

# ПОЛИГРАФИКА

№2, Март, 2018

## ИНВЕСТИЦИЯ



# ОБДУМАТЬ И РЕШИТЬСЯ

# ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №2 (124)-2018

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА

Просчитать, но не просчитаться: схема обоснования инвестиций ..... 2

### ИНТЕРВЬЮ

Екатерина Макеичева, «НЦ Лоджистик» (NCL)  
Продукты Kodak: экономия или оптимизация? ..... 8  
Дмитрий Мокин, Сергей Новгородцев, компания Xerox  
Лучший год Xerox в России,  
или Как сработали «закладки» на будущее ..... 10

### ОБОРУДОВАНИЕ

Типография «Полина»  
Выбор приоритетов,  
или Как зарабатывать на малых тиражах ..... 14  
ММТ им. Л.Б. Красина  
Полиграфический полигон,  
или Подготовка кадров для отрасли ..... 20  
Типография «Премиум Стандарт»  
Шаг в упаковку ..... 24  
«Компания Боргес»  
Рынок не терпит косности,  
или Зачем нужны инновационные решения ..... 28

<b>Реклама в номере:</b>	Фотофорум ..... 25
Агфа ..... 11	All in Print China ..... 15
Альфа-Дизайн ..... 12	Bobst ..... 7
ВИП-Системы ..... клапан, 23	Heidelberg ..... 31
ВМГ-Трейд ..... 5	hubergroup ..... 3
Дизайн и Реклама ..... 17	Kodak ..... клапан, 2-я обл.
Илим ..... 3-я обл.	Lamstore ..... 29
ОктоПринт Сервис ..... клапан	Muller Martini ..... 21
Ситипринт ..... вкладка	NCL ..... 9
Смарт-НН ..... 30	Printech ..... 19
Терем ..... 1	Viva-Star ..... 6
Терра Системы ..... клапан, 27	Xerox ..... 13
Фабрика офсетной печати ..... вкладка	YAM International ..... 4-я обл.

#### Учредитель Издательство «Курсив»

Генеральный директор  
А. Ч. Амангельдыев  
Исполнительный директор  
Н. В. Шапинова  
Ответственный секретарь  
Л. В. Артемова  
Зам. директора по маркетингу  
и рекламе  
Е. А. Маслова

#### Журнал «Формат»:

Главный редактор  
А. Ч. Амангельдыев  
Зам. главного редактора  
М. Ю. Беляева  
Ведущий редактор  
Н. А. Шлыкова  
Корректор  
О. В. Улантимова

#### 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 Viva-Star  
Тел.: (495) 780-67-05  
Тираж 7000 экз.

#### ВНИМАНИЕ!

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

Печатайте  
быстрее.

Зарабатывайте  
больше.

ASiNC

# ENVISION

Инновационные  
листовые  
краски



**5** преимуществ  
красок ENVISION  
для вашего  
производства

**скорость**

самые быстрые листовые краски  
на рынке

**от 2,5 мин.**

первоначальное закрепление

**от 3-х часов**

окончательное закрепление

**работают**

в жестких климатических условиях

**немедленная печать**

оборота, резка и послепечатная  
обработка



[www.terem.ru](http://www.terem.ru)

Компания TEREEM — эксклюзивный  
дистрибьютор офсетных красок A.S. Inc  
(Ю.Корея) в России и СНГ

**(495) 956-04-04**  
[sales@terem.ru](mailto:sales@terem.ru)

$$2 + 2 = 8$$

# Просчитать, но не просчитаться: схема обоснования инвестиций



**Л**юбая серьезная инвестиция, как правило, должна строиться на просчитанной и продуманной стратегии развития.

В большинстве случаев инвестиции в полиграфию преследуют одну простую цель — увеличить производительность предприятия. Несколько реже это связано с расширением возможностей или упрощением процесса производства (например, заменой ручного труда на автоматизированное оборудование). Иными словами, нехватка производственных мощностей и увеличение заказов требуют новых вложений денежных средств. Однако это только часть инвестиционного процесса. Если бы все типографии подходили к процессу инвестиций таким способом, развитие отрасли шло бы только по экстенсивному пути. Но развитие бизнеса — это не случайный процесс, а сознательное движение к лучшему. Поэтому очень часто инвестиции связаны со стремлением выйти на новые рынки, создать новые продукты, качественно изменить собственное производство. Желание начать заниматься чем-то новым всегда связано с определенной долей риска: нужен ли кому-нибудь товар, который компания собирается производить; если нужен, то в каком объеме; какие особенности должны быть у этого продукта и т. д. Однако существуют маркетинговые методики, которые позволяют снизить риск и получить определенную информацию о рынке и предполагаемой продукции еще до того, как инвестиции сделаны. В данной статье мы постараемся дать общее представление о том, как можно оценить ситуацию на рынке, используя общедоступную информацию, и на ее основе делать выводы о необходимости выхода на новые рынки.

## Упаковочный сегмент. Неожиданные оценки

Сами подходы достаточно просты и не требуют проведения масштабных исследований, но при этом дают представление об отечественном рынке в целом. Сейчас считаются практически беспригрешными инвестиции в оборудование

**Любая серьезная инвестиция, как правило, должна строиться на просчитанной и продуманной стратегии развития. Снизить финансовые риски и получить определенную информацию о рынке и предполагаемой продукции еще до того, как сделаны инвестиции, позволяют маркетинговые методики**

для изготовления упаковки. Люди всегда будут испытывать потребность в еде и в базовых товарах для обеспечения нормальной жизнедеятельности, а все эти товары нужно

упаковывать. Значит, если начать производить упаковку, то гарантированно становишься успешным предприятием, сбыт продукции обеспечен. Однако не все так просто. Прежде чем создавать еще одно производство упаковки, стоит задуматься о том, нужно ли пищевому рынку или рынку товаров народного потребления еще больше упаковки. В этой связи следует ответить на ряд вопросов.

■ Ввод нового производства приведет к увеличению количества произведенной продукции. Будет ли на нее спрос? Оценку можно проводить по ряду прямых и косвенных признаков. Статистически известно, что каждый житель крупного города потребляет в год около 200 единиц товаров, упакованных в картонную коробку. Житель мегаполиса чуть больше — 250, жители сел и деревень — около 100. Зная примерное распределение граждан по месту проживания и общее число граждан страны, можно оценить потребность страны в картонной упаковке. Получается, что России нужно около 120 млрд картонных коробок в год, разного размера и формы. Еще некоторое количество потребления добавится за счет приезжих и экспорта ряда товаров (10–12 млрд), но при этом часть упаковки прибывает в нашу страну из-за рубежа вместе

с товаром. Если пять–шесть лет назад объем таких товаров был существенным и его можно было оценить в 15–20 млрд упаковок, то сейчас этот объем снизился в результате санкционной политики и составляет около 10 млрд. Таким образом, общий объем картонной упаковки (из плотного картона) в нашей стране — около 122–125 млрд единиц.

■ Обычная печатная машина способна отпечатать в спокойном режиме около 80–100 тыс. листов картона в день при больших тиражах упаковки и около 50 тыс. при малых. На каждом листе в среднем располагается 8–10 заготовок коробок. Таким образом, одна печатная машина большого формата способна отпечатать около 150–180 млн коробок в год.

По данным статистики продаж полиграфического оборудования в России за 10 прошедших лет в нашей стране установлено более 1100 печатных машин (10-летний период берется из соображений среднего срока жизни печатной машины). Впрочем, существенное количество печатных машин сохранилось и с более ранних времен, и они регулярно используются для печати упаковки среднего уровня сложности. Общее число листовых офсетных машин, работающих в нашей стране, следует оценить примерно в 2200–2500. Не все машины задействованы в производстве упаковки, немалая их часть работает в журнальном или в коммерческо-рекламном сегменте продукции. Собственные наблюдения издательства «Курсив» позволяют сделать вывод о том, что в упаковке работает примерно 1300–1500 печатных машин. Еще некоторое их количество используется в смешанном режиме, на них печатают и картонную упаковку, и коммерческую продукцию. Поэтому следует ввести поправку и принять общее количество печатных машин, работающих в сегменте производства упаковок, за 1700.

■ Учитывая полученные цифры, можно сделать вывод, что в стране работает оборудование, позволяющие производить 190–210 млрд картонных коробок в год. А потребности мы

оценили существенно меньше, примерно в 125 млрд. Вот такой неожиданный получается ситуация в России. Налицо явный переизбыток производственных мощностей.

Впрочем, нужно ввести поправки. Далеко не все печатные машины способны работать с той производительностью, как указано в наших оценках. Добрая половина печатных машин изготавливает в день не более 20–30 тыс. листов. А если учесть еще и тот факт, что примерно 35–40% машин, используемых в упаковочном сегменте, половинного формата, то объем производства нужно еще скорректировать в меньшую сторону. Таким образом,

объем производства упаковки в России следует оценить в 140–150 млрд, и это все равно заметно больше, чем требуется.

Существует мнение, что объем производства упаковки в нашей стране будет расти и инвестиции в нее оправданны. Отчасти это верно, но по оценкам государственных и независимых аналитических органов, рост объема производства составляет не более 2% в год, что дает прирост 1,5–2 млрд в год. Так что на прирост рынка надеяться сложно, как и на то, что отечественный товаропроизводитель выйдет на международный рынок и начнет в больших объемах продавать продукцию за рубеж. Рост экспорта хоть и от-



**huber**  
group

[www.hubergroup.ru](http://www.hubergroup.ru)

Москва +7(495)789-8333  
Санкт-Петербург +7(812)313-7448  
Екатеринбург + 7(343)253-0608  
Ростов-на Дону + 7(863)204-0196

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

Новосибирск +7(383)230-2798  
Самара +7(906)345-4475  
Тверь + 7(964)630-9981  
Нижний Новгород +7(499)503-0304

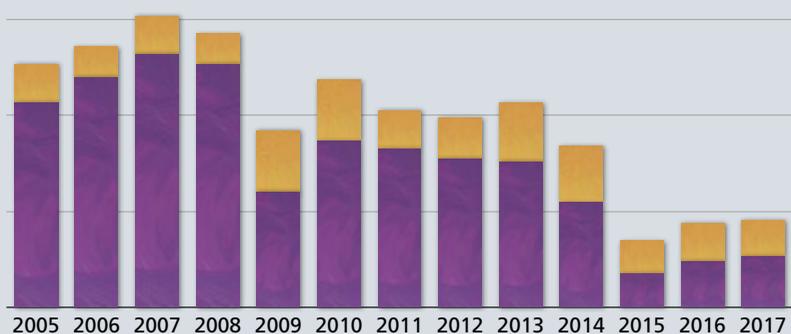


График установки печатных машин в типографиях России. Фиолетовым цветом указано общее количество новых печатных машин, желтым — бывших в употреблении. График не показывает точное количество единиц оборудования (эти цифры в явном виде получить непросто), он отражает общую тенденцию по каждому году и, самое главное, динамику изменения. Здесь учитываются машины разных классов и форматных групп, поэтому напрямую вычислять по этому графику прирост производственных мощностей в нашей стране сложно. Однако тенденции увидеть можно. В «жирные» 2002–2008 гг. в России появлялось около сотни новых печатных машин в год и примерно 15 машин, бывших в употреблении. В послекризисные 2009–2014 гг. объем поставок сократился в полтора раза, а в «санкционный» период с 2014 г. упал еще в два с половиной раза, при этом существенно выросла доля подержанных машин. Но главный вывод из этих графиков в том, что даже в самые сложные годы производственные мощности в России все равно прирастали. Причем в последние годы прирост был небольшой в количественном плане, зато в нашу страну поставляли в основном современные высокопроизводительные машины. Так что производственные мощности росли весьма активно. На графиках не показана естественная убыль машин, но в России она минимальна и происходит лишь за счет продажи некоторых машин за рубеж, но счет таким продажам невелик (12–15 единиц), остальные машины продолжают работать в России, хотя и меняют владельцев. Но с точки зрения учета производственных мощностей это не так важно. Даже очень «пожилые» машины определенный объем производства создают

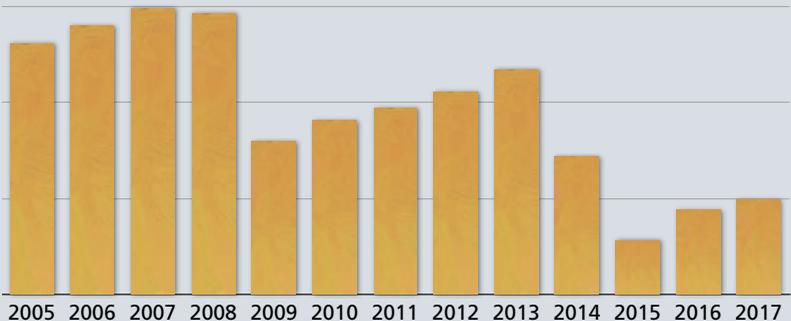


График установки цифровых систем экспонирования пластин (СТР-устройств) в России. Любопытно, что практически все выводные устройства, устанавливаемые в типографиях нашей страны, новые. Установка бывших в употреблении машин случается, но в большинстве случаев это устройства, переехавшие из одной российской типографии в другую, а значит, общий объем производства в целом сохраняется. Импорт бывших в употреблении СТР-устройств хотя и изредка случается, но на общую картину практически никак не влияет, поэтому на графике не обозначен. Точное количество работающих СТР подсчитать сложно, поэтому график показывает лишь примерное распределение. В период бурного развития полиграфии в 2002–2008 гг. в нашей стране появлялось более 100 единиц такого оборудования в год, затем импорт сократился, а начиная с 2014 г. уменьшился еще сильнее. Причиной этого следует назвать не столько кризисные явления в экономике нашей страны, сколько насыщение рынка. Практически все типографии, которые планировали приобрести подобное оборудование, это сделали, и сейчас установка новых машин во многом связана с заменой старых устройств. В отличие от печатных машин, естественная убыль СТР-систем реально существует, хотя она и невелика

мечается, но он по большей части связан с сырьевыми продуктами или товарами, не требующими упаковки (трубы, вооружение, автомобили и т. д.).

