



# ВОПРОСЫ ВЫБОРА: ПРОИЗВОДЯТ ЛИ В КИТАЕ ОФСЕТНЫЕ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ

# Всё

**VIP**  
VISION  
IMAGE  
PRINT

# для

# офиса

# та

Резина  
Пластины  
Краски  
Лаки  
Спирт IPS  
Смывки

Качество, проверенное временем!  
АО «ВИП-Системы»



# ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №2 (178)-2024

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА

Есть ли офсет в Китае? ..... 2

### ИНТЕРВЬЮ

Игорь Клепинин, типография «Дамми», Курган  
«Спасение утопающих – дело рук самих утопающих»,  
или Интересное партнерство ..... 7

Сергей Селезнев, «Моноритм», Москва  
«Моноритм»: «все простые задачи мы уже реализовали» ..... 15

### БИЗНЕС

Мария Сальникова, «Флексознак», Москва  
«Флексознак»: все наоборот,  
или Специализация – драйвер роста ..... 10

### ОБОРУДОВАНИЕ

Александр Журавлев, «Кировская областная типография», Киров  
Повышая эффективность:  
укрепление нового направления ..... 18

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

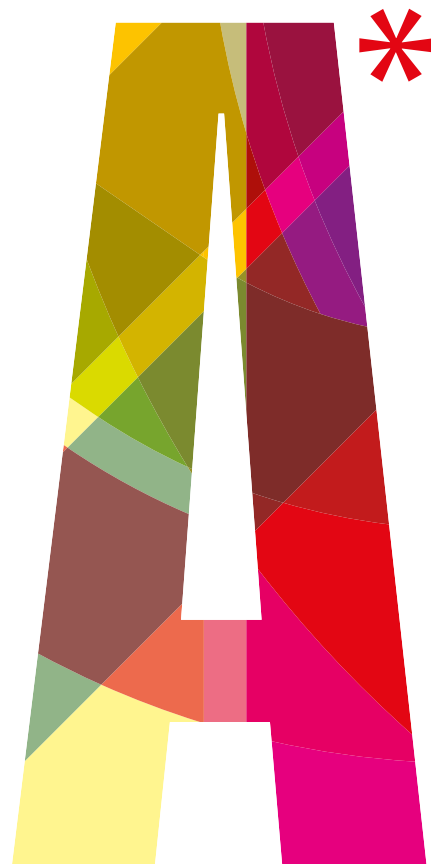
<b>Реклама в номере:</b>	Танзор ..... 13
Альфа-Дизайн ..... 1	T-Системы ..... 21, клапан
ВИП-Системы ..... клапан, 2-я обл.	Фабрика офсетной печати ..... вкладка
Герой Труда ..... вкладка	«ХД РУС» ..... 23
Илим ..... 3-я обл.	Bobst ..... 4-я обл.
Моноритм ..... 17	Lamstore ..... 5
Октопринт Сервис ..... клапан, 3	NCL ..... клапан
Смарт-НН ..... 23	Ricoh ..... 9
Смарт-Т ..... 16	Yam International ..... клапан, 4-я обл.

**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**

© 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.



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 52 см,  
альбомный спуск, шитье «на марлю»  
для объемных изданий;  
**Переплеты**—№ 5, № 7, «французский»,  
переплет с кругленным углом.



www.alfa-design.ru (495) 221-74-94

# Есть ли офсет в Китае?

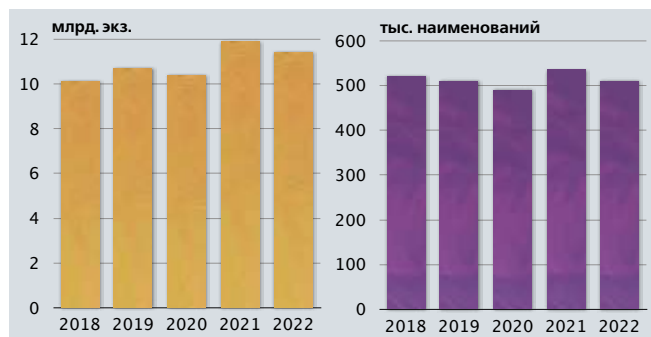
Сложившаяся санкционная ситуация вынуждает российские типографии пересматривать свою политику технического перевооружения. Долгое время полиграфический бизнес в нашей стране развивался по европейской модели и базировался в основном на европейском оборудовании. В постсоветское время добавилось некоторое японское влияние, которое не сильно отличалось от европейского. Но теперь ситуация сильно изменилась. Ни европейского, ни японского оборудования больше нет, по крайней мере, нового. Есть поставки бывшей в употреблении техники. Так, в прошлом году в Россию приехало, как минимум, 12 серьезных офсетных печатных машин. И это не так плохо. В допандемийном 2019 г. в России было установлено 20 офсетных печатных машин, что не принципиально больше. При этом суммы затрат на оборудование в 2023 г. и в 2019 г. оказались практически одинаковыми, и при этом надо учесть, что в 2019 г. большая часть машин были новыми. Такая разница в затратах говорит о том, что теперь офсетные машины европейских или японских марок оказались существенно более дорогими, чем раньше. Параллельный импорт дорогой. В этой связи приходится констатировать, что относительно простые поставки возможны теперь только из стран БРИКС, среди которых доминировать будет Китай.

## Китайская модель

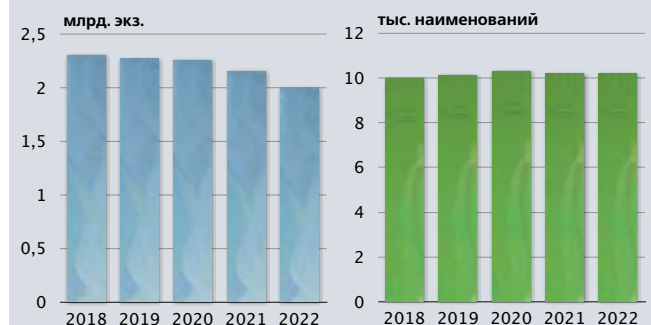
И действительно, существенная доля всевозможного оборудования уже активно везется из Китая: и допечатное, и флексографское печатное и всевозможные послепечатные решения, и даже ряд решений в области цифровой печати. Единственное, что из Китая сейчас не везут — офсетные печатные машины. В этой связи есть мнение, что «в Китае офсета нет» и «у Китая не хватает технологий производить офсетные печатные машины». На самом деле, все сложнее. Просто в Китае другие базовые производственные подходы, которые требуют несколько иного оборудования, чем мы привыкли, работая по европейским технологиям.

Чтобы понять разницу, приведем несколько цифр, показывающих общие объемы полиграфического производства в Китае. Он за последние 20 лет сильно нарастил объемы по-

лиграфического производства, догнав многолетнего лидера — США. А по некоторым подсчетам даже перегнал. Точных цифр нет, но важно, что Китай и США — сейчас мировые лидеры по объему полиграфического производства. У каждого примерно 85-87 млрд долларов, но при этом у США в последние годы намечилось падение в пределах 1–2% в год. В Китае вроде тоже есть незначительное падение в последние год-два, но до этого отрасль росла со скоростью 7–9% в год. Но не так важны абсолютные цифры, важно, что последние 20 лет в Китае был существенный рост. И обеспечивался он во многом за счет собственного полиграфического машино-



Объем выпущенных книг в Китае за пять лет: тиражи и количество наименований



Объем выпущенных журналов в Китае за пять лет: тиражи и количество наименований

строения. Многие знают, что Китай в нулевые и десятые годы активно покупал полиграфическое оборудование в Европе и США. Но политика китайского руководства хоть и позволяла приобретать импортное оборудование, в большей степени стремилась ориентировать китайские предприятия на отечественные машины.

