

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.
Ефективна економіка. 2022. № 11.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2022.11.28>

УДК 339.138

*Ю. Т. Савченко,
к. е. н., старший викладач кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2760-1757>*

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

*Yu. Savchenko,
PhD in Economics, Senior Lecturer of the Department of Marketing and Logistics,
Lviv Polytechnic National University Ukraine, Lviv*

THE STATE AND DEVELOPMENT TRENDS OF THE PRINTING SERVICES MARKET OF UKRAINE

Досліджено ринок поліграфічних послуг України в умовах пандемії та російської агресії. Зазначено основні фактори впливу на структурну зміну ринку поліграфічних послуг. Виділено сегменти ринку поліграфічних послуг України, а саме видавнича справа, комерційний друк, друк етикеток та на пакованні. Найбільше постраждав сегмент видавнича справа, а найменшого негативного впливу зазнав сегмент друку етикеток та на пакованні. Аналіз вторинної маркетингової інформації щодо розвитку українського ринку поліграфічних послуг дозволив виявити основні тенденції, які відкривають нові можливості для диверсифікації підприємств поліграфічного бізнесу. Виявлено,

що поліграфічним підприємствам важливо використовувати маркетингові стратегії зростання, враховуючи причини змін, тенденції та особливості кожного сегменту. Загалом, більшості підприємств, які працюють на ринку поліграфічних послуг України, доцільно диверсифікувати свою діяльність, використовуючи вертикальну та горизонтальну диверсифікацію. Реалізувати ці маркетингові стратегії зростання можливо при збалансованому забезпеченні таких параметрів як оперативність виконання замовлення, якість поліграфічної продукції, професіоналізм працівників поліграфічних підприємств, технічне оснащення цих підприємств, які набули важливого значення в сучасних умовах ведення поліграфічного бізнесу.

The modern market of printing services is ambiguous and multifaceted. On the one hand, the development of technologies, the appearance of new printing machines allow companies to provide better services. On the other hand, in the search for target customers, new products are created by operators, niche directions are developed, design trends change. The main consumers of printing services are manufacturers of food, industrial, pharmaceutical, cosmetic and alcoholic products. The market of printing services of Ukraine in the conditions of the pandemic and Russian aggression was studied. The main factors affecting the structural change of the printing services market are indicated. Such factors include the use of global information networks, changes in people's needs, interests, views, worldview, and the use of software in the printing process. Segments of the printing services market of Ukraine are highlighted, namely publishing, commercial printing, label and packaging printing. The publishing business segment was the most affected, while the label and packaging printing segment was the least negatively affected. The analysis of secondary marketing information regarding the development of the Ukrainian market of printing services made it possible to identify the main trends that open up new opportunities for the diversification of enterprises in the printing business. Digital printing is actively spreading, demand for packaging printing services and demand for non-standard printing products is growing. Non-standard printing products also include interesting post-press processing (lamination, congre, running, etc.). It was found that it is important for printing companies to use

marketing strategies for growth, taking into account the reasons for changes, trends and features of each segment. In general, most of the enterprises operating in the printing services market of Ukraine should diversify their activities using vertical and horizontal diversification. It is possible to implement these growth marketing strategies with a balanced provision of such parameters as speed of order fulfillment, quality of printing products, professionalism of employees of printing enterprises, technical equipment of these enterprises, which have become important in modern conditions of conducting printing business.

Ключові слова: *ринок поліграфічних послуг, цифровий друк, потреби споживачів, сегмент ринку, диверсифікація.*

Keywords: *market of printing services, digital printing, consumer needs, market segment, diversification.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасні реалії, в яких знаходяться український бізнес та населення нашої країни, показали важливе значення інформаційного забезпечення суспільства. Інформаційні потреби суспільства обслуговуються телебаченням, радіо, мережею Інтернет та поліграфічною галуззю. Поліграфічні послуги змінюються під впливом розвитку технологій, появи нових продуктів, трендів у дизайні, вимог до якості. Також для поліграфічної галузі характерним є таке відсоткове співвідношення: близько 70% становлять малі підприємства (кількість працівників до 20 осіб), 20% є середніми підприємствами (кількість працівників від 20 до 50 осіб) і 10% припадає на великі підприємства з кількістю працівників понад 50 осіб [3, с. 194]. У майбутньому відновлення української економіки відбуватиметься саме за рахунок малих і середніх підприємств, тому актуально проаналізувати стан та визначити перспективи розвитку ринку поліграфічних послуг України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується

