

## **АНАЛИЗ РЫНКА ВИЗИТОК В РФ, 2014 Г.**

### **ДЕМО-ВЕРСИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Данный материал предназначен для частного использования. Цитирование, копирование, публикация, продажа, рассылка по электронной почте, а также распространение другими средствами всего или части данного материала запрещены. Данные ограничения распространяются также на демонстрационные и сокращенные версии документов. Любые исключения из данных правил возможны только путем получения письменного разрешения от компании ООО «МСБ Инфо». Информация данного отчета предоставляется без каких-либо гарантий. ООО «МСБ Инфо» не несет ответственности за любой вред, моральный или материальный, понесенный в результате использования данной информации.

октябрь 2015 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК В РФ (В НАТУРАЛЬНОМ И СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ В 2014 Г., ПРОГНОЗ НА 2015 Г.).	2
1.1 ХАРАКТЕРИСТИКА УЧАСТНИКОВ РЫНКА.	3
1.2. ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК В РФ В НАТУРАЛЬНОМ И СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ В 2014 Г., ПРОГНОЗ НА 2015 Г. РЕГИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА РЫНКА ВИЗИТОК В РФ С РАЗБИВКОЙ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ И ОБЛАСТЯМ.	6
1.3. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК.	9
2. ПОТРЕБИТЕЛИ ВИЗИТОК В Г. МОСКВА И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ	10
2.1. ОСНОВНЫЕ ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ВИЗИТОК В Г. МОСКВА И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ.	10
3. ПРОИЗВОДИТЕЛИ ВИЗИТОК В РФ	11
3.1. КРУПНЕЙШИЕ ИГРОКИ НА РЫНКЕ, ПРОФИЛИ ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ.	11
3.2. СПОСОБЫ ЗАКАЗА ВИЗИТОК В ПЕЧАТЬ, СУЩЕСТВУЮЩИЕ НА РЫНКЕ.	11
4. ВЫВОДЫ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ	11
ПРИЛОЖЕНИЕ	37

## СПИСОК ТАБЛИЦ

ТАБЛИЦА 1. ПОЛИГРАФИЯ РОССИИ 2014 Г. (ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА)	4
ТАБЛИЦА 2. КОЛИЧЕСТВО ТИПОГРАФИЙ ПРИМЕНЯЮЩИХ ДАННЫЙ СПОСОБ ПЕЧАТИ В % К ОБЩЕМУ ЧИСЛУ ПРЕДПРИЯТИЙ (ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА)	5
ТАБЛИЦА 3. ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК В РФ В 2014 Г., ПРОГНОЗ НА 2015 Г.	6
ТАБЛИЦА 4. РЕГИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА РЫНКА ВИЗИТОК В РФ В 2014 Г., МЛН. ШТ.	6
ТАБЛИЦА 5. СРЕДНЯЯ ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК	10
ТАБЛИЦА 6. СРЕДНИЕ ГОДОВЫЕ ОБЪЁМЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВИЗИТОК ПО ГРУППАМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В Г. МОСКВА И МО, МЛН. ШТ.	10
ТАБЛИЦА 7. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ГРУПП ПРЕДПРИЯТИЙ И ИП ПО СУБЪЕКТАМ РФ В 2014 Г., %	39

## СПИСОК ДИАГРАММ

ДИАГРАММА 1. СТРУКТУРА РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ КРУПНЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РФ В 2014 Г. ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ, %	11
ДИАГРАММА 2. СТРУКТУРА РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ МАЛЫХ И МИКРОПРЕДПРИЯТИЙ В РФ В 2014 Г. ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ, %	12
ДИАГРАММА 3. СТРУКТУРА РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ ИП В РФ В 2014 Г. ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ, %	13
ДИАГРАММА 4. СТРУКТУРА РЫНКА ВИЗИТОК В РФ В 2014 Г. ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ, %	14
ДИАГРАММА 5. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ ТИПОГРАФИЙ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ РФ В 2014 Г., %	14
ДИАГРАММА 6. СРЕДНИЕ ГОДОВЫЕ ОБЪЁМЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВИЗИТОК ПО ГРУППАМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В Г. МОСКВА И МО, МЛН. ШТ.	24

## 1. ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК В РФ (В НАТУРАЛЬНОМ И СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ В 2014 Г., ПРОГНОЗ НА 2015 Г.).

### 1.1 ХАРАКТЕРИСТИКА УЧАСТНИКОВ РЫНКА.

РЫНОК ВИЗИТОК ЯВЛЯЕТСЯ ЧАСТЬЮ РЫНКА ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ УСЛУГ И РАЗВИВАЕТСЯ ОН В РАМКАХ ДАННОГО РЫНКА. ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ И НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЭТОГО РЫНКА В РОССИИ АНАЛОГИЧНЫ В ЦЕЛОМ РЫНКУ ПОЛИГРАФИИ, В Т. Ч. ОПЕРАТИВНОЙ.

