

ИССЛЕДОВАНИЕ СОСТОЯНИЯ РЫНКА РОССИЙСКОЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

ПОДГОТОВИЛА СТУДЕНТКА ГРУППЫ 40410/1
Волкова Н.В.

Основные разделы работы

ВВЕДЕНИЕ

Раздел 1. Исследование состояния рынка полиграфической продукции (на 2004 и 2009 года)

Раздел 2. Проблемы на рынке полиграфической продукции и возможные пути их решения

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

Сегменты рынка полиграфической продукции

```
graph TD; A[Сегменты рынка полиграфической продукции] --- B[Газетная продукция]; A --- C[Книжная продукция]; A --- D[Журнальная продукция]; A --- E[Каталоги]; A --- F[Рекламная продукция]; A --- G[Этикеточная и упаковочная продукция];
```

Газетная продукция

Книжная продукция

Журнальная продукция

Каталоги

Рекламная продукция

Этикеточная и упаковочная продукция

Мировой рынок полиграфии

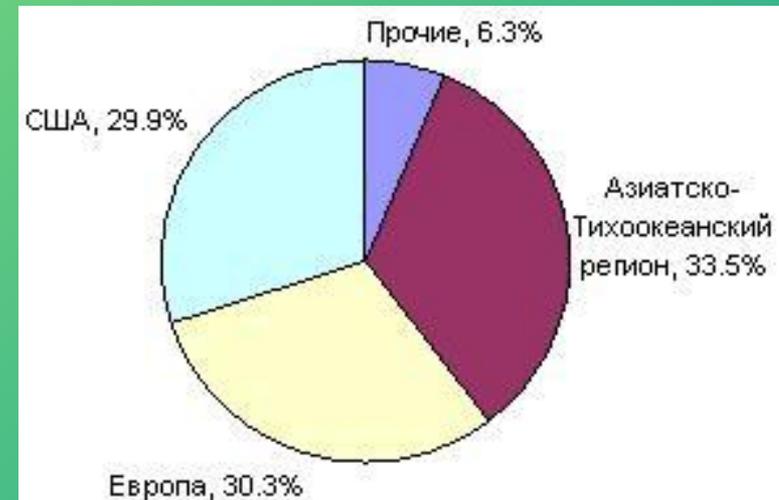
Рынок полиграфических услуг — один из крупнейших секторов мировой экономики. Но отрасль переживает непростые времена. Полиграфическая индустрия, зависящая от рынка печатных изданий, столкнулась с интенсивным развитием интернета и связанным с этим снижением тиражей газет и журналов.

Мировые лидеры в полиграфии

Географическая сегментация

- Азиатско-Тихоокеанский регион (Китай, Япония и Индия)
- Европа (Великобритания, Германия, Франция)
- США.

Такая географическая сегментация обусловлена зависимостью объема потребления услуг от оборота торговли.



Мировые лидеры полиграфии. Продолжение

- В США в отрасли работает порядка 45 тыс. компаний, в которых занято 1,1 млн. человек, при этом доля рынка 5 крупнейших компаний — 25%.
- В странах ЕС насчитывают примерно 80 тыс. полиграфических компаний с 960 тыс. работников, из них 85% — фирмы со штатом не более 20 человек.

Производство
полиграфической
продукции на
душу
населения

США
509 EUR

Бразилия
33 EUR

Китай
12 EUR

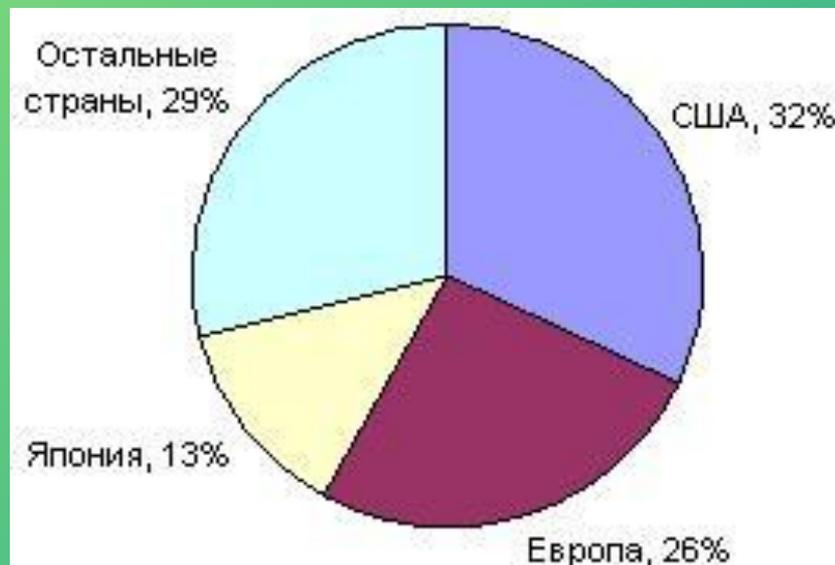
Потребление бумаги в мире

Три мировых лидера по потреблению бумаги:

- США
- Европа
- Япония

Их доля в потреблении бумаги составляет приблизительно 70%

Общее мировое потребление бумаги растет примерно на 2,6% в год.



Раздел 1. Исследование состояния рынка полиграфической продукции

В данный раздел входят:

- Исследование состояния рынка на 2002 год
- Исследование состояния рынка на 2004 год
- Исследование состояния рынка на 2009 год

Исследование состояния рынка полиграфической продукции в России на 2002 год

- Потребление полиграфической продукции
- Производство полиграфической продукции
- Импорт полиграфической продукции

Сравнение показателей потребления бумаги на 2002 год

Потребление
бумаги

Япония

479 кг/на душу
населения

США

334 кг/на душу
населения

Россия

18,2 кг/на душу
населения

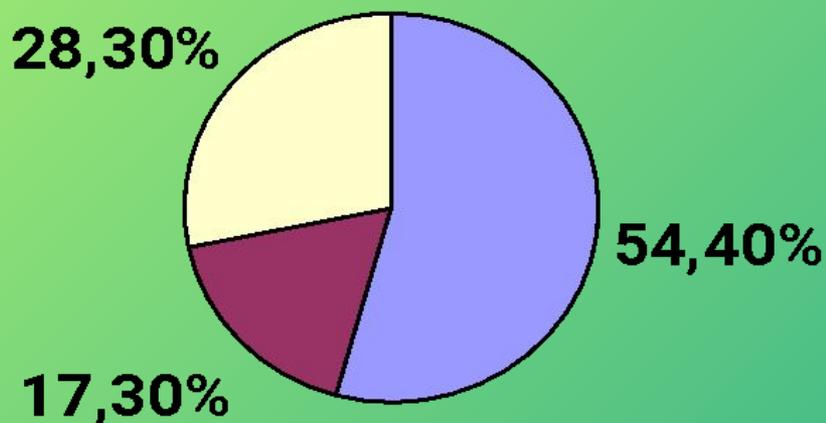
Общий объем рынка полиграфической продукции

Общий объем рынка в денежном выражении составил 1,756 млрд. \$США, из которых:

- Оборудование и расходные материалы 0,956 млрд. \$США
- Полиграфические услуги 0,302 млрд. \$США
- Импорт 0,496 млрд. \$США

Объем рынка полиграфии РФ на 2002 год

В % от общей суммы в 1,756 млрд. \$ США:

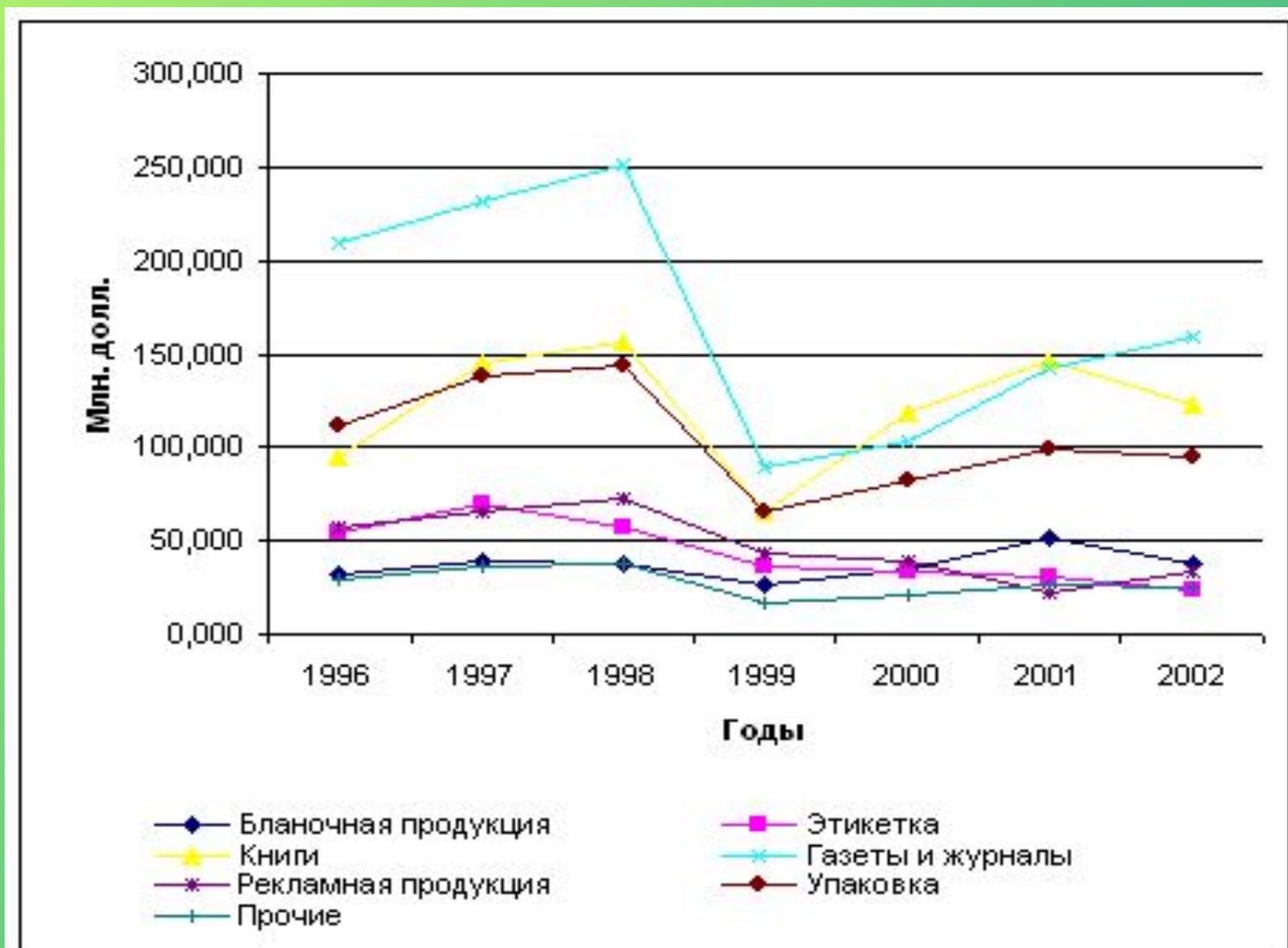


- Оборудование и расходные материалы
- Полиграфические услуги
- Импорт

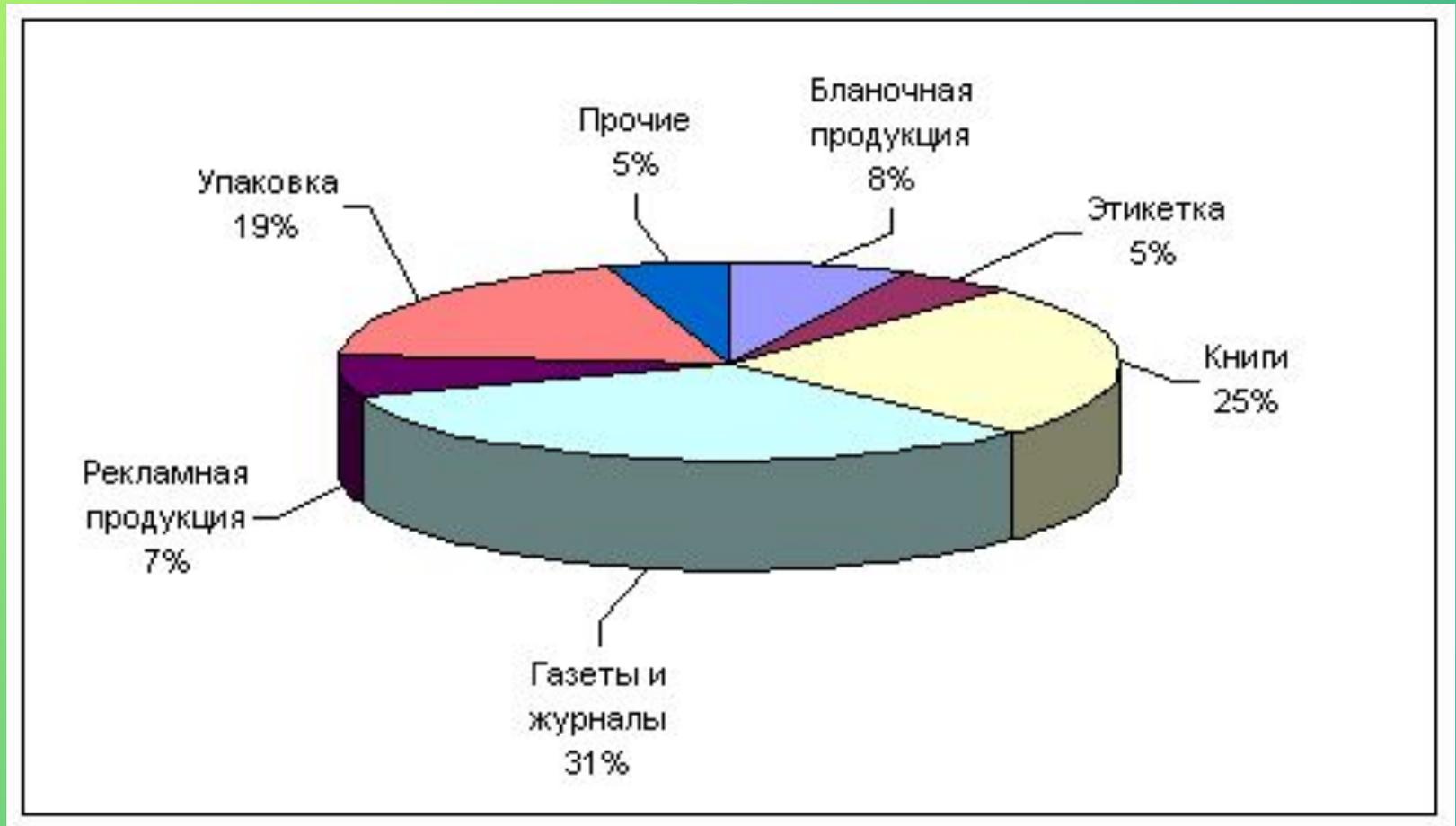
Структура потребления полиграфической продукции в РФ на 2002 г., %



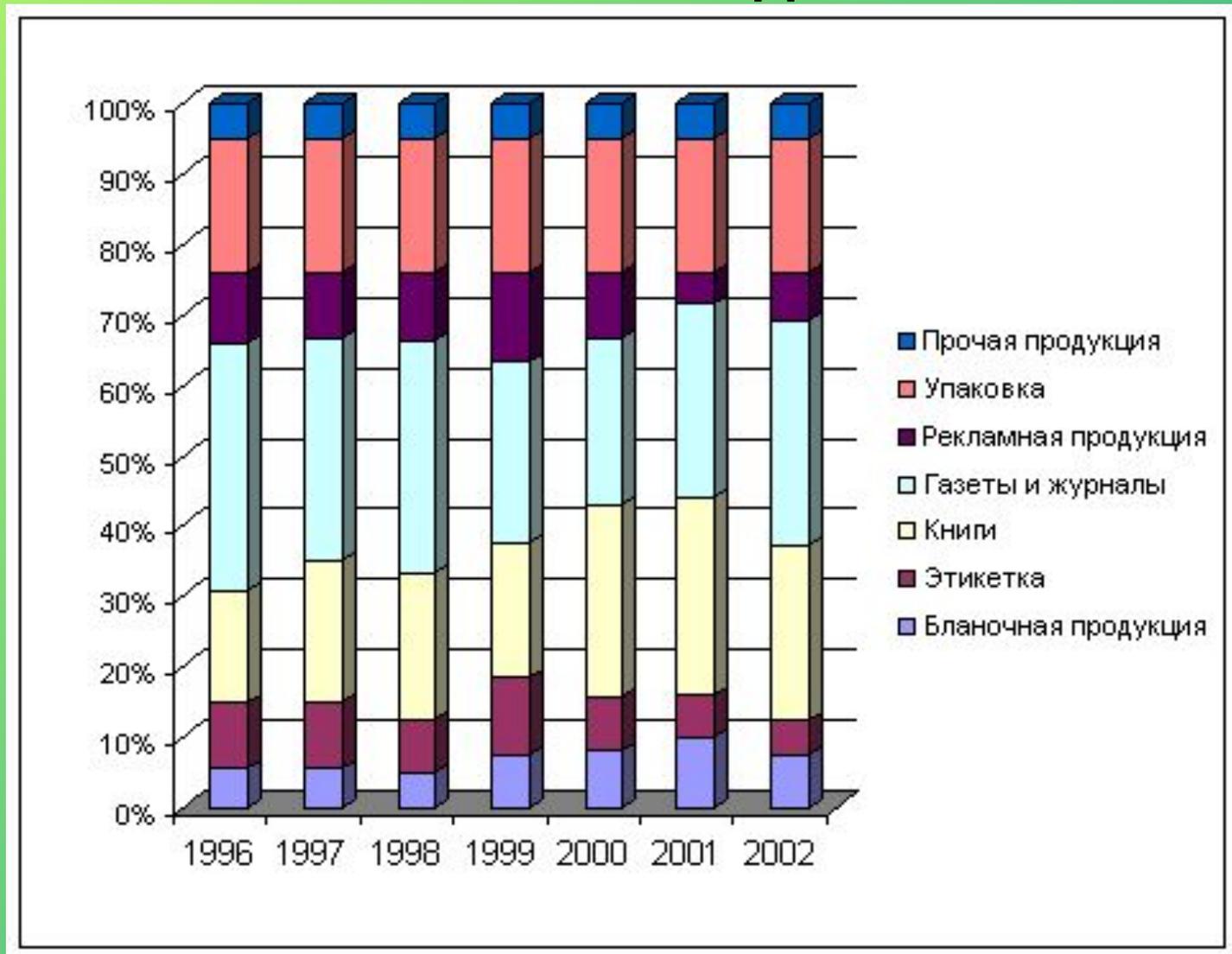
Импорт полиграфической продукции на территорию РФ в 1996-2002 годах, млн. \$



