

На сегодняшний день рынок полиграфических услуг развивается довольно динамично, российская полиграфия становится конкурентоспособной не только на рынке СНГ, но и на международном рынке. Рынок довольно четко сегментирован, и при этом каждый из сегментов развивается по собственной специфической схеме.

На начало 2008 года, в России потребляется различной печатной продукции на сумму более \$4,7 млрд. Объем только российского печатного книжного рынка на начало 2008 года эксперты рынка оценивают в \$2 млрд.

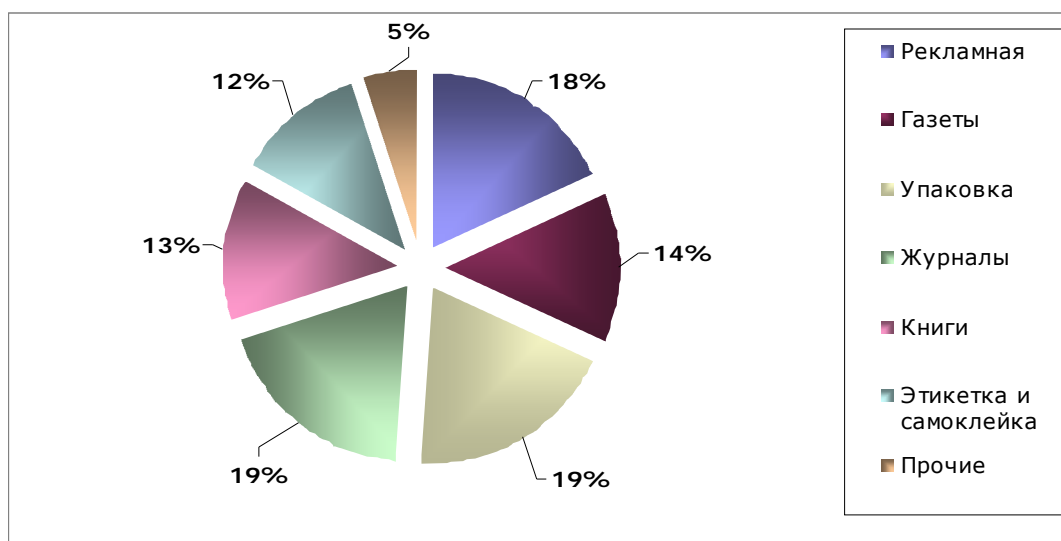
Общий тираж российских газет в 2007 году, предположительно, составит менее 7,8 млрд. экземпляров против 8,05 млрд в 2005 году. Сегмент упаковки характеризуется стабильным ростом. В последнее время объемы производства упаковочных материалов, изделий и оборудования в России растут ежегодно на 10-12%; в 2006 году оборот этого рынка превысил \$7,8 млрд. В сфере производства упаковки заняты 2 тыс. малых и около 1,5 тыс. крупных и средних предприятий. Самое динамичное развитие, по словам игроков рынка, характерно для сегмента упаковки и этикетки. Его особенность - более узкая, нежели в среднем по рынку, специализация, а также постоянное увеличение требований по качеству. Самое динамичное развитие, по словам игроков рынка, характерно для сегмента упаковки и этикетки. Его особенность - более узкая, нежели в среднем по рынку, специализация, а также постоянное увеличение требований по качеству.

Основные игроки рынка в большей части являются аффилированными компаниями крупных финансовых структур, инвестирующих в отрасль. Например, владельцем "Алмаз-Пресса" является ВТБ. Группе "Промсвязькапитал" принадлежат не только газеты "Аргументы и факты" и "Труд", сети распространения "Ария-АиФ", "Метропресс", "Мособлпечать", "АиФ-Пресс", но и крупнейшая в России газетно-журнальная типография "Медиа-Пресса" (бывшая "Правда"), а с недавних пор и современная типография "Экстра М" (приобретена вместе с ИД "Экстра М Медиа" в 2006 году за \$50 млн.).

СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО РЫНКА

ДИАГРАММА 1. СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО РЫНКА БУМАЖНЫХ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ В 2007

Г.



Довольно большим сегментом на рынке полиграфических услуг является упаковочная и этикеточная продукция, их суммарная доля составляет порядка 31% от общего объема продаж. В последнее время сегмент упаковки и этикеточной продукции развивается наиболее динамично. Довольно велика доля, занимаемая газетно-журнальной продукцией, – 33%, однако в связи с интенсивным развитием интернета объем продаж в данной отрасли должен снижаться.

По темпам роста российский рынок продолжает оставаться одним из мировых лидеров, что констатировали и участники 59-го Всемирного конгресса и 13 Форума главных редакторов Всемирной газетной ассоциации (WAN), состоявшихся в Москве 4–7 июня 2006 года. Достаточно важными факторами, влияющими на развитие рынка полиграфических услуг, становятся:

- Повышение спроса на упаковку и этикетки
- Развитие корпоративной печати
- Рост спроса на журнальную продукцию