

УДК 655.3.06:686.816

М. С. Кадиляк, Т. Б. Шира, Т. І. Микитин

Українська академія друкарства

ТЕНДЕНЦІЇ ВИГОТОВЛЕННЯ ТА ТОВАРОЗНАВЧІ ОСОБЛИВОСТІ ЗОШИТІВ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

Розглядається нормативна база, що регламентує виготовлення і використання зошитів згідно з споживацькими потребами. Характеризуються основні виробники зошитів та їх місце на ринку. Особлива увага приділяється таким товарознавчим особливостям зошитів як функціональне призначення та оформлення.

Зошит, обкладинка, поліграфічна продукція, ринок

Останніми роками на ринку дитячих шкільних канцтоварів чітко сформувалася така тенденція: споживачі стали вимогливими не до ціни, а до якості товару. Сьогодні значно більший попит мають такі товари, які відповідають найвищим вимогам — це, наприклад, високий відсоток білизни паперу зошитів і альбомів для малювання, відповідний естетичний вигляд і висока щільність обкладинок. На сьогодні український ринок насичений шкільними зошитами. Серед них найпоширенішою є продукція українських виробників. Останніми роками бренди, під якими виробляються зошити, почали чіткіше позиціонування за категоріями якості. Така переорієнтація пов'язана, передусім, зі зміною філософії споживача – переорієнтації з імпортних зошитів на українські, що збіглося з реконструкцією та створенням високотехнологічних підприємств поліграфії. Причому споживачі висувають вимоги не тільки до якості продукції, а й до якості асортименту, що змушує підприємства при виготовленні зошитів орієнтуватися на культурні, художні, музичні та інші уподобання споживачів.

Аналізу видів паперово-білової продукції присвячені праці представників різних шкіл і напрямів [1, 3]. Можна впевнено стверджувати, що формування вітчизняної поліграфічної мережі ще не завершене, адже слід чекати його подальшого розвитку [4].

Метою роботи є аналіз сучасного виробництва зошитів, функції сучасних шкільних зошитів і оформлення їх обкладинки.

Ринок шкільних зошитів набув стрімкого розвитку і став достатньо конкурентним і стабільним: виробничу активність виявляють більш ніж 20 підприємств, але у зв'язку з нещодавнім виходом з ринку деяких виробників ситуація може швидко змінитися. Виробництво зошитів загалом є експортно-орієнтованим. Така ситуація зберігається, зокрема, протягом останніх півроку. Експорт продукції асортиментного ряду зошитів з України у третьому кварталі 2011 р. становив близько 961 тис. дол. США, що на 19 % менше порівняно з попереднім кварталом. Конкурентоздатність вітчизняної продукції цього

сектора на зовнішньому ринку знижується. Імпорт продукції асортиментного ряду зошитів в Україну в третьому кварталі 2011 р. становив близько 187 тис. дол. США, що на 10 % менше порівняно з попереднім кварталом. Українська продукція сектора конкурентноздатна на зовнішньому ринку.

За даними асоціації «Укрпапір», лише за липень українські підприємства випустили 57,4 млн зошитів. І якщо ще десять років тому на українському ринку була переважно імпортна продукція (у 2002 р. в Україну ввезли 6 тис. тон зошитів), то тепер вітчизняні виробники практично витіснили імпорт. Окрім того, українські зошити навіть йдуть на експорт, переважно у країни СНД та Прибалтики. Сьогодні на ринку цілком достатньо якісних українських зошитів, хоча й за не надто низькими цінами. Загалом, позитивним моментом сьогодні на ринку зошитів є також те, що значно зменшилася кількість польської та російської продукції. Українські виробники повністю задовольняють попит вітчизняного покупця на зошити, хоч зараз вони і не мають підтримки з боку держави.

Зошити є товаром дитячого асортименту першої необхідності, вони супроводжують дитину з раннього дитинства й до повного формування особистості. Отож ця продукція повинна бути відмінної якості, безпечною для незміцнілого, несформованого організму. Сучасна нормативно-правова база України повною мірою задовольняє вимоги щодо якості шкільних зошитів, проте не врегулює всіх питань, що виникли у зв'язку зі змінами цього різновиду видавничо-поліграфічної продукції [4].

