
ОЦЕНКА ТЕНДЕНЦИЙ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Кучин Евгений Викторович,

начальник отдела компьютерной верстки и дизайна типографии
Издательско-полиграфического центра Воронежского государ-
ственного университета; evgvsu@bmail.ru

Проводится оценка современного состояния отечественного книжного рынка. Обсуждаются последствия мирового кризиса. Выделяются факторы, оказывающие воздействие на издательско-полиграфическую деятельность в России. Анализируются перспективы развития полиграфического бизнеса.

Ключевые слова: рынок полиграфических услуг, издательско-полиграфическая деятельность, сектор полиграфии, издательская активность, ассортимент книжной продукции.

Рынок полиграфических услуг – один из крупнейших секторов мировой экономики. По данным компании Datamonitor, объем продаж полиграфических услуг в 2004 г. составил \$362,2 млрд. Тем не менее, сегодня отрасль переживает непростые времена. Не до конца оправившись от последствий общемирового экономического спада, полиграфическая индустрия, весьма зависимая от рынка печатных изданий, столкнулась с интенсивным развитием Интернета и связанным с этим снижением тиражей газет и журналов.

Эксперты отмечают, что в последнее десятилетие отечественный полиграфический сектор активно развивался, показывая темпы ежегодного роста. Этот результат был достигнут в первую очередь за счет увеличения производства книг (115 %), журналов, рекламной и другой печатной продукции производственно-технического назначения (140 %).

В 2008 г., по данным Роспечати, рынок полиграфических работ в России вырос до 7,5 млрд. долл. США. В 2008 г. в стране был зарегистрирован выпуск изданий общим тиражом более 760 млн. экз. (14,3 % к уровню 2007 г.), и это был самый высокий результат за все постсоветские годы после обвального падения, начавшегося в начале 1990-х гг. и закончившегося на отметке в 400 млн. экз. в середине 1990-х (рис. 1).



Рис. 1. Количественные показатели российского книгоиздания в 1988 – 2009 гг. (тыс. наименований)

Тем не менее, показатели такого роста являются лишь отражением инерционных сил, накопившихся в книгоиздании в прошлые годы.

Решающее влияние на состояние российских рынков печатных СМИ, книгоиздания и полиграфических работ в 2008 г. оказал мировой финансово-экономический кризис, неизбежным следствием которого стало падение потребительского и коммерческого спроса на печатную продукцию.

Дальнейшее развитие кризиса не могло не отразиться на состоянии всех сфер деятельности издательско-полиграфического комплекса страны. К факторам, формирующим снижение спроса на издательскую продукцию, добавилась высокая степень кредитного обременения сбытовой сети, а также отсутствие необходимой государственной поддержки издательско-полиграфической деятельности. Все это и определило резкий спад производства печатной продукции в 2009 г.

Если оценивать деловой климат на рынке полиграфических работ, то следует отметить, что организации в определенной степени адаптировались к произошедшим изменениям (рис. 2).