означена стаття. Сфера поліграфічних послуг у сучасному світі займає одну з основних позицій серед ключових напрямів економічного розвитку країн. Особливості маркетингової діяльності підприємств, які надають поліграфічні послуги розглядав Григор'єв О.В. [3] та Підкамінь Л.Й. [7]. Григор'єв О.В. [3] досліджує особливості процесу оцінки стану рівня якості продукції, що випускається поліграфічним підприємством та його можливості перейти на випуск додаткових видів продукції, на які зростає попит. У [7] основна увага звертається на формування нового розуміння специфіки підприємницької діяльності на сучасному ринку видавничо-поліграфічних послуг. Проблеми ринку поліграфічних послуг України розглядали такі дослідники як Воржакова Ю.П., Амелькіна А.О. [2], Шабан К.С. [9] та ін. Важливо дослідити, які саме стратегії зростання доцільно використовувати поліграфічним підприємствам в сучасних умовах діяльності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). У статті поставлено завдання проаналізувати ринок поліграфічних послуг України в умовах пандемії та російської агресії, дослідити проблеми та визначити перспективи розвитку. Важливо дослідити, які маркетингові стратегії зростання доцільно використовувати підприємствам, які надають поліграфічні послуги, в сучасних умовах. Саме аналіз наукових публікацій виявив, що мало уваги приділяється маркетинговим стратегіям зростання, які були б актуальними для діяльності поліграфічних підприємств в непростих умовах українських реалій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток Industry 4.0 значно вплинув і на підприємства поліграфічної галузі. Це призвело до динамічності і непередбачуваності ринку, маркетингових ризиків, високої конкуренції. Споживачі більше почали використовувати електронні книги, традиційні джерела інформації поступилися онлайн ресурсам. Саме тому ринок поліграфічних послуг залежить від впровадження інновацій з врахуванням зміни пріоритетів.

Ринок поліграфічних послуг зазнав змін за останні десять років за рахунок [2]:

- розвитку комп'ютерних технологій;
- використання програмного забезпечення у поліграфічному процесі;
- розвитку технічних наук;
- масової комп'ютеризації всіх сфер життя;
- використання глобальних інформаційних мереж;
- зміни потреб, інтересів, поглядів, світогляду людей;
- зміни усталеної технології друку та ін.

На ринку поліграфічних послуг можна виділити такі сегменти як видавнича справа, комерційний друк та етикетка і пакування (рис. 1).

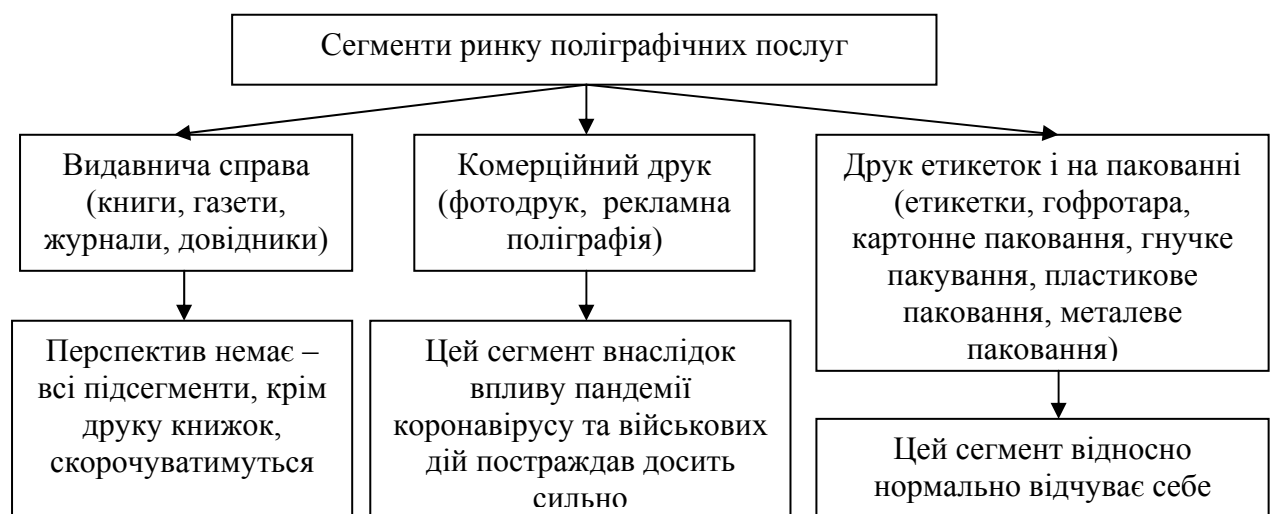


Рис. 1 Сегменти ринку поліграфічних послуг

Ринок поліграфічних послуг – це економічні відносини, що виникли між суб'єктами господарювання різних форм власності і видів під час процесу виконання поліграфічної діяльності і при наданні послуг, пов'язаних з нею [6, с. 51].

Для українського ринку поліграфічних послуг характерною є сезонність попиту. Влітку спостерігається мінімальна місткість ринку, а останній квартал року є найбільш завантаженим, оскільки масово надходять замовлення в друкарні на новорічну і корпоративну продукцію.