#### **ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПОЛИГРАФИИ, ВКЛЮЧАЯ РЫНОК ВИЗИТОК.**

- СЕРЕДИНА 90-ХХ ГОДОВ. НА ЭТОМ ЭТАПЕ АКТИВНО РАЗВИВАЛИСЬ РАЗЛИЧНЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ. В УСЛОВИЯХ НЕБОЛЬШИХ ОФИСОВ СТАНОВИЛОСЬ ВОЗМОЖНЫМ СОЗДАВАТЬ МАКЕТЫ ДЛЯ ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ, УПРОЩАЛИСЬ ПРОЦЕССЫ ПРЕДПЕЧАТНОЙ ПОДГОТОВКИ, ПРЕОБЛАДАЛА ОФСЕТНАЯ И ШЕЛКОТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ ВИЗИТОК. ЦЕНЫ НА ВИЗИТКИ БЫЛИ ВЫСОКИ, ВИЗИТКИ НЕ БЫЛИ ДОСТУПНЫ ШИРОКОМУ КРУГУ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. НА РЫНКЕ НЕ ХВАТАЛО НИ НОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ, НИ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ.

- В КОНЦЕ 90-ХХ ГОДОВ РАЗВИТИЕ ПОЛУЧИЛА ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ, Т.К. СТАЛА ДОСТУПНА РАЗЛИЧНАЯ ЦИФРОВАЯ ТЕХНИКА ТАКАЯ КАК, ОФИСНЫЕ ЦВЕТНЫЕ ТЕРМОСУБЛИМАЦИОННЫЕ И ЛАЗЕРНЫЕ ПРИНТЕРЫ. ПОЯВИЛИСЬ МАШИНЫ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ ЛИСТОВОК, БУКЛЕТОВ, ВИЗИТОК. ТОГДА РЕКЛАМНЫЕ ФИРМЫ ПОЛУЧИЛИ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИНИМАТЬ В ПЕЧАТЬ ЗАКАЗЫ ВИЗИТОК ТИРАЖАМИ ОТ 100 ШТ. КОНЕЧНО, КАЧЕСТВО ЭТИХ ВИЗИТОК ЗАМЕТНО УСТУПАЛО КАЧЕСТВУ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ, НО ИЗ-ЗА НЕВЫСОКОЙ ЦЕНЫ ОНИ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ СПРОСОМ.

- В 2000-2005 ГГ. ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ БИЗНЕС И ВСЕ ТЕХНОЛОГИИ АКТИВНО РАЗВИВАЛИСЬ. БЫЛИ СОЗДАНЫ НОВЫЕ ТИПОГРАФИИ (ПРИ ЭТОМ СВЫШЕ ТРЕТИ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРОИЗВОДСТВ НАХОДИТСЯ В МОСКВЕ)<sup>1</sup>. УСТАНОВЛИВАЛОСЬ НОВОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, ПОЗВОЛИВШЕЕ ПЕЧАТАТЬ ВИЗИТКИ ПРАКТИЧЕСКИ НА ЛЮБЫХ МАТЕРИАЛАХ. ВОСТРЕБОВАНЫ БЫЛИ ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ ВИДЫ ТЕХНОЛОГИЙ: ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ, ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ, ШЕЛКОГРАФИЯ, ТЕРМОГРАФИЯ, ЛАЗЕРНАЯ ГРАВИРОВКА, ТИСНЕНИЕ ФОЛЬГОЙ И Т.Д. БЫЛИ УСТАНОВЛЕНЫ ПРОМЫШЛЕННЫЕ ЦИФРОВЫЕ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ. ТОГДА САМЫМ РАСПРОСТРАНЁННЫМ СТАНДАРТОМ ДЛЯ ПЕЧАТИ БЫЛ СЛЕДУЮЩИЙ: ВИЗИТКИ, ПОЛНОЦВЕТНАЯ ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ РАЗРЕШЕНИЕ ПЕЧАТИ 600 DPI, ГЛАДКАЯ БУМАГА ПЛОТНОСТЬЮ 280-300 Г/М<sup>2</sup>. МИНИМАЛЬНЫЙ ТИРАЖ 100 ШТ. ВРЕМЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ – 2-3 ДНЯ. В ЭТОТ ПЕРИОД ЦЕНА НА ПЕЧАТЬ ВИЗИТОК, КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ, СЕБЕСТОИМОСТЬ ИХ ИЗГОТОВЛЕНИЯ, ОЖИДАНИЯ ЗАКАЗЧИКОВ СОЧЕТАЛИСЬ САМЫМ ВЫГОДНЫМ ОБРАЗОМ. Т.Е. ВИЗИТКИ БЫЛИ ДОСТУПНЫ ДОВОЛЬНО ШИРОКОМУ КРУГУ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ЭТОМ ИХ ПРОИЗВОДСТВО ПРИНОСИЛО ПРИБЫЛЬ ДОСТАТОЧНУЮ ДЛЯ ОПЛАТЫ ТРУДА ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ И ОБНОВЛЕНИЯ ОБОРУДОВАНИЯ. ВМЕСТЕ С ЭТИМ НАЧАЛ РАСТИ УРОВЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ.

