

Владимирова А.С. студентка 6-го курса Университета ИТМО

Грибанова Н.В., студентка 6-го курса Университета ИТМО

Захарова Е.А. студентка 6-го курса Университета ИТМО

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

Аннотация: В рассвет девяностых годов в нашей стране преимущественно существовали государственные типографии, обладавшие устаревшим печатным оборудованием. Наиболее известные из советских типографий – «Правда», «Ульяновская правда», «Лениздат». Они выполняли государственные заказы и одновременно, государство выступало в роли заказчика продукции и исполнителя. Начался период бурного процветания печатной отрасли в стране. Быстрыми темпами она набирала обороты, и, на рынке, развивались настоящие полиграфические гиганты – предприятия. К моменту наступления нового столетия в истории России полиграфический рынок услуг развивался бурными темпами. Но необходимо было учитывать один факт – цикл жизни печатного оборудования составлял до 20 лет. После, необходимо было закупать новое оборудование, и тут возникала проблема. Спрос на товары рос, рынок сервиса и обслуживания, рынок материалов, развивался и набирал обороты, а вот рынок технологий и оборудования шел на спад. Насыщение рынка наступило только к 2008 году, когда разразился финансово – экономический кризис. Если посмотреть на динамику развития производственных мощностей, то мы увидим, что период с 2008 по 2009 год характеризуется резким спадом производства печатной продукции, а мощности по производству печатной продукции характеризовали стабильную прямую, медленными темпами, идущими на спад. Постепенно, медленными темпами, рынок полиграфический услуг выходил из кризиса и набирал обороты. За последние два десятилетия полиграфия в нашей стране развивалась, и развивается сегодня. Не смотря на многие внешнеэкономические факторы, которые оказывали негативное, в большей степени, влияние на ее развитие, отрасль, сумела преодолеть все препятствия, и не исчезла с рынка. На сегодняшний день, производство таких видов печатной продукции, как книги, журналы, газеты – претерпевает падение спроса в силу информатизации всех сфер жизни общества. Рынок этикетки и упаковки набирает обороты, развивается и осваивает новые технологические уклады в производстве.

Ключевые слова: Технологическое перевооружение, развитие, кризис, типографии, импорт, экспорт, производственные мощности.

THE MAIN STAGES OF DEVELOPMENT OF PRINTING INDUSTRY IN RUSSIA

Annotation: At the dawn of the nineties in our country there were mainly state printing houses with outdated printing equipment. The most famous of the Soviet printing houses – "the Truth", "the Ulyanovsk truth", "Lenizdat". They carried out state orders and at the same time, the state acted as the customer of production and the contractor. Began a period of rapid prosperity of the printing industry in the country. At a rapid pace it was gaining momentum, and, in the market, developed real printing giants – enterprises. By the time of the new century in the history of Russia printing services market developed rapidly. But it was necessary to take into account one fact – the life cycle of printing equipment was up to 20 years. After that, it was necessary to buy new equipment, and then there was a problem. Demand for goods grew, the market of service and maintenance, the market of materials, developed and gained momentum, but the market of technologies and equipment was on the decline. The saturation of the market occurred only in 2008, the outbreak of the financial crisis. If we look at the dynamics of production capacity development, we will see that the period from 2008 to 2009 is characterized by a sharp decline in the production of printed products, and the capacity for the production of printed products characterized by a stable straight line, slow pace, going down. Gradually, slowly, the market of printing services came out of the crisis and gained momentum. Over the past two decades, printing in our country has developed, and is developing today. Despite many foreign economic factors that had a negative impact on its development, the industry has managed to overcome all obstacles, and has not disappeared from the market. Today, the production of such types of printed products as books, magazines, Newspapers – is undergoing a decline in demand due to the Informatization of all spheres of society. The market of labels and packaging is gaining momentum, developing and mastering new technological structures in production.

Key words: Technological re-equipment, development, crisis, printing houses, import, export, production facilities.

В начале девяностых годов, когда только – только в нашей стране начал зарождаться рынок полиграфии, не было достаточно квалифицированных специалистов, которые

могли бы развивать данное направление, и как правило, не было достаточного количества денежных средств для воплощения технологических идей и развития рынка полиграфии.

В рассвет девяностых годов в нашей стране преимущественно существовали государственные типографии, обладавшие устаревшим печатным оборудованием. Наиболее известные из советских типографий – «Правда», «Ульяновская правда», «Лениздат». Они выполняли государственные заказы и одновременно, государство выступало в роли заказчика продукции и исполнителя.

Поставкой всего необходимого материала, оборудования, а также сервисным обслуживанием, занимались специальные структурные подразделения, которые были созданы правительством. Они подчинялись республиканским государственным комитетам по печати, а те, в свою очередь, подчинялись комитету по печати СССР.

За пять лет, в период с 1985 года, эти наиболее известные всем типографии распались, причиной тому было неумение работать с заказчиками в сложившихся непростых рыночных условиях тогда.

