

ТИПОГРАФИЧЕСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН : ОСОБЕННОСТИ В ЭТОЙ ОТРАСЛИ

Джабборова Юлдуз Абдувалиевна

Джизакский политехнический институт, Ассистент кафедры «Экономика и менеджмент»

Хамзаева Висола Хамза кизи

Стентка группы 520-20 менеджмент

Аннотация: В данной статье рассматриваются Рыночная инфраструктура которая представляет собой совокупность организационно-правовых форм и субъектов рынка (издатели, предприятия оптовой и розничной торговли, ярмарки и т.п.), обеспечивающих функционирование рынка. Полиграфическое оборудование которое включает в себя допечатное оборудование, печатное оборудование для офсетной печати, печатное оборудование для цифровой печати, а также послепечатное оборудование.

Ключевые слова: издатели, предприятия оптовой, книжный рынок, производителей издавать книги, спрос и предложение, книжный рынок, библиография.

Как отрасль промышленности **полиграфия** – это совокупность полиграфических предприятий, оказывающих производственные услуги по изготовлению печатной продукции, удовлетворяющей духовной потребности населения и потребности других отраслей в продукции производственно-технического назначения.

Рынок изготавливаемой продукции можно условно разделить на 6 секторов:

Газетная продукция; Книжная продукция; Журнальная продукция; Рекламная продукция; Упаковочная продукция; Этикеточная продукция.

По данным Министерством макроэкономики и статистики полиграфических предприятий в стране 7355. Занято на этих предприятиях 207000 человек. Количество потребления бумаги на душу населения – 28 кг в год.

10 типографий с численностью более 1000 человек, абсолютное большинство типографий в Республике Узбекистан с численностью менее 20 человек.

Государству принадлежит 57 предприятий, остальные частным лицам. Они дают около половины объема продукции в натуральном выражении, в стоимостном – около 15 %.

По уровню специализации полиграфические предприятия делятся на следующие основные группы:

1. Универсальные предприятия (где ни один из видов продукции не занимает более 50% совокупного выпуска в натуральном выражении);
2. Профилированные предприятия (один из видов продукции занимает от 50 до 95 % совокупного выпуска в натуральном выражении);
3. Специализированные предприятия (один из видов продукции занимает от 95 до 98 % совокупного выпуска в натуральном выражении);
4. Моно продуктовые предприятия.

Факторы, влияющие на развитие полиграфической промышленности в Республике Узбекистан, включают в себя следующие.

Ассортимент продукции, работ, услуг, производимых полиграфическими организациями, весьма широк, что является главным фактором формирования сложной внутриотраслевой структуры.

Динамично развивающиеся потребности современного рынка в разнообразной печати продукции определяют темпы и масштабы развития полиграфического производства, Другим важным фактором преобразования отрасли является интенсивное развитие, современных информационных технологий.

Издательско-полиграфическая сфера деятельности имеет устойчивую инвестиционную привлекательность, что подтверждается динамикой инвестиций.

Региональные факторы

Внутрипроизводственные факторы

Основные внешнеэкономические связи полиграфической промышленности:

Поставка оборудования;

Поставка материалов (бумага, краска);

Трудовые мигранты.

Тенденции развития секторов рынка полиграфических работ: изготовление книг

Прогнозирование выпуска печатных изданий и соответственно объемов полиграфических работ основывается на:

- Главных показателей прогноза соц.-экономического развития Республики Узбекистан
- Ретроспективных данных о выпуске печатной продукции в стране
- Исследования отечественных и зарубежных ученых, публикациях в отраслевой прессе

При определении потенциальной емкости рынка *книжной продукции* помимо индивидуальных предпочтений отдельных покупателей учитывались объективные показатели: денежные доходы семьи, средневзвешенная розничная цена книжного издания, общий реальный годовой тираж.

Основные тенденции рынка *газетной продукции* обусловлены использованием газет в качестве мощного средства рекламы, прежде всего коммерческой, а также политической.

Постепенный перевод *журналов*, печатающихся за рубежом, на отечественную базу обеспечит высокие темпы роста этого сектора рынка полиграф работ.

