



SMITHERS
PIRA



www.smitherspira.com

الطباعة في الشرق الأوسط: خمس طرق لتحديد فرص النمو



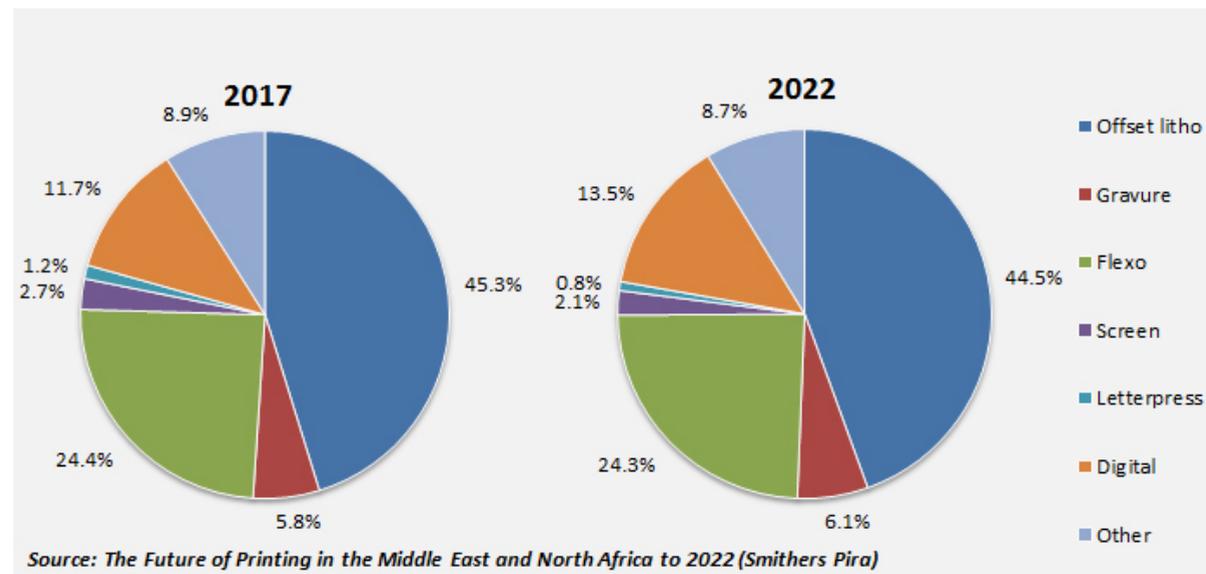
مقدمة

من الواضح أن منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تمر بأوقات عصيبة علمة الصعيدين السياسي والاقتصادي؛ ومن المتوقع أن يعود الوضع إلى طبيعته تدريجياً ابتداءً من الوقت الحالي وصولاً إلى العام 2022. ومن الجدير بالذكر أن معظم القطاعات صارت تديء معدلات نمو جيدة.

كما سترتفع عائدات الطباعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا خلال الفترة نفسها من 26.8 مليار دولار في 2017 لتصل إلى 40.7 مليار دولار بحلول 2022. ويمثل هذا توسعاً سنوياً بنسبة 8.7 بالمئة، ما يعكس تحسناً في القيمة الإجمالية للمنتجات المطبوعة، وكذلك في أسعارها.

تعدّ سوق الطباعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا سوقاً ضخمة ستنتج 2.4 تريليون ورقة مطبوعة بقياس (A4) في 2017، وتستهلك 13.5 مليون طن من المواد الأولية. ومن المتوقع أن ترتفع هذه الأرقام لتصل إلى 2.8 تريليون ورقة مطبوعة بقياس (A4) و 17.9 مليون طن بحلول العام 2022، أي بزيادة سنوية نسبية تبلغ 2.8 بالمئة و 5.8 بالمئة علمة الترتيب.

الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: عائدات الطباعة بحسب العملية ما بين عامي 2017 و 2022 مقاسة بالقيمة (مليون دولار، مع اعتماد أسعار ومعدلات صرف ثابتة وفقاً للقيم السائدة في 2015)
المصدر: سميثرز بيررا



ويفوق هذا التوسع المعدل الوسطي العالمي بكثير علمة صعيد الزيادة في عائدات الطباعة، الذي يبلغ 0.8 بالمئة سنوياً في العقد الحالي.

ويجب أن يتصدء مزودو خدمات الطباعة وموردو المعدات والمواد المستهلكة إلى المنطقة لمواجهة التحديات نفسها القائمة في السوق العالمية، ومنها توفر الوسائط الإلكترونية. ويضاف إلى هذه التحديات بعض الاختلافات التي تمتاز بها المنطقة وتؤثر علمة ظروف السوق.

محركات النمو

ويعدّ ازدياد عدد السكان في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، إلى جانب ارتفاع معدلات التعلم وتعاضم أهمية الثقافة وتعزيز البنية التحتية، المحركات الرئيسية للنمو. وفي ظل عصنة ثقافة البيع بالتجزئة في منطقة الشرق الأوسط

وشمال أفريقيا، والتحول من الأسواق المحلية إلى متاجر الخدمة الذاتية، فإن الحاجة ستزداد إلى التغليف، وخاصة بالنسبة للرزق الأصغر حجماً. ومن شأن هذا الازدهار في الطلب على التغليف المطبوع، إلى جانب المتطلبات المتنامية لتعزيز العلامة التجارية / تمييزها في بيئة متزايدة التنافسية، أن يزيد جاذبية هذه الفئة من الأعمال.

بالإضافة إلى ذلك، سيزداد استخدام تقنيات الطباعة الرقمية للمطبوعات عند الطلب والمطبوعات المخصصة وذات المحتوى المتنوع؛ وهذا من شأنه أن يغير نماذج تزويد خدمات الطباعة التقليدية. ومن الواضح أن الطباعة الإعلانية وطباعة وثائق المعاملات مرشحة للازدياد أيضاً، وذلك إلى جانب ارتفاع الوعي بأهمية منتجات الأمن المطبوعة.

تحديد فرص السوق

يتناول هذا البحث خمس طرق رئيسية يمكن لمؤسسات الطباعة أن تستخدمها لتحديد فرص السوق البارزة في الشرق الأوسط في هذا القطاع والتعامل معها. ويبيّن هذا البحث بإيجاز الطرق الخمسة التالية التي تساعد الأعمال على الاستفادة من فرص السوق:

- 1 – رصد الجوانب الديموغرافية المتغيرة
- 2 – التكيف مع الوضع العام للتجارة بالتجزئة
- 3 – التحول إلى الطباعة الرقمية
- 4 – استهداف الطباعة الإعلانية وطباعة وثائق المعاملات
- 5 – تقييم السوق

① رصد الجوانب الديموغرافية المتغيرة

هذا، فيما توفر النسبة الكبيرة للشباب في السكان زخماً غير مسبوق لنمو السكان في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. فأعمار ثلث سكان هذه المنطقة تقل عن 15 عاماً. وسيلغ هؤلاء الأطفال والمراهقين في غضون السنوات الـ15 المقبلة سن الإنجاب ويدخلون سوق العمل. وسيضاعف عدد النساء اللواتي ما زلن في سن الإنجاب (15 إلى 49 عاماً) في أكثر بلدان الشرق الأوسط وشمال أفريقيا علمه الأقل في غضون السنوات الثلاثين المقبلة. ويمثل تقديم خدمات صحة إنجابية جيدة لعدد متزايد من النساء تحدياً مهماً، ويكتسب أهمية كبيرة في إبطاء معدلات النمو السكاني.

ومع ازدياد عدد سكان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، يزداد عدد المسنين من السكان، ما يزيد من عبء الرعاية الصحية، ويلقي بظلاله على كلفة وشكل الأنظمة الصحية.

ينمو عدد السكان الذين تقع أعمارهم في سن العمل في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بسرعة كبيرة جداً أيضاً، وذلك مع وصول عدد كبير من الأطفال إلى سن البلوغ.

