**Приложение 1.**

**Мониторинг рынка труда в печатной индустрии России 2019**

 Мониторинг рынка труда печатной индустрии проводился Советом по профессиональным квалификациям в области издательского дела, полиграфического производства и распространения печатной продукции в январе - марте 2019 года по трем областям: издательской деятельности, книгораспространению и полиграфическому производству. Анкеты содержали вопросы, касающихся изменений в структуре организаций и численности персонала за последние 1,5 – 2 года, востребованности отдельных категорий сотрудников, организации работы по подбору кадров, перспективным профессиям, которые могу появиться в перспективе.

 Анкеты были разосланы организациям и предприятиям различных форм собственности и сегментов бизнеса, работающим во многих субъектах Российской Федерации.

 **Издательская деятельность**

 В Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности издательская деятельность отнесена к классу ОКВЭД 58 «Деятельность издательская». Формирование рынка труда издательской сферы происходит под влиянием как общих для страны, так и специфических для издательской деятельности условий и факторов, оказывающих в их взаимосвязи и взаимодействии воздействие на современные тенденции и условия работы предприятий и организаций. Эти факторы и условия различаются по своему характеру, степени и направлениям воздействия.

 Только 20% издательств, из почти 6 тысяч, которые прислали обязательный бесплатный экземпляр изданий в Российскую книжную палату, ведут относительно активную издательскую деятельность и выпускают более 1 книги в месяц. Это обусловлено разделением издательств на работающих на рынке на основе коммерческих принципов и издательства, которые выпускают продукцию только за счет средств заказчиков.

Российские издательства выпустили в 2018 году, согласно данным Российской книжной палаты (<http://www.bookchamber.ru/statistics.html>):

- 116 915 наименований книг и брошюр совокупным тиражом 432,3 млн. экз.;

- 7678 наименований журналов, сборников, бюллетеней общим тиражом 1055221.0 тыс. экз.;

- 8984 наименований газет общим тиражом 6069285.1 тыс. экз.;

- другую печатную продукцию: изоиздания, нотные издания и др.

По сравнению с 2017 годом число выпущенных названий книг и брошюр снизилось на 0,4%, а их совокупный тираж — на 8,3%. Совокупный тираж оказался наименьшим за последнее десятилетие. За период 2008–2018 гг. число выпущенных наименований книг и брошюр в стране снизилось на 5,2%, а их совокупный тираж сократился на 43,1%. Ещё один минимум 2018 г. — показатель числа выпущенных экземпляров книг и брошюр в расчёте на душу населения. По отношению к 2017 г. он снизился на 7,8%, а в сравнении с 2008-м сократился почти на 45%. Издательская деятельность входит в число аутсайдеров по вкладу в прирост ВВП в 2018 году. Доля издательской деятельности в ВВП составляет по данным Института «Центр развития» НИУ «Высшая школа экономики» всего 0,08% (<https://dcenter.hse.ru/>).

 В мониторинге в области издательской деятельности приняли участие организации и предприятия различных организационно-правовых форм собственности из 19 регионов России. В их числе: общества с ограниченной ответственностью – 44,8%, государственные унитарные предприятия – 6,2%, издательства высших учебных заведений – 26,6%, индивидуальные предприниматели – 4,7%. Подавляющее большинство организаций отнесли себя к малому бизнесу - 60,9%. Соответственно крупные издательские структуры составили 11%, а организации среднего бизнеса – 28,1%. Направление специализации издательских организаций: 28,1% **-** универсальные издательства; 25,0% - специализированные издательства; 18,8% **-** издательские группы. Если сравнивать с итогами мониторинга, проведенного в 2017 году, то можно отметить, что состав организаций по формам собственности, специализации и отнесению к группам по величине бизнеса практически не изменился.

