



№7 ОКТЯБРЬ, 2024

# РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПРОИЗВОДСТВА УПАКОВКИ ЕСТЬ ОПАСНОСТЬ ПЕРЕГРЕВА





**RUIYUAN - Лидер китайского рынка**  
в сфере производства оборудования  
для печати по жести.

Постоянное обновление продукции.  
Более 500 линий, работающих по всему миру.



**Высококачественное управление:**  
оригинальная немецкая модульная  
конструкция Siemens SIMOTION,  
Точность приводки  $\leq 0,03$  мм  
Воспроизведение 98% точки



АО «ВИП-Системы»  
Официальный представитель  
RUIYUAN в России.  
E-mail: [yury.ukolov@vipromo.ru](mailto:yury.ukolov@vipromo.ru)  
Тел.: 7 (495) 258-67-03

# ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №7 (183)-2024

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА

Считаем революции ..... 2

### АВТОМАТИЗАЦИЯ

Олег Лищенко, «Белая Река», Уфа  
«Белая Река»: долгий путь к автоматизации ..... 5

### БИЗНЕС

Сергей Мудров, Софья Оболенская, Red Face Turbo, Тверь  
Ставка на цилиндры ..... 10

### ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Алексей Красильников, «Дайв-Принт», Москва  
«Дайв-Принт»: успешно работаем «на улице» ..... 14

Константин Лукьянов, типография «ПСП», Владивосток  
Типография «ПСП»: погружение в цифру ..... 18

### СОБЫТИЕ

Александр Костин, типография «Интеллсервис», Казахстан  
«Интеллсервис» открывает двери для российских полиграфистов ..... 22

### ИНТЕРВЬЮ

Михаил Карповский, YAM International, Москва  
«ЯМ Интернешнл»: работа по плану ..... 26

Обложка отпечатана на бумаге «Омела» (150 г/м<sup>2</sup>) компании «Илим»

<b>Реклама в номере:</b>	Смарт-Т ..... 23
Альфа-Дизайн ..... 1	Сонора ..... вкладка
Бобст ..... 4-я обл.	Танзор Диджитал ..... 13
ВИП-Системы ..... клапан, 2-я обл.	Т-Системы ..... клапан
Илим ..... 3-я обл.	ХД РУС ..... 7
Моноритм ..... 9	Lamstore ..... 15
Нисса Центр ..... 17	NCL ..... клапан
Октопринт Сервис ..... клапан, 3	Ricoh ..... 21
Смарт-НН ..... 4	Yam International ..... клапан

#### Учредитель: издательство «Курсив»

Генеральный директор  
А.Ч. Амангельдыев

Исполнительный директор  
Н.В. Шапинова

Ответственный секретарь  
Л.В. Артемова

Зам. ген. директора по маркетингу  
и рекламе  
Е.А. Маслова

Зам. главного редактора  
М.Ю. Беляева

Корректор  
А. А. Архангельский

#### Адрес редакции:

129226, Москва,  
ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6  
Тел.: (495) 617-66-52  
E-mail: kursiv@kursiv.ru  
[www.kursiv.ru](http://www.kursiv.ru)

#### © Издательство «Курсив»

Все права защищены  
Отпечатано в «Вива Стар»  
Тел.: 8 (495) 737-63-53  
Тираж 3000 экз.

#### ВНИМАНИЕ!

Воспроизведение материалов или их фрагментов без разрешения редакции запрещено. За содержание рекламных модулей редакция ответственности не несет.

# СЕЗОН ОТКРЫТ



## Типография «Альфа-Дизайн» изготовит

– издания в твердом переплете  
(книги, альбомы, ежедневники, еженедельники).  
А также любую другую полиграфическую продукцию.

– сувенирную продукцию и подарочные наборы  
(в том числе визитницы, портмоне, брелоки, ключницы).

из высококачественных переплетных материалов,  
цвет которых Вы можете выбрать по каталогу **Pantone**

**100** оттенков итальянской  
искусственной кожи

**1000** оттенков итальянского  
переплетного шелка

на нашем складе в Москве

[www.alfa-design.ru](http://www.alfa-design.ru)



(495)221-74-94



# Считаем революции в российской полиграфии

**Б**ольшинство серьезных изменений в развитии общества проходило в виде революций. Накопление проблем и сложностей обычно приводило к событиям, так или иначе ситуацию меняющим и запускающим новые процессы. Все это было подмечено еще классиками марксизма-ленинизма. Общественно-политическую обстановку, приводившую к революционным изменениям, они именовали «революционной ситуацией». Ее выявляли по ряду признаков и делали предположение о грядущей революции. Не всегда сбывалось.

Теория «революционных ситуаций» вполне может быть применима и к научно-технической области в целом и к отдельным отраслям в частности. Возможно даже региональная отраслевая «революционная ситуация». Рассмотрим историю развития полиграфии в последние 40 лет в нашей стране.

## Первая революция

Середина и конец 80-х годов прошлого века были ознаменованы «расцветом застоя», и последующей «перестройкой», когда главной задачей правящего руководства было восхваление достижений партии и правительства, в том числе через полиграфические технологии. И на это не жалели средств. В целом ряде полиграфических предприятий партийной принадлеж-

ности появились самые современные по тому времени цифровые системы высококачественной подготовки изданий и их печати. В это вкладывались десятки миллионов долларов. И какое-то время это успешно работало.

Но с началом 90-х годов ситуация начала меняться. В стране начал появляться частный бизнес, сначала небольшой. Возможно, не всегда прозрачный и честный, но он появился. И этому бизнесу нужны были полиграфические услуги. Небольшие, но оперативные и относительно доступные. Крупные типографии, с теми самыми дорогими промышленными системами и большими печатными машинами, рассчитанные на огромные тиражи, обеспечить такую услугу не смогли. Сформировалась революционная ситуация: «верхи» не могут, «низы» не хотят. Должна была появиться новая сила, которая бы обеспечила бизнес гибким и понятным полиграфическим решением. В результате произошло следующее: появилась целая группа новых частных типографий рекламной направленности. А крупные государственные типографии, просуществовав какое-то время, с рынка постепенно стали уходить — не понятно было, чем им заниматься. Почти все они в итоге были закрыты, хотя есть примеры тех, кто смог перестроиться, но таких немного. Первая революция свершилась...

## Вторая революция

Вторая революция в нашей полиграфии произошла во второй половине 90-х годов. Это было время бурного развития журналов, в первую очередь глянцевого. В Россию начали приходить мировые журнальные бренды, развивались и отечественные журналы. Но печатать их было негде. Те старые советские партийные типографии уже не могли обеспечить необходимое качество и удобство, поскольку с конца 80-х не развивались, а начало 90-х годов в мире — этап самого бурного развития полиграфической промышленности. Печатать глянцевые журналы пришлось за границей, в первую очередь в Финляндии, но не только. В России возник дефицит производственных мощностей по печати глянцевых журналов. Тоже в определенном смысле революционная ситуация. Долго так продолжаться не могло: печатать за рубежом, конечно, удобно, но это не совсем нормально. В итоге произошли очередные революционные изменения, приведшие к появлению ряда серьезных типографий, ориентированных на глянцевую и другую крупную периодику.

## Третья революция

Еще одной революционной ситуацией можно считать последствия кри-

зиса 1998 года. До этого подавляющее большинство товаров народного потребления и даже пищевых Россия импортировала. Но кризис существенно изменил соотношение рубля к доллару, сделав импорт не очень выгодным. Многие эксперты говорят, что именно кризис 1998 г. запустил в России пищевое производство. И оно создало в России очередную «революционную ситуацию» — для пищевого производства потребовалась упаковка, причем разная: и картонная, и гибкая, и твердая полимерная. А производить ее было нигде. Некоторым рекламным типографиями пришлось резко перестраиваться, пытаясь организовать производство упаковки. Некоторые это сделали относительно успешно, причем постепенно уйдя из рекламной полиграфии совсем.

С гибкой упаковкой было еще сложнее. В советское время ее практически не производили за ненадобностью (продукты были в дефиците и успешно продавались и так). Во время тотального импорта производство упаковки тоже было не нужно. И лишь ближе к концу 90-х годов стало понятно, что гибкая упаковка нужна, а еще нужна самоклеящаяся этикетка. Эта революционная ситуация привела к появлению в России флексографских производств.

#### Четвертая революция

В начале нулевых годов все созданные до этого полиграфические предприятия активно развивались. Это было золотое время полиграфии России. Никаких революций, никаких провалов, все стабильно и прогнозируемо. В это время в нашей стране появилось много новых типографий, которые успешно существуют и по сей день.

Ударом по отрасли стал 2008 г., точнее разразившийся тогда кризис. Рекламная полиграфия резко «сдулась», создав многим типографиям серьезные проблемы. Сократившиеся тиражи полиграфической продукции печатать традиционным способом было все сложнее и сложнее. В ответ на это выстрелила цифровая печать. Конечно, она была и до этого, но чаще всего

использовалась как вспомогательная, а после 2008 года стала средством заработка, порой вполне успешного.

#### Пятая революция

Дальнейшие революционные ситуации в нашей стране полиграфии связаны с внешними изменениями. Рынок уже сформировался, откровенных провалов в стране уже не было. Но сокращение рекламной полиграфии, начавшееся еще в 2008 г., продолжается и по настоящее время. Это приводит к желанию многих руководителей типографий переориентироваться на производство упаковки, поскольку это

«огромный рынок заказов».

Особенно активно этот процесс пошел после 2014 г., когда произошла очередная девальвация национальной валюты, и желающих печатать рекламную продукцию большими объемами стало существенно меньше. Это, в свою очередь, создало новую революционную ситуацию, на это раз противоположную. Суть ее не в дефиците каких-либо мощностей, а уже в их избытке. То есть страна может производить упаковки заметно больше, чем ее реально нужно. Эта революционная ситуация нарастала к концу десятых годов, но тут вмешались серьезные внешние

# ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!



oktO PRINT  
SERVICE  
www.oktoprint.ru

РАСХОДНЫЕ  
МАТЕРИАЛЫ  
ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ



факторы, которые притормозили все процессы, в том числе и повлияли на развитие революционных изменений.

### Шестая революция?

Еще серьезнее на эту революционную ситуацию повлияли события 2022 и последующих годов. Уход многих иностранных компаний с российского рынка создал всплеск спроса на полиграфическую продукцию, причем как упаковочную, так и рекламную. В результате кризис перепроизводства откладывается (а может, и отменяется), если есть баланс производства/потребления упаковки. Сейчас это посчитать сложно, поскольку переходные процессы еще не закончились. Еще не до конца понятно, кто из России уже ушел, кто еще уходит, а кто может и вернется.