Из всего сказанного можно сделать вывод, что уже сейчас наблюдается явное перепроизводство на рынке упаковки. А значит, если инвестировать в данный сегмент, то нужно четко понимать, за счет чего можно будет привлечь заказчика. И здесь ничего нового придумать невозможно. Это либо более низкие цены, либо более интересные сервисные услуги (сроки, распределенная доставка, комплектация с добавленной ценностью для клиента. Либо все сразу. Более того, нужно понимать, что если одна типография увеличивает свой объем производства упаковки, другая этот объем потеряет. А значит, уход с рынка каких-то игроков неизбежен. Причем уход с рынка упаковочных типографий, что кажется не очень логичным многим «экспертам» рынка, которые считают: «Если ты печатаешь упаковку, то практически защищен от отсутствия заказов». Отнюдь.

### Книжный рынок. Перспективы

Подобный анализ можно проводить и по другим видам продукции. При этом критерием получения примерных цифр могут быть и другие виды оборудования. Например, при производстве книг оценку удобно проводить по блокообработывающим и книгоставочным линиям. Статистика Книжной палаты говорит о том, что в России продается около 700–750 млн книг в год. Их нужно поделить примерно поровну на книги в твердом переплете и книги в мягкой обложке. В нашей стране книги производятся как на серьезных книжных линиях, так и на простейших ручных станках. Но все же большая часть книг делается на поточных линиях. В России работает около 100–120 книжных линий для производства книг в твердом переплете и примерно 150–180 линий — для книг в мягкой обложке. Впрочем, заметная часть линий для бесшвейного скрепления используется для изготовления журнальной или каталожной продукции, так что чисто книжных линий насчитывается не более 80.

Производительность книжных линий для твердого переплета позволяет в среднем изготавливать 2,5–3 млн книг в год. Физически они могут и больше, но достаточно длительный процесс переналадки и сокращающиеся тиражи снижают общую продуктивность. Более того, многие книжные линии в нашей стране весьма «пожилые», так что продуктивность их низкая. Более производительные линии бесшвейного скрепления могут обеспечить годовой объем производства до 7–8 млн при

## Место для инвестиций есть

На сегодняшний момент в России действительно достаточно полиграфических мощностей для текущего уровня развития отрасли. Однако это вовсе не означает, что инвестировать в развитие не нужно. Наоборот, очень даже нужно. Причин тому много, отметим лишь некоторые из них.

■ **Макроэкономические причины.** Объем потребления полиграфической продукции в России находится на уровне отсталых стран. Нам далеко не только до лидеров (США, Китай, Япония, Германия), но и до весьма средних по уровню развития стран. Общее экономическое развитие страны тянет за собой и полиграфию. Тем не менее перспективы развития экономики все же видны. А это значит, что в России могут появиться и новые полиграфические объемы. Во всяком случае наши подсчеты показывают, что по объему заказов мы из года в год немного прирастаем. Правда, рост производственных мощностей происходит быстрее, чем количества заказов, поэтому многие типографии отмечают снижение объемов производства.

■ **Конкурентные причины.** Они напрямую следуют из макроэкономических причин, описанных выше. Объемы производства растут медленно, производственные мощности — быстрее. Соответственно, растет конкуренция. А значит, типографии, создавшие более современное и эффективное производство, окажутся в лидерах и соберут больше заказов, чем те, кто остановится в своем развитии. И это важная причина для инвестиций.

■ **Новые виды продукции.** Казалось бы, в нашей стране есть полиграфические предприятия на любой вкус. И нет такого вида продукции, который бы не могли производить в России. Тем не менее в типографиях ведущих стран встречается печатная продукция, которую у нас либо не изготавливают, либо ее ничтожно мало в общем объеме. На первый взгляд кажется, что у нас мало высококачественной кашированной упаковки из микрогофрокартона, почти нет упаковки из плотного толстого картона (1,5–1,8 мм), очень мало журналов печатается с высоким качеством на офсетной бумаге (а это мировой тренд в дизайне престижной периодики). До недавнего времени у нас не было такого продукта, как каталог торговых сетей (ритейл-каталог), а сейчас их издают все серьезные торговые сети России. В этой связи можно предположить и скорое появление крупных продавцов товаров по каталогам и, как следствие, самих каталогов. Не развита у нас полиграфия для индивидуальных заказчиков, хотя надежды на ее появление все же есть.

Таким образом, инвестиции в полиграфию необходимы. Важно только трезво оценивать направление этих инвестиций и пытаться просчитывать перспективы.

коротких тиражах. Но и тут нужно внести «поправку на возраст». Немалое количество линий бесшвейного скрепления, работающих в России, выпущены 15–25 лет назад и, соответственно, похвастаться большой продуктивностью не могут.

Таким образом, российские производственные мощности позволяют выпускать до 350–360 млн книг в твердом переплете и до 600 млн книг в мягкой обложке в год. Получается любопытная ситуация. Объем производства книг в твердом переплете в нашей стране практически соответствует возможностям отечественной полиграфии, а вот мощности для выпуска книг в мягкой обложке как минимум вдвое превышены. Так что и на этом рынке потенциальных инвесторов

# TOYOINK

Visible Science for Life



## ЛИСТОВЫЕ ОФЕТНЫЕ КРАСКИ КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ

- ✓ СДЕЛАНО В ЯПОНИИ
- ✓ ЯРКИЕ ЦВЕТА
- ✓ БЫСТРОЕ ЗАКРЕПЛЕНИЕ
- ✓ ВЫСОКИЙ ГЛЯНЕЦ
- ✓ ХОРОШИЕ ЦЕНЫ



# VMG

trade

Тел./факс: +7 (495) 780 01 83  
[www.toyoink.ru](http://www.toyoink.ru)  
[www.vmg-trade.ru](http://www.vmg-trade.ru)

особенно никто не ждет. В данном сегменте скорее не хватает заказов, нежели производственных мощностей.

### Допечатный сегмент. Оправданные инвестиции?

Можно привести и другие интересные цифры. В последние годы все чаще ряд полиграфических предприятий начинают предлагать услугу вывода печатных форм на сторону. Причем есть как специализированные предприятия (по старинке называемые репроцентрами), так и предприятия, которые выводят и для себя, и для других типографий. По нашим сведениям, в нашей стране в прошлом году появилось несколько выводных устройств, специально приобретенных для оказания услуг по выводу форм. Причем ставят их компании, уже имеющие опыт подобной работы. Исходя из этих фактов, можно сделать вывод, что потребность в выводе форм на сторону велика, и это направление можно считать перспективным с точки зрения инвестиций. Попробуем подсчитать.

Всего в России за последние 7–8 лет (средний срок жизни CtP-устройства) было установлено около 600 выводных устройств разных производителей и разных форматов. Эту цифру следует увеличить еще на 200–250 устройств, сохранившихся с прежних времен и продолжающих успешно работать. Несмотря на разноо-

бразие форматов, большинство устройств для вывода пластин рассчитано все же на формат пластины 70x100 см. Именно ее и примем за базу подсчетов. Поскольку скорость вывода практически пропорциональна формату, подсчет по базовому формату вполне правомерен. Средняя скорость работы выводного устройства

**Инвестиции в развитие собственного производства необходимы, даже в случае если типография не планирует выходить на новые рынки или осваивать производство новых видов продукции. Предприятие, остановившееся в своем развитии, проиграет конкурентную борьбу**

15–20 пластин в час. Есть, конечно, устройства, работающие намного быстрее, но нам интереснее нижний предел производительности, поэтому возьмем за основу минимальную скорость.

Исходя из отчетов, российский рынок потребляет около 10,5 млн м<sup>2</sup> офсетных

пластин в год. В пересчете на пластины типового формата это примерно 15 млн пластин в год. При этом суммарная производительность по офсетным пластинам всех используемых в нашей стране CtP-устройств составит минимум 40–45 млн пластин при щадящем режиме работы выводного устройства (12 ч в день, пять дней в неделю). Таким образом, получается, что на рынке более чем трехкратное превышение общей производительности относительно потребности рынка. Нужно ли в этой связи инвестировать в приобретение CtP — большой вопрос.

Впрочем, и здесь требуется внести уточнения. Есть множество корректирующих факторов, способных перевернуть ситуацию. Вряд ли следует приобретать CtP для оказания услуг по выводу пластин в крупных городах, где подобного рода сервисные услуги уже имеются и мощностей вполне хватит даже с учетом возможного роста загрузки. Но вполне может быть и так, что приобретение CtP-устройства будет оправдано для города, где услуг по выводу офсетных форм нет. Разумеется, оправданным будет приобретение CtP для замены устаревшего или выработавшего свой ресурс оборудования, а также тем типографиям, у которых еще нет выводного устройства (впрочем, здесь следует просчитать целесообразность владения собственным CtP против сторонней услуги по выводу — зачастую второе оказывается выгоднее).

Перечисленные выше примеры мы привели для того, чтобы показать: первичные маркетинговые исследования рынка можно проводить сравнительно простыми методами. Нужно лишь правильно поставить задачу. Конечно, такие несложные подсчеты не исключают и более детальной проработки тематики. Скорее, они позволяют сразу увидеть некоторые наиболее очевидные факты. Но в ряде случаев и этого уже достаточно для понимания вопросов, которые поднимают ряд «экспертов рынка» о будущем полиграфии. ■

# ПЕЧАТАЕМ ЭТОТ ЖУРНАЛ

# МЫ

**VIVASTAR**  
ТИПОГРАФИЯ EXPRESS

# ACCUCHECK



## СИСТЕМА КОНТРОЛЯ В ЛИНИЮ ACCUCHECK

В наши дни, когда предприятия работают в режиме «точно в срок», сроки вывода новой продукции на рынок значительно сократились.

Система ACCUCHECK позволяет производителям упаковки выполнять фальцевально-склеивающие работы быстро и качественно, удовлетворяя требованиям самых взыскательных заказчиков. Встроенная в линию система ACCUCHECK проверяет каждую коробку

на последней стадии производства, перед ее упаковкой и отправкой на фасовочные линии.

Это совершенно новое устройство превратит вашу фальцевально-склеивающую линию в высокоскоростную систему со 100% контролем качества выпускаемой продукции.

**BOBST: Бракованных коробок больше не будет.**

# Продукты Kodak: экономия или оптимизация?



**Екатерина Макеичева,**  
генеральный директор,  
«НЦ Лоджистик» (NCL)  
[Москва]

**В** начале года руководители ведущих российских компаний — поставщиков оборудования и материалов подводят итоги минувшего года и строят прогнозы будущего развития. Мы попросили генерального директора компании «НЦ Лоджистик» (NCL) Екатерину Макеичеву рассказать о результатах деятельности компании в качестве официального дистрибутора продукции Kodak в России и дать экспертную оценку полиграфического рынка в целом.

**Ф:** Многие отмечают, что 2017 г. был непростым для полиграфического бизнеса. Как он сложился для вашей компании?

**ЕМ:** Если честно, то у нас нет поводов жаловаться. В 2017 г. мы продали всего на одну единицу CtP меньше, чем в 2016 г., который благодаря выставке drupa повлиял на увеличение продаж оборудования. В плане поставки офсетных пластин мы даже выросли на 10%. И это при том условии, что на нашем рынке продается все больше дешевых китайских пластин. Что же касается материалов для флексографии, то рост составил порядка 15%.