На ринку поліграфічних послуг в Україні склалися такі характерні для нього тенденції [1]:

- активно поширюється цифровий друк;

- все більше газет і журналів починають виходити тільки в електронному вигляді, що спричиняє зменшення обсягу замовлень на офлайн видання;
- обсяги рекламної поліграфії збільшуються;
- зростає попит на послуги друку на пакованні;
- зростає інтерес до так званої нестандартної поліграфії - ламінування, конгревне тиснення, биговка та ін.

Сучасний український ринок поліграфічних послуг характеризується неоднозначністю і багатогранністю. З одного боку, розвиваються технології та з'являється нове обладнання для друку, що дозволяє підприємствам реалізовувати кращі за якістю послуги. З іншого боку, шукаючи потенційних клієнтів, підприємства створюють нову поліграфічну продукцію, опрацьовують нішеві напрямки. Основним напрямки діяльності ще 10 років тому було виробництво книг, журналів, офісної поліграфії, то сьогодні перше місце посідають пакування і рекламна продукція. Поліграфічні послуги проникають і в інші сфери, друк використовується для дизайну інтер'єрів, декору. Популярності набуває друк на кераміці, текстилі, склі, електропристроях та ін.

Також вагоме значення має турбота про екологію та зовнішнє середовище. Багато підприємств-споживачів, вибираючи матеріал, на якому буде надрукована поліграфічна продукція, надають перевагу тому, який в подальшому можна безпечно переробити. Особливо це стосується пакування та відповідно друку на пакованні.

На ринок поліграфічних послуг значний вплив має збільшення частки e-commerce, тому що сприяє збільшенню цифрового друку на пакованні та етикетках. Дедалі більшої популярності набувають доставки товарів поштою, тому зростає попит на дизайн та друк пакування, адаптованого саме для цієї потреби.

Підприємства ринку поліграфічних послуг чутливі щодо розвитку економічних показників в Україні. Слід зазначити, що останнім часом спостерігається дефіцит кваліфікованого персоналу для поліграфічної галузі на ринку трудових ресурсів. На розвиток ринку поліграфічних послуг мають

вплив також платоспроможність і доходи населення (збільшення витрат на продукти, побутову техніку, косметику, харчування поза домом є наслідком зростання доходів населення, а це призводить до того, що зростає попит на рекламну і паковальну продукцію).

У грудні 2019 р. дослідницька компанія Smithers Pira випустила звіт «Майбутнє індустрії друку до 2024 р.» [6]. У травні 2020 р. компанія анонсувала оновлення до цього звіту, які враховували зміни ринкової ситуації, з якими стикнулася поліграфічна індустрія. У цьому звіті представлена візуалізація у вигляді графіків згідно оптимістичного, реалістичного та песимістичного сценаріїв розвитку ринку. Ці графіки відображають обсяги світового ринку поліграфічних послуг в грошовому еквіваленті та у відбитках А4. На цих графіках видно, що за умови зростання вартості світових ринків у грошах обсяги друку не зростають. У компанії це пояснюють тим, що певні обсяги друку мігрують з офсетного ринку у сегмент цифрового друку, де відбитки коштують дорожче. Більшість компаній цифрового друку в Україні спеціалізуються саме на комерційному друці. На жаль, в Україні цей сегмент поліграфії постраждав через тривалі жорсткі локдауни, обмеження роботи торговельних мереж, закладів громадського харчування, розвитку електронної торгівлі. Вагомий вплив має і війна.

Під час «ковідної» кризи руйнівного впливу не зазнала категорія невеликих підприємств поліграфічної галузі, тобто не відбулося критичне падіння обсягів (такі підприємства друкують близько 20-30 тис. А4/міс.). Малі підприємства загалом збільшили обсяги друку на 1 %, а от у великих компаній відбулося падіння обсягів на 10% [1].

Зменшення обсягів у великих компаній пояснюється тим, що вони між собою конкурують на ринку в ціновій сфері та пропонували дисконтні знижки під час ковіду та війни. Великі підприємства ринку поліграфічних послуг як правило співпрацюють із великими компаніями-споживачами, тому втрата навіть одного такого споживача критично впливає на їх обсяги надання поліграфічних послуг.

Якщо проаналізувати прогнози Smithers Pira на Україну, то найбільш відчутного впливу локдаунів зазнав сегмент комерційного друку, але значних втрат у сфері бізнесу не було.

Розглядаючи припущення, що економіці не потрібна поліграфія, з українським ринком поліграфічних послуг це припущення не має значного впливу. Це пояснюється тим, що в Україні вплив Інтернету є не настільки відчутним в порівнянні з Європою. Український бізнес все одно потребує рекламної поліграфії. Також в Україні під час виборів поліграфія офлайн відіграє важливу роль в комунікаціях між політиками та їх електоратом.

