



**Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям**

**УПРАВЛЕНИЕ ПЕРИОДИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ,
КНИГОИЗДАНИЯ И ПОЛИГРАФИИ**

Российская полиграфия

*Состояние, тенденции
и перспективы развития*

ОТРАСЛЕВОЙ ДОКЛАД

2017

УДК 339.13:655(470)
ББК 65.422.5 + 76.17
Р76

Доклад подготовлен Управлением периодической печати, книгоиздания и полиграфии Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям при содействии авторского коллектива в составе Б.А. Кузьмина, Д.М. Закирова, Б.В. Кагана.

Под общей редакцией заместителя Руководителя Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям **В.В. Григорьева.**

Авторы доклада выражают благодарность за предоставленные материалы, использованные в докладе:

- *Межрегиональной ассоциации полиграфистов (МАП);*
- *Содружеству бумажных оптовиков (СБО);*
- *Союзу издателей «ГИПП»;*
- *Российскому книжному союзу*
- *Издательству «Курсив»;*
- *Редакции журнала «publish»*

© Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям, 2017

ISBN 978-5-904427-54-2

Содержание

Введение	5
Из кризиса в кризис (этапы развития). Полиграфия становится другой	11
Состояние полиграфического производства.	23
Газетное производство	29
Книжное производство	34
Журнальное производство	37
Полиграфический потенциал по выпуску печатной продукции производственно-технического назначения	41
Структурные изменения в полиграфической сфере деятельности	47
Цифровые технологии как фактор дальнейшего развития полиграфического производства	56
Тенденции развития в зарубежной полиграфии	64
Основные выводы	69

Введение

Новый этап в развитии полиграфии

Главный вектор развития отечественной экономики сегодня неуклонно склоняется к переходу на так называемый шестой технологический уклад, что означает масштабное применение сетевых комплексных решений и сквозных цифровых процессов от начальных до финальных этапов производства, наноэнергетики (молекулярной, клеточной и ядерной технологий), инноваций, информационных технологий, а также снижение энерго- и материалоемкости производства. Каждый технологический уклад – это те направления научно-технического прогресса, которые преобладали в то или иное время. Первый (XVI-XVII столетия) – индустриальный – базировался на использовании энергии воды; второй – на использовании энергии пара и угля; третий – на электрической энергии; четвертый технологический уклад характеризовался применением энергии углеводородов, появлением ядерной энергетики (табл.1).

Таблица 1

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ УКЛАДОВ

№	Наименование	Начало	Знаковое начальное событие
I	Начало Первой промышленной революции	1772 г.	Создание Ричардом Аркрайтом прядильной машины «Water frame» и строительство им текстильной фабрики в Кромфорде.
II	Эпоха пара	1825 г.	Паровоз «Locomotion № 1», строительство железной дороги Стоктон — Дарлингтон.
III	Эпоха стали (Вторая промышленная революция)	1875 г.	Изобретение бессемеровского процесса, создание на базе конвертера Бессемера завода «Edgar Thomson Steel Works» в Питтсбурге.
IV	Эпоха нефти	1908 г.	Внедрение на предприятиях Форда ленточного конвейера, начало выпуска автомобиля «Ford Model T».
V	Эпоха компьютеров и телекоммуникаций (Научно-техническая революция)	1971 г.	Первое употребление названия «Кремниевая долина», появление первого микропроцессора «Intel 4004».
VI	Нанотехнологии	2004 г.	«Графен» – монослой атомов углерода, полученный в октябре 2004 года в Манчестерском университете.
VII	Эпоха метакогнитивных технологий, новой антропологии (?)	2060 год (?)	?

Действующий сегодня пятый технологический уклад (1990-2040 гг.) определяется распространением электронной и атомной энергетики, микроэлектроники и информационных технологий, геномной инженерии, видео- и аудиотехники, сотовой связи и интернета. Преимущество данного технологического уклада, по сравнению с предыдущим, заключается в индивидуализации производства и потребления, в повышении гибкости процессов, что стало характерным и для полиграфической сферы деятельности. Однако мировая экономика не успела еще в полной мере освоить возможности этого технологического уклада, как на горизонте обозначился очередной шестой уклад, прикладная эра которого уже получает применение.

Последовательность технологических укладов отражает траекторию технологического развития экономики, а ее состояние в каждый временной период определяется сложившимся уровнем развития ее технологической системы, которая включает и полиграфическое производство.

Не исключая, естественно, влияния того или иного технологического уклада на развитие печатного дела, следует тем не менее отметить, что развитие полиграфического производства характеризуется другими историческими этапами, не всегда совпадающими с хронологией общеэкономических технологических укладов.

Технология печати возникла задолго до начала определения первого индустриального технологического уклада в мировой экономике:

- I этап – создание технологии металлического набора текста и использование печатного прессы Гуттенберга (1440 г.);
- II этап – распространение машинного набора, цинкографии и машин высокой печати (изобретение печатной машины – 1814 г., цинковых клише – 1850 г., строконаборной машины «линотип» – 1884 г.);
- III этап – внедрение плоской офсетной печати (1905 г.);
- IV этап – распространение цифровых промышленных полиграфических технологий (1990 г.).

Более того, и в наше время технологическое развитие экономики страны в целом и полиграфического производства находятся на разных этапах своего развития. Экскурс в историю технологической эволюции показывает, что в конце 80-х годов в отечественной экономике прослеживается наличие одновременно третьего, четвертого и пятого технологического уклада с преобладанием третьего и четвертого. Третий и четвертый уклады в России еще не исчерпали своего потенциала и, следовательно, способны успешно

развиваться. Современный, пятый технологический уклад еще не получил полного развития в промышленности и имеет недостаточно широкий рынок сбыта внутри страны. Он наиболее успешно развивается лишь в тех отраслях, где превалирует поддержка государством (Международный форум «Технопром – 2016, WWW.forumtechnoprom.com).

Если говорить об уже грядущем шестом индустриальном технологическом укладе (2030-2090 гг.) или как его чаще называют первым постиндустриальном, который предполагает коренное изменение общеэкономической модели развития страны, то необходимые предпосылки пока находятся в сфере концептуальных предположений. Кроме того, переход к новому технологическому укладу связан с инвестициями в новые производства и неизбежным перераспределением имеющихся в распоряжении ресурсов. В условиях их недостатка, естественно, внедрение новаций постиндустриального уклада будет задерживаться.

В отличие от этого, целый ряд технологических новаций постиндустриального уклада и четвертого этапа развития полиграфии уже находят применение, как в мировой, так и в отечественной практике издательско-полиграфического производства (рис.1).

Рис.1



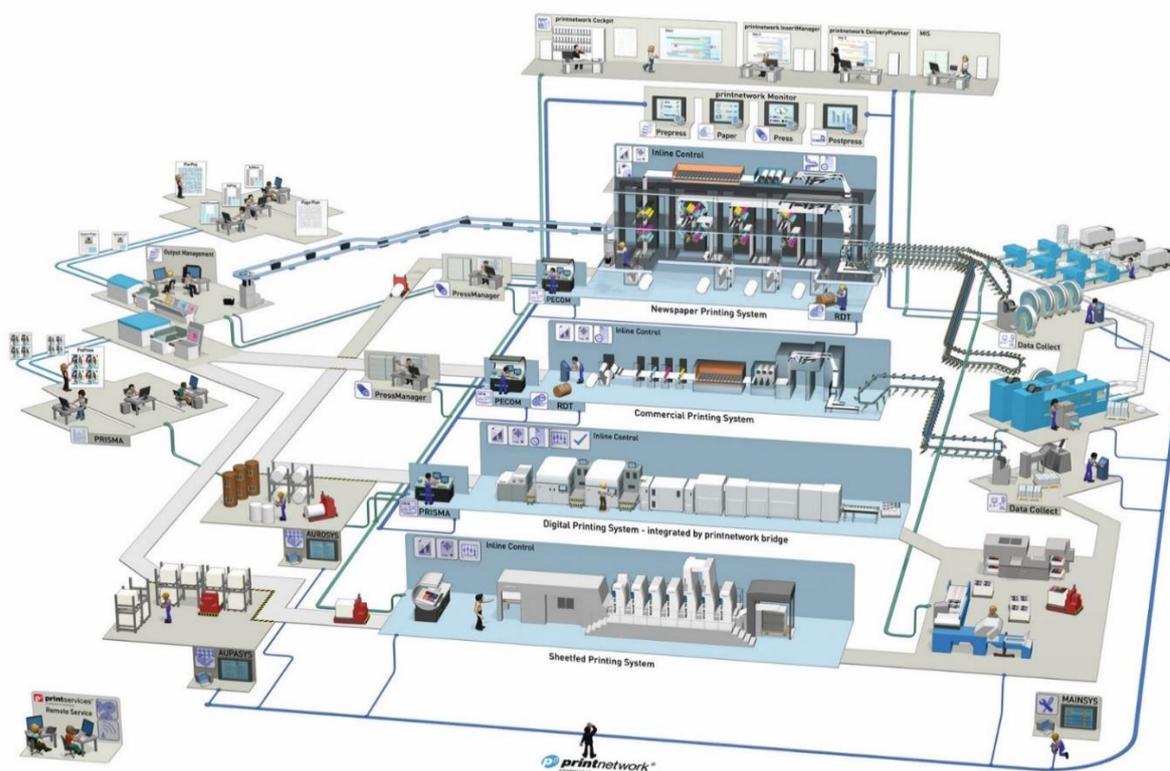
Общая схема организации автоматической одновременной печати изданий (или их частей) при помощи разных технологий. Например, когда часть издания печатается на газетной бумаге, часть – на мелованной, а сигнальные (или особо срочные) экземпляры этого издания – цифровым способом.

Источник: Издательство «Курсив»

Новый технологический уклад в издательской сфере деятельности основывается на формировании мультимедийной системы передачи информации, а в производстве печатной продукции на технических инновациях (цифровая и нано печать, web-to-print, кросс-медийные процессы и новейшие виды печатной продукции). Именно неизбежность данной тенденции в издательском деле стимулирует ускоренное внедрение новейших предложений грядущего технологического уклада в полиграфическое производство.

Все это нашло подтверждение на прошедшей в июне 2016 г. мировой полиграфической выставке «drupa-2016» в Германии, где экспозиции практически всех ведущих производителей допечатных, печатных и заключительных решений проходили под девизом новой концепции «Print4.0» (рис.2).

Рис.2



Общая схема управления полиграфическим предприятием на базе системы printnetwork. Она позволяет включить в автоматизированное управление самое разное печатное (листовое, рулонное, цифровое), а также некоторые виды послепечатного оборудования.

Источник: Издательство «Курсив»

Это направление предполагает радикальную автоматизацию всех процессов полиграфического производства, использование интеллектуального оборудования, постоянно подключенного к сети и

постоянно взаимодействующего со средствами автоматизации, облачные системы и робототехнику. Речь идет о возможности создания производства высокой эффективности и способности изготавливать печатную продукцию в полностью автоматическом режиме в соответствии с концепцией «Print4.0».

Возникновение данной концепции, как нового этапа в развитии полиграфического производства, является следствием инициативы представителей бизнеса, политических и научных кругов Германии под названием «Industry-4.0.», направленной на повышение конкурентоспособности немецкой промышленности, цель которой – достигнуть к 2020 г. мирового лидерства в области технологических инноваций.

На выставке «drupa-2016» на своих стендах многие компании продемонстрировали ряд предложений и готовых решений в направлении реализации концепции «Print4.0». Так, компания Heidelberg представила полный комплекс решений для автоматизации процессов при изготовлении печатной продукции, включая любое оборудование и управление бизнесом, а также интегрированную систему управления, обеспечивающую высокую эффективность.

Компания Muller Martini показала универсальную линию на базе КБС для изготовления книг в мягком переплете, где все настройки выполняются полностью автоматически при продвижении каждого отдельного блока по линии. Это направление предлагаемых решений компания обозначила как «Финишинг 4.0». Аналогичные, полностью автоматизированные решения послепечатной техники продемонстрировали и другие фирмы, в том числе Hunkeler, Horiran, Kolbus, Mecconotecnica и другие. Компания Konica Minolta представила роботизированную и полностью автоматизированную систему изготовления и рассылки персонализированных карточек, и этот перечень экспозиций можно продолжить.

Тем не менее, возвращаясь от будущего к реальной действительности, следует сказать, что отечественная полиграфия сегодня еще только готовится к реализации концепции «Print4.0», но, несмотря на экономическую нестабильность в стране, движение в этом направлении уже обозначилось. Это подтверждается основными признаками наступающего переходного периода в полиграфической сфере деятельности:

- снижение стоимости действующего полиграфического производства (как показывают результаты проходящей приватизации государственных типографий);

- повышение эффективности ведения производства и качества печатной продукции;
- быстрое совершенствование характеристик применяемых технологических процессов.

Сегодня трудно не заметить, как ускоряется развитие технологий и их прямое влияние на полиграфический бизнес.

Кроме того, ничто не сообщает такой сильный толчок к переменам как кризисная ситуация, опасность банкротства и потери конкурентоспособности своего предприятия. Это является сегодня для собственников и менеджмента стрессовым состоянием с одной стороны, с другой – стимулом для принятия мер по обеспечению дальнейшего развития бизнеса. Во время кризиса моральный износ капитала (основных производственных фондов) заставляет предпринимателей повернуться к новым технологиям, вызывает инвестиционную активность и, следовательно, обеспечивает экономическое развитие производства.

Возможность преодоления кризисной ситуации в отечественной полиграфии на основе внедрения новых прорывных технологий и активизации инновационной деятельности, подтверждается развитием производственного и кадрового потенциала на всех этапах, пройденных ею за последние два десятилетия – от устаревшей отрасли до современного конкурентного производства.

Сегодня трудно не заметить, как ускоряется развитие технологий и их прямое влияние на полиграфический бизнес. На протяжении последних нескольких лет определился технологический поворот в секторе промышленной цифровой рулонной печати. На фоне последовательного интереса к струйным цифровым печатным машинам произошел спад продаж рулонных многокрасочных и монохромных электрографических печатных машин.

Все это связано с внедрением УФ-отверждаемых чернил, а на очереди уже применение чернил на основе дисперсии, которая мгновенно отверждается при определенном воздействии. Основным трендом в допечатных процессах подготовки печатных форм становится развитие малохимических и бесхимических технологий.

Интересные инновации появляются практически каждый день. Новые технологии печати меняют полиграфическое производство, определяя соответственно и сегодняшний облик всей отрасли печати, а также ее будущее.

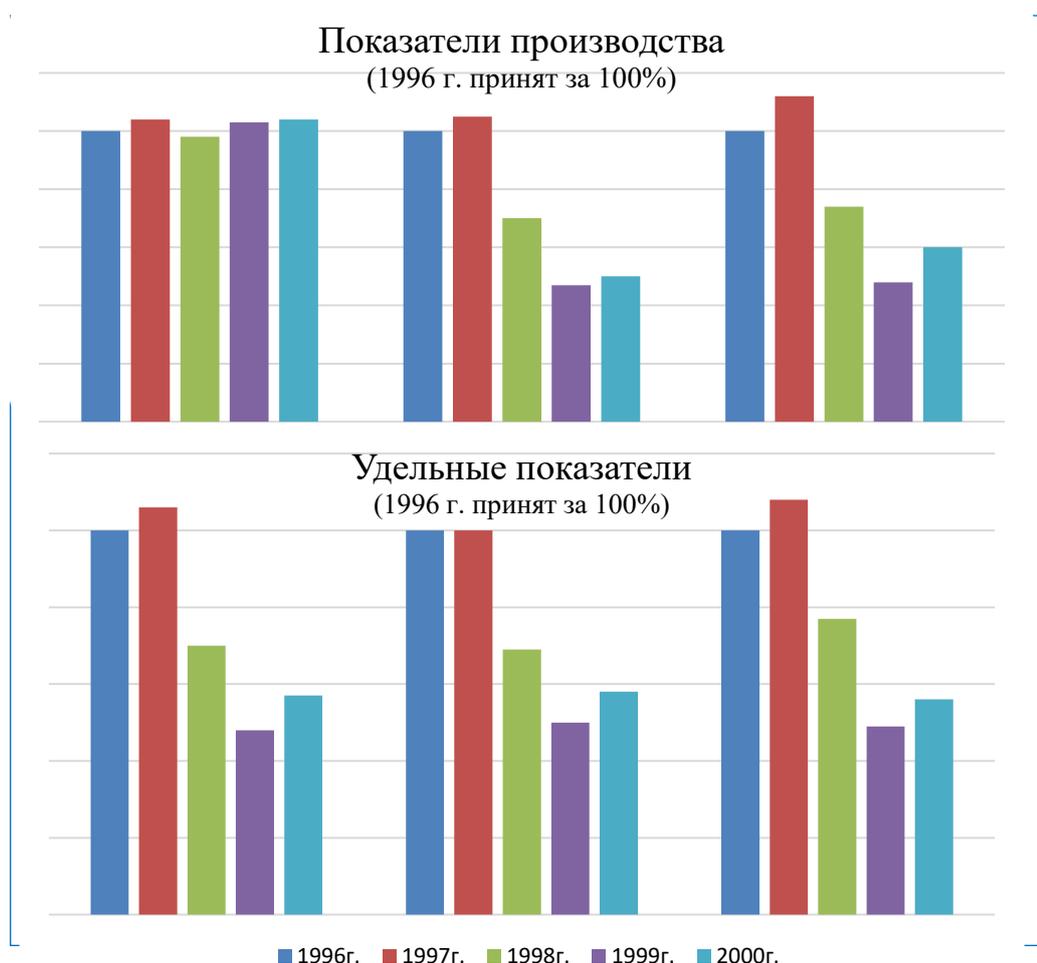
Из кризиса в кризис. Этапы развития Полиграфия становится другой

В течение двух последних десятилетий отечественная полиграфия, как и вся экономика страны, периодически переживает кризисные ситуации. И сегодня находится в состоянии тревожного ожидания.

В течение 10 лет, предшествующих кризису 1998 г., в стране происходило становление современной рыночной экономики и предпринимались меры по достижению экономического роста. К концу 1997 г. был достигнут прогресс. Инфляция взята под контроль, достигнута стабильность национальной валюты. Полиграфическое производство вместе со всей экономикой после длительного застоя стало набирать обороты (рис.3).

Рис.3

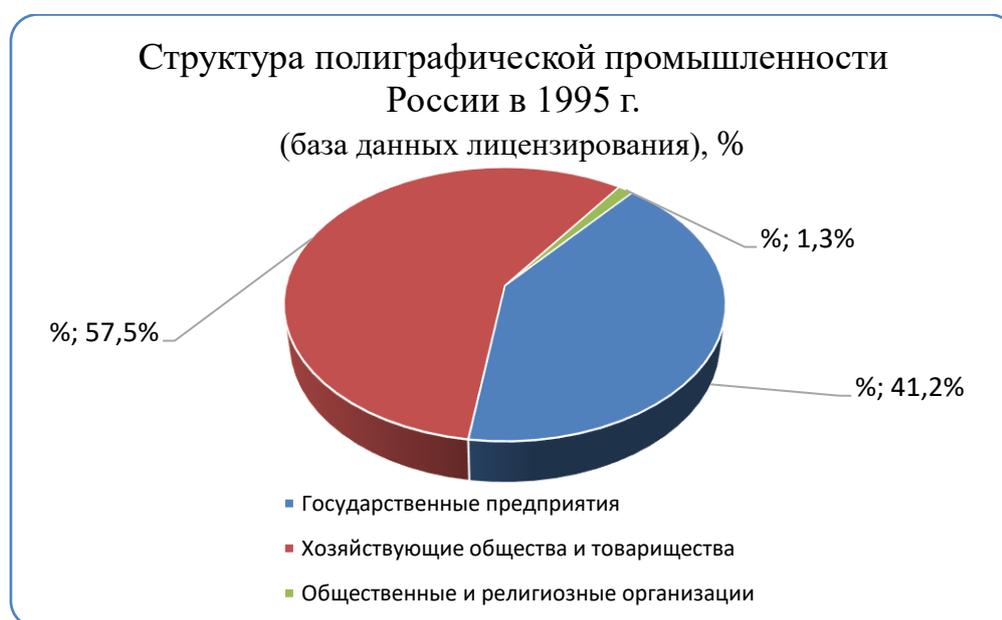
Сравнительная оценка состояния полиграфии России
за 1996-2000 гг.



Источник: Полиграфия России. Шаг в третье тысячелетие.
ИАЦ «Август Борг» Москва, 2002г.

