

СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Гончарук О.В., Бабенко А.А.

Національна металургійна академія України

Проаналізовано сучасний стан підприємств поліграфічної галузі в Україні, зокрема динаміку кількості підприємств, обсягів реалізації, зміни цін, показники структури виробництва. Виконано порівняння результатів роботи вітчизняної поліграфії з результатами роботи цієї галузі в європейських країнах. Досліджено особливості роботи поліграфічних підприємств США та Японії. Охарактеризовано основні тенденції, що існують в галузі в Україні та світі. Виявлено чинники незадовільної роботи вітчизняної поліграфії, надано рекомендації щодо поліпшення її результатів та подальшого розвитку.

Ключові слова: поліграфічна промисловість, динаміка, обсяг виробництва, обсяг реалізації, ціна поліграфічної продукції, розвиток, тенденція, друк, книги, інноваційний потенціал.

Постановка проблеми. Вітчизняна поліграфія останніми роками переживає складний період. Динамічність, складність і непередбачуваність зовнішніх факторів призводить до зростання ризику господарської діяльності поліграфічних підприємств, що в свою чергу призводить до уповільнення темпів вдосконалення внутрішніх процесів та механізмів. Підприємства поліграфічної галузі, що обслуговують сферу книговидавництва, реклами та ЗМІ, постійно зіштовхуються з новими конкурентами, що спричинене активним і швидким розвитком комп'ютерних технологій. Зростаюча кількість електронних книг, онлайн ресурсів замінили такі традиційні джерела інформації як газети, журнали, книги. Цифрові технології управління та друку революційно змінюють основу друку, виводячи поліграфічну промисловість на новий виток розвитку.

Тому виживання вітчизняної поліграфії безпосередньо залежатиме від швидкості впровадження інновацій власниками підприємств, враховуючи тренди та напрямки зміни пріоритетів у цьому бізнесі. Для того, щоб правильно визначити правильний вектор руху поліграфічних підприємств, потрібно виконати дослідження сучасного стану поліграфічної галузі в Україні та світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню сучасного стану та динаміки розвитку вітчизняної поліграфічної галузі присвятили свої ґрунтовні праці такі дослідники як Л.Е. Довгань [1], В.Б. Базиліук [2], К.А. Пріб [3], Б.В. Дурняк, А.М. Штангрет, В.В. Мартинів [4], Л.А. Швайка [5], С. Буряк [6]. Проте деякі з них було розроблено ще до політичної та економічної кризи в країні, в деяких не наводяться рекомендації щодо подальшого розвитку галузі, інформація в деяких з них вже певною мірою застаріла.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Враховуючи важливість поліграфічної діяльності в сучасних умовах та швидкі темпи прогресивних змін в ній, актуальним є безперервний аналіз тенденцій в цій галузі на світовому та вітчизняному рівні, результатів роботи підприємств, що в неї входять, та способів збільшення їх потенціалу.

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є аналіз сучасного стану, виявлення основних проблем, особливостей та напрямів розвитку поліграфічної промисловості в Україні та світі.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні обсяг друкованої продукції в світі оцінюється в 477 млрд євро. За прогнозами аналітиків, в найближчі роки темпи його зростання складуть 2,2% в рік і до 2020 року він досягне 553 млрд євро [2].

На розвинені країни припадає близько 88% друкованої продукції в світі. Частка країн, що розвиваються, становить 11%, а тих, що відстають – близько 1% (рис. 1) [2].

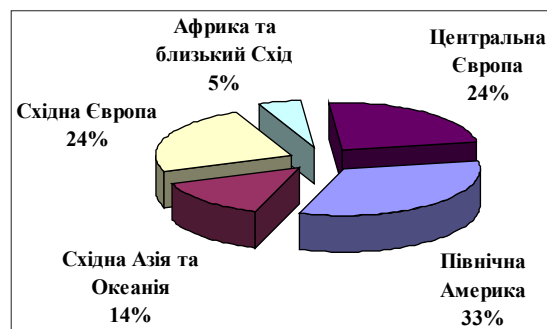


Рис. 1. Структура ринку друкованої продукції за континентами [2], %

Однак, в перспективі, за прогнозами світових аналітиків, ситуація буде змінюватися, і до 2020 року обсяг друку в країнах, що розвиваються, складе половину від обсягу виробництва в розвинутих.