Але українським підприємцям на ринку поліграфічних послуг слід навчитись конкурувати не у ціновій сфері (занижуючи ціни і позбавляючи себе заробітку), а через диверсифікацію поліграфічних послуг. Потрібно конкурувати за сервісом, інвестуючи у відповідне обладнання. Саме такі українські підприємства мали переваги під час локдаунів. Тобто для поліграфічних підприємств України важливо розширювати асортимент поліграфічних послуг, тобто додавати такі як оздоблення, порізка, послуги щодо друку на пакованні та ін.

Основні учасники ринку поліграфічних послуг відображені на рис. 2.

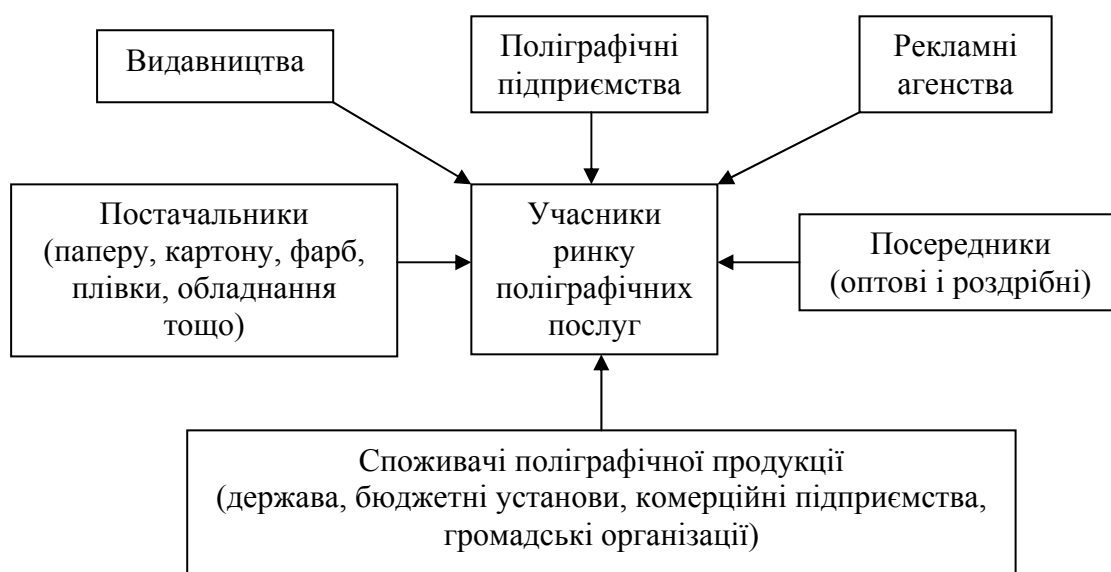


Рис. 2 Основні учасники ринку поліграфічних послуг

Джерело: [9, с. 51]

На рис. 3 відобразимо кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності, а саме 18.1 «Поліграфічна діяльність і надання пов'язаних із нею послуг» в Україні.

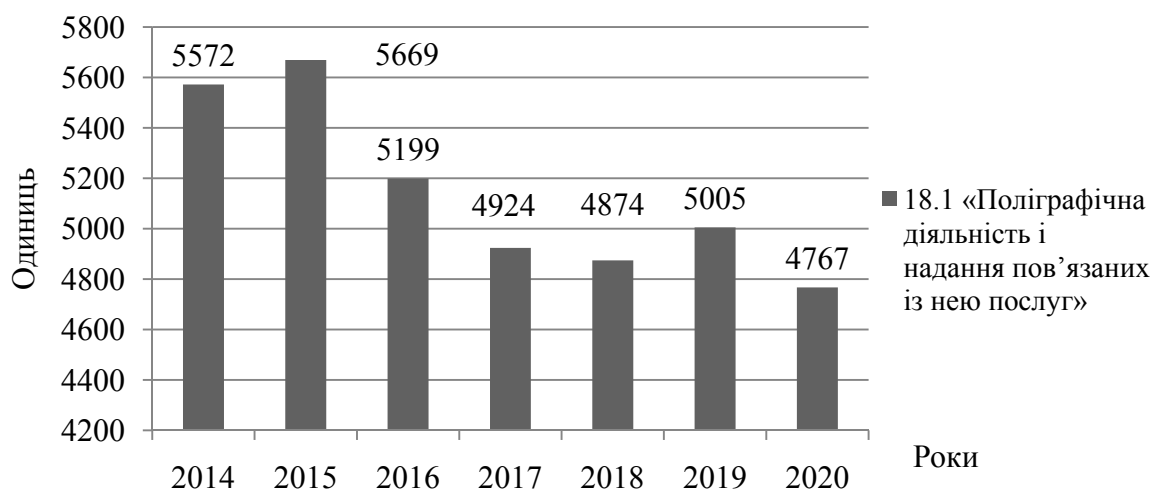


Рис. 3 Кількість підприємств за видами економічної діяльності в Україні за 2014-2020 роки.