**Ф:** Какие у вас ожидания от этого года?

**ЕМ:** Если говорить об оборудовании, то сейчас мы оказались в той же ситуации, что и большинство развитых стран. А именно: подошло время замены CtP-устройств и модернизации предприятия в целом для многих типографий. Массовая установка систем вывода форм пришлось на 2002–2008 гг., когда наблюдался пик активности типографий

в этом направлении. К сегодняшнему моменту оборудование Kodak работало по 10–15 лет (прочие бренды, как правило, до такого почтенного возраста не доживают) и подлежит плановой замене на новое. Причины данного явления — даже не столько физический износ, сколько потребность в современных, но не менее надежных технологиях и разработках. Большинство же машин, которые освобождаются в типографиях, вполне ликвидны на вторичном рынке. После «обновления» они попадают в типографии, у которых загрузка по выводу пластин не слишком высокая, и им не нужны самые передовые CtP-устройства. Мировая активность по модернизации допечатных участков такова, что завод Kodak был вынужден увеличить сроки поставки почти на месяц, поскольку не справляется с

грамотных типографий. Данная тенденция хорошо видна как в западных странах, так и у нас.

**Ф:** Не пугает ли заказчиков то, что в случае поломки единственного устройства они рискуют столкнуться с простоем оборудования?

**ЕМ:** Такие опасения у клиентов были на этапе установок первых CtP. Сейчас типографии знают уровень стабильности и низкую стоимость владения оборудованием Kodak. Те предприятия, производственный ритм которых требует безостановочной работы, пользуются услугами нашего сервиса, который исключает простой машин. Эта практика выработана годами и высокими требованиями наших заказчиков. Все детали, которые могут привести к остановке выводного устройства, имеются у нас на складе и могут быть быстро заменены. Накопленные статистика и опыт позволяют нам четко определять эти границы и эффективно вести бизнес. Так что в большинстве случаев возможные простои измеряются часами, а не днями, и клиентов это устраивает.

**Ф:** А к программным продуктам компании Kodak есть интерес?

**ЕМ:** Да, и очень активный. Опять же, это следствие оптимизации экономики типографии. У Kodak есть программные продукты, которые позволяют упростить общение заказчика с типографией и свести к минимуму задействованный персонал как с одной, так и с другой стороны. Клиент, по сути, сам размещает заказ в типографии, а наше ПО его проверяет, исключая человеческий фактор и связанные с этим материальные и временные потери. Если такой продукт внедрен на полиграфическом предприятии, то в препресс-отделе типографии потребуется меньше персонала, что позволит сократить фонд заработной платы, а у менеджера появится возможность уделить внимание активной работе с клиентами, а не тратить время на рутинные согласования. Раньше мы считали, что такая функция должна быть интересна офсетному рынку, но сейчас стало очевидно, что к этим функциям есть большой интерес со стороны флексографских типографий, где сами заказы, как правило, сложнее (много дополнительных цветов, сложный треппинг и т. д.), ошибки

## Ключевым фактором развития допечатных процессов во всем мире становится производительность и экономика

загрузкой. Kodak — мировой лидер в области CtP большого формата с долей около 75%, и, соответственно, на него пришлось основная работа по замене оборудования.

**Ф:** Если старое допечатное оборудование вполне работоспособно, зачем его массово менять? Может, проще обновить, это ведь дешевле?

**ЕМ:** Ключевым фактором становится производительность и экономика. Сокращающиеся тиражи продукции и сильно уменьшившееся время приладки нового заказа на печатной машине привели к тому, что рынку необходимо больше форм в единицу времени. Можно, конечно, задействовать несколько выводных устройств, но это экономически нецелесообразно, поскольку потребует привлечения дополнительных временных, человеческих и денежных ресурсов по содержанию этой техники. Если увеличение потребления пластин можно решить установкой одного производительного устройства вместо нескольких старых, то это хороший выход для

обходятся намного дороже (1 м<sup>2</sup> испорченной офсетной формы — это 4–5 евро, а флексографской — могут быть сотни) и запечатываемый материал тоже не дешевый. Все это вместе требует более внимательного приема заказа в работу и квалифицированного персонала. А такого персонала на рынке немного, и стоит он дорого. Возможность сократить количество работников и облегчить им производственную задачу стоит инвестиций в соответствующий программный продукт. И это только маленький пример. Кроме того, Kodak сейчас ведет масштабное внедрение облачных технологий, позволяющих клиентам избегать время от времени внушительных инвестиций в модернизацию серверов. Технологии мобильных оповещений позволяют персоналу быть более эффективным на предприятии. Таким образом, довольно скромные вложения в ПО оборачиваются для типографии весьма внушительными цифрами экономии, повышения производительности и уровня обслуживания своих покупателей.

**Ф:** Как обстоит дело с продажами офсетных пластин?

**EM:** Ситуацию на российском рынке мы хорошо знаем, но позиция компании NCL в данном вопросе полностью соответствует позиции компании Kodak в мире. Мы не собираемся биться за доли рынка с Китаем и конкурировать ценой квадратного метра. Это не наша стратегия. В России так же, как и в большинстве развитых стран, все больше компаний задумываются о переходе на беспроцессные технологии. Зачастую это предоставляет существенно больше выгод на выходе печатной продукции, чем экономия на квадратном метре: речь идет далеко не только о том, что отпадает необходимость в наличии проявочных процессов, проявочной химии, экономятся площади, электроэнергия и т. д. Процесс вывода пластин получается абсолютно стабильным во времени, полностью отсутствуют проблемы, связанные с недопроявкой или перепроявкой. В условиях интенсивного производства высококачественной продукции пластины должны быть идеальными. И в этой связи беспроцессная технология — хороший выход.

**Ф:** Бытует мнение, что беспроцессные технологии имеют ограниченный спектр применений и далеко не для всех производств подходят, поэтому ряд технологов относятся к ним с недоверием.

**EM:** Беспроцессной технологии Kodak уже больше 10 лет, и она непрерывно развивается. Выпущенная в начале этого года новая пластина Sonora X стала практически универсальной. Она хорошо проявляет себя при печати обычных ли-

стовых коммерческих заказов, выдерживает приличный тираж при работе с УФ-красками, а на рулонной ротации может «пробежать» до миллиона без видимых изменений на оттиске. И вот тут пластина Sonora X может успешно конкурировать по затратам даже с дешевыми китайскими пластинами. При тираже «под миллион» на дешевых пластинах придется использовать 3–4 комплекта, что заведомо дороже, чем один комплект Sonora X.

**Ф:** То есть беспроцессные формные технологии — это и экологично, и экономично?

**EM:** Точно! Когда мы запускали первые масштабные проекты по переводу типографий на «беспроцесс», у нас были лишь теоретические и умозрительные представления. Мы верили, что должно получиться так, как это выглядит на бумаге, но практических цифр не было. Теперь мы имеем внушительные наработки, реально работающие проекты мирового уровня, которые не только подтверждают теорию, но и объясняют природу и масштаб эффективности использования этой технологии.

**Ф:** А что нового у вас во флексографии?

**EM:** Здесь тоже ситуацию нужно рассматривать глубже. На рынке много серьезных игроков с хорошими продуктами в области фотополимеров для флексографии. Kodak на этом рынке относительно недавно — 10 лет, по сравнению с прочими лидерами рынка, и, с одной стороны, продавать его продукцию сложнее. В первом приближении отличие других полимеров от Kodak не столь очевидно. Но у технологии Kodak Flexcel NX есть ряд уникальных преимуществ, которые отрывают нас от конкурентов, как толь-

ко мы их демонстрируем на площадке предприятия. Не случайно подавляющее большинство производителей флексографского печатного оборудования предпочитает осуществлять сдачу машины и тестовую печать именно на пластинах Kodak NX. Не скрою, что получение всех выгод и демонстрация заявленных преимуществ потребовали от нас наращивания ряда компетенций и опыта внедрения. Возможность создать на поверхности фотополимера микропористую структуру (именно создать в процессе экспонирования) позволяет существенно увеличить краскоперенос фотополимера, что, в частности, позволяет даже на прозрачном полимере обойтись одним слоем кроющих белил при выкрывании. При использовании других полимеров для достижения нужного результата понадобится два слоя. А это уже другая экономика. Поэтому наша важнейшая задача на сегодняшний день — это укрепление отношений с существующими клиентами, информирование обо всех возможностях фотополимеров Kodak, а главное — обеспечение условий, при которых клиенты получали бы весь спектр преимуществ использования наших продуктов в своей повседневной практике. Тогда, имея такой тыл, мы сможем эффективно работать и с новыми клиентами.

**Ф:** Иными словами, во флексографии вы прогнозируете рост?

**EM:** Безусловно. Сейчас доля Kodak на флексографском рынке составляет около 10%. Но есть стабильный рост, и я считаю вполне справедливым, что доля вырастет до 15–20% в ближайшее время. А в России этот показатель должен быть еще выше... ■

**NCL**  
PREPRESS SOLUTIONS  
ИНТЕГРАЦИЯ УСПЕХА

## КОМПЛЕКСНОСТЬ РЕШЕНИЙ СОЗДАЕТ ОБЪЕМ БИЗНЕСА

ООО «НЦ Лоджистик»  
[www.nc-l.ru](http://www.nc-l.ru)

Москва +7 (495) 956 4015  
Санкт-Петербург +7 (812) 640 0367  
Екатеринбург +7 (343) 220 3735  
Новосибирск +7 (383) 209 0773

# Лучший год Хегох в России, или Как сработали «закладки» на будущее



**Дмитрий Мокин,**  
менеджер по индустриальному маркетингу,  
Хегох [Москва]



**Сергей Новгородцев,**  
руководитель отдела  
коммерческой печати,  
Хегох [Москва]

**К**онец первого квартала — время подведения итогов прошедшего года. Для многих компаний 2017 г. был относительно неплохим. При этом для российского офиса компании Хегох он оказался едва ли не лучшим за последние пять лет. Подробности об успехах компании в полиграфической части бизнеса нам рассказали руководитель отдела коммерческой печати Сергей Новгородцев и менеджер по индустриальному маркетингу Дмитрий Мокин.

**Ф:** Действительно ли прошлый год можно назвать лучшим за последние годы для российского подразделения Хегох?

**СН:** Да, это так. В 2017 г. мы стали абсолютным лидером в России по поставкам цифровых печатных машин, существенно оторвавшись от всех конкурентов.

**ДМ:** Мы не просто стали лучшими на рынке. Мы выросли намного больше рынка. В среднем рынок цифровых машин в 2017 г. по сравнению с 2016 г. увеличился на 60%, а для нас рост составил почти 90%, в то время как наши конкуренты прибавили 20–40%. То есть получилось, что существенная доля прироста всего российского рынка осуществилась нашими усилиями.

**Ф:** Вы предпринимали для этого специальные меры?

**СН:** Мы уже много лет занимаемся различными подготовительными операциями, которые называем «закладками», то есть стараемся готовить рынок к будущему. Зачастую

**Компания Хегох предлагает не только оборудование, но и технологии, обучение, компетенции в плане развития бизнеса цифровой печати как услуги на свободном рынке. Приобретая такой «коробочный продукт», можно быть уверенным в результате. И для многих организаций это может стать успешным входом в полиграфический бизнес**

это чисто инвестиционные для нас действия, которые напрямую не окупаются, но могут принести плоды

в будущем. И вот сейчас можно говорить о том, что некоторые «закладки» начали давать плоды. Это большая кропотливая работа, но ее нужно делать. Мы хотим работать на рынке долго, и для нас сиюминутный результат может быть менее важным, чем перспектива. Так, в 2016 г. мы не были лидерами рынка, но зато смогли подготовить почву для дальнейшего развития.

**ДМ:** Одну из задач компании мы видим в замене оборудования конкурента на наше оборудование. Естественный рост рынка за счет новых клиентов конечен, и если хочется расти быстрее, то единственный путь — это отбирать клиентов у конкурирующих компаний. И мы можем гордиться тем, что в прошлом году у нас было несколько таких сделок.

**Ф:** Расскажите, пожалуйста, подробнее, что вы подразумеваете под «закладками»?

**СН:** Например, некоторое время назад мы начали активно работать с такой организацией, как WorldSkills (Международная некоммерческая ассоциация, целью которой является повышение статуса и стандартов профессиональной подготовки и квалификации по всему миру, популяризация рабочих профессий через проведение международных соревнований по всему миру). Теперь стандартом в области цифровой печати для подготовки персонала становится оборудование Хегох. Именно на нем проводятся демонстрационные экзамены. Соответственно, мы устанавливаем наше оборудование в учебные заведения, которые готовят кадры в области печати. И сегодня на оборудовании Хегох проводятся чемпионат России, финалы и полуфиналы отраслевых конкурсов. В 2019 г. в Казани пройдет чемпионат мира рабочих профессий по стандартам WorldSkills, на тестовом полигоне которого уже используется наше оборудование. Мы не только устанавливаем оборудование, но и проводим обучение персонала, готовим профессиональных тренеров и самих участников.