Именно в этот период прошла первая волна приватизации крупных государственных полиграфических комплексов – Ярославского и Можайского полиграфкомбинатов и типографии им. И. Фёдорова в Санкт-Петербурге. Повсеместно стали организовываться частные типографии разного масштаба, в том числе типография «Алмаз-Пресс» в Москве, в которой были установлены две современные рулонные многокрасочные ротации для выпуска журнальной продукции Heidelberg M-600. Это была первая типография в России данной специализации, составившая реальную конкуренцию зарубежным предприятиям на российском рынке полиграфических работ (рис.4).

Рис.4



Источник: База данных лицензирования МПТР России

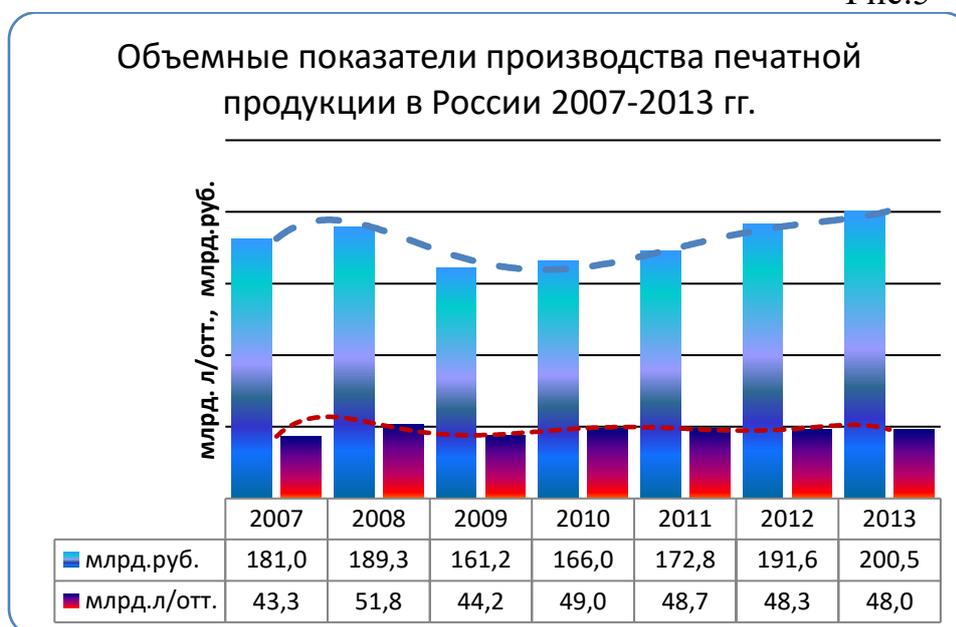
Однако в августе 1998 г. финансовый кризис в России (дефолт по значительной части государственных обязательств, девальвация рубля) охватил экономику страны, приостановились выплаты по российским международным обязательствам, достигнутые ранее экономические показатели стали быстро падать.

Следствием экономического кризиса 1998 г. стало значительное сокращение оборота полиграфического производства в стране. Тираж газет, уменьшившийся по сравнению с 1990 г. более чем в 5 раз, к 1999 г. сократился еще на 30%. Объем выпуска книжной продукции, упавший по отношению к 1990 г. в 3,8 раза, дополнительно уменьшился в 1999 г. ещё на 10%. Годовой оборот в полиграфической сфере деятельности в 1999 г. по сравнению с докризисным 1997 г. упал в 2,4 раза.

Однако, как считают многие эксперты, в полиграфии в 1998 г. был не кризис, а период отложенного спроса на печатную продукцию. Эта оценка подтверждается и кардинальным улучшением экономической конъюнктуры в стране в последующие несколько лет вообще и в полиграфии, в частности. Более того, с позиций сегодняшнего дня можно отметить, что кризисная ситуация в сфере издательско-полиграфической деятельности в этот период была не такой катастрофичной по сравнению с последующими коллизиями.

В период с 2000 по 2008 гг. развитие отечественного полиграфического потенциала имело устойчивую положительную динамику за счет ввода в действие новых полиграфических предприятий, масштабной модернизации большого числа типографий (рис.5).

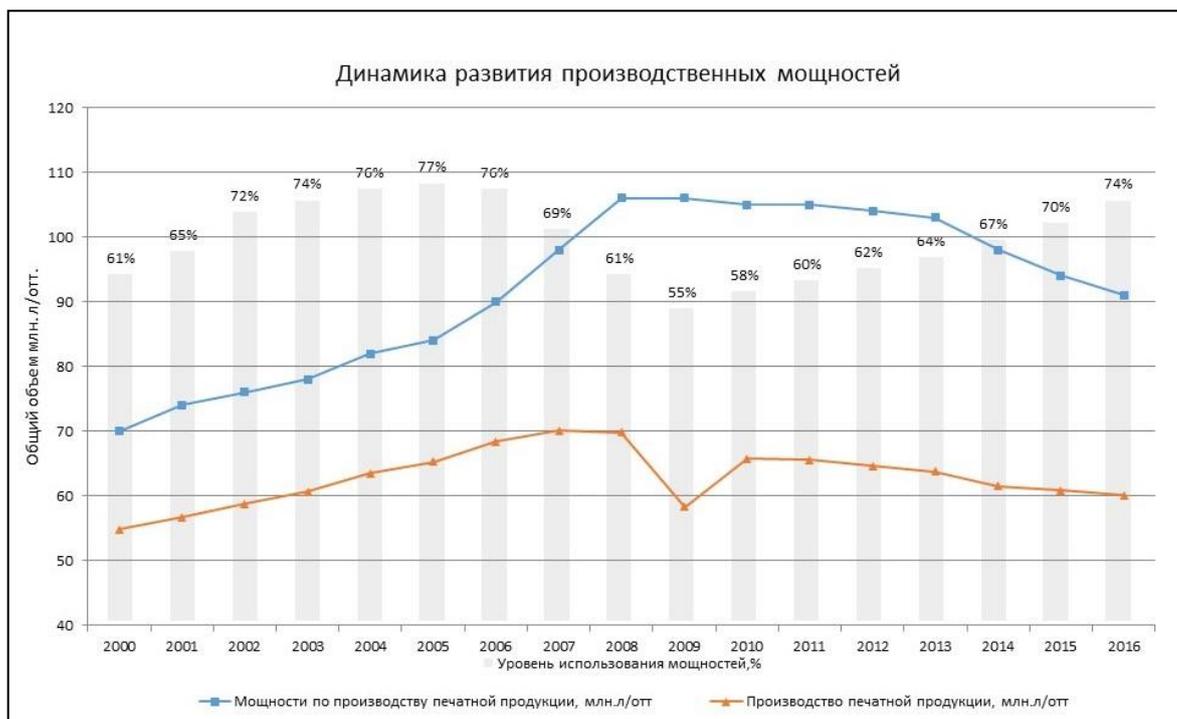
Рис.5



Источник: МАП

В противовес сложившемуся мнению о том, что на состояние полиграфического производства в стране в 2008-2009 гг. и последующий период оказал влияние только мировой финансовый кризис, следует иметь в виду – кризис сентября 2008 года в российской полиграфии разразился не в одночасье, как кризис 1998 год, а сформировался задолго до этого. Обострение конкуренции, демпинг, падение рентабельности производства – все это было следствием того, что наращивание производственных мощностей в полиграфии все предыдущее время происходило в отрыве от представления о реальном состоянии рынка печатной продукции и перспективе его развития (рис.6).

Рис.6



Источник: МАП

Росстат в своих итоговых документах отметил имеющее место на тот момент падение производства в издательско-полиграфическом комплексе страны на 25% как значительное, и констатировал, что кризис ударил по полиграфии значительно сильнее, чем по другим смежным отраслям российской экономики (рис.7).

Рис.7



Источник: МАП

Новые кризисные явления более четко обозначили и выдвинули на первый план целый ряд проблем общетраслевого, системного характера,

которые были скрыты ранее. Это, в первую очередь, недальновидная издательская тиражная и финансовая политика, которая дезинформировала типографии при проведении модернизации производства, недооценка перспективности внедрения цифровых печатных технологий во всех основных секторах рынка полиграфических работ, а также влияние распространения электронных средств воспроизведения информации на дальнейшее развитие рынка печатной продукции.

В этой связи нельзя не отметить, что в конце минувшего века ведущие компании-производители полиграфической техники, международные профессиональные организации и отдельные российские эксперты осуществляли прогнозирование динамики рынка печатной продукции. Главный вывод гласил – решающим обстоятельством для реализации предстоящего спроса на печатную продукцию будет не только экономическое развитие, но и эффект замены печатной продукции средствами информации на электронных носителях, а новые технологии в мультимедийном секторе приведут к крупномасштабным изменениям в сфере полиграфического производства. Однако, с позиций сегодняшнего дня, уже ясно, что, правильно определив тенденции развития информационного рынка, большинство исследователей не учли скоротечности этих тенденций. Было ошибочным и предположение о росте рынка печатной продукции, эксперты не могли предвидеть и кризис 2008-2009 годов, и появление и быстрое развитие iPadов, ридеров, смартфонов, планшетов и других цифровых устройств.

В силу ряда обстоятельств отечественная полиграфия, впрочем, как и мировая, вступила в длительную фазу стагнации с понижающим трендом в перспективе. Эта ситуация сопровождалась сокращением выпуска газетной и книжной печатной продукции в натуральных показателях и, в отдельные периоды, некоторым увеличением производства журналов и печатной продукции производственно-технического назначения (этикетки, упаковки, печати на гофрокартоне и т.п.). Имеющееся поступательное увеличение объема выполненных работ в денежном выражении не характеризовало динамику роста производства в полной мере, а констатировало в основном рост стоимости используемых расходных материалов и полиграфических услуг (рис.8).

Рис.8



Источник: ЛесОнлайн.ру

Тем не менее последующие после кризиса годы характеризовались определенной адаптацией производства большинства типографий к новым реалиям и относительной стабилизацией в отдельных секторах полиграфического производства. В этот период можно отметить целый ряд позитивных событий.

Так, в 2010 году вступил в строй издательско-полиграфический комплекс «Грозненский рабочий», в Алтайском крае открылась типография «Фабрика цвета» ИД «Алтапресс», создан новый газетный комплекс в ГИПП «Волга» (г. Астрахань). На полиграфическом рынке активизировалась работа управляющих компаний интегрированных групп, образованных в результате реформирования государственного сектора полиграфии, важным событием года стала активизация процессов приватизации полиграфпредприятий – как на федеральном, так и на региональных уровнях. Масштабы производственной деятельности нового полиграфического комплекса «Парето-Принт», ознаменовали рождение в стране крупнейшего центра изготовления книг на Тверской земле.

В 2011-2013 гг. определенное улучшение экономического климата в стране вызвало увеличение выпуска печатной продукции на целом ряде полиграфических предприятий, особенно в секторе газетно-журнального производства. Это было вызвано, прежде всего, ростом рекламного рынка, пересмотром таможенно-тарифной политики в стране по отдельным позициям функционирования полиграфической инфраструктуры. В это время было организовано производство малотиражных книг в типографии «Чеховский печатный двор» на базе рулонных струйных ЦПМ, произошло объединение

московских предприятий «Пушкинская площадь» и «Алмаз-Пресс», осуществлена модернизация производства ООО «МДМ-Печать», продолжалось внедрение цифровых технологий в полиграфическом производстве и цифровой промышленной печати, а также развитие производства фотокниг на этой основе. Значительно возросла инвестиционная активность многих типографий. Состоялось вступление России в ВТО, в результате чего открылись позитивные перспективы для отечественной полиграфии в конкурентном соревновании с зарубежной полиграфической базой.

В связи с вступлением России в ВТО важное место занял вопрос о конкурентоспособности отечественной полиграфии, оценки достигнутого уровня технического прогресса, технологической оснащенности ее производственного потенциала. Такая постановка вопроса была связана с постоянным ростом заказов российских издательств на печать в зарубежных типографиях.

Если оценивать общее состояние рынка полиграфических работ по завершении 2013 г., то необходимо отметить его общую направленность на совершенствование действующих полиграфических производств в целях достижения конкурентных количественных и, главным образом, качественных результатов. В этом году на фоне показателей развития страны вообще и издательско-полиграфического комплекса (уровень потребления печатной продукции и спрос на полиграфические услуги) в целом, полиграфия сохранила свой производственный потенциал и объемы выпуска печатной продукции. Тем не менее, в полиграфической сфере деятельности продолжалось определенное снижение инвестиционной активности, по итогам 2013 г. объем инвестиций сократился почти на 12%. Финансовые ресурсы предприятий, предназначенные для воспроизводства, направлялись в основном на освоение и выпуск новой печатной продукции, техническое перевооружение и другие инфраструктурные цели. Реконструкция действующих типографий и новое строительство в это время осуществлялось в ограниченных масштабах.

Именно в этот период всестороннее использование ИТ-технологий практически во всех сферах экономики оказало непосредственное влияние на состояние всего издательско-полиграфического комплекса страны. Но в отличие от всех других отраслей, применение ИТ-технологий в области печати было связано не только с прогрессивными изменениями в производстве печатной продукции, но и с процессами ее замещения новыми информационными продуктами. Это обстоятельство (и, как следствие, сокращение тиражей периодических изданий и книг, уменьшение общего

объема печати) положило начало возникновения системного кризиса в полиграфии.

Но в предыдущие несколько лет, хотя и отмечалась стагнация в производстве печатной продукции, однако без явных симптомов значительного падения его объемов. Предполагалось, что в 2014 г. наступит период оживления, имея в виду уже достигнутые результаты производственной деятельности в полиграфии в 2013 году. Если сопоставить данные экономической деятельности полиграфических предприятий за первое полугодие 2014 г. с таким же периодом года предыдущего, то был зафиксирован рост объема производства по всем основным показателям, и дальнейшие результаты деятельности типографий были вполне предсказуемы. К сожалению, этого не случилось.

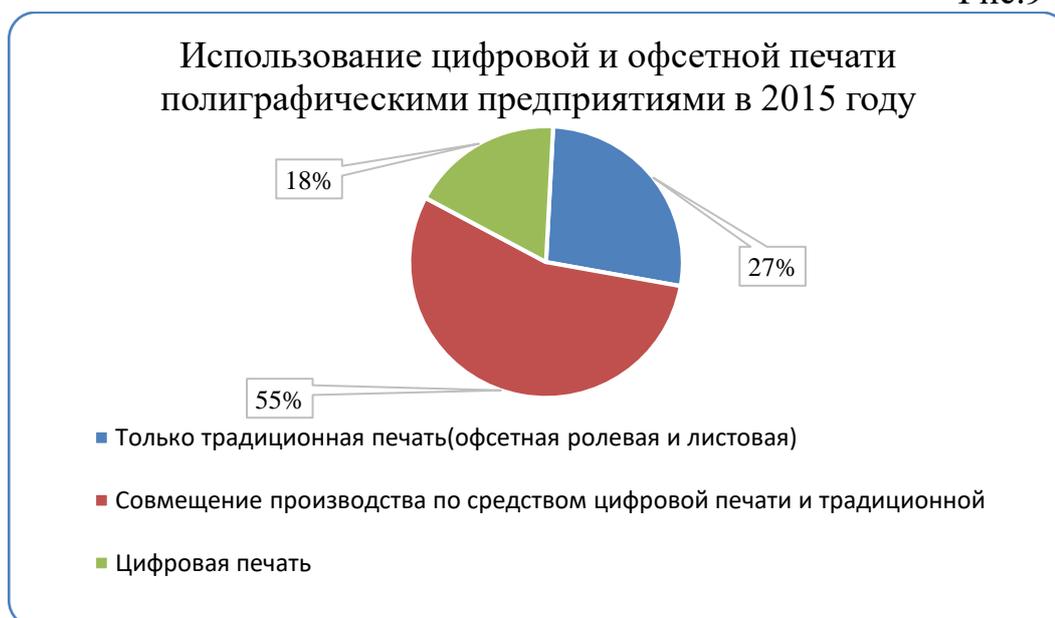
Изменение экономической ситуации в стране во второй половине года, развитие негативных макроэкономических процессов приостановили положительную динамику роста выпуска печатной продукции. Более того, в результате падения национальной валюты и значительного повышения цен на бумагу и картон для печати у большинства типографий возникла реальная опасность ликвидации бизнеса. После достаточно длительного периода (2010-2013 гг.) сохранения сложившихся объемов производства печатной продукции в стране, в 2014 г. произошло заметное его снижение. Так, по отношению к 2013 г., выпуск газет составил 90,3%, книг – 89,4%, журналов – 93,9%. Наибольшее падение было зафиксировано в производстве прочей, главным образом, рекламной печатной продукции, которое составило почти 14% и, одновременно, был зафиксирован небольшой рост (1,3%) в выпуске печатной упаковки.

В течение всего 2014 г. на процессы ведения бизнеса в полиграфии оказывали существенное влияние, как общеэкономические кризисные тенденции, так и новые тренды в медийном потреблении (развитие электронных СМИ и цифрового книгоиздания, смена покупательских предпочтений, рост стоимости производства и проблемы распространения печатной продукции). В результате, в отечественной полиграфии не произошло каких-либо принципиальных изменений, связанных с вводом масштабных производств. Более того, среди самых заметных тенденций отмечалась ограниченная инвестиционная деятельность. Типографии весьма избирательно подходили к определению инвестиционных решений и осуществляли их реализацию только при условии рентабельности таких финансовых вложений.

Тем не менее, нельзя не принимать во внимание происходящие изменения в структуре полиграфического рынка, которые обозначились за последние несколько лет и особенно проявились в течение 2014 года. На фоне снижения масштабов производства в сегментах печатных СМИ и книгоиздания значительно расширился ассортимент и увеличились объемы печати упаковки, этикеток, обоев, бумажных и пленочных печатных материалов для различных отраслей промышленности. Сформировался новый сегмент рынка – производство малотиражной персонализированной печатной продукции различного назначения на базе цифровых печатных технологий. Помимо бумаги и картона были освоены новые материалы для печати: полимерные пленки, пластик, фольга, гофрокартон, жест, стекло и готовые промышленные изделия.

В конце 2014 г. и в 2015 г. российский рынок печатных СМИ, книгоиздания, рекламной и пр. печатной продукции оказался в сложном положении, что стало следствием как общего кризиса в стране, прежде всего валютно-финансового, так и повышения цен на печатные сорта бумаги. В результате себестоимость производства печатной продукции, а также ее конечная цена возросли, причем на фоне заметного падения покупательной способности, как населения, так и заказчиков печатной продукции производственно-технического назначения. Вот почему на Московском Форуме печати в декабре 2015 г. было заявлено, что серьезной селекции в ближайшем будущем российскому рынку печати не избежать (рис.9).

Рис.9



Источник: МАП

В этот период стали заметными принципиальные изменения в структуре издательского сегмента полиграфического производства. Процессы

ликвидации, слияния и объединения, происходящие в этот период, становятся все более заметными. Продолжается реализация Программы приватизации государственных типографий, увеличивается концентрация полиграфического потенциала в центральном регионе страны. В складывающейся структуре выпуска газетной продукции доля предприятий в ЦФО, где доминируют Москва, Московская область и Тверь, превысила 35%, журнальных изданий – 65%, а книжной продукции – 62%.

Учитывая потребность в профессиональном обсуждении реального положения дел и выработки необходимых антикризисных мер поддержки типографий газетно-журнального и книжного профиля деятельности, Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям совместно с Межрегиональной ассоциацией полиграфистов организовали проведение профессиональной конференции «Кризис как фактор дальнейшего развития отечественного полиграфического производства».

В работе конференции приняли участие руководители крупных газетно-журнальных и книжных типографий и их объединений, широкий круг представителей издательских и редакционных организаций, профессиональных объединений, фирм и компаний – поставщиков полиграфической техники и материалов.

В числе тем, обсуждаемых в процессе работы конференции доминировали:

- перспективы производства печатных СМИ и книжной продукции;
- финансовые риски и кризис неплатежей;
- бумага для печати как ценовой фактор в полиграфическом производстве;
- антикризисные меры и направления диверсификации производства в специализированных типографиях;
- необходимые меры государственной поддержки издательско-полиграфической сферы деятельности в кризисной ситуации и др.

