zmiany dostawcy przez klientów	małe – wysoko	0,08	4	0,32
Korzystanie z dopłat UE	łatwe – wysoko	0,08	-3	-0,24
Dostęp do technologii	łatwy – wysoko	0,08	4	0,32
Dostęp do kanałów dystrybucji	łatwy – wysoko	0,06	4	0,24
Koszty wyjścia	wysokie – nisko	0,06	1	0,06
suma		1,00		0,30
Siła przetargowa dostawców				
Czynnik	Kierunek oceny	Waga	Ocena	Siła
Konkurencja wśród dostawców	wysoka – niska	0,18	-3	-0,54
Udział dostaw w kosztach	wysoki – wysoko	0,14	4	0,56
Zróżnicowanie produktów dostawców	wysokie – wysoko	0,12	3	0,36
Znaczenie dostaw dla rentowności sektora	duże – wysoko	0,12	5	0,60
Niepowtarzalność produktów dostawcy	wysoka – wysoko	0,10	1	0,10
Liczba dostawców	wysoka – wysoka	0,08	3	0,24
Znaczenie sektora dla dostawców	wysokie – nisko	0,08	-4	-0,32
Dostępność substytutów	wysoka – niska	0,06	-2	-0,12
Groźba integracji w przód dostawców	wysoka – wysoko	0,06	-1	-0,06
Koszty zmiany dostawcy dla sektora	wysoki – wysoko	0,06	-2	-0,12
suma		1,00		0,70
Siła przetargowa nabywców (klientów)				
Czynnik	Kierunek oceny	Waga	Ocena	Siła
Koncentracja nabywców wobec sektora	wysoka – wysoko	0,15	4	0,60
Znajomość kosztów sektora przez nabywców	wysoka – wysoko	0,15	5	0,75
Wolumen zakupu	wysoki – wysoko	0,12	1	0,12
Zróżnicowanie produktów	wysokie – nisko	0,10	-2	-0,20



Siła przetargowa nabywców (klientów)				
Czynnik	Kierunek oceny	Waga	Ocena	Siła
Koncentracja nabywców wobec sektora	wysoka – wysoka	0,15	4	0,60
Znajomość kosztów sektora przez nabywców	wysoka – wysoko	0,15	5	0,75
Wolumen zakupu	wysoki – wysoko	0,12	1	0,12
Zróżnicowanie produktów	wysokie – nisko	0,10	-3	-0,30
Wkład sektora w jakość produktów nabywcy	wysoki – nisko	0,10	-4	-0,40
Koszty zmiany dostawcy dla nabywców	niskie – wysoko	0,10	5	0,50
Liczba nabywców	wysoka – nisko	0,08	2	0,16
Udział w tworzeniu kosztów nabywców	wysoki – wysoko	0,08	-1	-0,08
Groźba integracji wstecz nabywców	wysoka – wysoko	0,06	3	0,18
Zyski nabywców	wysokie – nisko	0,06	0	0,00
suma		1,00		1,53
Natężenie konkurencji w sektorze				
Czynnik	Kierunek oceny	Waga	Ocena	Siła
Liczba konkurentów	duża – wysoko	0,18	4	0,72
Przyrost zdolności produkcyjnych	wysoki – wysoko	0,16	4	0,64
Stopa wzrostu sektora	niska – wysoko	0,10	1	0,10
Termin płatności klientów	długi – wysoko	0,10	5	0,50
Koszty stałe	wysokie – wysoko	0,10	3	0,30
Udział długoterminowych kontraktów	niski – wysoko	0,08	3	0,24
Koszty zmiany dostawcy przez klientów	małe – wysoko	0,08	4	0,32
Zróżnicowanie działania konkurentów	wysokie – wysoko	0,08	5	0,40
Zróżnicowanie produktów sektora	wysokie – nisko	0,06	-4	-0,24
Koszty wyjścia	wysokie – nisko	0,06	0	0,00
suma		1,00		2,98
Groźba pojawienia się substytutów				
Czynnik	Kierunek oceny	Waga	Ocena	Siła
Udział nowych potrzeb klientów	wysoki – wysoko	0,30	5	1,50
Zyskowność sektorów produkujących substytuty	wysoka – wysoko	0,30	4	1,20
Skuteczność cenowo-jakościowa substytutów	wysoka – wysoko	0,30	2	0,60
Faza rozwoju produktów	rozwój – nisko	0,10	-1	-0,10
suma		1,00		3,20

Źródło: opracowanie własne.

