

Всероссийский опрос Национального союза полиграфистов по итогам 2020 года «Влияние пандемии коронавируса на работу вашей полиграфической компании»

Анализ и комментарии

Настоящий анализ основан на результатах третьего опроса Национального союза полиграфистов для предприятий российской полиграфии, целью которого является получение данных и мнений о реальном положении дел на полиграфическом рынке и состоянии деловой активности.

В опросе приняли участие 153 типографии из разных регионов страны от Калининграда до Новосибирска. Традиционно наиболее представлены компании из Москвы и Санкт-Петербурга.

Структура ответов на предложенные вопросы интересна уже сама по себе, однако мы позволим привести некоторые комментарии.

Основная специализация респондентов распределилась следующим образом:

Основная специализация

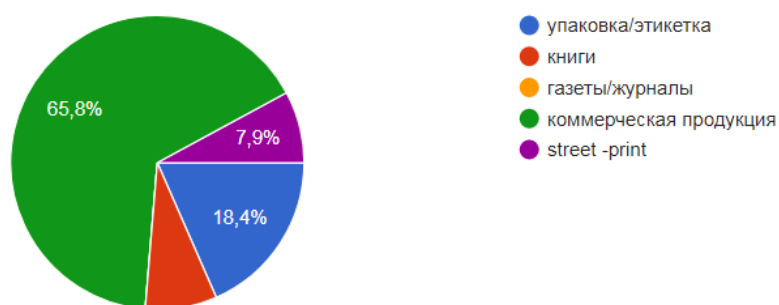


Рис. 1

Более 65% всех принявших участие в опросе – это компании, занимающиеся выпуском различной коммерческой рекламной продукции, почти пятая часть – упаковочные типографии, по 8% – типографии, занимающиеся выпуском в основном книжной продукции и street-print предприятия (рис. 1).

Две трети участников опроса малые предприятия с численностью сотрудников до 50 человек, более 15% – типографии с численностью более 100 сотрудников (рис. 2):

Количество сотрудников на март 2020

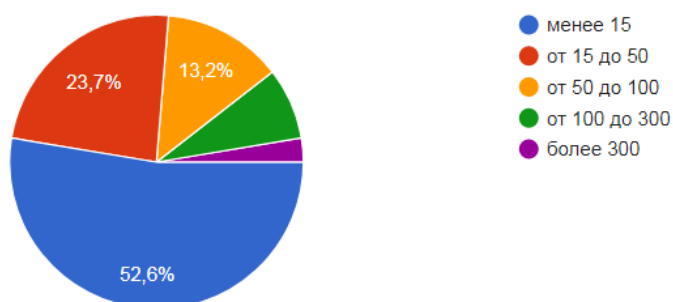


Рис. 2

1. Насколько слово «выживание» точно описывает состояние вашего бизнеса



Рис. 3

Более 60% всех принявших в опросе предприятий оценивают свое экономическое состояние как более позитивное, чем на уровне «выживания» (рис. 3). Причем, интересно, что многие типографии из сегмента коммерческих и street-print, наиболее пострадавших из-за локдауна начала года, постепенно начинают преодолевать кризисное сокращение производства.

2. Насколько сопоставимы обороты вашего предприятия с тем же периодом прошлого года

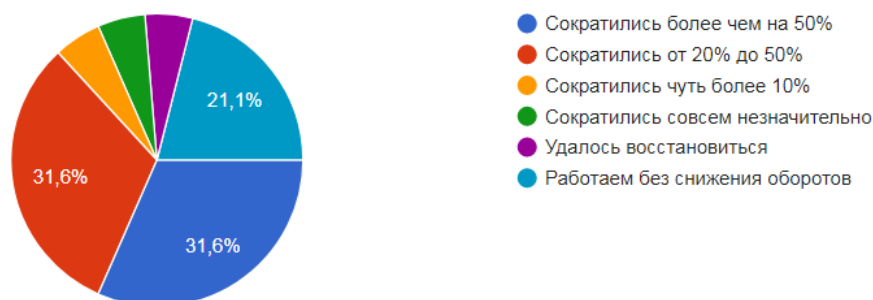


Рис. 4

Распределение ответов на вопрос о сопоставимости оборотов предприятия с тем же периодом 2019 года (рис. 4) свидетельствует о постепенном восстановлении производственных объемов, особенно при учете результатов [первого](#) и [второго](#) опросов, проведенных в середине 2020 года.

31% участников опроса ответили, что работают без снижения оборотов и еще почти 20% или уже восстановились, или сократили оборот совсем незначительно, или падение составило немногим более 10%. Причем, в этой группе присутствуют не только предприятия, выпускающие упаковку, но и около 10% из этих успешных предприятий составляют коммерческие типографии.

Опрос подтверждает, что самыми пострадавшими от кризиса типографиями являются предприятия, выпускающие коммерческую продукцию и компании street-print, и к ним примыкают типографии с книжной специализацией.

3. Пришлось ли сократить персонал предприятия

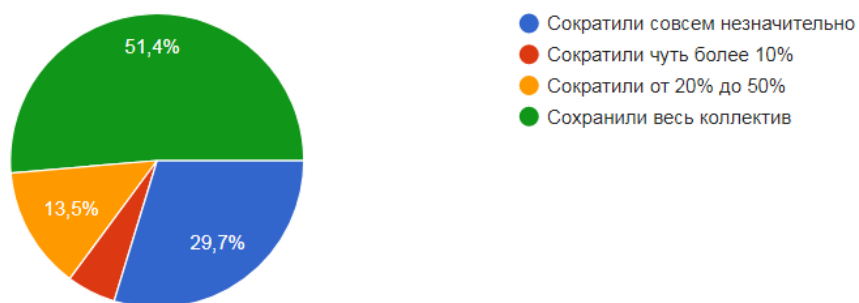


Рис. 5

Ответы на третью группу вопросов красноречиво свидетельствуют о том, что типографии серьезно рассчитывают на скорейшее восстановление рынка до докризисных объемов: почти 90% типографий сохранили свои коллективы, что, конечно, потребовало, даже при определенном понижении уровня оплаты некоторых категорий персонала, привлечение значительных финансовых ресурсов (рис. 5).