**Ф:** Напрямую ведь это денег не приносит?

**ДМ:** Как сказать. Все движение WorldSkills сейчас активно поддерживается государством, да и некоторые площадки готовы самостоятельно приобретать оборудование. Но при этом есть и сильный маркетинговый эффект, поскольку получается так, что оборудование Хегох — это, по сути, стандарт для отрасли, и, естественно, это влияет и на предпочтения обычных заказчиков.

**СН:** Надо сказать, что наши предложения для тех организаций, которые хотят

проявить себя в этом направлении и стать центром компетенции, позволяя им не только активно участвовать в движении WorldSkills, но и оказывать коммерческие услуги по профподготовке, а также позволяя быть ближе к полиграфическому бизнесу. И в этой связи решения, которое мы предлагаем для таких организаций, становятся уникальными. Мы предлагаем и оборудование, и технологии, и обучение, и компетенции относительно того, как развивать бизнес цифровой печати в качестве услуги на свободном рынке. Все это в совокупности мы предоставляем как «коробочный продукт», приобретая который можно быть уверенным в результате и не ошибиться. И вот тут уже появляется наш интерес. И эта «закладка» у нас сработала.

**Ф:** Развитие продуктовой линейки сыграло свою роль в успехе года?

**СН:** Да, конечно. У нас сейчас, пожалуй, самая сбалансированная линейка цифровой печатной техники на рынке, и это, безусловно, положительно сказывается на продажах. У нас появился долгожданный белый тонер, который воспринят рынком очень благосклонно. Однократное наложение белого тонера на машине Хегох дает результат заведомо лучше, чем, например,

на машинах других производителей. Для достижения хорошей укрывистости нам достаточно однократного на-

**Мы уже много лет занимаемся различными подготовительными операциями, которые называем «закладками», то есть стараемся готовить рынок к будущему. Это большая кропотливая работа, но ее нужно делать. Мы хотим работать на рынке долго, и для нас сиюминутный результат может быть менее важным, чем перспектива**

ложения, в то время как другим машинам нужно 3–4 наложения. У нас уже есть клиенты, которые очень успешно используют возможности машины с белым тонером.

**ДМ:** Нужно добавить, что обновленные машины Versant Press продолжили успех предыдущего семейства и, как следствие, остаются очень востребованными рынком. Так что у нас имеются решения для любых задач — от относительно простого и недорогого оборудования до флагмана iGen и высокопроизводительной струйной машины Impika.

**Ф:** Можно выделить направления, в которых был достигнут наибольший прогресс?

**СН:** Еще одной «закладкой», сработавшей в прошлом году, можно считать наше продвижение в области традиционных офсетных типографий. Раньше нашими клиентами в основном были чисто цифровые компании, но мы старались продвинуться и в области традиционных офсетных производств. И вот в 2017 г. этот процесс заработал. В частности, мы этого достигли благодаря партнерству с компанией «ОктоПринт Сервис». Больше года мы проводили совместные мероприятия, семинары по всей стране, а в этом году стали соорганизаторами Второго всероссийского полиграфического форума, посвященного вопросам полиграфии будущего. Благодаря всему этому нам удалось наладить контакт



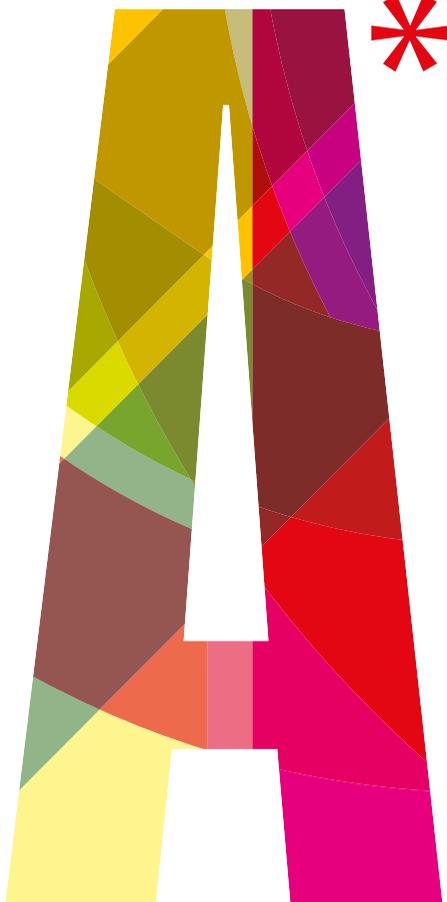
## Термальные пластины нового поколения:

- беспрецедентная тиражестойкость без обжига
- для листового и рулонного офсета
- для печати традиционными и УФ-красками



**AGFA**   
WE EMBODY PRINT

115477, Москва  
ул. Кантемировская, 58  
тел.: (495) 234-21-04  
факс: (495) 234-21-11  
[www.agfa.com/graphics](http://www.agfa.com/graphics)



Изготовим любую рекламно-коммерческую полиграфию, книги и альбомы в твердом переплете на современном оборудовании на самом высоком уровне качества.

# Красочно.

## Полиграфия

Коммерческая—4+4; 5+5 on-line  
Hi-End—10+лак on-line

# Переплетно.

## Финишные технологии

КБС—PUR, фальшсупер;

Фальцовка—«оконный фальц», микрокассеты;

ВШРА—работа «двойником», евро-скоба;

Шитье нитью—корешок до 52см, альбомный спуск, шитье «на марлю» для объемных изданий;

Переплеты—№ 5, № 7, «французский», переплет с скругленным углом.



с большим количеством руководителей традиционных офсетных типографий, которые стали намного внимательнее присматриваться к нашей продукции. И уже сейчас можно говорить о том, что у нас появились новые клиенты в этом секторе полиграфии.

**ДМ:** Стоит также добавить, что наше партнерство с «ОктоПринт Сервис» в итоге стало официальным. Мы подписали с этой компанией полноценное партнерское соглашение. В демонстрационном зале «ОктоПринт Сервис» теперь установлена машина Xerox. Благодаря тому, что «ОктоПринт Сервис» является к тому же дистрибутором режущих плоттеров Zund и систем цифровой отделки оттисков Scodix, возможности демонстрационного зала получаются очень интересными.

**СН:** Конечно же, необходимо отметить еще один наш успех. Это установка третьей машины Xerox Impix в проект Т8. Это уникальный проект на российском рынке, всерьез изменивший представление о том, как должна работать технология «печати по требованию». Проект активно растущий, производит сейчас уже огромный объем книг. И растет он в том числе и с помощью наших решений, что не может не радовать.

**Ф:** В конце прошлого года появилась информация об объединении Xerox и FujiXerox и приобретении объединенной компанией концерном Fujifilm. Можете прокомментировать это событие?

**СН:** Нам это кажется очень логичным решением. У Xerox и FujiXerox отличная взаимодополняющая линейка оборудования. Зачастую при слиянии однопрофильных компаний приходится мучительно решать вопросы о будущем продуктов, поскольку обычно продуктовые линейки сильно пересекаются. А в данном случае пересечения никакого нет. Более того, если к объединенной продукции Xerox и FujiXerox добавятся еще и полиграфические продукты Fujifilm, например лучшие на рынке струйные головки Samba, листовые полуформатные цифровые машины, интересные широкоформатные решения, то совокупная продуктовая линейка станет уникальной, аналогов которой нет ни у кого даже близко. И здесь я вижу большие перспективы. Конечно, пока еще непонятно, как все эти объединения пройдут и в какой форме

все это придет в нашу страну, но перспективы интересные.

**Ф:** А что еще вы ждете от наступившего года?

**ДМ:** К сожалению, на тему перспектив компании мы не можем много рассказывать. Отмечу лишь, что нас ждет очень интересное развитие продуктовой линейки Xerox, и я надеюсь, что на выставке Printech мы сможем порадовать посетителей интересной экспозицией. Подробности пока раскрывать, к сожалению, не могу. Но в целом мы надеемся на продолжение развития всех направлений, которые были у нас успешны в прошлом году.

**СН:** Могу еще добавить, что у Xerox заработал новый, значительно изменившийся к лучшему демонстрационный зал. Теперь он функционирует как демонстрационный центр и центр компетенций, где мы будем организовывать демо-печать для наших потенциальных клиентов, проводить технологическое обучение, тестировать и отлаживать запечатываемые материалы. В этом году крайне важное изменение ждет нашу партнерскую сеть. У нас появятся партнеры, которые будут специализироваться на коммерческой печати. С одной стороны, это можно считать эволюционным процессом, но мы планируем поддержать его рядом дополнительных инициатив в плане специализированного обучения и подготовки партнеров, а также изменением фокуса внимания на этом направлении внутри компании. Мы всегда в России делали ставку на развитие партнерского канала, и данная инициатива продолжает этот тренд на еще более высоком качественном уровне. В ближайшее время мы планируем ее анонсировать для всей партнерской сети.

**ДМ:** Наконец, следует отметить новую тенденцию в понимании клиентами бизнес-процессов в полиграфии. Для повышения финансовой эффективности этого бизнеса типографии должны быть намного глубже вовлечены в цикл жизни изготавливаемого ими продукта и брать на себя большую часть сервиса по бизнесу. Мы об этом говорим уже много лет, но теперь об этом начали говорить и наши заказчики. Это положительный момент в развитии рынка. И мы ждем, что эта тенденция в ближайшее время продолжится.

## «Капли дождя» (Санкт-Петербург)

Год рождения: 1996

Оборудование:

Xerox DocuColor 12 + Splash (2004)

Xerox DocuColor 8000 + Creo (2005)

Xerox Versant 2100 Press + EFI EX-P 2100 (2016)

С оборудованием Хероx мы впервые познакомились на выставке «ПолиграфИнтер» в 1996 г. и выбрали его за качество печати и хорошо налаженный сервис. С приобретением DocuColor 8000 в 2005 г. цифровая печать заняла существенное место в нашей производственной цепочке. Эта машина проработала у нас 11 лет — целую вечность для цифрового оборудования, и в конце срока службы печатала не хуже, чем при запуске.

Xerox Versant 2100 Press — это качественный технологический скачок, надёжный и удобный инструмент, полностью устраивающий нас и наших клиентов. На этой машине у нас востребована печать на форматах до 330×660 мм, а больше всего нас очаровали стабильность и качество цветопередачи, ровные заливки и плавность полутоновых переходов. Это действительно Graphic Arts с большой буквы! Контроллер печати EFI EX-P 2100 позволяет работать с цветом так, как мы привыкли это делать в офсетной печати. Теперь

для нас вполне реально «попасть в цвет» заказа, отпечатанного месяц назад, или добиться совпадения с офсетным отпечатком. Мы даже ввели новую услугу для «офсетных» заказчиков — «цифровая цветопроба на тиражной бумаге».

Директор

Игорь Валериевич Любомиров



## «Флай принт» (Санкт-Петербург)

Год рождения: 2007

Оборудование: Xerox iGen 3 (2011),

Xerox J75 Press (2014), Xerox 4110 (2015),

Xerox DC 252 (2015), Xerox Versant 3100 Press (2017)

Компания «Флай принт» начинала свою деятельность как подразделение рекламного агентства. Сегодня в штате работают 30 человек, которые обрабатывают до 250 заказов на цифровую и широкоформатную печать и сувенирную продукцию ежедневно. Суммарный объём цифровой печати превышает 1,5 миллиона страниц в год. Объёмы печати стабильно росли до 2014 г. и резко снизились после ослабления рубля. Только в конце 2017 с установкой ЦПМ Xerox Versant Press ситуация стала исправляться — с середины ноября по начало января на этой машине было отпечатано уже около 250 тыс. страниц.

Мы считаем, что новая ЦПМ значительно усилит наши позиции на рынке за счёт широких возможностей автоматизации, стабильного качества и высокой скорости печати.

Важнейшее для нас преимущество компании Хероx — отлаженная структура сервисного обслуживания, которая практически не даёт сбоев. Устанавливая ЦПМ этой марки,

мы получаем гарантию бесперебойной работы в любых ситуациях. Ещё одно безусловное преимущество — высокая квалификация и индивидуальный подход к клиентам, который демонстрируют сотрудники «Ксерокс СНГ».