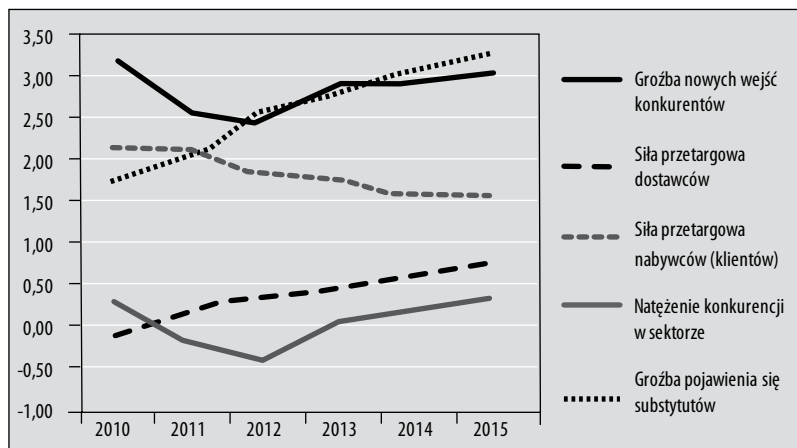
### Zmiany „Pięciu sił” M.E. Portera w latach 2010-2015

Czynnik	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Groźba nowych wejść konkurentów	0,24	-0,22	-0,44	0,04	0,18	0,30
Siła przetargowa dostawców	-0,12	0,18	0,30	0,44	0,56	0,70
Siła przetargowa nabywców (klientów)	2,07	2,09	1,77	1,69	1,53	1,53
Natężenie konkurencji w sektorze	3,14	2,50	2,42	2,86	2,88	2,98
Groźba pojawienia się substytutów	1,70	2,00	2,50	2,70	3,00	3,20

Źródło: opracowanie własne.



## Graficzna prezentacja zmian „Pięciu sił” M.E. Portera w latach 2010-2015



Źródło: opracowanie własne.

W latach 2010-2015 zmiany w poszczególnych siłach nie były identyczne, chociaż na pięć sił cztery wykazują dynamikę wzrostową.

Nie słabnie zagrożenie ze strony substytutów, od 2010 roku wzrost prawie dwukrotny, chociaż ostatni rok już mniej dynamiczny. Substytuty obejmują nie tylko produkcje działowe, ale „wchodzą” na teren reklamy i innych akcydensów. Kto dziś pamięta książeczki czekowe zastąpione przelewami elektronicznymi lub kartami płatniczymi (choć przy kartach płatniczych poligrafia „dostała” pracę).

Natężenie konkurencji w ostatnich latach nie ma zbyt wysokiej dynamiki, ale w dalszym ciągu wskaźnik rośnie. Konkurencja w poszczególnych obszarach poligrafii jest różna, w druku dziełowym po okresie spektakularnych upadków nastąpił podział „tortu”, co nie oznacza, że pojedyncze firmy nie padają lub z małych firm dziełowych rosną średnie firmy. Ale już na rynku opakowań jest duży ruch i nawet przy wysokiej dynamice przyrostu zleceń daje się odczuć presję konkurencji.

Jedyny czynnik, który systematycznie spada to siła przetargowa klientów, w roku ubiegłym nie uległa zmianie. Dzieje się tak pomimo pewnych zmian w obrębie czynników tego sektora, jedne czynniki wzrastają inne spadają, a końcowy wynik pozostał bez zmian. Siła przetargowa klientów w dużej mierze wynika z jej słabości finansowej, drukarnie nie mogą zbyt wybrzydzać wśród klientów, bo pod względem finansowym niewiele ich różni – stąd długie terminy płatności i brak wzrostu cen na usługi poligraficzne. Być może jak klienci naszych klientów będą bardziej zasobni w gotówkę to układ się zmieni, a takie są prognozy.



Siła przetargowa dostawców rośnie, w roku ubiegłym o ok. 25 proc., a w analizowanym okresie ponad pięciokrotnie, przy pozostaniu w wartościach bezwzględnych przy niezbyt wysokiej wartości. Wydaje się, że przyczyną takiego stanu rzeczy jest pewien zastój wśród dostawców. Pomimo pojawiania się nowych materiałów (nanomateriały) w zasadzie nie obserwuje się wejścia do poligrafii nowych dostawców, nie mówiąc już o dostawcach maszyn i urządzeń. Kto był w poligrafii 15-20 lat temu i odszedł do innego sektora gospodarki, przy powrocie spotka prawie tych samych dostawców papieru, klejów, maszyn drukujących, czy intrologatorskich.

Groźba nowych wejść konkurentów miała załamanie w okolicach 2012 roku, ale od tego czasu rośnie – w ostatnim roku o ponad 60 proc., chociaż w cały sześcioletnim okresie wzrost wskaźnika tylko o 25 proc.