- К 2007 Г. РЫНОК НА РЫНКЕ НАБЛЮДАЛСЯ ПРОФИЦИТ. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПЕЧАТИ ВИЗИТОК НАЧАЛО ПРЕВЫШАТЬ СПРОС. ЭТО НОРМАЛЬНАЯ СИТУАЦИЯ ДЛЯ РАЗВИТОГО РЫНКА. НО ОГРОМНОЕ ВЛИЯНИЕ ОКАЗАЛО УВЕЛИЧЕНИЕ З/П В МОСКВЕ. ЭТО ПРИВЕЛО К СНИЖЕНИЮ ДОХОДНОСТИ ТИПОГРАФИЙ, ПЕЧАТАЮЩИХ ВИЗИТКИ. ЭТО ПРОИСХОДИТ ИЗ-ЗА ТОГО, ЧТО ЗАКАЗЫ НА ВИЗИТКИ, КАК ПРАВИЛО, ЗАКАЗЫ МИНИМАЛЬНОГО ОБЪЁМА И МИНИМАЛЬНОЙ СТОИМОСТИ, А ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ И ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ОПЕРАЦИЙ НУЖНО ВЫПОЛНИТЬ СТОЛЬКО ЖЕ, СКОЛЬКО И ПРИ ПЕЧАТИ БОЛЕЕ ВЫГОДНОЙ ПРОДУКЦИИ. МНОГИЕ ОФСЕТНЫЕ ТИПОГРАФИИ ПЕЧАТАЮТ ВИЗИТКИ С НУЛЕВОЙ ПРИБЫЛЬЮ ИЛИ В УБЫТОК, РАДИ ТОГО, ЧТОБЫ ПРИВЛЕЧЬ (СОХРАНИТЬ,

<sup>1</sup> По данным ФАПМК, www.fapmc.ru

УДЕРЖАТЬ) ЗАКАЗЧИКОВ НА ДРУГИЕ ВИДЫ ПРОДУКЦИИ. СПОСОБ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ СПОСОБЕН ПРИНОСИТЬ ПРИБЫЛЬ ДЛЯ ТИПОГРАФИИ, НО СУММЫ ЗАКАЗА ДОЛЖНЫ БЫТЬ КАК МОЖНО БОЛЬШЕ.

- В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ СОКРАЩАЮТСЯ ЗАКАЗЫ НА ВИЗИТКИ «ПО СЛОЖНОЙ» ТЕХНОЛОГИИ (К ПРИМЕРУ, ПЕЧАТЬ КАРТОЧЕК С ТЕРМОПОДЪЁМОМ). КОНКУРЕНЦИЯ СМЕСТИЛАСЬ В ОБЛАСТЬ ЦЕН. НЕЦЕНОВАЯ КОНКУРЕНЦИЯ, ВЕРОЯТНЕЕ ВСЕГО, ОСТАНЕТСЯ В СЕГМЕНТЕ VIP-ВИЗИТОК.

- В ПОСЛЕДНИЕ 2-3 ГОДА АКТИВНО ПРОДОЛЖАЕТ РАЗВИВАТЬСЯ СЕГМЕНТ ОПЕРАТИВНОЙ ПОЛИГРАФИИ. БЛАГОДАРЯ ИНТЕНСИВНОМУ РАЗВИТИЮ ОБОРУДОВАНИЯ, ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, САЛОН ОПЕРАТИВНОЙ ПОЛИГРАФИИ МОЖЕТ СОПЕРНИЧАТЬ ПО ШИРОТЕ АССОРТИМЕНТА ПРОИЗВОДИМОЙ ПРОДУКЦИИ С ЛЮБЫМ ДРУГИМ ПОЛИГРАФИЧЕСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ.

- РАСТЁТ ЗНАЧИМОСТЬ И ПОПУЛЯРНОСТЬ КОММУНИКАЦИЙ С ЗАКАЗЧИКОМ НА ВСЕХ ЭТАПАХ ПРИ ПОМОЩИ ИНТЕРНЕТА: ПРИЕМ ЗАКАЗОВ, ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ИХ УДАЛЕННОГО СОГЛАСОВАНИЯ, ОТСЛЕЖИВАНИЕ ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАКАЗОВ, ВЕДЕНИЕ ЛИЧНОГО КЛИЕНТСКОГО РАЗДЕЛА НА САЙТЕ ТИПОГРАФИИ/ПОЛИГРАФИИ, ОПЛАТА ЗАКАЗА ПРИ ПОМОЩИ ВИРТУАЛЬНЫХ ДЕНЕГ И Т.П.). ПО ДАННЫМ ФЕДЕРАЛЬНОГО АГЕНТСТВА ПО ПЕЧАТИ И МАССОВЫМ КОММУНИКАЦИЯМ ОТ 01.03.2015 ЗА 2014 Г. ЧИСЛО ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ УВЕЛИЧИЛОСЬ НА 2,5 МЛН. (ИНТЕРНЕТОМ ПОЛЬЗУЕТСЯ 62% НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ).