Структура импорта печатной продукции на территорию РФ



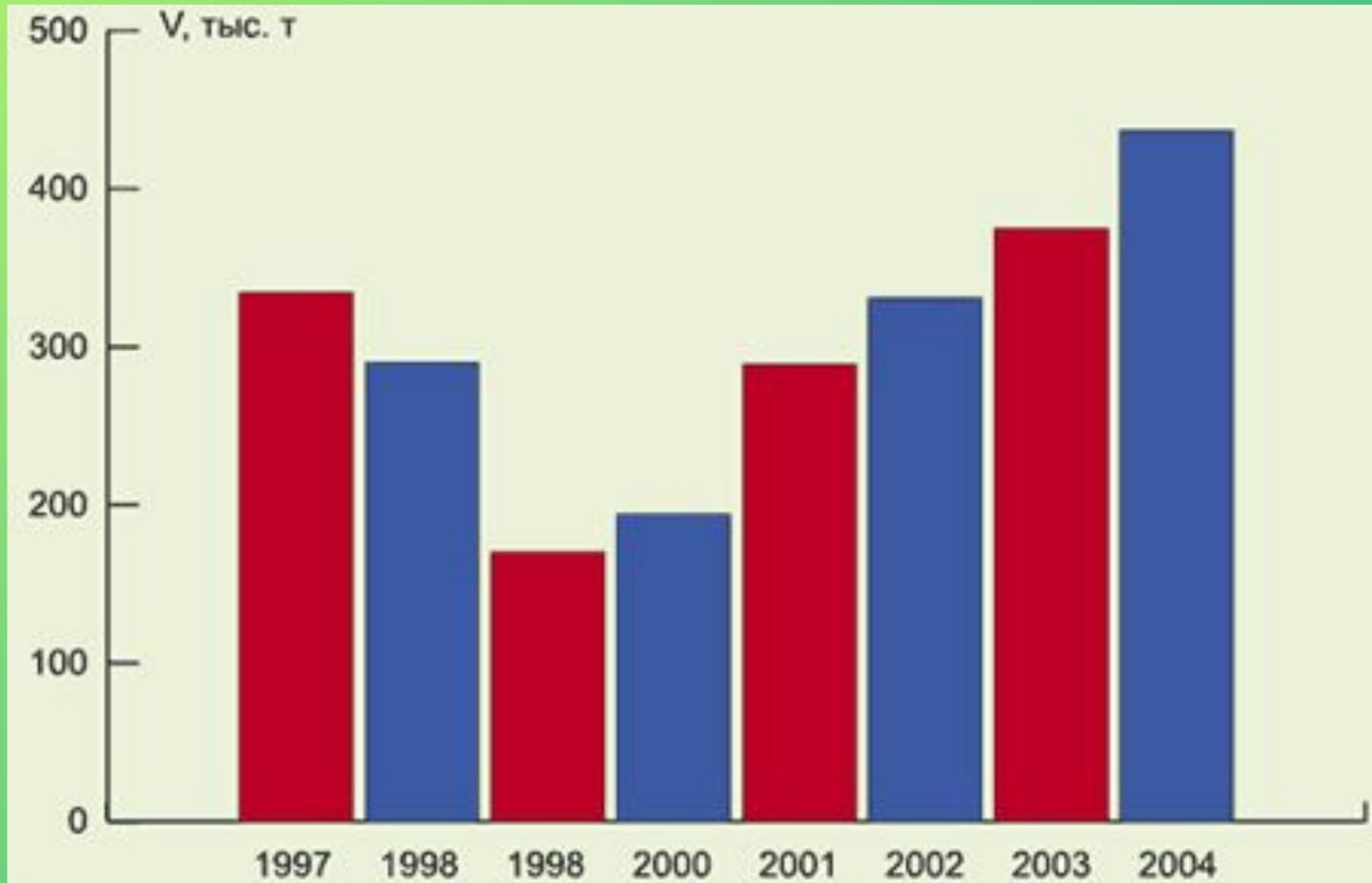
Динамика структуры импорта печатной продукции на территорию РФ в 1996-2002 годах



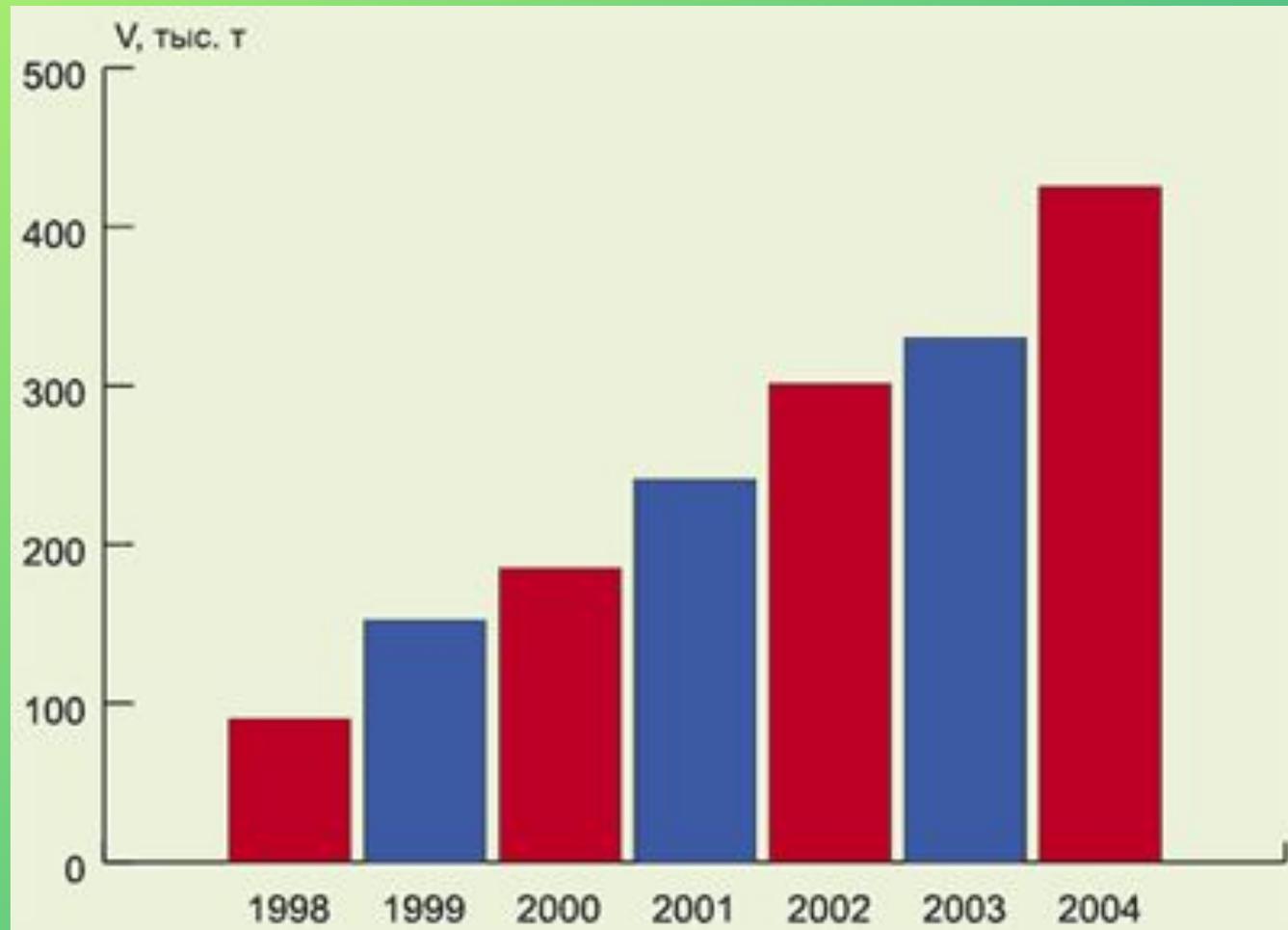
Исследование состояния рынка полиграфической продукции в России на 2004 год