Управляющий партнёр  
Роман Харин



## Типография ВК (г. Челябинск)

Год рождения: 2002

Оборудование: Xerox DocuColor 252 (с 2007)

Xerox DocuColor 8000AP (с 2008)

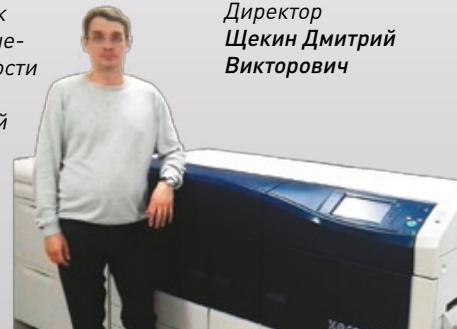
2 Xerox D-95 (с 2013 и с 2015)

Xerox Versant 2100 Press (с 2016)

Мы начинали как небольшое рекламное агентство, расположенное в квартире обычного жилого дома, и печатали на МФУ Хероx офисного класса. В 2008 г. у нас появилась первая промышленная офсетная и цифровая техника. Сегодня в типографии работают современные 4- и 5-красочные офсетные машины и промышленное послепечатное оборудование. Ежемесячно типография выполняет около 1000 заказов, на ЦПМ печатается около 40 000 цветных и 100 000 чёрно-белых отпечатков. Рекордом для нас стал заказ на цифровую печать 2,5 миллиона страниц А3 за 1 месяц.

В этом году в типографии запущена ЦПМ Versant 2100 Press. Мы довольны качеством печати, а увеличенный до 660×330 мм формат позволяет печатать на цифре ту продукцию, которую ранее приходилось печатать офсетом. На новой машине мы смогли приблизиться по точности цветопередачи к офсетным стандартам качества, а высокие возможности автоматизации помогают организовать правильный техпроцесс и обеспечить стабильность результатов. В результате машина стабильно и качественно печатает на очень широком спектре материалов.

Директор  
Щекин Дмитрий  
Викторович



## РГ «Два слона» (Ярославль)

Год рождения: 2011

Оборудование:

Xerox Versant 2100 Press (2017)

Наша типография открылась в 2011 году, в штате тогда работали 7 человек. В 2013 мы расширили офис и парк оборудования, приобретая, в частности, ЦПМ Хероx 550. К выбору поставщика и модели печатной машины мы всегда подходим максимально ответственно: заказываем печать одного и того же файла в нескольких типографиях на разных печатных машинах, а затем сравниваем результаты.

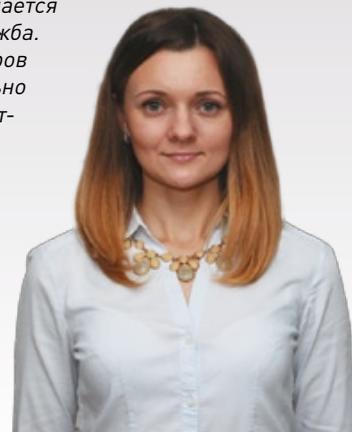
В 2017 г. произошло очередное расширение — в числе прочего оборудования запущен Xerox Versant 2100 Press. Помимо высокого качества печати эта машина нравится нам высокой производительностью. С ней мы чувствуем себя вполне уверенно на рынке фотокниг. Немаловажно, что в Ярославле присутствует сервисный инженер Хероx, что позволяет оперативно решать большинство проблем и задач.

При необходимости подключается и московская сервисная служба.

Вдобавок обучение операторов позволило нам самостоятельно выполнять многие регламентные работы.

Сейчас в штате типографии работают уже 30 человек, которые обрабатывают до 130 заказов в день.

Руководитель  
отдела полиграфии  
Валентина Смирнова



# Выбор приоритетов, или Как зарабатывать на малых тиражах



**Андрей Алексеев,**  
генеральный директор,  
типография «Полина»  
[Челябинск]

**Т**ипография «Полина» (Челябинск) уже не один десяток лет работает на полиграфическом рынке и давно определилась с собственной нишей. Это современное предприятие полного цикла выполняет коммерческие заказы на листовую и многополосную продукцию и эффективно работает в данном сегменте. Историей становления бизнеса и планами на ближайшее время с нами поделился владелец и генеральный директор челябинской типографии Андрей Алексеев.

## Шаг в полиграфию

«В полиграфию я попал случайно, — рассказывает Андрей. — В 1990-е гг.

я был вовлечен в торговый бизнес и являлся одним из учредителей компании, имеющей сеть продовольственных магазинов. Однажды один из дальних знакомых предложил инвестировать в полиграфический бизнес. И я решил вложить некоторую сумму денег в создание типографии. Поначалу все выглядело привлекательно. Я рассчитывал, что вложу деньги, бизнес заработает и будет приносить доход... Отнюдь!» Андрей рассказал, что на имеющиеся средства удалось приобрести только выдающую виды печатную машину Romaуog. Выяснилось также, что суровая практика не имеет ничего общего с теоретическими представлениями о том, как нужно печатать. Никто из инициаторов нового бизнеса не смог сделать на приобретенном Romaуog ни одного приличного оттиска. Машина физически работала, но оттиски не получались. «Стало очевидно, что придется включиться в развитие бизнеса самому, — говорит Ан-

дрей. — Я уже начал понимать, что все мои инвестиции пошли мне в минус, и это, конечно, очень расстраивало. Пришлось самому искать наладчиков на эту машину и людей, которые могли бы на ней печатать. Не сразу, но проблему удалось решить. Машина заработала, и мы смогли выполнить свои первые заказы».

Впрочем, время тогда было хорошее, и рост рынка происходил сам собой. Довольно быстро в типографии появился второй Romaуog, а чуть позже и отечественная машина ПОЛ-52. Предприятие стало обрывать и послепечатной техникой. Спустя время случилось и другое предсказуемое событие — необходимость раздела собственности на предприятии. «Изначально нас было четыре учредителя, что очень просто, — поясняет Андрей. — Как только бизнес начал приносить доход, появились и разногласия по его использованию. В результате мы с еще одним учредителем предложили двум другим



Коллектив челябинской типографии «Полина»



На предприятии работают две четырехкрасочные печатные машины Komori — Enthron 29 и Spica 29



Типография в основном работает в сегменте производства рекламной полиграфии, которая отличается разнообразием форматов, поэтому на предприятии самостоятельно режут бумагу в ролях на листы требуемого формата



Серьезный комплекс послепечатного оборудования для производства многополосной продукции



All in Print  
中国国际全印展

# THE 7<sup>th</sup> ALL IN PRINT CHINA

24-28 октября 2018  
SNIEC, Шанхай, КНР

Вступите в эру  
интеллектуальной  
печати

- ▶ 110 000+ м<sup>2</sup>
- ▶ 1000+ экспонентов
- ▶ 100 000+ посетителей



Official Website



APP

[www.allinprint.com](http://www.allinprint.com)

Organized by:



The Printing Technology Association of China



China Academy of Printing Technology



Messe Düsseldorf (Shanghai) Co., Ltd.

Co-organized by:



Shanghai Printing Trade Association

Undertaken by:



The Printing Technology Association of China



Beijing Keyin Media & Culture Co., Ltd.



Messe Düsseldorf (Shanghai) Co., Ltd.

International Supporter:



drupa  
The art of printing technology



Для изготовления форм используется CtP-устройство Fujifilm и пластины Supperia Pro-V этого же производителя, поставляемые компанией «ЯМ Интернешнл»



партнерам, мало вовлеченным в этот бизнес, выкупить их долю, что в итоге и произошло. Мне пришлось уйти из своего магазинного бизнеса и полностью сосредоточиться на типографии. В результате мы смогли сделать существенный шаг вперед».

### Взгляды на развитие

Андрей пояснил, что постепенно в типографии стало появляться более серьезное печатное оборудование — машины самых разных производителей (Hamada, Ryobi, manroland). Хотя они были и не новые, но позволили развивать производство. Челябинск — довольно большой город (почти 1,2 млн населения), и там определенно имеется объем полиграфических заказов, которые кто-то должен выполнять.

«Нашим очередным серьезным этапом в развитии стало приобретение четырехкрасочной печатной машины Komori Spica 26, — продолжает Андрей. — Ее мы привезли сами из Японии, и для нас это стало большим шагом вперед. Мы и раньше печатали цветную продукцию, но на четырехкрасочной машине выполнять такие заказы стало намного эффективнее». В то время типография печатала все виды продукции: и рекламную, и упаковочную — все, что приносили клиенты. Постепенно ситуация дошла до того, что и два оставшихся учредителя типографии вынуждены были задуматься о том, как разделить бизнес, поскольку видение развития было разным. «Мы сделали это довольно корректно, сохранив нормальные отношения, — делится Андрей. — Более того, теперь у каждого из нас — своя типография, и мы даже вполне успешно сотрудничаем. Мой бывший коллега решил специализироваться на упаковке, а я — на коммерческой продукции. Имея некоторый опыт работы с упаковкой, я понимал, что под этот бизнес нужно строить большое производство с просторными цехами и оборудованием большого формата. В упаковке бизнес в основном делается на объемах, а в коммерческом секторе можно зарабатывать и на малых тиражах. Сейчас у меня так выстроен бизнес,



Специализация на рекламных заказах требует от типографии наличия пооперационного оборудования, позволяющего выполнять любые по сложности работы



Пригласительные билеты торговых компаний — составляющая часть рекламных заказов для известных брендов

# ДИЗАЙН

ВЫСТАВКА  
МАРКЕТИНГОВЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ

12+ реклама

# И РЕКЛАМА NEXT



2010

10-13/04

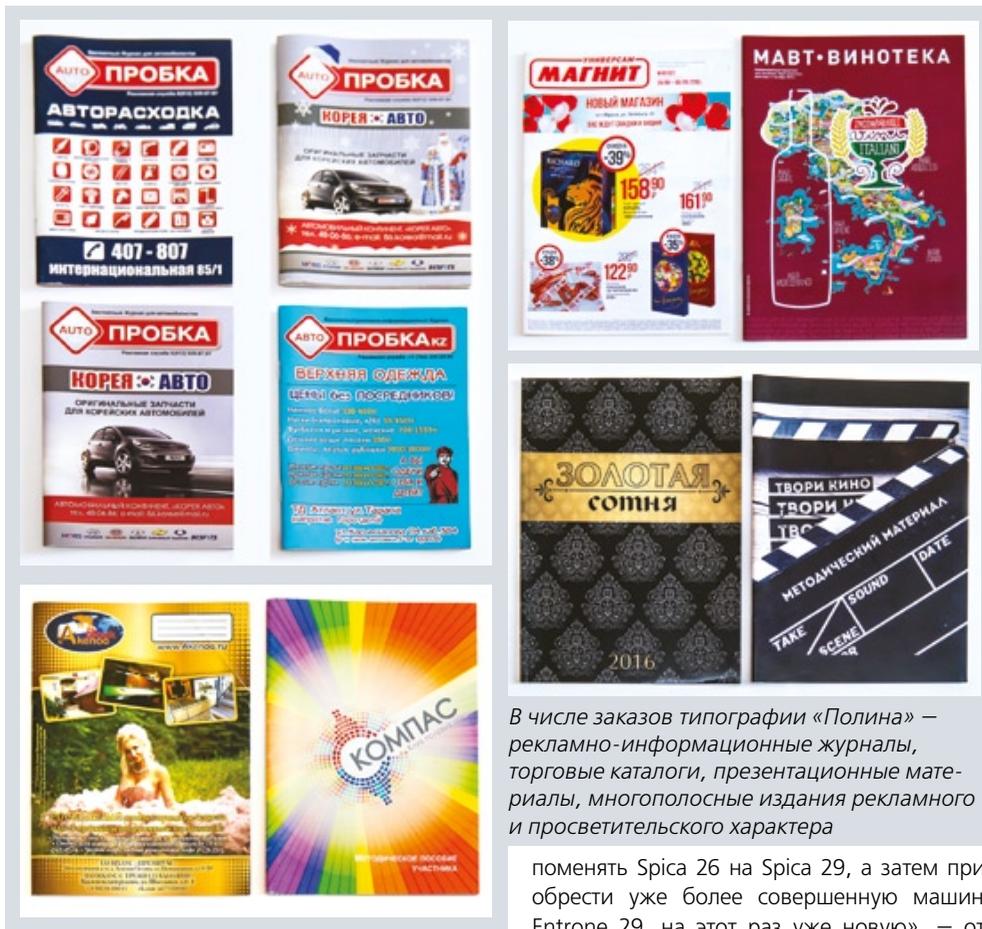


ЦЕНТРАЛЬНЫЙ  
ДОМ  
ХУДОЖНИКА



[WWW.DESIGN-REKLAMA.RU](http://WWW.DESIGN-REKLAMA.RU)

ВЫСТАВОЧНЫЙ ПРОЕКТ  
**EXPO-PARK**



В числе заказов типографии «Полина» — рекламно-информационные журналы, торговые каталоги, презентационные материалы, многополосные издания рекламного и просветительского характера

что на небольшом тираже я могу получить примерно такой же доход, как на приличном заказе на картонную упаковку. Так зачем мне большие объемы?»