- ВАЖНЕЙШИМИ ФОРМАМИ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ СТАЛИ ON-LINE ПРИЕМ ЗАКАЗА У КЛИЕНТА И ОПЕРАТИВНАЯ ДОСТАВКА, ВЫПОЛНЕНИЕ ЗАКАЗА В ПРИСУТСТВИИ ЗАКАЗЧИКА, ПРЕДЛОЖЕНИЕ УСЛУГ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ ПЕЧАТИ. ПРИ ЭТОМ ВОПРОСАМ ДОСТАВКИ СЛЕДУЕТ УДЕЛЯТЬ ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ. НА ДАННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОПЕРАТИВНОЙ ПЕЧАТИ СТОИМОСТЬ ЗАКАЗА ВИЗИТОК В ПЕЧАТЬ ЗАЧАСТУЮ ОКАЗЫВАЕТСЯ НАМНОГО НИЖЕ СТОИМОСТИ ДОСТАВКИ (В ЕВРОПЕ, К ПРИМЕРУ, ТАКАЯ ПРОБЛЕМА ВСТРЕЧАЕТСЯ РЕДКО). ПОЭТОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОПЕРАТИВНОЙ, НЕДОРОГОЙ (А ЛУЧШЕ БЕСПЛАТНОЙ) ДОСТАВКИ ЯВЛЯЕТСЯ НЕОСПОРИМЫМ ПРЕИМУЩЕСТВОМ.

### **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПОЛИГРАФИИ.**

В ТЕЧЕНИЕ 2014 Г. В РОССИЙСКОЙ ПОЛИГРАФИИ КАКИХ-ЛИБО РАДИКАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ, СВЯЗАННЫХ С ОТКРЫТИЕМ МАСШТАБНЫХ ПРОИЗВОДСТВ ИЛИ РЕАЛИЗАЦИЕЙ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ, НЕ ПРОИЗОШЛО. РЕАЛИЗАЦИЯ РАНЕЕ ПЛАНИРУЕМЫХ ПРОЕКТОВ ПОЧТИ ВЕЗДЕ ПРИОСТАНОВЛЕНА ИЛИ ОТЛОЖЕНА.

ПО ОЦЕНКЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЙ АССОЦИАЦИИ ПОЛИГРАФИСТОВ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ В ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАДЕЙСТВОВАНО ОКОЛО 20 ТЫС. СУБЪЕКТОВ: УНИВЕРСАЛЬНЫЕ И СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ (ОКОЛО 5 000); ЦИФРОВЫЕ И ГИБРИДНЫЕ ТИПОГРАФИИ (ОКОЛО 2 500), РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА, САЛОНЫ ПЕЧАТИ, МИНИ-ТИПОГРАФИИ, СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПРОИЗВОДСТВА. ПРИ ЭТОМ ДО СИХ ПОР НЕМАЛАЯ ЧАСТЬ «ПЕЧАТНЫХ» ПРОЦЕССОВ ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ САМОСТОЯТЕЛЬНО НА КРУПНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ, А ТАКЖЕ В НАУЧНЫХ И УЧЕБНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ. ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ, ОДНОЙ ИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ РЫНКА ЯВЛЯЕТСЯ ЕГО БОЛЬШАЯ ТЕНЕВАЯ ЧАСТЬ. <.....>

**ТАБЛИЦА 1. ПОЛИГРАФИЯ РОССИИ 2014 Г. (ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА)**

ФЕДЕРАЛЬНЫЕ ОКРУГА	ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ТИПОГРАФИЙ	КОЛИЧЕСТВО ЦИФРОВЫХ ТИПОГРАФИЙ	КОЛИЧЕСТВО ТИПОГРАФИЙ В СТОЛИЦАХ РЕГИОНА	ОБЩАЯ ЧИСЛЕННОСТЬ РАБОТАЮЩИХ В ТИПОГРАФИЯХ
I. СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ОКРУГ Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВСЕГО:				

