BRANŻA POLIGRAFICZNA A GOSPODARKA W POLSCE

Branża druku i convertingu jest jednym z liderów innowacji we współczesnej gospodarce. Dotyczy to zarówno technologii, jak i produktów reklamy, sposobów komunikacji, zarządzania informacją, bezpieczeństwa żywności, elementów logistyki oraz wielu innych obszarów. Jesteśmy świadkami całkowitej zmiany profilu potężnej gałęzi przemysłu, którego obrót w skali świata szacowany jest na bilion dolarów. Produkty, które poprzez wieki były wizytówką drukarstwa, takie jak książka, gazeta, czy czasopismo, zmieniły się, przyjmując formę cyfrową, docierając do rąk odbiorcy jako spersonalizowana kopia. Nie odgrywają już współcześnie dla branży tak istotnej roli, jak było to w przeszłości, bowiem ich miejsce zajęły na przykład opakowania, reklama wielkoformatowa, druk przemysłowy, dokumenty na poziomie zabezpieczeń czy druk 3D. W tych oraz wielu innych niewspomnianych tu obszarach ilość innowacji jest ogromna, a będzie z pewnością jeszcze większa. Biorąc za przykład klasyczną książkę, której wykonanie wymagało kiedyś (dla uzyskania akceptowalnej ceny) minimalnego druku nakładu 1000 egzemplarzy i maszyn wartych milion €. Obecnie maszyna cyfrowa pozwala na druk pojedynczego egzemplarzaa technologia advanced reality na „zaszycie" markera, który rozszyfrowany przez aplikację w telefonie komórkowym otworzy na ekranie przekaz w formie animacji lub filmu. Innym przykładem, niech będzie opakowaniowe folie z nadrukiem gwarantujące trwałość i bezpieczeństwo zawartości w temperaturach pomiędzy -30°C a +40°C. Obraz zecera przy linotypie został zastąpiony przez operatora wartej 3 miliony € cyfrowej maszyny Efi, a Polska, która na początku lat 90. importowała książki drukowane w Słowenii, stała się „drukarzem Europy", dostarczającym rozwiązań dla wielu innych gałęzi przemysłu.

Polskie Bractwo Kawalerów Gutenberga przygotowując ósmy raport „Rynek poligraficzny i opakowań z nadrukiem w Polsce" w 2018 roku, zaprezentowało całościowo branżę poligraficzną i jej wpływu na Polską gospodarkę.

Branża poligraficzna w Polsce z każdym rokiem systematycznie rośnie. Wartość produkcji sprzedanej od 2009 roku zwiększyła się o 5 mld PLN, osiągając 14,5 mld PLN w 2016 roku. Jednocześnie produkcja globalna w tym samym okresie urosła z poziomu 10,9 mld PLN do 16,0 mld PLN, z czego wartość dodana brutto stanowiła 6,4 mld PLN, a zużycie pośrednie produktów 9,7 mld PLN. Poprzez działalność firm poligraficznych, efekty pośrednie i indukowane branża poligraficzna przyczyniły się do wygenerowania w polskiej gospodarce 14,6 mld PLN produkcji globalnej, w tym 6,2 mld PLN wartości dodanej brutto. Ponadto, branża poligraficzna, w której pracowało w 2016 roku 53,2 tys. osób zarabiających łącznie netto 1 943,5 mln PLN, wpłynęła na stworzenie/utrzymanie kolejnych 52 tys. miejsc pracy, zapewniając całkowity dochód netto pracowników w wysokości 1 810,3 mln PLN. Z kolei z perspektywy budżetu państwa istotna jest wysokość wpływów podatkowych z danej gałęzi przemysłu. W tym obszarze, suma zapłaconych podatków i składek na ubezpieczenia społeczne, zarówno po stronie pracowników jak i pracodawców działających w sektorze poligraficznym wyniosła 1 441,7 mln PLN, a efekty pośrednie i indukowane przyczyniły się do zasilenia budżetu państwa i ZUS dodatkowymi 1 890,5 mln PLN.

Najsilniejsze efekty pośrednie zostały wygenerowane w przemyśle ciężkim, w branży drzewnej i papierniczej, skąd firmy są głównymi dostawcami produktów dla przedsiębiorstw poligraficznych), a następnie rolnictwo poprzez produkcję opakowań do żywności, podobnie jak ma to miejsce w branży kosmetycznej, chemicznej czy farmaceutycznej. W każdym z analizowanych obszarów przemysł ciężki odpowiadał za co najmniej 20% końcowych efektów pośrednich. Następne branże, gdzie efekty pośrednie okazały się istotne to usługi finansowe i profesjonalne, handel, a także pozostałe usługi. Z kolei najwyższe efekty indukowane wystąpiły w przemyśle lekkim (zasługa wydatków konsumpcyjnych na żywność i odzież) i pozostałych usługach (wpływ zakwalifikowania do tej kategorii wynajmu i dzierżawy).

