

פרופיל עסקי ענפי:

בתי דפוס

הענף:

נתוני הענף

בישראל פועלים כיום, על פי הערכה, כ- 1,070 בתי דפוס, בחלוקה גיאוגרפית כדלקמן:

- ◀ ירושלים וסביבתה – כ- 150
- ◀ ת"א והמרכז – כ- 500.
- ◀ חיפה והצפון – כ- 220.
- ◀ השפלה והדרום – כ- 115.
- ◀ השרון – כ- 85.

חלוקת משנה ענפית

הענף מחולק בהתאם לסוג הציוד ואפשרויות ההדפסה בבית הדפוס. סוגי ההדפסה העיקריים הם:

- ◀ אופסט.
- ◀ דיגיטאלי.
- ◀ בלט.
- ◀ פרוצס.

סוג הציוד מכתוב את יעוד בית הדפוס ובמידת מה את קהל הלקוחות שלו. מכונות אופסט מתאימות להרצות ארוכות ואילו הדפסה דיגיטאלית להרצות קצרות או מידע משתנה.

חלוקת משנה אפשרית נוספת היא בהתאם לייעוד וגודל בית הדפוס – לעבודה מול קהל לקוחות פרטי (הזמנות לאירועים), עסקים קטנים (בעיקר ניירת משרדית ופרסומים זולים) או לקוחות גדולים.

השוק:

מאפייני השוק

- ◀ בענף פועל מספר רב של מתחרים עצמאיים, בתנאי תחרות ביניהם. קיים בשוק יתרון לגודל, הן בהוצאות ייצור והן בהוצאות תפעול.
- ◀ השוק מציג בשנים האחרונות התקדמות טכנולוגית מואצת, עם חדירתן והוזלתן של טכנולוגיות הדפסה דיגיטאלית.
- ◀ בשוק הישראלי כיום עודף כושר ייצור. על פי אחת ההערכות, ישראל יכולה לספק את צרכי הדפוס של מערב אירופה כולה. מצב זה מביא לשחיקת מחירים משמעותית לאורך השנים, וליציאתם של עסקים רבים מהענף.

לקוחות: הגדרת שוק היעד וגודלו, פילוח השוק

- ◀ את לקוחות ענף הדפוס ניתן לחלק ל- 2 קבוצות עיקריות: לקוחות עסקיים ולקוחות פרטיים.
- ◀ לקוחות עסקיים: כל עסק, בכל גודל, נדרש לשירותי דפוס, החל בחשבונות, קבלות, כרטיסי

ביקור וניירת עסקית וכלה בעבודות מורכבות בצבע מלא – ספרות, קטלוגים, פולדרים, ברושורים, חוברות תדמית ועוד.

◀ קבוצה ייחודית בקבוצת הלקוחות העסקיים היא קבוצת המו"לים הנזקקת להדפסת ספרים, עיתונים, מגזינים. הדפסות אלו יבוצעו בד"כ בבתי דפוס גדולים.

◀ לקוחות פרטיים: מהווים את הקבוצה הקטנה יותר בסך הלקוחות. נזקקים לשירותי בית דפוס על בסיס מזדמן, בעיקר לצורך הדפסת הזמנות לאירועים או עבודות חד פעמיות קטנות.

תחרות

התחרות בענף רבה וחריפה. בענף, כאמור, יש עודף כושר ייצור, מצב המביא לשחיקת מחירים. התחרות העיקרית הנה מצד בתי דפוס בקרבה גיאוגרפית או בתי דפוס מרוחקים עם יתרון לגודל הנובע ממיכון או מהיקפי עבודה המאפשרים הורדה בהוצאות התפעול. לאחרונה מתפתח תחום הדפוס באמצעות האינטרנט – מדיום המאפשר גם לבתי דפוס מרוחקים לבצע עבודות ללקוחות ללא תלות במיקום, ובעלויות נמוכות יחסית.