ФЕДЕРАЛЬНЫЕ ОКРУГА	ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ТИПОГРАФИЙ	КОЛИЧЕСТВО ЦИФРОВЫХ ТИПОГРАФИЙ	КОЛИЧЕСТВО ТИПОГРАФИЙ В СТОЛИЦАХ РЕГИОНА	ОБЩАЯ ЧИСЛЕННОСТЬ РАБОТАЮЩИХ В ТИПОГРАФИЯХ
II. ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОКРУГ Г. МОСКВА ВСЕГО:				
III. ПРИВОЛЖСКИЙ ОКРУГ				
IV. СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ОКРУГ				
V. ЮЖНЫЙ ОКРУГ				
VI. УРАЛЬСКИЙ ОКРУГ				
VII. СИБИРСКИЙ ОКРУГ				
VIII. ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ОКРУГ				
<b>ВСЕГО</b>				

ИСТОЧНИК: МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ ПОЛИГРАФИСТОВ (МАЙ 2015 Г.) ДЛЯ МИНИСТЕРСТВА ПЕЧАТИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

<.....>

**ТАБЛИЦА 2. КОЛИЧЕСТВО ТИПОГРАФИЙ ПРИМЕНЯЮЩИХ ДАННЫЙ СПОСОБ ПЕЧАТИ В % К ОБЩЕМУ ЧИСЛУ ПРЕДПРИЯТИЙ (ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА)**

СПОСОБЫ ПЕЧАТИ	Г. МОСКВА ВСЕГО 1384 ЕД.; % К ОБЩЕМУ КОЛИЧЕСТВУ	МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ ВСЕГО 648 ЕД.; % К ОБЩЕМУ КОЛИЧЕСТВУ	Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ВСЕГО 685 ЕД.; % К ОБЩЕМУ КОЛИЧЕСТВУ
ОФСЕТНАЯ ПЛОСКАЯ ПЕЧАТЬ			
ЦИФРОВАЯ ЛАЗЕРНАЯ ПЕЧАТЬ			
ЦИФРОВАЯ СТРУЙНАЯ ПЕЧАТЬ			
ФЛЕКСОГРАФИЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ			
ТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ			
ТАМПОПЕЧАТЬ			

ИСТОЧНИК: МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ ПОЛИГРАФИСТОВ (МАЙ 2015 Г.) ДЛЯ МИНИСТЕРСТВА ПЕЧАТИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

<.....>

### **ГРУППЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ВИЗИТОК**

РЫНОК ВИЗИТОК, КАК ВЕСЬ РЫНОК ПОЛИГРАФИИ, ХАРАКТЕРИЗУЕТСЯ БОЛЬШИМ ЧИСЛОМ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ВЫСОКИМ УРОВНЕМ КОНКУРЕНЦИИ.

ВСЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ МОГУТ БЫТЬ РАЗДЕЛЕНЫ НА ГРУППЫ ПО РАЗЛИЧНЫМ ПРИЗНАКАМ.

<.....>

## 1.2. ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК В РФ В НАТУРАЛЬНОМ И СТОИМОСТНОМ ВЫРАЖЕНИИ В 2014 Г., ПРОГНОЗ НА 2015 Г. РЕГИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА РЫНКА ВИЗИТОК В РФ С РАЗБИВКОЙ ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ И ОБЛАСТЯМ.

Для расчёта объёма рынка в целях данного исследования была использована формула расчёта по норме потребления. Данные о среднегодовом потреблении визиток были получены в ходе опроса представителей компаний различных по размерам, формам собственности, видам деятельности и отраслевой принадлежности. В опросе также участвовали индивидуальные предприниматели из разных сфер деятельности. Объём рынка в денежном выражении рассчитан исходя из средней стоимости заказа в той или иной группе. Так же в целях анализа использованы данные о результатах торгов на электронных торговых площадках. Анализ данных, полученных в ходе опроса, позволил выделить три основных сегмента рынка, в разрезе которых представлены данные ниже.

<.....>

**ТАБЛИЦА 3. ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК В РФ В 2014 Г., ПРОГНОЗ НА 2015 Г.**

КАТЕГОРИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	ОБЪЁМ РЫНКА В 2014 Г., МЛН. ШТ	ОБЪЁМ РЫНКА В 2014 Г., МЛН. РУБ.	ОБЪЁМ РЫНКА В 2015 Г., МЛН. ШТ (ПРОГНОЗ)	ОБЪЁМ РЫНКА В 2015 Г., МЛН. РУБ. (ПРОГНОЗ) <sup>2</sup>
КРУПНЫЕ И СРЕДНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ РАЗЛИЧНОЙ ОТРАСЛЕВОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ				
МАЛЫЕ И МИКРОПРЕДПРИЯТИЯ РАЗЛИЧНОЙ ОТРАСЛЕВОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ				
ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ				
<b>ВСЕГО</b>				

ИСТОЧНИК: ДАННЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ИП О ОБЪЁМЕ ГОДОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ/ЗАКАЗА ВИЗИТОК, ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ, БАЗА ДАННЫХ ФНС, ДАННЫЕ МИЭМ НИУ ВШЭ

<.....>

**ТАБЛИЦА 4. РЕГИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА РЫНКА ВИЗИТОК В РФ В 2014 Г., МЛН. ШТ.**

СУБЪЕКТЫ ФЕДЕРАЦИИ	ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ КРУПНЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, МЛН. ШТ.	ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ МАЛЫХ И МИКРО ПРЕДПРИЯТИЙ, МЛН. ШТ.	ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ ИП, МЛН. ШТ.	СУММА ПО ВСЕМ СЕГМЕНТАМ, МЛН. ШТ.
<b>ЦФО</b>				
БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ				
БРЯНСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ВОРОНЕЖСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ				

<sup>2</sup> Без учёта фактора инфляции. С учётом инфляции по разным сценариям сумма может увеличиться до 9%.