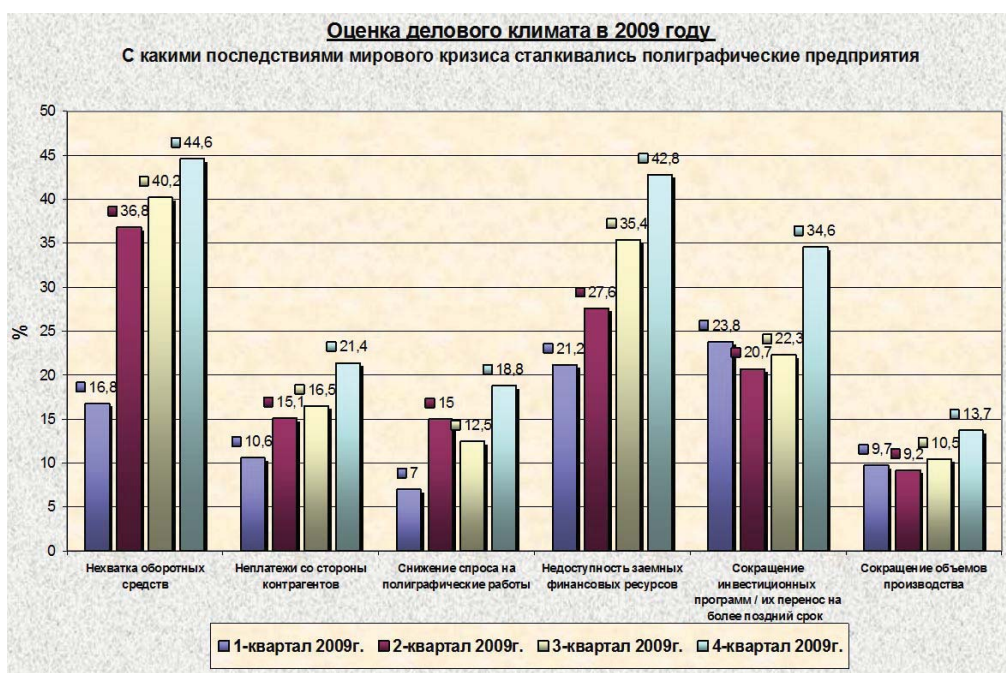


Рис. 2. Последствия мирового кризиса для рынка полиграфических работ (2009 г.)

Практически все организации-лидеры удержали в период кризиса свой бизнес и не ушли с рынка. Тенденции мировой книгоиздательской индустрии свидетельствуют о том, что Россия и сейчас входит в число десяти ведущих стран по количеству названий книг и брошюр. Несмотря на кризисные явления в экономике России, рынок полиграфических работ продолжает наращивать свои мощности и осуществлять модернизацию производства.

Анализируя процессы, происходящие на книжном рынке, нельзя не отметить ряд факторов, которые уже сейчас воздействуют на работу типографий в этом секторе или проявятся в ближайшее время. Среди них:

- дальнейшая концентрация издательского капитала и строительство вертикально интегрированных холдинговых структур (издательство – полиграфическое предприятие – книгораспространительская сеть). Отсюда – возникновение предпосылок для образования олигополии;

- совершенствование полиграфического производства и возрастающая конкуренция между типографиями, заинтересованными в обеспечении и увеличении загрузки своих производственных мощностей, минимизировало значение «эффекта масштаба» в издательской среде, обеспечив благоприятные условия взаимодействия малых и средних издательств с типографиями;

- расширение ассортимента книжной продукции, возрастание сложности оформления изданий заставляет типографии создавать более гибкое производство. В связи с этим широкие возможности отечественного рынка полиграфических работ, а также возможность воспользоваться зарубежной полиграфической базой не создают для издательств значительных издержек переключения (затрат на перестройку деятельности организации, связанную с переходом на использование другой полиграфбазы), а высокая конкуренция ставит типографии все в большую зависимость от издательств.

Таким образом, в секторе книжного производства совокупный тираж книг, изданных в различном полиграфическом исполнении, сохраняется практически на одном уровне. Отмечается увеличение объема натурального выпуска, в экземплярах, книг в твердом переплете и одновременно – снижение темпов роста тиражей объемных и особенно малообъемных брошюр.

В связи с этим нельзя не отметить увеличивающийся за последние годы спрос на малотиражные высококачественные книги с неординарной отделкой, и как следствие, возникновение большого числа цифровых типографий, оснащенных цифровыми печатными машинами (ЦПМ) промышленного типа. Как правило, в этом случае ЦПМ агрегатированы с линиями изготовления книг и дополнены другим отделочным оборудованием.

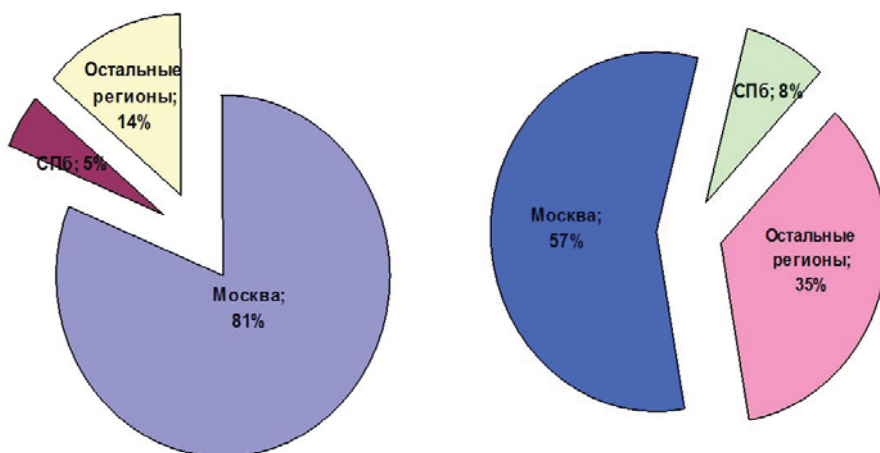
Эти предприятия обеспечивают выпуск книг малыми тиражами (в пределах от 1 до 1000 экз.) в очень сжатые сроки, располагают возможностями печати переменных данных и печати по требованию «book-on-demand».