Так, в Україні скасовано обов'язкову сертифікацію зошитів шкільних та загальних, яка з 15 червня 2002 р. захищала права споживачів. Відповідно до Указу Президента України з січня 2007 р. «Товари з паперу шкільні та канцелярські» виключили з переліку товарів, що підлягають обов'язковій сертифікації в Україні. Для того, щоб хоча б якимось чином регулювати ситуацію, згідно з наказом Держспоживстандарту України зошити шкільні та зошити загальні підлягають обов'язковому декларуванню про відповідність.

Безпека продукції передусім залежить від безпечності сировини та матеріалів, з яких виготовлені зошити. Це гігієнічні вимоги, токсичність матеріалів, фізико-механічні та фізико-хімічні показники. Зокрема, вміст біленої целюлози впливає на якість письма і зумовлює додаткову вагу дитячого ранцю. Показники безпеки, які характеризують готові вироби, мають відповідати вимогам чинних нормативних документів, щоб не призводити до негативного впливу на зір, психологічний статус, працездатність, а також спричиняти погіршення здоров'я дітей внаслідок міграції фарб та інших компонентів до навколишнього середовища. Значення показника білості може свідчити про наявність у папері оптичних люмінесцентних відбілювальних речовин, дія яких заснована на їх здатності випромінювати променеву енергію під час поглинання падаючих на них променів. Великі концентрації цих речовин (понад 88 %) шкідливо впливають на здоров'я і можуть призвести до небажаних наслідків.

Для виготовлення зошитів має використовуватися папір, що забезпечує непрозорість (не менше 90%) із зворотного боку, щоб попередити пов'язані з цим можливі порушення зору.

Більшість імпортних зошитів і зошитів, вироблених в Україні з офсетного паперу, мають білизну, вищу за 88 %, що не дозволено нормативними документами і чинними санітарно-гігієнічними нормами до друкованої продукції для дітей. Це стосується також «макулатурного паперу», що має білизну, нижчу за 70 %. Висока і низька білизна паперу негативно впливає на зір дітей. Раніше використовувався офсетний папір з показниками «непрозорості» 40–60% при нормі 90% та оптичними відбілювачами і заниженою масою паперу площею 1 м² (граматурою) до 57 г. Зошити шкільні та загальні не повинні мати надривів, порізів, забруднень, складок, зморшок, залощених і матових смужок та інших дефектів, що заважають якісній роботі учнів у зошиті.

Доволі сильна конкуренція серед вітчизняних паперово-білових виробів відчувається у секторі шкільних зошитів середньої вартості. Результати перевірок якості і безпеки шкільних зошитів Держспоживстандартом України показали, що 18,5 % з них, що реалізуються на ринку не відповідають вимогам нормативних документів, 28,5 % не мають документів, що засвідчують якість та безпеку [4].

Згідно з ДСТУ 4736:2007 «Зошити шкільні. Загальні технічні умови» на сторінках обкладинки дозволено розміщувати ілюстровану та навчальну інформацію державною мовою за узгодженням її змісту з Міносвіти України. Донедавна зошити шкільні підлягали обов'язковій сертифікації в Україні. Відповідно до зміненого списку сертифікації товарів ця продукція вилучена. Обов'язкову сертифікацію замінено процедурою підтвердження відповідності, яка є добровільною. Контроль за якістю шкільних зошитів з боку держави значно послабився. Відтепер основна відповідальність за це покладається на виробника, його сумління та турботу про здоров'я споживача.

Основною складовою частиною зошита є папір, який в Україні майже не виготовляється, а імпортний папір не відповідає нормативним документам, тому постає проблема виготовлення паперово-білових товарів нешкідливих для дітей та з бажаними показниками якості.

Зрозуміло, що сторінки не повинні мати різних дефектів, що заважають якісній роботі учнів у зошиті. Зріз зошитів має бути рівним та чистим, а кути можуть бути прямі або закруглені. Щодо вигляду безпосередньо аркушів — основні лінії у зошитах можуть бути фіолетового, зеленого, блакитного та сірого кольорів, горизонтальні лінії на розгортці у місці згину аркушів мають збігатися, допустиме їх відхилення — не більше 2 мм. Лінії графічних сіток мають збігатися на лицевій та зворотній сторінках. Кориснішими для зору будуть такі, сторінки яких мають колір світлого пряженого молока, адже надмірна білизна «різатиме» очі, а для читання тексту на жовтуватих сторінках доводиться напружувати зір.