 На вопрос о произошедших в последний год изменениях в структуре и численности персонала 37,5% организаций ответили, что структура и численность не изменилась. Оптимизация численности персонала произошла в 31,3% организаций, а сокращение персонала в 25% из числа заполнивших анкеты. Эти показатели указывают на стабилизацию издательской деятельности, так как в 2017 году мониторинг показал, что в 2016 году сократили свой персонал 47,8% проанкетированных организаций и предприятий. При этом в 2017 году только 2,2% организаций показали рост численности персонала благодаря развитию (показатель в 2019 году - 7,8%).

Наиболее востребованные категории персонала, в которых нуждается сегодня издательский бизнес, согласно полученным ответам:

 - управленческий персонал: редакционно-издательского и технологического направлений - 35,9%;

 - специалисты: редакторы - 43,8%, художественные редакторы, дизайнеры - 26,6%, IT–специалисты - 23,4%.

 Если сравнить эти показатели с итогами мониторинга 2017 года, то можно отметить, что произошло некоторое снижение востребованности этих категорий специалистов по сравнению с показателями мониторинга 2017 года.

 При этом почти 75% опрошенных организаций считают необходимым наличие для издательского персонала специального образования. Большинство организаций использует несколько способов комплектования кадрами. 46,9% из них осуществляют подбор персонала с помощью личных контактов. С привлечением профильных учебных заведений комплектование кадрами обеспечивают 25,0% организаций, часто соискатели рабочих мест находят организацию самостоятельно - 23,4%, а кадровые агентства привлекают 17,2% издательских структур. Сложности с комплектованием кадров отмечают 45,3% организаций. По мнению 36,0% респондентов сложности связаны с отсутствием специалистов на рынке труда, а договора с «поставщиками» профессиональных кадров (кадровым агентством, вузом и т.п.) имеют лишь 4,7% организаций из числа заполнивших анкету. Перечисленные показатели практически не отличаются от результатов мониторинга 2017 года.

 О том, что в издательском деле ощущается нехватка профессиональных кадров, говорят и сервисы «Яндекс. Работа» (<https://rabota.yandex.ru/>), а также «HeadHunter» (<https://hh.ru/>), «Суперджоб» (<https://www.superjob.ru/>) и др. Так, вакансий с предложением работы редактором в России (главный редактор, выпускающий редактор, редактор интернет-сайта, редактор-переводчик, редактор технический и другие варианты) на сервисе «Яндекс. Работа» насчитывается более 1 тысячи предложений.

 Издательская сфера использует различные способы обеспечения роста профессионального мастерства сотрудников. Внутрифирменное обучение персонала реализуют 56,3% опрошенных организаций. Повышение квалификации с привлечением сторонних организаций используют 31,3% опрошенных. При этом, в более половины организаций и предприятий имеются более 50% работающих с профильным профессиональным образованием. Как видим, организации и предприятия стремятся в большинстве случаев использовать для роста кадров, как и два года назад, внутрифирменное обучение, повышение квалификации. Подготовку, переподготовку на базе профильных учебных заведений использовали в 2018 году немногим более 25% организаций и предприятий (в 2016 году – 15,2%).

 Вместе с тем следует отметить и несоответствие количественной подготовки кадров потребностям издательской сферы. План приема на бюджетные места на обучение (бакалавриат) по укрупненной группе специальностей и направлений подготовки 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» на 2018/19 учебный год» составит 3488 мест, в том числе 2265 очных\*. В укрупненную группу входят при этом следующие направления (помимо «Издательского дела»): «Реклама и связи с общественностью», «Журналистика», «Телевидение» и «Медиакоммуникации». Прием, например, на бюджетные места по направлению «Издательское дело» (бакалавриат) в Московский политехнический университет, в состав которого вошел Московский университет печати имени Ивана Федорова, составляет 12 человек. При этом на платную форму обучения в этом вузе прием существенно выше: 40 человек на очную форму и 50 человек на очно-заочную.

Весьма разнообразны внесенные в анкеты предложения по профессиям, которые могут появиться на рынке труда в перспективе. Необходимо отметить, что перечень предлагаемых новых профессий значительно расширился по сравнению с итогами мониторинга 2017 года. Их можно сгруппировать в три направления: IT–специалисты, редакторы с ориентацией на процессы цифровых технологий, менеджеры по продвижению изданий с применением цифровых технологий.