Теперь другие цифры, характеризующие структуру полиграфического бизнеса в Китае. По данным за 2022 г. (на момент написания материала данные за 2023 г. еще не обнародованы) в Китае произведено 11,5 млрд книг. При этом число наименований составляет почти 500 тыс. Таким образом, средний тираж книги в Китае — 23 тыс. экз. И это с учетом малотиражных книг, которые в Китае тоже есть. А значит, типовой издательский тираж книги от 50 тыс. и больше. Что касается периодики, то совокупный тираж журналов составляет около 2 млрд экз., а само число изданий — около 10 тыс. Следовательно, средний тираж журнала в Китае — 200 тыс экз. Кстати, в США число изданий составляет около 7,5 тыс. при совокупном тираже около 550 млн экз. И эта цифра стабильно снижается последние 15 лет. Средний тираж в США — 68 тыс. экз., хотя первая сотня журналов имеет тиражи более 1 млн. А совокупный тираж первой сотни — более 280 млн экз. То есть на 7,4 тыс. журналов приходится 270 млн тиража и средний тираж — около 36 тыс. экз. При этом достаточно много журналов тиражами 2–5 тыс. экз. В Китае журналов с такими тиражами очень мало, если вообще есть (*подробнее о сравнении журнального рынка Китая и США в справке на с. б*). Аналогичная ситуация и с другими видами печатной продукции: газетами, учебной литературой (в Китае очень популярны одноразовые рабочие тетради для школьников, которых нужно сотни миллионов). При этом рекламной продук-

ции в Китае не очень много, хотя она стабильно растет из года в год. Про упаковку можно и не говорить — Китай известен как главная мировая фабрика всего. Причем, в отличие от Европы с ее «зеленой» политикой, в Китае огромное количество полимерной упаковки, требующей специальных подходов к печати.

Для чего все эти цифры? Они дают понимание, что традиционно китайская полиграфия больших и очень больших тиражей. Есть, правда, одна интересная особенность. В Китае огромная доля черно-белой и двухкрасочной продукции: и книги, и периодика, и учебные рабочие тетради. Поэтому когда правительство Китая, профильные министерства и специализированные ассоциации планируют производство того или иного

оборудования, то акцент делается, в первую очередь на локальный рынок.

Хотя в последнее время появился акцент и на стимулирование экспорта китайского оборудования в другие страны, но пока массового движения полиграфического оборудования из Китая в Европу или США не отмечено, но определенные тенденции прослеживаются. Например, на предстоящей выставке drupa 2024 в Германии почти 30% экспонентов будет из Китая. Это столько же, сколько экспонентов из самой Германии (тоже 30%). Кстати, на прошлой выставке в уже далеком 2016 г. экспонентов из Китая было меньше 5%...

Но вернемся к общей теме статьи. Как бы ни были мы привязаны к европейским тех-

# ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!

РАСХОДНЫЕ  
МАТЕРИАЛЫ  
ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ



oktoPRINT  
SERVICE

www.oktoprint.ru



Китайские офсетные рулонные печатные машины компании Qingdao Solna Electronics. Вверху: для книжного производства, внизу: с горячей сушкой



нологиям, развивать российский полиграфический бизнес нам придется по китайской модели, другие сейчас не доступны, и, судя по всему, в ближайшее время ситуация вряд ли изменится. Впрочем, если судить по экспансии Китая в Европу, европейским полиграфистам тоже придется к китайским технологиям присматриваться. Так что же интересного есть в Китае? И есть ли там офсет? Начнем по порядку.

### Цифровая печать

Начнем с цифровых печатных технологий. Электрографической малоформатной «цифры» своего производства в Китае нет. Точнее, почти нет. Отдельные попытки производить подобную технику предпринимались, но насколько можно судить по прошедшим в прошлом году выставкам, большого развития они не получили. Так что надеяться, что в Китае можно приобрести электрографическую цифровую машину местного производства, вряд ли имеет смысл. Дело в том, что такая техника, в первую очередь, для малых и сверхмалых тиражей, которых в Китае немного. Есть, конечно, типовая

цифровая продукция, например, меню для ресторанов, но в общей доле полиграфических заказов — мизер, который удовлетворяется импортными цифровыми печатными машинами. Собственное производство цифровых печатных

машин Китая рассчитано на большие тиражи — в тысячи экземпляров. Это и малотиражные (по китайским меркам) книги, и малотиражная периодика, и рекламная продукция. Китайские производители выпускают цифровые машины, построенные по струйной технологии. Это проще, чем электрография. К тому же в Китае успешно освоили производство чернил для струйных машин, в отличие от тонера, который производить очень непросто (впрочем его в Китае тоже производят). На прошедшей в ноябре выставке некоторые китайские производители цифровой техники показывали цифровую струйную печать на мелованных бумагах с вполне продаваемым качеством. Так что область, которую будет занимать цифровая печать в Китае, будет расширяться. В силу простоты и относительной дешевизны она будет вытеснять более сложный в эксплуатации офсет из младших полиграфических сегментов.

### Большая офсетная печать

Здесь речь, в первую очередь, идет о рулонной печати. Большие тиражи, которые требуются стране, намного целесообразнее печатать рулонным способом. В Китае достаточно много локальных производителей рулонной офсетной печатной техники, которая практически не известна за пределами Китая в силу исторических причин. Сначала насыщали внутренний рынок и на экспорт машины не шли. Ну и справедливости ради сравнить их с лидерами европейского рынка было сложно. Но свою задачу эти машины решают. Причем коммерческий рулонный офсет в Китае состоит из двух отдельных групп. В первую отнесем



Вверху: рулонная этикеточная машина китайского производства, внизу: упаковочная

классические офсетные рулонные машины с горячей сушкой (или без нее) и типовым фальцаппаратом на выходе. Такие машины, например, производит компания Qingdao Solna Electronics, по сути, бывшая шведская Solna, перебравшаяся в Китай лет 25 назад. Она производит и газетные, и журнальные (в том числе с сушкой), и специальные книжные машины (черно-белые и многокрасочные). Судя по отчету компании, в год выпускается 25-30 комплектов рулонных машин разных серий.

Но более широкий выбор для китайских типографий представляет другой класс — рулонные линейные секционные машины универсального назначения. Как правило, они со сменным раппортом печати (сменный рукавный/гильзовый формный цилиндр и сменный офсетный цилиндр). Могут иметь тепловую сушку и любые виды УФ-сушек. А на выходе: намотчик рулона, система рубки на листы и даже фальцаппарат. Эти машины бывают как узорулонные (350-450 мм), так и для рулонов средней ширины (820-900 мм). Модели могут быть как универсальными — позволяющими производить разную продукцию и печатать на разных материалах (бумаге, картоне, по-

лимерах, фольге, ламинатах и т.д.), так и специализированными, например, с модулем высечки на выходе для упаковки, надсечки для этикеток или фальцаппаратом для книжных тетрадей. Подобных машин в Китае производят многие компании и, как следствие, именно они используются чаще всего.

В нашей стране машины подобных конструкций ранее продавались (например компанией Drent-Goebel), но использовались в основном для производства защищенной продукции большими тиражами (и используются до сих пор). Этот класс машин часто используется и в производстве упаковки (как картонной, так гибкой) и этикеток. Как отдельный подкласс таких машин можно отметить большой ассортимент офсетных полуротаций. Они проще (нет нужды в сменных формных и офсетных цилиндрах), при этом формат может быть произвольным. Эти машины часто бывают универсальными.

### Листовая офсетная печать

Здесь ситуация несколько сложнее. Говорить, что китайских листовых офсетных печатных машин нет, неправильно. Есть целый ряд производителей, которые их производят. Но добиться

большого успеха у них не получается, в силу не очень понятной области применения. Ранее мы уже разбирались в структуре основных заказов в Китае — малотиражной продукции, для которой такие машины предназначены, не очень много (разве что визитки, типовой тираж визиток в Китае 1000 штук). Нет серьезной потребности, поэтому этот сегмент не очень развивается.