Великий вибір дизайнів обкладинки — світлі, яскраві барви, модна кольорова гама з використанням різних текстур, казкові сюжети, використання образів популярних персонажів Disney, Hello Kitty, Me to you. Це можуть бути герої мультфільмів, серіалів; зірки шоу-бізнесу, спорту; пейзажі, красвиди; визначні пам'ятки; зображення тварин та рослин; абстрактні орнаментальні композиції. Для кожного віку є свої кумири, і виробники мають це враховувати. Українські школярі більшого значення надають обкладинкам, ніж європейські. У Європі видавництва друкують однакові обкладинки чотири роки поспіль, в Україні, лише вийшов новий серіал чи мультфільм — уже його герої на обкладинках зошитів.

Для обкладинки використовуються спеціальні види картону та пластику і різноманітне оздоблення обкладинки, таке, як глітерне лакування, яке надає блиску, яскравості та мерехтіння лакованим поверхням, одночасно підкреслюючи дизайнерські оригінальні елементи та об'єкти. Це покриття обкладинки вибірково ультрафіолетовим лаком, у який в певних пропорціях домішані глітери (блискучі частинки певного кольору). Для надання довговічності зошитам, використовують суцільне ультрафіолетове лакування задрукованої поверхні обкладинки лаком, що висихає під дією ультрафіолетового випромінювання та сприяє тривалому використанню зошита, забезпечує високий захист обкладинки від сонячного світла, вологи, бруду, а також надає обкладинці стійкості до витирання. Найбільшої привабливості надає флокування — це вибіркоче покриття обкладинок синтетичними елементами у вигляді ворсу, що надає обкладинці неперевершеного вигляду (аналог м'якої замші). Флокована поверхня особливо підкреслює вибрані елементи, має приємні тактильні властивості та вирізняє готовий продукт з-поміж аналогічних. Такі обкладинки впливають на формування естетичних смаків та вподобань дітей і підлітків, перетворюють утилітарну річ майже на художній виріб, спричиняють позитивні емоції і бережливе ставлення [2].

Аналіз сучасних українських шкільних зошитів засвідчив тенденцію до розшарування користувачів продукції за різними критеріями. Зміст обкладинки та кількість аркушів залежать від віку учнів, їх статі. Тендерний аспект є дуже важливим чинником: різні кольори та змістове наповнення характеризують продукцію, призначену для хлопців і дівчат. Така диференціація є певним чином виправданою. Однак викликає занепокоєння поділ користувачів за майновим принципом. Якщо раніше учні не мали альтернативи й користувалися однаковими зошитами, то нині існує широкий вибір, зокрема, й у ціновому відношенні, і шкільний зошит перетворюється на предмет престижу. Цього прагнуть і самі виробники.

Багато вітчизняних виробників зошитів відомих торгових марок: «Бріск», «Тетрада», «Зошит України», «Мрії збуваються», видавництва «Поділля» і «Школяр» реалізують продукцію в Україні та за її межами. Усього в Україні зошити виготовляють 107 підприємств, з них 17 входять в «Асоціацію виробників зошитів». На 12 виробників припадає 90 % всього обсягу

виробництва зошитів, серед яких «Біблос» (м. Львів), «Поліграфіст» (м. Київ), «Преса України» (м. Київ), «Поліграфсервіс» (м. Харків). Поряд з традиційними поліграфічними підприємствами, які засновані на державній формі власності, виникло багато поліграфічних підприємств, заснованих на приватному капіталі. Ці підприємства переважно зорієнтовані на спеціальні ринкові ніші [2].

Упродовж останніх років спостерігається загострення конкуренції між виробниками паперово-білових виробів щодо збільшення власної частки доходу на ринку зошитів. При цьому рівень рентабельності зошитів поступово знижується. У такій ситуації замовлення на зошити супроводжуються зростаючими вимогами до рівня якості продукції та запитами щодо розширення товарного асортименту. Отож формування галузі виробництва зошитів періодично затримується інноваційними процесами, процесами перегрупування сил впливу, переорієнтації та реорганізації виробництва та зв'язків зі збутовими мережами, поглиблення економічних зв'язків з іншими контрагентами. В умовах насичення ринку зошитами вітчизняного виробництва спостерігається часткове обмеження можливостей для зростання всім суб'єктам галузі.