Charakterystyka polskiego rynku poligraficznego

Szacowana liczba przedsiębiorstw poligraficznych, które prowadziły w Polsce w 2016 roku działalność to 8499 (spadek o 2,7% w stosunku do 2015 roku), z czego ponad 91% to mikroprzedsiębiorstwa[1]. Największy udział w wartości produkcji sprzedanej posiadały firmy średnie – w 2016 roku przedsiębiorstwa z tej kategorii sprzedały produkty za 4,8 mld PLN. Przedsiębiorstwa duże, których było tylko 15 sprzedały produkty o wartości tylko 0,5 mld PLN niższej.

Analizując główne wskaźniki ekonomiczne charakteryzujące polski rynek poligraficzny obserwujemy jego systematyczny wzrost. W 2009 roku wartość produkcji globalnej[2] wynosiła 10,9 mld PLN, a już siedem lat później wskaźnik ten urósł do 16,0 mld PLN (wzrost o 4,9% w stosunku do roku poprzedniego – 2015), z czego wartość dodana brutto[3] osiągnęła 6,4 mld PLN, a zużycie pośrednie[4] produktów 9,7 mld PLN. Należy zaznaczyć, że wartość dodana brutto stanowi 39,7% wartości produkcji, co w przypadku branż z obszaru przemysłu przetwórczego jest relatywnie wysokim udziałem (średni udział wartości dodanej brutto całego przemysłu przetwórczego w produkcji globalnej wyniósł 28,4% w 2016 roku). Przyjmując skumulowany roczny wskaźnik wzrostu (CAGR) z okresu 2009-2016, szacowana produkcja globalna w 2017 roku osiągnie 16,7 mld PLN, przy wartości dodanej brutto równej 6,7 mld PLN, co powinno stanowić około 0,4% wyniku całej polskiej gospodarki.

---

[1] Klasyfikacja przedsiębiorstw wg liczby zatrudnionych: mikro – do 9 zatrudnionych, małe - od 10 do 49 zatrudnionych, średnie – od 50 do 249 zatrudnionych, duże – powyżej 250 zatrudnionych

[2] Produkcja globalna, wg definicji GUS – ogół produktów wytworzonych w ciągu okresu księgowego; źródło: GUS, słownik pojęć - pojęcia stosowane w statystyce publicznej

[3] Wartość dodana brutto, wg definicji GUS – obliczana jako różnica między produkcją globalną i zużyciem pośrednim (strona produkcji) lub suma kosztów związanych z zatrudnieniem, amortyzacji środków trwałych, nadwyżki operacyjnej brutto/dochodu mieszanego brutto oraz pozostałych podatków pomniejszych o dotacje związane z produkcją (strona dochodowa); źródło: GUS, słownik pojęć - pojęcia stosowane w statystyce publicznej

[4] Zużycie pośrednie, wg definicji GUS – obejmuje wartość wyrobów i usług wykorzystanych jako nakłady w procesie produkcji, wyłączając środki trwałe, których zużycie jest rejestrowane jako amortyzacja środków trwałych. Wyroby i usługi są albo przekształcone, albo wykorzystane w procesie produkcji; źródło: GUS, słownik pojęć - pojęcia stosowane w statystyce publicznej

Podobnie jak produkcja globalna, wartość produkcji sprzedanej[5] przemysłu poligraficznego również stopniowo rośnie. Średnioroczne tempo wzrostu w okresie 2009-2016 wyniosło 6,3%. Warto dodać, że udział eksportu produktów poligraficznych w ogólnej wartości produkcji sprzedanej z każdym rokiem jest coraz większy. W 2009 roku eksport stanowił 14,8% całkowitej produkcji sprzedanej, z kolei w 2016 udział eksportu urósł do 21,7%, co potwierdza, że rynek zagraniczny jest coraz bardziej istotnym rynkiem zbytu dla polskich produktów poligraficznych.

Wpływ branży poligraficznej na polską gospodarkę

Na podstawie danych GUS[6], wykorzystując model przepływów międzygałęziowych (model Leontiefa), możemy oszacować wpływ branży poligraficznej na polską gospodarkę, poprzez efekt bezpośredni (generowany przez branżę), a także efekty pośrednie (generowane przez przedsiębiorstwa w innych sektorach) i efekty indukowane (jako wydatki konsumpcyjne osób zatrudnionych w firmach z branży poligraficznej i pozostałych branżach wchodzących w skład łańcucha produkcji badanej branży). Model przepływów międzygałęziowych szacuje całkowity wpływ ekonomiczny wydatków na gospodarkę, łącząc efekt bezpośredni sektora z pośrednimi i indukowany efektami gospodarczymi.