Есть довольно много производителей листовых печатных машин для простой двусторонней печати, обычно 1+1 или 2+2. Это машины тандемного построения (секции одна над другой), и предназначены, в первую очередь, для печати учебной продукции. Отдельным школам или вузам могут понадобиться учебная литература и рабочие тетради, отличные от тех, которые печатают централизованно большими тиражами. И вот они и печатаются на таких машинах: 4 краски не требуются, бумага офсетная, качество среднее. Обычно такие машины не делают для печати 4+4 (хотя примеры есть) в силу быстро растущей сложности в случае цветной печати. Впрочем, в последнее время такие машины начинают вытесняться цифровыми. Так что, скорее всего, этот сегмент офсета постепенно уйдет с рынка.

## 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!

### ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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

### ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

### СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

### ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

### БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ

### КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ

### УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

### БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

### КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

### КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

### ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

### КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

### САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

г. Москва,  
метро Пражская,  
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

**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!**

Что касается листовых машин, которые можно было бы использовать для печати картонной упаковки (именно этот сегмент больше всего интересует сейчас полиграфистов России), то тут выбора немного. В Китае картонную упаковку по большей части печатают другим способом: либо на рулонных офсетных машинах, либо на рулонных флексографских. На рулонных машинах проще организовать однопроходный вариант печати с отделкой. Многие флексографские машины позволяют устанавливать на них секции трафаретной печати, тиснения фольгой, выборочного лакирования и т.д. В Китае почти вся упаковка имеет большой объем дополнительной отделки, так что такой подход вместе с большим тиражом является предпочтительным.

Но производители листовых офсетных машин в Китае существовали всегда. Даже на самой первой выставке в Китае, в которой мы участвовали 20 лет назад, уже было много местных производителей. Но постепенно многие из них с рынка ушли, поскольку существовавший тогда в стране уровень машиностроения не позволял производить офсетные машины должного качества. Но какие-то компании все же сохранились и наработали необходимые компетенции, например Xinxiang Xinji Chuangxin Machinery. Существующая с 1947 г., концу 2010-х гг. она освоила выпуск вполне серьезных офсетных машин, а совсем недавно выпустила на рынок новое (уже пятое) поколение своих листовых офсетных печатных машин. Опыта их использования за пределами Китая, судя по всему нет, но машины производятся и используются. Причем у компании есть две серии: одна — для печати продукции под фальцовку (книги, журналы) име-



Листовая офсетная машина производства Xinxiang Xinji Chuangxin Machinery

ет приставку Folio, другая — строго для упаковки. Причем машины большого формата: от 72x103 до 104x162 см. Внешний вид машины очень сильно напоминает одного известного европейского производителя. Причины такого сходства выяснить не представляется возможным. Но если внимательно изучить имеющуюся документацию, то прослеживаются решения той самой немецкой компании. Примерно лет 5 назад были слухи о том, что неизвестная немецкая компания то ли открывает свой завод в Китае, то ли вступает в партнерство, то ли создает совместное предприятие с китайской компанией. Возможно то, что мы видим, — подтверждение этих слухов. Но, может быть, и нет. Возможно, в Xinji просто скопировали решения немецкой компании. Помимо Xinji есть и другие производители. Скорее всего, на выставке в будущем году в Пекине их будет много. Есть предположение, что здесь так же, как с китайским автопромом. Он существовал много лет, но то, что производилось 5-10 лет назад, сравнивать с мировым автопромом было сложно. А то что производится сейчас — вполне реально.

### Прочие виды печати

Их просто стоит упомянуть. В Китае огромное количество упаковки (в том числе картонной) печатается глубокой печатью. Этот вид печати очень хорошо развит, и производителей такой техники много. Впрочем, вся она рассчитана на многомиллионные тиражи, что для нашей страны не так актуально. Также много картонной упаковки и особенно этикеток на самоклеящихся материалах в Китае печатают флексографией. За последние 20 лет этот вид печати в Китае очень хорошо развился, и сейчас некоторые модели китайского оборудования можно уверенно ставить на один уровень с лучшими мировыми образцами. А китайский опыт печати красочной картонной упаковки флексографией можно и перенять.

В итоге ответ на вопрос: «Есть ли в Китае офсет?», скорее положительный. Но в силу особенностей страны, китайские решения имеют свою специфику. Насколько она может быть интегрирована в российскую полиграфическую действительность, сказать не просто. Но с учетом отсутствия альтернатив, видимо, придется приспособливаться... ▣

## Потенциал роста

Кажется, что журнальный рынок Китая многократно больше «самого передового журнального рынка мира» — журнальный рынок США таковым считают большинство мировых экспертов. Казалось бы, китайский журнальный рынок почти в 4 раза больше американского. Но тут важен правильный подход к подсчетам.

В США 550 млн экз. журналов приходится примерно на 300 млн населения, то есть на одного человека — 1,83 журнала. В Китае на одного жителя приходится 1,3 журнала. Это почти на 40% меньше, чем в США. Но нужно учитывать разнонаправленные тенденции. В Китае число журналов относительно стабильно в последние годы, в то время как в США количество журнальных издательств сократилось с 2012 г. на 30%. Правда, количество самих изданий не

сильно сократилось — только общий тираж. В итоге вместо одного издания появляется несколько небольших нишевых журналов, которые запускают крупные издательства, наращивая портфель возможных рекламодателей. В результате средние и небольшие издательства конкуренции не выдерживают. Но суть не в этом.

Есть такая поговорка: «Уровень культуры страны определяется объемом потребления бумаги». Китай еще 20 лет назад уступал США по числу журналов на душу населения в несколько раз. Сейчас разрыв еще сохраняется, но он сократился очень сильно. И если развитие страны продолжится, то и журналов будет печататься намного больше. Потенциал у Китая есть, а вот США вряд ли сможет увеличить число изданий на душу населения.



# «Спасение утопающих – дело рук самих утопающих», или Интересное партнерство



**Игорь Клепинин,**  
директор,  
типография «Дамми»,  
[ Курган ]

**П**рекращение официальных поставок полиграфического оборудования и материалов из недружественных стран наиболее сильно ударило по цифровым российским типографиям, привыкшим работать на клик-контрактах с поставщиками ЦПМ. Когда в силу вступили санкции, у многих возник вопрос: как работать дальше. Кто как решал этот вопрос и учился работать в новых условиях. Но нашлись и те, кто решил пойти дальше и повлиять на эту сложную ситуацию насколько это возможно. Одним из таких энтузиастов стал Игорь Клепинин — директор курганской типографии «Дамми». Пользуясь случаем, мы его расспросили о подходе к развитию цифровой печати в России в текущих условиях.

– Игорь, расскажите, пожалуйста, немного о типографии «Дамми» и причинах выбора используемых цифровых решений.

– Нашей типографии уже больше 30 лет — начинали мы в далеком 1993 году. Развитие предприятия проходило в сложных экономических условиях. Сначала работали на списанной офсетной маши-

не Romayor, восстановленной силами сотрудников. Но постепенно мы выросли и заняли лидирующие позиции в регионе. Появились и серьезные печатные машины. «Не останавливаться на достигнутом!» — вот принцип, по которому мы работаем уже много лет.

В начале нулевых годов мы увидели серьезный потенциал в цифровых технологиях и стали активно в них инвестировать. В то время нашим партнером в этой области была компания Xerox. Тогда руководство российского офиса видело большие перспективы в области цифровой

**Рынок менялся, менялась экономическая ситуация в стране. Работать в конце 2010-х годов так же, как в середине нулевых, было невозможно. Наблюдался серьезный рост всего полиграфического бизнеса. Кардинально нужно было меняться и нашей типографии — приспособливаться под сложившуюся ситуацию. Мы предложили нашему партнеру, компании Xerox, совместно найти пути развития в новых условиях. Но нас не услышали...**

печати и много делало для ее развития. И мы тогда много инвестировали в технологии Xerox и активно развивались в этом направлении. Но, спустя 15 лет сотрудничества, вынуждены были поменять поставщика ЦПМ.