**Книгораспространение**

В Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности книжная торговля отнесена к классу ОКВЭД 47: 47.6 «Торговля розничная товарами культурно-развлекательного назначения в специализированных магазинах», в том числе, такими как, книги, газеты и канцелярские товары, а также 47.7 «Торговля розничная прочими товарами в специализированных магазинах», в том числе такими как букинистические книги. Книгораспространение, как и издательское дело, представляют собой систему способов, процессов, средств, методов и приемов профессиональной деятельности, направленных на познание и организацию рационального функционирования книги в обществе. Специалисты считают, что назначение книгораспространения заключается в обеспечении связи между автором, издателем интеллектуального произведения и потребителем. Система книгораспространения обеспечивает возмещение затрат и получение прибыли всеми субъектами книжного дела.

Современный книжный рынок России имеет ряд особенностей. Книжная торговля характеризуется постоянным обновлением и широтой книжного ассортимента, включая не только новые издания, но и произведения, созданные ранее (вторичный рынок, букинистический рынок). Рынок книг имеет региональные различия, отражающие степень доступности территорий для поставки на них книг. На книжный рынок влияет также различия регионов по платежной способности населения, сезонность спроса и многое другое.

Общий объем товарооборота по всем анализируемым предприятиями книжной торговли, несмотря на некоторый спад в выпуске книг, в 2018 году вырос по сравнению с 2017 годом. Это произошло в основном за счет книготорговых сетей, в то время как, например, Московский Дом книги, «Молодая гвардия», «Ростовкнига», «Крымкнига» и ряд других организаций продали товара меньше предыдущего года.

 Количество книжных магазинов в России в последние годы сократилось. По данным Ассоциации книгораспространителей независимых государств на один книжный магазин в России в 2018 году приходилось 147 тыс. чел. (<http://www.sbo-paper.ru/news/archive_rus/42727/>) - доклад председателя Комиссии Общественной палаты РФ по развитию информационного сообщества, СМИ и массовых коммуникаций на слушаниях 12 марта 2019 года). Этот показатель значительно отличается в большую сторону от европейских стран.

Мониторинг в области книгораспространения, благодаря участию одного из самых крупных книготорговых объединений нашей страны – розничной сети «Читай - город - Буквоед», позволил получить данные практически из всех регионов России. В числе предприятий, от которых получены анкеты: общества с ограниченной ответственностью – 46,6%, акционерные общества - 20%, государственные унитарные предприятия – 6,7%, индивидуальные предприниматели – 13,3%. Среди полученных анкет: 40,0% от сетевых книготорговых структур и 60% от книжных магазинов. По сегментам бизнеса: крупный - 20%, средний – 53,3%, малый - 26,7%.

Оптимистична полученная информация о произошедших в последний год изменениях в структуре и численности персонала книжной торговли. Оптимизация численности персонала, перераспределение функций между работниками произошло в 66,7% книготорговых предприятий. 35,3% организаций ответили, что структура и численность не изменилась. Рост численности персонал отметили 13,3% книготорговых предприятий. На этот показатель влияет, в том числе, то, что объединенная книжная сеть «Читай - город — Буквоед», как сообщила газета «Коммерсантъ» (<https://www.kommersant.ru/doc/3786864>), планирует открыть 150 магазинов до 2020 года. С января 2018 года компания уже открыла 55 новых магазинов, до конца текущего года появятся еще около 30 точек. Сейчас сеть «Буквоед» насчитывает 141 магазин, «Читай - город» — 435.

 Это указывает на стабилизацию книжной торговли, в то время как в 2017 году мониторинг показал, что в 2016 году сократили свой персонал 22,8% проанкетированных организаций и предприятий книгораспространения. Также в 2017 году только 2,9% организаций отметили рост численности персонала.