У структурі поліграфічних робіт більш швидкий розвиток отримують цифрові невеликі друкарні, що спеціалізуються на випуску дрібних накладів і друці змінних даних. Темп зростання обсягів друку книг та журналів в світі за період 2010 – 2015 рр. склав 0,6%, упаковок – 2,5%, комерційної друкарської продукції – 0,8% [7].

У США річний обсяг виробництва друкованої продукції становить 509 євро на душу населення, в Бразилії – 33 євро, в Китаї – 12 євро. Очевидно, що недоцільно чекати значного екстенсивного зростання друку в розвинених країнах, а основним напрямком розвитку поліграфічного виробництва в них буде впровадження нових технологій.

Найбільшим вважається потенціал зростання на ринках Східної Європи, Південно-Східної Азії і Латинської Америки. Обсяг ринку Східної Європи в 2016 році склав 11,5 млрд євро.

Розглянемо ситуацію в поліграфії деяких країн світу. Найбільш потужною є поліграфічна база

США. Відповідно США на сьогоднішній день є й найбільшим в світі виробником і споживачем паперу. Споживання паперу в США в шість разів більше, ніж в середньому в світі, і на чверть більше, ніж в Японії, яка є другою в світі за величиною споживання паперу [7].

Масштаби поліграфічної галузі США – 30 тис. друкарень з мільйонним числом зайнятих, загальним оборотом в сумі 166,6 млрд. дол. США. Рівень продуктивності праці в американських друкарнях значно випереджає цей показник в більшості розвинених країн, проте, істотно поступається поліграфії Японії.

В Японії налічується близько 30 тис. поліграфічних підприємств, на яких працює 350 тис. осіб. Загальний оборот всіх друкарень перевищує 80 млрд. дол. США, в тому числі 2,5 млрд. дол. США отримано за допомогою цифрової друкарської техніки. Характерна риса японської поліграфії полягає в тому, що 98,6% підприємств мають чисельність менше 100 осіб, в той час як майже 45% від обсягу всієї продукції, що випускається, припадає на інші 1,4% друкарень. Основна кількість цих підприємств сконцентрована в провідних компаніях країни – Dai Nippon Printing (DNP) і Toppan Printing. На відміну від більшості країн з розвинутою поліграфією, в Японії підготовку фахівців для друкарень компанії здійснюють самостійно. Навчання проводять безпосередньо на робочих місцях або в спеціальних центрах, а у випадках встановлення нового обладнання – на базі його виробника.

Як видно з таблиці 1, серед країн Європи найсильнішу поліграфічну базу має Німеччина.

В Німеччині останнім часом функціонує близько 10 тис. поліграфічних підприємств з числом працюючих 158 тис. осіб, які виконують роботи на суму понад 20 млрд. євро. Використання виробничих потужностей в друкарнях країни перевищує 80%.

Поліграфічна галузь Німеччини за структурою складається в основному з малих, невеликих і середніх друкарень. В середньому на одному підприємстві зайнято не більше 16 осіб, в штаті 80% друкарень значиться менше 20 працівників. Річний оборот галузі в перерахунку на одне поліграфічне підприємство складає 2,3 млн. євро, середня продуктивність праці в німецькій поліграфії досягає 140 тис. євро на особу.

Питома вага великих операторів німецького ринку поліграфії – 650 друкарень (або 6,5% від загального числа друкарень), які забезпечують в загальному обороті галузі майже 60%.

Асортиментна структура виробленої в Німеччині друкованої продукції в укрупненому вигляді представлена таким чином – книги, журнали, газети, в загальному обсязі виробництва становлять відповідно 6,6%, 11,3% і 11,4%. Частка друкованої продукції, пов'язаної з рекламою, досягає в загальному вартісному обсязі виконаних в Німеччині поліграфічних робіт більше 60%. При цьому співвідношення експорту та імпорту поліграфічних робіт в зовнішньоторговельному балансі країни оцінюється як 70:30.

За результатами 2016 р. поліграфічна промисловість Німеччині знаходиться в депресивному стані, який характеризується численними банкрутствами і продажами фірм, скороченням обсягу випуску продукції, виготовленої офсетним способом друку. Одночасно питома вага цифрового друку зростає, 10% випуску книжкової продукції зараз друкується на цифрових машинах [8].