– С чем это было связано?

– Рынок менялся, менялась экономическая ситуация в стране. Работать в конце 2010-х годов так же, как в середине нулевых, было невозможно. Наблюдался серьезный рост всего полиграфического бизнеса. Кардинально нужно было меняться и нашей типографии — приспособливаться под сложившуюся ситуацию. Мы предложили нашему партнеру, компании Xerox, совместно найти пути развития в новых условиях. Но нас не услышали, поэтому мы приняли непростое решение. Нашим новым партнером стала компания Ricoh, в российском офисе которой мы нашли общий язык. В компании пошли навстречу и услышали наши пожелания. И мы получили очень интересное предложение. В итоге мы избавились от всей техники Xerox, а ее было много, и заменили ее на технику от Ricoh.

– Сразу заменили всю цифровую технику в типографии?

– Да, от техники Xerox избавились сразу, и получили первую партию оборудования Ricoh, на которой можно было успешно работать. Но при этом с руководством российского офиса компании Ricoh мы разработали программу, состоящую из нескольких этапов (разбили ее по годам) по формированию у нас серьезного цифрового печатного производства на базе всей линейки оборудования Ricoh. В итоге у нас появились цветные и черно-белые электрографические печатные машины, крупноформатный УФ-плоттер и латексный плоттер для печати на гибких материалах. Отмечу, что, помимо техники, мы получали еще и поддержку на самых разных уровнях. Например, нам предоставили экологические сертификаты на оборудование и расходные материалы Ricoh, что позволило производить продукцию для оформления мест пребывания детей, например, школ или детских садов. Мы это направление успешно и развили.

– **То есть с российским офисом Ricoh вы нашли общий язык?**

– Да, все получилось, и все этапы совместно разработанного плана нашего развития мы реализовали, вложив в него около 85 млн рублей (курс рубля тогда был другой). Мы, как типография, позиционируем себя серьезным надежным партнером, гарантирующим выполнение взятых на себя обязательств точно в срок и за оговоренную сумму. Никаких «технических влияний» на наши обещания заказчиком быть не должно. Поэтому все основные производственные единицы оборудования мы в типографии задублировали. А для этого понадобились внушительные инвестиции. Планировали вернуть их за пять лет и с этой задачей справились. В результате девиз: «Любой цвет на любом материале любого размера от одного экземпляра» вошел в наш привычный обиход.

Сотрудничество с Ricoh оказалось намного прозрачнее, удобнее, гибче и основанное на взаимопонимании. Здесь нас слышали и искали пути решения всех наших задач. Но тут наступил февраль 2022 г., а потом и апрель с санкциями против полиграфии...

– **Для вас это был сильный удар?**

– Поначалу, конечно, был шок. Что делать, было непонятно. Спустя какое-то время начали активно скупать расходные материалы, которые удавалось найти в России и в соседнем Казахстане. На какой-то период смогли обеспечить себя чернилами для широкоформатных принтеров, что очень важно. Но было понятно, что любые запасы конечны, и необходимо искать другие пути. Надо также отдать должное и российскому офису компании Ricoh, точнее теперь уже «РИКО Рус». Они смогли обеспечить определенный объем расходников у себя на складе, что позволило пользователям оборудования Ricoh продолжать работать, пусть и не так комфортно, как раньше, но, тем не менее. Этим они сильно отличались от других игроков рынка, которые бросили своих клиентов. То есть мы смогли продолжить нормально работать и дальше, но при этом задумались и о новом направлении работы.

– **В чем оно заключается?**

– Уход с нашего рынка всех поставщиков цифрового печатного оборудования создал сложности не только нам.

По нашим оценкам, в России больше тысячи цифровых типографий. А еще есть компании, у которых цифровая печать идет в дополнение к другим способам печати. То есть, на российском рынке тысячи единиц цифрового печатного оборудования, и его пользователи находятся в подвешенном состоянии: то ли получится на нем работать, то ли нет? На ум пришла известная строчка Ильфа и Петрова: «Спасение утопающих — дело рук самих утопающих». И в итоге пришли к тому, что нужно самим как-то организовывать процесс снабжения российского цифрового печатного рынка.

**По нашим оценкам, в России больше тысячи цифровых типографий. А еще есть компании, которые используют цифровую технологию в дополнение к другим способам печати. То есть, на российском рынке тысячи единиц цифрового печатного оборудования, и его пользователи находились в подвешенном состоянии: то ли получится на нем работать, то ли нет?**

– **И что вы в итоге предприняли?**

– Сначала узнали у наших партнеров, насколько интересно было бы, если мы начнем заниматься поставками оборудования и материалов Ricoh в Россию. «РИКО Рус» сама не имеет возможности поставок оборудования и материалов, но зато имеет возможность осуществлять сервисную поддержку своих клиентов. Компания разработала большую и развитую сервисную программу, которая адаптируется практически к любому пользователю оборудования Ricoh. В процессе общения выяснилось, что у нас может получиться интересное партнерство с «РИКО Рус».

Многие помнят времена, когда цифровые типографии имели клик-контракты со своими поставщиками, и это позволяло успешно работать, не беспокоясь о технических вопросах. И мы совместно с «РИКО Рус» задума-

лись, как это можно организовать в сложившихся условиях. И нашли приемлемое решение.

– **То есть вы стали заниматься поставками оборудования и материалов для цифровой печати?**

– По сути, да. В общей структуре нашей организации была компания, которую мы трансформировали в поставщика оборудования. Называется она — «Передовые системы печати», сокращенно ПСП. Мы внимательно проработали каналы поставок оборудования и расходных материалов, в первую очередь, производства компании Ricoh. Такие каналы нашлись, и в прошлом 2023 г. мы начали первые поставки оборудования. Схема работы следующая: мы занимаемся поставками новой и бывшей в употреблении цифровой печатной техники, а компания «РИКО Рус» берет ее на полное сервисное обслуживание по разным программам, включая и привычные ранее клик-контракты. В прошлом году мы начали работать по такой схеме. И к концу года выполнили уже несколько поставок: приобретаем несколько цифровых машин, грузим их в контейнер и везем в Россию. Несколько контейнеров уже прибыло и в пути еще. Есть уже и уникальные установки, например, недавно мы поставили новейшую цифровую машину Ricoh Pro C9500 в типографию «Четыре Цвета» в Санкт-Петербург (см. «Курсив» №1-24).

– **Какие-то цифры продаж можно озвучить?**

– Пока нет, но могу сказать, что компания «Передовые системы печати» в прошлом году обеспечила заметный оборот и с первого года работы на новом направлении оказалась прибыльной. Это говорит о том, что у нее хороший потенциал.

– **Почему решили работать именно с оборудованием Ricoh?**

– Причин несколько. Мы в типографии «Дамми» очень успешно эксплуатируем это оборудование, и можем уверенно говорить, что оно лучшее на нашем рынке. Но это даже не самое главное. Сейчас в России есть целый ряд компаний, которые готовы привезти из-за границы любое оборудование и продать его российским типографиям. А дальше, как получится... Мы не хотим быть еще одной такой компанией. Наша цель — обеспечивать максимально возможный официальный бизнес.