وتعد نسبة التبعية الاقتصادية في المنطقة، أي نسبة غير النشطين إلى النشطين اقتصادياً من السكان، من أعلى المعدلات في العالم. إن نسبة السكان النشطين اقتصادياً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا هي الأخفض قياساً بكافة المناطق الأخرى، ويعود ذلك إلى البنية الشابة للسكان وانخفاض مستوى مشاركة المرأة في قوة العمل.

ومع ترسخ هذه الديناميات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتفاوتها من بلد إلى آخر، تتولد الحاجة إلى اتباع منهجية مخصصة، وخاصة من قبل المؤسسات الموجودة خارج المنطقة التي تتطلع إلى زيادة حصتها السوقية في قطاع الطباعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. وسيكون من الحيوي جداً فهم كيفية تأثير هذه الديناميات على المنتجات المطبوعة والمستهلكين، سواء في الوقت الحالي أو في السنوات المقبلة.

يعود الفضل جزئياً في نمو قطاع الطباعة في بعض البلدان إلى النمو السكاني، وإلى عوامل أخرى كزيادة نسبة التعلم وتحسن البنية التحتية وتحسن الظروف الاقتصادية إجمالاً ولدى شرائح محددة من السكان. ويشهد قطاع الطباعة تراجعاً في مناطق أخرى، ولكن هذا يعود بصورة رئيسية إلى تقلب الأوضاع السياسية أو اضطرابها، وهجرة أعداد كبيرة من السكان. وتشهد بلدان أخرى استقراراً تقريباً، أي حجم القطاع فيها لا ينمو ولا يتراجع.

وفي حين يتواصل الاستثمار في الآلات والمعدات المتطورة الجديدة في بعض البلدان، لا سيما في منطقة الخليج العربي، فإن هذا الاستثمار يشهد انخفاضاً في بلدان أخرى كمنطقة شمال أفريقيا، بل وتوقف الاستثمار بصورة أساسية في بعض البلدان.

ويزيد هذا كثيراً من أهمية أن تعمل الشركات، التي تتطلع إلى أسواق الطباعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، إلى رصد الظروف ومتابعة الاتجاهات في المنطقة، وأن تتوخى الحذر في اختيار منهجياتها في الأسواق الغائمة أو المستهدفة.

الاتجاهات الديموغرافية

بدأت معدلات الوفيات والخصوبة المرتفعة في المنطقة بأكملها بالانخفاض، رغم اختلاف ذلك في بعض البلدان. فقد انخفض معدل الخصوبة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وسطياً من 7 أطفال لكل امرأة في 1960 إلى 3.6 أطفال في 2001. إن معدل الخصوبة الإجمالي (العدد الواسطي لحالات الولادة لكل امرأة) في البحرين وإيران ولبنان وتونس وتركيا يقل عن 3 أطفال؛ ويزيد عن 5 في العراق وعمان والأراضي الفلسطينية والمملكة العربية السعودية واليمن.

② التكيف مع الوضع العام لتجارة التجزئة

أن يحتل التغليف الصناعي والغذائي والتغليف المستخدم في النقل بالترانزيت صدارة المستخدمين النهائيين للأغلفة المطبوعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ما بين العامين 2017 و 2022.

وسيؤدي هذا أيضاً إلى الانتشار المتزايد لتقنيات التغليف الجديدة ما بين العامين 2017 و 2022، بما يشمل المواد التي يصعب دخول حلبة المنافسة فيها، وعمليات التغليف النشطة، والتغليف الذكي، وتقنيات طلاء الأغلفة، والطباعة الرقمية في التغليف.



يؤثر وجود متاجر الخدمة الذاتية "علم النمط الغربي" علم منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، ويستحدث فرصاً لمؤسسات الطباعة في المنطقة

المصدر: سميثرز بيررا

بات التغليف يلعب دوراً حيوياً في تسويق وبيع المنتجات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، علم أثر حضور وانتشار متاجر الخدمة الذاتية "علم النمط الغربي" فيها. ولم يعد التغليف بئراً صامتاً، بل بات يصرخ من علم الرفوف لجذب العملاء.