Efekty pośrednie definiujemy jako rezultat wygenerowany poprzez wydatki operacyjne danej branży w łańcuchu dostaw na terenie Polski, czyli zakup materiałów produkcyjnych i surowców oraz zakup usług od dostawców krajowych. Z kolei efekty indukowane to wynik wydatków konsumpcyjnych pracowników zatrudnionych w przedsiębiorstwach na wszystkich etapach produkcji, którzy poprzez swoje zakupy również przyczyniają się do generowania dodatkowej produkcji.

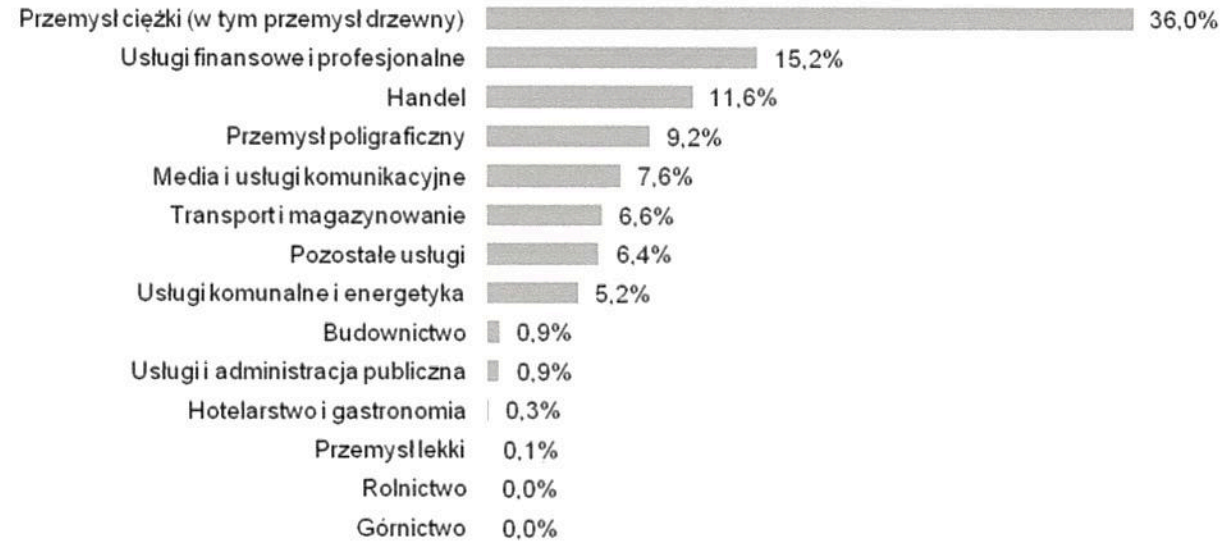
Firmy z sektora poligraficznego większość materiałów kupują od przedsiębiorstw działających w szeroko pojętym przemyśle ciężkim, z czego najwięcej od przedsiębiorstw z sektora drzewnego i papierniczego (około 29%).

---

[5] Produkcja sprzedana przemysłu, wg definicji GUS – wartość sprzedanych na zewnątrz przedsiębiorstw produktów; źródło: GUS, słownik pojęć - pojęcia stosowane w statystyce publicznej

[6] Według publikacji *Bilans przepływów międzygałęziowych*

Wydatki operacyjne przedsiębiorstw poligraficznych w podziale na branże[7]



Źródło: GUS

Branża poligraficzna wpływa na wiele branże, które odgrywają bardzo ważną rolę w rozwoju gospodarczym Polski. Pragniemy wskazać te najważniejsze i strategiczne:

- edukacyjną, pomimo nowych nośników ciągle są drukowane książki i pomoce naukowe, czasopisma dla dzieci i młodzieży

- ekologiczną, promowanie m.in. projektu Kartonove przez branżę poligraficzną, który zwraca uwagę na ochronę środowiska. Branża poligraficzna poprzez wprowadzanie optymalizację w procesie produkcji przyczynia się bezpośrednio do zużywania najbardziej ekologicznych materiałów do druku.