Дані опитування, проведеного об'єднанням поліграфістів Німеччини BVDM в першому кварталі 2016 р., підтверджують погіршення становища в галузі. Економічні очікування мають негативний тренд. Подальше погіршення пов'язане зі зниженням цін на поліграфічні роботи в сегментах журнального і пакувального друку. Відзначається, що показник ділового клімату в німецькій поліграфії в цілому знижується, але одночасно друкарні, що спеціалізуються в області друкованої упаковки, висловлюють впевненість в стабільності свого сектора ринку, а також демонструють інвестиційну активність і необхідність в збільшенні робочих місць на своїх підприємствах [8].

На другому місці серед європейських країн за показниками, що характеризують результати роботи поліграфічної промисловості, є Польща. Кількість поліграфічних підприємств в ній навіть перевищує їх кількість в Німеччині, проте за всіма іншими показниками поліграфія Польщі суттєво відстає від німецької.

На жаль, результати роботи вітчизняної поліграфії є дещо гіршими (табл. 1). За даними станом на 2013 р. за кількістю підприємств поліграфічної галузі, а також за кількістю працюючих, Україна знаходиться на третьому місці з досліджуваних країн, проте за продуктивністю праці, середнім річним оборотом в цілому і в розрахунку на одне підприємство поступається іншим країнам, займаючи останні місця.

Український поліграфічний ринок представлений державними і приватними газетами, журналами і книжковими видавництвами, спеціалізованими торговельними компаніями.

Таблиця 1

Показники роботи поліграфічної промисловості в країнах Європи станом на 2013 р.

Країна	Річний оборот, млрд. євро	Кількість підприємств	Кількість працюючих, тис. осіб	Середній річний оборот одного підприємства, млн. євро	Продуктивність праці, тис. євро/особу
Німеччина	21	10000	158	2,1	132,9
Литва	0,12	380	3,8	0,3	31,6
Польща	2,5	10114	39,2	0,2	63,8
Словакія	0,24	209	3,9	1,1	61,5
Словенія	0,42	1087	4,8	0,4	87,5
Фінляндія	1,713	1101	9,7	1,6	176,6
Україна	0,814	1931	24,6	0,4	33,1

Джерело: складено автором на основі 7, 8, 9

З часів отримання Україною незалежності кількість поліграфічних підприємств поступово зменшувалась. В останні роки ця тенденція не змінилась. На рис. 2 наведено динаміку зміни кількості підприємств у поліграфічній промисловості України за останні шість років, тобто за період 2010-2016 рр.

За офіційними статистичними даними у 2016 р. частка поліграфічних підприємств ста-

новила лише 4,77% від загальної кількості підприємств переробної промисловості. При цьому за останні шість років їх кількість скоротилась на 268 одиниць, або на 15%. При незначному зростанні кількості поліграфічних підприємств у 2013 році, середнє щорічне скорочення їх за цей період становило 1,55%.

Така ж негативна тенденція спостеріга-

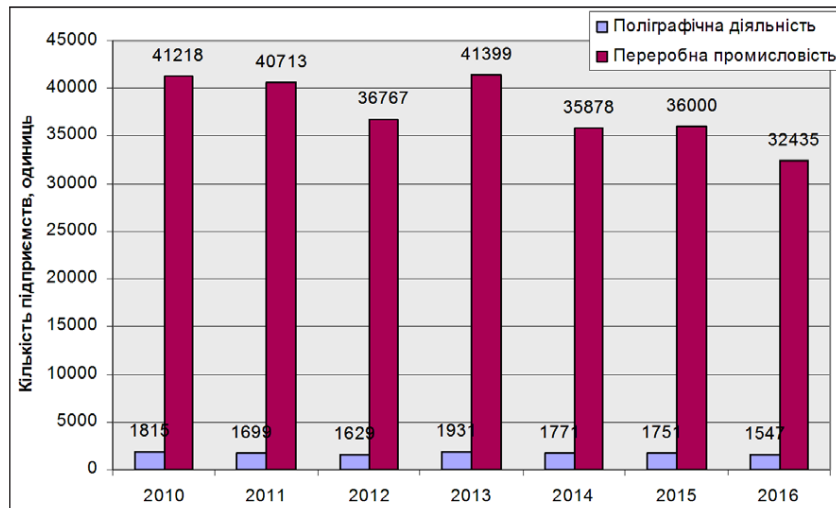


Рис. 2. Кількість підприємств поліграфічної промисловості України в загальній кількості підприємств переробної промисловості [9]



Рис. 3. Динаміка зміни обсягу реалізованої продукції вітчизняними поліграфічними підприємствами, млн. грн

ється і з кількістю працюючих в галузі. Так з 2010 по 2016 р. кількість працівників, зайнятих поліграфічною діяльністю та пов'язаними з нею послугами, скоротилась з 20,7 до 18,8 тис. осіб, тобто на 9,2%.