 На вопрос о том, какие наиболее востребованные категории персонала, в которых нуждается книготорговый бизнес, 20,0% респондентовотметили потребность в персонале экономическо-управленческого направления. Потребность в продавцах книжных магазинов испытывают 46,6% опрошенных предприятий. В консультантах торговых залов испытывают потребность 33,3% респондентов. При этом 80,0% считают, что специалисты книжной торговли должны иметь профильное образование.

 Книготорговые предприятия используют различные способы комплектования кадрами. Сетевые организации и книжные магазины (46,6% респондентов) размещают, как и издательские организации, объявления о вакансиях на сервисах «Яндекс. Работа» (<https://rabota.yandex.ru/>) «HeadHunter» (<https://hh.ru/>), «Суперджоб» (<https://www.superjob.ru/>) и др. Крупные книготорговые организации размещают объявление о вакансиях на своих сайтах, как, например, «Московский дом книги» (<http://www.mdk-arbat.ru/vacancies>). При этом 26,7% книготорговых предприятий используют в том числе кадровые агентства. Лишь 13,3% книготорговых организаций комплектование кадрами осуществляют с привлечением профильных учебных заведений.Сложности в комплектовании кадрами отмечают 53,3% опрошенных, что связано с отсутствием специалистов на рынке труда (в 2017 году этот показатель составлял 77,1%). Недостаток соответствующих специалистов на рынке труда указан в анкетах 46,6% респондентов. При этом, основной формой инвестиций в персонал, наиболее приемлемой для книготорговых организации, является внутрифирменное обучение (86,7%). Этот показатель практически не изменился за время, прошедшее после мониторинга 2017 года. Полученные анкеты не содержат данных об использовании профильных учебных заведений в подготовке и переподготовке кадров. Таким образом, на книжном рынке на сегодняшний день существуют две основные тенденции привлечения персонала: политика «покупки кадров» и политика «создания кадров». Реальность диктует условия, при которых компании проще отобрать работника, который не требует переобучения и дополнительных вложений. Сложнее дело обстоит с развитием уже имеющегося, т.е. сложившегося персонала. Это обучение и переобучение, повышение уровня квалификации. Такая ситуация сложилась в последние годы в связи с тем, что в новых перечнях профессий и специальностей вузов и учебных заведений СПО отсутствуют направления, специальности и профессии, связанные с книгораспространеним.

Эта ситуация коренным образов отличается от практики европейских стран. Так, Биржевой союз немецкой книжной торговли, который курирует профессиональное обучение и повышение квалификации работников системы книгораспространения, определяет квалификационные требования к кадрам, содержание их подготовки, размещает информацию об имеющихся вакансиях в организациях и на предприятиях.

 Предложения, внесенные в анкеты мониторинга по профессиям, которые могут появиться в книжной торговле в перспективе, связаны, в первую очередь, **с** продвижением книг посредством веб-сайтов, социальных сетей и электронной рассылки, а также с цифровыми технологиями управления бизнесом

**Полиграфическое производство**

В Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности полиграфическое производство отнесено к классу ОКВЭД 18 –«Деятельность полиграфическая и копирование носителей информации». В течение последнего десятилетия печатная индустрия, как и вся экономика страны, испытывала периоды спада и подъема. После каждого кризисного события печатная индустрия всегда вступала в новый период своего развития, становясь более эффективной. В последние годы возросли масштабы модернизации производственных систем во многих типографиях и на предприятиях на основе технических инноваций, наметилась определенная стабильность в ведении полиграфического бизнеса.

Это, в первую очередь, связано с увеличением количества и развитием цифровых технологий в малых производствах. В настоящее время на полиграфическом рынке формируется новый сектор. Его развитие связано с постоянным ростом спроса на самую различную малотиражную и персонифицированную печатную продукцию, главным образом, в сферах книгоиздания, печатной рекламы, корпоративного (В2В) и потребительского (В2С) спроса. Более того, в последнее время это направление начало проявляться и в области производства печатной упаковочной и этикеточной продукции. Полиграфическая деятельность вполне успешно повышает свое значение в промышленной сфере экономики страны. Без использования полиграфических процессов и технологий уже практически не обходится ни одна отрасль народного хозяйства.

 Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по коду ОКВЭД 2 18 составил в 2018 году 298192 млн. рублей (2017 год – 255932 млн. руб.). Рост объемов продолжился и в первом квартале 2019 года. Так, если в январе объем составил 17081 млн. руб., то в марте - 21166 млн. руб. ([http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/industrial/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/industrial/)). Таким образом, прирост производства составил в 2018 году 13,3% по сравнению с 2017 годом, прирост числа рабочих мест 0,4% (по данным Института «Центр развития» НИУ ВШЭ - <https://dcenter.hse.ru/>).

 В мониторинге рынка труда полиграфического производства приняли участие предприятия и организации 21 субъекта Российской Федерации. В их числе полиграфические предприятия таких городов, как: Москва, Санкт-Петербург, Тверь, Ярославль, Екатеринбург и др. Анкеты направили предприятия различных организационно-правовых форм: общества с ограниченной ответственностью – 68,1%, государственные унитарные предприятия – 1,45%, автономные организации - 15,95%, полиграфические структуры высших учебных заведений - 7,25%. По масштабам производства разделение оказалось следующим: малые предприятия - 42,0%, средние - 30,4%, крупные - 27,6%.

 По специализации среди респондентов: универсальное производство - 39,1%, книжно – журнальное производство - 21,7%, газетное производство - 7,2% и др. Многие предприятия оказывают комплекс услуг в области офсетной и цифровой печати, допечатного и послепечатного производства, производят упаковочную и этикеточную продукцию.

 Практически во всех предприятиях, участвовавших в мониторинге, произошли изменения в структуре и численности персонала за последние 1,5 – 2 года. Сокращение численности персонала произвели 11,6% предприятий. Причиной сокращения персонала стало приведение штатной численности работников в соответствии с объемами производства. Оптимизацию численности, перераспределение функций между работниками компании провели 40,6% респондентов**.** Рост численности персонала зафиксировали 24,6% участников мониторинга. Он был связан с расширением производства, приобретением нового оборудования, занятием новых ниш в выпуске печатной продукции.

 Наиболее востребованные категории персонала, в которых, по мнению респондентов, нуждается полиграфическое производство, в категориях управленческого персонала: руководители технологических служб (отметили 23,2% опрошенных) и руководители служб по продажам (26,0%). Необходимо отметить, что опрос показал большую потребность в специалистах полиграфического производства. Так, потребность в технологах полиграфического производства подтвердили 40,6% респондентов, в специалистах по: оборудованию - 34,8%, по продажам - 33,3%, по управлению качеством - 20,3%, поIT–специалистам - 18,8%.

 Очень востребованы квалифицированные рабочие кадры: печатники – отметили 62,3% респондентов**,** операторы послепечатного оборудования - 42,0%, наладчики оборудования - 50,7%, операторы допечатного производства - 23,2%. Подавляющее большинство опрошенных отмечают потребность в кадрах с профильным образованием - 88,4% (вуз, колледж, училище).

 Полиграфические предприятия, как и их коллеги издательской сферы и книгораспространения, используют разнообразные способы комплектования кадрами. Так, 59,4% респондентов размещают объявления о вакансиях организации на сервисах «Яндекс. Работа» (<https://rabota.yandex.ru/>) «HeadHunter» (<https://hh.ru/>), «Суперджоб» (<https://www.superjob.ru/>) и др. Крупные предприятия используют для этого свои сайты. Привлекаются для поиска кадров собственные сотрудники на основе их знания коллег из других организаций (42,0%). Нередко соискатели рабочего места находят организацию без помощи рекламы. С участием профильных учебных заведений комплектуют свою структуру всего 13% опрошенных предприятий и организаций.

 Большинство опрошенных предприятий отмечает трудности с комплектованием кадров (47,8%), отсутствие соответствующих специалистов на рынке труда (53,6%). Только 21,7% респондентов отметили, что не имеют сложностей с комплектованием кадров. О том, что у предприятия есть «поставщик» профессиональных кадров (договор с кадровым агентством, вузом и т.п.) подтвердили 2,9% респондентов.