Джерело: опрацьовано на основі [4]

Найбільша кількість підприємств, які надають поліграфічні послуги, була у 2015 році. Далі ми спостерігаємо динаміку зменшення кількості підприємств. У 2018 році кількість зменшилась на 795 одиниць порівняно з 2015 роком, а у 2020 році – на 902 одиниці менше порівняно з 2015 роком. У 2019 році бачимо збільшення суб'єктів господарювання на 131 одиницю порівняно з 2018 роком, а от причиною зменшення у 2020 році стала пандемія.

На рис. 4 відобразимо обсяг виробленої продукції за видами економічної діяльності, а саме 18.1 «Поліграфічна діяльність і надання пов'язаних із нею послуг». Слід зазначити, що для 2019 року відсутні дані по цьому показнику. Загалом, спостерігаємо протягом 2014-2018 років тенденцію до зростання обсягів виробленої продукції у грн. і це на фоні представленої вище інформації щодо зменшення кількості підприємств за цей період. У 2020 році обсяг виробленої продукції зменшився на 3,36% по відношенню до 2018 року, тобто на 608347,9 тис.грн., тобто не такий значний спад під впливом пандемії.

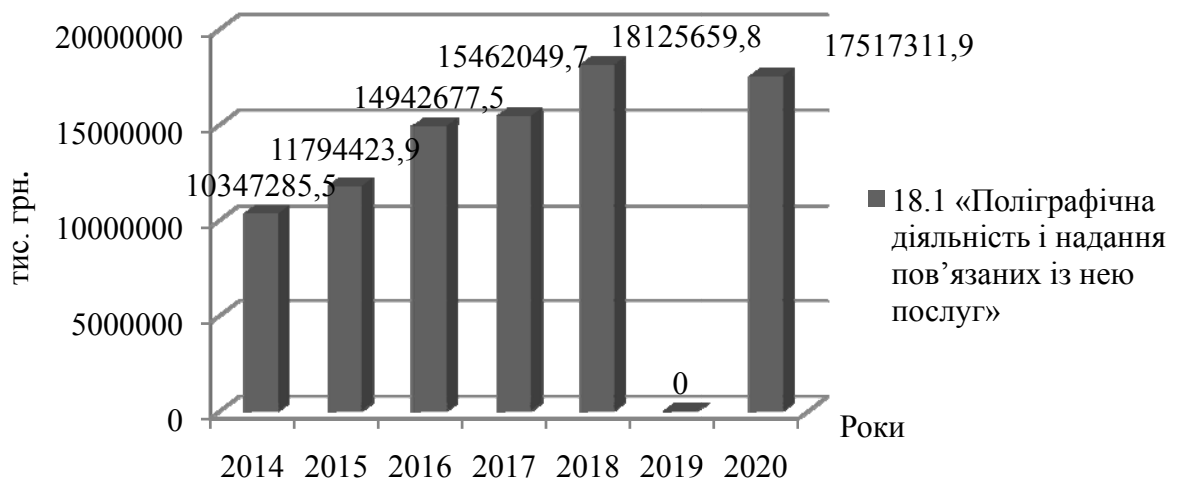


Рис. 4 Обсяг виробленої продукції за видами економічної діяльності в Україні у 2014-2020 роках

Джерело: опрацьовано на основі [5]

На рис. 5 відобразимо кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності, а саме 18.1 «Поліграфічна діяльність і надання пов'язаних із нею послуг» у Львівській області.