كما اكتسب اللون أهمية أكبر، إذ أصبح تأمين الانسجام والاستقرار بين الألوان جانباً حيوياً في السلع والمنتجات.

أشكال التغليف

تمتاز بلدان الشرق الأوسط باتجاهات تغليف متنوعة ومتباينة. واعتاد الناس، في بعض البلدان، ولا سيما التي تتمتع باقتصاد قوي ودخل مرتفع، كالمملكة العربية السعودية وبقية بلدان منطقة الخليج العربي، علم شراء رزم تسوق أكبر والقيام بعدد أقل من زيارات التسوق لمتاجر الخدمة الذاتية الضخمة.

وتنطبق الحالة المعاكسة تماماً علم البلدان منخفضة الدخل، حيث اعتاد الناس علم شراء رزم وكميات صغيرة من المنتجات والقيام بعدد أكبر من زيارات تسوق، وربما يومياً في بعض الأحيان، وبقيمة لا تزيد علم دولارين في اليوم.

وتتزايد أسواق التغليف في المنطقة يومياً، مع زيادة عدد السكان وزيادة الحاجة إلى وجود مجموعة واسعة من مواد التغليف. ويمكن القول، مع بدء دخول الرزم المخصصة المطبوعة رقمياً إلى السوق، إن الإنتاج الضخم هو السائد حالياً في المنطقة. ومن المتوقع



يعدّ مفهوم الطباعة عند الطلب من القيم الحقيقية للطباعة الرقمية

كانت تُنفذ سابقاً باستخدام تقنيات الطباعة التماثلية، وينعكس هذا التغيير، إلى جانب الوضع الاقتصادي في العديد من بلدان منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، على عدد التركيبات الجديدة، لأن الاستثمار ينمو على الرغم من أن سعر الآلات ذات الطاقة الإنتاجية المرتفعة أعلى بكثير.

ومن أمثلة الاستثمار في الطابعات الرقمية والنافثة للحبر استثمار شركة "الخشبي للإعلان"، وهي واحدة من أكبر الوكالات الإعلانية في المملكة العربية السعودية. فقد أعلنت الشركة في مايو 2016 عن تركيب أول طابعة نافثة للحبر (Durst Rho P10-UV 160) وقاطعة (Aristo GL2032 and) في مقرها الرئيسي في الدمام.

③ التحول إلى الطباعة الرقمية

في العام 2016 بلغت القيمة الإجمالية للطباعة الرقمية في العالم بأكمله، أي مطابع نفث الحبر والمحابر، نحو 128 مليار دولار، أي ما يكافئ 1.35 تريليون ورقة قياس (A4). وتعدّ الطباعة الرقمية متطورة عالمياً سواء في مجال الإعلان أو الطباعة التجارية، وهي تشق طريقها بقوة حالياً نحو طباعة الكتب والتغليف بصورة خاصة.

ومن المنتظر خلال الفترة الواقعة ما بين 2017 و2022، أن تكون الطباعة الرقمية هي الأسرع نمواً في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من بين مجمل عمليات الطباعة، ما يحاكي التحول الأوسع في استخدام الطباعة عالمياً، والانتشار المتزايد لهذه الأنظمة في التغليف.

ويعدّ مفهوم الطباعة عند الطلب من القيم الحقيقية للطباعة الرقمية، إذ تمنح العملاء فوائد على شكل مهل تنفيذ أقصر، وأحجام تخزين أفضل، مع إمكانية تخصيص المخرجات، وتخفيض الهدر، والتوريد في آخر لحظة، وتخفيض تكاليف التخزين.