### Работа с дилером

Тем временем развитие типографии активно продолжалось. «Поработав на машине Spica, мы поняли уровень этого оборудования. Примерно в то же время познакомились с официальным дистрибутором Kotoqi в России компанией «ЯМ Интернешнл». Любому оборудованию нужен сервис и поддержка. Могу уверенно сказать, что в нашем Уральском регионе у «ЯМ Интернешнл» поддержка на самом высоком уровне. Поэтому следующим оборудованием для своей типографии мы уже выбрали Kotoqi. Сначала нам удалось успешно

поменять Spica 26 на Spica 29, а затем приобрести уже более совершенную машину Entrone 29, на этот раз уже новую», — отмечает генеральный директор типографии «Полина». Еще раньше на предприятии появилось устройство прямого экспонирования пластин от Fujifilm, и, разумеется, офсетные пластины здесь стали использоваться от этого же производителя.

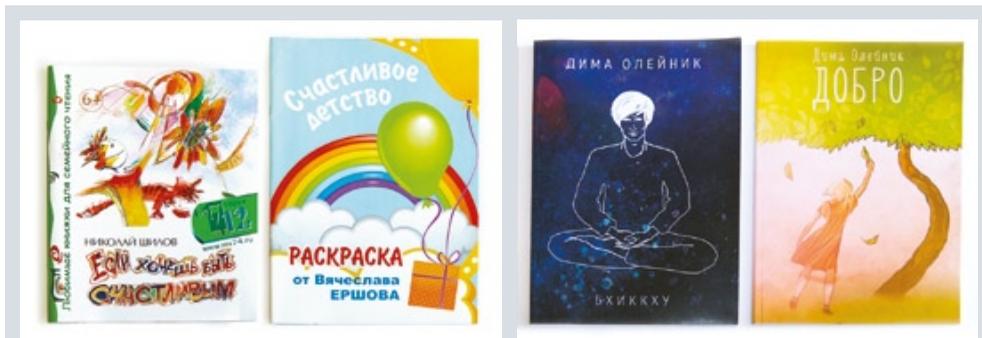
Андрей рассказал о любопытном приеме работы, используемом в его типографии: «Поскольку у нас машины одного и того же формата, то зачастую на одной машине мы печатаем лицо тетради, после чего перевозим листы на другую машину и печатаем оборот. Машины у нас отлажены и печатают одинаково. Расходные материалы, подобранные с помощью «ЯМ Интернешнл», дают возможность не беспокоиться об отмаре, краска успевает схватиться, и мы сразу же приступаем к

печати оборотной стороны листа».

Все это в совокупности сделало типографию «Полина» одним из лидеров своего рынка, позволив использовать интересный бизнес-прием. «У нас в городе более 200 компаний, которые называют себя типографиями, — отмечает Андрей. — Но в лучшем случае они имеют лишь простое цифровое печатающее устройство или работают без печатного оборудования. Но они активны и собирают заказы, которые нужно печатать. Мы создаем условия, чтобы им было выгодно нести эти заказы в нашу типографию. У нас большие возможности, которые позволяют обеспечивать сроки и высокое качество. Работая с такими компаниями, мы избавлены от большого объема рутинной работы с заказчиками, да и со своей стороны можем требовать хорошо подготовленных файлов. Получается эффективно».

### Расширение предприятия

Выбрав правильный путь развития, типография «Полина» уверенно чувствует себя на рынке и активно задумывается о развитии. Сегодня идет реконструкция недавно приобретенного здания, в которое типография планирует переехать в ближайшее время. Здесь уже подготовлены площадки под три (!) печатные машины. «Да, мы думаем о дальнейшем развитии и приобретении машины большого формата, — поделился планами Андрей. — Причем не исключено, что она будет заточена под печать на картоне. На своих машинах мы картон не печатаем, поскольку успешно работаем и на картоне, и на тонких бумагах на одной и той же машине практически невозможно. Мы свое оборудование бережем. А вот новая машина, возможно, будет выбираться специально под печать на картоне. Хотя точно еще не решили. Пока в приоритете переезд...»



Оборудование типографии позволяет изготавливать любую многополосную продукцию, в том числе и детские периодические издания, и книги в мягкой обложке

# printech

4-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,  
ТЕХНОЛОГИИ  
И МАТЕРИАЛОВ  
ДЛЯ **ПЕЧАТНОГО**  
И РЕКЛАМНОГО  
ПРОИЗВОДСТВА

**26-29** ИЮНЯ  
**2018**

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

Получите билет  
[printech-expo.ru](http://printech-expo.ru)

Организатор



Генеральный  
информационный партнер

**publish**  
ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

# Полиграфический полигон, или Подготовка кадров для отрасли

**В** этом году на базе ГБПОУ «Московский многопрофильный техникум им. Л.Б. Красина» завершился проект по созданию учебно-производственной площадки, оснащенной современным полиграфическим оборудованием. Сегодня ГБПОУ ММТ им. Л.Б. Красина является единственным образовательным учреждением в России, которое имеет собственную техническую базу, отвечающую текущим требованиям полиграфической отрасли.

## Столичная программа

Данный проект реализован в рамках действия Государственной программы города Москвы «Столичное образование» и выполнения поручений Правительства РФ о модернизации материально-технической базы профессиональных образовательных организаций. На закупку оборудования Департаментом образования города Москвы были выделены средства целевой субсидии. При планировании учебно-производственной типографии на территории техникума серьезное внимание уделялось выбору оборудования, которое должно помочь педагогическому коллективу профильного учебного заведения в подготовке квалифицированных кадров в области полиграфического производства, дизайна, издательского дела и других.

В состав производственного комплекса вошли четырехкрасочная офсетная машина Heidelberg Speedmaster, промышленные полноцветные и монохромные цифровые печатные машины Xerox, высокопроизводительный вкладочно-швейно-резальный агрегат Muller Martini и ряд специализированного послепечатного оборудования, в том числе для обработки цифровых отпечатков.

## Образовательные задачи

Директор ГБПОУ «Московский многопрофильный техникум им. Л.Б. Красина» Лиана Таба-

тадзе отметила: «Организация учебно-производственного полиграфического комплекса на базе нашего техникума — это в первую очередь решение образовательных задач, имеющих долгосрочный эффект. Эти задачи можно сгруппировать по двум основным признакам. Во-первых, задачи, связанные с повышением качества образования: актуализация содержания образовательных программ, эффективная организация практических занятий с учетом возможностей современного парка оборудования. Во-вторых, задачи, связанные с «осовремениванием» имиджа полиграфической отрасли среди молодежи: новые машины с современной технологической «начинкой», безопасные и высокопроизводительные, формируют отношение к отрасли как к динамично развивающейся, а не «догоняющей» онлайн-медиа сфере. Важно то, что и первый, и второй блок задач решается на основе реальных заказов учреждений системы образования с высокими требованиями к качеству изготавливаемой продукции. Это, в свою очередь, потребовало обновления педагогических

кадров: на сегодняшний день все преподаватели специальных дисциплин полиграфического профиля — практики с внушительным опытом работы, в том числе в сфере защищенной полиграфии».

Благодаря производственной площадке, оснащенной новейшими техническими решениями, у ММТ есть возможность реализовывать образовательные программы и готовить высококвалифицированных рабочих и инженерно-технических специалистов полиграфической отрасли с учетом достижений современного полиграфического машиностроения.

«Нельзя не отметить, что наличие такой уникальной учебно-производственной типографии расширяет возможности участия студентов техникума в чемпионатах профессионального мастерства по стандартам WorldSkills, — подчеркивает Лиана Табатадзе. — В настоящее время мы сертифицируемся как площадка по компетенции «Печатные технологии в прессе», а также готовим пакет документов по презентационным компетенциям «Оператор цифровой печати», «Мастер



Для оснащения учебно-производственной площадки выбиралось оборудование ведущих мировых производителей как печатных машин, так и послепечатного оборудования. На фото: четырехкрасочная офсетная машина Heidelberg Speedmaster и ВЛШПА Muller Martini



Комплекс полиграфического оборудования для изготовления многостраничной продукции (фальцевальная машина, листоподборочная линия, термоклеевая машина)

последпечатной обработки», «Оператор трафаретной печати», «Сервисный инженер» и т. д.».

В техникуме уверены, что новые производственные ресурсы обеспечат рост образовательных результатов студентов техникума и повысят конкурентоспособность выпускников, а также будут способствовать реализации образовательных программ совместно с ведущими мировыми производителями оборудования с последующей возможностью сертификации выпускников. Первые результаты уже можно отметить. Несколько студентов техникума получили сертификаты от компании Хероx, что подтверждает их высокую квалификацию как специалистов, имеющих право работы на оборудовании Хероx.



## Finishing 4.0™

The Future is automated.  
Будущее в Автоматизации.

Полиграфическое оборудование компании Muller Martini, оснащенное системой управления техпроцессами и данными (АСУ ТП) Conplex, позволяет организовать сквозную интеграцию с оборудованием заказчика.

Новая концепция Muller Martini под названием Finishing 4.0 демонстрирует растущие возможности, которые компания предлагает своим партнерам в полиграфической области.



Take off with Müller Martini  
Стартуй с Müller Martini

MÜLLER MARTINI

Müller Martini – Ваш надежный партнер.

ООО «Мюллер Мартини РУ»

+7 (495) 649-10-05; [www.muller-martini.ru](http://www.muller-martini.ru)



*Для организации цифрового участка производственной типографии техникума были приобретены промышленные цифровые печатные машины Xerox – как монохромные, так и полноцветные. На фото студенты, получившие от Xerox сертификат, подтверждающий право работы на цифровом оборудовании этой компании*



### «Ресурсы внутри системы»

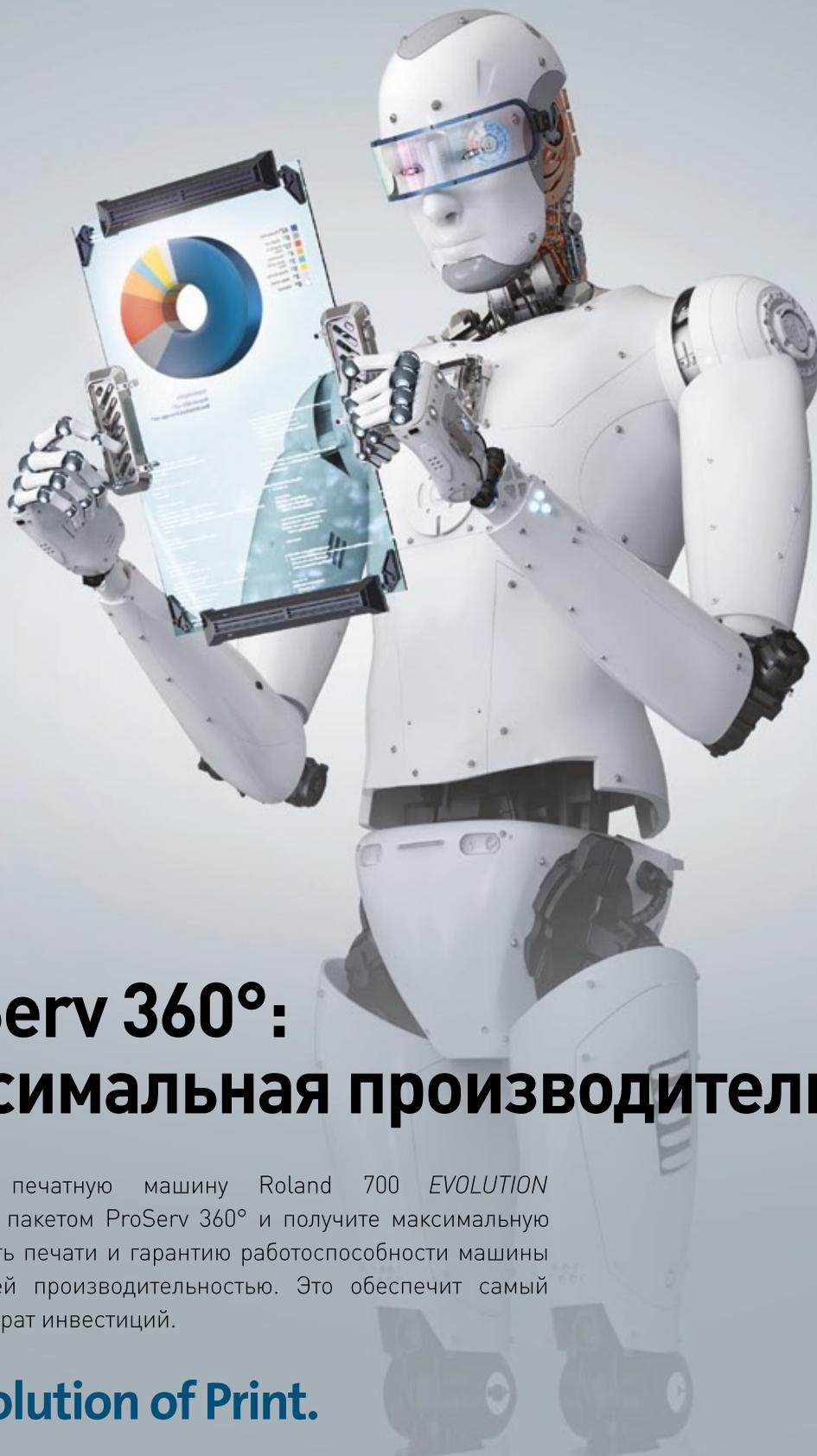
Кроме того, новое оборудование поможет развитию городского проекта «Ресурсы внутри системы» и производству полиграфической продукции для нужд учреждений, подведомственных Департаменту образования города Москвы. «Эта инициатива направлена на то, чтобы максимально использовать учебно-производственный потенциал московских колледжей для решения типовых задач образовательных организаций, – пояснила Лиана Табатадзе. – Так, например, работы по благоустройству территорий могут выполнить колледжи архитектурно-строительного и ландшафтного направления, а оказать услуги по техническому обслуживанию транспорта – автомобильные колледжи. Техникум им. Красина – это полиграфический полигон системы образования. Поэтому еще на этапе планирования мы сделали ставку на высокую производительность оборудования и не ошиблись. Еще в процессе инсталляции в сентябре–декабре 2017 г. объем произведенной продукции исчислялся миллионами экземпляров. Начиная с января 2018 г., мы вышли на новые объемы производства. Так, среди наших заказчиков все центральные городские учреждения систе-