Поэтому еще в 2022 г., когда пришло понимание, что нужно организовывать «помощь утопающим», я поехал к своему поставщику — компании Ricoh. Отмечу, что компании «РИКО Рус» в своем большинстве удалось сохранить коллектив и руководство. С директором компании, Константином Клейном, у нас уже были налаженные бизнес-связи. В свое время именно благодаря ему нам удалось успешно перейти с одного поставщика на нового, более перспективного. И тогда мы совместно начали прорабатывать вопросы альтернативных поставок оборудования, поддерживаемого с официальным сервисом. Конечно, в «РИКО Рус» понимают перспективность сохранения и расширения своей клиентской базы. Рано или поздно ушедшие игроки могут захотеть вернуться на наш рынок, а возвращаться на «выжженное поле» к бывшим клиентам, которых ты бросил, будет очень сложно, если вообще возможно. В итоге после довольно длительной проработки вариантов мы пришли к той схеме, которая в итоге реализовалась в 2023 г.

– Как в итоге осуществляется сочетание альтернативных поставок с официальным сервисом?

– Есть два варианта. С новым оборудованием все понятно: компания «Передовые системы печати» привозит его и продает заказчику, который подписывает с компанией «РИКО Рус» сервисный договор.

С бывшим в употреблении оборудованием схема иная: мы его не приобретаем, где придется. В том же Китае мно-

жество компаний, которые готовы продать бывшее в употреблении цифровое оборудование. Мы же покупаем его только у компаний, имеющих сервисную авторизацию от компании Ricoh и обеспечивающих предпродажную подготовку машины. Машина должна пройти все необходимые сервисные процедуры, в ней должны быть заменены быстроизнашиваемые запчасти и должен быть подготовлен «чек лист» со всеми ее особенностями. С этим «чек-листом» знакомятся сервисные инженеры компании «РИКО Рус», и по приезду машины проверяют ее на соответствие «чек-листу» и только после этого берут технику на сервисное обслуживание. И только после всех этих этапов тщательной проверки машина попадает в продажу. А ведь многие компании при восстановлении техники используют неоригинальные материалы, заказчик об этом узнает намного позже, когда с машиной начнутся проблемы. Наш чек-лист гарантирует, что машина реально восстановлена до «нового» состояния, и в ней «мин нет». Компания «Передовые системы печати» предлагает только проверенные машины Ricoh, восстановленные и имеющие сервисную поддержку. То есть почти так же, как и раньше.

– Вы в итоге становитесь надежным поставщиком?

– Позиционируя себя на рынке, мы стараемся донести до покупателя мысль, что с нами можно договариваться, и понимаем, что предлагаем стабильную и надежную технику. Девиз компании «Передовые печатные системы»: «С нами легко и надежно». Надеюсь, рынок это оценит и поддержит. ■

## 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 A4/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.

# «Флексознак»: все наоборот, или Специализация - драйвер роста



**Мария Сальникова**  
директор,  
типография  
«Флексознак»  
[ Москва ]

**В** последнее время в ряде российских офсетных типографий начинают использовать и другие виды печати. Это явление довольно типичное. В большинстве случаев внедряют цифровые технологии, встречается и флексография. А вот когда наоборот: флексографская типография начинает интересоваться офсетом и запускает листовое офсетное производство — явление довольно редкое. И связано это, как правило, со специализацией на определенных видах продукции. Яркий пример — московская типография «Флексознак», ее директор Мария Сальникова рассказала нам, как наличие и офсета, и флексографии позволяет активно развиваться.

## Серьезный бизнес

«Типография «Флексознак» существует с 2000 г. Изначально это было флексографское производство, основная продукция — сигаретная упаковка. Мы тогда (да и сейчас) печатали внутреннюю рамку для сигаретной пачки, но, самое главное, миллионными тиражами печатали рекламные вкладыши в них. Это был серьезный бизнес — такие вкладыши были практически у всех производителей сигарет: и од-

ностраничные, и многостраничные, потребность в них была большая. Огромные тиражи позволяли успешно использовать флексографское печатное оборудование. Тогда у нас работала машина марки Comco от компании Mark Andy», — рассказывает Мария Сальникова.

Вскоре, по мере развития бизнеса, типография начала выпуск

еще одного серьезного вида продукции. «Мы начали печатать пластиковые карты для сим-карт и картонные карты оплаты с персонализацией и дальнейшей упаковкой, — продолжает Мария. — В то время были популярны карточки для оплаты мобильной связи. Это картонная карта с нанесенным переменным кодом, закрытым защитной скретч-панелью. Такую продукцию мы производили для разных компа-



Флексографская машина Comco



Участок офсетной печати: листовая машина KBA Rapida 74



Бобинорезки Soma



ний связи. Для них же печатали и пластиковые заготовки для сим-карт. Чипы в них встраивали уже другие — мы печатали только заготовку. И это тоже были большие тиражи. Но рынок платежных карт постепенно сходил на нет — теперь все мы оплачиваем связь банковскими переводами, а производство сим-карт ушло в Китай, да и рынок сим-карт ощутимо снизился, и эти виды продукции скоро исчезли».

### Не только флекс

Следующим этапом развития стало присоединение к «Флексознаку» офсетного производства, которое ранее было в составе компании «Знак». Это позволило начать производство сложной этикетки для ликеро-водочной промышленности, упаковки для кондитерской продукции и других видов этикеток, требующих высокого качества и сложной отделки.

«Общая рыночная ситуация постоянно менялась. — вспоминает Мария. — Табачное производство в России постепенно сосредоточилось в руках нескольких крупных мировых игроков, которые имели свои производственные мощности и в России. Платежные карточки тоже сильно сократились в объеме, а ликеро-



Станки для формирования стаканов



Машина для формирования чаш (слева) и станок для формирования чаш для салатов



В типографии много послепечатного и отделочного оборудования

водочная этикетка стала самоклеящейся — объемы сухой этикетки быстро сокращались. И нам пришлось задуматься, как развиваться дальше. Появлялись, правда, и другие виды продукции, которые мы осваивали и выпускаем их сейчас, например, бумажные платежные карточки для Московского метрополитена. К тому времени мы были уже достаточно крупным предприятием, и нужно было искать новые для нас рынки, которым требуются большие тиражи».

### Новый рынок

Решение подсказала сама жизнь: «Так получилось, что у нас к этому моменту уже были довольно внушительные объемы печати заготовок для бумажных стаканов, печем для крупных игроков этого рынка. У нас всегда были решения для сложных технологических

операций, которые могли выполнять далеко не все. Например, освоили заготовки для стаканов McDonalds со стикерами (была такая акция), и их заказывали у нас в больших объемах, но сами стаканы формировали другие компании. И тут пришло понимание, что мы можем освоить весь процесс изготовления бумажных стаканов и выйти на этот рынок. В итоге в 2013 г. мы приобрели первую партию машин для формирования бумажных стаканов, что позволило запустить производство полного цикла в январе 2014 г.

Можно уверенно говорить, что тогда мы приняли верное решение — сейчас «Флексознак» один из ведущих производителей такой продукции в России. В 2015 г. нам пришлось полностью закрыть производство пластиковых карточек, а сухая этикетка закончилась еще раньше. А вот стаканы оказались направлением растущим, развивающимся и очень конкурентным».

Тогда типография «Флексознак» была новичком в области производства стаканов, поэтому было принято решение приобрести сразу серию станков, позволяющих производить стаканы разных объемов: от 100 до 450 мл. «Мы не понимали, что именно окажется наиболее востребованным, поэтому приняли такое решение, — объясняет Мария. — Мы таким образом тестировали этот рынок, и у нас были свои рыночные преимущества. Самое сложное и дорогое в производстве стаканов — изготовление заготовки. За счет производства табачной упаковки у нас были хорошие связи с европейскими производителями картонов и бумаг, поставляющими специализированный картон, и развитые печатные мощности (и флексография, и офсет). Но мы тогда не работали с конечными заказчиками стаканов, и нам нужно было нарабатывать этот опыт».