СУБЪЕКТЫ ФЕДЕРАЦИИ	ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ КРУПНЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, МЛН. ШТ.	ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ МАЛЫХ И МИКРО ПРЕДПРИЯТИЙ, МЛН. ШТ.	ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ ИП, МЛН. ШТ.	СУММА ПО ВСЕМ СЕКМЕНТАМ, МЛН. ШТ.
КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ				
КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ				
КУРСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТЬ				
МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ОРЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ				
РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ				
СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ТАМБОВСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ				
Г. МОСКВА				
<b>СЗФО</b>				
РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ				
РЕСПУБЛИКА КОМИ				
АРХАНГЕЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ВОЛОГОДСКАЯ ОБЛАСТЬ				
КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ				
МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ				
НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ПСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ				
Г. САНКТ-ПЕТЕРБУРГ				
<b>ЮФО</b>				
РЕСПУБЛИКА АДЫГЕЯ				
РЕСПУБЛИКА КАЛМЫКИЯ				
КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ				
АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ВОЛГОГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ				
РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ				
<b>СКФО</b>				
РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН				
РЕСПУБЛИКА ИНГУШЕТИЯ				
КАБАРДИНО-БАЛКАРСКАЯ РЕСПУБЛИКА				
КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ РЕСПУБЛИКА				
РЕСПУБЛИКА СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ - АЛАНИЯ				
ЧЕЧЕНСКАЯ РЕСПУБЛИКА				

СУБЪЕКТЫ ФЕДЕРАЦИИ	ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ КРУПНЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, МЛН. ШТ.	ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ МАЛЫХ И МИКРО ПРЕДПРИЯТИЙ, МЛН. ШТ.	ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ ИП, МЛН. ШТ.	СУММА ПО ВСЕМ СЕКМЕНТАМ, МЛН. ШТ.
СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ				
<b>ПФО</b>				
РЕСПУБЛИКА БАШКОРТОСТАН				
РЕСПУБЛИКА МАРИЙ ЭЛ				
РЕСПУБЛИКА МОРДОВИЯ				
РЕСПУБЛИКА ТАТАРСТАН				
УДМУРТСКАЯ РЕСПУБЛИКА				
ЧУВАШСКАЯ РЕСПУБЛИКА				
ПЕРМСКИЙ КРАЙ				
КИРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ				
НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ОРЕНБУРГСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ПЕНЗЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ				
САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ				
САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ				
УЛЬЯНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ				
<b>УФО</b>				
КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ				
СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ЯМАЛО-НЕНЕЦКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ				
ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ				
<b>СФО</b>				
РЕСПУБЛИКА АЛТАЙ				
РЕСПУБЛИКА БУРЯТИЯ				
РЕСПУБЛИКА ТЫВА				
РЕСПУБЛИКА ХАКАСИЯ				
АЛТАЙСКИЙ КРАЙ				
ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ КРАЙ				
КРАСНОЯРСКИЙ КРАЙ				
ИРКУТСКАЯ ОБЛАСТЬ				
КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ				
НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ТОМСКАЯ ОБЛАСТЬ				
<b>ДВФО</b>				
РЕСПУБЛИКА САХА (ЯКУТИЯ)				



СУБЪЕКТЫ ФЕДЕРАЦИИ	ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ КРУПНЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ, МЛН. ШТ.	ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ МАЛЫХ И МИКРО ПРЕДПРИЯТИЙ, МЛН. ШТ.	ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК ДЛЯ ИП, МЛН. ШТ.	СУММА ПО ВСЕМ СЕГМЕНТАМ, МЛН. ШТ.
КАМЧАТСКИЙ КРАЙ				
ПРИМОРСКИЙ КРАЙ				
ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ				
АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ				
МАГАДАНСКАЯ ОБЛАСТЬ				
САХАЛИНСКАЯ ОБЛАСТЬ				
ЕВРЕЙСКАЯ АВТОНОМНАЯ ОБЛАСТЬ				
ЧУКОТСКИЙ АВТОНОМНЫЙ ОКРУГ				
<b>ВСЕГО</b>				

ИСТОЧНИК: ДАННЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ИП О ОБЪЁМЕ ГОДОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ/ЗАКАЗА ВИЗИТОК, ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ, БАЗА ДАННЫХ ФНС, ДАННЫЕ МИЭМ НИУ ВШЭ