Участники конференции сошлись во мнении, что нынешнее состояние полиграфии является результатом действия многофакторного кризиса. Под его воздействием только за последнее время закрылось 140 газетных и журнальных типографий и 750 периодических изданий, что определяется нарастающим противоречием между традиционными полиграфическими технологиями и современными средствами электронных коммуникаций. Кризис усугубляется падением рекламных доходов в печати, удорожанием расходных материалов, постоянным сокращением тиражей книг и

периодических изданий, что приводит к возникновению избыточных производственных мощностей в полиграфии.

В результате полиграфическое производство в издательском сегменте рынка сегодня находится в состоянии ожидания и понимания того, что эта кризисная ситуация еще долго не изменится. Но есть понимание и того, что любой кризис, как показывает весь предыдущий опыт развития отрасли, обязательно сменяется развитием отрасли. Это подтверждается той эффективной работой, которая проводится на большинстве полиграфических предприятий: оптимизация кадров, сокращение расходов на производство, внедрение более интенсивных технологий. Так было и в 1998 г., и в 2008 г., но отечественная полиграфия находила пути выхода из кризисных ситуаций с обновленными позитивными результатами.

Обсуждались и меры государственной поддержки издательско-полиграфической сферы деятельности. В частности, отмечалось, что в 2015 г. «Почта России» предприняла усилия для более правильной организации процесса подписки на периодику. В том же году усилия профессионального сообщества нашли отражение в принятых решениях по таможенным льготам на импорт целого ряда полиграфических материалов. Постоянно выделяются средства и в рамках поддержки социально-значимых СМИ, круг которых значительно расширился, а также для реализации программ выпуска изданий для инвалидов.

Была подчеркнута роль развития стратегического планирования в издательско-полиграфическом бизнесе и высказана уверенность, что издатели найдут новые форматы и перспективы развития печатной продукции, а разговоры о том, что дни печатных СМИ и книг сочтены, несостоятельны.

Во многих выступлениях участников практической конференции говорилось, что для сохранения и развития потенциала отечественной полиграфии необходимо в первую очередь решение целого ряда проблем в издательской и распространительской сферах деятельности. Подчеркивалось, что влияние непосредственно в полиграфическом производстве системного кризиса, связанного с процессами замещения печатной продукции, гораздо глубже экономических проблем. Обсуждалась ценовая политика целлюлозно-бумажных комбинатов, необходимость снижения НДС на импорт всех полиграфических материалов и вопросы неплатежей в цепи участников производства печатной продукции.

Актуальным стал обмен мнениями и оценка текущей ситуации в отрасли, а также поиск единого подхода и выработка необходимых мер поддержки отечественной полиграфии со стороны государства. В числе

последних был обсужден целый ряд мероприятий и льгот для создания в издательском сегменте отечественной полиграфии режима наибольшего благоприятствования с целью повышения конкурентоспособности по отношению к зарубежной полиграфической базе.

Основной особенностью момента являлось то, что кризисные события 2016 года были не в новинку для полиграфистов, так как фактически стали следствием и продолжением системного кризиса в отрасли печати.

В этой сфере деятельности продолжалась определенная стагнация с некоторыми элементами стабилизации. За предыдущий период развития кризисной ситуации в стране полиграфические предприятия провели большую работу по оптимизации своих расходов, что позволило снизить издержки производства и сохранить в большинстве случаев доходность своего бизнеса. Заметное падение объемов выпуска газетно-журнальной печатной продукции в первом полугодии удалось компенсировать увеличением во втором, но этот всплеск производства был вызван предвыборной активностью, а рост выпуска в других секторах рынка характеризовался традиционным сезонным (предновогодним) увеличением заказов на печать.

В заключение данного анализа следует констатировать, что на протяжении двух последних десятилетий российская полиграфия функционирует в кризисных или после кризисных обстоятельствах и на каждом этапе она меняется – как структурно, так и качественно.

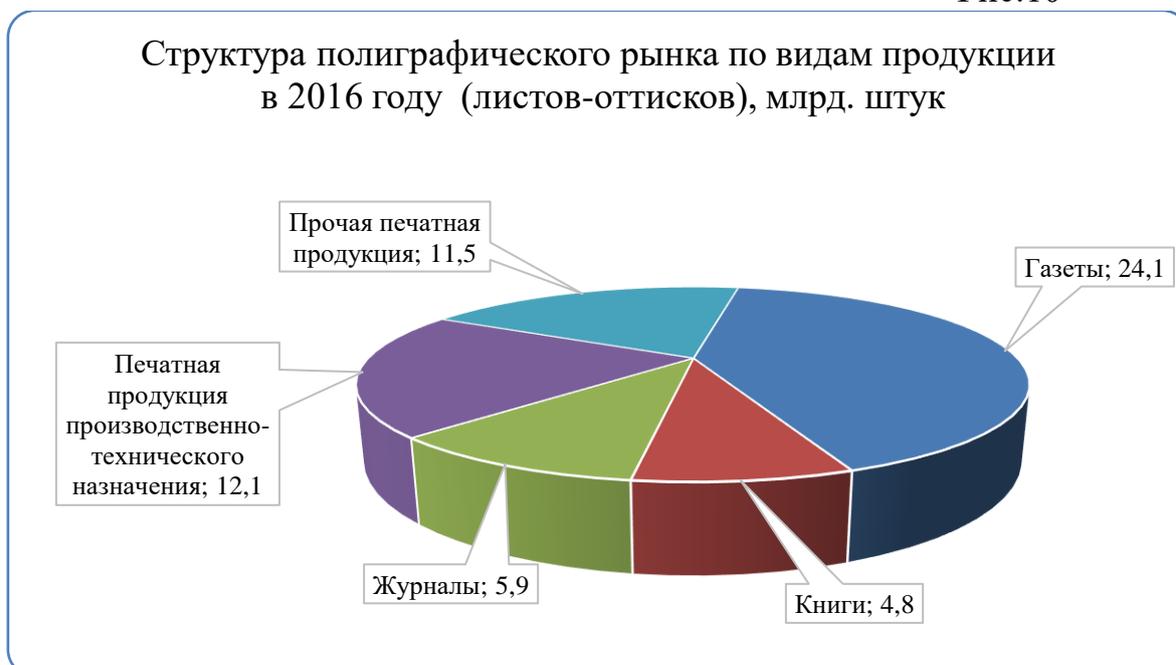
Состояние полиграфического производства

Полиграфическое производство меняется, переориентируясь от печати «массовых» тиражей к изготовлению индивидуализированной печатной продукции. Некогда самый ведущий сектор в полиграфии – издательский, сдает свои позиции. Под влиянием отрицательной динамики продаж и рекламных сборов издатели печатных СМИ и книжной продукции все больше внимания уделяют созданию новых бизнес-моделей, основанных на использовании электронных каналов дистрибуции контента. Одновременно, в других сегментах полиграфического рынка продолжается определенный рост объемов производства, расширение диверсификации выпуска продукции и улучшение инвестиционного климата.

Сегодня важно отметить, что за последнее десятилетие печатная индустрия вообще и отечественная полиграфия, в частности, подверглась радикальным изменениям. В первую очередь это обусловлено быстротой проникновения в полиграфию новых технологий и созданием новых моделей бизнеса. Принципиальные преобразования российской полиграфии совпадают с общемировыми тенденциями.

Во многих экспертных заключениях российских специалистов фиксируется ярко выраженная тенденция к сокращению отечественного рынка издательской печатной продукции, в полном соответствии с аналогичными тенденциями мирового рынка (рис.10).

Рис.10



Источник: МАП

Сегодня, по истечении 2016 года, емкость общероссийского рынка производства печатной продукции составляет около 50 млрд. листов-оттисков, из них на издательский сегмент печати приходится немногим более 40%. Именно основные позиции этого сегмента – газеты, журналы и книги, продолжают демонстрировать падение объема выпуска. Однако, как отмечалось в предыдущих ежегодных докладах Роспечати, показатель выпуска печатной продукции в натуральном выражении не характеризует возможности производственного потенциала отечественной полиграфии. В современных рыночных условиях объем натурального выпуска определяется спросом и показывает величину подушевого потребления бумаги для печати, который на данный момент не превышает 45 кг. Он уже не является определяющим в полиграфическом бизнесе, главным становится количество выполняемых заказов, их стоимость и величина производственных затрат.

Тем не менее, нельзя не отметить, что в 2016 г. тенденция снижения выпуска печатной продукции в натуральных показателях, сложившаяся в предыдущие несколько лет, продолжилась. Как показали статистические данные за первое полугодие это, в первую очередь, затронуло производство печатной продукции, в издательском и рекламном секторах рынка полиграфических работ (табл.1). Здесь несколько неожиданными стали положительные результаты выпуска книжных изданий как по названиям (112%), так и по тиражам (106,1%).

Таблица 1

Общий выпуск печатной продукции в натуральных показателях по номенклатуре Росстата в I-полугодие 2015-2016гг. (код по ОКВЭД 22.2).
Газеты, книги, журналы, печатная продукция производственно-технического назначения, прочая печатная продукция

Вид продукции	2015г. I-полугодие	2016г I-полугодие	2016/2015 %
Газеты (4-х полосные, формата А 2) млрд. экз.	6,8	6,2	91,2%
Книги (листов-оттисков), млрд. штук	2,1	2,2	106,1%
Журналы (листов-оттисков), млрд. штук	3,2	2,7	84,4%
Печатная продукция производственно-технического назначения (листов-оттисков), млрд. штук	5,6	5,9	105,3%
Прочая печатная продукция (листов-оттисков), млрд. штук	5,5	5,8	105,5%

Источник: Росстат

Как показывает многолетняя практика ведения анализа состояния полиграфического производства, его экономические показатели в первой половине года не отражают общие итоговые результаты деятельности по завершении годового цикла. Как правило, значительный объем производства в полиграфии приходится на вторую половину года, а точнее на последние месяцы, что принципиально меняет общие экономические показатели данной сферы деятельности (Табл. 2). Не стал исключением из этого правила и 2016 год, учитывая повсеместное проведение выборной кампании на федеральном и региональных уровнях.

Таблица 2

Общий выпуск печатной продукции в натуральных показателях по номенклатуре Росстата в 2014-2016гг. (код по ОКВЭД 22.2).

Газеты, книги, журналы, печатная продукция производственно-технического назначения, прочая печатная продукция

Вид продукции	2014г.	2015г.	2016г	2016/2015 %
Газеты (4-х полосные, формата А 2) млрд. экз.	15,7	13,8	12,8	92,8%
Книги (листов-оттисков), млрд. штук	6,1	5,2	4,8	92,3%
Журналы (листов-оттисков), млрд. штук	8,1	6,7	5,9	88,1%
Печатная продукция производственно-технического назначения (листов-оттисков), млрд. штук	9,7	11,4	12,1	106,1%
Прочая печатная продукция (листов-оттисков), млрд. штук	10,5	11,3	11,5	101,8%

Источник: Росстат

Основным показателем, характеризующим эффективность работы полиграфических предприятий, является общий годовой оборот полиграфической отрасли в стране. Но, как это ни парадоксально, именно объективное определение этого показателя представляет большие сложности. Дело в том, что информация об объемах производства предприятий основывается на данных территориальных органов Федеральной службы государственной статистики (форма П-1) по коду ОКВЭД 22.2 «Полиграфическая деятельность и предоставление услуг в этой области». Многолетняя практика показывает, что получаемый ежегодно перечень полиграфических предприятий охватывает не более 1,5 тыс. субъектов из 7 тыс., присутствующих на рынке.

В этих условиях оценка промышленного потенциала отечественной полиграфии в 2016 г. осуществлялась на основе дополнительных данных

мониторинга отрасли, экспертных оценок и опросов, а также аналитических расчетов с использованием отраслевой методики определения емкости рынка по объемам производства. В результате общий годовой оборот полиграфического вида деятельности в стране составил почти 250 млрд. рублей.

Естественно, с точки зрения вклада в ВВП страны (около 1%) этот результат не очень впечатляет. Несопоставим он и с объемами полиграфического производства в развитых странах: США – 160 млрд. долл. США, Европа – 90 млрд. долл. США, Китай – 60 млрд. долл. США. Но это никак не снижает экономическую и социально-политическую значимость полиграфического вида деятельности в нашей стране.

Более того, в связи с введением в действие Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД2) и общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности (ОКПД2) с 1 января 2017 г. учитываемый объем полиграфического производства существенно увеличится за счет отнесения к его сфере деятельности целого ряда позиций по товарам и услугам, ранее учитываемых в других отраслях.

Так, значительно расширена в рамках ОКПД2 позиция 18.12 «Услуги печатные прочие», а именно: печать марок почтовых и гербовых, карточек микропроцессорных, книжек чековых и прочих ценных бумаг; печать торгово-рекламных каталогов, проспектов, плакатов и прочей рекламной продукции; услуги по печатанию этикеток и ярлыков, многокрасочной упаковки на листах бумаги и картона, печатная продукция для слепых, а также услуги по печатанию непосредственно на пластмассе, стекле, металле, дереве и керамике.

Это событие – ввод в действие новых общероссийских классификаторов видов экономической деятельности и продукции – нельзя оставить без внимания. Их применение принципиально меняет ранее сложившуюся методику оценки полиграфического потенциала в стране.

На протяжении всех последних лет в профессиональной полиграфической сфере отмечалось отсутствие достаточно полных и объективных статистических данных, характеризующих состав и объемы выпуска печатной продукции. В этих реалиях Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям вот уже на протяжении десяти лет в своих ежегодных докладах при оценке полиграфической деятельности руководствовалось отраслевой методикой, о которой было сказано выше. Все это позволяло сохранять единый аналитический подход к оценке результатов

деятельности, их сопоставимость и преемственность на протяжении всего этого периода.

Прошедший 2016 год для полиграфии характеризовался целым рядом факторов, преимущественно негативного свойства. Таких как нестабильность на валютно-финансовом рынке (в условиях практически полной импортозависимости производства печатной продукции) и связанное с этим резкое удорожание многих компонентов материально-технического обеспечения: бумаги для печати и других расходных материалов, печатных форм и краски. Кроме того, нельзя не принимать во внимание продолжающееся падение спроса на периодическую и книжную печатную продукцию, развитие электронных средств коммуникации, законодательные ограничения в области рекламы и ряд других. Следует отметить и жесткую конкуренцию между типографиями, спад инвестиционной активности и отсутствие ввода в строй новых полиграфических объектов.

Продолжает сохраняться высокая концентрация производства в секторах изготовления газетной, журнальной и книжной печатной продукции. Несмотря на присутствие в каждом секторе большого количества типографий, основной производственный потенциал по объему выполняемых работ составляет ограниченное количество предприятий, конкурентоспособность которых обеспечивается как технологическими, так и масштабными факторами. В газетно-журнальном и книжном секторах полиграфического рынка увеличился разрыв между предложением производства и спросом на выпуск печатной продукции.

Но нельзя не сказать и о некоторых позитивных моментах в производственной деятельности полиграфических предприятий за прошедший период. Это, в первую очередь, увеличение объемных показателей и определенное улучшение финансового положения многих типографий по итогам года (за счёт повышения отпускных цен на выполняемые работы).

Принимая во внимание все вышесказанное, следует отметить, что характерной чертой полиграфического производства сегодня является разделение рыночного пространства на технологические и товарные сектора и сегменты, ориентированные на определенный контингент потребителей. Как следствие, это изменило некогда единое понятие издательско-полиграфического комплекса как отрасли и обозначило отдельные сферы производства печатной продукции: печатные СМИ, книгоиздание, печатная реклама, упаковка, сегмент цифровой печати и т.п. Все эти организационные формы полиграфического рынка по-разному восприимчивы к решению

возникающих проблем и регулирующим воздействиям, неоднозначно влияют на развитие сферы печатной инфраструктуры.

Газетное производство

В настоящее время материально-техническую базу единого информационного пространства страны в сфере печатных средств массовой информации составляют около 60 крупных полиграфических предприятий.

За последние два года в этом сегменте полиграфического производства произошли существенные изменения в связи с ликвидацией ряда сетевых типографий входивших в ЗАО «Российские газеты», ИД «Комсомольская правда» и ЗАО «Прайм Принт» (Москва).

Развитие этого процесса связано с уходом с рынка большого количества печатных версий газетных изданий, не выдержавших конкуренции в результате изменения спроса (и, как следствие, из-за снижения тиражей). В этих условиях потеря сетевых производственных мощностей в большей степени компенсируется возможностями региональных типографий, располагающих современным оборудованием – высокоскоростными многокрасочными печатными машинами, которые способны обеспечивать необходимый уровень конкурентоспособности не только в регионе, но и в межрегиональном пространстве.

Рис.11



Источник: МАП

Сегодня практически во всех Федеральных округах действуют одна или несколько типографий, обеспечивающих выпуск и общенациональных газет, и всей региональной газетной продукции. Нельзя не отметить, что в этом случае, чем интенсивнее в регионе складывается конкуренция полиграфических предприятий в газетном секторе производства, тем сильнее проявляется

миграция региональных газет по типографиям. Развитие данной тенденции предполагает проведение оптимизации существующей логистической модели распространения газетных изданий и приближение производственных баз к непосредственному потребителю (рис.11).

Оценивая экономическое состояние полиграфических предприятий в данном секторе производства печатной продукции в 2016 г., приходится констатировать, что негативные процессы кризисной ситуации в стране, имевшие место в 2015 г., продолжились: падение тиражей и сокращение названий периодических газетных изданий обозначилось с самого начала года. Такое развитие событий вызвало необходимость их обсуждения и оценки в профессиональной среде. Так, в марте 2016 г. в пресс-центре Союза издателей «ГИПП» состоялось совещание руководителей газетно-журнальных полиграфических предприятий московского и ряда других регионов с участием представителей Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации и Федерального агентства по печати и массовых коммуникаций.

На встрече были обсуждены самые острые текущие проблемы: неплатежи и задолженности со стороны издателей, предложения по лицензированию полиграфической деятельности, инициатива ФТС проводить оформление таможенных документов по цене не ниже указанной в «профиле риска стоимости», даже если декларируемая цена подтверждена полным пакетом документов. Последний вопрос вызвал у участников совещания наибольшую обеспокоенность, т. к. предприятия закупают расходные материалы большими партиями за рубежом напрямую у производителей по специальным оптовым ценам. По результатам работы совещания были направлены предложения в соответствующие органы государственного регулирования.

Основная цель проведенного мероприятия, как и последующих в течение 2016 года форумов с участием издателей и полиграфистов, заключалась в акцентировании внимания профессионального сообщества на проблемах рынка печатных СМИ, определении вектора дальнейшего развития производства периодических изданий и внутренних инвестиционных возможностей. Большое место в обсуждениях на всех собраниях занимали предложения по выработке мер поддержки со стороны государства, направленных на повышение эффективности работы полиграфических предприятий. В обращениях в государственные органы управления подчеркивалось, что накапливающиеся в газетно-журнальном производстве возрастающие проблемы негативно влияют на развитие данного сектора

потребительского рынка, затрагивая цены изданий, их качество, оперативность выпуска и доступность.

Обеспокоенность полиграфистов объясняется еще и тем, что в течение 2015-2016 гг. практически остановился процесс расширения и модернизации традиционного газетного полиграфического производства, что подтверждается отсутствием каких-либо значимых инсталляций в этой сфере деятельности. Среди направлений повышения эффективности производства в основном доминируют меры по наращиванию доли рынка за счет создания определенных конкурентных преимуществ (рис. 12).

Рис.12



Источник: МАП

Например, ОАО «Московская газетная типография», одно из трех оставшихся газетных предприятий на территории столицы, реализует стратегию удержания ранее завоеванных позиций на полиграфическом рынке. Поставленная задача достигается за счет расширения печати более экономичных форматов изданий, позволяющих заметно снизить их себестоимость в производстве, возможности печати на смешанных бумагах по технологиям coldset и heatset, а также в результате увеличения использования отечественных расходных материалов (Полиграфия № 5, 2016).

Но одновременно, среди ряда тенденций, которые наблюдаются в газетном производстве в последнее время, следует выделить развитие процессов диверсификации для повышения эффективности использования установленного печатного оборудования и расширения ассортиментной составляющей действующего производства. Кроме того, следует отметить и

более радикальные направления диверсификации газетного производства, связанные с внедрением флексографического способа печати и выходом на новый рынок сбыта, главным образом, этикеточно-упаковочной продукции.

Сегодня эти направления диверсификации производства характерны для предприятий, входящих в состав ЗАО «Российские газеты» (ОАО «Кострома», ОАО «Советская Сибирь», ОАО «Дальпресс», ОАО «Пензенская правда»), а также многих региональных газетных типографий.