الاستثمار في الطباعة الرقمية

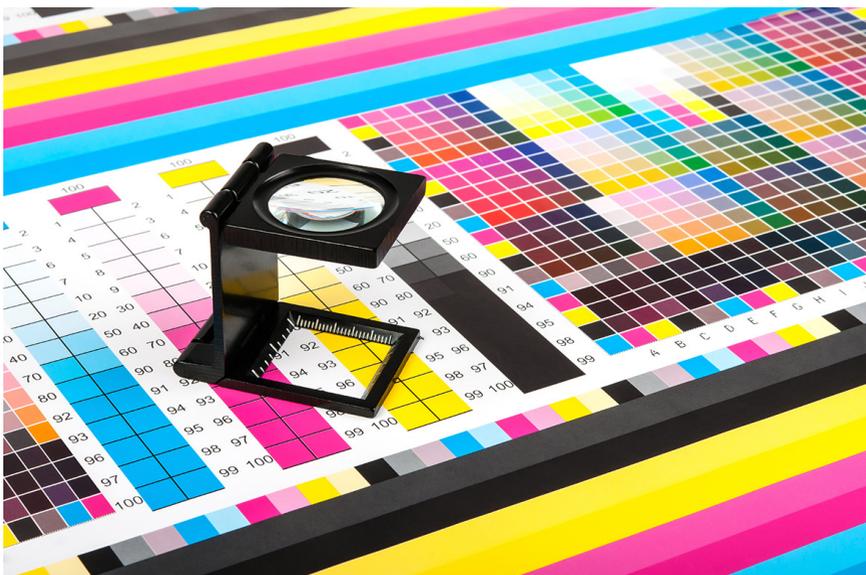
تتمتع منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بإمكانات كبيرة لزيادة حجم المنتجات المطبوعة رقمياً. وبعد فترة طويلة من تركيب آلات متوسطة الإنتاج مثل "زيروكس C75" و"كانون إيميج بريس" و"كونيكا مينولتا C8000"، فقد شرع مقدمو الطباعة الرقمية بالاستثمار في مطابع نفث الحبر ومطابع المحابر ذات الطاقة الإنتاجية المرتفعة. وسيتيح لهم هذا فرصة تلبية الطلب المتكرر على الطلبات الصغيرة والمتوسطة، التي

فرص مخصصة

كما هو الحال فيه أماكن أخرى، فإن الطباعة الرقمية تتيح لمؤسسات الطباعة الاستفادة من متطلبات محددة فيه أسواق منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وإضافة قيمة إلى منتجات الطباعة أو نموذج أعمال الطباعة.

وعلى سبيل المثال، تمثل الكتب فئة المنتجات الرقمية الرئيسية فيه مصر، التي تضم 25 مليون طالب من بين سكانها الذين يبلغ عددهم 92 مليون نسمة يدرسون فيه مراحل تعليمية مختلفة، وفيه هذه الحالة، تمثل القدرة على توفير طلبات من الكتب المدرسية ومواد قائمة القراءة خلال فترة قصيرة فرصة كبيرة لمزودي خدمات الطباعة.

ويمكن لشركات الطباعة الباحثة عن مزيد من الفرص الاستفادة من عدة تطبيقات مشابهة للمنتجات متعددة الإصدارات ذات القيمة المضافة، من خلال تلبية الاحتياجات فيه مختلف أسواق منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وذلك من خلال الاستثمار فيه التقنيات الرقمية.



يمكن لمؤسسات الطباعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا استهداف مجالين بارزين هما الطباعة الإعلانية وطباعة وثائق المعاملات

المصدر: سميثرز بيررا

إن اللغة الرئيسية في جزء كبير من الشرق الأوسط هي اللغة العربية. وبسبب ارتباط الناس الوثيق بلغتهم الأم، يمثل الإعلان باستخدام هذه اللغة جزءاً أساسياً من الوصول إلى السوق المستهدفة. ولا ينطبق هذا على الاعلانات فحسب، بل وكذلك على المطبوعات ومحطات التلفزيون والبروشورات واللافات والمواقع الإلكترونية الإعلانية، وخاصة مع تزايد نشاط أعداد كبيرة من الناس في المنطقة على الإنترنت.