1. Состояние российской экономики
 - Импорт в РФ печатной продукции
 - Импорт в РФ бумаги и картона
 - Объем производства различных видов печатной продукции
2. Российский рынок печатной продукции
3. Структура отечественного рынка печатной продукции

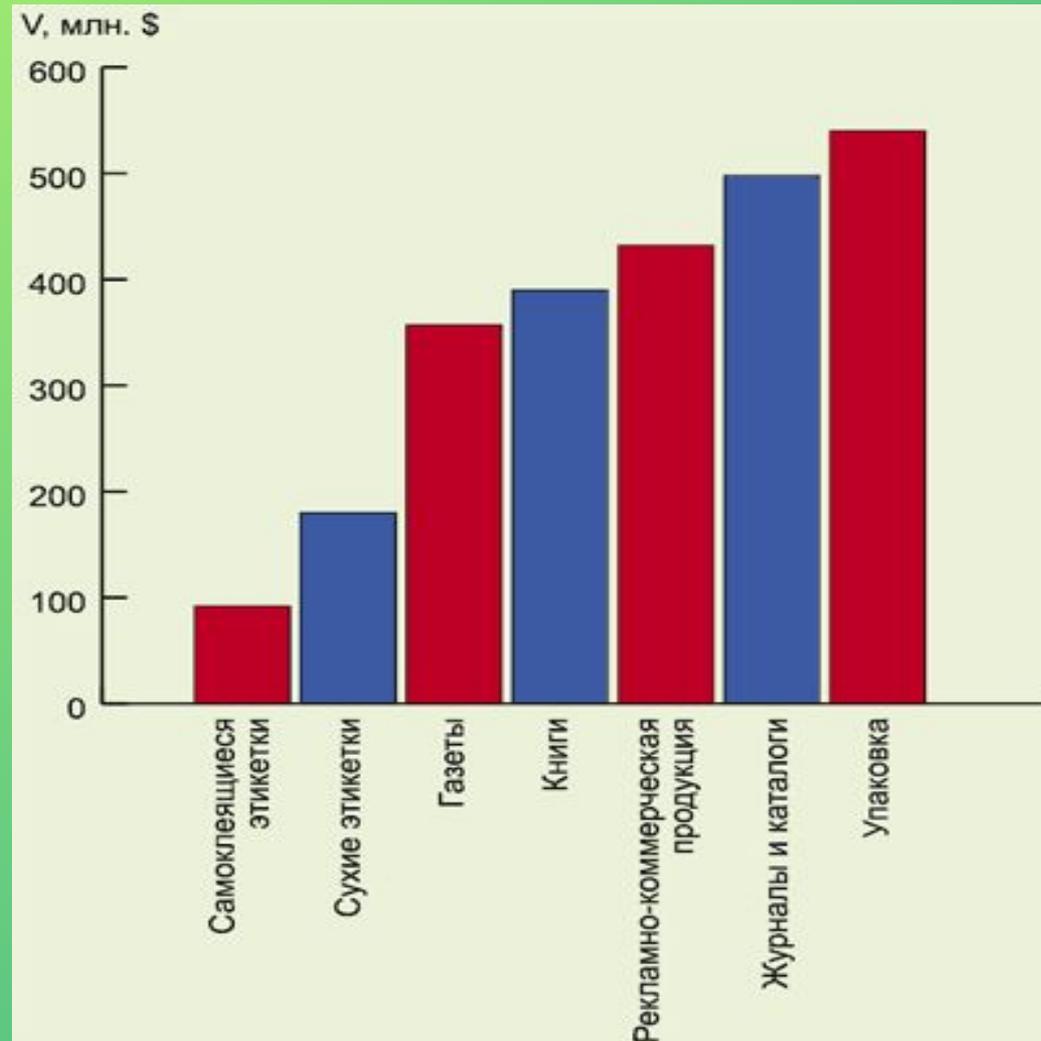
Импорт печатной продукции



Импорт бумаги и картона



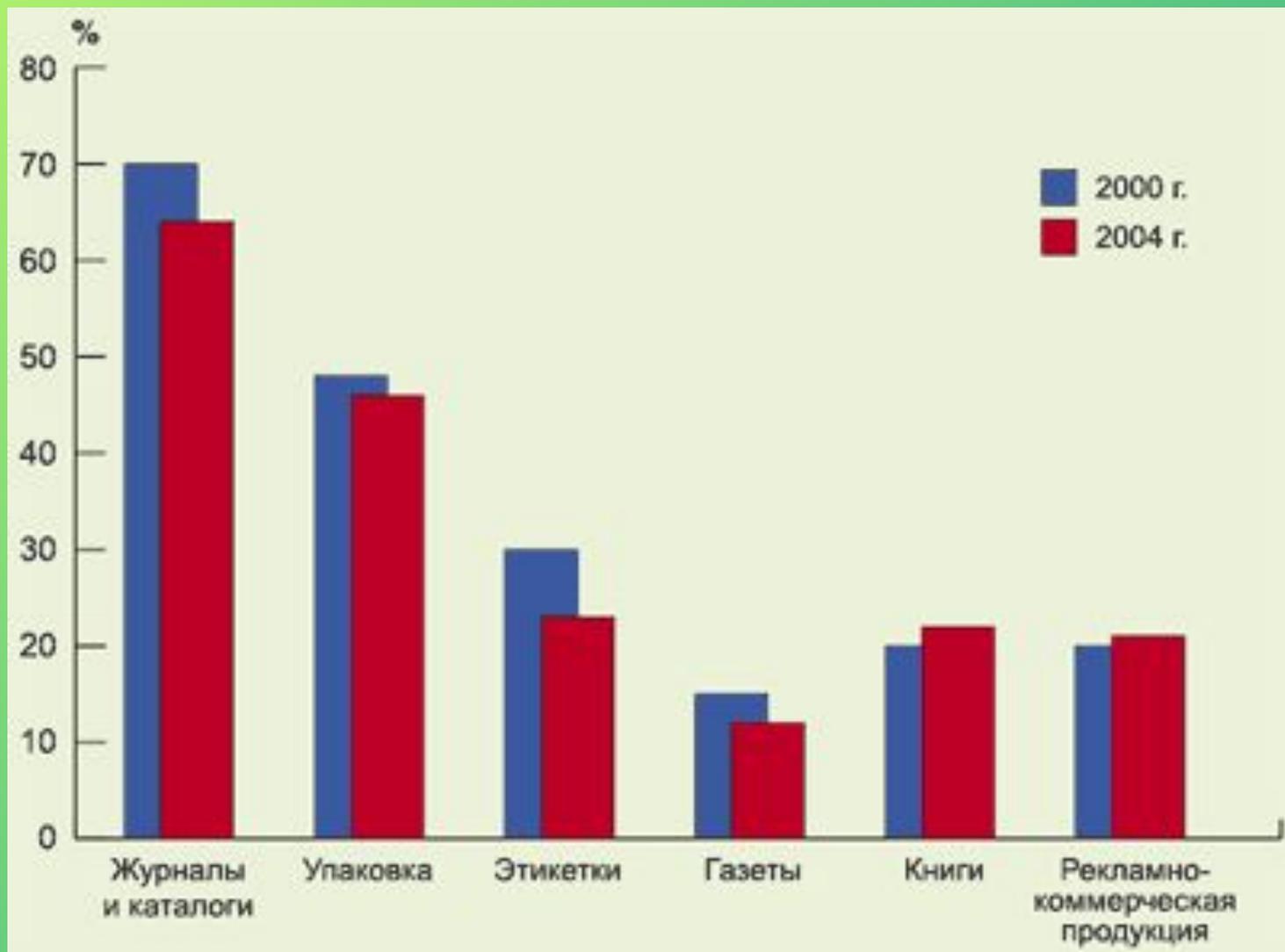
Объем производства различных видов печатной продукции



Российский рынок печатной продукции на 2004 год

Объем российского рынка печатной продукции в 2004 году оценивался в 2,5 млрд. долл. Наибольшие доли рынка принадлежат печатной упаковке (540 млн. долл.), производству журналов и каталогов (498 млн. долл.) и изготовлению рекламно-коммерческой продукции (432 млн. долл.).