Обсяг реалізованої продукції з 2010 р по 2016 р. нерівномірно, але зростає, а в 2017 р. значно знизився (табл. 2, рис. 3).

В цілому за досліджуванний період цей показник зріс в 1,8 рази (рис. 3), в 2015-2016 рр. він взагалі приростає більше, ніж на 20%, а в 2017 році скоротився майже на 32%.

В той же час, суттєве зростання реалізованої продукції в грошовому виразі в 2011-2016 рр. зумовлено великою мірою, а в 2014, 2015 роках навіть більшою мірою, зростанням цін на продукцію. Таким чином, в розглянутому часовому інтервалі фізичні обсяги реалізації поліграфічної продукції або зростають несуттєво, або взагалі, знижувались.

При цьому, зниження обсягів реалізації відбувалось найбільшими темпами за періодичними виданнями (табл. 3). Так, кількість надрукованих газет, журналів та іншої періодики за період з 2011 по 2015 рік змен-

Таблиця 2

Обсяг реалізованої продукції поліграфічними підприємствами

Показник	Рік							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Обсяг реалізованої продукції поліграфічними підприємствами, млн. грн	4844,1	4290,3	7060,8	7691,3	8249,2	10507,5	13088,7	8952,6
Частка від показника за переробною промисловістю, %	0,68	0,49	0,79	0,92	0,91	0,92	1,00	0,71
Індекс обсягу реалізованої продукції поліграфічними підприємствами, %	-	88,6	164,6	108,9	107,3	127,4	124,6	68,4
Індекс цін на поліграфічну продукцію, %	-	104,8	101,2	100,6	116,8	127,6	105,5	н/д

Джерело: складено на основі 9

Таблиця 3

Друкування періодичних видань, книг та іншої поліграфічної продукції в 2011-2015 рр., млн. од.

Вид продукції/Рік	2011	2012	2013	2014	2015	Середній темп зміни показника, %
Періодичні видання: газети, журнали	236	160,4	115,2	91,1	61	-28,7
Рекламні каталоги	3	3,6	3,9	2,2	1,3	-18,9
Рекламна продукція: проспекти, плакати	8	10,5	49,3	20	23,7	31,2
Книги, брошури та ін.	48,3	52,5	63,4	61,3	39,5	-4,9
Календарі	2,7	2,7	2,4	3,3	2,5	-1,9

Джерело: складено на основі 9

шувалась в середньому майже на 29% щорічно, рекламних каталогів – на 18,9%, книг, брошур та ін. – на 4,9%.

За результатами 2015 року на одного мешканця України припадає 0,85 книги (у 2014 – 1,28 книги, у 2013 – 1,53 книги) [6, 10]. Така ситуація пов'язана з високою вартістю друкованої продукції, зниженням реальних доходів населення та загальною тенденцією до зниження інтересу до читання.

У 2014 році було проведено дослідження на вимогу GfK Україна для «Київстар» під назвою «Читання книг в Україні-2014». Згідно з результатами дослідження, більшість респондентів не могли дозволити собі купити друковану книжку з причини високої ціни, яка була в діапазоні 51-100 грн за примірник, у той час як в 2013 р. половина опитаних були готові платити до 50 грн, а в 2014 році – тільки третина. Респонденти демонстрували відмову купувати дорого друковану продукцію [11].

За результатами соціологічного дослідження, проведеного Громадською організацією «Форум видавців» за підтримки програми Європейського Союзу «Книжкова платформа», кількість українців, які протягом 2016 р не прочитали жодної книги, складає 42%, читають протягом року від однієї до п'яти книг – 35%, від 6 до 10 книг – 13%, понад 10 книг – 10%. Для порівняння, кількість американців, які не читають зовсім, складає всього 19%, що в 2,21 рази менше, ніж в Україні [10]. Проте українці все ще залишаються читаючою нацією. Позитивним моментом є зростання попиту на українські книги в 2016 р., загальний наклад яких зріс до 45 млн. екземплярів у порівнянні з 39,5 млн. в 2015 р. Таке зростання обумовлене відмовою українських читачів від російської книги, яка до воєнних дій займала 80% усіх продажів, а зараз – до 40-60%. І ця частка продовжує зменшуватись [10].