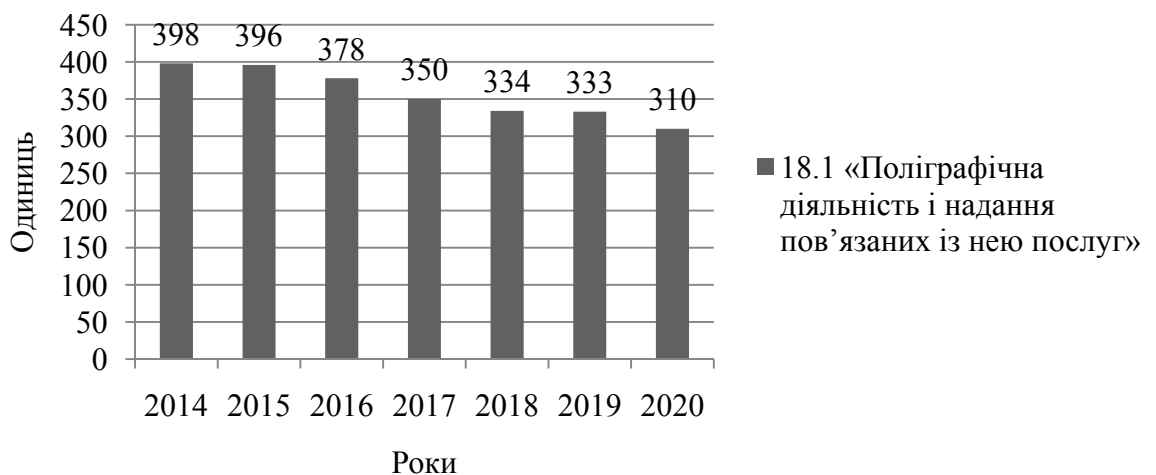


Рис. 5 Кількість підприємств за видами економічної діяльності у Львівській області за 2014-2020 роки.

Джерело: опрацьовано на основі [4]

Кількість підприємств за видами економічної діяльності (18.1 «Поліграфічна діяльність і надання пов'язаних із нею послуг») у Львівській області має тенденцію до зменшення протягом зазначеного періоду. У 2020 році стало на 88 підприємств, які надають поліграфічні послуги, менше ніж у 2014 році, тобто на 22,11%.

На рис. 6 відобразимо обсяг виробленої продукції за видами економічної діяльності, а саме 18.1 «Поліграфічна діяльність і надання пов'язаних із нею послуг» у Львівській області.

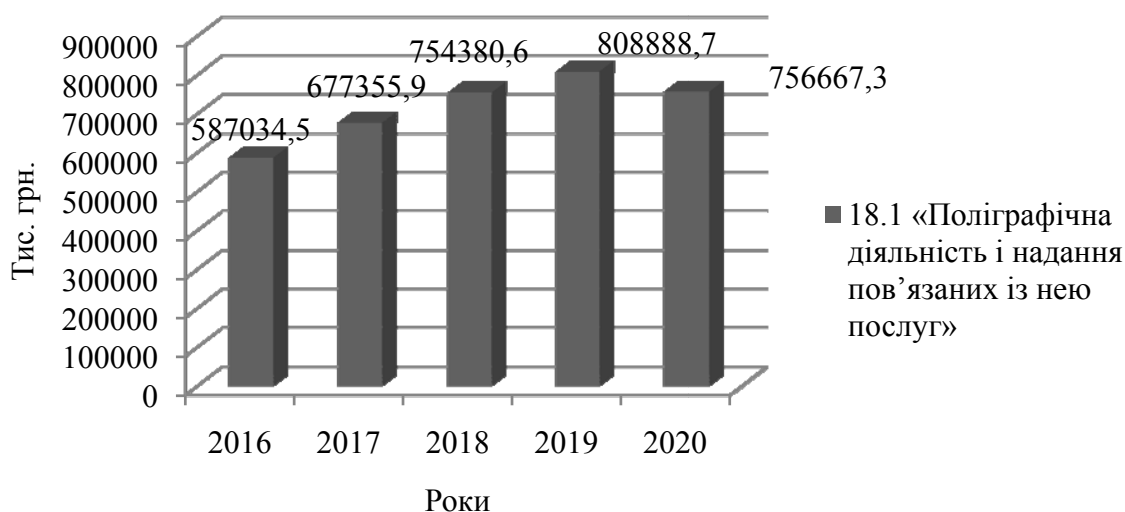


Рис. 6 Обсяг виробленої продукції за видами економічної діяльності у Львівській області у 2014-2020 роках

Джерело: опрацьовано на основі [5]

На фоні зменшення кількості господарюючих суб'єктів, обсяг наданих поліграфічних послуг має тенденцію до зростання з 2016 року до 2019 року (збільшення на 37,79%). У 2020 році спостерігається спад, пов'язаний із впливом пандемії, але цей спад знаходиться на рівні 2018 року і є незначним (зменшення на 6,46%). Таку динаміку можна пояснити збільшенням надання послуг цифрового друку, які є дорожчими по ціні.

Такі показники як швидкість та оперативність друку сприяють поширенню цифрового друку та зменшенню попиту на офсетний та флексографічний друк. У звіті Smithers «Майбутнє друку до 2030 року» говориться, що у 2015 році на

цифровий друк припадало 13,3% вартості світового ринку друку та 2,3% обсягу друку. Основна частка припадала на друк каталогів, книг та етикеток. До 2030 року сектор цифрового пакування значно зросте: частка цифрового друку становитиме 23,1% і на неї припадатиме 6,3% обсягу друку [8].

Цікавим є дослідження компанії Info Trends щодо впливу на споживачів поліграфічних послуг післядрукарського оздоблення (таблиця 1).