ספקים

בית דפוס עובד מול מספר רב יחסית של ספקים:

- ◀ בהקמה – ספקי מכונות דפוס ו/או מכונות דיגיטאליות. בענף קיים שוק לציוד משומש. בפעילות השוטפת:
- ◀ ספקי נייר ומעטפות מסוגים שונים.
- ◀ ספקי צבעים.
- ◀ קבלני משנה לביצוע עבודות שאינן מבוצעות בבית הדפוס – פרוצס, שטנץ, קיפול וכו'.
- ◀ מכונת צילום – שכירת המכונה גופא ותשלום חודשי בגין פעימות מונה.

אמצעי שיווק

אמצעי השיווק העיקריים המקובלים בענף הם:

- ◀ פרסום בעיתונות מקצועית ובדפי זהב.
- ◀ העסקת אנשי מכירות.
- ◀ פרסום באינטרנט.
- ◀ שילוט בית העסק.

כיווני התפתחות עתידיים:

על העסקים בענף פועלות מספר מגמות:

- ◀ פיתוח טכנולוגי מואץ.
 - ◀ עודף כושר ייצור.
- נראה כי 2 מגמות אלו יביאו לחיזוקם של עסקים בעלי יתרון לגודל, היכולים להשקיע את ההשקעות הנדרשות ולהציג תקורות נמוכות, ביחס לעסקים בעלי היקף פעילות נמוך יחסית.

גורמים משפיעים על הצלחה:

הצלחתו של עסק לפעול כיום בענף טמונה ביכולתו לשמור על היקפי עבודה מספקים, אשר יביאו לניצול מרבי של כושר הייצור שלו ולכיסוי עלויות התפעול. במקביל – נדרשת התאמת הוצאות התפעול להיקף הפעילות ושמירה על רמה נמוכה ככל האפשר של הוצאות אלו.

מחסומי כניסה לענף:

לעיסוק בענף נדרשת הכשרה מקצועית.
חסם כניסה נוסף הנו ההשקעה הכספית הנדרשת, אשר תלויה בסוג העסק ובציודו.

כח אדם:

הפעלת בית דפוס דורשת כ"א להלן:

- ◀ ניהול – בד"כ הבעלים.
- ◀ דפסים, במספר מכוונות הדפוס בבית העסק.
- ◀ מפעילים / עוזרים נוספים – חיתוך, איסוף, הדבקה, אריזה ופעולות נוספות.
- ◀ גרפיקה – לצורך הכנת החומר לדפוס, עבור הלקוחות.
- ◀ כ"א מינהלי – בהתאם לגודל ולהיקף העבודה בבית העסק.
- ◀ אנשי מכירות, נהגי חלוקה.

ציוד נדרש:

- ◀ מכוונות דפוס – בהתאם לתחום העיסוק ולהתמחות בית העסק. ניתן לרכוש מכוונות משומשות.
- ◀ מכוונות צילום / דפוס דיגיטאלי.
- ◀ מחשב + תוכנות גראפיות.
- ◀ גיולטינה.
- ◀ ציוד ייעודי נוסף – איסוף, קיפול וכו'.
- ◀ ציוד משרדי.

מימון:

השקעה נדרשת

ההשקעה הנדרשת תלויה בסוג המכוונות בהן מצטייד העסק: החל ב- 25'א' ₪ למכוונת ¼ גיליון משומשת ועד מיליוני ₪ למדפסת דיגיטאלית. לפיכך, בשל מורכבות ההשקעה ומגוון האפשרויות, אין לוותר על בדיקת מומחה לפני ביצוע ההשקעה.

פדיון ורווחיות בענף

הרווח הגולמי בענף מוערך ב- 45-55%. ככל שבית הדפוס גדול יותר יהיה הרווח הגולמי גבוה יותר בשל יכולתו של העסק לרכוש בתנאים משופרים ולנצל את המיכון ביעילות גבוהה יותר.

השוונות הרבה בענף מקשה על הצגת פדיון לעסק "סטנדרטי".

תנאי תשלום מקובלים

תנאי התשלום בענף הנם כמקובל כיום – שוטף + 30-60 (בהסכם) ועד שוטף + 120-180 (בפועל).