Структура рынка печатной продукции на 2004 год



Рынок полиграфических работ в 2009 году

- Анализ и оценка развития рынка полиграфических работ в 2009 году. Масштабы влияния кризиса в полиграфии.
- Динамика деловой активности бизнеса в полиграфии. Основные показатели производственной деятельности полиграфических предприятий.
- Бумага для печати как отображение уровня производства в полиграфии.
- Влияние кризиса на производство отдельных видов печатной продукции.

Итоги кризиса в полиграфии на конец 2008 года

- Снижение объема производства в газетной, журнальной и книжной сегментах
- Резкое снижение доходов рекламных периодических изданий
- Сокращение заработной платы
- Неплатежи, рост дебиторской задолженности
- Задолженность перед поставщиками

Падение объема заказов в 2008 году

С осени 2008 года объем заказов упал на 30-40%, объемы заказов СМИ упал на 25-30%, на 10-15% наблюдалось снижение тиражей печатной прессы.

Стоит отметить, что сокращение штата составило 30%.

Анализ и оценка развития рынка полиграфических работ в 2009 году. Масштабы влияния кризиса в полиграфии

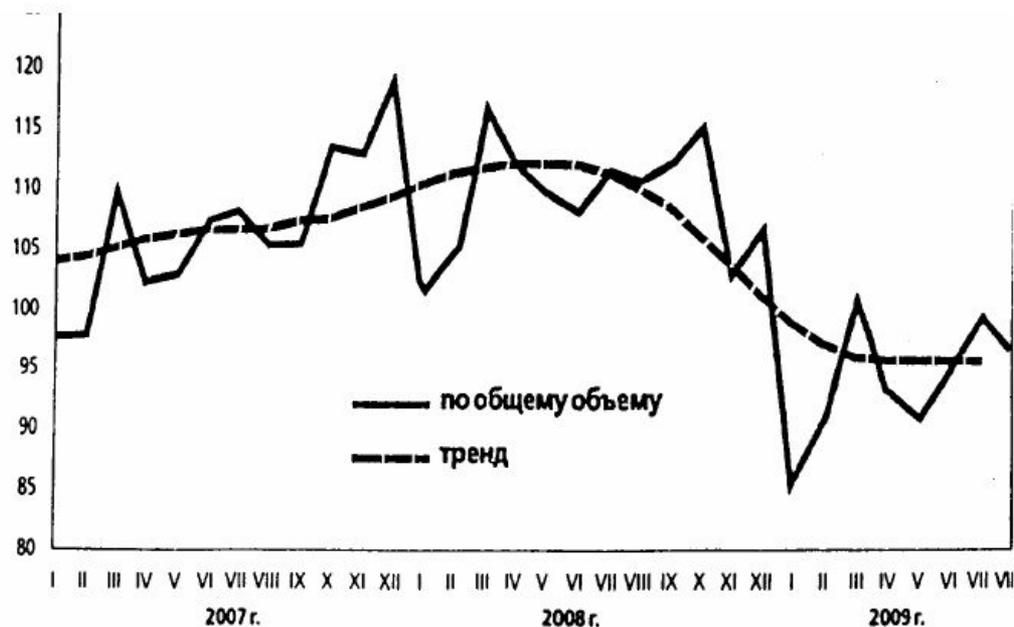
За последнее десятилетие в стране возникло несколько тысяч новых полиграфических предприятий разного масштаба, практически во всех секторах производства печатной продукции. Развитию этого процесса в значительной степени способствовал невысокий порог вхождения предприятий на рынок, особенно в сферах газетной и рекламной деятельности.

Все это, естественно, привело к снижению степени концентрации полиграфического производства и, как следствие, к потере конкурентоспособности большинства действующих типографий на внутреннем рынке. Неоправданно высокий темп прироста количества полиграфических предприятий на том этапе без наращивания общего объема производства (а фактически – при его сокращении) стал главной причиной нарушения одной из основных экономических пропорций в отрасли.

В этой связи, оценивая последствия кризисной ситуации 2008 –2009 гг., нельзя не сказать о том, что издательско-полиграфический комплекс в этот период остался практически один на один с возникающими проблемами, лишенный какой-либо оперативной поддержки по предлагаемым мерам.

Индексы производства по экономической деятельности:
целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая
деятельность
(1991г.= 100%)

Годы	1992	1995	2000	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2008 к 2007	2009	2009 к 2008
%	88,0	62,7	81,2	99,8	104,9	108,7	116,3	126,9	127,9	100,8	90,6	75,6



Результаты мониторинга полиграфических предприятий

Результаты мониторинга (Аналитический центр полиграфии АЦП «Терра Принт»), проведенного по итогам работы полиграфических предприятий в первом полугодии с.г., показывает, что у 20% типографий по сравнению с аналогичным периодом 2008 года загрузка упала более чем в 2 раза, у 40% – в пределах 10-15%, а у остальных составила промежуточные величины. При этом масштабы предприятий не имеют значения: в перечне обследуемых типографий, как более или менее пострадавших в кризисной ситуации, присутствуют как предприятия малого бизнеса, так и крупные полиграфические комбинаты.

Динамика деловой активности

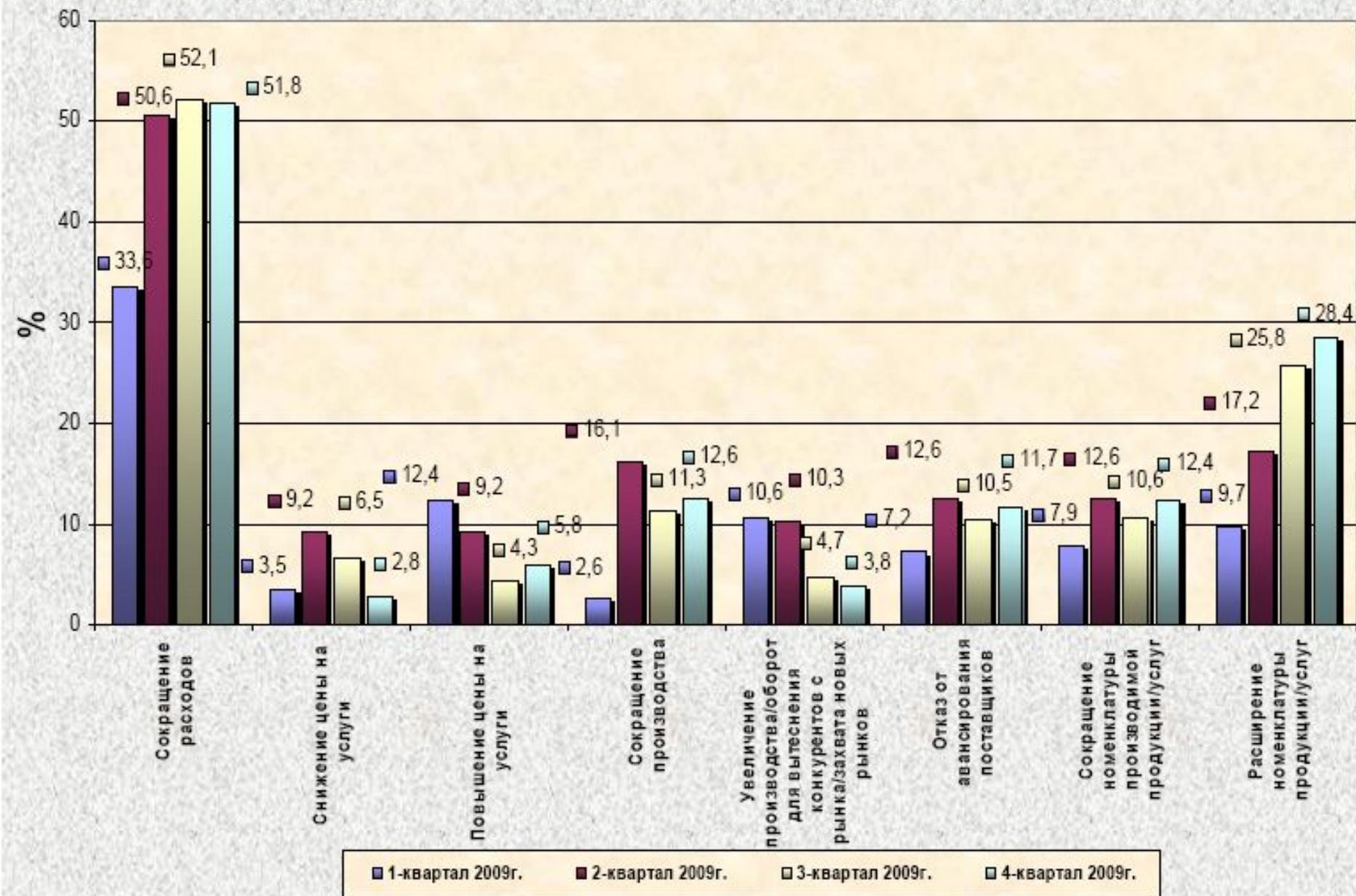
Полиграфия России

(количество предприятий с численностью работающих на 01. 01. 2009г.)