Таблиця 1. Вплив на споживачів поліграфічних послуг післядрукарського оздоблення

Питання	Варіант відповіді	Результат
<i>Через які причини Ви втратили клієнтів на етапі післядрукарської підготовки?</i>	Не має устаткування для оздоблення	54%
	Ціна	40%
	Зекономити час	32%
	Вимоги до оздоблення мали б бути скромнішими	20%
	Якість кінцевого продукту	9%
	Брак знань про можливості фінішної обробки	7%
	Ніколи не втрачали замовлень через вимоги фінішної обробки	11%

Джерело: опрацьовано на основі [6]

Дослідження стосувалось проблеми щодо впливу різних видів післядрукарського оздоблення на бажання споживачів платити більше. Результати дослідження показали, що 94% американських компаній та 88% європейських здійснюють післядрукарське оздоблення готової продукції. Щодо споживачів, то вони готові платити більше за оздоблення (більше 30%) але при цьому для них є також важливим час виконання замовлення. Українським підприємствам теж важливо розвиватись згідно потреб споживачів, тобто впроваджувати післядрукарське оздоблення в асортимент своїх поліграфічних послуг.

Як великі, так і малі поліграфічні підприємства прагнуть виділятися серед конкурентів, тому їм варто в асортимент своїх послуг впровадити саме цифрове оздоблення, яке є актуальним для сегменту комерційного друку. Популярністю користуються вибіркоче цифрове лакування, УФ-лакування з 3D-ефектами для

оздоблення цифрових та офсетних відбитків та інші техніки оздоблення. Це дозволяє збільшити вартість поліграфічної продукції та показати своїм клієнтам креативність поліграфічного підприємства. Комплексні складні післядрукарські операції, пов'язані з оздобленням поліграфічної продукції – це саме той напрямок, який слід розвивати і українським підприємствам, які надають поліграфічні послуги, навіть в умовах військової агресії. Однією з причин ефективності цифрового оздоблення може бути те, що пакування з оздобленням впливає на сприйняття вартості товару більш ніж на 46%. Окрім того, привабливість пакування з фольгуванням зростає у 2,5 раза у порівнянні зі звичайним друком [8].

Отже, ринок поліграфічних послуг України розвивається, хоча залежить від коливань різних галузей промисловості, тому підприємства, які діють на цьому ринку, повинні бути гнучкими і навчитись реагувати на зміни зовнішнього середовища. Важливо для підприємств створювати додаткову вартість своїх послуг за рахунок післядрукарського сервісу та оздоблювальних робіт.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Сучасний світ під впливом Industry 4.0 стрімко змінився. Поява нових технологій, обладнання, матеріалів, а також використання програмного забезпечення призвело до змін і в поліграфії. Рентабельними будуть саме сучасні високотехнологічні підприємства поліграфічної галузі, які можуть запропонувати споживачам високу якість поліграфічної продукції. Зміна потреб, інтересів, поглядів, світогляду людей, яким сприяли пандемія та війна в Україні, вплинули на ринок поліграфічних послуг. Було виділено такі сегменти як видавнича справа, комерційний друк та сегмент етикетки і пакування. Найбільш негативного впливу зазнав сегмент видавнича справа. Основною причиною було зростання популярності читання книг, журналів та газет в електронному вигляді. Пандемія та війна значно зменшили доходи населення України, тому люди витрачають кошти на більш нагальні потреби. Хоча

підсигмент книг у друкованому вигляді в умовах відключення електроенергії та відсутності можливості користуватись Інтернетом має шанс на те, що його обсяги не будуть зменшуватись. У сегменті комерційного друку (навіть під час пандемії і війни) розвивається рекламна поліграфія за рахунок нестандартних, креативних підходів, впровадження цифрового друку. Хоча карантинні обмеження та війна спричинили зменшення попиту на візитки, квитки, флаєри, буклети та деяку іншу рекламну продукцію, поліграфічні підприємства знаходять споживачів у тих галузях, які зазнали менших втрат, як, наприклад, фармацевтична галузь, харчова та ін. Найперспективнішим сьогодні залишається сегмент друку етикеток і на пакованні. Особливо це стосується електронної комерції. Українці віддають перевагу Prom, Rozetka, OLX. Онлайн продажі товарів та послуг за січень-листопад 2019 р. досягли 76 млрд. грн. та на 17% перевищили показники всього 2018 р. [3, с. 197]. Отже, ринок поліграфічних послуг України зазнає структурних змін, тому поліграфічним підприємствам важливо використовувати маркетингові стратегії зростання, враховуючи причини змін, тенденції та особливості кожного сегменту. Загалом, більшості підприємств, які працюють на ринку поліграфічних послуг України, доцільно диверсифікувати свою діяльність, використовуючи вертикальну та горизонтальну диверсифікацію. У сегменті друку етикеток та на пакованні для поліграфічних підприємств можуть бути актуальними саме маркетингові стратегії інтегративного зростання, адже все більше брендів підпадають під контроль одного власника, їх стратегії пакування, ймовірно, стануть консолідованими.