- opakowania spożywcze, które wymagają odpowiednich atestów bezpieczeństwa żywoś , bardzo ważny i wręcz strategiczny obszar do wspierania sprzedaży produktów rolnych

[7] Kategoria pozostałe usługi: usługi: wynajem i dzierżawa, weterynaryjne, związane z zatrudnieniem, organizatorów turystyki, detektywistyczne i ochroniarskie, związane z utrzymaniem porządku w obiektach, związane z administracyjną obsługą biura, kulturalne i rozrywkowe, bibliotek archiwów i muzeów, związane z grami i zakładami wzajemnymi, związane ze sportem, organizacji członkowskich, naprawy i konserwacji komputerów i artykułów użytku osobistego i domowego, pozostałe indywidualne, świadczone przez gospodarstwa domowe

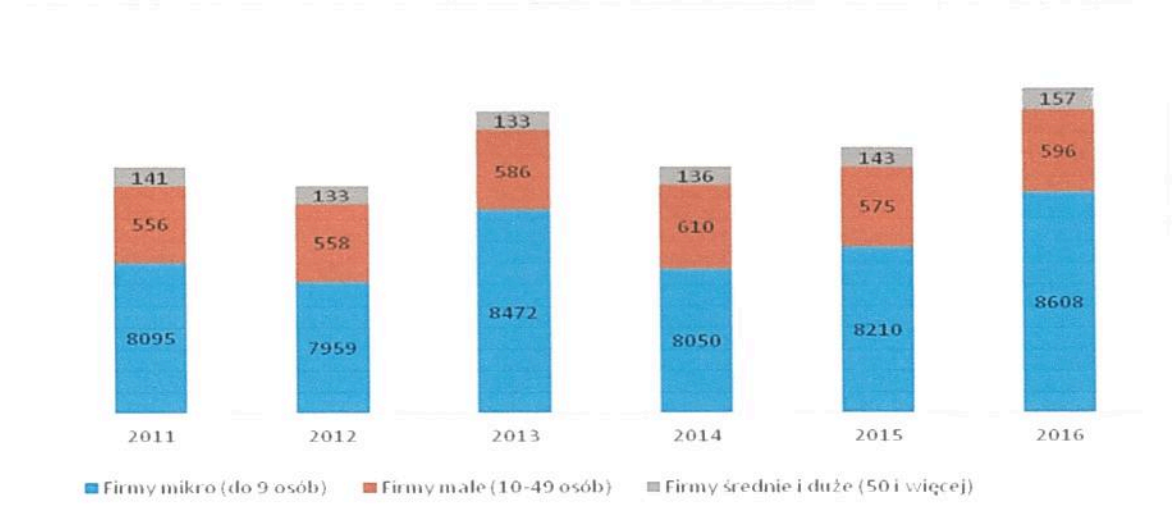
w Polce i na eksport. Dotychczasowa współpraca poligrafii ze środowiskiem sprzedawców produktów rolnych była minimalna jak widać w powyższym wykresie. W tym obszarze należy dostrzegać największe możliwości współpracy.

- poligrafia przynależy do jednej z najnowocześniejszych branż, m.in. poprzez upowszechnianie innowacyjności zarówno w procesie produkcji jak i zarządzaniu