Но бурный рост объемов производства полиграфической продукции последних двух лет должен настораживать: велик риск перепроизводства. Страна не может до бесконечности увеличивать объемы потребления, тем более, что благосостояние населения не очень-то растет. Формируется новая революционная ситуация, только теперь негативная. Все предыдущие революционные ситуации приводили к развитию того или иного полиграфического бизнеса. Сейчас есть большой риск перегрева отрасли. Мы уже упоминали, что по объему инвестиций в оборудование в последние пару лет Россия бьет все свои рекорды, даже золотых начала нулевых годов. Производственные мощности растут ударными темпами. Будет ли расти такими же темпами объемы производства про-

дукции, для которой нужна упаковка, неизвестно. Скорее всего, нет. Объем потребления в стране если и растет, то незначительно. Расчет на импортозамещение, имеет место, но он тоже не бесконечен и, опять же, зависим в потреблении. Экспортный потенциал России в сложившихся условиях довольно скромный. На большинство развитых рынков нашей продукции вход закрыт.

Так что новая революционная ситуация зреет. Во что выльется, пока не понятно. Возможно, произойдет смена технологий, меняющая подходы к производству полиграфической продукции. Кто-то научится производить ее существенно быстрее, дешевле, качественнее и из более экономичных и экологических материалов. Тогда эти

кто-то займут доминирующее положение в отрасли, а остальным придется уходить в историю, как ушли когда-то суперсовременные по своему времени крупные партийные типографии.

Предвидим вопрос: «А что это за такие волшебные технологии, которые должны перевернуть отрасль?». Может, это будут печатно-отделочные линии или какие-то версии цифровой печати, а может, все пойдет по совсем другому сценарию — экологическому, когда упаковке будет объявлена война, и мы перейдем на возвратную тару и многооборотную упаковку. Пока явных проявлений технологических прорывов не видно. Но время неумолимо. Революционная ситуация обязательно назреет: не сегодня, так завтра. Непонятно только, как к ней подготовиться. ■



### Искусственная революционная ситуация

Возможно ли создать революционную ситуацию искусственно? Придумать что-то, запустить в производство и радикально изменить существующее положение вещей на рынке? В теории революционная ситуация складывается сама под влиянием множества факторов, создать которые искусственно практически нельзя. Так что правильный ответ: «невозможно».

Однако в истории есть примеры гениальных изобретений, которые радикально меняли правила игры на рынке и запускают революционные изменения. Но таких примеров в мировой истории немного и все они хорошо известны. Случаются такие и в наши дни: Стив Джобс, Илон Маск, неизвестный до сих пор изобретатель биткойна и некоторые другие. Впрочем, в полиграфии с момента изобретения «Фотошопа» и «Пэйджмейкера» в 1987-1989 гг. ничего гениального, на наш взгляд, не происходило, но это не значит, что не может произойти. Эти изобретения развернули всю полиграфию, переведя все подготовительные этапы к печати тиража от типографии к заказчику. У заказчика появилась свобода творчества (делаю, как хочу, а не как решил технолог типографии или технический редактор издательства), а у типографии исчез большой и сложный процесс согласования с заказчиком вида будущего изделия. Все прочие изменения с тех пор были очень существенными, но все же искусственной революцией их назвать не получается...



г. Нижний Новгород, пр. Гагарина, 178,  
тел: (831) 281-81-88

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА  
ОКАЗЫВАЕМ УСЛУГИ ПО ПЕРЕМОТКЕ БУМАГИ



- Большой ассортимент отечественной и импортной бумаги высокого качества
- Расфрловка бумаги в любой формат

**САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ И ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ!**



типография

Нижний Новгород, пр. Гагарина, 178Ж  
8 800-444-26-40, zakaz@apd52.ru

**СБОРНЫЕ ТИРАЖИ**  
выгодное решение для вашей рекламы

Печатаем по низким ценам —  
листочки от А7 до А3, плакаты А2 и А1,  
визитки, буклеты, брошюры, папки

Принимаем заказы онлайн 24/7  
на нашем сайте:

**apd52.ru**

Доставка по всем городам России

# «Белая Река»: долгий путь к автоматизации



**Олег Лищенко,**  
директор,  
«Белая Река»,  
[ Уфа ]

**В** последнее время многие российские типографии задумываются об автоматизации своих организационных и управленческих процессов. Это естественный этап развития бизнеса. Многие компании уже имеют внушительный набор полиграфического оборудования, обладают множеством разных технологий, но получить максимум эффективности мешают различные организационные проблемы, решать которые без специальных систем управления становится все сложнее и сложнее. И чем больше в технологическом плане развивается типография, тем очевиднее необходимость в серьезной системе управления производственным процессом, что и подтвердил нам Олег Лищенко, генеральный директор уфимской компании «Белая Река».

## Начало пути

Типография «Белая Река», по российским меркам, достаточно опытная — в следующем году она будет отмечать свое тридцатилетие. Она была создана в 1995 г. по инициативе Налоговой службы Республики Башкортостан. «Это было время, когда в России начала активно развиваться налоговая система, — вспоминает Олег. — Так получилось, что в нашем регионе каждое подразделение Налоговой Службы разрабатывало свои собственные бланки документов, сводить данные из которых порой было практически невозможно. Его руководство решило навести порядок, и меня пригласили присоединиться к этой работе. Одновременно с этим стало понятно, что нужно не просто иметь

единую систему бланков, но и организовать их серийное производство. Возникла идея о создании специализированной типографии. Так появилась «Белая Река», которая поначалу была структурным подразделением Налоговой службы.

Но развиваться только как бланочное производство мне показалось бесперспективным, и мы сразу начали думать о расширении поля деятельности. Нам это разрешили, но перевели на полную самокупаемость. В итоге мы стали независимой коммерческой типографией. То есть все дальнейшее развитие мы осуществляли за свой счет, работая на свободном рынке. Постепенно приобретали различное оборудование, осваивали разные технологии, стремясь двигаться в ногу со временем».



Рулонная машина с газовой сушкой Albert-Frankenthal 1015 позволяет быстро печатать многотиражную продукцию

## В поисках с пециализации

«В конце 90-х–начале нулевых годов в нашем регионе был огромный спрос на высококачественную сухую этикетку для алкогольной и безалкогольной продукции, — вспоминает Олег. — Но их заказывали за рубежом, порой даже в США, отправляя туда немалое количество валюты. Тогда руководство республики поставило нам задачу освоить печать этой продукции и немного помогли приобрести высококачественное оборудование. В этом направлении и начали активно работать — были одной из первых типографий, кто освоил печать на металлизированной этикеточной бумаге с выкрыванием белилами. Это был неплохой бизнес, но постепенно он сошел на нет, заказчики этикеток переключились на самоклейку и флексографию. А мы стали развивать разные направления коммерческой печати, освоив производство книг, каталогов, календарей и много другой коммерческой продукции».



Основа парка листового печатного оборудования — офсетная печатная машина Heidelberg Speedmaster 74

Сейчас «Белая Река» — одно из лидирующих полиграфических предприятий Республики Башкортостан, выполняющее как рыночные коммерческие заказы на общих конкурсных основаниях, так и некоторые специальные государственные заказы, например, печатная продукция к выборам. Это многопрофильное предприятие, имеющее в своем ассортименте листовую и коммерческую рулонную офсетную печать, современный допечатный комплекс, цифровую печать, все возможные виды отделки и брошюровочно-переплетных процессов. Развитие предприятия идет постоянно. В момент нашего посещения здесь монтировали недавно приобретенную ниткошвейную машину.

## ASystem: две попытки

«У нас постепенно сложилась очень сложная и разноплановая структура заказов. Есть серьезные многотиражные заказы на рулонную печать, есть совсем маленькие — цифровые, заказы. Все это рассчитывать, учитывать и администрировать довольно сложно. Плюс к этому нужно еще правильно вести весь документооборот по всем заказам. Проблему эту мы осознали довольно давно и, имея опыт программирования, попробовали решить самостоятельно. Разработали множество различных средств учета и управления, используя 1С, Excel, Access и другие. Все это как-то работало,

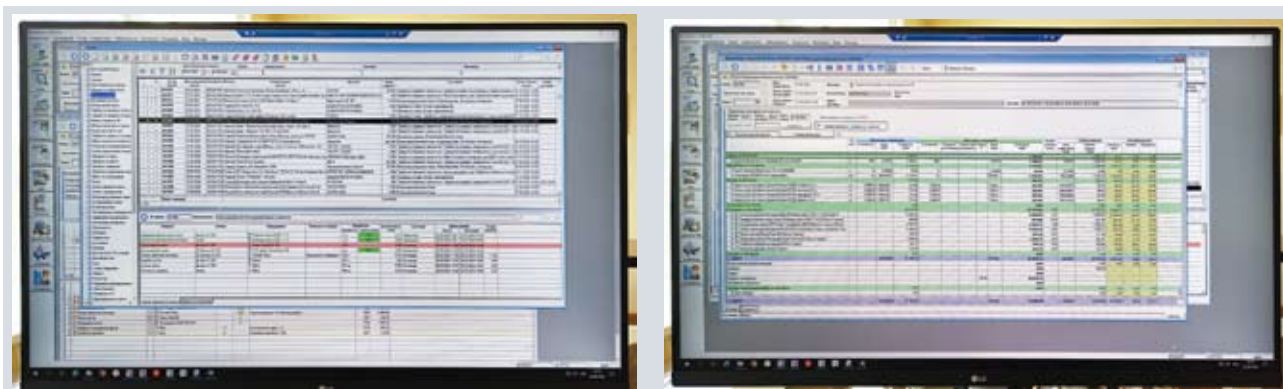
но единой картины производственного процесса не получалось. В каждом подразделении формировались свои решения, которые плохо координировались с другими, обмен данным был весьма непростым занятием. В общем, пришли к мысли, что нам нужна специализированная система управления полиграфическим предприятием.

Еще более десяти лет назад мы решили присмотреться к программному продукту ASystem компании «Моноритм». Приобрели что-то вроде демонстрационной версии и попробовали ее внедрить, но тогда не получилось. То ли функционал системы в то время был не самым подходящим для нас, то ли мы просто были не готовы: в итоге от системы отказались. Тогда

мы еще печатали много этикетки, а других заказов было не так много. Плюс был сравнительно небольшой коллектив, работающий у нас много лет, привыкший к определенным бизнес-процессам. В общем, тогда посчитали, что ASystem нам не нужна.







ASystem: технологические этапы прохождения каждого заказа и расчет их себестоимости

В дальнейшем серьезно думали о внедрении конкурирующей системы от компании 1С. Подкупало, что на рынке множество программистов, имеющих опыт работы с языком, используемым в 1С. Но, внимательно изучив эту систему, поняли, что она не для нас. Показалось, что система в плане управления полиграфическим бизнесом «думает как бухгалтер». А он всегда «живет» в ушедшем квартале, а нам нужна система, которая думает «вперед». В итоге от внедрения системы 1С тоже отказались.

Но постепенно этикетка от нас «ушла», заказы стали более разноо-

бразные и стало понятно, что систему управления все же надо внедрять. Более того, раньше норма прибыли на заказах была такой, что даже довольно серьезные ошибки «прощала». Переделывали, доделывали, порой перепечатывали, оставаясь в прибыли. Но позднее экономика усложнилась, и от ошибок нужно было избавляться. Помимо этого, я начал понимать, что поддерживать систему из множества разрозненных модулей уже не в состоянии. В итоге в 2019 г. решили вновь изучить возможности ASystem и на этот раз ее приобрели. Так что на

ASystem мы «заходили два раза», и со второй попытки все получилось!»