Состояние книжного рынка, особенно в секторе качественных

многотиражных книг, не могло не отразиться на структуре полиграфического производства. Во-первых, в этом секторе полиграфии происходит существенное снижение объема рулонной печати, во-вторых, как следствие, концентрация работ в этой сфере, что находит отражение в росте удельного веса ограниченного числа крупных субъектов на полиграфическом рынке.

Несмотря на увеличение совокупного тиража книг в твердом переплете, в этом секторе полиграфии почти ничего не меняется. Состав основных субъектов этого рынка полиграфических работ остается постоянным и их удельный вес в общем объеме выпуска многокрасочных книг в твердом переплете достигает 95%. Определенные изменения в эти показатели вносят и будут вносить объемы продукции, выполненные на зарубежной полиграфической базе по заказам отечественных издающих организаций.

В настоящее время в развитии современной издательской системы России отчетливо прослеживается тенденция к концентрации издательской активности в Москве и отчасти в Санкт-Петербурге. Доля издательств, расположенных в Москве и Санкт-Петербурге, в общем объеме книжного выпуска в России составляет около 70% по количеству названий и свыше 90% – по тиражам выпускаемых книг и брошюр (рис. 3).



Доля по числу выпущенных названий

Доля по тиражу

Рис. 3. Доля различных регионов в географии российского книгоиздания

Состояние книжного рынка оказывает заметное влияние на характер изменений в секторе книжного полиграфического производства, в том числе продолжающаяся концентрация книжных издательств в Москве и Санкт-Петербурге. Происходит естественное перераспределение книжных потоков между участниками рынка: крупные производители становятся мощнее, оттесняя более мелкие типографии за черту значимости. Тем не менее, учитывая общие тенденции книжного рынка (ассортимент, тиражность), полностью вытеснить их за пределы сектора вряд ли удастся, учитывая достаточно интенсивное внедрение цифровой печати.

Если говорить о количестве названий, то все федеральные округа, за исключением Сибирского, в 2010 году ухудшили свои показатели по сравнению с 2009-м (табл. 1). Фактически на прежних рубежах остались

показатели у разделившегося на две части Южного федерального округа (из его состава был выделен Северо-Кавказский округ). В разных регионах страны по-прежнему заметно различаются уровни развития книжного дела. Позиции Москвы – традиционно лидерские: почти 60 % всех названий и 85 % всех тиражей. Санкт-Петербург дает на порядок меньше (чуть менее 8 % и 5 % соответственно), но стабильно остается национальным книжным центром номер два. Все прочие края, области и республики держатся в почтительном отдалении хотя в ряде регионов даже в условиях экономического спада сохранены прежние позиции, а в некоторых случаях наблюдается ощутимый прирост выпуска книжной продукции (с точки зрения разнообразия ассортимента). Видно, что в лидерах здесь по-прежнему Ростовская область (3478 названий, в предшествующем году было 3486), Новосибирская область (1902 и 1943 соответственно), Республика Башкортостан (1694 и 2022), Волгоградская область (1608 и 1827), Республика Татарстан (1577 и 1521), Саратовская область (1329 и 1448 соответственно). В Омской области наблюдается даже прирост (1382 против 1152 в 2009 году, Красноярском крае (889 против 618), Томской области (755 против 597).

Среди субъектов Российской Федерации более 20 национальных образований – республик и автономных округов. Книгоиздание в нашей стране по-прежнему носит многонациональный характер, причём книги издаются не только на языках десятков народов, населяющих Российскую Федерацию, но и на языках стран СНГ, а также на наиболее распространённых языках всего мирового сообщества. В 2010 году, помимо книг на русском языке, в России было выпущено 3360 книг и брошюр почти на 80 языках общим тиражом 12,1 млн. экз. (В 2009 году – 3297 названий и 10,2 млн. экз., то есть в данном важном секторе книгоиздания налицо положительная динамика). В то же время в России в соответствии с давней традицией издаётся большое количество книг, переведённых с других языков. В 2010 году выпуск переводных изданий составил по количеству названий 14268 экземпляров тиражом 86,8 млн. экз. (в 2009 году – более 14078 книг и брошюр, а по тиражу – 84,7 млн. экз.).

Таблица 1

Выпуск книг и брошюр субъектами РФ в 2009 г.