Branża poligraficzna w Polsce

Sektor w liczbach

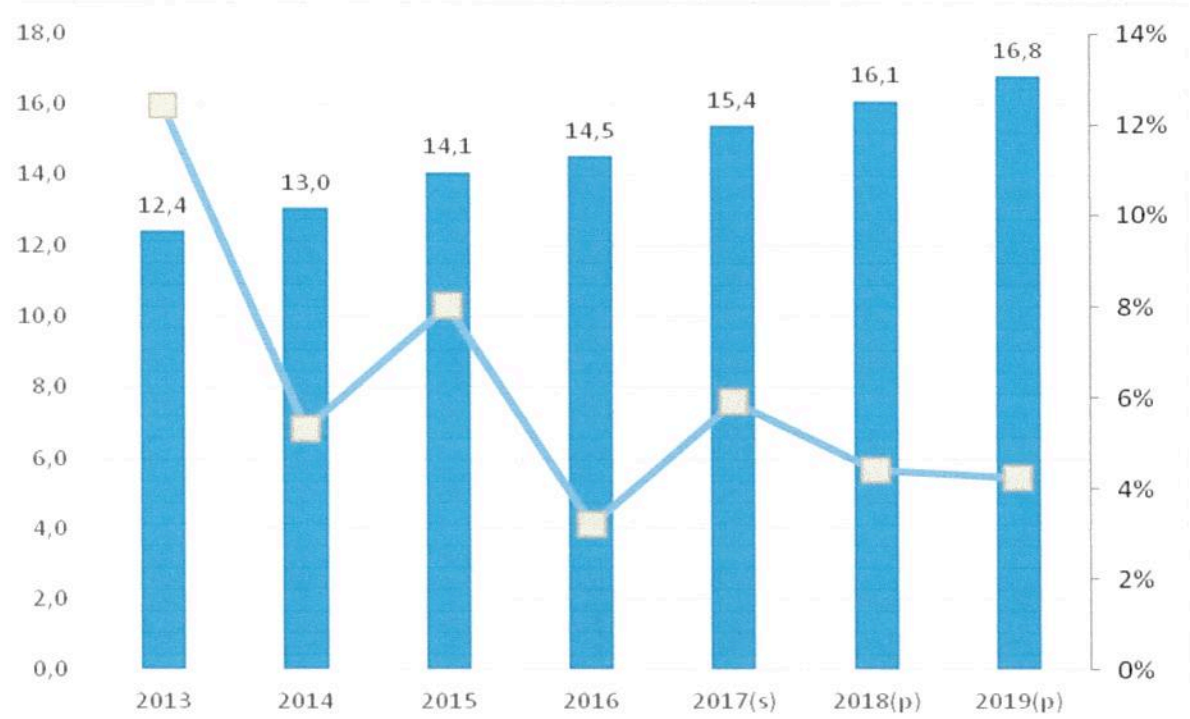
W 2016 r. w Polsce działało 9361 przedsiębiorstw poligraficznych. Mikrofirmy stanowiły 92% podmiotów w tej branży, co jest wynikiem procentowo niemal stałym na przestrzeni ostatnich lat. Małe przedsiębiorstwa, zatrudniające 10-49 pracowników, stanowią 6,4% wszystkich firm, natomiast średnie i duże firmy, które zatrudniają ponad 50 osób, odpowiadają za zaledwie 1,7% rynku poligraficznego w Polsce.



Wykres 1: Struktura sektora poligraficznego wg liczby zatrudnionych w latach 2011-2016 *(Źródło: GUS)*

Wzrost produkcji sprzedanej

Produkcja sprzedana całego sektora poligraficznego w Polsce w 2017 roku wzrosła o 5,9% r/r i wyniosła 15,4 mld zł. W krótkoterminowej perspektywie trend wzrostowy powinien się utrzymać – prognozowany poziom produkcji sprzedanej w 2018 r. wyniesie 16,1 mld zł, co oznaczałoby wzrost o 4,4% r/r.

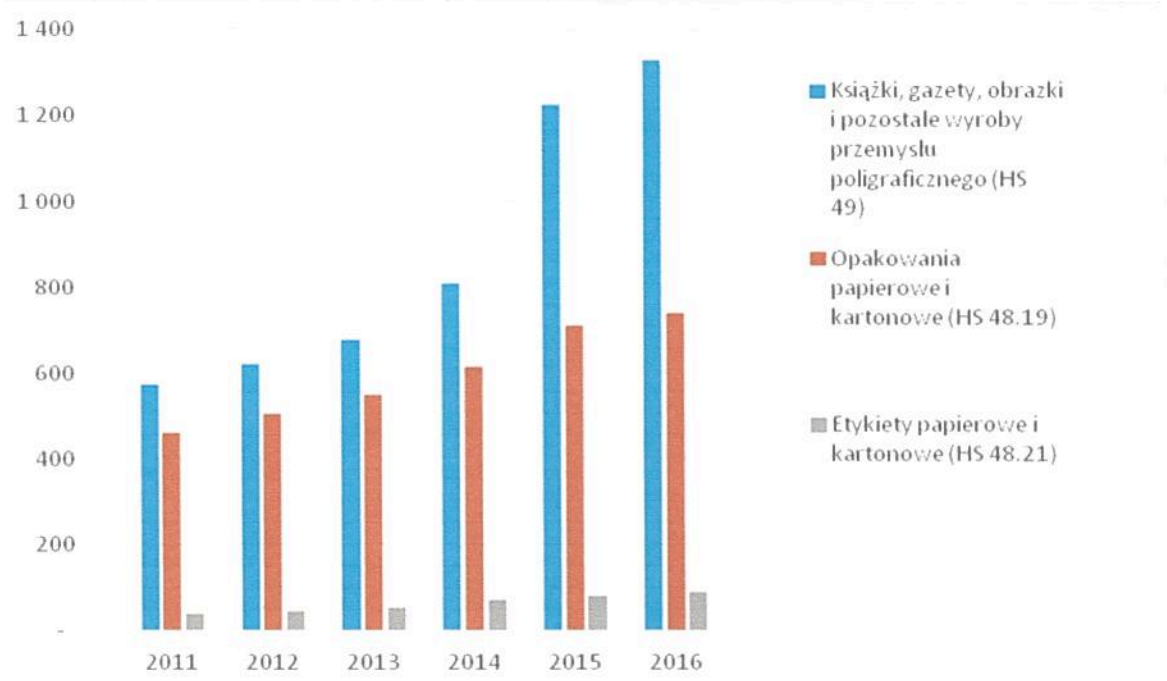


Wykres 2: Produkcja sprzedana sektora poligraficznego w Polsce* *(Źródło: GUS)*
**przez produkcję sprzedaną sektora poligraficznego rozumiemy produkcję sprzedaną firm zakwalifikowanych przed GUS do kategorii „poligrafia i reprodukcja zapisanych nośników informacji"*