 В отмеченной выше ситуации предприятия вынуждены организовывать внутрифирменное обучение - 79,7%. По такому пути пошло, например, «Издательско-полиграфический комплекс Парето-Принт» (ООО «ИПК Парето-Принт») – г. Тверь. В 2016 году компания получила лицензию на образовательную деятельность и самостоятельно осуществляет профессиональную подготовку рабочих по двадцати профессиям полиграфического профиля, в том числе: наладчик полиграфического оборудования, оператор по изготовлению форм офсетной печати, оператор электронного набора и верстки, печатник плоской печати, машинист автоматической линии по изготовлению книг, машинист вкладочно-швейно-резального агрегата, машинист крышкоделательной машины, машинист фальцевальных машин, машинист швейных машин и автоматов, переплётчик и другие.

 Основная причина создания собственного Учебного центра – острейший дефицит квалифицированных рабочих кадров. Как пример, в течение последнего года предприятие вынуждено работать в режиме штатной неукомплектованности кадрами (постоянное количество вакансий более 40 единиц).

 На вопрос - «Какие профессии могут появиться/потребоваться на рынке труда в среднесрочной и долгосрочной перспективах» подавляющее большинство респондентов отметили специалистов цифровых технологий в области производства и управления.

 С 2016 года профессиональные стандарты являются обязательными к использованию во многих организациях. Одним из наиболее дискуссионных вопросов является порядок внедрения данных документов на предприятии. Ввиду того, что нормативы являются новшеством в отечественном законодательстве, процесс их внедрения остается не всегда однозначным. Проведенный мониторинг показал, что уже более 40% предприятий и организаций начинают использовать профессиональные стандарты для выстраивания кадровой политики.

**\*\*\***

В целом российская печатная индустрия движется в русле мировых тенденций. В этом можно убедиться, ознакомившись с данными доклада «Мировые тенденции в полиграфии», подготовленного организаторами выставки drupa – «Messe Düsseldorf» (ФРГ) с привлечением агентства «Printfuture» (Великобритания) и «Wissler & Partner» (Швейцария).

 Мировая полиграфия, как отмечается в докладе, находится в хорошей форме. Большинство глобальных показателей за последние пять лет выросли и, если в некоторых областях наблюдается ухудшение, то, как правило, это области, не связанные с печатью. В 2018 году 40% типографий назвали экономическое состояние своей компании «хорошим», а 13% – «плохим». Как видно из отчета, баланс «положительный + 27% – результат, полученный суммированием положительных и отрицательных ответов.

При этом, по регионам наблюдается сильный разброс. Наиболее успешна деятельность предприятий в Северной Америке. Европа и Австралия/Океания показывают хорошие результаты. Азия, Южная/Центральная Америка и Ближний Восток проявляют стабильность. Африка в отрицательной зоне.

Производители книжно – журнальной продукции, как правило, расширяют ассортимент предлагаемой продукции. Успех цифровой печати книг привел к увеличению объема цифровой печати «по требованию» и печати переменных данных.

Коммерческая печать\*\* предоставляется под различными видами печати, предлагаемыми компаниями. В коммерческой печати тиражи и время выполнения заказов неуклонно сокращаются, а количество заказов продолжает расти. В цифровой печати тиражи растут, как и количество заказов, а сроки их выполнения уменьшаются.

Исследование показало, что основными ограничениями роста для большинства типографий являются: «сильная конкуренция», «недостаточный спрос» и «недостаточная квалификация».

 «Недостаточная квалификация кадров» беспокоит всё больше количество предприятий. В Северной Америке это проблема № 1, в Азии – № 2.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\*) Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 января 2018 г. N 48 «Об утверждении общих объемов контрольных цифр приема по специальностям и направлениям подготовки и (или) укрупненным группам специальностей и направлений для обучения по образовательным программам высшего образования за счет бюджетных ассигнований Федерального бюджета на 2019/20 учебный год»

\*\*) Смысл термина «коммерческая печать» сильно варьируется в мире в зависимости от местных рыночных условий.