Федеральные округа	Свыше 1000 чел.	Свыше 500 чел.	Свыше 100 чел.	От 51 до 100 чел.	От 21 до 50 чел.	До 20 чел.
I. Северо-Западный округ в г. Санкт-Петербург	0	0	14	13	169	194
всего:	0	5	15	24	191	190
II. Центральный округ в г. Москва	-	5	29	37	360	384
всего:	5	7	57	47	399	502
III. Приволжский округ	4	6	51	128	393	719
всего:	9	13	108	175	792	1 221
IV. Южный округ	1	5	49	52	459	677
V. Уральский округ	0	0	30	44	260	354
VI. Сибирский округ	0	1	12	22	288	366
VII. Дальневосточный округ	0	2	32	28	607	505
Итого:	0	0	7	10	124	285
Всего:	10	26	267	368	2 890	3 792
Всего:	7 353					

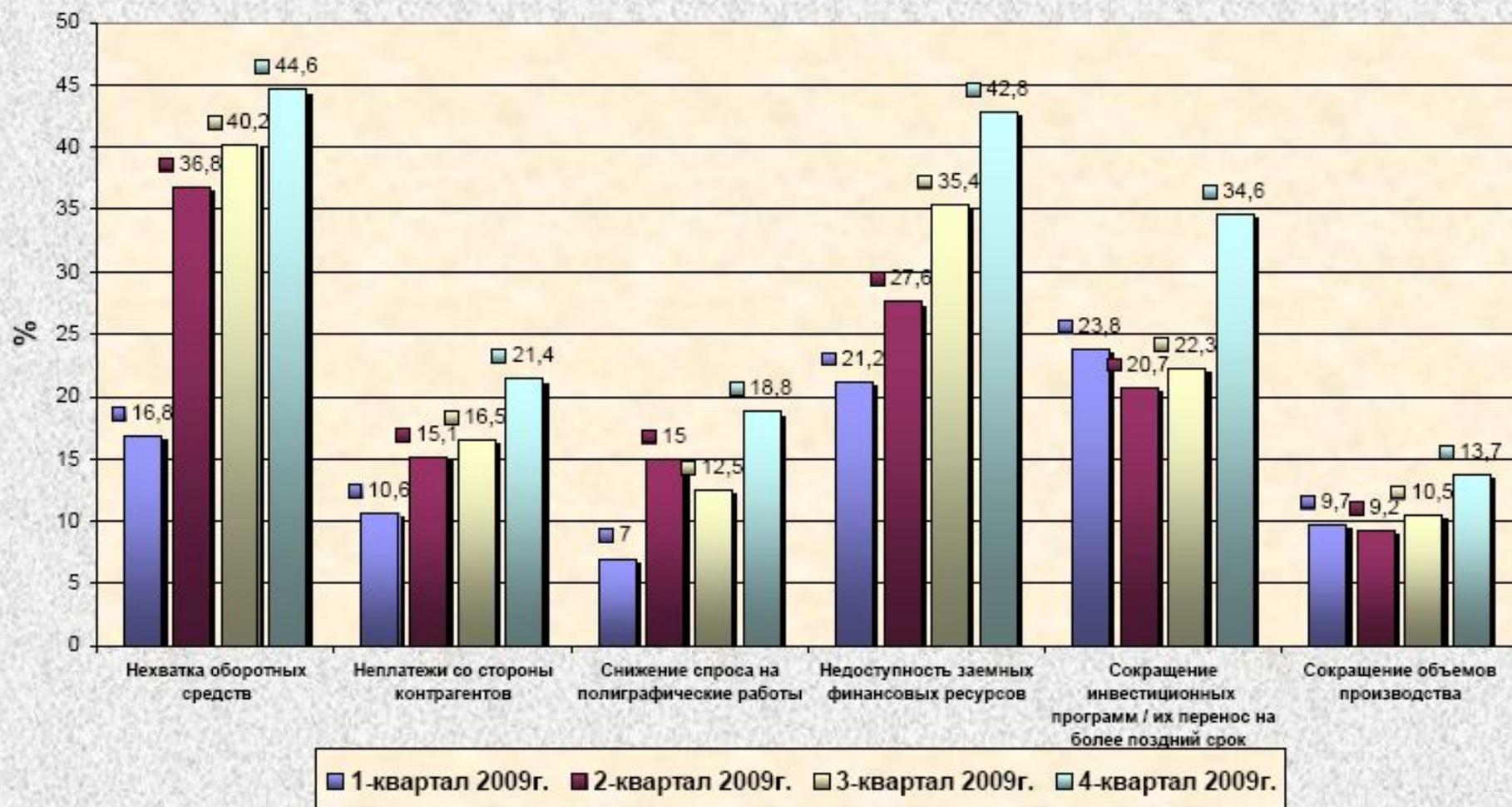
Оценка делового климата в 2009 году

Какие антикризисные меры были предприняты полиграфическими предприятиями



Оценка делового климата в 2009 году

С какими последствиями мирового кризиса сталкивались полиграфические предприятия



Сводные данные

об объемах отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг по полиграфической деятельности (код по ОКВЭД 22.2) по России в 2008 году

Федеральные округа	2008 г. (млн. руб.)	Газеты (тираж условный в 4-х полосном исчислении формата А2) млн. экз.	Книги	Прочая печатная продукция	Количество полиграфиче- ских предпри- ятий
			млн. (листов-оттисков)		
I. Северо-Западный округ	13 053,2	2 320,6	850,3	3 108,9	159
II. Центральный округ	51 940,1	7 787,2	6 902,5	11 743,4	448
III. Приволжский округ	8 658,0	1 995,1	1 856,8	5 653,9	283
IV. Южный округ	3 594,0	1 492,8	399,8	886,3	139
V. Уральский округ	3 434,5	1 537,6	158,2	514,8	70
VI. Сибирский округ	7 928,4	2 377,5	337,9	2 180,3	262
VII. Дальневосточный округ	1 615,5	566,3	21,3	259,6	85
Итого:	90 223,7	18 077,1	10 209,1	23 549,5	1446

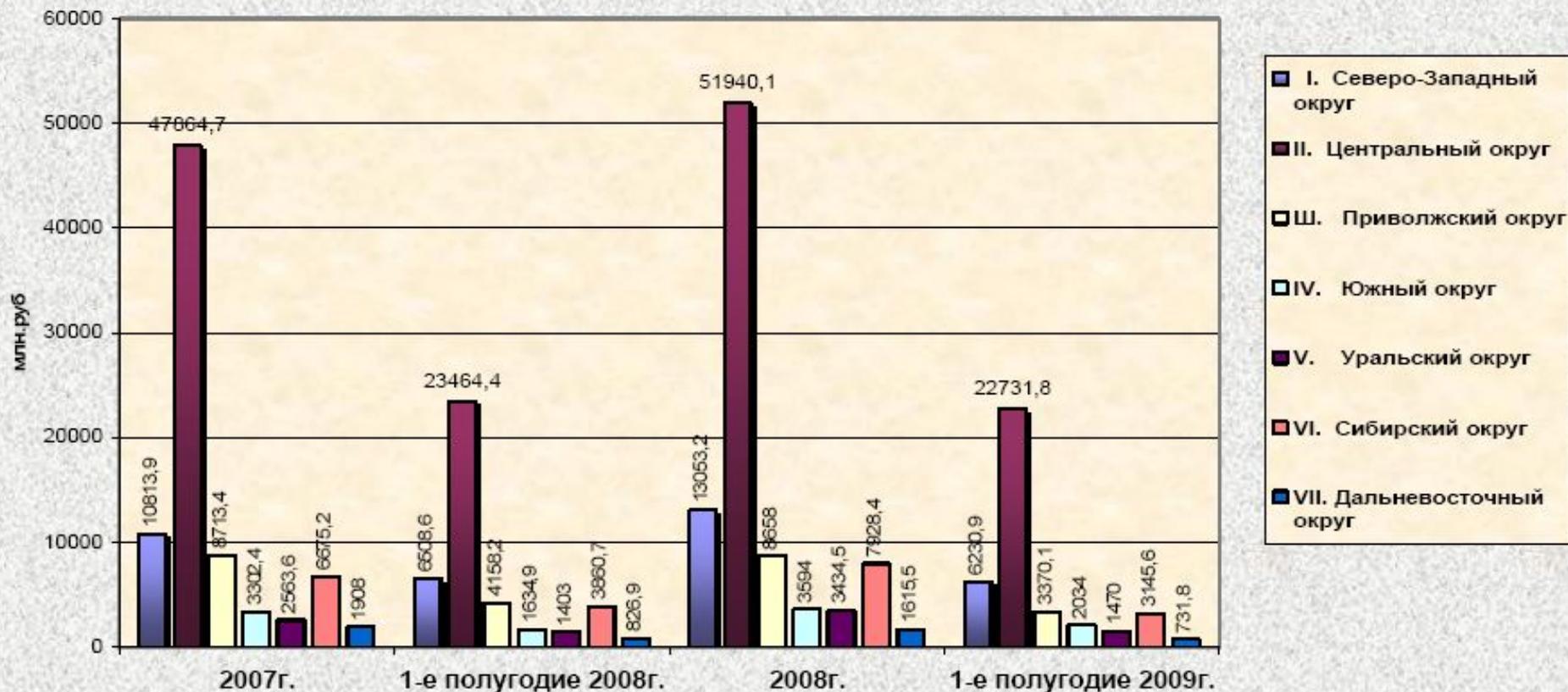
Сводные данные

об объемах отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг по полиграфической деятельности по России за 1-ое полугодие 2009 года
(код по ОКВЭД 22.2)