### Масштабная работа

По мнению Олега, внедрение подобных систем на достаточно большом производстве, как у них, — задача очень сложная: «На мой взгляд, ее невозможно внедрить одномоментно сразу по всем направлениям. Мы решили, что будем двигаться постепенно. Начали, как ни странно, со складского учета. ASystem позволила нам перейти от бухгалтерского учета материалов к производственному учету, что сразу упростило многие за-



**Saphira**  
 Окружи свою  
**машину**  
**заботой.**  
 Расходные материалы  
 и решения.



ООО «ХД РУС»  
 Россия, 141407, МО, г. Химки  
 ул. Панфилова, влд. 19, стр. 1  
 телефон: +7(495) 995 0490  
[www.hd-rus.ru](http://www.hd-rus.ru)

дачи. Второй важнейшей задачей стало внедрение единой автоматизированной системы расчета заказов. К сожалению, раньше у нас было довольно много ошибок. А с внедрением ASystem стало проще и надежнее. Появилась возможность видеть все заказы: как принятые к работе, так и просчитанные, но по каким-то причинам не реализованные. Это дало возможность анализировать как общую рыночную ситуацию, так и работу каждого менеджера.

Надо сказать, что внедрение системы потребовало от менеджера, по сути, стать технологом и очень хорошо представлять производственные процессы, иначе внести заказ в ASystem просто не получится. Это, конечно, вызвало определенное сопротивление персонала. Работать менеджерам стало сложнее, но по мере набора опыта и расширения базы уже выполненных заказов стало понятно, что эффективность большая и работать легче, а главное — резко снижается объем ошибок. Конечно, совсем избавиться от человеческого фактора не получается, но его влияние сильно снижается.

Чтобы такая система полноценно работала, на нее должны перейти все сотрудники типографии, что заметно тормозит ее скорость внедрения. У нас пока еще не все модули полноценно работают. Были и «возвраты». Некоторое время назад мы начали внедрять систему ASystem Touch, позволяющую учитывать каждую производственную операцию каждого сотрудника. Но столкнулись с тем, что одни сотрудники выполняют все правильно и аккуратно, а другие — забывают, путаются, фиксируют операцию не вовремя. В итоге данные в системе были не совсем достоверными. Тогда мы на время отказались от этой системы до наведения порядка с персоналом, и сейчас запускаем ее повторно».



Типография использует в своей работе краски Renk и CTP-пластины, поставляемые компанией «ОктоПринт Сервис»



### Система, которая думает «вперед»

«Не так давно с помощью специалистов компании «Моноритм» мы запустили систему учета себестоимости, — продолжает Олег. — Можно посчитать плановую себестоимость, фактическую себестоимость и посмотреть, насколько они соответствуют друг другу. Исходя из этой информации, строится продажная стоимость заказа. И здесь тоже есть ряд подводных камней. Продажная цена — себестоимость, умноженная на некий коэффициент. Но на самом деле это не совсем так. Продажная цена это — в первую очередь, учет текущего уровня цен рынка. Не так важно, сколько рассчитала система, менеджер должен ориентироваться в рынке и иметь возможность корректировать результат в зависимости от условий. Многим сложно решится пойти «против системы», но порой это необходимо. Бездумно выходить на торги с «рассчитанной» ценой может быть бесперспективно. Конечно, он не должен принимать заказы в работу по цене ниже плановой себестоимости, но и четко следовать цене, рассчитанной «по коэффициенту», тоже не разумно. Более того, внимательное сравнение плановой и фактической себестоимости дает порой возможность корректировать цену даже ниже плановой себестоимости. В общем, функция очень полезная. Более того, в ASystem есть интересная функция приема заказ с заранее известной ценой. Если менеджер знает, что данную книгу закажут за такую-то сумму, и известно, что это цена «проходит», то он может завести заказ в систему без прописывания всех операций, доделав описание позднее.

Сейчас мы заканчиваем внедрение модуля планирования производства. Во время повышенной активности заказчиков (например, при подготовке к выборам) приходит много дополнительных заказов, которых в обычное время нет. И увеличившееся количество заказов вызывает у менеджеров панику («не успеем все сделать») и они начинают отказываться от следующих заказов. Нужна четкая система, которая покажет просчитанную загрузку всего оборудования. И ASystem это позволяет. В ней сразу видны все заказы, время их исполнения и всегда видно есть ли запас по времени или нет. С внедрением этой функции мы смогли заметно увеличить пропускную способность типографии, и убрать панику, из-за которой терялись заказы.

Еще одна важная и удобная функция ASystem (и то, что сложно реализовать в 1С) — возможность работы с несколькими юрлица-





Книги, журналы, брошюры, календари и сувенирка – типичная продукция типографии

внедряем постепенно, все больше в нее погружаясь. Специалисты «Моноритм» нам в этом помогают.

И, как оказалось, самое сложное во внедрении такой системы — сопротивление персонала. У нас сложившийся коллектив, многие работают по 15-20 лет — перестроиться им сложно. Приходится настаивать, где-то давить, где-то уговаривать. Но постепенно движемся. И приходит понимание, что в системе работать лучше, удобнее, а в итоге — выгоднее. Мне кажется, что системы управления, аналогичные ASystem, нельзя внедрить окончательно. Это процесс практи-

ми одновременно. Система может их учитывать интегрально как «корпорацию», а может — каждую по отдельности, обмениваясь данными между ними. У нас исторически несколько юрилиц, и это очень удобно. В общем, ASystem — гибкая система, обладающая огромными возможностями. Мы ее

чекски бесконечный. Инструментарий позволяет все время что-то доделывать, корректировать, совершенствовать. Да и сама система развивается, обновляется. Мы прошли довольно большой путь по ее внедрению, но и впереди еще много всего. И мы движемся вперед». ■

# ASystem – система управления полиграфическим предприятием



Точный расчет заказа



Складской учет



Планирование производства



Адаптация под самое сложное производство



Контроль всех стадий выполнения заказа



Обмен данными с внешними системами



Оперативная отчетность



Коробочный продукт PrintEffect для малых предприятий



# Ставка на цилиндры



**Сергей Мудров,**  
технолог,  
Red Face Turbo,  
[ Тверь ]



**Софья Оболенская,**  
оператор цифровой печати,  
Red Face Turbo,  
[ Тверь ]

**Ц**ифровая печать все активнее проникает в полиграфический бизнес. Сейчас различные цифровые решения используются не только в классической полиграфии, но и в производстве упаковки и этикеток, при изготовлении обоев, текстильных изделий и много еще чего. Некоторые новые разработки в области цифровой печати в последнее время используются и при изготовлении сувенирной продукции. Летом в тверской рекламной компании Red Face Turbo, специализирующейся на производстве различной сувенирной продукции большими тиражами, была установлена новая цифровая машина GIP Cyclops для печати на цилиндрических поверхностях. Установку выполнила компания «Танзор». Технолог Red face turbo Сергей Мудров и оператор цифровой печати Софья Оболенская рассказали нам об установке и планах развития.

## Ставка на печать

«Бренд Red Face Turbo появился совсем недавно, — рассказывает Сергей, — специально для продвижения наших услуг по печати на сувенирной продукции. Он ориентирован на рекламные агентства из Москвы и области. Мы готовы предоставлять различные технологии печати на сувенирной продукции. То есть агентства привозят свою

«сувенирку» и получают ее уже брендированную. Мы готовы зарабатывать не на продаже сувенирной продукции, а только на нанесении на нее изображения. И, в первую очередь, речь идет о нанесении изображений на цилиндрические поверхности. Потребность в этом довольно большая, а реальная производительной технологии на рынке до недавнего времени не было».

## Специализация

Хотя бренд Red Face Turbo появился совсем недавно, сама компания достаточно опытная: «Она появилась на рынке более 20 лет назад, — продолжает Сергей. — Поначалу это было небольшое рекламное агентство. Но, в отличие от многих других небольших агентств, которые берутся сразу за все (от сувенирки до уличной рекламы, интернета, полиграфии, упаковки), мы сразу на-



На производственной площадке Red Face Turbo специалисты компании «Танзор» и General Inkjet Printing произвели запуск цифровой машины GIP Cyclops. Она предназначена для многокрасочной печати с лакированием в линию по различным круглым, цилиндрическим и коническим изделиям с разрешением 1200 dpi. Её красочность: СМУК+белила+лак



чали специализироваться именно на сувенирной продукции. Успешно заниматься «сразу всем» на практике невозможно, особенно для небольших компаний, а благодаря специализации, можно добиться успеха. Это касается производственной структуры и внешних взаимоотношений. Впрочем, это не значит, что есть четкое понимание, что представляет собой успешная компания на рынке сувенирной продукции. Конечной точки в развития здесь нет, есть путь. Мы все время что-то дорабатываем, совершенствуем, меняем, развиваем. И именно это позволяет нам успешно существовать на современном, довольно сложном рынке».

С самого начала развития в компании делали ставку на свое производство: «Мы сразу начали обрастать различным оборудованием. До сих пор помню первую машину, которую купила компания. Это бы позолотный пресс. Затем появился широкоформатный плоттер, потом комплекс для трафаретной печати. Сейчас у нас есть практически все технологии, используемые для нанесения изображения на сувенирную продукцию. Но если в начале нашей деятельности, 20 лет назад, технологии были аналоговые, то сейчас все больше цифровых решений. И некоторые из них стремительно развиваются, например технология печати по текстилю DTF. Буквально 3-4 года назад ее можно сказать практически не было, а сейчас она повсеместно. Сюда же можно добавить и лазерную гравировку, и планшетную УФ-печать, и УФ-DTF и другие технологии. Все это давит на трафаретную печать, которая раньше широко использовалась в этом сегменте нанесения изображений. У нас хорошо развита трафаретная технология, но мы ощущаем конкуренцию со стороны цифровых технологий, и в том числе поэтому внедряем их у себя».

### Впереди рынка

В этом случае Red Face Turbo решила пойти впереди рынка — приобретение и установка машины GIP Cyclops как раз шаг в этом направлении говорит Софья: «Декорировать цилиндрические объекты довольно сложно технологически. А потребность такая есть. Стаканы, фляги, бутылки, термосы и т.д. — довольно востребованный вид сувенирной продукции, пользующийся спросом. Причем порой тиражи такой продукции весьма внушительные. Это с одной стороны. С другой стороны, существующие технологии декорирования цилиндрических поверхностей либо очень медленные (в 10-20 раз), либо не дают нужного качества, либо не обладают нужными возможностями (например, печатать в цвете). В связи с этим приобретение машины GIP Cyclops — попытка выйти в «голубой океан», где практически нет реальной конкуренции. Стоимость такого оборудования довольно высока, то есть его не будут приобретать массово. К тому же мы сможем предложить агентствам уникальные условия, оставаясь в хорошей прибыли».