④ استهداف الإعلان وطباعة وثائق المعاملات

يمثل الإعلان وطباعة وثائق المعاملات مجالين ناشئين يمكن للمؤسسات استهدافهما في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

تشهد طباعة وثائق المعاملات زيادة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بسبب ازدياد عدد السكان، وازدياد أعداد المؤسسات المالية، وشركات الهواتف المتحركة ومزودي الإنترنت والخدمات الإلكترونية، وعلى سبيل المثال، تشهد طباعة وثائق المعاملات زيادة في مصر، مع طباعة حوالي 70 مليون كشف وفاتورة شهرياً، تغطي جميع كشوفات الكهرباء والهاتف الثابت والمتحرك والغاز والبنوك.

وتشمل الطباعة الإعلانية المنشورات الترويجية، والكتيبات، والبروشورات، والمطويات، ولوحات وواجهات نقاط البيع، والملصقات، والبريد المباشر وغيرها من وسائل التسويق. وقد تكون هذه الفئة عالية الحساسية لأية تعديلات في استراتيجية العلامة التجارية، التي تؤثر على الميزانيات الإعلانية، ولأية تراجع في الاقتصاد الوطني أو الإقليمي أو العالمي.

التسويق الرقمي

في حين أن التسويق الرقمي في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لم يمثل في العام 2015 سوى نسبة ضئيلة من الإنفاق العالمي على الإعلانات، فإن المنطقة زاخرة بالفرص للمسوقين لتوسيع إعلاناتهم. وعلى الرغم من أن البنية الحالية للسوق تختلف كثيراً عن بنية السوق العالمية وحتى عن بنية أسواق البلدان المتخلفة، إلا أن منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا تشهد انتقالاً تدريجياً نحو العصر الحديث للتسويق الرقمي، وهو مجال وثيق الصلة بمستخدمي الإنترنت في المنطقة الذين يصل عددهم إلى 141 مليون مستخدم.

الثقافة

تعدّ الثقافة عاملاً آخر. ينتمي أبناء الشرق الأوسط إلى خلفية ثقافية جماعية. وعلمه صعيد قرارات الشراء، فكثير من قراراتهم الرئيسية تعتمد علمه مؤشرات ونصائح اجتماعية تساعد علمه تحديد ما ينبغي شراؤه. ويساعد فهم هذه الحقيقة علمه تحديد القنوات والرسائل التسويقية.

لقد أعلنت شركة "إن ديجيتيك" (Ndigitec)، وهي شركة إنتاج إبداعية تتخذ من دولة الإمارات العربية المتحدة مقراً لها، عن خطط لفتح مرفق جديد مخصص في مدينة دبي للإنتاج. وتهدف الخطة إلى تعزيز الكفاءة الإجمالية للشركة في مجال التصنيع وسط طفرة في الطلب علمه خدماتها وحلول التصنيع لديها في دولة الإمارات العربية المتحدة والمنطقة، التي تتراوح بين الالات الرقمية والتجهيزات والحلول الجاهزة ومنصات المناسبات ولوحات ومنصات العرض، وذلك بغية إكمال كفاءتها في مرحلة ما قبل الوسائط وكفاءتها الطباعة الرقمية.

Consultancy/Market Reports
Better decisions, faster



Events
Networking, knowledge and opportunity



Testing
Expertise, evaluation and solutions



Publications eStore
Browse, buy and download





www.smitherspira.com

⑤ تقييم السوق

يتطلب النجاح في مثل هذه الظروف الفريدة في سوق الطباعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وهذه الاختلافات الكبيرة في دول مختلفة، إجراء تحليل عميق ومتأن لاتجاهات السوق الحالية والمستقبلية.

تتمتع "سميثرز بيررا" (Smithers Pira) بخبرة واسعة في تحليل أسواق الطباعة على مستوى العالم، كما هو واضح في تقريرها الذي نشر مؤخراً بعنوان "The Future of Printing in the Middle East and North Africa to 2022- منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا حتى عام 2022".