Федеральные округа	1-ое полугодие 2009 г. (млн. руб.)	Газеты (тираж условный в 4-х полосном исчислении формата А2) млн. экз.	Книги	Прочая печатная продукция	Количество полиграфических предприятий
			млн. (листов-оттисков)		
I. Северо-Западный округ	6 230,9	724,0	273,0	1 289,0	159
II. Центральный округ	22 731,8	3 538,0	2 543,0	5 284,0	448
III. Приволжский округ	3 370,1	728,0	788,0	2 507,0	283
IV. Южный округ	2 034,0	614,0	196,0	392,0	139
V. Уральский округ	1 470,0	486,0	45,0	134,0	70
VI. Сибирский округ	3 145,6	797,0	126,0	810,0	262
VII. Дальневосточный округ	731,8	187,0	12,0	105,0	85
Итого:	39 714,2	7 074,0	3 983,0	10 521,0	1446

Сводные данные

об объемах отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг по полиграфической деятельности (код по ОКВЭД 22.2) по России.



Общий выпуск печатной продукции в натуральных показателях по номенклатуре Росстата:
газеты, книги, прочая (журналы, рекламная, этикетка, упаковка, сопроводительная
документация и представительская продукция)

Вид продукции	2008 год	2009 год	Темпы роста, %
Газеты, млрд. экз. (4-х полосные, формата А 2)	18,1	14,1	78,0
Книги, млрд. л/отт.	10,2	8,9	87,0
Прочая, млрд. л/отт	23,5	21,2	90,2

По результатам 1-го квартала падение полиграфического рынка состоялось на уровне:

1-е квартал 2008 г.



↓ 35-40% (в евро),
↓ 20-22% (в рублях)

1-е квартал 2009 г.



Сокращение объемов производства в СМИ и рекламной периодике
(по итогам первых четырех месяцев 2009 г.)

СМИ

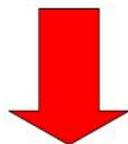


- ! - Обязательства по подписке
- Удержание позиций в сегменте ведущими изданиями
- Бюджетные субсидии

Рекламная периодика



- ! - Прямая зависимость от рекламных бюджетов



В первом полугодии 2009 г. снижение цен на услуги типографии достигло 30%

(по сравнению с первым полугодием прошлого года)



! Демпинг цен в журнальной полиграфии может стать причиной ее краха. Высокотехнологичная отрасль обречена, если не имеет никаких средств для инвестиций в развитие производственной базы.

Характеристика полиграфической деятельности по предприятиям (данные Росстата)

В результате исследования были выявлены 4 основных группы предприятий:

- **I группа** (данные Росстата) – 1446 предприятий, объединяющая крупные и средние типографии (с числом работающих свыше 1000, 500 и 100 человек) – общий годовой оборот производства составляет 82,0 млрд. рублей или 3,4 млрд. долл. США.
- **II группа** (экспертная оценка) – 1712 предприятий, объединяющая средние типографии (с числом работающих от 50 до 100 и от 20 до 50 человек) – общий годовой оборот производства – 45,8 млрд. рублей или 1,9 млрд. долл. США.
- **III группа** (экспертная оценка) – 1862 предприятия, объединяющая малые типографии (с числом работающих до 20 человек) – общий годовой оборот производства – 4,6 млрд. рублей или 0,19 млрд. долл. США.
- **IV группа** (экспертная оценка) - 2160 предприятий, объединяющая средние и малые цифровые типографии и типографии широкоформатной струйной печати с общей численностью работающих – 22 000 человек, общий годовой оборот производства которых составил 28,5 млрд. рублей или 1,18 млрд. долл. США.

Результаты деятельности полиграфической отрасли на 2009 год

Общий годовой оборот полиграфической промышленности России в 2009 году составил 161,2 млрд. рублей или 6,69 млрд. долл. США, что на 15,0% меньше уровня 2008 года (189,3 млрд. рублей) и на 10,5% - чем в 2007 году (181,0 млрд. рублей).

Бумага для печати как отображение уровня производства в полиграфии.

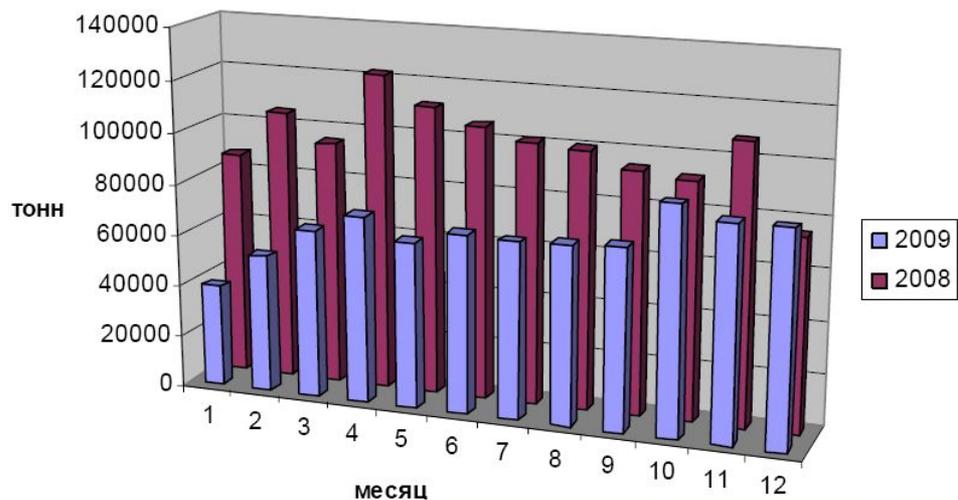
Динамика производства бумаги для печати в 2000-2009 гг.

Наименование	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Бумага, тыс. тонн	3326,4	3442,3	3551,8	3681,6	3903,2	4001,0	4037,9	4083,9	4004,0	3923,2
Бумага газетная, тыс. тонн	1693,8	1731,2	1714,3	1814,2	1978,0	1983,8	1992,6	1978,5	1987,3	2006,4
Бумага офсетная, тыс. тонн	468,6	469,6	491,2	448,7	468,7	451,5	466,8	455,7	426,0	403,1
Картон, тыс. тонн	1985,5	2183,1	2427,8	2695,5	2927,1	3124,6	3396,0	3497,5	3695,7	3450,0

Динамика производства целлюлозно-бумажной продукции в 2009 году
(в% к соответствующему месяцу 2008 г.)



**Сравнительный импорт бумаг и картонов для печати
в январе-декабре 2009 и 2008 г.**



ИМПОРТ 2009/2008	1-12 2008	1-12 2009	09/08, %
мелованная листовая	231948,2	142770,2	61,5%
кн-журнальная мелованная	184659,4	104587,7	56,6%
кн-журнальная немелованная	32649,5	35849,2	109,8%
этикеточная бумага	14378,4	22800,4	158,3%
целлюлозный картон	160006,1	118792	74,2%
целлюлозный картон для табачной упаковки	100450,1	102528,3	102,0%
макулатурный картон	151251,4	105804,3	70,0%
плотный картон	8136	5623,2	69,0%
самокопирка, термобумага	37108,2	36268,7	97,6%
самоклейка	62862,4	56681,2	90,3%
дизайнерская	5770,4	2523,4	43,8%
офсетная	39732,3	17682,3	44,6%
А3/А4	151718,1	74237,2	49,0%
ИТОГО:	1180671	826448,6	70,0%

Потребление бумаги на 2009 год

В России за 2009 год потребление бумаги и картона на душу населения составило **42,4** кг (79,6% к 2008 г.).

Среднемировое потребление в настоящее время – **54** кг. В экономически развитых странах уровень потребления значительно выше, в том числе в Финляндии – **330** кг, Швеции – **295** кг, Германии – **226** кг.