רמת הסיכון:

עודף כושר הייצור, שחיקת המחירים והרווחיות מעמידים את הענף ברמת סיכון גבוהה. מנתוני חב' BDI עולה כי הענף נמצא בראש רשימת הענפים בהם מוסר התשלומים הוא הירוד ביותר.

תהליכי עבודה אופייניים:

תהליכי העבודה משתנים בהתאם לגורם הייצור: הדפסה עצמית בבית הדפוס או הוצאה לדפוס חיצוני. בהדפסה עצמית בבית הדפוס:

- ◀ קבלת הזמנה מלקוח, הכנת הצעת מחיר וקבלת אישור הלקוח.
 - ◀ ביצוע עבודת גרפיקה במידה ונדרש, והעברה לאישור הלקוח.
 - ◀ הזמנת נייר, באם נדרש נייר ייחודי שאינו במלאי.
 - ◀ העברה להדפסה ותהליכים משלימים: איסוף, קיפול, כריכה, הדבקה, אריזה.
- בייצור על ידי ספק חיצוני:

- ◀ קבלת הזמנה מלקוח, הכנת הצעת מחיר וקבלת אישור הלקוח.
- ◀ ביצוע עבודת גרפיקה במידה ונדרש, והעברה לאישור הלקוח.
- ◀ קבלת הצעות מחיר מהספק וניהול מ"מ מולו.
- ◀ הוצאת העבודה לספק וקבלתה מוגמרת.

רישיונות ואישורים:

נדרש רישיון עסק מהרשות המקומית ומהמשרד לאיכות הסביבה.

ביטוחים:

- ◀ ביטוח עסק (תכולה ומלאי) וביטוח צד שלישי.
 - ◀ ביטוח חבות מעבידים.
 - ◀ ביטוח אובדן הכנסות.
 - ◀ ביטוח סחורה בהעברה.
- בנוסף למצוין לעיל, מומלץ להיוועץ בסוכן ביטוח לגבי הצורך בביטוחים נוספים.

כתובות רלבנטיות:

- ◀ ארגון יצרני הדפוס ומוצרי הנייר, התאחדות המלאכה והתעשייה בישראל, רח' המרד 27 ת"א. טל. 03-7959104, פקס. 03-5103277.
- ◀ ענף הדפוס בהתאחדות התעשיינים בישראל, רח' המרד 29 ת"א. טל. 03-5198849.

טיפים:

- ◀ בשל רמת הסיכון הגבוהה, מומלץ לפני הקמת עסק בתחום לבצע בדיקת כדאיות כלכלית הבוחנת את ההשקעות הנדרשות, את ההוצאות השוטפות, את המימון הנדרש ומקורותיו ואת ההכנסה והרווח החזויים.
- ◀ יש לבחון היטב את הסביבה העסקית ובייחוד את המתחרים ואת אוכלוסיית היעד, תוך זיהוי נטיות וצרכים ספציפיים לה.
- ◀ מומלץ להיעזר במט"י המקומי בהקמת העסק ובהפעלתו.

1. מאמצים רבים הושקעו בהבטחת מהימנות ונכונות הנתונים והמידע המופיעים בפרופיל עסקי ענפי זה. יחד עם זאת **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**, מט"י-ישראל, מ"ל הפרופיל ו/או עורכו אינם אחראים לדיוק הנתונים המופיעים בו, ו/או לכל שינוי בהם.
2. השימוש בפרופיל זה ו/או במידע המופיע בו הינו באחריות בלעדית של המשתמש, ואין הרשות לעסקים קטנים, מט"י-ישראל, מ"ל הפרופיל ו/או עורכו אחראים לתוצאות ולנובע מהשימוש הנ"ל.
3. המידע המובא בפרופיל אינו מהווה תחליף לבדיקה אישית ומקצועית של הנתונים הרלבנטיים, בטרם פועלים על פיהם.
4. פרופיל עסקי זה נערך בפברואר 2005 על-ידי אמיר כבירי - ייעוץ כלכלי ועסקי עבור **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**.