Eksport

Ważną rolę w utrzymaniu tendencji wzrostowej odgrywa eksport, który pozostaje jednym z kluczowych czynników rozwoju przemysłu poligraficznego w Polsce. Wysoka jakość usług i produktów w połączeniu ze stosunkowo niskimi kosztami pracy pozwala polskim firmom poligraficznym skutecznie konkurować na rynku unijnym, a także poza nim.

Publikowane przez Eurostat dane pozwalają w przybliżeniu określić wartość eksportu w polskim przemyśle poligraficznym (kategorie stosowane przez Eurostat mogą częściowo obejmować produkty i usługi innych branż). W latach 2011-2016 całkowity eksport produktów przemysłu poligraficznego zwiększył się nominalnie o 114%, a sam rok 2016 przyniósł wzrost o 11,5% do poziomu 9,42 mld zł.



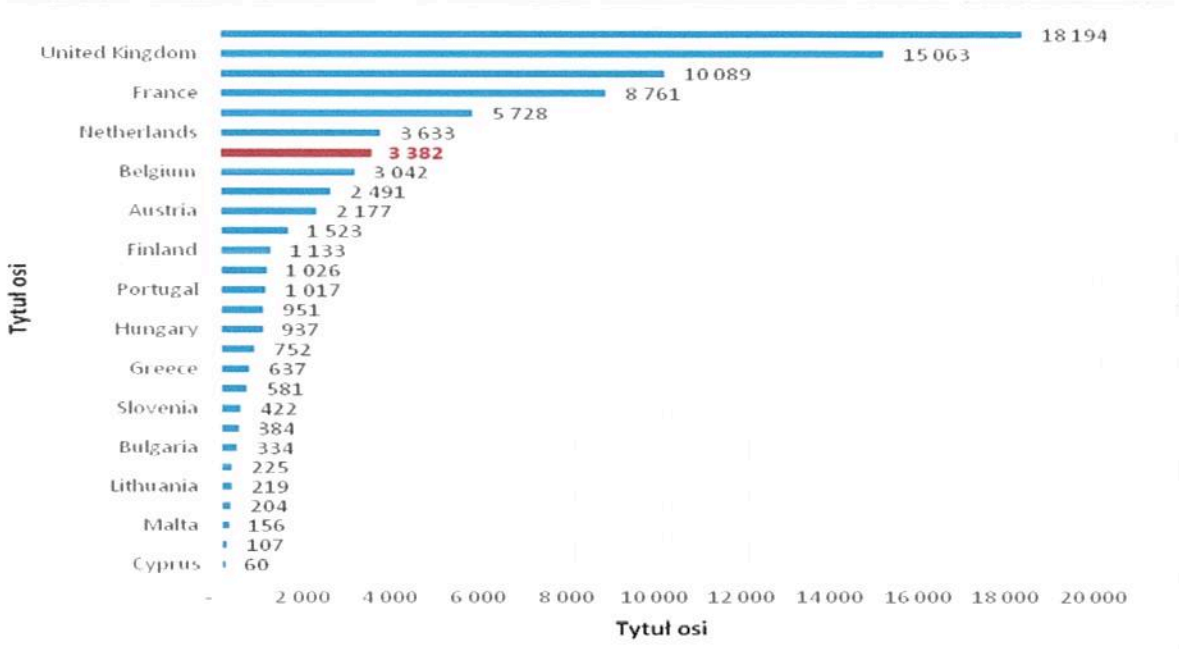
Wykres 3: Eksport produktów przemysłu poligraficznego w Polsce (w mln zł/euro) *(Źródło: GUS)*

Największy udział w eksporcie mają książki, gazety, obrazki i inne wyroby przemysłu poligraficznego (kod HS49), które w 2016 r. odpowiadały za 61% całkowitej wartości; ta kategoria odnotowała również największy wzrost wartości eksportu: o 13,2% r/r.
Druga co do wielkości kategoria, opakowania papierowe i kartonowe (HS 48.19) odpowiadała za 34% eksportu (wzrost o 8,5 r/r.). Najmniejszą (4%) z analizowanych kategorii produktowych są etykiety (HS 48.21), które tym razem zanotowały niemal 13% zwiększenie wartości eksportu w porównaniu z 2015 r.