мы образования Москвы, школы, колледжи, а также НИИ, организации здравоохранения и медицинского менеджмента Департамента здравоохранения города Москвы. Например, на нашей площадке печатается еженедельная газета «Московская медицина. Сіто» тиражом 50 000 экз.»

Как отметила Наталья Машинцева, куратор здания «Южное», где непосредственно расположен производственный комплекс: «Современное разноплановое оборудование позволяет выполнять многотысячные тиражи разных видов полиграфической продукции с высоким уровнем качества. Самое важное, что в изготовлении настоящих тиражей участвуют студенты, которые непосредственно на производстве имеют возможность получать необходимые навыки и в офсетной, и в цифровой печати. В то же время для оснащения площадки было отобрано оборудование, которое в соответствии с мировыми требованиями позволяет проводить демонстрационный экзамен по стандарту WordSkills, успешное прохождение которого имеет важное значение для карьеры будущих выпускников. Сегодня мы нацелены увеличивать загрузку инсталлированного оборудования, но в арсенале у нас имеется и еще одна офсетная машина Roland 700 от компании manroland, которую мы в перспективе также планируем использовать для образовательных и коммерческих задач. Для наших студентов будет весьма полезно получить опыт работы на оборудовании разных производителей и выйти из стен учебного заведения с багажом практических навыков полиграфической направленности».



*На производственной площадке техникума имеется печатная машина концерна manroland – пятикрасочный Roland 700. В перспективе планируется использовать оборудование для учебных и коммерческих задач*



# ProServ 360°: Максимальная производительность

Объедините печатную машину Roland 700 *EVOLUTION* с сервисным пакетом ProServ 360° и получите максимальную эффективность печати и гарантию работоспособности машины с высочайшей производительностью. Это обеспечит самый быстрый возврат инвестиций.

## The Evolution of Print.

[manrolandsheetfed.com](http://manrolandsheetfed.com)

Компания «ВИП-СИСТЕМЫ» поставляет печатные машины manroland, выполняет монтаж, ремонт и обслуживание печатных машин Roland всех серий, выполняет оперативную поставку запасных частей.



АО «ВИП-Системы». 117149, Москва,  
ул. Азовская, д.6, стр.3, офис 2/2  
тел.: +7(495) 258-67-03, факс: +7(495) 318-11-55.  
E-mail: [vipsys@vipsys.ru](mailto:vipsys@vipsys.ru)  
[www.vipsys.ru](http://www.vipsys.ru)



**manroland**  
sheetfed

**WE ARE PRINT.®**

# Шаг в упаковку



**Кирилл Нестеров,**  
управляющий типографии,  
«Премиум Стандарт»  
[Подольск]

**В** прошлом году отечественный рынок производителей упаковки пополнился еще одним игроком. В феврале 2017 г. в типографии «Премиум Стандарт» был установлен комплекс оборудования для изготовления упаковочной продукции: шестикрасочная офсетная печатная машина RMGT 790ST-6 с секцией лакирования, автоматический пресс для высечки Nikko 106E и фальцевально-склеивающая машина Versor Serto 80. Проект был реализован силами компании «Терра Системы», благодаря чему типография «Преми-

ум Стандарт» получила возможность осуществлять весь комплекс полиграфических услуг для предприятий фармацевтической индустрии.

## Поиски специализации

С самого начала работы компании «Премиум Стандарт» в сфере полиграфии ее деятельность так или иначе была связана с фармацевтическими предприятиями. С 2002 г. компания сотрудничала с «Московским эндокринным заводом», для которого выполняла заказы на печать инструкций к медицинским препаратам. На тот момент предприятие располагало скромным набором оборудования: од-

нокрасочной печатной машиной третьего формата, китайской резальной машиной и тигелем второго формата. «Мы понимали, что печать инструкций к лекарственным средствам очень тесно связана с производством упаковки, — рассказывает Кирилл Нестеров, управляющий типографии «Премиум Стандарт». — Заказы на производство картонной упаковки нам периодически поступали, однако выполнить их на имеющемся оборудовании было невозможно. Тогда и зародилась мысль о выходе в перспективе на рынок производства упаковки».

Помимо заказов на инструкции по медицинскому применению ле-



Для работы в новом сегменте производства упаковки был приобретен комплекс послепечатного оборудования, в частности пресс для высечки Nikko 106E



В типографии «Премиум Стандарт» установлена шестикрасочная печатная машина RMGT 790ST-6 с секцией лакирования, специально предназначенная для изготовления упаковочной продукции

карственных препаратов, типография выполняла работы по изготовлению рекламной продукции, каталогов, журналов и т. д. Однако кризис 2008 г. внес свои коррективы. «В этот период объем рекламных заказов резко сократился. Вследствие этого мы решили сосредоточить внимание на заказах фармпредприятий, сделав выбор в пользу именно этой специализации. Однако требова-

**Отладив производственные процессы, мы готовы предложить фармпредприятиям изготовление не только инструкций, но и упаковки**

ния фармацевтических заводов к выпускаемой продукции очень высокие. Это потребовало от нас оснастить собственное предприятие необходимым оборудованием, выстроить должным образом весь производственный процесс», — говорит Кирилл.

Так, в типографии «Премиум Стан-дарт» появились несколько двухкрасочных печатных машин Heidelberg



Фальцевально-склеивающая машина Versor Serto 80 оснащена системой считывания штрихкодов

Speedmaster второго формата, резальный комплекс, фальцевально-склеивающая машина и другое оборудование. Обновленный состав производственной техники позволял успешно работать с фармкомпаниями, выполняя заказы на печать инструкций к лекарственным препаратам.

**Выход в новый сегмент**

Как отмечает Кирилл, выбор специализации потребовал не только оснащения предприятия: «Работать с фармкомпаниями достаточно сложно в силу высоких требований к продукции. Мы ежегодно проходим аудиты на соответствие

**12-14** АПРЕЛЯ 2018

МАСТЕР-КЛАССЫ ЗВЕЗД ФОТОГРАФИИ  
TOUCH & TRY  
ФОТО И ВИДЕОТЕХНИКА  
ПЕЧАТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

МОСКВА  
**КРОКУС ЭКСПО**

НОВЫЙ ФОРМАТ  
**ФОТОФОРУМ**





Типография «Премиум Стандарт» работает с фармацевтическими предприятиями, изготавливая для них не только инструкции, но и упаковку к фармпрепаратам

нашего производства стандартам изготовления продукции для фармацевтической отрасли. За год мы принимаем более 20 аудиторских проверок. На нашем предприятии действует система менеджмента качества, и сегодня идет работа по внедрению стандартов GMP. Безусловно, специализация дает определенные преимущества. Мы понимаем специфику заказов и требования клиентов. Отладив производственные процессы, мы определили для себя, что можем двигаться дальше, предложив нашим заказчикам изготовление не только инструкций, но и упаковки.

Для выхода в новый для компании сегмент рынка требовалось соответствующее оборудование. Специально для печати по картону была выбрана шестикрасочная машина RMGT 790ST-6 с секцией лакирования, а в комплексе к ней приобретено оборудование для послепечатных и отделочных операций — фальцевальная машина с системой считывания штрихкодов Versor Serto 80 и вырубной пресс Nikko 106E. Для реализации этого проекта удалось получить кредит при поддержке компании «Терра Системы».

«Контракт мы подписали еще в мае 2016 г., — рассказывает Кирилл, — но с учетом плана поставки и сроков запуска оборудования приступили к работе на нем в марте 2017 г. Фактически мы начали с нуля, поскольку раньше изготовлением упаковок не занимались. Конечно, в каждом сегменте есть свои особенности. И в упаковочном производстве нам пришлось их также учитывать: здесь и огромное количество маке-



тов, и множество отделочных операций по тиснению, вырубке, лакированию плюс специфические требования клиентов. Мы перестроили весь производственный процесс и внедрили новую электронную систему управления предприятием. Сегодня у нас практически все этапы прохождения заказов отображаются в единой системе, операторы получают задания в электронном виде и в программе отмечают их выполнение. По факту работы сотрудник может сформировать отчет, в котором отобразится информация о количестве сделанных операций и оценке эффективности их выполнения. Мы шаг за шагом идем к тому, чтобы сделать наше предприятие более



На предприятии работают три двухкрасочные машины Heidelberg Speedmaster для печати инструкций к лекарственным препаратам



Резальная машина Schneider Senator для разрезки отпечатанных листов



Большое количество форматов и разная степень сложности производства (наличие отделки фольгой, лакирования, тиснения) являются спецификой изготовления фармацевтической упаковки

эффективным. Результаты уже видны, но оптимизация продолжается. Нам еще многое предстоит сделать».

### Перспективы роста

По оценкам управляющего типографией «Премиум Стандарт» Кирилла Нестерова, освоение упаковочного сегмента позволило предложить клиентам – фармацевтическим предприятиям – комплексные услуги по производству необходимой им продукции. «Безусловно, мы положительно воспринимаем произошедшие перемены на нашем предприятии. Нам удалось перейти на новый уровень, расширить наше коммерческое предложение. И мы высоко оцениваем помощь наших поставщиков, поскольку без участия компании «Терра Системы» мы бы не смогли реализовать этот масштабный проект, в том числе и с финансовой точки зрения», – отмечает Кирилл.

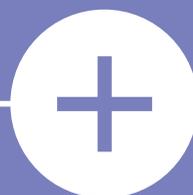
# 5 причин купить светодиоды



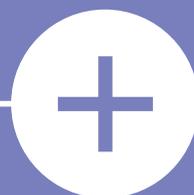
Совершенно сухой оттиск



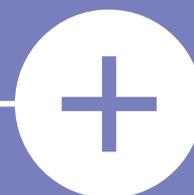
Полное отсутствие порошка



Немедленная постпечатная обработка



Яркие насыщенные цвета



Печать по непьющим материалам

# Рынок не терпит косности, или Зачем нужны инновационные решения



**Андрей Сейфулин,**  
генеральный директор,  
«Компания Боргес»  
[Москва]

фирм. Недавно производство пополнилось новой цифровой печатной машиной Heidelberg Versafire CV (Ricoh Pro C7100X) с дополнительными возможностями нанесения белил и лака. О полиграфии, организации бизнес-процессов и грядущих переменах на рынке мы поговорили с генеральным директором «Компании Боргес» Андреем Сейфулиным.

## Контрактные обязательства

«Компания Боргес» появилась на рынке в 1998 г. Одной из первых она начала использовать цифровые печатные устройства для выполнения рекламных заказов. Проектов было довольно много, поэтому компания двигалась в своем развитии в нескольких направлениях, в том числе организовала со временем и офсетное производство. Сегодня предприятие обладает серьезными печатными мощностями и развитым парком послепе-

чатного оборудования, преимущественно на базе решений Heidelberg.

