

УДК 336.714

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖУРНАЛЬНОГО ПОДКОМПЛЕКСА В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКИ

Кулак М.И., Ничипорович С.А., Феликсова Л.В.

Белорусский государственный технологический университет,
г. Минск, Республика Беларусь

The dynamic of changing in the magazine subcomplex of the print-and-publishing complex of Belarus is studied in this article. The nomenclature of publishing magazine production, its territory spreading are given. Comparison of available magazine production and nomenclature of publishing magazines are made.

Журнальный подкомплекс является важной составной частью производственной структуры издательско-полиграфического комплекса (ИПК) Беларуси. Сложившаяся в настоящее время в мировой полиграфии производственная структура такова, что журнальный подкомплекс находится на втором месте по темпам роста (4,9%). Данный факт подчеркивает его перспективность. Однако в ИПК Беларуси по объемам производства он занимает одно из последних мест. Происходит это потому, что на внутреннем белорусском журнальном рынке как с точки зрения удовлетворения спроса на эту продукцию, так и при оказании полиграфических услуг по печатанию журналов доминируют ИПК стран ближнего и даже дальнего зарубежья [1, 2].

По количеству наименований журнальных изданий на 1 млн. жителей (33 наименования) Беларусь превосходит Россию и Украину (17 и 9 соответственно), но существенно уступает Литве (99 наименований) [1, 3]. Значение среднего тиража на 1 тыс. жителей (1873 экземпляра) свидетельствует, что Беларусь в силу высокого культурного и образовательного уровня населения представляет собой емкий журнальный рынок, но его нужно заполнить собственной продукцией. Сейчас доля журнальной продукции ИПК Беларуси составляет менее 30%.

Номенклатура выпускаемой журнальной продукции охватывает все основные виды журналов [4]. По количеству наименований доминируют производственно-практические (42,9%), популярные (15,0%) и научные (11,3%) журналы. В наименьшем количестве представлены литературно-художественные (6,9%), научно-популярные (6,5%) и рекламные (6,5%) журналы.

Сложившееся распределение объясняется статусом учредителей изданий. Учредителями производственно-практических журналов являются министерства, ведомства и большие производственные объе-

динения. Возможности роста этого сектора журнального рынка практически можно считать исчерпанными.

Большинство популярных журналов издается на коммерческой основе. Учредителями этих журналов выступают, как правило, негосударственные рыночные структуры. Сложившаяся в настоящее время доля этих изданий является недостаточной и должна быть увеличена, по меньшей мере, в два раза.

Научные журналы входят в тройку лидеров рынка (по наименованиям). Они представлены в заметной степени во многом благодаря усилиям научных учреждений и высших учебных заведений. Проблемами данного сектора рынка является то, что охвачена еще далеко не вся номенклатура основных научных специальностей развивающихся в Беларуси, нуждается в существенном повышении уровня издательско-полиграфического исполнения журналов, практически отсутствует система их распространения, учитывающая специфику рынка.

Что касается литературно-художественных изданий, то их доля на рынке явно недостаточна. Здесь следует отметить, что 30% учредителей таких изданий – общественные объединения, и примерно равные доли у государственных учреждений, редакций газет и индивидуальных предпринимателей.

Заметное увеличение выпуска научно-популярных изданий в современных экономических условиях мало вероятно.

Низкая доля рекламных изданий свидетельствует о недостаточном развитии рекламного рынка. Хотя в целом это достаточно сложный вопрос, имеющий много аспектов – законодательный, экономический, организационный и т. д.

По территориальному признаку выпуск журналов характеризуется следующим образом: доля г. Минска в общем объеме составляет 89%, на регионы приходятся оставшиеся 11%. Второе место после г. Минска занимает Гродненская область, на нее приходится 4% выпускаемых журналов. Вместе с тем Витебская область издает лишь 1 журнал, по 4 журнала зарегистрировано в Гомельской и Могилевской областях, что явно недостаточно.

Средний тираж одного номера журнала в 1993 году составлял 49 тысяч экземпляров. В дальнейшем он значительно снизился и в последние годы стабилизировался на значении 7–8 тысяч экземпляров. Годовой тираж, начиная с 1990 года по 1996 год, снижался ежегодно на 21% и достиг значения 9489 тысяч экземпляров. В последующие годы началось его возрастание в среднем на 12% в год, но оно достигается главным образом за счет роста количества наименований журналов. Темпы роста наименований за последние пять лет составляют в среднем 9%.