В компании есть техника практически для всех технологий брендинга сувенирной продукции



## Рынок

По мнению Сергея, рынок сувенирной продукции — довольно любопытное направление бизнеса: «На самом деле в этом бизнесе, как и в любом другом есть разнонаправленные тенденции. Кто-то активно развивается, кто-то из него уходит, кто-то методично и продуманно инвестирует в себя и растет, кто-то ввязывается в авантюры и прогорает. Но у нас есть некое общее мерило состояния рынка. Практически все игроки сувенирного рынка приобретают продукцию для брендирования у одних и тех же вендоров. Это очень крупные поставщики, имеющие огромные склады продукции. И вот эти компании в последние 2-3 года растут очень большими темпами — до 40-60% в год! Так что в целом рынок сувенирки можно считать растущим. Это совершенно нереальные темпы роста, говорящие о том, что в России этот вид бизнеса пока еще не развит и мы очень сильно (раз в 5-10!) отстаем от развитых в этом отношении стран. Поэтому мы смело делаем достаточно серьезные инвестиции в оборудование, понимая, что рынок есть и в ближайшее время будет развиваться».

Такой рост бизнеса в области сувенирной продукции в Red Face Turbo связывают с постепенным переформатированием всего российского бизнеса: «Сейчас сувенирку начинают заказывать крупные российские компании, которые раньше этим совсем не интересовались, приходит крупный госсектор. Эти компании стали задумываться о своем имидже. И правильно подобранная сувенирная продукция этому помогает. И им нужны большие тиражи. И выполнить такие заказы могут только те организации, которые обладают серьезными производственными возможностями. И мы одна из таких компаний, которая активно развивает свое производство».

Но, помимо производственных возможностей, нужен еще опыт работы с крупными компаниями. Зачастую они сами точно не знают, что нужно, какие виды сувенирной продукции будут положительно влиять на их имидж. У нас есть большой опыт. Под каждую компанию мы разрабатываем отдельную концепцию. Затем идет

*При брендировании сувенирной продукции много ручного труда. Рекламное агентство Red Face Turbo привлекает молодежь*

целая череда различных организационных мероприятий (в которых тоже надо хорошо разбираться), затем обычно делаются тестовые образцы продукции, которые проходят многократное согласование и утверждение, и только после этого мы можем заказывать тиражную партию и начинать производство. Зачастую сувенирная продукция требуется к конкретному времени (праздники, презентации, события), а время доставки больших партий сейчас длительные, и зачастую даже у крупных вендоров может не оказаться нужного количества на складе, приходится ждать доставки из-за рубежа, а сейчас с этим сложно, долго и дорого».

## В фокусе: эффективность

В заключение специалисты Red Face Turbo отметили еще одну вещь: «На рынке есть достаточно количество крупных агентств, специализирующихся на сувенирной продукции. По разным оценкам, мы входим в десятку крупнейших та-



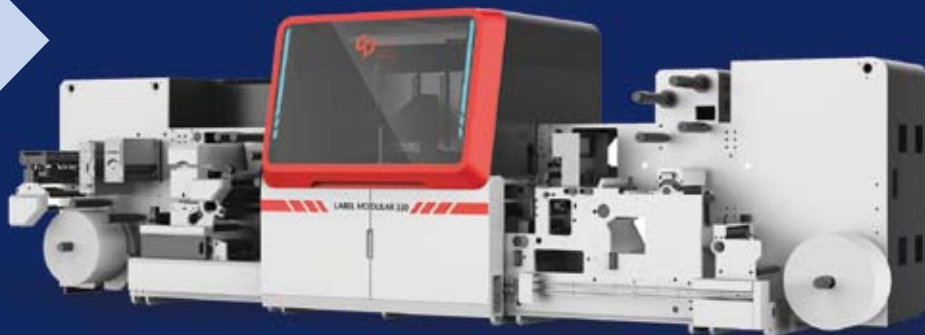


*Red Face Turbo может печатать на любых поверхностях, а новая машина позволяет брендировать термосы, термо-стаканы, коферы, звуковые колонки и т. д. с достижением глянцевого рельефного 3D-эффекта*

ких российских компаний. При этом мы готовы стать производственной площадкой для других крупных игроков в том сегменте, где сильны. Теперь с приобретением нового оборудования мы сможем предлагать очень хорошие условия

по печати на цилиндрических формах. Думается, что для некоторых наших конкурентов будет выгоднее разместить заказ на печать у нас, чем пытаться делать это самостоятельно, используя не самые эффективные технологии...»

## Цифровые печатные машины UV Inkjet серий Label Smart и Label ModuLar компании GIP:



Цифровая печатная машина Label Modular 330



Цифровая печатная машина Label Smart 216S



### Основные характеристики:

- Ширина печати 108, 216, 330 мм
- Разрешение – 1200 dpi
- Скорость печати до 100 м/мин
- Расширенный цветовой охват с Workflow AGFA Aprovee
- Возможность модульного дополнения любыми опциями: цифровое лакирование и тиснение, традиционное тиснение, УФ-флексосекция, ламинация, все виды высечки, трафаретная печать и т. д.
- Цифровые краски AGFA

Инсталляции в Европе, Азии, Америке

+7 (495) 734-91-67  
 technologist@tanzor.ru  
 www.tanzor.ru

# «Дайв-Принт»: успешно работаем «на улице»



**Алексей Красильников,**  
генеральный директор,  
«Дайв-Принт»,  
[ Москва ]

кументы, чертежи: то, что обычно требуется оперативно распечатать как для бизнес-задач, так и для задач обучения или частного использования.

«В печатный бизнес я входил постепенно, — рассказывает Алексей, — С 2005 г. я работал в другом печатном салоне. Через пять лет предложил одному из знакомых создать такой бизнес, и занялся его развитием, консультированием и управлением. Впрочем, инвестору в скором времени наскучила полиграфия: приход показался не очень большой, нужно было вкладываться в рекламу и продвижение, на это не хотелось тратить время и средства. В итоге я все выкупил. Это было в 2013 г. Предприятие мне досталось вместе с названием и тем набором оборудования, которое там было изначально. Дальше компанию уже я развивал самостоятельно.

## Первая цифра

Первой печатной машиной, которую

я рекомендовал купить в компанию, была цифровая черно-белая Canon, которая мне в итоге и досталась. Еще была цветная печатная машина Xerox. Выбор этих марок объяснялся очень просто: такие машины работали в том печатном салоне, где я работал наемным сотрудником, и я их хорошо знал».

В таком направлении компания и продолжала какое-то время развиваться. Объемы печати росли, и возникла задача приобретения дополнительного оборудования: «Так сложилось, что у нас большой объем черно-белой печати. Большая часть документов, которые нам приносят распечатывать, черно-белая, в которых может быть небольшая часть цветных страниц. Поэтому нагрузка в большей степени ложилась именно на эту технику. Спустя какое-то время, мы приобрели черно-белую машину Xerox, но довольно быстро в ней разочаровались, поскольку работала она не лучшим образом. Ее в итоге продали и купили черно-белую

**О**перативная полиграфия в нашей стране наиболее импортозависима. В подавляющем большинстве случаев она базируется на цифровой печатной технике, которая производится в странах, которые сейчас являются недружественными (запчасти и расходные материалы тоже). Все эти компании с нашего рынка официально ушли. В этой связи стало интересно, как работают предприятия оперативной печати сейчас, с какими сложностями сталкиваются и как развиваются. Об этом нам рассказал Алексей Красильников — владелец московской компании «Дайв-Принт».

## Свой путь

«Дайв-Принт» — типичная компания оперативной печати, работающая с «клиентами с улицы». Она имеет офис в проходном месте, почти в центре Москвы. Ее основная продукция: всевозможные до-



У «Дайв-Принта» на одной площадке работают девять цифровых печатных машина Canon





Монохромные цифровые печатные машины Canon отлично справляются с типовой загрузкой печатного салона

машину Canon и еще один цветной Xerox. Так и работали: черно-белая печать — Canon, цветная — Xerox».

### Два бренда

Так продолжалось лет шесть. Но по мере накопления опыта стало понятно, что техника Xerox компанию «Дайв-Принт» удовлетворяла не лучшим образом, и ее продали. «Причиной этого

не нравились, особенно в сравнении с Canon. Эти материалы были дешевле, но «проходили» они существенно меньше. А барабаны для Xerox очень легко повреждались малейшими дефектами бумаги и их приходилось менять досрочно. С Canon таких проблем не было. Более того, при ремонте машин Canon можно менять только сломавшуюся деталь, а в Xerox необходимо менять узел в сборе.

послужил тот факт, — говорит Алексей, — что ресурсы расходных материалов и запасных частей у машин Xerox нам

дольше. При этом сам ресурс был очень внушительный (400-500 тысяч страниц). В итоге Canon мы купили и по прошествии времени убедились, что все обещания сбылись. Многие ресурсные запчасти работали существенно больше своего заявленного лимита. 150% — практически норма, а бывали и существенно большие перепогобеги — до 300-500% от лимита. Это оказалось для нас огромным преимуществом машин Canon. Это очень надежная и неприхотливая техника с хорошей ремонтпригодностью». Она хорошо справляется с бумагами до

## ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

### ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

Любые размеры, любая ширина, любая намотка, втулка 3 и 1 дюйм

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1.88 м под заказ, срок исполнения в течении дня. Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты. От 17 до 125 микрон, много видов голографических пленок. На большие и постоянные объемы - скидки!



### БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

### ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

В наличии пакетная пленка А4 от 60 до 175 микрон, А3 от 60 до 175 микрон



### КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

### ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ



### КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

### СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ



### ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

### ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ



### КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

### БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ



### САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

### КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ



г. Москва,  
метро Пращская,  
ул. Подольских  
Курсанов, 3

г. Чебоксары,  
ул. Патриса Лумумбы  
д. 8, офис 204

г. Санкт-Петербург,  
ул. Химиков 18

г. Ульяновск  
ул. Ленина  
д. 50/115,  
+7-8422-303711

Мы работаем без выходных с 9.00 до 21.00

+7 (499) 643-47-62 +7 (812) 748-57-50  
e-mail: info@lamstore.ru www.lamstore.ru

### УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



БЕСПЛАТНО ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ОБРАЗЦЫ ВСЕХ МАТЕРИАЛОВ! НА ВСЕ МАТЕРИАЛЫ ДАЕМ ГАРАНТИЮ! Отправка в любые регионы РФ. Доставка по ТК — бесплатно. У Вас есть свои поставщики с более низкими ценами? Вы покупаете по той же цене, что у нас? Пишите немедленно: discount@lamstore.ru, подготовим для Вас индивидуальное предложение! С НАМИ МОЖНО ТОРГОВАТЬСЯ!



350 г/м<sup>2</sup>, причем даже в дуплексе, а также с меловкой. В дальнейшем для увеличения производительности и надежности в пару к ней мы купили Canon imagePRESS C710 следующего поколения. При этом все ресурсники у них одинаковые, что для нас очень удобно.