	Кол-во названий книг и брошюр	Общий тираж, тыс. экз.
Всего	121738	653843.7
Дальневосточный федеральный округ	1680	1131.5
Приволжский федеральный округ	10726	18583.4
Северо-Западный федеральный округ	11519	33269.8
Санкт-Петербург	9402	32068.2
Сибирский федеральный округ	7172	4994.1
Уральский федеральный округ	3943	3040.8
Центральный федеральный округ	78655	578854.0

Окончание табл. 1

	Кол-во названий книг и брошюр	Общий тираж, тыс. экз.
Белгородская область	404	413.0
Брянская область	259	86.2
Владимирская область	442	177.8
Воронежская область	1096	927.8
Ивановская область	406	135.3
Калужская область	383	6296.7
Костромская область	191	100.8
Курская область	416	151.4
Липецкая область	164	34.7
Москва	70692	555655.4
Московская область	1112	1188.1
Орловская область	297	135.2
Рязанская область	387	900.1
Смоленская область	595	9323.3
Тамбовская область	557	156.1
Тверская область	360	840.7
Тульская область	195	387.9
Ярославская область	699	1943.5
Южный федеральный округ	6463	12209.4
Северо-Кавказский Федеральный округ	1496	1143.7
Без указания места издания	84	617.0

В российских регионах сейчас действует немногим более 2,5 тыс. издательств. Среди ведущих региональных издательств около 50 – университетские, которые выпускают учебную и некоторые виды научной литературы.

Табл. 2 свидетельствует о заметном перераспределении (по сравнению с 2009 годом) соотношения долей книг и брошюр, а также книг в переплёте и в обложке, что во многом обусловлено отказом издателей от стремления «любой ценой» удешевить свою продукцию для конечных потребителей. В 2010 году на долю книг приходится 84,4 всех названий и 75,6 % тиражей; в 2009 году было соответственно 83,7 % и 69,3 %. Если в 2009 году на долю книг в обложке приходилось 68,3 % всех названий и 66,4 % тиражей, то в 2010-м – соответственно 67,0 % и 62,7 %.

Рассматривая те статистические данные, в которых отмечается увеличение числа наименований книг и брошюр, необходимо отметить, что значительное число выпускаемых изданий по своему целевому назначению и характеру информации имеет ограниченный круг пользователей и практически не составляет объекта рыночного обращения. Эти издания выпускаются небольшим тиражом и предназначаются преимущественно для внутреннего пользования. Таковы, например, многие учебные и

методические пособия, которые выпускаются издательствами, или редакционно-издательскими отделами вузов и других учебных заведений для обеспечения образовательного процесса, особенно при ориентации на заочную или дистанционную форму обучения. Сюда же можно отнести многочисленные проспекты и альбомы, посвященные юбилеям предприятий и учреждений, различные ведомственные издания.

Таблица 2

Основные характеристики выпуска книг и брошюр в 2010 г.

	Кол-во названий книг и брошюр	Общий тираж, тыс. экз.	В процентах к кол-ву назв. книг и брошюр	В процентах к тиражу
Всего	121738	653843.7		
в том числе:				
Книги	102790	494553.0	84.4	75.6
Брошюры	18948	159290.7	15.6	24.4
В переплете	40113	243571.0	33.0	37.3
В обложке	81625	410272.7	67.0	62.7
Новые издания	104083	462044.1	85.5	70.7
Переиздания	17655	191799.6	14.5	29.3
Сериальные издания	46945	406260.9	38.6	62.1
Переводные издания	14268	86815.8	11.7	13.3

Следует отметить, что в ближайшие годы произойдет размежевание производителей по технологическому принципу. Офсетная печать и поточные линии для изготовления книг останутся для тиражной продукции, цифровые технологии и операционная послепечатная техника – для тиражей в десятки и сотни экземпляров, а также для персонализированной книжной продукции. Нельзя не отметить и еще одну тенденцию в организации книжного производства в стране, складывающейся в последние годы. Речь идет о все больших объемах печати книг на зарубежной полиграфической базе (Украина, Беларусь, Китай).

Наиболее выгодным способом полиграфического исполнения в регионах в настоящее время является оперативная полиграфия, которая позволяет выполнять заказы небольшого объема за достаточно короткий срок. Оперативная полиграфия наиболее соответствует потребностям региональных организаций, большинство которых не готовы ждать заказанную продукцию более недели и не заказывают более 500 экземпляров продукции. В данном случае офсетная печать оказывается достаточно дорогостоящим, не окупающим себя в производстве полиграфической продукции, оборудованием.