С точки зрения технологической составляющей в современном газетном полиграфическом производстве вообще и в отечественном, в частности, сегодня продолжает преобладать офсетный способ печати. В условиях прогрессирующей тенденции падения тиражности газетных изданий эффективность применения этой традиционной технологии заметно снижается. Одновременно, все более масштабно развивается кризисная ситуация в системе распространения периодической печати.

Эти и другие вопросы, которые возникают в сферах функционирования печатных СМИ и соответствующего полиграфического производства, были рассмотрены в процессе работы Всемирного газетного конгресса, который состоялся в конце 2015 г. (Вашингтон, США). Кроме задачи по развитию издательских бизнес-моделей в области продвижения газетно-журнальной печатной продукции были определены основные направления развития полиграфического производства. Среди главных направлений было обозначено применение цифровых газетных печатных машин как результат увеличения спроса на печать продукции малыми тиражами и индивидуализация изданий.

Как показывает мировая практика, технологические преимущества цифровой печати становятся все более очевидными, конкурентоспособность этого способа печати постоянно возрастает в связи с применением высокоскоростных рулонных ЦПМ струйной печати как реальная альтернатива рулонным машинам плоской офсетной печати. Такая техника способна осуществлять печать на серийных бумагах в самом широком диапазоне. Можно уже говорить о достаточно высоком качестве печати, сравнимым с качеством оттисков при офсетном исполнении, и определенном ценовом паритете.

Применение цифровой печати в газетном производстве хотя и остается пока проблематичным, но, тем не менее, уже есть реальные примеры успешного использования. Так, в одной из типографий во Франции начата в 2016 г. печать многокрасочных еженедельных газет цифровым способом – 18 еженедельных названий тиражами от 3 до 40 тыс. экземпляров (общим

тиражом 265 тыс. экз. в неделю). Производство осуществляется на базе печатно-отделочного комплекса Kodak Prosper 60 00С компании Manroland Web Systems. Подчеркивается, что уникальность проекта заключается в том, что теперь газета обращается к читателям индивидуально в их повседневной реальности и освещает темы их личного интереса. Изменилась и рекламная модель местных еженедельных газет, т. к. зоны распространения газет стали лучше пересекаться с областями торговли заказчиков, размещающих рекламу (Полиграфия, № 2, 2016).

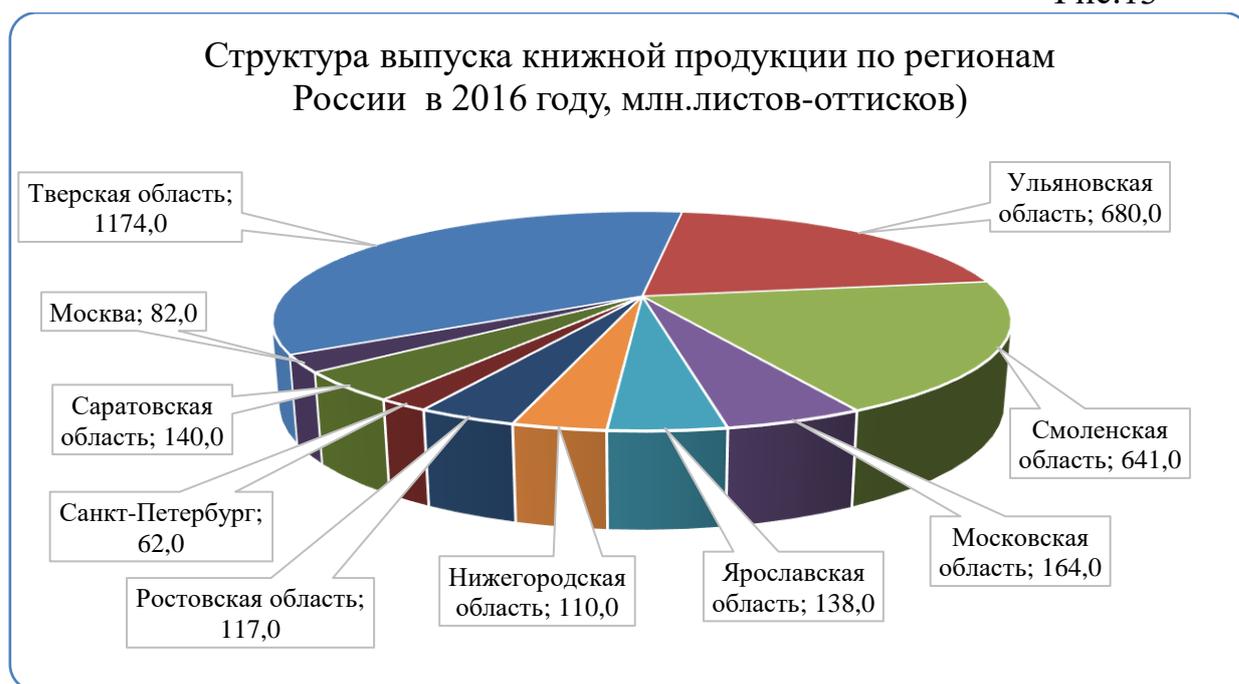
Можно предположить, что именно в таком направлении будет модифицироваться полиграфическая база региональной печатной прессы и сеть децентрализованной печати газет в нашей стране, о чем подробно говорилось в предыдущих ежегодных докладах Роспечати.

Книжное производство

В настоящее время в книжном полиграфическом производстве сохраняется уже многолетняя ситуация, когда основной объем тиражной (от 5 тыс. экз. и более) книжной продукции, изготавливается весьма ограниченным числом полиграфических предприятий. Среди них государственные акционированные (в стадии приватизации) типографии, входящие в состав созданных интегрированных групп: ОАО «Первая Образцовая типография», ОАО «Издательство «Высшая школа» и их филиалы, ОАО «Уральский рабочий» (г. Екатеринбург) в составе ЗАО «Российские газеты» и ряд отдельных региональных предприятий (ОАО «Идел-Пресс» (г. Казань), ГУП «Республиканский полиграфический комбинат» (г. Уфа), ОАО «Альянс «Югполиграфиздат» (г. Волгоград), «Магнитогорский дом печати» (Челябинская область), Республиканская типография «Красный Октябрь» (г. Саранск), ОАО «Медиа-Холдинг «Якутия», Чебоксарская типография № 1 и др.).

И, тем не менее, значительная доля книжного полиграфического производства принадлежит крупным типографиям, находящимся в частной собственности. Это Можайский, Ярославский и Тверской полиграфические комбинаты, ЗАО «Рыбинский дом печати», ЗАО «Кубань печать», ОАО «Подольская фабрика офсетной печати», ООО «Первый издательский полиграфический холдинг» (г. Санкт-Петербург) и ЗАО «Парето-Принт (г. Тверь) (рис. 13).

Рис.13



Источник: МАП

Сегодня в книжном сегменте полиграфического рынка доминируют 10 основных субъектов, объем выпуска книг которыми составляет почти 70%. Это в первую очередь ОАО «Издательство «Высшая школа», в состав которого входят Тверской полиграфкомбинат детской литературы, Смоленский полиграфкомбинат и Тульская типография. От общего объема выпуска книг в стране эти предприятия дают 26,3%. ОАО «Первая Образцовая типография» в состав которой, входят филиалы: «Ульяновский дом печати», «Дом печати - Вятка» и «Чеховский печатный двор». Доля этого объединения на рынке выпуска книг составляет 22,54%. ЗАО «Парето-Принт» (г. Тверь), производство которого в общем объеме выпуска книг превышает 13%.

Основная характеристика полиграфического производства книг последнего времени определяется сложнейшей тенденцией книжного рынка, когда ассортиментная составляющая возрастает, а суммарный тираж изданий последовательно сокращается. Все это создало благоприятные условия для расширения сети частных малых и микрокнижных типографий, в том числе с использованием технологий цифровой печати во всех без исключения регионах страны. Данная тенденция находит подтверждение в последние несколько лет, в течение которых на многих предприятиях и в организациях страны было установлено более 250 цифровых печатных машин промышленного типа, как однокрасочной, так и многокрасочной печати.

В результате, сектор малотиражного книжного производства в полиграфии значительно расширился за счет выхода на рынок таких типографий как: ООО «ДЕАЛ», г. Новосибирск; «КЭМ», г. Москва; ИПК ООО «УП Принт», г. Москва; «Лаки-Пак», г. Ростов-на-Дону; «Автограф», г. Челябинск; ООО «БУКС МАРТ», г. Москва; типография газеты «Красное Знамя», г. Новосибирск; «Красный Октябрь», г. Саранск; «Полиграф-Сервис», г. Москва, ООО «Медиа-Групп», г. Москва. И этот перечень может быть продолжен.

В условиях, когда определение бизнес-стратегии книжной полиграфии на ближайший период весьма затруднено из-за ряда неопределенностей в книгоиздании и экономике в целом, представляется, что для достижения результативности бизнеса на падающем рынке типографии будут в первую очередь добиваться увеличения своей доли в той или иной нише рынка за счет создания новых конкурентных преимуществ. Но, в этом случае у ряда книжных типографий возникает необходимость внесения изменений в существующие и перспективные бизнес-планы организационного и технологического характера, которые должны соответствовать уже новым требованиям заказчиков.

Сложившаяся рыночная конъюнктура диктует необходимость развития производственной базы для изготовления книжной продукции небольшими

тиражами в самом широком ассортименте, в том числе использование издательской бизнес-модели «книги по требованию», которая позволяет заказчикам этой продукции снижать риски и ориентироваться на реальный спрос.

На протяжении 2015-2016 гг. в книжных типографиях сохранялась достаточно масштабная инвестиционная деятельность, направленная на освоение новых секторов рынка и повышение эффективности полиграфического производства. Это, прежде всего, освоение выпуска новой книжной продукции, внедрение новых печатных и отделочных технологий и материалов, реализация планов технического перевооружения. При определении стратегических направлений развития многие перспективные новации связаны с цифровыми печатными технологиями, которые позволяют специализированным книжным типографиям не только предлагать новые виды работ (услуг) и печатной продукции (фотопечатной, акцидентной, рекламной, этикеточно-упаковочной и др.), но и создавать более эффективные и конкурентоспособные производственные подразделения в сочетании с традиционным изготовлением книг. Именно успешная реализация этих направлений деятельности в целом ряде типографий будет определять возникновение «точек роста» в секторе книжного производства рынка полиграфических работ.

В этой связи определение перспективной бизнес-стратегии книжного полиграфического производства, прогнозирование доходности бизнеса как важнейшего фактора развития этого вида деятельности представляет сегодня наиболее сложную задачу в отрасли печати. Это связано с тем, что предстоящий период будет достаточно сложным для всего российского книгоиздания. По всей вероятности, будут неизбежными вялотекущая стагнация выпуска печатных версий книг, дальнейшая дезинтеграция системы книгораспространения и расширение числа изданий для электронных средств визуализации.

Как следствие этих тенденций, в книжном секторе полиграфии ускорятся процессы концентрации специализированного производства и формирование «точек роста», уход с рынка ряда малоэффективных традиционных типографий.

Журнальное производство

Снижение объемов производства журнальной периодики в течение всего 2015 г. продолжилось и в 2016 г. Как отмечали эксперты в начале этого года, это было одно из самых сильных падений – на 40%, что напрямую связано с выросшими ценами на печать. «Прибыль от рекламы не покрывает трат на производство печатных изданий, и их тиражи сокращаются. Давление оказывает и падение реальных доходов граждан, для которых «глянец» становится менее доступным» (Российская газета).

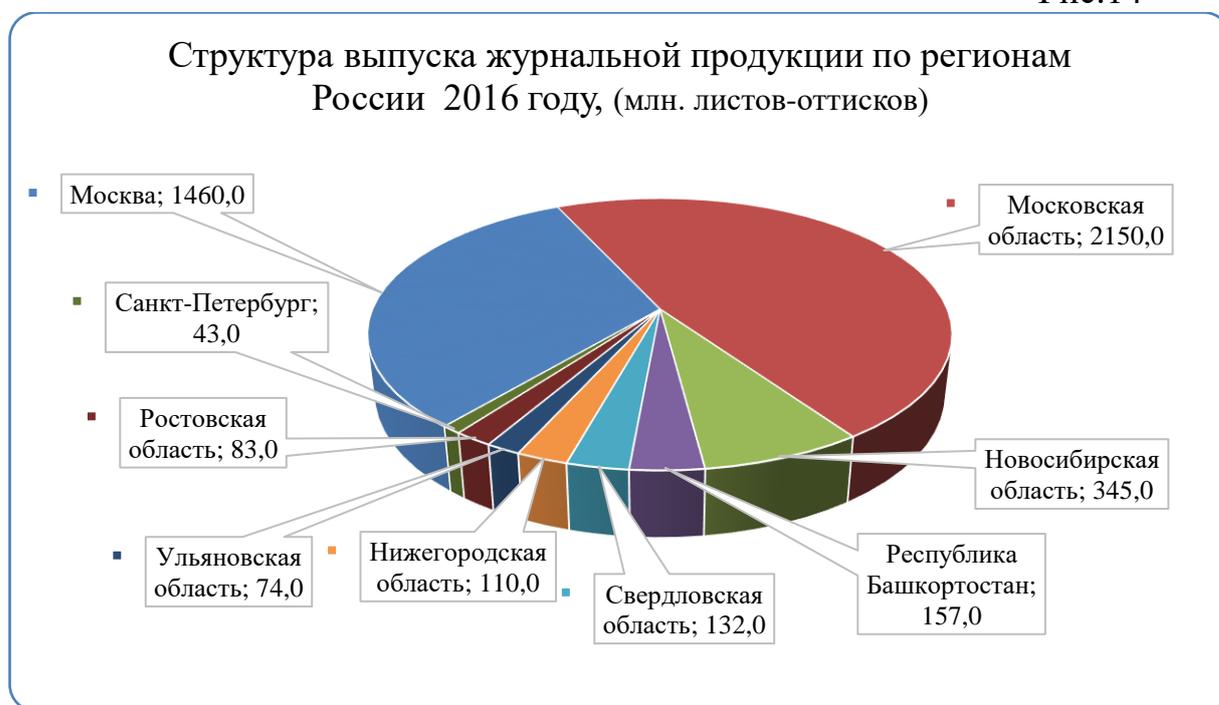
Оценивая на этом фоне производство многокрасочных иллюстрированных журналов, нельзя не учитывать, что параллельно достаточно быстро развиваются цифровые приложения этих изданий, вытесняющие с рынка печатные версии, особенно в его рекламном секторе. Конечно, еще достаточно часто встречаются утверждения, что «глянцевые» журналы, несомненно, обладают рядом преимуществ перед своими электронными конкурентами – качественная полиграфия, выверенная подборка материалов, устоявшийся имидж, психологические и тактильные особенности восприятия печатной версии. Естественно, все это предполагает журналам очень длительный жизненный цикл и с этим трудно не согласиться. Но, в тоже время, нельзя не принимать во внимание и то, что наступило время выбора дальнейшего пути их развития.

Именно эта проблема сегодня находится в центре внимания полиграфического бизнеса, специализация которого находится в этой сфере деятельности. Общее падение объема выпуска журнальной продукции в натуральных показателях в 2016 г., превысившее 10%, не может не оказывать деструктивного влияния на состояние и дальнейшее функционирование журнальной полиграфической базы.

В этом секторе отечественной полиграфии уже длительное время сохраняется доминирующее положение частных типографий, основная группа которых базируется, в основном, в Москве и Московской области: ПК «Пушкинская площадь», «Первый полиграфический комбинат», «Можайский полиграфкомбинат», Подольская фабрика офсетной печати. Это объясняется двумя принципиальными факторами: в производстве тиражной журнальной продукции особого класса качества применяется печатная техника значительной единичной мощности и выпускаемые журналы рассчитаны на широкий круг потребителей, как правило, границами регионов не лимитированный. Ряд региональных журнальных типографий, обладающих такими производственными возможностями (типография «Вояж» г. Новосибирск; ЗАО «МДМ-Печать», Ленинградская область; ОАО

«Башкортостан» и ОАО «Белая река» г. Уфа и др.), являются субъектами своего регионального рынка или ограниченной межрегиональной зоны (рис.14).

Рис.14



Источник: МАП

Сохранение кризисных ожиданий на рынке журнальной периодики в 2016 г. не способствовало развитию данного сегмента полиграфического потенциала в стране. За последние несколько лет какая-либо значимая инвестиционная деятельность здесь не осуществлялась из-за отсутствия возможности возврата инвестиций в ближайшее время, а также в связи с применением закона, ограничивающего участие иностранного капитала в российских СМИ. Международные издательские дома существенно сократили свои заказы на печать, закрыв порядка 10 тиражных изданий: 5 журналов ИД Burda, по 2 издания ИД Bauer Media и Sanoma Independent Media, и 1 журнал ИД Индепендент Спорт (Пресс-служба АРПП).

Одновременно, нельзя не сказать о процессах последнего времени, связанных с переводом печати целого ряда имиджевых журналов из-за рубежа на отечественную полиграфическую базу. В условиях кризисной ситуации это позволило издательствам получить определенные экономические преимущества. Но, в производстве «глянцевых» журналов и в нашей стране возрастают затраты на печать из-за долларového влияния, т. к. мелованные сорта бумаги, краски и формные пластины в полиграфии приобретаются по импорту. Все это оказывает прямое влияние на тиражность, объемы и

периодичность изданий, и, как следствие, на эффективность ведения бизнеса в этом сегменте рынка.

Кроме того, отсутствие активной инвестиционной деятельности в сегменте полиграфического производства качественной журнальной периодики связано и с тем, что происходит заметный сдвиг в сторону печати более дешевых изданий журнального типа. По информации экспертов АРПП, сегодня всю распространительскую розничную сеть наводнила периодическая печатная продукция, представляющая всю тематическую палитру и рассчитанную на самую широкую аудиторию. Она предназначена любителям кроссвордов, рукоделия, кулинарии, домашних животных, приверженцев здорового образа жизни, садоводства и огородничества.

Как правило, эти издания выпускаются в многокрасочном исполнении на более дешевых сортах бумаги, небольшого объема с креплением на скрепку. И поэтому не являются прерогативой специализированных журнальных типографий, а печатаются на газетных агрегатах, способных выпускать издания форматом А4 с комплектованием вкладкой, в самых различных газетных типографиях.

В отдельных публикациях и высказываниях можно встретить оценку этого вида изданий как «издательский мусор», но с точки зрения полиграфии это в подавляющем большинстве качественная печатная продукция. В ее производстве используется рулонная техника офсетной печати с применением при необходимости комбинированной технологии coldest и heatset. В сочетании с оригинальным дизайном и оформлением издания это позволяет обеспечивать качество воспроизведения иллюстрированного и рекламного материалов, практически равнозначного качеству печати в «глянцевых» журналах.

Все сказанное выше далеко не в полной мере характеризует состав и состояние полиграфической базы журнального производства в стране. По данным Российской книжной палаты, количество реально издаваемых журналов, сборников и бюллетеней в России приближается к 8 тыс. наименований. Большинство этих изданий печатается малыми и средними тиражами. Это, в первую очередь региональные, отраслевые и нишевые издания (B2B, B2C и др.), а также журналы краеведческого и рекламного характера. Их полиграфической базой являются средние и малые региональные типографии, оснащенные листовыми многокрасочными машинами офсетной печати.

Широкие возможности региональной журнальной полиграфии можно проиллюстрировать на примере ежемесячного журнала «Собака.ru», который

выпускается в Санкт-Петербурге, а также по лицензии еще в 15 крупнейших городах России. Например, в Екатеринбурге тираж журнала составляет 11 тыс. экземпляров, в Иркутске - 8 тыс., в Хабаровске и в Сочи - по 6 тыс. Суммарный тираж ежемесячника, который обеспечивают соответствующие типографии в каждом городе, составляет свыше 150 000 экземпляров.

Оценивая состояние и перспективы развития журнального сектора полиграфического производства по итогам прошедшего 2016 г., нельзя не учитывать, что интернет все заметнее меняет подходы к потреблению контента. Сайты продолжают отбирать аудиторию у «бумажной» прессы, стимулируя традиционные СМИ к цифровой трансформации. PwC прогнозируют, что драйверами роста глобального рынка развлечений и СМИ останутся цифровые носители, в том числе цифровые журнальные издания, книги и мобильное телевидение. К 2018 г. на них будет приходиться 47% всего рынка (РБК, 11.2016.). «К сожалению, кризис печатных СМИ – это факт. Интернет привлекает все больше и больше читателей и тиражи журналов сокращаются. Но, несмотря на это, я верю, что этот спад должен остановиться. Мир не стоит на месте и поэтому состоявшиеся журнальные бренды стали мультимедийными и мультимедийными» (Н. Гандурина, вице-президент «Artcom Media Group», 11, 2016).