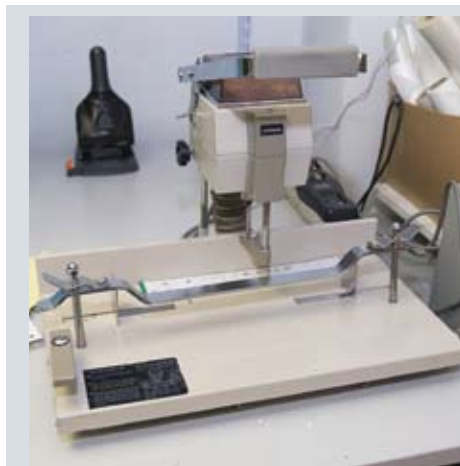
### Надежность для оперативности

Алексей пояснил, что надежность печатных машин очень важная часть бизнеса печатного салона «Дайв-Принт»: «Мы стараемся быть «очень оперативной» типографией. У нас много клиентов, которым нужно «очень быстро». В основном это студенты (рядом с типографией большой ВУЗ), которым все надо срочно: различные презентации, документация (например, строительная). Также мы много работаем с фармацевтическими компаниями, которым в работе нужно очень много печатной документации. Это максимально простая продукция, практически не требующая послепечатной обработки, но ее много, и делать нужно очень быстро. В Москве важным аргументом является именно скорость. Здесь все торопятся, и даже цена заказа оказывается вторичным. А мы гарантируем скорость изготовления. В большинстве случаев в тот же день, реже — на следующий. Наши главным конкурентным преимуществом является оперативность и разумная цена».

### Напрасные опасения

По словам Алексея, после приостановки работы зарубежных производителей в России в 2022 г. сначала возникло опасение, что с дальнейшей эксплуатацией техники Canon возникнут проблемы: «Сразу начали искать выход

из этой ситуации. Нашли расходники и запчасти в Китае. Правда, это лотерея. Бывает, что все отлично, а бывает — бывшее в употреблении. К счастью есть российские поставщики, кто взял на себя функции Canon, в частности, компания «Нисса Центрм». Мы довольно давно с ними работаем. Еще когда Canon в России активно работал, физически приобретать технику нужно было у одного из их дистрибуторов, одним из которых была «Нисса Центрм». Был успешный опыт сервисного обслуживания нашего оборудования. А после 2022 г. «Нисса Центрм» продолжила поставки машин, расходников и запчастей. Конечно, сейчас в сложных условиях в России не все поставки проходят гладко. Но радует, что у компании «Нисса Центрм» практически всегда все есть на складе, включая тонеры и основные ресурсные части для наших цифровых машин. Одну из монохромных цифровых машин мы у них приобрели уже в «новой реальности» в 2024 г. причем с помощью лизинга. Это была снова модель Canon imageRUNNER ADVANCE DX 8786, так как успешный опыт эксплуатации машин этого семейства Canon IRA 8000 более ранних лет выпуска у нас уже был. Это настоящие рабочие лошади, которые способны печатать до 500 000 страниц и даже больше без покупки дополнительных запчастей. Нужен только тонер. Дополнительным плюсом является то, что у этой модели практически «вечный» барабан с официальным ресурсом 6 000 000 страниц, что помогает сильно снизить себестоимость печати. Ни одного барабана за все годы работы мы еще не меняли. При этом на трех машинах объем печати уже больше 5,5 млн. страниц.



*В оперативном печатно-копировальном салоне должно быть множество устройств для послепечатных операций*



Широкоформатная техника для оформления интерьеров и рекламных площадей

### Без риска

Алексей отметил, что сейчас ситуация на рынке печати изменилась. Заказов в целом стало меньше, и себестоимость заметно выросла («расходка» сильно подорожала). Клиенты стали более тщательно выбирать типографию, тратя на это много времени: «Это, конечно, ударило и по нам. Но нас выручает наш подход: работать быстро и относительно дешево. Мало кто может предложить подобные возможности.

Сейчас в печатном салоне «Дайв-Принт» работает девять цифровых машин Canon разных моделей. Это в частности, нам нужно для резервирования своей печатной базы. К тому же загрузка не всегда равномерная. Бывают всплески, и мы должны все равно «успеть сделать за день» — как обещали. Поэтому техники у нас

с запасом. Поставщики предлагают нам заменить часть машин на одну высокопроизводительную флагманскую. Говорят, что «ее производительность перекроет производительность нескольких младших машин, а себестоимость печати окажется ниже». Но мы отказываемся — нам важна надежность. При поломке одной из девяти имеющихся машин почти ничего не произойдет, мы все равно продукцию изготовим. А при поломке одной флагманской машины — рискуем остаться без печати вообще. Это большой риск. Так что пока работаем на большом количестве машин Canon среднего класса с повышенной надежностью. Это крайне важно в текущих непростых условиях, особенно в области оперативной печати». ■



ПОСТАВКА ЦИФРОВЫХ ПЕЧАТНЫХ МАШИН CANON, РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ЗАПАСНЫХ ЧАСТЕЙ  
СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ АВТОРИЗОВАННЫМИ ИНЖЕНЕРАМИ НА ВСЕЙ ТЕРРИТОРИИ РОССИИ

## Цветные ЦПМ Canon imagePRESS V700/V800/V900



### Отличная печать на фактурных материалах, баннерах и конвертах

- формат до 330,2 x 1300 мм
- скорость 70/80/90 стр./мин
- нагрузка до 500 000 страниц А4 в месяц
- плотность 52-350 г/м<sup>2</sup> в автодуплексе
- разрешение 2400x2400 dpi x 8 bit

## Монохромные ЦПМ Canon varioPRINT 115/130/140



### Надёжная ч/б печать книг, журналов, квитанций, документов в режиме 24/7

- ресурс 100 000 000 страниц
- скорость 117/133/143 изображений в минуту
- нагрузка до 2 200 000 изображений в месяц
- плотность 52-300 г/м<sup>2</sup> в автодуплексе
- максимальная погрешность регистрации 0,5 мм

# Типография «ПСП»: погружение в цифру



**Константин Лукьянов,**  
коммерческий директор,  
типография «ПСП»,  
[ Владивосток ]

**В** последнее время в полиграфической среде распространяется мнение, что традиционная коммерческая печать постепенно сжимается, тиражи падают и налицо тенденция к постепенному переходу с офсетной технологии на цифровую. Причем это общемировая тенденция, которая есть и в России. Но у нас цифровая печать наиболее сильно пострадала от международных санкций. Как типографии справляются с этой проблемой и какую помощь им могут оказать поставщики цифрового оборудования и материалов, нам рассказал Константин Лукьянов, коммерческий директор типографии «ПСП» из Владивостока, которую отличает большой опыт, хорошая репутация на рынке и уникальные для региона технологии. Благо современные средства коммуникации позволяют преодолевать большие расстояния.

## Скоро юбилей

Типография «ПСП» появилась в 1995 г. и в следующем году будет праздновать 30-летний юбилей. Она является одним из флагманов профессиональной полиграфии на Дальнем Востоке. Типография создавалась партнерами: Владиславом Шульгой и Сергеем Лукьяновым (моим отцом), которые и сейчас активно занимаются раз-

витием предприятия, — рассказывает Константин. — На первом этапе она носила название «Полиграф-Сервис-Плюс» — сокращенно «ПСП». С самого начала типография создавалась как серьезное офсетное производство: для печати многостраничной продукции, в частности глянцевых журналов и каталогов. Начиналось все с одноцветных Romayor, потом была двухцветная Polly и четырехцветный Adast Dominant 745. Потом были установлены три листовые офсетные четырехцветные машины: две Mitsubishi Diamond A1 и A2 форматов, позднее добавилась еще машина Heidelberg Speedmaster 52 Anicolor. Постепенно было приобретено множество различного послепечатного оборудования — получилось солидное офсетное производство».

## Серьезная цифра

Как чисто офсетная типография «ПСП» проработала до середины 2010-х: «Мы начали ощущать потребность в цифровой печати, поскольку все чаще появлялись заказы на небольшие тиражи, которые офсетом печатать было не очень удобно. В итоге в 2015 г. была приобретена цифровая печатная машина HP Indigo 5500. Машина серьезная, профессиональная высококачественная. Какое-то время мы на ней успешно работали.

Одним из новых видов бизнеса стало производство книг, в том числе высококачественных в твердом переплете небольшими тиражами вплоть до штучного. По сути, у нас было две технологии производства книг: традиционная офсетная тетрадная и цифровая печать «в подбор»



Цифровая печатная машина Heidelberg Versafire EP (Ricoh 9200) и пятицветная Ricoh Pro C7100sx (белита + CMYK)



Фальцевальная машина Heidelberg Stahlfolder FFH-82 и автоматический подборщик тетрадей Tokyo Shuppan Machinery

со склейкой на PUR-клей. При этом цифровая печать использовалась все чаще. Но ситуация начала меняться — компания HP объявила о том, что машины серии Indigo 5500 выходят из плана поддержки. В результате запчасти и цена клика резко выросли, поскольку теперь поддержку мог оказывать только российский дистрибутор за свой счет без помощи производителя. Нас такая ситуация не устраивала, и мы решили от HP Indigo отказаться. К тому моменту уже активно работали с компанией «Гейдельберг СНГ» — приобрели у них печатную машину Heidelberg Speedmaster SX52 Anicolor.

### Другое решение

«В то время Heidelberg имел право на продажу цифровых машин компании Ricoh под своей торговой маркой Versafire, — рассказывает Константин. — Мы приняли решение «законсервировать» HP Indigo и приобрести машины Ricoh у «Гейдельберг СНГ». В итоге все получилось, они у нас встали в разгар пандемии, запуск их в работу проводился дистанционно. И все успешно заработало: с Ricoh экономика цифровой печати стала значительно лучше. Важно так же отметить, что

у нас в городе был сервис от компании Ricoh — на наш выбор это то же повлияло. Во Владивостоке работал инженер, прошедший все необходимое обучение. Если что-то случалось с HP Indigo — нам приходилось ждать 5-6 часов, когда «проснется» Москва, чтобы задать вопросы московским специалистам, что было очень неудобно. Наличие инженера на месте было большим преимуществом. Понятно, что после HP Indigo приобрести простую цифровую машину было неразумно, поэтому купили старшую на тот момент машину Ricoh Pro c9200 и в дополнение к ней еще и Ricoh Pro c7100 с возможностью печатать дополнительными цветами».

По мнению Константина, покупка сразу двух машины в условиях работы в дальнем регионе — разумная идея, поскольку это гарантирует работоспособность типографии при выходе из строя одной из них: «У нас почти все виды операционного оборудования дублированы. Может так статься, что сервиса придется ждать дольше, поскольку регион у нас дальний. Поэтому дублирование для нас важно, чтобы не подводить заказчиков».