4. Какое решение в области ценовой политики компании вам ближе



Рис. 6

Очень позитивным для полиграфического рынка страны может быть расценено, что почти 70% компаний предпочли ценовую стабильность во взаимоотношении со своими заказчиками и не пошли по пути даже временного снижения цен (рис. 6).

5. Стимулировал ли кризис поиск новых, стратегических бизнес решений



Рис. 7

Более 70% компаний уверенно смотрят в будущее и надеются на скорое восстановление спроса на их продукцию, и только 13% компаний, исключительно из коммерческого сектора, не видят перспектив у полиграфического бизнеса и готовы переложить деньги в другой (рис. 7).

6. Насколько текущее восстановление рынка оправдывает ваши ожидания



Рис. 8

Нельзя не согласиться с мнением 70% участников рынка в том, что на полное восстановление рынка потребуется не менее года, если учесть, что целый ряд отраслей российской экономики, такие как туризм, пассажирские перевозки, особенно авиатранспортом, гостиничный, ресторанный, выставочный бизнесы и некоторые другие, находятся под большим давлением введенных властями ограничительных мер (рис. 8).

7. Видите ли вы позитив в развивающемся кризисе



Рис. 9

Кризис заставил искать более эффективные управленческие решения, что, несомненно, позитивно скажется на дальнейшем ведении бизнеса. 30% компаний более активно стали вести себя на рынке, более 20% серьезно сократили производственные затраты. Актуальными оказались все предложенные в опросе варианты ответов (рис. 9).

Очевидно, что именно управленческие решения вместе с опорой на наработанную финансовую подушку, о чем свидетельствует диаграмма по группе ответов, расположенных ниже (рис. 10), позволили предприятиям не закрыться и пережить последствия локдауна.

8. Воспользовалась ли ваша компания внешними источниками финансирования для пополнения оборотных средств

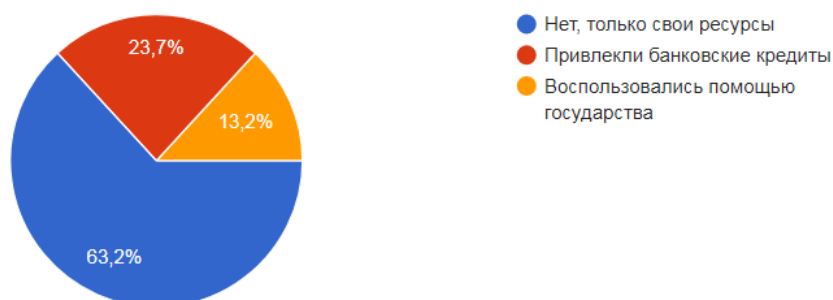


Рис. 10

9. Насколько, на Ваш взгляд, хорошие перспективы у полиграфического бизнеса в России

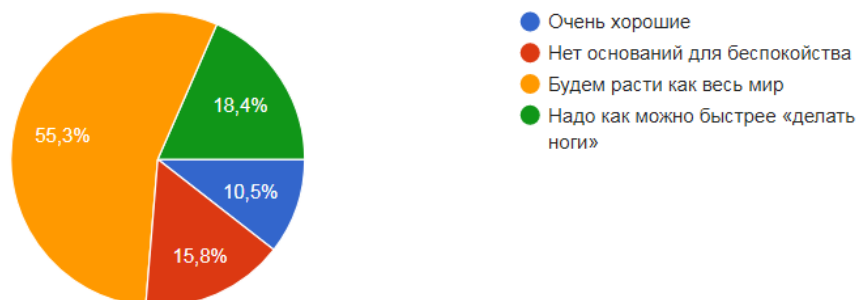


Рис. 11

Очевидно, что ответы на девятую группу вопросов комментариев не требуют, и все же из представленной структуры ответов явно следует, что позитивные настроения доминируют среди руководителей полиграфических предприятий (рис. 11).

Готовы закрыть свой бизнес почти 20% предприятий, исключительно из группы численностью менее 15 сотрудников, работающих либо в коммерческой печати, либо из категории street-print.

Переживаемая отраслью, да и всей экономикой страны, кризисная ситуация, особенно в малом и среднем бизнесе, показывает, что далеко не все риски ведения предпринимательской деятельности могут быть учтены, тем более, что государство уже не декларациями, а на практике показало неготовность помогать бизнесу в форс мажорных ситуациях. Это означает необходимость повышения эффективности ведения бизнеса, и, как следствие, создание определенной «подушки безопасности».

В целом, на основании опроса очевидно, что происходит постепенное восстановление спроса на услуги полиграфических предприятий, особенно на фоне традиционно «горячего сезона» в конце года. Однако очевидны и возможные риски введения властями даже не нового локдауна, а очередного пакета ограничительных мер, что неизбежно приведет к затормаживанию или определенному падению спроса на полиграфическом рынке.

Организаторы благодарны всем руководителям предприятий, принявшим участие в опросе.