На этом фоне эксперты журнального и рекламного (печатная реклама в журнальном исполнении) рынков отмечают, что основную оптимизацию, начатую в 2015 г., сектор журнальной полиграфии провел в 2016 г. Продолжающийся в течение года рост курса валют содействовал возврату значительного объема печати журнальной периодики из-за рубежа на отечественную полиграфическую базу. Процесс укрепления рубля, наметившийся в конце 2016 года, по всей вероятности, остановит дальнейший возврат изданий на печатную базу страны, но не повлияет на тенденцию сокращения рынка печатной продукции в целом.

Следовательно, трудно ожидать, что в ближайшей перспективе могут быть созданы журнальные полиграфические комплексы на базе специализированных рулонных офсетных агрегатов. Более того, тенденция перевода «глянцевых» журнальных изданий с рулонной офсетной печати на листовую из-за падения их тиражности будет усиливаться. Однако нельзя не учитывать быстрое распространение в полиграфии цифровой печати в производстве малотиражной продукции, особенно предстоящее в ближайшие годы масштабное применение цифровых струйных рулонных печатных машин.

Полиграфический потенциал по выпуску печатной продукции производственно-технического назначения

За последнее время в области полиграфической деятельности получили развитие направления, связанные с изготовлением или использованием печатных и отделочных процессов в производстве различной промышленной продукции. В соответствии с Классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД 2, код 18) это в первую очередь полиграфические услуги по печатанию этикеток и ярлыков, многокрасочной упаковки с последующим формированием конечного изделия, по печатанию непосредственно на пластмассе, стекле, металле, дереве и керамики.

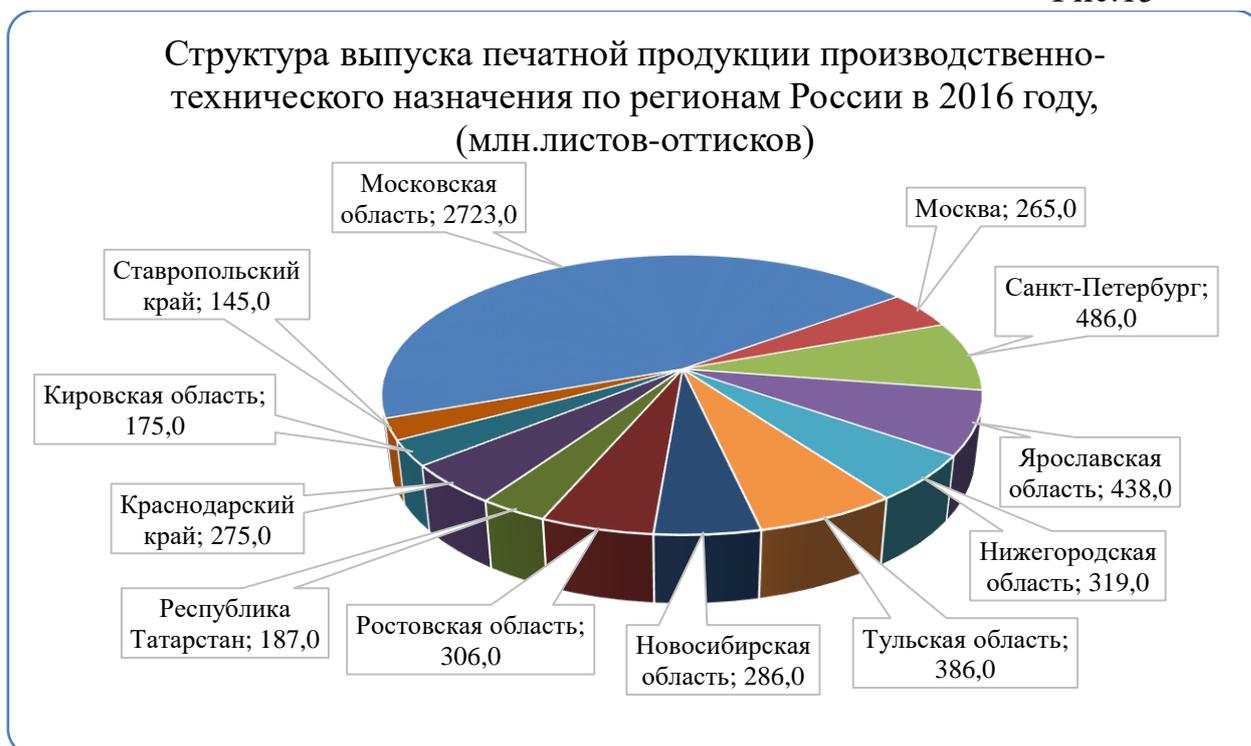
Среди данных направлений самое значимое место занимает производство этикеточно-упаковочной печатной продукции. Сегодня в стране уже сформировался самостоятельный, специализированный комплекс в области изготовления бумажной и картонной упаковки, гибкой упаковки на основе использования пленочных материалов и тары из гофрокартонов. Эта сфера полиграфического производства не первый год демонстрирует рост и наиболее востребована ко всем новым технологическим решениям. Конечно, нельзя сказать, что настоящий кризис не затронул этот сегмент полиграфического рынка, но его состояние с постоянным трендом развития, существенно отличается от сложившегося положения производителей газетной и книжно-журнальной продукции.

За период 2015-2016 гг. объем выпускаемой этикеточно-упаковочной печатной продукции в стране стал превосходить общий объем издательской печатной продукции. Именно в этом секторе рынка более высокими темпами происходит наращивание производственных мощностей, как за счет создания новых производств, так и диверсификации действующих типографий. Растущий рынок упаковки все больше привлекает типографии в самых различных регионах страны, которые чтобы компенсировать падение рентабельности при сокращении тиражей традиционной печатной продукции, развивают упаковочное производство, а в отдельных случаях окончательно переходят в сегмент упаковки. Этот процесс особенно характерен для многих газетных государственных типографий, среди которых следует отметить ИПФ «Воронеж», ОАО «Дальпресс» (г. Владивосток), ИПК «Пензенская правда», ОАО «Советская Сибирь» (г. Новосибирск) и ОАО «Кострома».

Если оценивать структуру данного сектора полиграфического производства, то, в первую очередь, следует иметь в виду сложность определения ее состава из-за разнопрофильности многих полиграфических

предприятий (упаковка на основе бумаги и картона, гибкая упаковка, твердые пластики, упаковка для жидких продуктов из картона и т.п.). Но, на основании данных Росстата, об объемах выпускаемой упаковочной продукции, можно констатировать, что наибольшая концентрация соответствующих видов производств присутствует в Москве и Московской области, Санкт-Петербурге, Ярославской и Тульской областях (рис.15).

Рис.15



Источник: МАП

К ведущим субъектам рынка этих регионов можно отнести следующие предприятия: ООО «Вся полиграфия», ООО «Типография «Арбат», ООО «Кинпак», ООО Типография «Печатный экспересс-флексография» в Москве; ЗАО Группа предприятий «ГОТЭК», ООО «МКПФ» в Московской области; ООО «Аляска–Полиграфоформление», ЗАО «Санкт-Петербургская Образцовая типография», ООО «Типография «Печатня» в Санкт-Петербурге; ООО НПЦ НТ «Азимут», ООО «Изослав», ОАО «Опытный завод «Паксистем» в Ярославле; ЗАО «Алексинская бумажно-картонная фабрика», ООО «Пакстор», ООО «Яснополянская фабрика тары и упаковки» в Туле.

В других регионах следует отметить ООО «Типография «Альбатрос» (г. Новосибирск), ЗАО «Данофлекс» (г. Казань), ООО «Полиграфическое предприятие «СуперПринт» (г. Самара), ООО «Юнипак» (г. Ростов-на-Дону) и ряд других.

Как видно из диаграммы масштабов развития сегмента изготовления печатной продукции производственно-технического назначения, главным образом, бумажно-картонной упаковки, этикетки и упаковочных средств на основе полимерных материалов, столичный регион (Москва и Московская обл.) является лидером, здесь сконцентрированы объёмы производства этикеточно-упаковочной продукции, в 5 раз превышающие объёмы, которые производит ближайший регион (Санкт-Петербург). Такое резкое разделение полиграфического производства по территории страны всецело определяется развитием тех или иных обрабатывающих отраслей в каждом регионе и объемами их производства, т. к. по сути этот вид печатной продукции является сопутствующим для того или иного промышленного производства.

Оценивая состояние данного сегмента полиграфического производства с позиций сегодняшнего дня необходимо иметь в виду и такой фактор, как изменения в структуре производства упаковки за последнее время. В 2010 г. объем выпуска печатной упаковки характеризовался следующими соотношениями: производство картонно-бумажной упаковки – 57%, полимерной (гибкой) – 17%, а уже в 2016 г. эти виды упаковки практически поделили рынок поровну – соответственно, 36% и 38% (журнал «Тара и упаковка» № 1, 2016). За этот промежуток времени сектор полимерной упаковочной продукции значительно увеличился, его ассортимент расширился, себестоимость производства этого вида упаковки существенно ниже, чем продукции картонно-бумажного вида.

На рынке полимерной упаковки сложилось несколько основных тенденций, которые определяют его развитие в целом. Растет спрос на упаковку, обеспечивающую увеличение сроков хранения продуктов, фасовку в модифицированных средах, все более популярна упаковка с программируемыми свойствами и востребованность в термоусадочных и стрейч-пленках. Все это определило увеличение объема флексографической печати в современном отечественном полиграфическом производстве.

Эксперты рынка упаковки сегодня прогнозируют дальнейшее увеличение производства полимерной упаковки, учитывая развитие процессов импортозамещения и экспорта в этой сфере деятельности. Однако при стратегическом планировании полиграфического производства этикеточно-упаковочной продукции менеджменту типографий нельзя не учитывать целый ряд аспектов инфраструктурного характера. К материалам на основе пластика много претензий, в частности с экологической точки зрения, и сейчас в определенных областях их применения не так очевидно, как это было раньше. В целом ряде случаев сравнение бумаги и картона с пластиком – не в пользу

последнего. Пластик не изготавливают из возобновляемого сырья, он не является биоразлагаемым продуктом. И всё чаще упоминается как проблемный для утилизации мусор.

Более того, вступивший в силу с 1 января 2015 г. закон о введении расширенной ответственности производителя, в техническом процессе которого используется полимерная упаковка, дополнительно осложнил использование пластика, понизил его конкурентные преимущества.

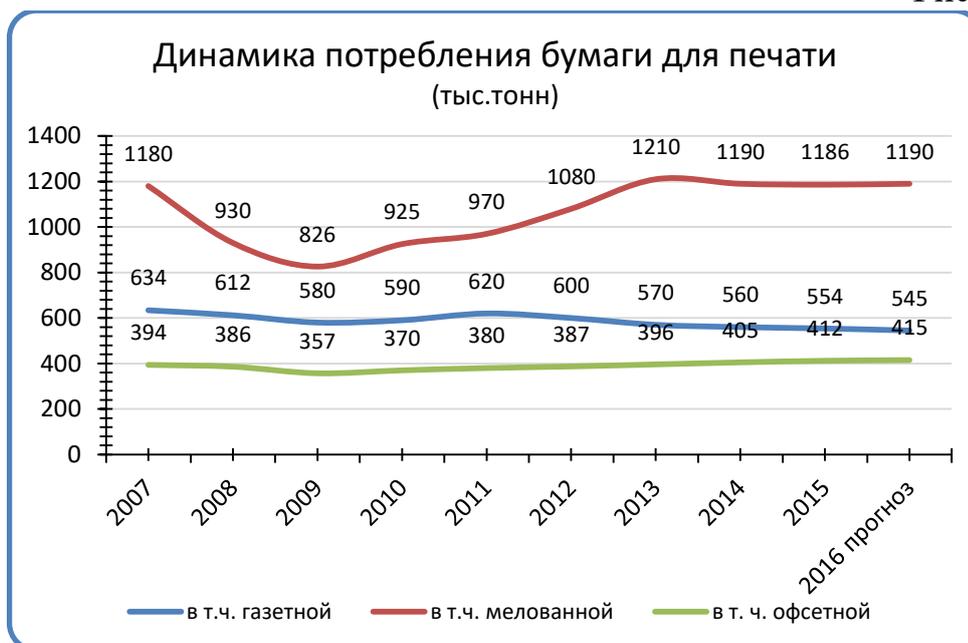
В связи с этим заслуживает внимания мнение руководства компании «Мешкодел» (г. Владимир), которая производит бумажные мешки и пакеты различных видов, а также оборудование для их изготовления: «Ввиду растущего рынка бумажной упаковки и тренда на импортозамещение, а главное – благодаря высокой экологичности данного вида упаковки, можно сделать однозначный вывод: производство бумажной упаковки – перспективный бизнес» (журнал «Тара и упаковка» № 3, 2015).

Этот тезис компания «Мешкодел» подтверждает своей повседневной работой. В 2013 г. на предприятии произошло увеличение производственных площадей и оборудования, а также введены в эксплуатацию новые флексографические печатные машины, позволяющие осуществлять многокрасочную печать на бумажных мешках и пакетах, поставлять свою продукцию и на российский, и на зарубежные рынки.

Подводя итоги года в этом секторе полиграфического производства, следует сказать о небольшом, но последовательном росте выпуска различных видов упаковки и тары. Этому процессу в значительной степени способствовало развитие промышленного производства в целом ряде отраслей в рамках импортозамещения и увеличение выпуска отечественных продуктов и товаров.

Оценка состояния полиграфического производства в стране за прошедший 2016 год была бы неполной, если не были бы отражены в данном разделе доклада вопросы развития ценового противостояния отечественных производителей бумаги для печати и ее непосредственных потребителей. На протяжении всего года от представителей печатных СМИ поступали жалобы в адрес Президента Российской Федерации и Правительства России о необоснованном росте цен на газетную и офсетную бумагу. Эта проблема не сходилась со страниц федеральной и региональной прессы. Вопрос бумаги для печати в создавшейся ситуации, видимо, стал одним из самых важных с точки зрения сохранения рынка печатных СМИ в стране и, как следствие, соответствующей полиграфической базы (рис.16).

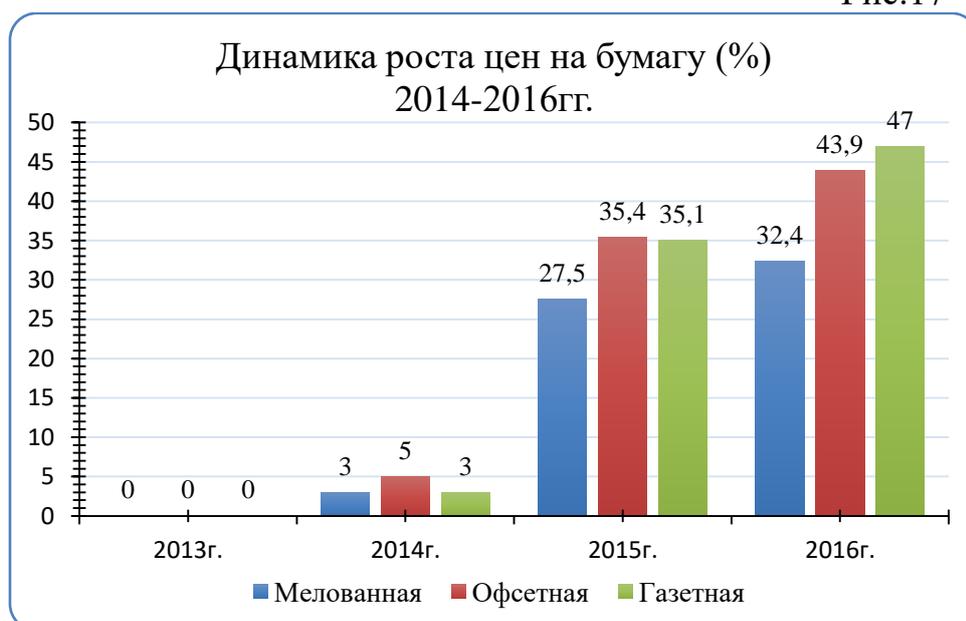
Рис.16



Источник: МАП

Издательско-полиграфический комплекс подошел к той черте, за которой его нормальное функционирование становится проблематичным. Резервы по сокращению затрат в издательствах, типографиях и торговораспространительской сети с целью удержания сложившихся цен, а соответственно и спроса на печатную продукцию, практически исчерпаны. Норма прибыли на всех этапах производства этой продукции минимальная. Цена бумаги в себестоимости издательской печатной продукции, особенно газетной, стала доминирующей (рис.17).

Рис.17



Источник: ГИПП

Сегодня можно констатировать, что несмотря на большое количество совещаний и принятых решений, включая поручение Президента Российской Федерации В. В. Путина от февраля 2015 г. по поддержке сферы издательско-полиграфической деятельности в части сдерживания роста цен на бумагу и картон для печати, проблемы печатной прессы полностью решены не были. На протяжении 2015 и 2016 гг. в рамках правового поля с учётом возможностей государственного регулирования, так и не было найдено ни одного действенного решения этой проблемы.

Анализ процессов развития кризисной ситуации в печатных СМИ в своей последовательности, связанных с постоянным повышением стоимости бумаги для печати, начавшийся с ноября 2014 г., был подробно изложен в предыдущем докладе Роспечати за 2015 год. Именно этот материал лег в основу доклада председателя Национального координационного совета прессы С.Н. Моисеева, сделанного на совещании в Минкомсвязи России в начале декабря 2016 г. Необходимость проведения данного мероприятия с широким участием представителей двух смежных отраслей была связана с информацией о новом значительном повышении цен на свою продукцию со стороны ряда ЦБК, начиная с января 2017 г., а также в связи с отсутствием ранее каких-либо решений по этой проблеме.

О каких результатах совещания можно говорить сегодня?

Завершился второй календарный год ценового «взлёта» в сфере производства бумаги печатных сортов. Решения для стабилизации положения так и не найдено. Нет уверенности в том, что предложения, выработанные ранее, создадут предпосылки для выработки такого приемлемого решения в 2017 г. Дело в том, что интересы двух взаимодействующих отраслей разнонаправлены. Эксперты отрасли печати считают, что бизнес, ориентированный на производство бумаги, мало интересуется проблемами, связанные с выпуском газет, журналов и книг, а в сфере государственного регулирования сегодня отсутствуют реальные механизмы воздействия на этот бизнес.

«Остается надеяться, что само государство вмешается в ситуацию хотя бы ограничением экспорта, как это уже произошло с зерном и бензином. Иначе печатной отрасли не выжить» – пишет «Мир Новостей» в своей статье «Новая угроза для газет и журналов» (11.2016 г.).

Структурные изменения в полиграфической сфере деятельности

Основной особенностью прошедшего 2016 г. стало продолжение преобразований на рынке полиграфических работ, старт которым был дан в самом начале нулевых годов. Имеются в виду ассортиментные сдвиги в выпуске печатной продукции, результаты приватизации в государственном секторе полиграфии, технологическая направленность развития полиграфических предприятий и ряд других процессов институционального характера, а именно создание, преобразование, взаимодействие и уход с рынка субъектов сферы полиграфического производства, включая типографии и предприятия полиграфической инфраструктуры.

Наиболее значимые структурные изменения затронули издательский сегмент полиграфии. В 2003 г. Минпечати России и Минимуществом России была подготовлена концепция развития полиграфической промышленности страны, которую одобрил Президент Российской Федерации В.В. Путин и поручил организовать работу по ее реализации (поручение Президента Российской Федерации от 19.06.2003 г. № Пр-1146). Концепция реформирования отрасли предусматривала создание на базе полиграфических федеральных государственных унитарных предприятий интегрированных структур, способных занять прочные позиции на рынке полиграфических работ.