### Сервис есть

«Что касается сервиса, то могу сказать, что мы очень довольны, что в свое время выбрали цифровые машины Ricoh. Я вижу, с какими проблемами сейчас сталкиваются наши коллеги с машинами других производителей. Компании из России ушли или приостановили работу, в итоге типографии вынуждены «спасать себя сами». А компания Ricoh попыталась по максимуму сохранить свой сервис по поддержке клиентов. Мы продолжаем успешно работать на машинах Ricoh по сервисному контракту. Ricoh уверяет, что ни один сервисный контракт, заключенный до начала СВО, не был расторгнут. Конечно, был период времени, когда были задержки с поставками запча-



Вверху: печатная машина большого формата японского концерна Mitsubishi D3000, внизу: Mitsubishi D1000



Печатная машина Heidelberg Speedmaster SX52 Anicolor



Фальцевальная машина KWANG CHANG и машина термоклеевого скрепления Horizon BQ-470PUR



Вкладочно-швейно-резальный автомат Muller Martini Presto 1550



Тигельный пресс для высечки и тиснения TYMQ 930 и комплекс трафаретной печати M&R Saturn 2538

стей и некоторой «расходки», но постепенно проблемы были решены, и сейчас мы не испытываем каких-либо сложностей. И сервис-инженер в нашем городе по-прежнему работает. В общем, мы очень довольны тем, что в свое время сделали выбор в пользу Ricoh, хотя предложения были разные».

Впрочем, с санкциями типография «ПСП» тоже столкнулась: «Некоторое время назад у нас вышло из строя устройство экспонирования пластин японского производства: сломалась лазерная головка. Компания-производитель наотрез отказалась поставлять нам запасную часть, «так как это продукция двойного назначения». В итоге в компании «Макцентр» приобрели новое устройство StP Amsky китайского производства. Я знаю, что эти машины успешно работают во многих российских ти-

планшетный УФ-принтер, обладающий рядом интересных технических преимуществ, и в дальнейшем планируем развивать направление струйной печати где есть еще много новых интересных технологий. Эта диверсификация нам необходима в связи с сокращением объемов коммерческой печати. Также начали активно внедрять одну из российских систем управления производством. Раньше для управления использовали собственные наработки в Excel, но специализированные системы позволяют лучше «видеть» ситуацию, дают возможность анализировать все процессы, видеть реальную себестоимость. Большие надежды и на систему «Орбита», в которой заказчики сами могут просчитать заказы, что упрощает работу менеджеров.

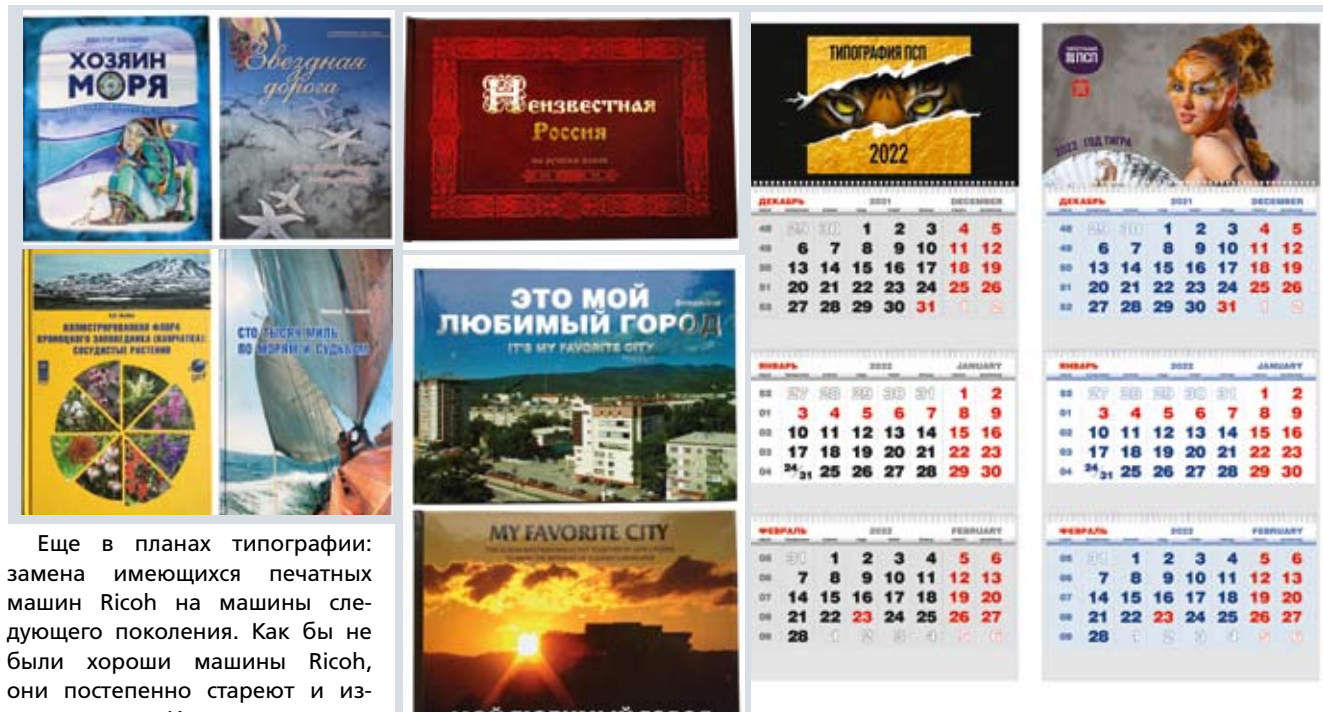
пографиях, в том числе флагманских. Так что думаю: проблем у нас не будет, и с сервисом проще. А японская компания в нашем лице потеряла клиента».

### Диверсификация

Константин рассказал, что типография «ПСП» все больше погружается в цифровые технологии: «Коммерческий офсет постепенно сокращается, а переходить на производство упаковки нам сложно. В небольших объемах мы делаем и коробки, и этикетки, но существенно нарастить этот сегмент нам сложно: по соседству крупные серьезные предприятия, которые собирают практически все региональные заказы на этикетки и упаковку. Поэтому мы постепенно мигрируем в различные области цифровой печати. Недавно приобрели



Широкоформатный планшетный УФ-принтер и широкоформатный режущий плоттер iECHO



Еще в планах типографии: замена имеющихся печатных машин Ricoh на машины следующего поколения. Как бы не были хороши машины Ricoh, они постепенно стареют и изнашиваются. И их нужно менять на новые. И это будут машины Ricoh. У компании «Рико Рус» есть официальный партнер — компания «Передовые Системы Печати», через которую ведутся поставки. Ведь Ricoh зарекомендовала себя как надежный партнер в России, даже в условиях санкций. Это дорогого стоит...»

Книга — главное направление работы типографии с момента ее открытия. За свою историю она смогла поучаствовать в создании множества книг: фотоальбомы и сборники стихов, научные труды и книги сказок. Но ее производственные ресурсы позволяют изготовить практически любую продукцию

# ОТКРОЙТЕ ДЛЯ СЕБЯ RICOH PRO C9500



## Рост прибыли, снижение эксплуатационных расходов и новые возможности для вашего бизнеса

Если когда-либо существовала цветная ЦПМ, созданная с учетом реалий нашего времени и в то же время способная поддерживать рост бизнеса и потенциал развития, то RICOH Pro C9500 — именно она. Опираясь на проверенную временем основу, эта система производственного класса выведет вас на новый уровень благодаря автоматизации и высококачественным и предсказуемым результатам печати.

- Скорость печати до 135 А4/мин
- Диапазон плотности материалов: 40–470 г/м<sup>2</sup>
- Наличие функции регулировки глянца Gloss Control
- Новая операционная панель 21,5 дюймов
- Новые внешние контроллеры Fiery N-50 и Fiery N-70
- Новый модуль термозакрепления Fusing Pad



ricohpro.ru

**RICOH**  
imagine. change.

# «Интеллсервис» открывает двери для российских полиграфистов

В середине октября компания «Танзор» организовала поездку группы российских полиграфистов в Казахстан с целью знакомства с возможностями типографии «Интеллсервис» и обмена опытом. Несмотря на то, что предприятие находится в казахском городе Толгар (рядом с Алматы), оно хорошо известно российским полиграфистам, более того, она когда-то была единственным иностранным участником российского «Гейдельберг Клуба».

Опыт развития «Интеллсервиса» был интересен многим российским типографиям. Для нас причин отъезда в Казахстан в эту типографию было множество. Это одно из наиболее интересных и быстроразвивающихся частных полиграфических предприятий на постсоветском пространстве. За годы своего существования оно сумело адаптироваться к рыночной ситуации и несколько раз поменять свою основную специализацию. Кроме того, «Интеллсервис» — первое на территории СНГ предприятие, где работают печатные машины manroland 700 Evolution. И наконец, с руководителем типографии Александром Костиным, автор знаком уже больше 40 лет — еще со студенческих времен...

## Первая площадка

В настоящее время у типографии «Интеллсервис» две производственные площадки в городе Талгар, на которых работают более 200 сотрудников. Первая специализируется на производстве картонных коробок, а также коробок из кашированного гофрокартона. На этой площадке установлен даже небольшой



Компания «Танзор» пригласила российских полиграфистов в «Интеллсервис»

гофроагрегат. Основу печатного производства составляют две печатные машины manroland 700 Evolution. Раньше здесь работали машины компании Heidelberg. Помимо печатной техники, есть комплекс специализированного оборудования для послепечатной обработки оттисков. Любопытно, что в типографии на ряде производственных операций работают как машины ведущих мировых производителей (например Bobst), так и китайских производителей. В России это сейчас типичная ситуация, но она во многом связана с международными санкциями, запрещающими поставлять в Россию продукцию ведущих мировых производителей. Казахстан не находится под санкциями, следовательно, выбор у типографий не ограничен. По словам Александра, использование китайского оборудования связано «с тем, что многие машины китайского производства по своим возможностям и характеристикам уже близки к продукции мировых производителей, а цена на них в Казахстане выгодно отличается. Машины работают

уже несколько лет, и претензий к ним практически нет».

Набор оборудования для изготовления картонной упаковки в типографии «Интеллсервис» вполне типичен, помимо печати, это прессы для высечки, прессы для тиснения фольгой, лакировальное оборудование (в том числе трафаретное), ламинатор, оборудование для вклейки окошек в заготовку коробки и фальцевально-склеивающие линии. Обнаружилось и довольно любопытное устройство для декорирования оттисков серии Cast&Cure, позволяющее с помощью специальной донорной голографической пленки и УФ-отверждаемого лака создавать на оттиске голографический эффект, хорошо привлекающий внимание. Он используется в качестве защиты упаковки от подделки. Подобных машин на просторах СНГ единицы.

## Вторая площадка

Вторая площадка производит бумажную посуду. Здесь работает полный комплекс оборудования для изготов-



В типографии «Интеллсервис» сейчас работают две печатные машины manroland 700 Evolution





Профессиональное оборудование для высечки

ления барьерного картона, из которого затем производится бумажная посуда, в первую очередь бумажные стаканы, миски, корзины разных размеров, а также всевозможные лотки. Барьерный картон в типографии производят собственными силами. В качестве основы раньше использовали картон европейского производства, сейчас перешли на белорусский из Добруша — CupBoard. Такой переход связан не с санкциями, а с тем, что картон из Добруша стал соответствовать требованиям качества, а по цене оказывается дешевле европейского. К тому же плечо доставки из Беларуси оказывается выгоднее, чем из Европы, откуда он ранее поставлялся.