Тенденции развития секторов рынка полиграфических работ: изготовление этикеточной и упаковочной продукции

Прогнозирование выпуска печатных изданий и соответственно объемов полиграфических работ основывается на:

- Главных показателей прогноза соц.-экономического развития Республики Узбекистан
- Ретроспективных данных о выпуске печатной продукции в стране
- Исследования отечественных и зарубежных ученых, публикациях в отраслевой прессе

Высокими темпами развивается рынок *этикеточной* продукции. Объем её производства постоянно увеличивается благодаря увеличению емкости потребительского рынка товаров практически всех отраслей национальной экономики страны.

Основные проблемы отрасли печати и их решения

Проблемы полиграфии.

Недостаточная загрузка мощностей.

Очень высокий износ основного технологического оборудования.

Отсутствие отечественного оборудования для своевременной замены уже изношенного.

Вынужденная закупка оборудования иностранного производства и связанных с этим оборудованием расходных материалов.

Территориальная диспропорция (недостаточное количество предприятий в регионах РФ и близкое к 100% освоенность рынков крупных городов).

Флорентийское соглашение.

Практически полное отсутствие поддержки отрасли печати со стороны государства (но есть льготный НДС).

Недостаток специалистов

Оптимальное размещение предприятий отрасли как один из факторов ее эффективного развития

Под размещением промышленности понимается распределение основных фондов, рабочей силы и производства продукции по экономическим районам страны.

Местонахождение полиграф предприятий во многом определяет их размер, профиль и производственные связи с другими предприятиями.

Размещение полиграф предприятий на тер-ии страны как материально технической базы отрасли должно соответствовать задачам экономического, социального и культурного развития регионов, с другой стороны- общим принципам размещения произв. Сил.

Основные принципы размещения:

1. Приближение к районам потребления печатной продукции, источникам сырья и квалифицированной рабочей силы
2. Равномерное размещение по всем экономическим районам РФ
3. Система децентрализованной печати
4. Обеспечение потребностей в издательской продукции всех групп населения, предприятий и организаций

Факторы размещения предприятий в отрасли печати:

1. Равномерность размещения по территории страны
2. Транспортный фактор (наличие необходимых дорог, транспортных коммуникаций)
3. Демографический фактор
4. Научно-технический прогресс

В заключении можно сказать что типография и издательская продукция нуждается в развитии, а также в она играет важную роль в современном мире, обеспечивая передачу информации, создание визуальных образов и продвижение продукции и услуг.

Список использованной литературы:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. - СПб.: ПитерКом, 2002. – 416 с.
2. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов/ Под общ. ред. Г.Л. Багиева – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЗАО «Изд-во «Экономика», 2001. – 356 с.
3. Вавилов С.С. Полиграфия в России. - М, 2005. - 144 с.
4. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху; Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. - М.: Интерэксперт, Экономика, 2000. - 344 с.
5. Atabaev, K., & Mamadaliev, N. (1981). Propagation of a one-dimensional plastic wave in a medium with linear and discontinuous unloadings. *Journal of Applied Mechanics and Technical Physics*, 22(3), 414-421.
6. Abdumajid, S. ., Kaxarovich, A. K. ., Abdumajidovich, S. B. ., & Ulugbek, S. . (2023). The Fundamentals of the Digital Economy in Figuring Out the Variables Influencing the Market Value of Residential Real Estate Objects. *International Journal of Business Diplomacy and Economy*, 2(5), 53–57. <https://doi.org/10.51699/ijbde.v2i5.1724>
7. Gulyamovich, K. H. ., Kahorovich, A. K. ., & Charshanbievich, K. U. . (2022). Impact of Installation Quality on Engineering Systems' Operational Behavior. *Web of Scholars: Multidimensional Research Journal*, 1(8), 248–251. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/MCUKH>
8. Джаббарова Ю.А. «Основные тенденции на рынке книжной продукции в Республике Узбекистан.» журнал том 3 номер 5 ст 36-40.
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=jrpYfYkAAAAJ&citation_for_view=jrpYfYkAAAAJ:qjMakFHDy7sC