Это послужило толчком к постепенному формированию частных полиграфических предприятий - в основном это были кооперативы и центры печати. На начальном этапе функционирования эти типографии не могли позволить себе купить новое дорогое оборудование, поэтому свою первоначальную производственную деятельность начинали с использования офсетных машин ROMAYOR и DOMINANT, выкупленных у распавшихся государственных бывших типографий. [1]

Самый первый рынок полиграфических услуг в России зародился на базе расходных материалов – красок, бумаги, офсетных полотен, формных пластин. Так стали выпускать самую первую печатную продукцию новые типографии. Постепенно, накапливая капитал с реализации выпущенной печатной продукции, предприятия делали первые шаги по закупке иностранных печатных машин. Это послужило первым мощным толчком к созданию в будущем времени крупных частных гигантов полиграфии, к созданию филиалов западных и азиатских фирм России импортного сырья, материалов, различных технологий и оборудования. Наиболее известные в то время иностранные компании на рынке России, предлагавшие свои товары – это Heidelberg, KBA, Man Poland, Ryobi, Riso.

Компания Heidelberg, создала, в Московском государственном университете печати, специальные лаборатории, а также инвестировала в издания учебных пособий по печати. Это было одним из значимых событий того времени, послужившее мощным стимулом для сотрудничества с другими иностранными компаниями.

Начался период бурного процветания печатной отрасли в стране. Быстрыми темпами она набирала обороты, и, на рынке, развивались настоящие полиграфические гиганты – предприятия.

Этот период характеризовался большим притоком иностранного капитала на рынок, появилась необходимость в выведении нового печатного продукта на рынок. Помимо книг, журналов и газет вырос спрос на этикетки и упаковку. Развивались разные отрасли промышленности, требовавшие производства многих видов продуктов – бирок, плакатов, линолеума. Все большие обороты набирала печатная реклама.

В этот период шел процесс приватизации крупных типографических предприятий, таких как Ярославский и Можайский полиграф комбинат, типография имени Федорова в Санкт-Петербурге.

В Москве создали типографию «Алмаз-Пресс», которая имела в собственности две современные, на тот момент, рулонные многокрасочные машины, поставленные им все той же компанией Heidelberg, которая создала в университете печати в Москве свою собственную печатную лабораторию. Эта типография развивалась очень быстрыми темпами и была единственной в России на тот момент компанией, которая могла составить реальную конкуренцию зарубежным компаниям, находившемся на российском рынке полиграфических услуг.

К моменту наступления нового столетия в истории России полиграфический рынок услуг развивался бурными темпами. Но необходимо было учитывать один факт – цикл жизни печатного оборудования составлял до 20 лет. После, необходимо было закупать новое оборудование, и тут возникала проблема. Спрос на товары рос, рынок сервиса и обслуживания, рынок материалов, развивался и набирал обороты, а вот рынок технологий и оборудования шел на спад. Насыщение рынка наступило только к 2008 году, когда разразился финансово – экономический кризис. [2]

Если посмотреть на динамику развития производственных мощностей, то мы увидим, что период с 2008 по 2009 год характеризуется резким спадом производства печатной продукции, а мощности по производству печатной продукции характеризовали стабильную прямую, медленными темпами, идущими на спад. Все это последствия кризиса 2008 года, которые не могли обойти стороной печатную отрасль. Также, данная диаграмма является графическим подтверждением того, что в период до 2007 – середины 2008 года полиграфическая отрасль развивалась стремительными темпами вверх, все больше и больше набирая обороты на рынке.



Источник: МАП

Рис.1 Динамика развития производственных мощностей

Так, в период, начиная с 2000 года, за 7 лет производство печатной продукции выросло на 15,5 млн. л/отт., а производственные мощности сделали рывок на 35 млн. л/отт. За 7 лет. Также, диаграмма данных, составленная Росстатом, показывает, что в период кризиса, производство полиграфических продуктов упало в среднем на 25%, это говорит о том, что финансово – экономический кризис 2008 года нанес сильный удар по полиграфической сфере, оказав на нее более сильное влияние, чем на многие другие отрасли.

Постепенно, медленными темпами, рынок полиграфический услуг выходил из кризиса и набирал обороты (это можно увидеть на диаграмме). [2]

Согласно статистическим данным, взятым из источников органов государственной статистики, из журнала «Российский статистический ежегодник», инвестиции в издательскую и полиграфическую деятельность, начиная с 2010 года увеличивались, хоть и не большими темпами, но спада, как такового, не наблюдалось. А это лишний раз

свидетельствует о том, что сфера полиграф печати постепенно выбиралась из последствий кризиса.[4]