Polska poligrafia na tle Unii Europejskiej

Polski sektor poligraficzny pod względem przychodów pozostaje największym w Europie Środkowo-Wschodniej i plasuje się na siódmym miejscu w Unii Europejskiej co stanowi awans o jedną pozycję w klasyfikacji ogólnoeuropejskiej.

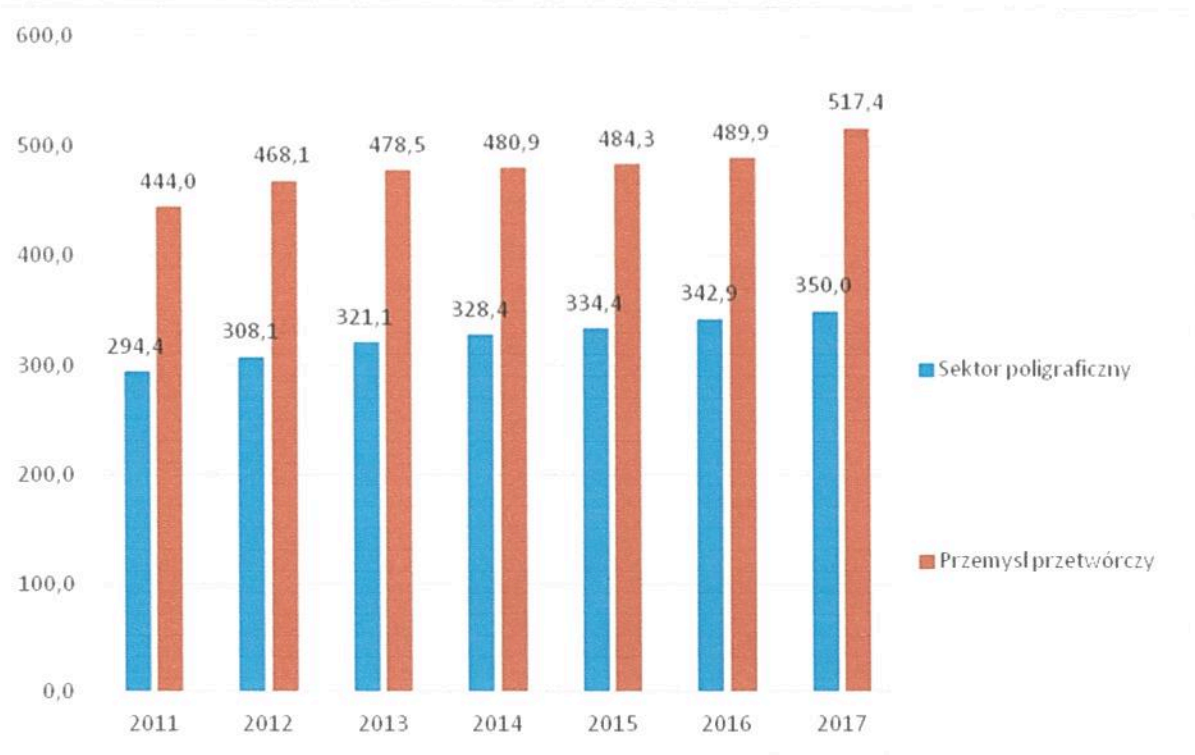
Polska znalazła się na siódmej pozycji z przychodami na poziomie 3,38 mld EUR wyprzedzając Belgię. W Polsce liczba pracowników sektora poligraficznego przekroczyła 50 tysięcy i pod tym względem ustępujemy tylko największym gospodarkom Europy. Ciekawostką na tle całego kontynentu jest bardzo duże rozdrobnienie sektora w Czechach gdzie pomimo ponad dwukrotnie niższego zatrudnienia niż w Polsce zarejestrowane jest minimalnie więcej firm.



Wykres 4: Przychody przedsiębiorstw poligraficznych w krajach UE (w mld EUR, 2015) *(Źródło: GUS)*

Biorąc pod uwagę przychody i zatrudnienie, polska poligrafia pozostaje zdecydowanie największym sektorem tego typu w Europie Środkowo-Wschodniej.