<.....>

### 1.3. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК.

ПОТРЕБИТЕЛИ ВИЗИТОК – ЭТО ПРАКТИЧЕСКИ ПРЕДСТАВИТЕЛИ ВСЕХ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ. ОБЪЁМЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВИЗИТОК ЗАВИСЯТ, КОНЕЧНО, ОТ ТОГО, НАСКОЛЬКО АКТИВНО ПРЕДПРИЯТИЕ ИЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ ДЕЙСТВУЕТ НА РЫНКЕ И КАК МНОГО СРЕДСТВ ОН МОЖЕТ СЕБЕ ПОЗВОЛИТЬ ВЛОЖИТЬ В ПОДДЕРЖАНИЕ КОММУНИКАЦИЙ С КЛИЕНТАМИ, СОЗДАНИЕ И ПОДДЕРЖАНИЕ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ, РЕПУТАЦИИ, БРЕНДА И Т.П. НУ И, КОНЕЧНО, ОТ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ СВОБОДНЫМИ СРЕДСТВАМИ И ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТИ (ЕСЛИ РЕЧЬ ИДЁТ О ФИЗИЧЕСКОМ ЛИЦЕ). ПОЭТОМУ, В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, РЫНОК ПОДВЕРЖЕН ВЛИЯНИЮ ОБЩЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ И ЗАВИСИТ ОТ СОСТОЯНИЯ ЭКОНОМИКИ РФ. КРИЗИСНАЯ СИТУАЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ – ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ РЫНКА ВИЗИТОК.

**ТАБЛИЦА 5. СРЕДНЯЯ ОЦЕНКА СТЕПЕНИ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА ОБЪЁМ РЫНКА ВИЗИТОК**

ГРУППЫ ФАКТОРОВ/ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ	ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ (ПО 10-ТИ БАЛЬНОЙ ШКАЛЕ)	ВЛИЯНИЕ (+/-)
<b>ОСНОВНЫЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ</b>		
СНИЖЕНИЕ ТЕМПА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА		
СНИЖЕНИЕ ОБЪЁМА ИНВЕСТИЦИЙ ВО ВСЕ СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ		
ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ УВЕРЕННОСТИ		
РОСТ КУРСА ВАЛЮТ		
РОСТ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА УЧАСТНИКОВ РЫНКА (ОСОБЕННО ДЛЯ ИП)		
СНИЖЕНИЕ ЧИСЛА ПРЕДПРИЯТИЙ И ИП		
УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ НА ПРИВЛЕКАЕМЫЕ РЕСУРСЫ		

ИСТОЧНИК: ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА

## 2. ПОТРЕБИТЕЛИ ВИЗИТОК В Г. МОСКВА И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### 2.1. ОСНОВНЫЕ ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ВИЗИТОК В Г. МОСКВА И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ.

- АПТЕКИ.
- АВТОМОБИЛЬНЫЕ САЛОНЫ.
- ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ
- САЛОНЫ КРАСОТЫ.
- КОНСАЛТИНГОВЫЕ КОМПАНИИ.
- МЕДИЦИНСКИЕ УЧРЕЖДЕНИЯ.
- ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ПРАВА (АДВОКАТЫ, УСЛУГИ ЮРИСТОВ).

**ТАБЛИЦА 6. СРЕДНИЕ ГОДОВЫЕ ОБЪЁМЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВИЗИТОК ПО ГРУППАМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В Г. МОСКВА И МО, МЛН. ШТ.**

ГРУППА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	СРЕДНЕ ГОДОВОЙ ОБЪЁМ РАСХОДА ВИЗИТОК, МЛН. ШТ.
АПТЕКИ (ФАРМАЦИЯ, ОТРОПЕДИЯ)	
АВТОСАЛОНЫ (ПРОДАЖИ АВТО И СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ, В Т. Ч. ЧЕРЕЗ АГЕНТОВ)	
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ	
КОНСАЛТИНГОВЫЕ КОМПАНИИ (ИССЛЕДОВАНИЯ, АУДИТ, КОНСАЛТИНГ)	
МЕДИЦИНСКИЕ УЧРЕЖДЕНИЯ	
САЛОНЫ КРАСОТЫ	
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ПРАВА (АДВОКАТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, КОНСАЛТ)	
<b>Всего</b>	

ИСТОЧНИК: ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА НА ОСНОВЕ ОПРОСА ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ГРУПП ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

<sup>3</sup> Исключены государственные образовательные учреждения, дошкольное образование, детские центры развития. В группе учтены выделенные в самостоятельные структуры подразделения ВУЗов, частные образовательные учреждения различных типов. Рассматриваем образование для взрослых людей.