В целом, перспективы развития книжного рынка сводятся к следующему:

- сократится выпуск книг, и, как следствие, уменьшится количество заказов у типографий;
- в издательствах продолжится уже начавшееся сокращение выпуска

нерентабельных названий, а в рознице – вымывание нерентабельных тиражей;

- по-видимому, не удастся избежать банкротств ряда мелких и средних, а также отдельных крупных издательств;

- книготорговцы по-прежнему будут задерживать оплату поставленных книг и перекредитовываться за счет издателей;

- в рознице произойдет снижение товарооборота на 10 – 15%, а в некоторых случаях – на 20 – 25%, а в оптовом звене – еще сильнее;

- вследствие падения покупательского спроса и снижения рентабельности не исключено закрытие ряда книжных магазинов;

- в то же время кризис может привести к дальнейшей консолидации и реструктуризации отрасли, к новым слияниям и поглощениям и к изменениям в отношениях между издателями, полиграфистами и книготорговцами.

В отношении потребительских предпочтений на рынке полиграфических услуг, следует отметить, что в регионах наибольшим спросом пользуется полиграфическая продукция небольшого объема, такая как листовки и визитки, которые заказывают все предприятия, независимо от сферы деятельности. Другие виды продукции, такие как бланки, рекламные плакаты и другие виды продукции заказываются в гораздо меньшей мере (объем спроса на каждое из этих наименований не превышает 10 %).

При более детальном рассмотрении вопроса о том, кто является целевой аудиторией для каждого вида продукции, оказывается, что основными заказчиками листовок, как цветных, так и черно-белых, выступают предприятия сферы услуг. В заказах цветных брошюр лидирует опять же сфера услуг. Говоря о рекламных плакатах и визитках, следует отметить, что здесь нет большого разграничения в зависимости от сферы деятельности. Календари пользуются большим спросом среди предприятий, работающих в сфере услуг. Бланки с логотипом фирмы заказывает приблизительно равное количество предприятий сфер производства и услуг. Конверты с логотипом фирмы заказывают чаще всего предприятия сферы услуг. Для такого вида продукции, как флажки, потребительские предпочтения среди разных предприятий распределяются практически в равной мере. Для специальной рекламы, размещаемой в местах продаж, например, wobлеры и т.п., целевой аудиторией являются торговые компании. Открытки с логотипом фирмы заказывают только предприятия производственной сферы. Бумажные пакеты при малом проценте востребованности не имеет явно выраженной целевой аудитории, приоритеты распределяются приблизительно в равной мере.

В отношении основных факторов, влияющих на спрос, материалы исследований показывают, что при выборе корпоративными клиентами полиграфической компании основными критериями являются цена и размер скидки. Неценовым фактором, влияющим на спрос, выступает срок, который требуется для выполнения заказа. Оптимальный срок выполнения, как уже

говорилось выше, не должен превышать недели. Возможность доставки и близость к офису не имеет решающего значения для потребителей полиграфических услуг.

Основным сегментом на рынке полиграфических услуг являются предприятия, которые заказывают рекламную продукцию постоянно в целях поддержания имиджа, расходы на полиграфическую продукцию которых не превышают 10 тысяч рублей в год. Более двух третей клиентов при заказе полиграфической продукции получают скидки; у половины заказчиков, получающих скидки, их размер не превышает 10 %. Поскольку цена на рекламную продукцию и скидки при ее изготовлении оказывают существенное влияние на потребительские предпочтения, желательно использовать эти факторы при определении стоимости продукции.

Список источников

1. Книгоиздание в России. Состояние, тенденции и перспективы развития: Доклад [текст] / Под общ. ред. В.В.Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2009.

2. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2009 год: Отраслевой аналитический доклад [текст] / Под общ. ред. В.В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2010.

3. Российский рынок полиграфии. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2010 год: Отраслевой доклад [текст] / Под общ. ред. В. В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2010.

4. Кириллова, Л.А. Российская книжная палата. Статистические показатели за 2010 г. [текст] / Л.А. Кириллова, К.М. Сухоруков. Российская книжная палата, 2010.

ESTIMATION OF TENDENCIES AND PROSPECTS OF PUBLISHING BUSINESS DEVELOPMENT

Kuchin Eygeniy Viktorovich,

Head of the Department of Computer Typesetting and Design
of Publishing and Printing Center of Voronezh State University;
evgvsu@bmail.ru

Estimation of contemporary status of native book market is held. Consequences of world crisis are discussed. Factors influencing on publishing activity in Russia are marked. Prospects of development of publishing business are analyzed.

Keywords: market of publishing service, publishing activity, publishing commitment, assortment of books.