Картон CupBoard из Добруша в типографии «Интеллсервис» на специальном экструзионном ламинаторе поливают расплавом полиэтилена, делая его влагостойким. Затем на этом картоне при помощи флексографской печатной машины печатают необходимое изображение по схеме «из ру-

лона в рулон». После этого запечатанный рулон загружается в пресс для высечки с рулонной зарядкой, где высекаются заготовки будущих стаканов. Полученные заготовки загружаются в машины для формирования бумажных стаканов. Такого оборудования в типографии довольно много — для посуды разных размеров.

В составе делегации из России в «Интеллсервис» приехали специалисты из типографий, производящих как картонную упаковку, так и бумажную посуду. В результате во время экскурсий на обеих площадках возникли тематические дискуссии и обсуждения — все делились своим опытом.

### Совместная договоренность

В составе российской делегации были руководители компании «ЦБК-Трейдинг» и группы компаний Sonoga. «ЦБК-Трейдинг» является дочерней компанией Добрушской бумажной фабрики «Герой Труда», а группа компаний Sonoga — один из дистрибуторов продукции Добрушской бумажной фабрики на российском рынке. Во время визита прошли переговоры с руководством «Интеллсервиса», в результате была достигнута договоренность, что «Интеллсервис» будет изготавливать для компании Sonoga барьерный картон на базе CupBoard, политый полиэтиленом. Его компания Sonoga будет распространять по Казахстану и другим странам Средней Азии. Также она будет поставлять различные картоны из Добруша в типографию «Интеллсервис».

### Интересное развитие

За время существования типография «Интеллсервис» претерпела несколько этапов развития. Все началось с коо-

**SMART-T**  
smart-t.ru

+7 495 663-9111



## ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ И ВЫСОКОТОЧНОЙ ВЫСЕЧКИ ЭТИКЕТОК

ПРИГЛАШАЕМ В НАШ ШОУРУМ НА ДЕМОНСТРАЦИЮ

**DARUI**



**K1**  
тонерный принтер  
с белым цветом



**D-J3**  
станок для лазерной высечки



**D-S5**  
станок для высечки



5-10 м/мин. скорость печати | 330 мм максимальная ширина печати

разрешение печати СМУК+W | 1200 x 1200 dpi

LED-модуль OKI | 360 г/м<sup>2</sup> максимальная плотность носителя

до 60 м/мин. скорость резки | 200 Вт мощность лазерного излучателя

Функции ламинирования, высечки, удаления облоя, листования и перемотки. и т. д.

Непрерывная и периодическая резка | Подача материала - из рулона в рулон, из рулона в лист

до 10 м/мин. скорость резки | 8 автоматических лезвий

Функции ламинирования, высечки, роспуска на ручьи, удаления облоя, перемотки и т. д.

Многозадачный непрерывный переключатель QR-кода | Подача материала - из рулона в рулон

instagram.com/smart.mimaki

vk.com/smart.mimaki

facebook.com/Smart.mimaki

t.me/smart\_mimaki

youtube.com/CSmartChannel

МОСКВА  
+7 (495) 663-9111

КРАСНОДАР  
+7 (861) 234-3189

УФА  
+7 (927) 043-08-07

НОВОСИБИРСК  
+7 (383) 36-36-201

МИНСК  
+375 (740) 740-9242

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ  
+7 (812) 331-3993

НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ  
+7 (8552) 78-1055

ВОРОНЕЖ  
+7 (473) 221-0030

АЛМАТЫ  
+7 (727) 339-3369

ТАШКЕНТ  
+998 (90) 966-42-04

ИВАНОВО  
+7 (910) 995-61-47

КАЗАНЬ  
+7 (927) 432-6513

ЕКАТЕРИНБУРГ  
+7 (343) 288-5901

АСТАНА  
+7 (7172) 52-2874

БИШКЕК  
+996 (703) 46-30-84



Во время поездки была достигнута договоренность о том, что «Интеллсервис» будет изготавливать для ГК Sonora барьерный картон на базе CupBoard. Слева: Александр Фефелов (ГК Sonora), справа: Александр Костин («Интеллсервис»)

ператива в далеком 1991 г. Это было еще советское время, и Александр работал в районной талгарской типографии. Тогда на рынке начали появляться коммерческие заказы, но государственные типографии не могли их выполнять: «Мы тогда с группой энтузиастов стали брать эти заказы, и искали, где их можно изготовить. Находили типографии, где простаивало полиграфическое оборудование (а такого было немало), и брали его в аренду и на нем печатали коммерческие заказы. Так работали до 1997 г. Это был первый этап.

В 1997 г. появилась компания «Интеллсервис», которая с помощью компании «Гейдельберг-СНГ» приобрела свое первое полиграфическое оборудование. Это была печатная машина SORM-Z, что было большим шагом вперед. Началось стремительное развитие, и к началу 2000-х в типографии уже была машина GTO, четырехкрасочный Speedmaster 52, ряд послепечатного оборудования. Появилась и печатная машина, переделанная для УФ-лакирования, в итоге «Интеллсервис» стал единственной в Казахстане типографией с УФ-лакированием. Мы стали печатать многостраничную продукцию, в первую очередь журналы. Это был второй этап развития».

На третьем этапе компания сделала серьезный шаг в сторону производства упаковки — появилась пятикрасочная машина Heidelberg Speedmaster CD102, а также первый китайский вырубной пресс и фальцевально-склеивающая линия, затем прессы для высечки были от компании Bobst. А потом были установлены прессы китайского производства компании Dayuan. Вскоре к пятикрасочной печатной машине добавились и шестикрасочная той же модели. Увеличилось и количество послепечатного оборудования. Компания стала серьезным игроком на рынке картоной упаковки.

Четвертый этап развития был связан с книжным производством. Коммерческая печать в типографии развивалась, а с приобретением печатных машин большого формата стало возможно печатать и книги. Так получилось, что «Интеллсервис» оказался лучше оснащен, чем большинство государственных типографий страны, в результате а нем стали размещать крупные государственные заказы на книги, в частности учебную литературу. Еще больше этому стало способствовать замена в 2016 г. выработавших большой ресурс машин Heidelberg на новейшие тогда машины manroland 700 Evolution, представленные в том же году на выставке drupa. По словам Александра: «имевшиеся машины



На первой площадке типовой набор послепечатного оборудования для картонной упаковки. На фото внизу устройство Cast&Cure



Флексографская машина для запечатки картона для стаканов, справа экструзионный ламинатор для полива картона



Высечка заготовок для стаканов осуществляется прямо из запечатанного рулона на специальных прессах для высечки с рулонной зарядкой. На фото справа машины для формирования стаканов и различных лотков для фаст-фуда

нужно было менять, у них был уже большой пробег, а компания *maproland* вместе со своим дистрибутором «ВИП-Системами» сделали нам уникальное предложение». Насколько нам известно, это машины — по-прежнему единственные в СНГ.

И наконец пятый этап развития связан с производством бумажной посудой. Рынок бумажной посуды тесно связан с фаст-фудом, который в Казахстане был не очень развит. Первые мировые бренды фаст-фуда в стране появились только в середине десятых годов (KFC), а первый *Macdonalds* — лишь в начале двадцатых. Но с приходом первых серьезных игроков стал развиваться и рынок бумажной посуды, на который «Интеллсервис» сделал серьезную ставку. И на производстве сейчас множество единиц оборудования для формовки стаканов, лотков и других специальных изделий, и самое главное — собственный экструзионный ламинатор для изготовления барьерного картона.

Дальнейшее развитие типографии оказалось связанным с оптимизацией. Типография решила отказаться от коммерческого и книжного направления и сосредоточиться только на упаковке и бумажной посуде: «Для дальнейшего развития книжного направления нужны были огромные инвестиции, — говорит Александр, — отдачу от которых получить было бы сложно, по крайней мере

в более-менее разумное время. Поэтому было решено книжное и коммерческое направление закрыть, оборудование для него продать и пустить все средства на развитие растущего рынка бумажной посуды».

Сейчас типография строит новые производственные площади, приобрела еще одну площадку под будущую застройку, готовится устанавливать большой промышленный экструзионный ламинатор и ряд другого оборудования для работы с этим картоном (в том числе новую печатную линию). У «Интеллсервис» тесный контакт с производителем и дистрибутором различных полиграфических расходных материалов — компанией «Танзор», технологи которой помогают с внедрением различных красок и химии при печати на сложных материалах. «Интеллсервис» даже является дилером «Танзор» на рынке Казахстана.

Продолжением познавательной поездки группы российских полиграфистов по Казахстану стало посещение высокогорного спортивного комплекса «Медео», смотровой площадки на горнолыжном курорте «Чимбулак» и смотровой площадки «Кок Тебе».



В рамках поездки гости из России посетили многие местные достопримечательности

# «ЯМ Интернешнл»: работа по плану



**Михаил Карповский,**  
руководитель отдела продаж  
менеджмента,  
YAM International,  
[ Москва ]

Прошло уже более полугода с момента выхода интервью Михаила Маниовича, генерального директора YAM International в «Курсиве» №2-24, приуроченного к 35-летию компании. Мы попросили рассказать Михаила Карповского, что изменилось за это время. – Во-первых, мы приняли участие в выставке «Printech 2024», которая прошла в Крокус Экспо в июне. Оцениваем наше участие в этом мероприятии как крайне успешное, так как нам удалось одновременно выполнить несколько задач. С одной стороны, удалось встретиться со многими нашими клиентами, рассказать им об обновленном ассортименте оборудования и расходных материалов. С другой, мы узнали, чем они живут, какие у них сейчас основные цели и задачи, и, исходя из этого, чем мы можем быть полезны. Кроме того, наш стенд посетили иностранные партнеры: существующие и потенциальные. Все это вместе, безусловно, помогло более четко сформировать наши планы по расширению ассортимента и продвижению на рынок.

А после завершения выставки мы запустили новый сайт компании, и теперь нашим партнерам более удобно найти решения для своего запроса. Даже находясь в гостях у клиента, несмотря на ряд подготовленных внутренних материалов, любой сотрудник отдела продаж может открыть сайт и показать варианты предлагаемых решений, что сделало его реальным рабочим инструментом.

– На сайте большое количество китайского оборудования. Каков Ваш опыт по работе с этими производителями?

– В этом году, отмечая 35-летие, компания предлагает расширенную гарантию на решения из Китая. Тем самым мы хотим показать рынку, что мы не только не боимся продавать китайское оборудование, которое до сих пор еще бывает «разным», но и показать, что YAM уверен в надежности поставляемых нами решений. Мы тщательно отбирали поставщиков, и на сегодняшний день по соотношению «цена-качество» считаем, что сделали верный выбор.

– А как обстоят дела с европейскими поставщиками? Удалось ли сохранить с кем-то рабочие отношения?

**Существенная доля оборудования, которое наша компания поставляет из Китая, предлагается нашим клиентам под нашим собственным брендом Optima. Это позволяет отпозиционироваться от других поставщиков аналогичного (а порой и того же самого) оборудования из Китая и расширяет для нас возможности маневра**

– Да, к примеру, по моему любимому бренду из Германии — baumannperfecta мы продолжаем плотное взаимовыгодное сотрудничество. Кстати, на это оборудование мы решили оставить гарантию только 12 месяцев. Давать расши-

ренную гарантию на известный в РФ бренд излишне. Люди хорошо знают baumannperfecta еще под брендом Perfecta, а еще ранее — Seura. Этот год по установкам и имеющимся заказам могу отметить как один из самых успешных за последнее время. И, конечно, приходится к клиенту с решениями исходя из его потребностей, когда можем поставить и европейское, и китайское оборудование, гораздо эффективнее. Так мы способны закрыть нужды клиента, исходя из его возможностей и целей.