سواء كنت تسعى لتنمية أعمالك، أو إطلاق منتجات جديدة أو معرفة المزيد عن الأسواق الجديدة والناشئة، يمكن لـ "استشارات السوق من سميثرز بيررا" أن تزودك بحلول أبحاث عملية وفعالة من حيث التكلفة تلبي احتياجات أعمالك تحديداً.

كجزء من مؤسسة "سميثرز بيررا" الأوسع، لدينا تركيز فريد من نوعه على السوق العالمية، يجمع بين خبرات عميقة في قطاع الطباعة وعلاقات قوية مع صناعات القرار في الأعمال الرئيسية.

ويحصل فريقنا الذي يتمتع بمعرفة واسعة ويضم خبراء محترمين في قطاع الطباعة، على دعم شبكة عالمية واسعة من الاستشاريين والباحثين الرواد في أكثر من 50 بلداً.

الخبرات

إنّ خبراتنا في تقدير حجم السوق وتقييم أثر التكنولوجيا والاتجاهات والتنبؤ بها تغذي محفظة نتج أكثر من 50 تقرير سوق سنوياً. ومع هذه الخبرات، يمكننا أيضاً أن نساعد مؤسستك على إيجاد حل لقضية محددة في الأعمال. فمن خلال فهم شركتك واحتياجاتها، سنسعى جاهدين لإعطائك تفسيراً متميزاً مخصصاً لنتائج أبحاثنا.

يمكننا تقديم خدمات استشارية في مجالات الأبحاث الأساسية التالية:

- **رؤية معمّقة عن السوق:** تشمل تقدير حجم السوق وتوقع اتجاهاتها، وفئات السوق ودراساتها ودراسات دخول السوق.
- **التخطيط الاستراتيجي للأعمال:** ويشمل تحديد الفرص المربحة والأسواق المتخصصة والاحتياجات التي يمكن تلبيتها ورسم خرائط سلسلة القيمة ووضع نقاط المقارنة.
- **دراسات العناية الواجبة:** وتشمل دراسات الاندماج والاستحواذ وتحديد الشركات المستهدفة، أو تقييم التكنولوجيا، وحقوق الملكية الفكرية وأوضاع السوق.

لمناقشة أي حل من حلول أبحاث السوق هذه، أو لمعرفة المزيد من السبل التي يمكن لـ "سميثرز بيررا" أن تساعدك من خلالها على صعيد استراتيجية أعمالك، يرجى الاتصال بنا فوراً:

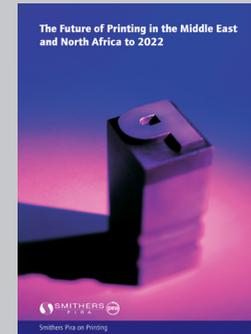
بل آلن، مدير تطوير الأعمال

البريد الإلكتروني: ballen@smithers.com

الهاتف: +44 (0)1372 802 086

الموقع الإلكتروني: www.smitherspira.com/services/consultancy

مستقبل الطباعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا حتى عام 2022



يتناول هذا التقرير الفرص المتاحة لموردي معدات الطباعة والمواد المستهلكة ومزودي خدمات الطباعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا الحيوية. ويوفر بيانات سوق كمية وتنبؤات لسوق الطباعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا حتى عام 2022، مقسمة بحسب نوع التقنية والعملية والاستخدام النهائي والمنطقة والبلد.

يرصد تحليل "سميثرز بيررا" نقاط اختلاف هذه السوق المربحة المتوسعة عن أسواق أخرى أكثر نضجاً تمتاز بثبات عائدات الطباعة فيها أو اتجاهها نحو الانخفاض. وينطوي على رؤية متبصرة ومعمقة إلى فئات النمو الرئيسية والأسواق الوطنية، والأسباب الكامنة وراء توسعها، وكيف يمكن للشركات المحلية والدولية أن تستغلها.

يرجى زيارة صفحة التقرير للحصول على مزيد من المعلومات

<http://www.smitherspira.com/industry-market-reports/printing/future-of-print-in-middle-east-and-north-africa>