На первом этапе реформирования были созданы два объединения:

- группа газетно-журнальных предприятий (управляющая компания ЗАО «Информационно-издательский концерн «Российская газета») в составе следующих издательско-полиграфических комплексов и предприятий: «Советская Сибирь», «Кострома», Санкт-Петербургский газетный комплекс, «Ульяновский дом печати», «Звезда», «Дальпресс», «Советская Кубань», «Самарский дом печати», «Царицыно», «Нижполиграф», «Челябинский Дом печати», «Молот», «Тюменский дом печати», «Омский дом печати», «Янтарный сказ», «Воронеж», «Уральский рабочий», «Пензенская правда», «Слово», «Дом печати – ВЯТКА», «Кузбасс», «Кавказская здравница», «Правда Севера», «Ставрополье», «Иркутский Дом печати», «Приамурье»;

- группа книжно-журнальных предприятий: (управляющая компания – ОАО «Первая Образцовая типография»). В ее состав вошли следующие предприятия: Типография «Детская книга», «Первая Образцовая типография», «Московская типография № 2», «Московская типография № 13», издательско-полиграфическое объединение «Лев Толстой», «Фабрика офсетной печати № 2».

Следует подчеркнуть, что на тот период основная цель реформирования заключалась в повышении конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности государственного сектора полиграфии, устранении угрозы перепрофилирования полиграфических предприятий, проведении единой технической и технологической политики в рамках отдельных групп предприятий, а также в целях укрепления единого информационного пространства и обеспечения равного доступа населения страны к информационным ресурсам в части материалов, публикуемых общефедеральными ежедневными и еженедельными печатными СМИ.

Позитивное и своевременное реформирование государственного федерального сектора полиграфии, несомненно, имело важное стратегическое значение. Сформировавшийся к этому времени рынок полиграфических работ, в структуре которого было 90% малых и микро типографий, представлял собой высококонкурентное образование. Отсутствие достаточного количества крупных производственных единиц – отраслеобразующих в традиционном понимании, и, как следствие, развитого корпоративного движения не позволяло полиграфическому сообществу эффективно лоббировать свои интересы, оказывать влияние на регулирующие факторы в системе управления, активно взаимодействовать с объектами полиграфической инфраструктуры.

За первые несколько лет после образования управляющие компании выполнили большой объем работы по повышению эффективности и конкурентоспособности предприятий интегрированных групп, их модернизации, формированию корпоративного управления. В целях ликвидации внутренней конкуренции типографий в интегрированных группах были выполнены мероприятия по углублению их специализации и, одновременно, по определению направлений частичной диверсификации производства. Кроме того, уже на первом этапе из-за отсутствия конкурентных возможностей и перспектив был закрыт ряд предприятий: «Детская книга», «Типография № 2», «Типография № 13», «Печатный Двор», «Техническая книга»; прекращена производственная деятельность непосредственно в московских корпусах «Первой Образцовой типографии». Ушли с рынка «Омский Дом печати», издательство «Самарский дом печати», ИПО «Лев Толстой» (г. Тула) и Фабрика офсетной печати № 2 (г. Дмитров).

Несколько позже распоряжением Федерального агентства по управлению государственным имуществом была создана еще одна интегрированная группа, объединившая государственные активы по полиграфическому производству учебной и детской литературы. В ее состав

вошли ОАО «Издательство «Высшая школа», ОАО «Издательство «Просвещение», ОАО «Смоленский полиграфический комбинат» и Смоленская областная типография им. В.И. Смирнова, ОАО «Тверской полиграфкомбинат детской литературы» и Тульская типография. Функции управляющей компании были возложены на ОАО «Издательство «Высшая школа».

Следует иметь в виду, что проведение основных мероприятий по реорганизации полиграфических предприятий в этом секторе государственной полиграфии совпало с кризисной экономической ситуацией в 2008-2009 гг. Возникла необходимость одновременного проведения организационных и антикризисных мероприятий по стабилизации процессов в производственной деятельности типографий. В этих условиях главное внимание управляющих компаний было сконцентрировано на выполнении мер по консолидации и улучшению положения предприятий на рынке при сохранении их структуры, направления деятельности и объемов выпуска печатной продукции. Сокращение объемов производства печатной продукции в кризисный период в сегменте издательской полиграфии потребовало пересмотра многих решений в составе уже разработанной бизнес-стратегии и сконцентрировать основное внимание на реализацию антикризисных мер и выработку перспективных планов дальнейшего развития объединений.

Однако в 2010 г. произошли события, связанные с активизацией процессов приватизации в сфере издательской и полиграфической деятельности, как на федеральном, так и на региональных уровнях. В программе Правительства Российской Федерации на 2010 г. была запланирована приватизация федерального имущества, включающего около 40 открытых акционерных обществ (ОАО) и федеральных государственных унитарных предприятий (ФГУП), связанных с отраслью печати. В их числе: ИПК «Южный Урал» (г. Оренбург), «Издательство «Красное Знамя» (г. Томск), ИПП «Алтай» (г. Барнаул), ИПП «Север» (г. Мурманск), ФГУП «Чеховский полиграфический комбинат» (Московская область) и ряд других.

В 2011 и 2012 гг. масштабы приватизации получили дальнейшее развитие в соответствии с основными направлениями приватизации федерального имущества, утвержденными Правительством Российской Федерации. В июле 2013 г. Председатель Правительства Российской Федерации Д.А. Медведев подписал распоряжение, утверждающее прогнозный план (программу) приватизации государственного имущества на 2014-2016 гг. В числе приватизируемых предприятий оказались практически все типографии, входящие в состав интегрированных групп: ОАО «Советская

Сибирь», ИПП «Кузбасс», ОАО «Тюменский дом печати», ОАО «Пензенская правда», ОАО «Иркутский дом печати», ОАО «Первая Образцовая типография», Смоленский полиграфический комбинат и Тверской полиграфический комбинат детской литературы.

В сложном положении оказалось дальнейшее функционирование полиграфических предприятий в составе интегрированных групп. Учитывая опыт приватизации прошлых лет в полиграфии и ее продолжение в 2016 г., реализация этих процессов является весьма сложной задачей для управляющих компаний в связи с масштабами типографий и положением на рынке. Многие предприятия из этого состава уже длительное время находятся в стадии приватизации и неоднократно выставлялись на продажу. Но характерно, что свершившиеся немногочисленные сделки были связаны только с приобретением имущественных комплексов и ни одна с продолжением профильного бизнеса. Причины этого обстоятельства понятны, они связаны с высокой конкурентностью на рынке полиграфических работ, низкой рентабельностью полиграфического бизнеса и сложившимся трендом снижения объемов выпуска печатной продукции. Кроме того, на поведение потенциальных инвесторов на полиграфическом рынке оказывает деструктивное влияние постоянные заявления о скором исчезновении бумажного носителя в современной медиасфере.

Отраслевые эксперты считают, что несмотря на необратимость ряда уже произошедших структурных изменений (в конце 2016 г. продано 4 полиграфических предприятия: АО «Первая Образцовая типография», АО «Молот», АО «Царицын» и АО «Пензенская правда»), остается важным сохранение государственного потенциала в системе обеспечения децентрализованной печати СМИ и книгоиздания. Кроме того, процесс приватизации вызывает, мягко говоря, недопонимание в трудовых коллективах, о чём свидетельствует большое количество обращений в адрес Президента Российской Федерации и Правительства России.

Специалисты отрасли печати неоднократно обращали внимание на то, что сворачивание и репрофилирование полиграфического производства на продаваемых газетно-журнальных предприятиях приведет к ухудшению конкурентной среды и росту монополизации на ряде региональных рынков за счет усиления позиций частных газетно-полиграфических сетей, аффилированных с определенными издательскими группами. Уход с рынка неаффилированных с издательствами государственных типографий непременно приведет к усилению позиций частных сетей в регионах и ухудшению условий печати, в первую очередь, для федеральных изданий.

Особый случай – это сохранение в государственной собственности АО «Советская Сибирь» (г. Новосибирск), на базе которого в 2015-2016 гг. реализован проект печати и доставки районных газет в Новосибирской области. В 2017 г. предусмотрена реализация этого проекта и по Омской области. И в том, и в другом случаях региональные власти закрывают неэффективные районные типографии, передавая функцию печати и экспедирования АО «Советская Сибирь» Для этих регионов уход с рынка данной типографии гарантированно обернется катастрофой для районной прессы, информационной альтернативы для которой в райцентрах просто нет.

Сохранение государственного полиграфического потенциала в настоящее время в области печати СМИ приобретает особую актуальность. Информационная устойчивость, которую на фоне уязвимости современных средств электронных коммуникаций в чрезвычайных условиях обеспечивает полиграфическое производство, проверена временем.

В этой связи следует обратить внимание и на то, что большинство специализированных полиграфических предприятий, находящихся еще в собственности субъектов РФ, имеют возможность продолжить функционирование в соответствии со своим производственным назначением только при условии сохранения формы собственности.

Рис.18



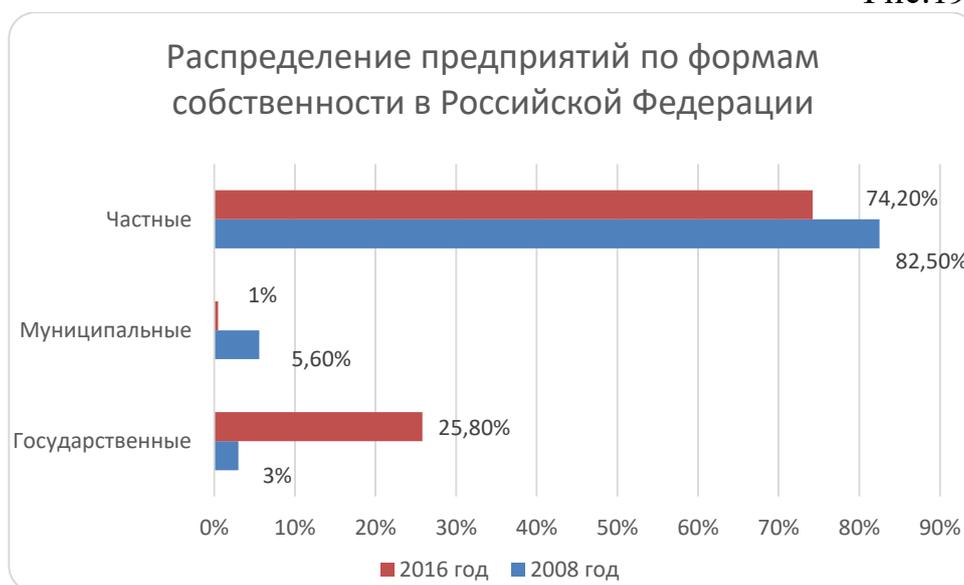
Источник: МАП

В случае смены собственника типография по определению превращается в имущественный комплекс с большой вероятностью реперофилитования. И тогда полноценной полиграфической базы могут лишиться местные печатные СМИ – весьма востребованное средство информационного обеспечения населения страны (рис.18).

По словам Л.Л. Левина, руководителя Комитета по информационной политике, информационным технологиям и связи Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации «...районная газета часто является единственным авторитетным источником информации, и фактически не имеет серьезных конкурентов. Такие издания более авторитетны в глазах читателей, чем федеральные или областные СМИ, и имеют наибольшие преимущества в адаптации к новой информационной реальности» (Планета СМИ, 10.2016).

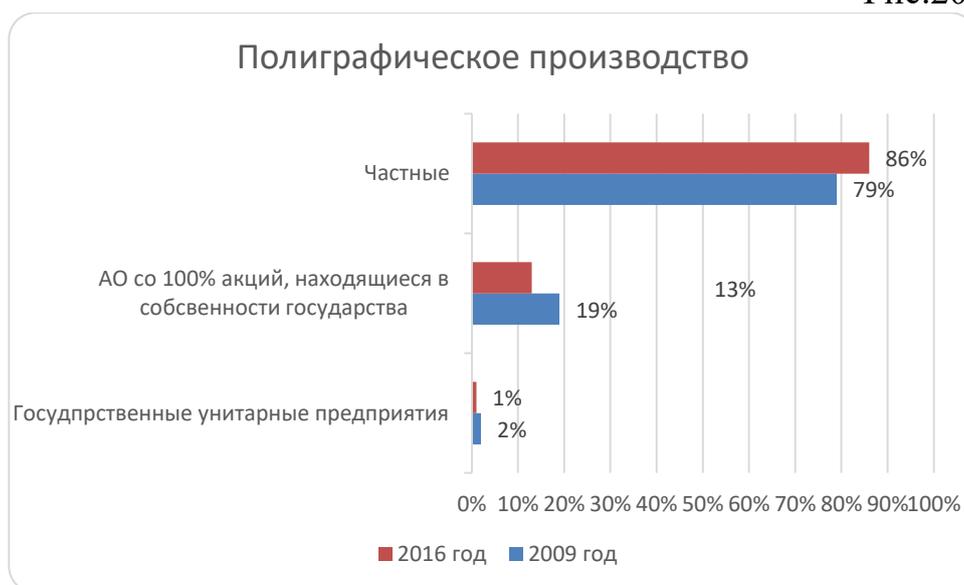
Если говорить о структурных изменениях на рынке полиграфических работ, то следует отметить продолжение сокращения удельного веса государственных полиграфических предприятий в секторе традиционной полиграфии. В то же время, по данным ФАС России, государство наращивает свое присутствие в экономике, количество государственных и муниципальных унитарных предприятий за три последние года утроилось. При этом резко выросло число региональных и муниципальных унитарных предприятий – главных врагов конкуренции на локальных рынках («Ведомости», 09.2016) (рис. 19, 20).

Рис.19



Источник: Росстат, ЕГРЮЛ, ФАС

Рис.20



Источник: МАП

Среди наиболее заметных событий следует отметить изменения, происходящие в республиках Татарстан и Башкортостан. Имеется в виду планы дальнейшей реструктуризации холдинга «Татмедиа», где вся печатная и интернет-пресса консолидируется на базе холдинга «Татар-информ» с районными филиалами, а сам холдинг должен максимально сконцентрироваться на «точках роста» – медиа-ресурсах, которые имеют перспективу на рынке. Важное место в планах «Татмедиа» занимают вопросы функционирования типографии ОАО «Идел-пресс» (Бизнес Online, 10.2016).

В Республике Башкортостан в конце 2015 г. завершилось создание крупнейшего в регионе издательского холдинга ГУП РБ «Издательский дом «Республика Башкортостан» с годовым оборотом около 800 млн. рублей, которой объединил 74 филиала и 155 печатных изданий. В состав холдинга вошли государственные газетные типографии за исключением крупнейшей в республике типографии ОАО «Башкортостан». Создание такого комплексного объединения позволяет оптимизировать расходы, более эффективно работать на медиа-рынке, наиболее рационально использовать финансирование из бюджета.

Развитие процессов реорганизации в сфере печати в 2016 г. характерно для целого ряда регионов. Правительство Хабаровского края на основании проведенного аудита подведомственных организаций и предприятий, в уставном капитале которых присутствует доля региона, определила субъекты с неустойчивым или критическим состоянием их экономики. Здесь большую часть составили предприятия СМИ и полиграфии. Было принято решение о

сохранении регионального участия в деятельности ряда печатных СМИ и АО «Хабаровская краевая типография», а остальные типографии приватизировать или ликвидировать, в том числе: ООО «Советско-Гаванская городская типография», «Переяславская типография», «Комсомольская-на-Амуре межрайонная типография» и несколько других малых полиграфических предприятий (Коммерсантъ-Хабаровск, 10.2016).

Медиа-холдинг «Сахамедиа» (г. Якутск) переходит на проектное управление, предусматривающее конвергенцию печатных и электронных изданий. Традиционные СМИ, печатные газеты «Якутия» и «Саха сирэ», изменяют формат и будут распространяться бесплатно тиражами до 50-70 тыс. экземпляров, что ранее региону было не свойственно. Новый этап реформы, проводимый «Сахамедиа», по всей видимости, потребует и структурных изменений в организации полиграфической базы (Сахамедиа, 10.2016).

Комитет по печати Санкт-Петербурга планирует создание правительственного медиа-холдинга, чтобы сосредоточить издание всех районных газет в одном Автономном некоммерческом объединении – АНО. Предполагается, что единичный информационный холдинг Смольного будет полностью сформирован в 2017 г., тем не менее, районным административным органам уже было рекомендовано не включать в свои расходы проведение тендеров по выбору издателей. В этой связи нельзя исключить, что принятые решения приведут к переделу сложившегося в городе полиграфического рынка (Лениздат.ру, 10.2016).

Практически все государственные средства массовой информации Кабардино-Балкарии объединили в одно государственное казенное учреждение «КБР-Медиа». Результатом реорганизационных мероприятий стало сокращение количества подведомственных госучреждений с 11 до 1. Проведенные преобразования не затронули творческие коллективы СМИ, но, несомненно, приведут к изменениям во взаимодействии с полиграфическими предприятиями. («Это Кавказ», 10.2016).

Рассматривая сложившуюся структуру рынка полиграфических работ и основные аспекты его формирования на ближайшую перспективу, нельзя не учитывать состояние и перспективы развития малого предпринимательства в этой сфере деятельности.

Сегодня масштабы применения полиграфических процессов возрастает. По экспертной оценке, в настоящее время в сфере полиграфической деятельности участвуют более 20 тыс. субъектов рынка. Это промышленные, цифровые и «гибридные» типографии, а также рекламные агентства, салоны печати, мини типографии и специализированные полиграфические

производства. Количество малых и мини предприятий в полиграфии с числом работающих менее 50 чел. составляет почти 90%, где основной удельный вес приходится на типографии с численностью, не превышающей 7-12 работников. Если не принимать во внимание число малых предприятий в структурах товарно-сервисных сфер деятельности, то по этому признаку полиграфия находится в верхней части шкалы среди основных промышленных отраслей.

Распространение малых полиграфических предприятий в структуре полиграфического рынка связано с внедрением цифровых технологий, применением современных цифровых печатных машин промышленного типа во все возрастающих масштабах. Именно это обстоятельство инициировало появление в последнее время собственных малых- и микро-цифровых печатных производств в среде многочисленных рекламных и сервисных агентств, копировально-множительных салонов, дизайнерских центров, а также в большинстве издательско-рекламных подразделений вузов и колледжей и других сферах, в той или иной степени связанных с созданием и тиражированием информации на различных вещественных носителях.

В сфере малого полиграфического бизнеса концентрируется производство не только рекламной, календарной и представительской печатной продукции по заказам корпоративных организаций, но и печать внешней рекламы, элементов интерьерного, оформительского и декоративного применения на базе широкоформатных цифровых принтеров. Все большее распространение получила печать на ткани, сувенирных и текстильных изделиях.

Кроме того, быстрое формирование нового производственного сегмента в структуре рынка полиграфических работ связано с тем, что данное направление развития полиграфического производства остается более рентабельным бизнесом по сравнению с результатами работы многих промышленных типографий.

Цифровые технологии как фактор дальнейшего развития полиграфического производства

(Что показала Международная выставка «drupa-2016»?)

Прошедший 2016 г. был обозначен международным профессиональным сообществом как четвертый передел в полиграфическом производстве, основным признаком которого является распространение цифровых печатных технологий.

Сегодня ни одна сфера экономики не обходится без использования полиграфических технологий, они уже широко применяются помимо издательской деятельности в строительстве, текстильном и стекольном производстве, в области дизайна и оформления интерьеров и ряда других. В полиграфической сфере деятельности происходят кардинальные структурные изменения – половина объема полиграфического рынка приходится на производство печатной продукции промышленного и производственного назначения – главным образом, упаковочной.

Промышленно-технологические выставки всегда остаются барометром любой отрасли, одним из самых важных и перспективных инструментов её успешного развития. И здесь необходимо выделить роль специализированной выставки технологий и материалов для полиграфии «drupa» (Германия).



Источник: WWW.drupa.com

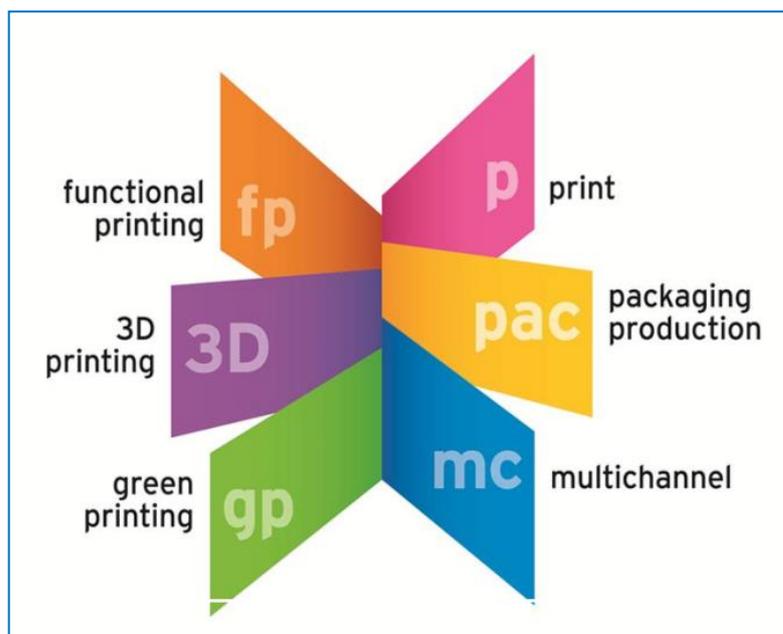
Международная выставка (на снимке выше) состоялась в июне 2016 г., а ее презентация, которая уже зафиксировала концепцию и содержание экспонатов, прошла в январе в Москве.