– Скажите, помимо baumannperfecta, что еще удалось привезти?

– Нами было установлено несколько резальных машин, ламинаторов, брошюровальный комплекс на базе вертикального башенного листо-подбора Oursup, также мы привезли производительное автоматизированное решение одному из наших ключевых клиентов. Есть пара инсталляций новых систем LED-сушек на печатном оборудовании, и это не только на Komori.

– Долгое время Вы поставляли машины Komori. Они по-прежнему находятся под санкциями. Скажите честно, жаль, что сейчас такой возможности нет?

– Конечно, жаль. Предполагается, что санкционная нагрузка на долгие годы лишит нас возможности поставки новых Komori, но и тут есть альтернативные решения. В проработке несколько проектов на поставку двухярусных печатных машин Luota для печати без переворота листа, также завод производит ролевые офсетные решения различной конфигурации и красочности как для печати на бумаге, так и на самоклеяке. У нас есть полуротационный офсет от Huada. Это направление все активнее интересует отечественных «классических» листовых офсетчиков в качестве альтернативной возможности печати этикеток офсетным способом. Хотя есть и бо-



Рулонная офсетная печатная машина Luota для печати по бумаге



Листовая машина ярусного построения для печати двусторонней продукции. Выпускаются в конфигурации 1+1 или 2+2

лее стандартное решение — поставка машин Komori со вторичного рынка. Этот рынок не нов и неплохо нам знаком.

– **Типографии не смущает, что машина уже была в использовании? Они могут быть спокойны?**

– Безусловно, когда мы поставляем б/у оборудование, у нас есть ряд алгоритмов, которые не требуются при поставках аналогичного оборудования от производителя. Мы направляем наших экспертов для первоначальной оценки состояния машины, только после этого мы можем предлагать ее клиенту. Учитывая, что инженеры компании обучались непосредственно у Komori, для них сделать профессиональную корректную дефектацию печатной машины не представляет проблем. И, конечно же, инженеры выезжают на демонтаж либо выступают супервайзерами данного процесса, чтобы упростить задачу по пуско-наладочным работам и быть уверенными, что клиент получит отлаженное рабочее оборудование.

– **А как обстоит дело у ЯМ с поддержкой клиентов, которые приобрели оборудование Komori? Как им поддерживать рабочее состояние машины и любого оборудования, которое было установлено еще до введения санкций?**

– Тут все зависит от конкретного производителя и соответствующих проблем. Komori — не проблема. Если возникла поломка, вызывается инженер через нашу службу 911@yam.ru. Дефектовка, выявление требуемых запчастей, поставка з/ч с нашего склада в Москве или под заказ с приемлемыми сроками поставки. По периферии к печатным машинам действительно сложнее: Technotrans или Baldwin упорные, но и к ним подход найден. Опять же, есть альтернатива, если ремонт периферии по деньгам неприемлем, у нас имеются аналогичные решения Optima. На сайте они есть, можно ознакомиться самостоятельно или оставить заявку.

Многим клиентам я бы посоветовал обращать внимание не только на финальную цену контракта, которая может быть привлекательней иных предложений, но и думать наперед: оценивать способность поставщика отвечать перед клиентом не только в гарантийный срок, но и далее. Не у всех поставщиков до сих пор получается даже качественно смонтировать поставляемое оборудование или обучить персонал типографии. Это действительно является проблемой, но не для нас.

– **Получается, сервис остается вашим приоритетным направлением?**

– Безусловно. Это неотъемлемая и важная часть нашей компании. Есть известная фраза, которую я считаю очень важной: «Первую машину продает менеджер, вторую — сервис. Иначе и быть не может». ■

# ПЕЧАТАЕТЕ ЭТИКЕТКУ?



Подпишитесь на Flexo.Business

Это новостной Telegram-канал для всех, кто выпускает этикетку и упаковку

## УЗНАЕТЕ ПЕРВЫМИ:

Кто что купил

Какие новости у производителей и поставщиков

Как дела у коллег по цеху

Какие интересные решения есть на рынке

Мнение коллег по важным вопросам

Анонсы мероприятий

И многое другое

**FLEXO** BUSINESS

[t.me/flexobusiness](https://t.me/flexobusiness)



С 3 по 5 декабря 2024 года в Hyatt Regency Moscow Petrovsky Park состоится RosUpack Summit – новое мероприятие топ-уровня для производителей и потребителей упаковки.

Саммит пройдет под эгидой выставки RosUpack – самого крупного события упаковочной индустрии в России и странах СНГ с 29-летней историей. Для формирования будущего отрасли и развития бизнеса RosUpack Summit объединит на своей площадке более 300 руководителей предприятий упаковочной индустрии, а также лиц, принимающих решения в области закупок упаковки.

### О мероприятии

RosUpack Summit 2024 станет важной вехой для профессионалов упаковочной индустрии. Участники обсудят итоги года, смогут наметить новые точки роста, а также наладить ценные деловые связи в спокойной и доверительной атмосфере.

**Более 35 спикеров** – ведущих аналитиков и экспертов из международных и отечественных компаний – проведут ряд сессий на актуальные для индустрии темы. Участники Саммита смогут получить доступ к эксклюзивной информации о тенденциях рынка, новых технологиях и инновационных решениях для бизнеса.

### Экскурсии на производства

Одной из ключевых особенностей RosUpack Summit 2024 станет **экскурсии** на ведущие предприятия упаковочной отрасли. Участники смогут посетить действующие производственные площадки, где им будет предоставлена возможность:

- ◆ **Увидеть инновации в действии.** Ознакомиться с современными технологиями и оборудованием, используемыми в упаковочном производстве.
- ◆ **Обсудить практические аспекты.** Получить ответы на вопросы от специалистов и руководителей предприятий о процессе производства и внедрении новых решений.
- ◆ **Изучить успешные кейсы.** Узнать о лучших практиках и подходах, которые применяются в отрасли для повышения эффективности и устойчивости.

### Программа саммита

Два дня конференц-сессий охватят широкий спектр тем, включая:

- ◆ **Государственное регулирование** и изменения в законодательстве: влияние на упаковочную отрасль. **Расширенная ответственность производителя.**
- ◆ **Глобальные тренды** развития упаковки. Новая реальность и международный опыт;

- ◆ **Цифровизация процессов.** Внедрение новых технологий в упаковку.
- ◆ **Тренды потребления.** Как меняются предпочтения потребителей и что это значит для упаковки?
- ◆ **Инновации в материалах.** Новые решения для повышения эффективности упаковки.
- ◆ **Эволюция упаковки в FMCG.** Брендинг и R&D.
- ◆ **Экология и переработка.** Экономика перехода на экологичные решения.

Каждая сессия будет включать обсуждения, панельные дискуссии и возможность задать вопросы экспертам.

### Нетворкинг

Мероприятие предоставит широчайшие возможности для налаживания ценных контактов с **более чем 300 топ-менеджерами** компаний-лидеров рынка. В течение трех дней участники смогут:

- ◆ Установить новые деловые контакты с коллегами по отрасли.
- ◆ Обсудить совместные проекты и партнерства.
- ◆ Обменяться опытом и лучшими практиками.
- ◆ В программе предусмотрено более **20 часов** для неформального общения, что позволит участникам наладить ценные связи в доверительной атмосфере.

### Почему стоит участвовать?

Для участия в саммите можно выбрать разные варианты пакетов, включая премиум-опции с доступом в VIP-зону мероприятия.

RosUpack Summit 2024 – это не просто конференция. Это уникальная возможность:

- ◆ Узнать о последних трендах и инновациях в упаковочной индустрии.
- ◆ Получить инсайдерскую информацию от лидеров мнений.
- ◆ Расширить свои профессиональные горизонты и укрепить бизнес-связи.

**Не упустите шанс стать участником RosUpack Summit 2024! Присоединяйтесь, чтобы вместе формировать будущее упаковочной индустрии.**

Ознакомьтесь с подробной программой RosUpack Summit и выберите пакет участия





# ВСЕГДА ПОМОЖЕМ С БУМАГОЙ И КАРТОНОМ



## ☑ Профессиональные услуги

Проконсультируем по любым вопросам, связанным с использованием материалов в полиграфии. Регулярно проводим консультационно-методические семинары для наших клиентов с привлечением производителей.

## ☑ Специальные ценовые условия

Закупки товаров большими партиями позволяют получить специальные условия и цены от производителя. Высокий уровень оборачиваемости обеспечивают небольшие наценки и особые условия оплаты для наших клиентов.

## ☑ Высокое качество

Мы работаем только с крупными производителями полиграфических материалов, гарантирующими высокое качество собственной продукции.

## ☑ Доставка и хранение

Доставим заказы точно в срок. Осуществляем другие логистические услуги с использованием складов в разных областях РФ.

### Офис в Санкт-Петербурге:

Санкт-Петербург, Свердловская набережная,  
дом 44, лит. Д, офис 406  
E-mail: [info@sonoragroup.ru](mailto:info@sonoragroup.ru)

### Офис в Нижнем Новгороде:

Нижний Новгород, ул. Почаинская, д.17 В  
E-mail: [nn@sonoragroup.ru](mailto:nn@sonoragroup.ru)

**ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ**

**+**

**ФАБРИКА ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ**

Единый телефон: (499) 899-5995



*Вместе  
Эффективней*



С М Y К P

**5**

красок  
за 1 прогон

Тиражи  
от **250** экз.

от


**250**

**ОТДЕЛКА**

**ОТТИСКОВ**

трафаретной  
печатью



 илим  
Стандарт

СТАНДАРТ  
КАЧЕСТВА  
ОТ ЛИДЕРА<sup>1</sup>

## Универсальное решение для ежедневной печати в офисе и дома

- для любого принтера
- 100% белёная целлюлоза
- без замятий и пыли

**A3** | **A4** | **80** | **104**

297x420

210x297

г/м<sup>2</sup>

мкм



 [officpaper.ilimgroup.ru](http://officpaper.ilimgroup.ru)

<sup>1</sup> АО «Группа «Илим» - лидер по выпуску целлюлозы, бумаги и картона в России по итогам 2022 года на основе оперативных данных Росстата за 12 месяцев 2022 года об общем количестве целлюлозы, бумаги и картона, изготовленном на предприятиях России

# Leading automation



Для любого вида  
картонных коробок

**НУЛЕВОЙ ПРОЦЕНТ БРАКА**

Вне зависимости от формы и размера упаковки, BOBST обеспечит полностью автоматизированное решение для ее производства и поделится знаниями и опытом, которые могут Вам помочь обеспечить максимальную производительность без единого бракованного экземпляра и возвратов тиражей. Интересно?

Обращайтесь в местное представительство BOBST на [www.bobst.com/contacts](http://www.bobst.com/contacts)