### Большой ассортимент

Одним из серьезных конкурентных преимуществ «Флексознака» являются широкие возможности по печати и отделке. Как пояснила Мария, типография почти не производит «обезличенные» стаканы, без изображения. При этом изготавливает большой ассортимент стаканов декоративных, отпечатанных в несколько красок, с тиснением фольгой, конгревом, разными



Участок упаковки готовой продукции



Склад расходных материалов и запас тактильного лака от компании «Танзор»

видами надсечек второй стенки и т. д. Наличие трех флексографских и одной офсетной машины позволяет гибко подходить к печати на барьерном картоне. Типография успешно справляется и с небольшими (от 5 тыс.), и с огромными тиражами для крупных заказчиков, которым нужны миллионы стаканов.

«Что касается дизайна и отделки стаканов, то мы очень вдумчиво подходим к этим вопросам. К счастью, рынок одноразовой посуды активно развивается. Кофейни, рестораны фастфуда хотят, чтобы их стаканы выделялись — это добавляет предприятию солидности и является хорошей доп рекламой. И поэтому используются все возможные виды от-

делки. Например, сегодня достаточно часто заказывают стаканы с нанесением тактильных покрытий, например, приятного на ощупь лака «софт-тач». В итоге требования к лакам и краскам, которые мы используем для печати, очень сложные, — объясняет Мария. — Стакан — изделие, в котором находится продукт питания, и с ним контактируют губы человека. Так что все полиграфические материалы не должны создавать посторонних запахов и влиять на вкус продукта. Раньше в России были воз-

можности получать такие материалы из Европы, но не сейчас. В итоге, некоторые материалы, например, тот самый лак «софт-тач», мы нашли в российской компании «Танзор», которая этот лак производит, так что перебоев с поставками нет и быть не должно. Мы перепробовали все имеющиеся на нашем рынке лаки «софт-тач» и поняли, что лак от «Танзор» — лучший, к тому же местного производства. А стаканы с эффектом «софт-тач» — сейчас трендовый продукт». Помимо стаканов, «Флексознак» еще в 2014 г. освоил изготовление упаковки на базе стаканов. В частности, некоторые бумажные чаши используются для упаковки лапши, картофельного пюре и других продуктов типа «залей кипятком».



- Комплексные решения для офсетной и флексографской печати
- Собственное производство лаков и УФ-флексокрасок
- Колористические лаборатории и станции смешения в Москве, Санкт-Петербурге, Краснодаре и Новосибирске
- Технологическая поддержка заказчиков

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



Специализация типографии — производство разных стаканов и одноразовой посуды со всевозможной отделкой



В результате типографии «Флексознак» удалось адаптироваться к новым условиям и даже обновить производственную базу. В этом году есть планы продолжить обновление парка оборудования. Наличие и офсета, и флексографии позволяет ей гибко реагировать на ситуацию на рынке и активно развиваться.

### Про экологию

Однако очередной сложностью для типографии стало введение сбора за утилизацию упаковки со всех производителей. Для упаковки из комбинированных материалов (в данном случае картон/полиэтилен) ставки максимальные. Поэтому Мария активно участвует в дискуссиях с правительством относительно введения этих сборов и их размеров. На самом деле, это сложная тема для многих производителей упаковки. По многим упаковочным позициям сбор будет внушительный. Если его введут сразу и в полном объеме, то за некоторые виды стаканов только сумма сбора может составить до 2 рублей. Разумеется, все производители упаковки и одноразовой посуды переложат этот платеж на своих клиентов, а те — на покупателей. В итоге все заметно дорожает.

В заключение отметим, что использование сразу двух технологий — офсета и флексо — это огромный плюс «Флексознака». Более того, традиционно производство бумажной посуды все начинают с закупки формовочного оборудования, и лишь затем некоторые приобретают печатную технику. «Флексознак» поступил наоборот, и, возможно, поэтому смог успешно выйти на этот высококонкурентный рынок, где ряд ведущих игроков появился намного раньше. ■

Несмотря на внешнее сходство с обычным бумажным стаканом, такая упаковка еще более требовательна к качеству. Например, очень важна точность геометрических размеров, поскольку защитная крышка-платинка приваривается к верху стакана после фасовки на линии в компании-производителе продуктов питания. И при недостаточном точных размерах чаши платинка либо не будет надежно прижата к ней и не приварится, либо стакан может быть деформирован.

### Адаптация

Что касается трудностей текущей ситуации, то и для компании «Флексознак» в марте 2022 г. тоже наступили сложные времена. Типография постоянно работала на европейских картонах и других импортных материалах,

и во многом благодаря этому могла обеспечивать качество и производительность. В 2022 г. пришлось все кардинально перестраивать, но подходящие решения были найдены.

А в 2023 г. в типографии решили обновить офсетную машину. «Объемы офсетной печати у нас внушительные, но, к сожалению, компания Koenig & Vaier отрезала нас от поддержки и поставки запасных частей, — признает Мария. — Работать в таком режиме достаточно рискованно, поэтому мы стали искать выход. Решили приобрести полный аналог нашей машины и на одной работать, а вторую использовать «донором» запасных частей. Б/у машину нашли в Европе. В прошлом году, без приключений привезли ее в Россию и смонтировали. Сейчас уже печатаем все на новой машине».



# «Моноритм»: «все простые задачи мы уже реализовали»



**Сергей Селезнев,**  
директор,  
«Моноритм»,  
[ Москва ]

**В**опросы автоматизации полиграфического производства в России все чаще сегодня выходят на повестку дня. И это закономерный этап развития бизнеса. Чем сложнее работать на рынке, чем выше конкуренция, тем больше интереса к системам, которые позволяют вести бизнес более продуманно, осуществлять учет более качественно, видеть недостатки и возможности развития своего предприятия. Всё это помогают осуществлять системы автоматизации работы предприятия. В настоящее время во многих отраслях вообще невозможно работать без своей системы управления производством. На мировом рынке существует множество компаний: как глобальных, так и локальных, занимающихся разработкой систем управления производством. Но полиграфия — отрасль уникальная. По сложности и неповторяемости продукции и этапов ее производства она почти не имеет аналогов в промышленности. Автоматизация полиграфического производства — тоже уникальная задача, решить которую можно только специализированными средствами. Об их специфике мы поговорили с директором компании «Моноритм» Сергеем Селезневым.

– Сергей, как давно вы занимаетесь разработкой систем управления производством, и с чего все начиналось?

– На самом деле, уже более 20 лет. Все началось в 2003 г. До этого я и некоторые наши сотрудники работали в другой компании, которая занималась разработкой систем управления для самых разных отраслей бизнеса: банковской системы, торговли, полиграфии и т. д. Было даже несколько установок работающей системы управления производством, в частности, в Республиканской типографии Коми (кстати, эту систему мы несколько лет назад заменили своей). Но в определенный момент стало понятно, что внутри этой компании будет сложно развиваться, и мы группой из нескольких человек из нее ушли, чтобы создать свой бизнес. Некоторое время думали, в каком направлении развивать нашу компанию. Оценивали разные рынки, но в итоге решили сфокусироваться на полигра-

**Полиграфия — отрасль многогранная, и принципы, которые использует одна типография, могут не подходить другой. Нужно было делать именно универсальную систему, как мы ее себе представляем. Сформировали техническое задание и год занимались разработкой версии, которую можно было бы показывать заказчикам. Назвали ее ASystem и с ней мы начали выходить на рынок.**

фии. Этот рынок на тот момент активно развивался, появлялись новые типографии, существующие активно росли, а производителей систем управления производством для них практически не было. Поэтому перспективы нам показались привлекательными. К тому же у нас уже были некоторые задумки с предыдущего места работы. На их основе в 2003 г. мы начали разрабатывать свой продукт.

– Под конкретного клиента?