Выступившие на презентации с сообщениями директор Департамента выставок Messe Dusseldorf GmbH г-н Э. Винкамп и генеральный директор

Фонда печатного и бумагоперерабатывающего оборудования VDMA г-н М. Хееринг представили концепцию развития выставки, коренным образом отличающуюся от направленности, которой придерживались ее организаторы на протяжении многих десятилетий, начиная с 1951 года.

Было сказано, что направленность «drupa» будет определяться ее девизом «TOUCH THE FUTURE» (прикоснись к будущему), а структура тематического построения будет представлена шестью секторами по направлениям (рис.21).

Рис.21

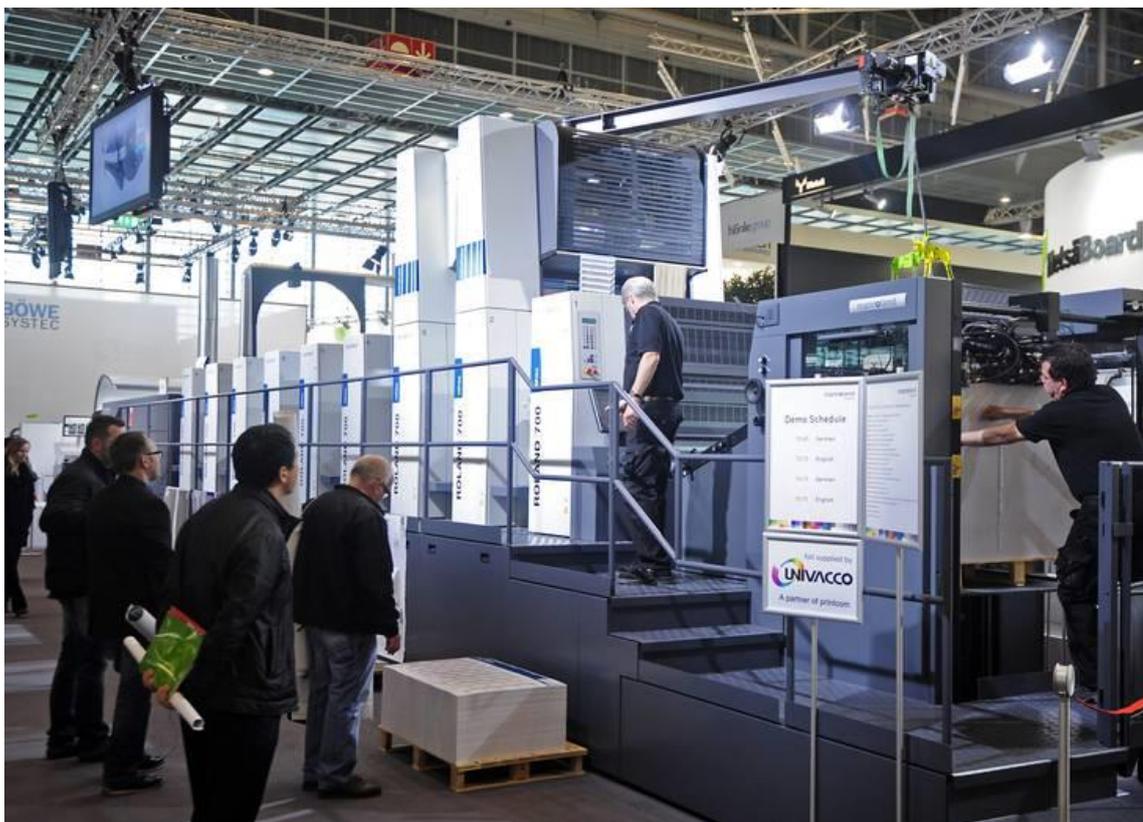


Источник: WWW.drupa.com

- «fp» (functional printing) – многоканальные технологии, возможности и процессы для печатания на всех видах материалов и поверхностях (керамика, стекло и изделия из него, продукты электроники, компоненты автотранспортных средств, декоративные и пластиковые поверхности и т.п.);
- «р» (print) – печать, изменения в мировом полиграфическом производстве, решения и возможности для развития типографий;
- «3D» (3D printing) – 3D-печать, переходная специализированная технология с большим потенциалом развития;
- «pac» (packaging production) – производство упаковки, будущие технологии открывают новые возможности в производстве упаковочной продукции, функциональное и промышленное его развитие;
- «gp» (green printing) – экологические стандарты в полиграфическом производстве;

«mc» (multichannel) – один контент, но различные каналы его распространения и доставки.

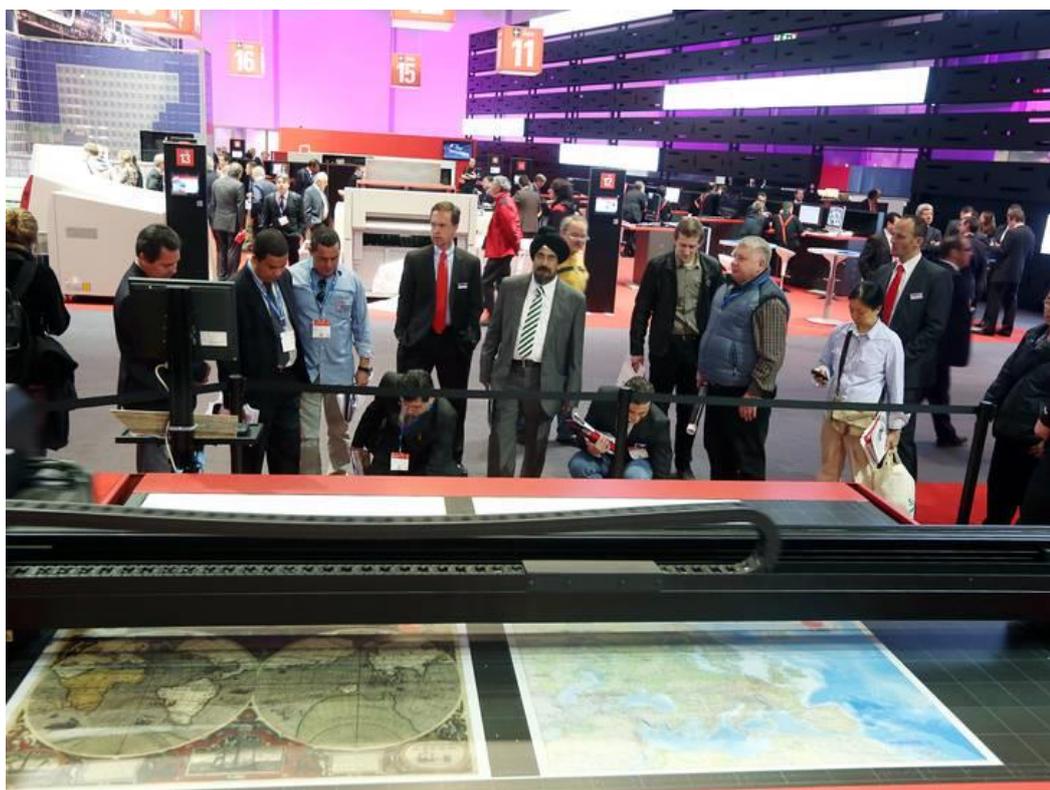
Все эти тематические направления выставки объединяются в единое понятие «аддитивное производство». Такая интерпретация общей экспозиции выставки преследует цель показать, что комплексная реализация новых направлений полиграфических технологий является лучшим способом увеличения спроса на их применение.



Источник: WWW.drupa.com

Что же показала прошедшая Международная выставка «drupa- 2016»?

Официальный пресс-релиз выставки декларировал большой успех проведенного мероприятия и высокую удовлетворенность, как организаторов, так и значительной части ее участников. Определенное снижение количества посетителей в этот раз против предыдущей выставки 2012 г. руководство Messe Dusseldorf относит к завершению эпохи «коллективных экскурсий». Как правило, выставки стали посещать ответственные лица, принимающие конкретные решения.



Источник: WWW.drupa.com

Если говорить об основных итогах прошедшей выставки, то, по мнению аналитиков журнала «Курсив», главное – это позитивное настроение, связанное с ожиданиями более активного развития печатной сферы деятельности.



Источник: WWW.drupa.com

«Атмосфера на стенде КВА и готовность клиентов инвестировать в новые проекты были на самом высоком уровне. Мы получили много положительных отзывов о наших практических презентациях продуктов и услуг. Это была лучшая «друпа» с 2000 года для КВА. Печать снова заявила о своей силе (К. Больца-Шюнеманн – председатель правления Koenig & Bauer AG и президент выставки «друпа») (Пресс-служба КВА).



Источник: WWW.drupa.com

«Девиз главной выставки 2016 г. «TOUCH THE FUTURE» был в полной мере раскрыт в представленных компанией Kolbus технологических решениях, которые охватили все сегменты полиграфии: для издательского дела, коммерческой и цифровой печати, для производства книг, а также инновационные решения для производства упаковки класса «люкс» (Пресс-служба Kolbus).

Выставка «друпа-2016» продемонстрировала большие изменения в сфере послепечатных процессов, что вполне соответствует тем изменениям, которые сегодня происходят в полиграфическом производстве. Нельзя не отметить возрастающий интерес многих компаний к послепечатному оборудованию для промышленной цифровой печати. Изменяется оборудование для традиционных брошюровочно-переплетных процессов. Две ведущие компании в этой области – Kolbus и Muller Martini продемонстрировали автоматизированные технические средства, которые в равной мере могут использоваться как для малотиражного производства, так и для крупнотиражного изготовления печатной продукции.



Источник: WWW.drupa.com

Практически сразу по завершению работы выставки «drupa», с 14 по 17 июня 2016 г. в Москве, в павильоне №1 МВЦ «Крокус Экспо» прошла Международная выставка оборудования, технологий и материалов для печатного и рекламного производства «Printech». Организатором этого мероприятия выступила Группа компаний ITE, лидер по организации выставочных мероприятий в России.

Выставка Printech была организована уже во второй раз. Ассортимент продукции, представленный на стендах российских и зарубежных участников, позволил специалистам сравнить и выбрать оборудование и материалы для полиграфических предприятий, специализирующихся в области производства сувенирной продукции, упаковки, печати этикеток и изготовления наружной рекламы.

В 2016 г. участие в выставке Printech принял ряд ведущих производителей и дистрибуторов оборудования и материалов для полиграфического и рекламного видов деятельности: HP, RISO, «Призма P2P», «РУССКОМ», «Европапир», Nissa Distribution, «Смарт-т» и другие. Экспоненты представили новинки техники своим потенциальным заказчикам из числа руководителей крупных центральных и региональных рекламно-производственных компаний, типографий, печатных салонов и копировально-множительных центров, а также компаний-производителей в области

этикеточно-упаковочной и сувенирной продукции и непосредственно предприятий в сфере производства продуктов питания и напитков, фармацевтических препаратов, одежды и текстильных изделий.

Дочерняя компания японской корпорации Riso Kagaku Corporation, известного производителя ризографов и струйных принтеров ComColor, «Ризо Евразия» представила продуктовую линейку аппаратов, не имеющих аналогов в мире: ризограф SE 9380, скорость печати которого составляет 185 стр/мин, двухкрасочный ризограф ME 9350 – уникальный аппарат формата А2, широко используемый для печати газет, и высокоскоростные многокрасочные принтеры ComColor. Компания также представила обновленную линейку струйных принтеров ComColor серии FW, которые пришли на замену принтеров моделей 7110/7150 и 3110/3150. Новые модели сочетают в себе высокую скорость многокрасочной печати, низкую себестоимость оттиска и гарантированную надежность в эксплуатации, что на протяжении многих лет выделяет продукцию этой компании на международном рынке.

Производственная компания «Лазерный Центр» – ведущий российский производитель систем лазерной маркировки и гравировки, продемонстрировал широкую линейку лазерных станков на базе волоконных лазеров. Это «МиниМаркер 2-20 А4» – компактный прецизионный маркер/гравер на базе волоконного лазера с улучшенными параметрами излучателя, «ТурбоМаркер-В30», новый маркер в линейке выпускаемого оборудования с 30-ваттным излучателем, который обеспечивает высокую скорость маркировки/гравировки, качество изображений и низкое электропотребление, и многое другое.

Компания «Ювиграф Инжиниринг» предложила специалистам оборудование для нанесения на оттиски и сушки УФ-отверждаемых красок и лаков для получения защитных покрытий, а компания «Европапир» представила на выбор бумаги для печати. Ее каталог насчитывает более 5 тыс. наименований, включая дизайнерские бумаги, картон и офисные бумаги.

Для небольших предприятий, с ограниченными инвестиционными возможностями, были представлены предложения по приобретению восстановленного оборудования на базе фирменного производства. Так, компания «Джест» предложила широкий перечень МФУ и ЦПМ фирм Konica Minolta, Xerox, Kyocera, Ricoh. Представленные МФУ прошли полный цикл восстановления на заводе Release Industries, принадлежащего шведской компании Scandi Gruppen. Это направление инвестиционной деятельности получает все большее распространение и в целом ряде зарубежных стран. «В

связи с тем, что полиграфическая промышленность Германии находится в тяжелом положении и многие предприятия не имеют средств для приобретения в собственность нового оборудования, набирает обороты торговля подержанным оборудованием. Экономия покупателя на инвестициях поддержанное оборудование может достигать 80% от его первоначальной стоимости» (Полиграфия № 4, 2016).

В день открытия на выставке состоялась межрегиональная практическая конференция на тему «Кризис как фактор дальнейшего развития отечественного полиграфического производства», организованная Межрегиональной ассоциацией полиграфистов при поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. В ходе конференции специалисты отрасли обсудили перспективы производства печатных СМИ и книжной продукции, вопросы финансовых рисков и кризиса неплатежей, рассмотрели возможные антикризисные меры и направления диверсификации существующих производств, пути повышения инвестиционной привлекательности и ряд других вопросов.

Одновременно с выставкой Printech прошла крупнейшая в России выставка упаковочного производства RocUpack, в которой приняли участие большое количество фирм и компаний этой сферы деятельности.

Конечно, сегодня еще рано оценивать перспективы того или иного направления технологического развития в отечественной полиграфии, представленных на прошедших в 2016 г. выставках и форумах. Тем более, когда еще не совсем понятно какие технические нововведения в полиграфии будут востребованы в ближайшее время и в более отдаленной перспективе. Но важно отметить то, что значительная часть перспективных предложений производителей полиграфической техники вызвали несомненный интерес в профессиональном сообществе. Следовательно, можно с уверенностью предполагать, что это послужит импульсом оживления инвестиционной и инновационной деятельности для большинства российских типографий в 2017 году.

Тенденции развития в зарубежной полиграфии

Несмотря на то, что развитие отечественной полиграфии имеет свои национальные особенности: масштабы, структуру и техническую оснащенность, при оценке ее состояния и перспективы развития принято осуществлять сравнение если не с мировым уровнем в этой сфере деятельности, то по крайней мере с рядом зарубежных стран с развитым полиграфическим потенциалом.

Главное, отмечают эксперты в зарубежной профессиональной прессе, состоит в том, что полиграфический рынок наиболее развитых стран достиг определенного насыщения и способен полностью удовлетворять потребность разнообразных заказчиков и поэтому в ближайший период его не ждет существенное увеличение.

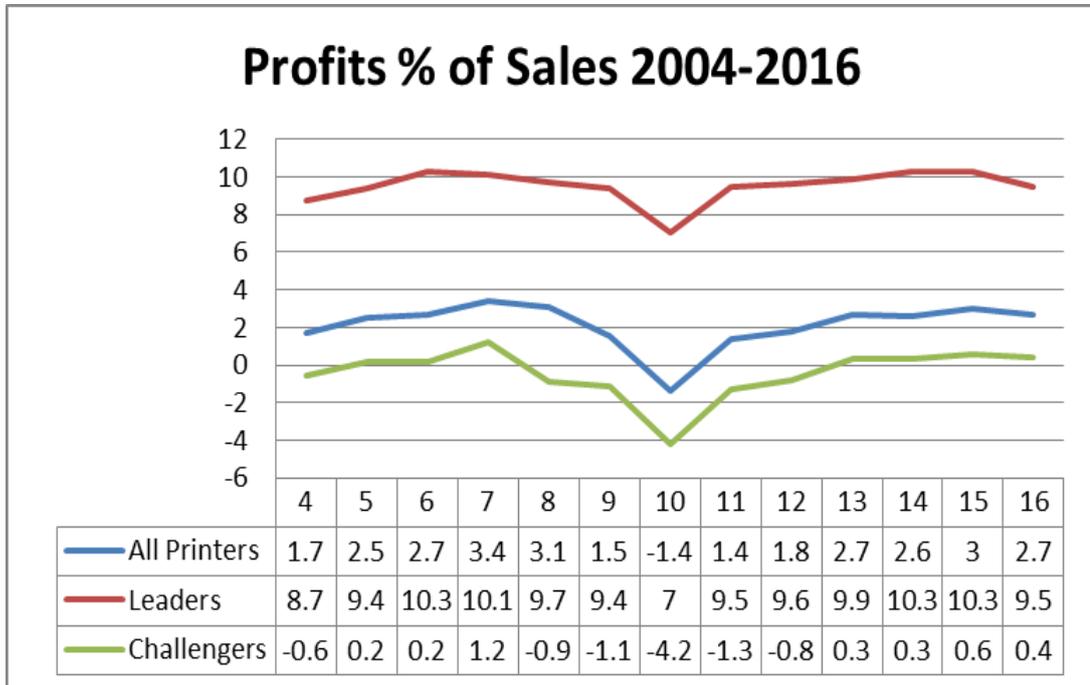
В этой связи, в настоящее время, все внимание инфраструктурных компаний по обеспечению полиграфической сферы деятельности обращено на полиграфическое производство в развивающихся странах, где самые высокие темпы роста и новые возможности рынков полиграфических работ. Тем не менее, объем мирового рынка производства и дистрибуции оборудования для печати и других полиграфических работ уже приближаются к отметке 50 млрд. долл. США. Северная Америка и Западная Европа составляют 90% этого рынка.

Масштабы полиграфической отрасли США – 30 тыс. типографий с почти полумиллионным числом занятых, и с общим оборотом превышающим 160 млрд. долл. США, где треть приходится на работы, выполненные на базе цифровой печати. По данным Ассоциации печатной индустрии США (Printing Industries America) полиграфическое производство страны все последние несколько лет после рецессии 2008-2009 гг. уверенно наращивает объемы выпуска печатной продукции и уровень загрузки производственных мощностей. Это связано, в первую очередь, с общим посткризисным развитием экономики США, где наиболее высокие темпы роста показывают сектора рынка полиграфических работ, связанные с производством этикеточно-упаковочной печатной продукции. Можно предполагать, что в связи с резким изменением экономической политики в 2017 г. полиграфия США получит новый импульс развития.