Przychody na poziomie 3,38 mld EUR w 2015 r. uplasowały polski rynek poligraficzny na 7. miejscu w Europie. Pod względem przychodów awansowaliśmy o jedno miejsce, wyprzedzając Belgię. Liczba pracowników sektora poligraficznego w Polsce przekroczyła 50 tys. osób. Pod względem przychodów i zatrudnienia, polski rynek poligraficzny bez zmian pozostaje zdecydowanie największym sektorem tego typu w Europie Środkowo-Wschodniej, odpowiadając za 36% przychodów sektora w regionie, które według danych Eurostatu wyniosły 9,1 mld euro.



Wykres 5: Wydajność pracy w sektorze poligraficznym i w przemyśle przetwórczym (bez mikroprzedsiębiorstw, w tys. zł/euro) *(Źródło: GUS)*

Otóż w 45% wszystkich badanych przedsiębiorstw poligraficznych odnotowało wzrost sprzedaży, 31% utrzymało sprzedaż na tym samym poziomie.

Wnioski i propozycje

W okresie transformacji polskiej gospodarki znacząco wzrosła liczba małych i średnich przedsiębiorstw. Właśnie te przedsiębiorstwa potrafiły szybko rozwinąć zdolności produkcyjne i wkroczyć w nowe, trudno dostępne dotychczas, sektory gospodarki. Tym samym stały się największym odbiorcą nowych technologii – tworząc rynek, na którym w konkurencyjnej walce o przewagę ważą się losy całej gospodarki.

Dostawcy urządzeń i technologii są najpoważniejszym źródłem innowacji w MŚP poligraficznych. Współpraca z nimi wpływa na procesy innowacyjne zarówno w sferze technologicznej, jak i organizacyjnej. Trzeba jednak zwrócić uwagę, że nie zawsze innowacje wprowadzane w okresie objętym badaniem polegały na zastosowaniu najnowocześniejszych rozwiązań. Naukowo-technologiczna luka między krajami „starej" Unii Europejskiej a Polską jest jeszcze tak duża, że nawet technologie z rynku wtórnego, mają w Polsce walory innowacji i pozwalają na uzyskanie przewagi konkurencyjnej. Tak pojmowana „innowacyjność" stwarza jednak jedynie chwilową przewagę – a rosnące wymagania rynku wobec jakości usług poligraficznych i ich technologicznego zaawansowania szybko ją niwelują. Cechą charakterystyczną sektora poligraficznego jest duża dynamika zmian techniczno-organizacyjnych. W konsekwencji okres moralnego zużycia wprowadzanych technologii nie jest zgodny ze standardem na ogół pięcioletniej amortyzacji. Ponadto przy spadku rentowności produkcji w sektorze poligraficznym, wysokie oprocentowanie kredytów opóźnia procesy innowacyjne w przedsiębiorstwach, ponieważ korzyści z innowacji są niewiele większe niż koszt ich obsługi finansowej.

Potrzeby branży poligraficznej:

1. przedsiębiorstwa w podejmowanych działaniach innowacyjnych powinny zyskać wsparcie we współpracy z firmami konsultingowymi, wyższymi uczelniami

i jednostkami badawczo-rozwojowymi.

2. przedsiębiorstwach powinno uzyskać wsparcie w wykorzystaniu technologii informacyjnych, a szczególnie oprogramowania wspierającego zarządzanie – w tym przypadku przedsiębiorcy muszą pamiętać, że wiedza posiadana przez pracowników z zakresu informatyki sprzyja wdrażaniu tej technologii,

3. ustawowe skrócenie okresów amortyzacji innowacyjnych technologii (to zadanie dla ustawodawcy) oraz finansowe wspieranie obsługi prawnej MŚP pomagającej przedsiębiorstwom w sytuacjach kryzysowych (obsługa taka mogłaby być świadczona w organizacjach branżowych czy stowarzyszeniach przedsiębiorców).

4. **wpisanie na listę Krajowych i Regionalnych Inteligentnych Specjalizacji branży poligraficznej, dzięki czemu przyczyni się to bezpośrednio do jej rozwoju. Konsekwentnie w obrębie danej specjalizacji będzie można liczyć na wsparcie finansowe ze środków krajowych oraz ułatwi to dostęp do środków europejskich. Inteligentne specjalizacje mają przyczyniać się do transformacji gospodarki krajowej poprzez jej unowocześnianie, przekształcanie strukturalne, zróżnicowanie produktów i usług oraz tworzenie innowacyjnych rozwiązań społeczno-gospodarczych, również wspierających transformację w kierunku gospodarki efektywnie.**

Materiał przygotowany przez Fundację Instytut Gutenberga
na zlecenie Polskiego Bractwa Kawalerów Gutenberga.
Opracowano na podstawie raportu
„Rynek poligraficzny i opakowań z nadrukiem w Polsce" 2018r.