Також великий вплив на падіння обсягів продажів друкованих засобів масової інформації (газети, журнали) має Інтернет.

Крім того, починаючи з 2010-х, друковані періодичні видання змінили політику – вони перейшли в онлайн формат, який виявився більш ефективним.

Як було відзначено в статті В. Гвоздева, мультимедійні технології призвели до еволюції традиційної журналістики, і, відповідно до «теорії смерті газет» А. Мірошниченко, онлайн ЗМІ можуть повністю замінити друковану продукцію протягом наступних 15-20 років [5].

Єдиним видом друкованої продукції, що зростає з високими темпами (табл. 3) є виготовлення рекламної продукції (проспекти, плакати) – 31,2% в середньому щорічно.

Отже, для успішного існування підприємства змушені постійно адаптуватися до мінливих умов середовища: створювати стратегію, час від часу коректувати її. Також більшість підприємств знайшли вихід у тому, що відкрили нову нішу для діяльності, наприклад, перейшли до друку рекламної продукції.

Згідно з дослідженнями, виробництво оголошень та брошур займає в середньому 20% від загального обсягу грошових доходів друкарні [2]. Web-реклама – достатньо прибутковий бізнес на сьогодні (рис. 4).

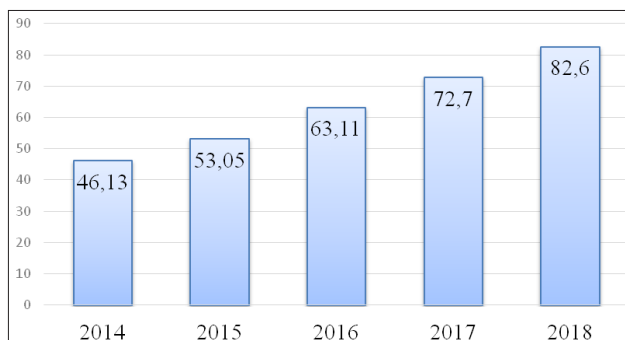


Рис. 4. Чистий дохід від цифрової реклами Google з 2014 року до 2018 року (прогноз) (в млрд. доларів США) по всьому світу [2]

Ця статистика є оцінкою чистих доходів від реклами Google по всьому світу з 2014 до 2018 (прогноз). У 2016 році чисті цифрові рекламні доходи он-лайн компаній склали 63,11 млрд. доларів США і прогнозується, що буде досягнуто 82,58 млрд. доларів США до 2018 року.

Отже реклама – це ефективний засіб для просування товару, проте не універсальний. Тому на сьогодні важливим моментом у розвитку поліграфічної галузі є постійний моніторинг трендів на видавничо-поліграфічному ринку, пошук нових джерел збуту продукції, диференціація асортименту послуг та застосування досвіду іноземних компаній.

Висновки і пропозиції. Отримані результати дають можливість стверджувати, що в світовому масштабі обсяги поліграфічної продукції поступово зростають, але темпи цього зростання є незначними. Більша частка (88%) виробництва припадає на розвинені країни, проте в майбутньому вона буде знижуватись на користь країн, що розвиваються. Найбільшими виробниками поліграфії у світі є США. Серед країн Європи найпотужнішу базу має Німеччина. Україна за кількістю поліграфічних підприємств та кількістю працюючих поступається в Європі тільки Німеччині та Польщі, але за ефективністю роботи має невисокі показники у порівнянні з європейськими виробниками.

Обсяг реалізації у вітчизняній поліграфічній промисловості у вартісному вимірі за останні сім років зріс в 1,8 разу, але це зростання зумовлене більшою мірою зростанням цін на продукцію. Кількість друкованої продукції, за виключенням рекламної, за досліджувані роки стабільно скорочувалась. Скорочення виявлено і за кількістю поліграфічних підприємств – на 15% з 2010 року.