«Наша компания работает в таком сегменте, где приоритетом является качество конечного продукта, — поясняет Андрей Сейфулин. — Мы сотрудничаем в основном с крупными компаниями по годовым контрактам и практически не работаем «с улицы». Поэтому нам необходимо обеспечивать уровень сервиса, который будет выше, чем в среднем по рынку. Это касается не только производственных технологий, позволяющих выдавать продукцию требуемого качества, но и удобства работы с нами как с поставщиком печатных услуг, и скорости реакции на клиентские запросы. Именно поэтому наше производство и офис располагаются в Москве. Это позволяет обеспечивать надлежащий уровень сервиса по отношению к клиентам. Еще очень важным моментом является четкое выполнение обязательств перед заказчиками. Благодаря тому, что мы на

**М**осковская типография «Компания Боргес» специализируется на разработке и производстве рекламных материалов для бизнеса. Современное предприятие, выстроенное на оборудовании ведущих брендов, предлагает услуги офсетной и цифровой печати буклетов, многополосных изданий, календарной продукции, упаковки, самоклеящихся материалов и т. д. Выбирая лучшие технические решения, «Компания Боргес» является сегодня экспертом в области создания полиграфии для проведения маркетинговых кампаний крупных западных



«Компания Боргес» обладает современным парком печатного оборудования на базе технологий Heidelberg. Здесь работают две офсетные машины: четырехкрасочная и пятикрасочная с секцией лакирования. Дублирование технологий позволяет избегать производственных нештатных ситуаций, чтобы они не сказывались на исполнении обязательств перед клиентами

протяжении всей нашей многолетней практики работы на полиграфическом рынке соблюдаем контрактные соглашения, нам удалось завоевать надежную репутацию среди клиентов, которые знают, что если мы заключили контракт, то он будет исполнен с нашей стороны при любых условиях».

## Типография как морской порт

«С точки зрения математической модели типографию можно сравнить с морским портом, — продолжает Андрей. — Существует определенный план производства (или план прихода судов). Но зачастую морские суда (заказы) при-



Развитый парк послепечатного оборудования позволяет выполнять работы любой сложности: изготавливать буклеты, многополосные издания, календарную продукцию, упаковку, самоклеящиеся материалы и т. д.

## ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

### ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

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

- 17 микрон — гляцевая: **4,21** Р за м<sup>2</sup>; матовая: **4,26** Р за м<sup>2</sup>
- 20 микрон — гляцевая: **5,06** Р за м<sup>2</sup>; матовая: **5,17** Р за м<sup>2</sup>
- 24 микрон — гляцевая: **5,74** Р за м<sup>2</sup>; матовая: **5,86** Р за м<sup>2</sup>
- 28 микрон — гляцевая: **7,39** Р за м<sup>2</sup>; матовая: **7,68** Р за м<sup>2</sup>
- 75 микрон — гляцевая: **28,43** Р за м<sup>2</sup>; матовая: **54,01** Р за м<sup>2</sup>
- 125 микрон — гляцевая: **32,98** Р за м<sup>2</sup>

А так же: софт тач - **30,02** Р м<sup>2</sup>; черн. софт тач - **45,03** Р м<sup>2</sup>  
голографические пленки - **11,37** Р м<sup>2</sup>.

**ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ** от 0 до 1,88 м под заказ, срок исполнения в течении дня.  
Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты.

**На большие и постоянные объемы - скидки!**

### ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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

### ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

серебро - **8,53** Р за м<sup>2</sup> Форматы от 0 до 1,88, сроки — в течение дня.

### СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

### ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

0,15 мм - **181,93** Р; 0,30 мм - **233,10** Р цена указана за м<sup>2</sup>  
Оптовым покупателям - скидки.

### БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

**1979,08** Р за пачку (35 м); **1549,26** Р за пачку (24,5 метра)

### КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

от **256,55** Р цена за 1 кг.

### КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

от **10** Р/ШТ. в наличии 4 и 5,5 мм

### ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

Цвет - белый — **2927,97** Р Цвет - серебро — **3745,12** Р

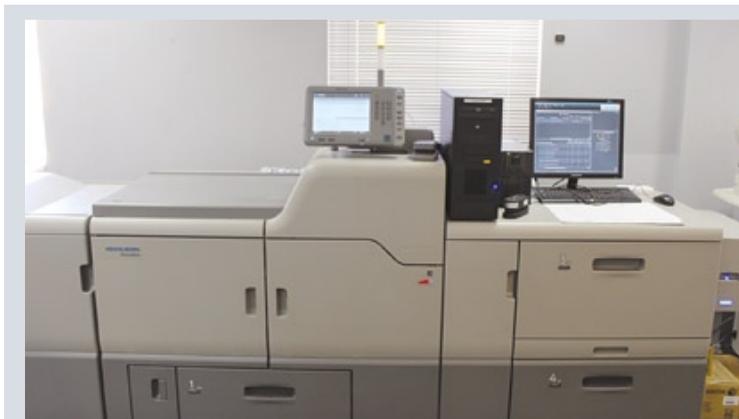
### КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

г. Москва, г. Чебоксары, г. Санкт-Петербург, г. Ижевск, г. Ульяновск

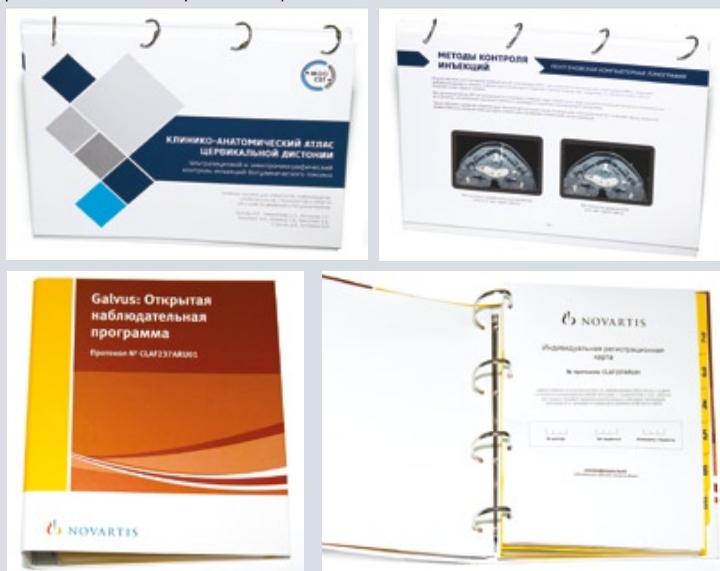
метро Пращская, ул. Подольских Курсантов, 3 | ул. Гагарина д.55, офис 310 | ул. Химиков 18 | р-н Первомайский, ул. Ухтомского, 24 +7-3412-601014 | ул. Ленина д. 50/115, +7-8422-303711

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](mailto:info@lamstore.ru) [www.lamstore.ru](http://www.lamstore.ru)

**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](mailto:discount@lamstore.ru), подготовим для Вас индивидуальное предложение! С НАМИ МОЖНО ТОРГОВАТЬСЯ!**



Цифровая печатная машина Heidelberg Versafire CV (Ricoh Pro C7100X) с дополнительными возможностями нанесения белил и лака. Оснащена контроллером Prinect Digital Frontend – собственной разработкой Heidelberg, созданной специально для интеграции цифровой печати в офсетное производство



«Компания Боргес» работает с крупнейшими фармацевтическими корпорациями. В данном случае выполнен заказ на печать рабочих и презентационных материалов

ходят не тогда, когда должны, а с определенной задержкой по разным причинам. Тем не менее, даже если они все пришли в порт (типографию) в один и тот же интервал времени, вы не можете отказаться их обслужить. Поэтому на производстве степень загруженности мощностей обычно не может превышать 60%, в противном случае есть вероятность возникновения ситуации, когда вы не сможете выполнить какой-то заказ. Отсюда возникает необходимость в дублировании процессов, технологий, оборудования, что позволяет выполнять работу разными путями. И появление дополнительного профессионального цифрового оборудования на нашем предприятии – это один из тех путей, по которым мы можем выстраивать цепочку производства для решения конкретной задачи. Мы должны всегда иметь возможность обойти проблемы, возникающие на производстве, и выполнить заказ при любой ситуации».

### Иновационные решения

Установленная в «Компании Боргес» цифровая печатная машина Heidelberg Versafire CV оснащена контроллером Prinect Digital Frontend – это собственная разработка Heidelberg, созданная специально для того, чтобы облегчить интеграцию цифровой печати в офсетное производство. Как отмечает Андрей, наличие этой системы отвечает как раз вопросу стандартизации производственного оборудования и возможности дублирования технических решений: «В целом могу сказать, что качество обработки цвета на этой машине выше, чем на родном РИП Fiery. И градиент четче, и картинка «сухая», «звонкая». Мы стремимся к тому, чтобы максимально использовать все возможности данной цифровой машины и применять самые разные запечатываемые материалы, на которых она может работать. Пока не все материалы в России есть, но мы ведем активный диалог с поставщиками, чтобы продвинуться в решении этого вопроса, поскольку нашим клиентам, я уверен, будет интересно попробовать нечто новое при

# Смарт

## ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

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

Большой ассортимент отечественной и импортной бумаги высокого качества

Расфрловка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН



# Открой неизведанное. Versafire.

Цифровая печать становится более гибкой благодаря опыту, накопленному к настоящему времени. Машины Heidelberg Versafire позволяют не только печатать на самых разнообразных материалах, но и с помощью уникального программного обеспечения Prinect Digital Frontend обеспечивают 100-процентную цифровую интеграцию.

➔ [heidelberg.ru](http://heidelberg.ru)

Получите  
образцы печати  
бесплатно!

➔ [www.heidelberg.com/vf-ru](http://www.heidelberg.com/vf-ru)

Реклама

**HEIDELBERG**

ООО «Гейдельберг-СНГ»  
125493 Москва, ул. Смольная, д. 14  
Тел. +7 495 995 04 90, Факс +7 495 995 04 91  
HD-CIS@heidelberg.com [www.heidelberg.ru](http://www.heidelberg.ru)



«Компания Боргес» активно работает с косметическими брендами, стараясь предоставить полный комплекс услуг для обеспечения полиграфических потребностей этих компаний. Здесь готовы как изготовить упаковку из картона для косметической продукции, в том числе с прозрачными окошками и вкладышами с вырубкой под конкретную продукцию, так и отпечатать сопроводительные рекламные материалы, продукцию для оформления мест продаж. Кроме того, на предприятии есть цех термоформовки, что позволяет компании предлагать клиентам более широкие возможности реализации полиграфических проектов

вплотнении их макетов в конечное изделие. Ведь почему нам интересно работать с крупными компаниями? Там решения о применении тех или иных технологий, материалов, новых идей зачастую принимаются людьми на более низком должностном уровне, в отличие от ситуаций, когда требуется согласование с руководителями самого высокого звена. И нам, в свою очередь, интересно предлагать клиентам все более сложные, более интегрированные решения. Продукция конструктивно ста-

новится сложнее, и мы, по сути, сами это провоцируем. Сегодня у нас есть и технические, и технологические инструменты для того, чтобы предложить рынку инновационный продукт. Если есть потребность клиентов, то необходимо на нее реагировать. Например, на нашей фальцевально-склеивающей машине мы можем делать объемную продукцию — папки, коробки. Еще 7–8 лет назад объемную продукцию можно было заказать только в трех компаниях. Сейчас их более 10. Рынок не

терпит косности. Поэтому нужно постоянно предлагать новые технологии, придумывать новые решения. Причем самому придумать и своему клиенту предложить или решить проблему клиента — предложить дешевле и технологичнее того, что он делал до этого».

### Работа как увлечение

Андрей уверен, что, работая в полиграфии, невозможно оставаться профессионально равнодушным: «Либо тебе нравится то, что ты делаешь, либо в полиграфии делать просто нечего. Это такая любимая работа! Убежден, что ни одна типография, построенная просто как бизнес-проект, не сможет продержаться на рынке больше 5–7 лет. Для большинства владельцев производств полиграфия — это своего рода самозанятость. И я не разделяю мнение тех, кто пророчит исчезновение отрасли. На мой взгляд, она не уйдет никогда. Безусловно, отрасль как живой организм меняется и откликается на общие тенденции рынка и потребности людей. Более того, я считаю, что через пару лет откроется новое окно возможностей у всех, кто имеет отношение к нашей отрасли или хочет реализовать себя в ней. Сегодня мы наблюдаем некие деструктивные процессы в существующей экономической модели, что приведет к изменениям, в результате чего будут создаваться новые компании, запускаться новые производства, которые будут требовать другого уровня продукции и сервиса. И это даст определенный ренессанс отрасли».



Папки для документации



Корпоративные и фирменные пакеты заказывают в дополнение к представительской продукции

Объемные конверты для подарочных карт. Конфигурация фальцевально-склеивающей машины, установленной на производстве «Компании Боргес», позволяет делать подобную продукцию