– Нет, мы начали разрабатывать универсальную систему, которая могла бы быть использована на разных полиграфических предприятиях. Клиента, под которого можно было бы начать разработку, у нас не было, и, наверное, это было бы неправильно. Полиграфия — отрасль многогранная, и принципы, которые использует одна типография, могут не подходить другой. Нужно было делать именно универсальную систему, как мы ее себе представляли. Сами себе сформировали техническое задание и год занимались разработкой версии, которую можно было бы показывать заказчикам. Назвали ее ASystem, и с ней мы начали выходить на рынок. Все это время жили без доходов на накопленном ранее.

– А кто стал первым клиентом «Моноритма» помните?

– Конечно, это была московская типография «Август Борг». Мы тогда встретились с ее руководителем, показали нашу разработку, ему всё понравилось, и у нас появился первый заказчик. В процессе внедрения системы мы обогатились дополнительным пониманием процессов, что помогло развивать ASystem дальше. После «Август Борга» мы установили ее в типографию «Ридо» из Нижнего Новгорода. Она сих пор активно ее использует, получает обновления и пользуется нашей техподдержкой (в отличие от «Август Борга»). Видимо, это и есть наш самый старый действующий клиент (*подробности см. «Формат» №1-24*). Потом у нас появился клиент, который занимался не офсетом, а флексографией.

– То есть пришлось адаптировать вашу систему под флексографию?

– Флексография сильно отличается от офсета и по технологии, и по материалам, даже единицы измерения там другие. Поэтому, по сути, ASystem пришлось писать заново — настолько велики в этих способах печати отличия. Но зато, благодаря этому клиенту, у нас появилось новое направление работы, которое сейчас оказалось очень востребованным.

На начальном этапе мы учились у нашего первого флексографского клиента и даже «слишком учли» его особенности, что было не совсем правильно, но впоследствии всё исправили.

– Получается, что у каждого нового клиента были свои пожелания к системе управления, и вам приходилось их учитывать?

– Безусловно, мы должны были слышать своих клиентов и быть в курсе, что они хотят видеть в системе. Это помогало развиваться. Мы и сейчас слушаем их пожелания. Но тут нужно понимать, что у каждой типографии свои, порой очень индивидуальные представления о том, что должна уметь система, и пытаться всё воплотить в жизнь невозможно, да и не нужно. Сейчас мы уже накопили немалый опыт и понимаем, что учесть все пожелания невозможно. Но если среди пожеланий появляется что-то, в чем мы видим перспективы для развития системы, то мы их принимаем и постепенно интегрируем в ASystem.

– То есть задачи разработки системы под конкретного клиента у вас нет?

– У нас был опыт индивидуальной разработки под клиента, но потом мы пожалели об этом решении. Дело в том, что после того, как вы что-то сделали под одного клиента, его нужно отдельно поддерживать. Когда таких клиентов становится много, требуются и очень большие ресурсы для их поддержки. Людей приходится на это отвлекать. Версии программ начинают «разъезжаться». Для разработчика это очень неэффективно и ресурсозатратно. Ну и денег эти

отдельные клиенты не заплатят столько, сколько все остальные пользователи. Но при этом мы готовы учитывать отдельные пожелания заказчиков, если это легко выполнимо. Однако ядро системы остается неизменным, но некоторые отличия могут быть.

– А что клиенты хотят получить от использования вашей системы?

– На самом деле, если говорить абстрактно, все хотят счастья! Но такой «кнопки» в ASystem нет. У нас единая для всех система с целым рядом функциональных модулей, и разными клиентами востребованы разные модули. Кто-то интересуется автоматизированным расчетом заказов и ему этого хватает, кому-то нужна система планирования производства, кому-то — учет расходных материалов и т. д. Кто-то активно использует все возможности системы. Я же считаю, что самое полезное в нашей системе — возможность получить фактическую себестоимость изготовления заказов (для чего требуется задействовать практически все возможности системы), что в дальнейшем позволит делать уже и предварительные расчеты, близкие к реальной себестоимости. Когда мы начинали наш бизнес, точный расчет себестоимости заказа никого серьезно не волновал: брали стоимость материалов и умножали на 3-4-5 (кто как мог). Сейчас уже с таким подходом клиентов можно и не найти. Для формирования продажной цены нужно грамотно все учитывать. И без системы сделать это сложно. Также полезна возможность из единого источника получить различные справочные данные, например, по загрузке

оборудования, выработке, складским запасам и т. д. Это позволяет качественно анализировать текущую ситуацию и принимать правильные управленческие решения. Так что каждый может найти в системе что-то полезное.

– И сколько сейчас у «Моноритма» клиентов?

– Около 300 типографий пользуются нашей основной системой ASystem и еще около 400 типографий используют наш коробочный продукт PrintEffect. Это более простая и доступная модификация ASystem, которая предназначена для небольших салонов оперативной полиграфии, не использующих сложные производственные процессы.

– Все типографии из России?

– Не только. У нас достаточно много клиентов из соседних стран: Беларуси, Казахстана, Узбекистана, Туркменистана, Таджикистана, Кыргызстана, государств Балтии, Закавказья и др. Сейчас мы заканчиваем адаптацию ASystem к английскому языку и будем выводить ее на мировой рынок. У нас уже есть установки в дальнем зарубежье, но пока по старым российским связям.

– Как у вас сейчас организована система сбыта? В последние годы многие производители программных продуктов переходят на подписную модель продаж. У «Моноритма» такое есть?

– В явном виде мы подписную модель не используем. Ведь в классическом виде она предполагает схему «платишь — работаешь». Оплатил месяц — в течение месяца программный модуль работает, перестал платить — система работать



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](http://apd52.ru)

Доставка по всем городам России

тоже перестает. У нас не так. ASystem можно купить один раз и всю жизнь с ней работать. Но если нужны обновления, поддержка, консультации, тогда нужно оплачивать ежемесячно определенную сумму. У нас довольно много клиентов на поддержке. Причем многие из тех, кто поддержкой раньше не пользовались, постепенно приходят за ней.

**– А как происходит процесс внедрения системы у заказчика? Это делаете вы или заказчик самостоятельно?**

– Внедрение — это и настройка системы, и, возможно, корректировка некоторых бизнес-процессов на предприятии. По сути, ASystem поставляется практически «пустой», и ее необходимо наполнять данными конкретного предприятия. Необходимо завести имеющееся оборудование, техпроцессы, осуществить нормирование всех операций, ввести эти данные в систему и многое другое. И чем подробнее и точнее всё будет сделано, тем лучше будет результат. На самом деле, типография должна назначить отдельного сотрудника, который обязательно разбирается в полиграфии, имеет необходимые полномочия и располагает достаточным временем. Мы же, со своей стороны, предлагаем каждому покупателю базового комплекта ASystem

50 часов работы нашего специалиста, который будет помогать и консультировать на начальном этапе внедрения в типографии. Кроме того, предусмотрены консультации в онлайн-режиме. Только в таком случае можно рассчитывать на плодотворную работу. Впрочем, были случаи, когда клиенты справлялись и самостоятельно с нашей минимальной помощью, но это все же редкость. Внедрение автоматизированной системы управления в полиграфии — процесс сложный.

**– Получается, ASystem постоянно находится в развитии: появляются новые модули, новые решения, новые возможности. Можно озвучить, над чем сейчас работаете, что появится в ближайшее время?**

– Примерно лет пятнадцать назад я думал, что «скоро мы напишем систему до конца и будем пожинать плоды успешной работы». Конечно, так не получается. Любая система автоматизации всё время требует развития, доработок, совершенствования. И конца этому, наверное, не будет. Сейчас мы работаем над функционалом для работы с изделиями, которые типография продает как товар. Этот вид продукции имеет определенные особенности прохождения и сопро-

вождения. В принципе, это и раньше было в ASystem, но сейчас это делается намного проще. Также в разработке технология сквозного учета материалов: от прихода до отгрузки готовой продукции. Например, типографии, а иногда и ее клиенту важно иметь понимание, из какой партии (роля, паллеты) бумага или картона изготовлено то или иное изделие. То есть бумагу или картон нужно проследить по всем этапам производственного процесса. Это очень сложно, и требует кардинального изменения всей системы. Но для ряда клиентов из «критичных» производств, например, фармацевтики или пищевой промышленности, это необходимо.