Такі тенденції в поліграфічній промисловості спричинені загальним зниженням інтересу суспільства до читання, недостатньою державною підтримкою галузі, низькою конкурентоспроможністю вітчизняної продукції через постійне зростання цін на неї, зменшення реальних доходів населення та появою інноваційних видів друку, переходом друкованих ЗМІ в онлайн формат, відсутністю координації дій учасників видавничо-поліграфічної діяльності, загальний спад у промисловості країни тощо.

Таким чином, актуальними є подальші пошуки у напрямку підвищення економічного потенціалу вітчизняних поліграфічних підприємств, особли-

во інноваційного. Без цього, в сучасних умовах стрімкого розвитку науково-технічного прогресу та інформаційних технологій, вітчизняним поліграфічним підприємствам буде вкрай важко зберігати конкурентоспроможність та ефективність функціонування.

Список літератури:

1. Довгань Л. Є. Поліграфічна промисловість України: сучасний стан та тенденції розвитку / Л. Є. Довгань, Ю. П. Воржакова // Економіка та держава. – 2013. – № 6. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://cege.ac.uk/download/pdf/47229594.pdf>.
2. Базилюк В. Б. Особливості функціонування та трансформації підприємств видавничо-поліграфічної галузі в умовах інституційних перетворень / В. Б. Базилюк // Хмельницький: Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – С. 221-224.
3. Пріб К. А. Формування стратегії розвитку підприємств видавничо-поліграфічної галузі / К. А. Пріб // Інтеллект XXI. – 2014. – № 6. – С. 30-38. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2014_6_6.
4. Дурняк Б. В. Стан і тенденції розвитку підприємництва у видавничо-поліграфічній галузі / Б. В. Дурняк, А. М. Штангрет, В. В. Мартинів // Наукові записки. – 2008. – № 2(14). – С. 77-82.
5. Швайка Л. А. Економіка видавничо-поліграфічної галузі / Л. А. Швайка, А. М. Штангрет. – Львів: Укр. акад. друкарства, 2008. – 480 с.
6. Аналітичний огляд книговидавничої діяльності за підсумками 2015 року [Текст] / С. Буряк // Вісник Книжкової палати. – 2016. – № 4. – С. 9-17.
7. Григорьев В. В. Российская полиграфия. Состояние, тенденции, перспективы / В. В. Григорьев // Отраслевой доклад – 2013. – 112 с.
8. Григорьев В. В. Российская полиграфия. Состояние, тенденции, перспективы / В. В. Григорьев // Отраслевой доклад – 2017. – 74 с.
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Огляд ринку. Книговидання. Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://msb.avalua.ua/news/?id=26190>.
11. Дослідження читання книжок в Україні – 2014. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.slideshare.net/Kyivstar/report-gfk-reading2014for-uploading-38932265>.

Гончарук О.В., Бабенко А.А.

Национальная металлургическая академия Украины

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УКРАИНЕ И МИРЕ

Аннотация

Проанализировано современное состояние предприятий полиграфической отрасли Украины, в частности динамика количества предприятий, объемов реализации, изменения цен, показатели структуры производства. Выполнено сравнение результатов работы отечественной полиграфии с результатами работы данной отрасли в европейских странах. Исследованы особенности работы полиграфических предприятий США и Японии. Охарактеризованы основные тенденции, существующие в отрасли в Украине и в мире. Выявлены факторы неудовлетворительных результатов работы отечественной полиграфии, даны рекомендации по их улучшению и дальнейшему развитию.

Ключевые слова: полиграфическая промышленность, динамика, объем производства, объем реализации, цена полиграфической продукции, развитие, тенденция, печать, книги, инновационный потенциал.

Honcharuk O.V., Babenko A.A.

National Metallurgical Academy of Ukraine

THE STATE AND THE PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE POLYGRAPHICAL INDUSTRY OF UKRAINE AND THE WORLD

Summary

The current state of the enterprises of the printing industry of Ukraine is analyzed, in particular, the dynamics of the number of enterprises, sales volumes, price changes, and production structure indicators. Comparison of the results of the work of domestic printing with the results of this industry in European countries is made. The peculiarities of the work of printing enterprises of the USA and Japan are investigated. The main trends existing in the industry in Ukraine and in the world are characterized. The factors of unsatisfactory results of the work of domestic printing are revealed, recommendations for their improvement and further development are given.

Keywords: printing industry, dynamics, volume of production, volume of sales, price of printing products, development, trend, printing, books, innovation potential.