Як відомо, товари для школи характеризуються сезонністю продажу. Чітко окреслену сезонність мають зошити, альбоми. Фахівці визначають три хвили продажу продукції протягом усього року. Найбільший серед них — літній (липень-серпень). До цього ж періоду належить і друга половина вересня. Інший «піковий» період — це передноворічні свята, коли батьки роблять дітям невеличкі подарунки. У цей період продається в основному так звана дрібна шкільна група — альбоми, зошити, фломастери, фарби тощо. І третій момент споживацької активності збігається з випуском малюків із дитячих садочків, коли батьки поспішають зробити перший «шкільний» подарунок своїм дошкільняткам переважно у вигляді зошитів чи альбомів. Однак у цьому випадку йдеться про гуртові продажі, оскільки між ними і кінцевим продажем у магазинах існує ще певний проміжок часу.

Роздрібний продаж шкільно-письмових товарів здійснюється через спеціалізовані підприємства, зокрема фірмові, підприємства з універсальним асортиментом непродовольчих товарів, спеціалізовані відділи (секції) підприємств з універсальним асортиментом продовольчих товарів, підприємства роздрібною торгівлі споживчої кооперації, дрібнороздрібну торговельну мережу.

Так, ситуація на ринку виготовлення зошитів залишається до кінця не впорядкованою та потребує подальшого дослідження з урахуванням вищевикладеної проблематики.

1. Бутко Л. В. Шкільний зошит як різновид видавничо-поліграфічної продукції: трансформація щодо стандартних вимог / Л. В. Бутко // Наук. зап. ін-ту журналістики. — 2009 — Т. 37. — С. 155–157. 2. Види продукції [Електронний ресурс] // Видавництво школярик «Найкрасивіші зошити» — 2012 — Режим доступу: <http://www.schoolboy.com.ua> 3. Кадиляк М. С. Товарознавча характеристика шкільних зошитів українських виробників / Т. Б. Шира,

І. Ю. Логазяк // VII Міжнар. наук.-практ. конф. «Квалілогія книги» : тези доп. — Львів, 2012. — С. 70–73 4. Мораль українських дітей підривають шкільні зошити [Електронний ресурс] / В Курсе — 2012 — Режим доступу: <http://vkurse.ua/ua/educations/podryvayut-shkolnye-tetradi.html>

ТЕНДЕНЦИИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ И ТОВАРОВЕДЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕТРАДЕЙ НА УКРАИНСКОМ РЫНКЕ

Рассматривается нормативная база, регламентирующая изготовление и использование тетрадей согласно потребительских нужд. Характеризируются основные производители тетрадей и их место на рынке. Особое внимание уделяется таким товароведческим особенностям тетрадей как функциональное назначение и оформление.

MANUFACTURING TRENDS AND FEATURES COMMODITY NOTEBOOKS ON UKRAINIAN MARKET

Considered the regulatory framework governing the production and use of consumer notebooks under needs. Characterized by major manufacturers of notebooks and their place in the market. Particular attention is paid to such commodity notebooks features like functionality and design.

Стаття надійшла 10.09.2012

УДК: 655.3.062.12

К. І. Савченко

Видавничо-поліграфічний інститут НТУУ «КПІ»

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ДОМІШОК НА ЗАБРУДНЕННЯ СУЧАСНИХ ДРУКАРСЬКИХ ФАРБ

Розробляються модельні зразки сучасних фарб, до складу яких уведено цільові домішки для стабілізації кольоровідтворення. Визначається вплив домішок на спектральні характеристики фарб та ступінь їх забруднення.

Домішка, відбиток, друкарська фарба, оптична густина

Лідерами поліграфічного ринку за темпами зростання впродовж останніх років є етикетко-пакувальний та рекламний сегменти. Отож найбільша увага приділяється розробленню нових витратних матеріалів, впровадженню сучасних технологій, підвищенню автоматизації обладнання саме в цих сферах. Підвищення попиту на оригінальну рекламну продукцію, креативне пакування, сприяє просуванню на ринок України різноманітних невсотувальних матеріалів і поступовому розширенню їх асортименту. Сьогодні для друкування на невсотувальних поверхнях використовують спеціальні фолієві фарби окислювальної полімеризації, які мають підвищений вміст сикативів, УФ-