	2000	2010	2014	2015	2016
	Миллиардов рублей (в фактически действовавших ценах) <i>Bln. roubles (at actual prices)</i>				
Всего	1165,2	9152,1	13902,6	13897,2	14639,8
в том числе по видам экономической деятельности:					
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	34,8	303,8	510,3	505,8	611,2
рыболовство, рыбоводство	2,2	5,4	15,2	14,4	16,4
добыча полезных ископаемых	211,4	1264,0	2144,8	2385,2	2830,4
из нее:					
добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	195,0	1157,9	1957,1	2173,1	2613,2
добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	16,4	106,1	187,8	212,1	217,2
обрабатывающие производства	190,2	1207,6	2084,6	2172,6	2123,7
из них:					
производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	43,9	176,5	251,4	247,1	242,8
текстильное и швейное производство	1,9	11,3	21,0	11,8	9,5
производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	0,2	4,2	7,8	6,0	3,6
обработка древесины и производство изделий из дерева	6,9	27,7	49,4	58,1	59,9
целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность	9,2	43,0	49,8	51,9	67,5

Рис.2 Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности

В 2010 году начал свою деятельность полиграфический комплекс «Грозненский рабочий», в Алтайском крае открылась «Фабрика цвета», в Астрахани «Волга». Центр изготовления книг «Парето – Принт», открывшийся в 2011 году в Твери выпускал огромными тиражами печатную продукцию, в большей степени это были газеты и журналы. Спрос на печатную продукцию рос, рынок печатных продуктов развивался, вырос и рынок рекламы, ситуация более менее стабилизировалась.

Напомним, что в то время, Россия вступила во Всемирную Торговую Организацию, а это значит, что открылись новые перспективы для отрасли не только полиграфической сферы, но и для остальных. Рос спрос заказов российских издательств на печать в зарубежных типографиях.

К концу 2013 года рынок полиграфических услуг стремился к совершенствованию использующихся технологий, модернизации старой техники и привлечению больших инвестиций. К сожалению, тех инвестиций, которые инвесторы вкладывали, было недостаточно, требовалось дополнительное финансирование в силу высокой стоимости сырья и оборудования. К тому же, импортное сырье и техника стоили гораздо выше отечественных.

Предполагалось, что 2014 год будет периодом оживления отрасли, но этого не случилось. Как всем известно, в 2014 году случился очередной финансовый кризис, который приостановил положительную динамику роста выпуска печатной продукции. К тому же, из-за падения национальной валюты и повышения цен на сырье, а именно бумагу, картон, краски, без которых в принципе не возможно функционирование печатного производства, многие предприятия были на грани банкротства и ликвидации своих предприятий.

Объем выпуска газет, журналов и книг сократился, в общей сложности, на величину 6-10%, а вот выпуск рекламной печатной продукции сократился на 15%. На фоне снижения объемов выпуска данных видов печатной продукции вырос спрос на этикетки и упаковку. Этот рост послужил толчком к формированию нового сегмента рынка – производству малометражной печатной продукции на базе цифровых печатных технологий.

Постепенно, предприятия, закупали, и осваивали новые, всевозможные, материалы, которые были необходимы для производства новых видов изделий.

Ранок печати этикеток и упаковки набирал обороты и стремительно начал развиваться, несмотря на то, что рынок печати книг, журналов и газет постепенно терял и теряет спрос. Все это связано со взаимозаменяемостью товаров, поскольку 21 век информатизировал, практически все сферы нашей жизни. На смену печатным книгам и газетам, пришли информационные технологии, а именно гаджеты, планшеты, смартфоны и электронные носители. Это намного удобнее и практичнее, всю необходимую информацию теперь можно найти и прочитать на личном гаджете, при этом не требуется покупать книги и журналы – все находится в свободном сайте на интернет – ресурсе [3].

Вывод: За последние два десятилетия полиграфия в нашей стране развивалась, и развивается сегодня. Не смотря на многие внешнеэкономические факторы, которые оказывали негативное, в большей степени, влияние на ее развитие, отрасль, сумела преодолеть все препятствия, и не исчезла с рынка. На сегодняшний день, производство таких видов печатной продукции, как книги, журналы, газеты – претерпевает падение спроса в силу информатизации всех сфер жизни общества. Рынок этикетки и упаковки

набирает обороты, развивается и осваивает новые технологические уклады в производстве.

Список использованной литературы

1. С. Стефанов **Статья «Полиграфия: аспекты истории и основные этапы развития»**, электронный ресурс URL: <https://compuart.ru/article/18491> (дата обращения 01.11.18)
2. Б.В. Каган **«Исторические этапы развития полиграфии»**, электронный ресурс URL: <http://diplomba.ru/work/81114> (дата обращения 01.11.18)
3. Студенческая онлайн библиотека, статья **«Развитие полиграфии»** электронный ресурс URL: https://studbooks.net/699720/zhurnalistika/razvitie_tehniki_poligrafii (дата обращения 01.11.18)
4. Федеральное агентство по печатям и массовым коммуникациям **«Российская полиграфия 2016 год»** электронный ресурс URL: <http://www.unkniga.ru/images/docs/2016/doklad-ros-poligrafiya-2016.pdf> (дата обращения 18.11.18)
5. Федеральное агентство по печатям и массовым коммуникациям **«Российская полиграфия 2015 год»** электронный ресурс URL: <http://www.unkniga.ru/images/docs/2015/doklad-ros-poligrafiya-2015.pdf> (дата обращения 18.11.18)