### 3. ПРОИЗВОДИТЕЛИ ВИЗИТОК В РФ

#### 3.1. КРУПНЕЙШИЕ ИГРОКИ НА РЫНКЕ, ПРОФИЛИ ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ.

КАК УЖЕ БЫЛО ОТМЕЧЕНО РАНЕЕ, РЫНОК ВИЗИТОК ХАРАКТЕРИЗУЕТСЯ БОЛЬШИМ ЧИСЛОМ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ВЫСОКИМ УРОВНЕМ КОНКУРЕНЦИИ (КАК И ВЕСЬ РЫНОК ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ УСЛУГ). КРУПНЕЙШИЕ ИГРОКИ РЫНКА – ЭТО ПОЛИТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ, КОТОРЫЕ В СВОЕМ АССОРТИМЕНТЕ ИМЕЮТ МНОЖЕСТВО ГРУПП ПРОДУКЦИИ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ГРУПП ПОТРЕБИТЕЛЕЙ. ИХ ПРОДУКЦИЯ МОЖЕТ ВКЛЮЧАТЬ И УПАКОВКУ, И ПЕЧАТЬ РАЗЛИЧНЫХ ТИРАЖЕЙ ЖУРНАЛОВ И КНИГ, И ПРОИЗВОДСТВО СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ И МНОГОЕ ДРУГОЕ. КАК ПРАВИЛО, ВИЗИТКИ ЕСТЬ В АССОРТИМЕНТЕ КАЖДОГО КРУПНОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ. НИЖЕ ПРИВЕДЕНА ИНФОРМАЦИЯ О НЕКОТОРЫХ КРУПНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЯХ НА РЫНКЕ ПОЛИГРАФИИ. КРИТЕРИЕМ ОТБОРА ПОСЛУЖИЛ ОБЪЁМ ВЫРУЧКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗА 2013 Г., ШИРОТА АССОРТИМЕНТА, А ТАКЖЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ (В КАЖДОМ СУБЪЕКТЕ БЫЛИ ИЗУЧЕНЫ КРУПНЕЙШИЕ ИГРОКИ И ВЫБРАН ИГРОК С НАИБОЛЬШИМ ОБЪЁМОМ ВЫРУЧКИ ПРИ ЭТОМ В АССОРТИМЕНТЕ ЕСТЬ ПЕЧАТЬ ВИЗИТНЫХ КАРТОЧЕК). КОНЕЧНО, БОЛЬШИНСТВО КРУПНЫХ ИГРОКОВ РАСПОЛОЖЕНЫ В ЦЕНТРАЛЬНОМ РЕГИОНЕ, ОДНАКО ОПЫТ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИГРОКОВ ТАКЖЕ ИНТЕРЕСЕН.

#### 4. СПОСОБЫ ЗАКАЗА ВИЗИТОК В ПЕЧАТЬ, СУЩЕСТВУЮЩИЕ НА РЫНКЕ.

<.....>

#### 5. ВЫВОДЫ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

- В ТЕЧЕНИЕ 2014 Г. В РОССИЙСКОЙ ПОЛИГРАФИИ КАКИХ-ЛИБО РАДИКАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ, СВЯЗАННЫХ С ОТКРЫТИЕМ МАСШТАБНЫХ ПРОИЗВОДСТВ ИЛИ РЕАЛИЗАЦИЕЙ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ, НЕ ПРОИЗОШЛО. РЕАЛИЗАЦИЯ РАНЕЕ ПЛАНИРУЕМЫХ ПРОЕКТОВ ПОЧТИ ВЕЗДЕ ПРИОСТАНОВЛЕНА ИЛИ ОТЛОЖЕНА.

- ПО ОЦЕНКЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЙ АССОЦИАЦИИ ПОЛИГРАФИСТОВ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ В ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАДЕЙСТВОВАНО ОКОЛО 20 ТЫС. СУБЪЕКТОВ: УНИВЕРСАЛЬНЫЕ И СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ (ОКОЛО 5 000); ЦИФРОВЫЕ И ГИБРИДНЫЕ ТИПОГРАФИИ (ОКОЛО 2 500), РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА, САЛОНЫ ПЕЧАТИ, МИНИ-ТИПОГРАФИИ, СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПРОИЗВОДСТВА. ОКОЛО ТРЕТИ ВСЕХ УЧАСТНИКОВ ОСУЩЕСТВЛЯЮТ СВОЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В МОСКВЕ И МО.

- ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ДЕЙСТВУЮЩИХ ТИПОГРАФИЙ ПО СРАВНЕНИЮ С ПОСТКРИЗИСНЫМ 2009 Г. ПРАКТИЧЕСКИ НЕ ИЗМЕНИЛОСЬ. НО ИЗМЕНИЛСЯ УДЕЛЬНЫЙ ВЕС ЦИФРОВЫХ ТИПОГРАФИЙ В ОБЩЕМ ЧИСЛЕ ПРЕДПРИЯТИЙ. ОН УВЕЛИЧИЛСЯ НА 45%.

- <.....>