Это подтверждают последние тенденции на полиграфическом рынке США. Так, Американский исследовательский центр полиграфической сферы деятельности (Center for Print Economics and Management) отмечает, что несмотря на целый ряд негативных факторов, в полиграфии продолжается

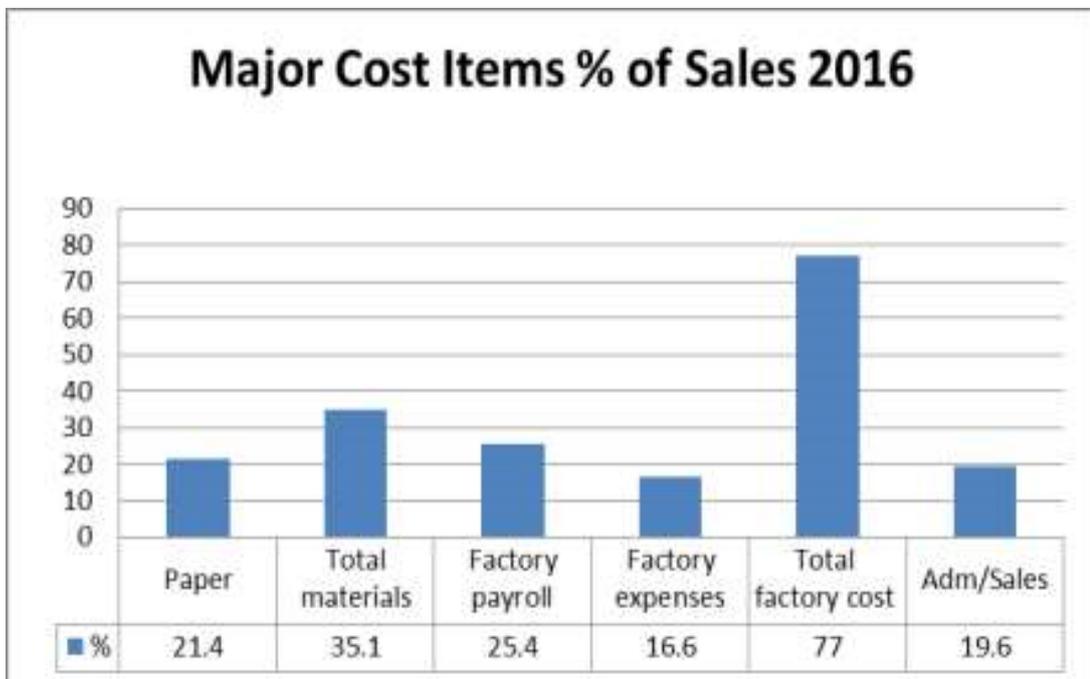
рост продаж, улучшение финансового положения большинства полиграфических предприятий. Главным образом это определяется стабилизацией их положения на рынке и ростом прибыли (рис.22).

Рис.22



Величина прибыли американских типографий в %
в зависимости от объема продаж в течение 2004-2016гг.

Рис.23



Средняя величина затрат американских типографий
в % в цене продаж за 2016г.

Основной особенностью американской полиграфии является зависимость величины прибыли от масштабов производства, где крупные полиграфические комплексы получают более высокие средние доходы. В докладе Центра за 2016 г. подчеркивается, что относительная стабилизация на рынке полиграфических работ и возможное обеспечение роста производства связаны с тем, что основные статьи расходов в типографиях оставались относительно неизменными с 2015 г. (рис.23) (www.printing.org).

Но позитивные тренды отмечаются не везде.

Полиграфическое производство в Швейцарии находится в глубоком конъюнктурном кризисе. За десять последних лет в отрасли закрылась половина типографий и потеряно 40% рабочих мест (Полиграфия № 5, 2016). Схожая ситуация и в полиграфии Республики Корея, которая работает в жестких условиях конкуренции с полиграфией таких стран региона как Сингапур, Гонконг, Малайзия. Типографии Кореи ориентируются, главным образом, на выпуск малотиражной печатной продукции. Наибольшее распространение в типографиях страны в последнее время получили цифровые печатные машины со скоростью работы 100 страниц в минуту. На рынке присутствует более 18 тыс. типографий, 90% из которых – малые предприятия, где только 7% имеют в штате более 10 сотрудников. Следует подчеркнуть, что несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, корейские типографии уделяют большое внимание стандартизации процессов производства, использованию инновационных решений в технике, технологиях и организации труда (Полиграфия № 2, 2016).

Для объективной сравнительной оценки конкурентоспособности отечественной полиграфии наиболее целесообразно рассмотреть полиграфию Германии – одной из ведущих полиграфических стран мира, развитие которой исторически постоянно привлекает внимание профессионалов всех стран. Это особенно нашло подтверждение после проведения международной выставки «drupa-2016», на которой немецкая экспозиция продемонстрировала цели и задачи новой концепции «Print 4.0».

В настоящее время в Германии функционирует около 9 тыс. полиграфических предприятий с числом работающих 145 тыс. человек. Все последние годы происходит уменьшение количества типографий и сокращение их персонала. Структуру полиграфии Германии в основном составляют малые и средние типографии, где в среднем на одном предприятии занято не более 15 чел., в штате 80% типографий значится менее 20 человек. В составе отрасли газетные комплексы составляют 3%, 70% – типографии других видов специализации, а остальные – неполного цикла

производства, осуществляющие только допечатные или послепечатные процессы.

Анализ зарубежной профессиональной прессы, выполненный к.т.н. Е.М. Марголиным, показывает, что полиграфическая промышленность Германии находится в депрессивном состоянии, которое характеризуется многочисленными банкротствами и продажами фирм, падением производства в секторах газетной и акцидентной печати, сокращением объема выпуска продукции, изготовленной офсетным способом печати. Одновременно удельный вес цифровой печати возрастает, к настоящему времени 10% выпуска книжной продукции печатается на цифровых машинах.

Своеобразным связующим элементом между цифровыми и традиционными печатными технологиями становится online-печать, которая получает все большее распространение в мировой практике, в том числе и в Германии. В организации полиграфического производства online-типографии рассматриваются как составная часть электронного бизнеса в медийном потреблении, в котором сочетается интернет как канал продаж и печатная машина как звено в общей логистической цепи производства (Полиграфия № 4,5, 2016).

Данные опроса, проведенного объединением полиграфистов Германии BVDM в первом квартале 2016 г., подтверждают ухудшение положения в отрасли. По мнению участников опроса, экономические ожидания на последующий период года имеют отрицательный тренд. Последующее ухудшение связано со снижением цен на полиграфические работы в сегментах журнальной и упаковочной печати. Отмечается, что показатель делового климата в немецкой полиграфии в целом снижается, но, одновременно, типографии, специализирующиеся в области печатной упаковки, высказывают уверенность в стабильности своего сектора рынка, а также демонстрируют инвестиционную активность и необходимость в увеличении рабочих мест на своих предприятиях (Унипак).

Большой интерес представляет анализ, выполненный Е.М. Марголиным в части структуры российских и зарубежных инсталляций полиграфической техники, характерных как для российской, так и зарубежной полиграфии (рис.24).

Рис.24



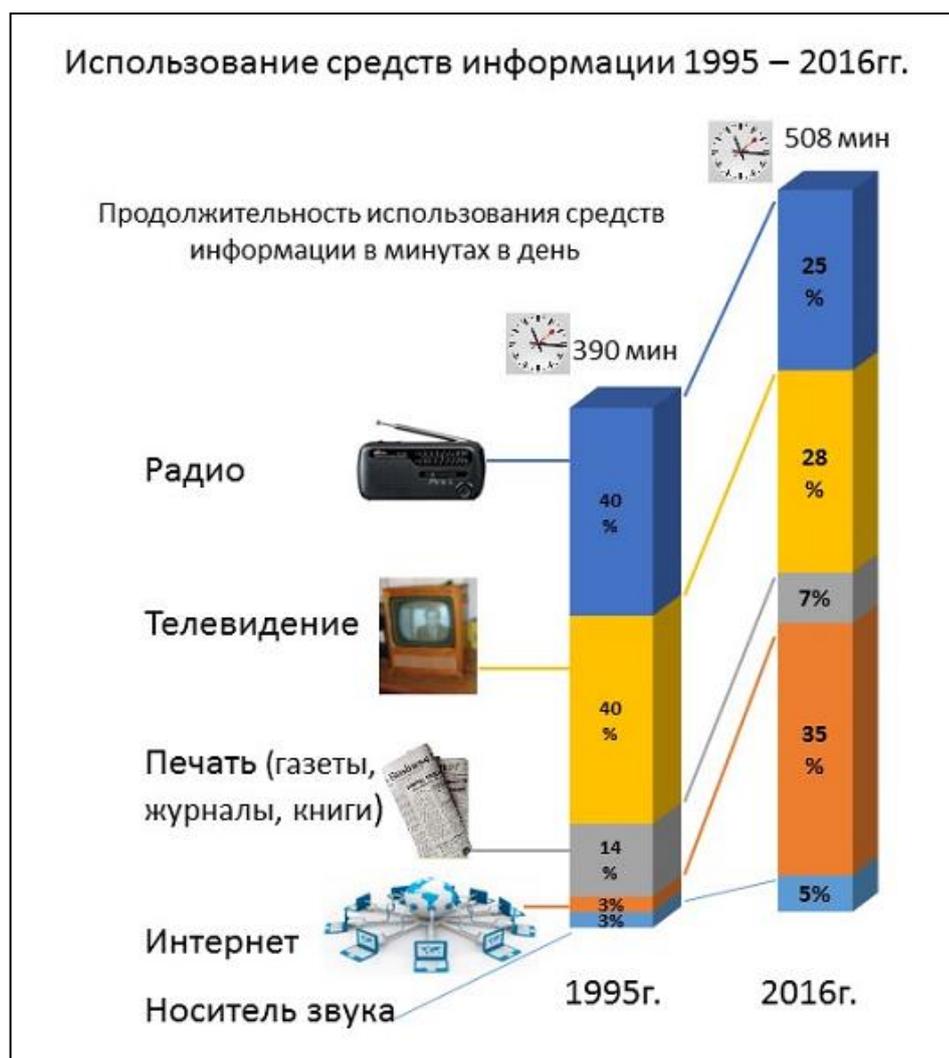
Было отмечено три расхождения: листовые офсетные машины, резальное, высекальное и упаковочное оборудование, и цифровые печатные машины. По результатам исследования автор сформулировал следующие выводы:

- дорогостоящая офсетная печатная техника вводится в эксплуатацию в зарубежных странах (например, Германия, Швейцария) чаще, чем в России;
- Россия опережает Запад по приобретению цифровой печатной техники;
- в инвестиционной сфере в целом ведущие роли принадлежат: цифровым технологиям как средству воспроизведения контента; оборудованию двойного применения (для потребительских целей и производства упаковки);
- технологическая структура информационных массивов инсталляций в зарубежной и отечественной сферах полиграфической деятельности обладает общими чертами, развитие технического потенциала российской полиграфии совпадает с основными направлениями развития мировой полиграфии (Полиграфия № 2, 2016).

Основные выводы

Согласно исследованию Аудиторско-консультационной компании «Deloitte», в целом медийное потребление в России растет. Драйверами роста остаются интернет, электронные книги и видеоигры. Одновременно продолжает снижаться потребление оффлайн-медиа. Если в 2015 г. потребление печатных СМИ снизилось на 17%, то в 2016 г. падение составило уже 24%. На 16% меньше стали читать печатные книги (в 2015 г. снижение составляло 9%). Из числа опрошенных 50% респондентов покупают печатные СМИ, около 25% предпочитают бесплатные издания. Примерно 10% подписались на газеты или журналы, среди тех, кто покупает печатные СМИ, только 30% делают это регулярно. Вместе с тем, отмечается, что в 2016 г. доверие россиян к интернету, телевидению и радио как источникам информации заметно снизилось, а к газетам и журналам – возросло (Коммерсантъ, 12.2016) (рис.25).

Рис.25



Источник: Fraunhofer-Institut JSJ, Deloitte

Было бы глубоко ошибочным считать, что все происходящие события в медийном потреблении в течение прошедшего года не оказывали в той или иной мере влияния на состояние полиграфического производства в стране. Большое количество типографий, так или иначе связанные с выпуском издательской печатной продукции, были заложниками этих процессов. Шоковая ситуация конца 2014 г. и отсутствие реальных улучшений в 2015 г. привели к закрытию целого ряда действующих многие годы издательских проектов, а процессы оптимизации в издательско-редакционных организациях приобрели масштабный характер, в результате чего последовало сокращение тиражей, объемов и периодичности выхода многих изданий.

Не лучше складывался бизнес и в других секторах рынка, особенно для полиграфических предприятий, специализирующихся на выпуске рекламной продукции и отдельных видов коммерческой печати. Наиболее устойчивый характер производства отмечался только в сфере печати упаковочной и тарной продукции.

Тем не менее, оценивая результаты полиграфической деятельности в 2016 г., следует особо подчеркнуть, что полиграфия сегодня – это понятие весьма многогранное, т. к. ее сложившаяся структура уже достаточно четко сегментирована, и для каждого из сегментов характерны свои тенденции производственного развития и ведения бизнеса.

Следует принять во внимание, что многие эксперты рынка, а также авторы ряда публикаций в профессиональной прессе, уже отмечают что продолжающаяся в течение двух лет кризисная ситуация в стране и отрасли печати заметно спадает. Это подтверждается как официальными оценками и прогнозами, так и рядом объективных признаков. В первую очередь имеется в виду, что процессы, связанные с сокращением количества заказов на печать, падением тиражей и колебаниями в периодичности выпусков изданий, если не остановились полностью, то существенно замедлились. После скачка валют в конце 2014 г. в Россию из-за рубежа вернулись многие «глянцевые» журнальные издания и тиражи книжной продукции.

Несмотря на то, что пока данные о появлении значимых новых проектов в печатных СМИ отсутствуют, сегодня уже можно говорить о стабилизации в книжном производстве, сохранении положительного тренда в области печати этикеточно-упаковочной продукции, как следствия развития импортозамещения в целом ряде обрабатывающих отраслей.

Накопленный опыт оперативного и стратегического управления в типографиях позволил большинству из них, несмотря на меняющиеся условия ведения бизнеса, получить положительные результаты по итогам года. Более

того, в этот период в полиграфии не произошло каких-либо обвальных явлений, если не считать отдельные структурные изменения в связи с активной приватизацией целого ряда полиграфических комплексов федерального и регионального значения.

Но в тоже время нельзя не отметить и тот факт, что сохраняющаяся в экономике страны кризисная ситуация продолжала оказывать воздействие на состояние бизнеса в полиграфии. В первую очередь это связано с возрастанием конкуренции, поскольку в стремлении удержаться на рынке многие типографии берутся за любой заказ, невзирая на его сомнительную экономическую эффективность, тем самым внося в рынок новые элементы ценового противостояния.

С другой стороны, для целого ряда предприятий стало характерным проведение более агрессивной маркетинговой политики, увеличение расходов на продвижение и занятие новых ниш на полиграфическом рынке за счет вытеснения конкурентов, отказ от выполнения малорентабельных заказов, где объем продаж и маржа минимальны. На рынке появляется все больше типографий с уникальными технологиями, способных выполнять заказы с добавленной стоимостью наиболее технологично и экономически эффективно.

Для отечественной полиграфии в определенной степени 2016 год можно считать переломным, поскольку большая часть типографий вернулась к восстановлению устойчивой производственной деятельности, развитию нового этапа деловой и инвестиционной активности. Специалисты и эксперты отрасли связывают эти подвижки на полиграфическом рынке с традиционным влиянием прошедшей международной выставкой drupa-2016, продемонстрировавшей принципиально новые технологические направления развития в полиграфическом производстве.

Нельзя не признать, что активизация деятельности самых авторитетных выставочных компаний в определенное время всегда являлась индикатором экономического оживления в конкретной сфере производства, а проведенные выставочные мероприятия – барометром направлений развития в тех или иных отраслях, указывающих возможные перспективы грядущих изменений. В этой связи важно отметить анонсированный на 2017 г. всплеск выставочных инициатив в полиграфической сфере деятельности, в том числе международные выставки «Упаковка» (Москва), «Hunkeles Innovation days» (Швейцария), «Printech» и «RosUpak» (Москва), «Реклама» (Москва) и ряд других. Все это, несомненно, вселяет оптимизм и надежды.

Несмотря на заметный спад инвестиционной активности полиграфических предприятий, начавшийся в 2015 г., в полиграфическом производстве в 2016 г. внедрение новых технологических решений продолжалось. Направление модернизации действующих производств было, главным образом, связано с расширением применения цифровых технологий, рассчитанных на производство индивидуальных заказов и малотиражной печатной продукции. Сегодня уже можно говорить о том, что для книжного, газетного и упаковочного полиграфического производства просматриваются новые перспективы. Традиционное производство, на котором до настоящего времени эти сегменты полиграфического рынка базируются, будут последовательно переходить на новые технологии, позволяющие обеспечить более эффективный бизнес при выпуске единичных и малотиражных изданий и печатной продукции потребительского спроса.

Отмечая сложное положение, в котором оказалась вся отрасль печати и полиграфическое производство в прошедшем году, как, впрочем, и в предыдущем 2015-м, нельзя не сказать о значении государственной поддержки этой сферы деятельности. В течение всего года проблемы печатных СМИ и книгоиздания, системы распространения печатной продукции и рекламного рынка, а также нарастающий рост цен на все компоненты полиграфического производства – от бумаги для печати до красок и химических реагентов, были предметами постоянного рассмотрения практически на всех уровнях государственного управления.

В свете решения социально-экономических проблем в обществе, государство постоянно предпринимает усилия, направленные на развитие и поддержку чтения, литературы, образования и читательской культуры.

Если говорить о государственной поддержке печатных СМИ и книгоиздания, то можно констатировать, что решению этой задачи уделяется большое внимание. Ежегодно выделяются немалые бюджетные средства на прямую поддержку периодики и книжных изданий, на поддержку реализации социально-значимых проектов в области печатной продукции для инвалидов, в первую очередь для инвалидов по зрению и слабовидящих людей. В 2016 г. из федерального бюджета на эти цели было выделено в общей сложности свыше 614 млн. рублей. Значительные средства расходуются также из региональных и местных бюджетов.

В результате решения многих вопросов на государственном уровне определенные позитивные изменения в 2016 г. уже произошли. Отрасль печати получила определенные льготы в сфере таможенно-налогового регулирования. В феврале 2016 г. Коллегия ЕЭК приняла ряд дополнительных

мер, направленных на поддержку российской индустрии печати, в результате уменьшения или обнуления таможенных пошлин на импортируемые в страну сорта бумаги и картона, формные пластины и краски. Эти изменения уже вступили в силу.

Кроме того, нельзя не отметить, что ФГУП «Почта России» и Экспертный совет по региональным печатным СМИ при Минкомсвязи России предприняли значительные усилия для улучшения организации процесса подписки на периодические печатные издания, а в ряде регионов были получены положительные результаты в решении проблемы распространения печатной периодики и книжной продукции.

Тем не менее, многие проблемы дальнейшего функционирования издательско-полиграфического комплекса еще ждут своего решения. Так, уже в течение двух последних лет не выработаны конкретные меры по недопущению спонтанного роста цен на отечественную целлюлозно-бумажную продукцию, используемую для печати периодической и книжной продукции, изделий промышленного назначения. Сегодня этот вопрос остается чуть ли не самым главным для определения жизнедеятельности целого ряда издательских проектов и возможности дальнейшего функционирования многих полиграфических предприятий. В условиях, когда повышение цен на конечную печатную продукцию практически полностью исключается из-за постоянного тренда снижения спроса, стоимостная составляющая бумаги в себестоимости производства печатной продукции превысила допустимые пределы.

По оценке экспертов издательства «Курсив», в газетном производстве бумага составляет до 80% цены заказа, а в отдельных изданиях и больше. При производстве журнальной продукции в зависимости от способа печати, стоимость используемой бумаги в стоимости тиражей составляет не менее 60%, а при печати книг того или иного вида издания – от 50 до 75%. В сфере печати этикеточно-упаковочной продукции стоимость доли используемых материалов колеблется от 60 до 80% (Формат, № 2, 2016).

Несмотря на то, что все это время вопросы ценообразования в целлюлозно-бумажной сфере производства были в центре внимания государственных органов управления, общественных организаций и прессы, решение так и не было найдено.

Итоги прошедшего 2016 года дают основания считать, что рынок полиграфических работ в целом стабилизировался. Можно говорить о росте производства в ряде его секторов и ожидании нового этапа развития. Есть

уверенность в том, что эти ожидания получат реальное подтверждение в 2017 году (рис.26).

Рис.26



Источник: Printforum

В настоящее время Правительство Российской Федерации разрабатывает комплексный план действий на 2017-2025 гг. для восстановления темпов роста экономики. В составе данного комплексного плана предусматриваются следующие разделы:

- по улучшению делового климата в соответствующих отраслях;
- по повышению результативности крупных инвестиционных проектов;
- по наращиванию объемов несырьевого экспорта;
- по развитию малого и среднего предпринимательства;
- по повышению эффективности государственной поддержки отраслей экономики и др.

В соответствии с поручением Президента Российской Федерации по реализации Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию, к участию в подготовке данного комплексного плана привлекаются отраслевые профессиональные союзы и ассоциации, в связи с чем велика вероятность, что в этой работе будут учтены предложения профессиональных организаций отрасли печати о необходимости решения наиболее актуальных проблем в этой сфере деятельности.