Важливе значення набули оперативність виконання замовлення, якість поліграфічної продукції, професіоналізм працівників поліграфічних підприємств, технічне оснащення цих підприємств (технологічність виробництва та програмне забезпечення). Підприємствам, які надають поліграфічні послуги, забезпечити усі ці параметри одночасно на високому рівні досить складно, тому доцільно їх збалансувати, орієнтуючись на потреби своїх цільових споживачів.

Перспективи подальших досліджень у даному напрямі пов'язані із дослідженнями стану, проблем і тенденцій розвитку сегментів ринку поліграфічних послуг на регіональному рівні та пошуку спільних і відмінних рис, які притаманні поліграфічним підприємствам при використанні маркетингових стратегій зростання.

Література

1. Аналіз ринку поліграфічних послуг України. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-poligraficheskikh-uslug-ukrainy-2020-god> (дата звернення 20.09.2022)
2. Воржакова Ю. П., Амелькіна А. О. Сучасний стан та перспективи розвитку видавничо-поліграфічної галузі України. *Економіка та держава*. 2019. № 12. С. 104–108. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.12.104. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2019/21.pdf (дата звернення 21.10.2022)
3. Григор'єв О.В. Оцінка стану поліграфічного підприємства та можливості випуску на ньому додаткових видів продукції. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології. Інновації: монографія. Харків, 2022. С. 185-210.
4. Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів у 2014-2020 роках. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 19.10.2022)
5. Обсяг реалізованої продукції за видами діяльності. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення 20.10.2022)
6. Перспективи ринку цифрового друку в Україні, оновлена серія ЦДМ для середніх друкарень та найдоступніше рішення для створення продукції з високою доданою вартістю. URL: <https://printus.com.ua/article/read/4458> (дата звернення 26.09.2022)
7. Підкамінь Л.Й. Елементи маркетингу та менеджменту видавничо-поліграфічної справи Навчальний посібник .2-ге видання, перероблене і доповнене. Чернівецький національний університет , 2021. 136с.

8. Прогнози розвитку галузі продуктивного друку у 2022 році. Бачення Konica Minolta. URL: <https://www.konicaminolta.ua/uk-ua/news/production-printing-prediction-2022> (дата звернення 06.11.2022)

9. Шабан К.С. Аналіз ринку поліграфічної продукції України. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rinku-poligrafichnoyi-produktsiyi-ukrayini/viewer> (дата звернення 25.10.2022)

References

1. Pro Capital Group (2020), “Analysis of the printing services market of Ukraine”, available at: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-poligraficheskikh-uslug-ukrainy-2020-god> (Accessed 20.09.2022).

2. Vorzhakova, Y. and Amelkyna, A. (2019), “Modern state and prospects of development of the publishing and printing industry of Ukraine”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 12, pp. 104-108. DOI: 10.32702/2306-6806.2019.12.104

3. Hryhor'iev, O.V. (2022), *Otsinka stanu polihrafichnoho pidpriemstva ta mozhlyvosti vypusku na n'omu dodatkovykh vydiv produktsii. Polihrafichni, mul'tymedijni ta web-tekhnologii. Innovatsii* [Assessment of the state of the printing enterprise and the possibility of its production of additional types of products. Printing, multimedia and web technologies. Innovations], Kharkiv, Ukraine, pp. 185-210.

4. State Statistics Service of Ukraine (2021), “The number of active business entities by type of economic activity by region in 2014-2020”, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 19.10.2022).

5. State Statistics Service of Ukraine (2021), “Volume of sold products by types of activity”, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (Accessed 20.10.2022).

6. printus.com.ua (2021), “Prospects of the digital printing market in Ukraine, an updated series of CDM for medium-sized printing houses and the most affordable solution for creating products with high added value”, available at: <https://printus.com.ua/article/read/4458> (Accessed 26.09.2022).

7. Pidkamin', L.J. (2021), Elementy marketynhu ta menedzhmentu vydavnycho-polihrafichnoi spravy [Elements of marketing and management of publishing and printing business], 2-d ed., Chernivets'kyj natsional'nyj universytet, Chernivtsi, Ukraine.

8. Konica Minolta (2022), “Forecasts for the development of the productive printing industry in 2022. Vision”, available at: <https://www.konicaminolta.ua/uk-ua/news/production-printing-prediction-2022> (Accessed 06.11.2022).

9. Shaban, K.S. (2018), “Analysis of the printing market of Ukraine”, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rinku-poligrafichnoyi-produktsiyi-ukrayini/viewer> (Accessed 25.10.2022).

Стаття надійшла до редакції 19.11.2022 р.