Раздел 2. Проблемы и перспективы развития отрасли

В данном разделе будет освещены следующие темы:

- Ключевые препятствия в отрасли (обзор основных проблем)
- Пути решения проблем

Основные проблемы отрасли:

- Высокая импортозависимость отечественных полиграфистов
- Таможенное и налоговое законодательство
- Износ оборудования, нехватка мощностей в целом по стране
- Нехватка кадров, отсутствие необходимого количества высокопрофессионального квалифицированного персонала
- Кризисные явления в экономике
- Отсутствие централизованной и последовательной государственной поддержки полиграфии в целом

Высокая импортозависимость отечественных полиграфистов

Причины:

- Отсутствие высокотехнологичного отечественного полиграфического оборудования, отвечающего современным требованиям
- Отсутствие отечественных мелованных бумаг (основным потребителем мелованной бумаги является производство высококачественной печатной продукции и высокую пошлину на ввоз материалов при нулевой пошлине на ввоз в Россию готовой продукции специалисты называют причиной неконкурентоспособности отечественной полиграфии и препятствием, который останавливает рост полиграфического рынка)

Таможенное и налоговое законодательство

В настоящее время работающие на российском рынке полиграфических работ иностранные поставщики имеют серьезные конкурентные преимущества перед отечественными типографиями, поскольку могут предложить цены примерно на 15 – 20 % ниже. Основная причина фактических преференций в пользу иностранных типографий и выталкивания за рубеж издателей и профильных инвесторов заключается в российской таможенной и налоговой системах, а именно:

- 1) таможенные пошлины на ввоз мелованной бумаги (на мелованную бумагу начисляется пошлина в размере 15 % безо всяких льгот, а на готовую продукцию – дифференцированное начисление в зависимости от вида печатной продукции);
- 2) льготная ставка НДС (10 %) на ввоз полиграфической продукции не рекламного характера. (согласно НК РФ типографские работы подлежат обложению налогом на добавленную стоимость по ставке 18 %, но по Флорентийскому соглашению при импорте готовой печатной продукции в Россию ставка НДС составит 10 %, то есть издательство экономит 8 % от стоимости полиграфических работ.)

Износ оборудования, нехватка мощностей в целом по стране

Износ оборудования по отрасли в целом составляет 75 %.

Повысить конкурентоспособность полиграфической деятельности возможно привлечением инвестиций. Эксперты уверены, что единственный возможный путь решения проблемы - создание совместных предприятий для оснащения машин основными узлами от импортных производителей.

Нехватка кадров

Единственный способ выйти из этого положения – начать готовить собственные кадры, и для этого необходимо активное сотрудничество со всеми профильными отечественными учебными заведениями, обучение за рубежом и развитие общей отраслевой базы знаний. Именно таким способом можно подготовить новую квалифицированную смену, без которой невозможно представить дальнейшее развитие отечественной полиграфии.

Кризисные явления в экономике

По оценке Гильдии издателей периодической печати, с осени 2008 года на 30 – 40 % снизился объем заказов полиграфической продукции в регионах, объем рекламы в СМИ упал на 25 – 30 %, на 10 – 15 % произошло общее снижение продаж тиражей печатной прессы. Также произошло сокращение штата изданий до 30 %.

Отсутствие централизованной государственной поддержки полиграфии

Отрасль нуждается в четкой программе государственной политики в области льготного налогообложения и таможенного регулирования импорта оборудования и материалов, необходимых для отечественной полиграфии. Не последнее место в развитии полиграфии играет и разумное кредитование предприятий полиграфической деятельности с целью обеспечения доступности финансовых ресурсов для их интенсивного развития. Также негативное влияние на инвестиционный климат в полиграфической индустрии оказывают ряд взаимосвязанных причин: рост евро, высокие цены на бумагу и демпинг зарубежных типографий.

Заключение

Выводы

- За последние годы отечественная полиграфия сделала мощный рывок в своем качественном и количественном развитии. Тем не менее, в профессионально бизнес сообществе обсуждались вопросы неблагоприятного развития: обострение конкуренции, демпинг, падение рентабельности как следствие наращивания производственных мощностей в отрыве от представления о реальном состоянии рынка печатной продукции и перспективе его развития, ценовое давление со стороны заказчиков, конкуренция с зарубежной полиграфбазой, разрыв между техническим оснащением и его кадровым обеспечением
- Анализ развития событий в полиграфии в период завершения 2008 года показал, что главной проблемой остается падение общего объема рынка полиграфических работ – нарастающая тенденция уменьшения объемов производства печатной продукции и как следствие, ряд других значимых проблем

Выводы. Продолжение

- На основании выполненной работы сделан достаточно объективный вывод об общей эффективности деятельности субъектов рынка полиграфических работ за кризисный год. Общий годовой оборот полиграфической промышленности России в 2009 году составил 161,2 млрд. рублей, на 15% меньше уровня 2008 года (189,3 млрд. руб) и на 10,5% меньше, чем в 2007 году (181 млрд. руб.). Уже с самого начала года произошло существенное снижение темпов выпуска печатной продукции и итоговые показатели оказались ниже достигнутых ранее. Если оценивать общее состояние рынка на конец кризисного года, то следует отметить, что большинство типографий уже адаптировалось к прошедшим изменениям, на рынке установился определенный баланс «спрос-предложение» за счет вынужденной консервации излишних производственных мощностей, в конкурентной борьбе наметилось ужесточение, а в работе с клиентами – улучшение.
- Несмотря на кризисные явления в экономике России, полиграфические предприятия продолжали осуществлять техническое перевооружение и модернизацию производства. Так, с начала 2009 года уже установлено 27 единиц ротационных офсетных машин, 67 – трафаретных машин, свыше 80 – цифровых печатных машин, 15 – флексографских и трафаретных машин, более 200 единиц техники для предпечатной подготовки и отделочных работ.

Выводы. Продолжение

- Мировой финансовый кризис оказал существенное влияние на состояние книжной полиграфии уже в середине 2008 года. Резкий отток заказов, сокращение тиражей, рост дебиторской задолженности и ряд других обстоятельств остановили ход позитивного развития событий в книжном секторе рынка полиграфических работ.
- Самое большое влияние кризисные процессы в отрасли оказали и продолжают оказывать в газетном секторе производства печатной продукции. С ними связаны не только финансовые и производственные потери полиграфических предприятий, но и развитие внутреннего системного кризиса в сфере печатных средств массовой информации. По разным оценкам экспертов падение рынка журнальной периодики уже в первом квартале 2009 года составило 30 – 40%. Прежде всего это затронуло тиражные “глянцевые” журналы, количество которых существенно превышало реальный спрос. Значительно сократили тиражи или прекратили выпуск отраслевые и деловые журналы, а также рекламные и рекламно-представительские изделия. Дальнейшее функционирование многих полиграфических предприятий данной сферы деятельности будет зависеть от того, насколько гибко и оперативно они смогут включиться в новую рыночную систему, найти тех заказчиков, которые оказались в наименьшей мере затронуты кризисными явлениями, и внедриться в их производственную цепочку.

Выводы. Продолжение

- Возникновение и развитие кризисной ситуации в отрасли показало, что сектор полиграфического производства, связанный с изготовлением печатной продукции производственно-технического назначения, относится к тем немногим сферам деятельности, которые наиболее устойчивы в условиях кризиса. Меньше всех во всех потрясениях данного периода пострадали типографии, ориентированные на производство этикеточной и упаковочной печатной продукции для продуктов и товаров повседневного спроса.
- Сегодня одной из главных задач в медиаиндустрии страны является формирование рыночного полиграфического производственного комплекса. Именно такие образования способны обеспечить устойчивость производства и необходимую конкурентную среду. Наиболее эффективным способом преобразования отрасли было признано создание на базе акционированных федеральных предприятий нескольких интегрированных структур, способных занять прочные позиции на рынке полиграфических работ и обладающих инвестиционной привлекательностью при условии сохранения профильности.

Выводы. Продолжение

- Объективная реальность развития рыночных отношений ставит вопрос о приобретении полиграфическим производством – этим видом экономической деятельности – самостоятельного отраслевого статуса. В настоящее время в полиграфии происходят важные организационные процессы, связанные с формированием крупных интегрированных систем. Создание мощных производственных структур – это важный отраслеобразующий фактор, база для повышения ее конкурентоспособности, основа для решения назревших организационно-технологических, общеотраслевых проблем.

Выводы. Продолжение

- На протяжении многих десятилетий разработка и внедрение нормативно-технической документации в отечественной полиграфической промышленности осуществлялась на уровне отраслевой стандартизации. Последний ОСТ был принят в 2003 году. Введение нового законодательства практически приостановило всю эту работу, так как в соответствии с новой системой государственной стандартизации (ГСС), отраслевые структуры должны либо перейти в разряд национальных стандартов (ГОСТ Р), либо принять статус стандарта организации (СТО) или прекратить свое существование. Что и произошло в связи с практически полным несоответствием существующей документации требованиям современного технологического потенциала отрасли. Вопросы внедрения процессов технического регулирования, организации нормативно-технической деятельности в сфере издательско-полиграфического производства, представляющие одну из важнейших задач, тесно связаны с принципами государственного регулирования, развитием научно-технического процесса и организационным построением профессионального бизнес-сообщества.