Возникает закономерный вопрос о емкости журнального рынка Беларуси. Как уже указывалось сложившаяся территориальная и особенно тематическая структура журналов далеко не полностью перекрывает потребности читателей и подписчиков. Оценки по модели потребности основных категорий читателей тематической структуры показывают, что количество наименований журналов необходимо увеличить до 1200 (в 3,7 раза), количество выпускаемых номеров до 6876 (в 2,7 раза), годовой тираж до 54833 тысяч экземпляров (в 3,0 раза). Это даст возможность поднять значение среднего тиража на 1 тысячу жителей до 5539 экземпляров (в 3,0 раза).

Рассмотрим, какова полиграфическая база для печатания журналов, в какой мере она может обеспечить перспективные потребности журнального рынка.

В настоящее время право печатать журналы имеют 173 типографии. Сведения о выданных лицензиях на полиграфическую деятельность позволяют наблюдать следующую динамику. Доля полиграфических предприятий государственной формы собственности составлявшая в 1998 году 75% уменьшилась к 2001 году до 34%, затем она увеличилась, и в настоящее время составляет 57%. Динамика у типографий негосударственной формы собственности была прямо противоположной. В настоящее время их доля составляет соответственно 43%.

В территориальной структуре журнального производства доминирует г. Минск. Начиная с 1998 года, его доля даже возросла с 75% до 85% в 2001 году. Однако затем она снизилась и в 2003 году составила 62%. Из оставшихся 38% на Гомельскую область приходится 11%, на Брестскую – 8%, по 6% приходится на Минскую и Витебскую области. Совершенно незначительна доля Гродненской (4%) и Могилевской (3%) областей.

Журнальная продукция, как продукция высокого качества, предъявляет повышенные требования к технологии и организации производства. Важным индикатором в этом плане является средняя красочность печатной продукции. По имеющимся данным средняя красочность книжно-журнальной продукции в Беларуси достигла в последние годы значения 1,6 [4]. Однако для большинства журналов средняя красочность должна иметь значение близкое к 3,0.

В условиях региональных типографий сложно обеспечить требуемое качество печати журналов. Однако тенденция такова, что по мере перехода к рыночным условиям полиграфические предприятия всех форм собственности вынуждены будут решать вопросы повышения качества печатной продукции. Это одно из необходимых условий выживания в конкурентной среде.

По мере повышения уровня региональной полиграфии должна быть приведена в соответствие и территориальная структура зарегистрированных журналов. Как уже указывалось на г. Минск приходится 89% зарегистрированных журналов, а его доля в журнальном производстве составляет 62%.

Выравнивание ситуации должно происходить за счет создания новых журналов в регионах. Трехкратный рост их количества, о котором говорилось выше, должен произойти во многом за счет регионов. Наблюдаемая в мировом издательском деле тенденция такова, что наиболее успешными являются именно региональные издания, которые приближены к читателю. Они лучше чувствуют местную специфику, поскольку по сути дела живут с читателем одинаковой жизнью.

В настоящее время в регионах начался процесс создания полиграфических мощностей удовлетворяющих требованиям журнального производства. Перспективными в этом плане являются свободные экономические зоны. Перевод полиграфических предприятий на качественно новый уровень технологии связан со значительными капитальными вложениями. Решением проблемы является привлечение инвестиций как внутренних, так и внешних. В настоящее время данной проблематике уделяется достаточно много внимания на всех уровнях государственного управления. Вместе с тем объективно нужно признать, что применительно к ИПК она разработана пока лишь на уровне постановки задач.

Литература

1. Ничипорович С.А., Кулак М.И., Неверов А.В. Управление издательско-полиграфическим комплексом: организационно-экономические аспекты. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
2. Жарина О.А. Структура рынка белорусских журналов // Труды БГТУ. Экономика и управление. – Мн.: БГТУ, 2001. – вып. 9. – С. 68-72.
3. Друк Беларусі, 2002: Стат. зб. / Нац. кн. палата Беларусі; Склад. Т.Р. Рабушка. – Мн.: НКП Беларусі, 2003. – 89 с.
4. Воробьев В.П. Система СМИ Беларусии. – Мн.: Изд. центр БГУ, 2002. – 252 с.