**– То есть сейчас появляются непростые задачи?**

– Ну, видимо, все простые задачи мы уже реализовали. И то, что от нас хотят сейчас, это уже «сложно» или «очень сложно». И у нас есть планы внедрять и эти сложные к реализации решения, но делать это постепенно. Жизнь всегда вносит свои коррективы. В 2022 г. у нас были определенные сомнения в перспективах нашей работы, но, к счастью, они не оправдались. Полиграфическая отрасль жива, работает и развивается. И мы будем двигаться вперед вместе с ней. ■

# 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



# Повышая эффективность: укрепление нового направления



**Александр Журавлев,**  
директор,  
«Кировская  
областная типография»,  
[ Киров ]

**В** советское время в нашей стране было достаточно много типографий. В каждом более-менее крупном городе типография была обязательно, не говоря уже про областные или республиканские центры. И их было обычно несколько: городская, областная, республиканская. Но в постсоветскую действительность не многие из них сохранили свою деятельность. Но есть и те, кто смог правильно разобраться в особенностях капиталистического ведения хозяйства и успешно существуют и по сей день. Одно из таких успешных предприятий — «Кировская областная типография». Ее директор, Александр Журавлев, рассказал нам о своем видении полиграфического бизнеса.

## Интересная история

«Кировская областная типография» имеет очень давнюю историю — еще с царских времен. Предприятие было основано в Вятской Губернии в 1797 г., то есть более 225 лет назад. «Довольно долгое время она была самой восточной типографией Российской Империи, — рассказывает Александр. — Дальше на восток ничего не было. И лишь значительно позднее, с развитием уральских городов, в первую очередь Екатеринбурга, стали появляться



Некоторое время назад в типографии нашли раритетное оборудование



Подразделение офсетной печати типографии укомплектовано индийской рулонной машиной Manugraph Cityline Express и листовыми машинами японского производства: Komori Lithrone и Ryobi 924



Цифровой участок представлен ЦМП разных брендов: Ricoh, Xerox, Konica Minolta

предприятия восточнее. Любопытно, что одним из почитателей и цензоров типографии был Михаил Салтыков-Щедрин, который отбывал ссылку в Вятке. В типографии сохранились очень старые литографские печатные формы. Выяснилось, в частности, что 200 лет назад типография печатала этикетки, в том числе водочные».

Типография не прекращала работу никогда, пережила революцию, две войны, успешно развивалась в советские годы — стала основным производством Кировской области. В постсоветское время пыталась перестроиться на капиталистические рельсы, но затем руководством страны было принято решение о приватизации целого ряда государственных предприятий. В итоге «Кировская областная типография» была приватизирована и сейчас является частным предприятием.

**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



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



**D-J3**  
станок для лазерной высечки



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



**D-S5**  
станок для высечки



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/c/SmartTchannel

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



«Мы — классическая универсальная типография, которая выпускает классическую полиграфическую продукцию, — говорит Александр. — У нас есть цифровой участок, есть цех газетной печати, есть офсетное производство — печатаем рекламную продукцию, книги, журналы. В последнее время активно развиваем производство картонной упаковки, причем и из плотного картона, и микрофры. Получается, у нас четыре бизнес-направления: реклама, книжное производство, газеты и картонная упаковка, — каждое из которых мы активно развиваем».



### Современные объемы

По словам Александра, газеты по большей части сохранились, хотя тираж снизился, но совсем с рынка ушли только совсем нежизнеспособные. Реклама сильно просела с началом ковидного периода, но зато потом постепенно восстановилась и существенно прибавила. Как ни странно, этому способствовало начало СВО. В Кирове много военных и околвоенных предприятий, и, благодаря им, в регион приходит больше средств, и в полиграфию, как «слуга экономики» живет лучше. Также неплохо развиваются и книги.

Что касается упаковки, то это направление в типографии относительно молодое, появилось только в 2016 г. уже после приватизации: «Поскольку владельцы типографии работают в ней, нам достаточно просто договариваться о направлениях развития и необходимых инвестициях. Сначала нам нужно было решать вопрос со зданием, так как прежнее не позволяло развиваться дальше. В итоге приобрели, реконструировали и достроили те

В типографии много различного послепечатного оборудования как для изготовления коммерческой продукции, так и для производства картонной упаковки



На производстве есть все необходимое для изготовления книжной продукции, а также многотиражных брошюр на скрепке

# Бумагорезательные машины НРМ

Всегда в наличии на складе НРМ 92/115/137

**БРЕНД №1**  
в Китае

- 1 Сенсорный дисплей до 22"
- 2 Высота стопы до 210 мм
- 3 Доступны модели шириной реза 168/188
- 4 Расширенная заводская гарантия
- 5 Русифицированное ПО



Новая трафаретная линия Jinbao

здания, где мы находимся сейчас, поэтому некоторое время мы инвестировали в расширение производственных площадей. Затем приобрели серьезную печатную машину — пятикрасочную с лакировальной секцией Komori Lithrone формата B1, что позволило нам существенно расширить печатные возможности и активно пойти в упаковку. До этого у нас была машина формата А1 — Ryobi 924. Компания, у которой мы эту машину приобрели, вскоре перестала заниматься этой техникой, тогда-то я и познакомился новым дистрибутором — компанией «Т-Системы», которой мы и передали нашу печатную машину на обслуживание, чем очень довольны».

### Новые инвестиции

Решив вопросы с печатной техникой, в «Кировской областной типографии» занялись инвестициями в «послепечатку» для упаковки: «В целом ряде российских типографий находили и приобретали различное оборудование. Нашли кашировальный автомат — приехали покупать, оказалось, что в типографии есть еще и гофроагрегат. Заодно приобрели и его. В типографии, где приобретали фальцесклеяку, присмотрели и другое полезное оборудование, купили и его. Так в итоге довольно быстро собрали все необходимое для изготовления упаковки».

В итоге «Кировская областная типография» успешно запустила и производство картонной и кашированной упаковки. «Выпуск красочной упаковки, на наш взгляд, намного интереснее, чем делать простые четырехклапанные гофроящики, — отме-



В типографии работает комплекс оборудования для серьезного производства картонной упаковки как из плотного картона, так и из кашированного гофрокартона







Для вывода печатных форм в типографии используется StP Heidelberg

чает Александр. — Мы вполне успешно запустили и новую программу, и упаковку под гендерные праздники, и упаковку для реализации через маркетплейсы, всё это мы производим на заказ для тех, кто там продает. В итоге упаковочный сегмент в нашем объеме производства стал быстро расти. И в последние годы выручка от упаковочного направления достигает 35-40%».

По словам Александра, упаковка в «Кировской областной типографии» растет, в первую очередь, благодаря производимой упаковке в нужных объемах достаточно быстро и с хорошим качеством. Поэтому ей удалось выйти и в довольно требовательный сегмент фармацевтической упаковки.

### Дальнейшее совершенствование

«У нас налажены все нужные производственные процессы для выпуска упаковки, есть необходимое оборудование, — рассказывает Александр. — Сейчас наши инвестиции направлены на совершенствование и повышение эффективности нашей работы. Одним из таких шагов стало приобретение новой трафаретной линии компании Jinbao. Линия построена на базе стопцилиндровой трафаретной печатной машины JB-1050A и комплекса сушильных устройств, позволяющих работать с УФ-отверждаемыми и сольвентными красками и лаками. Новая трафаретная машина нам понадобилась для расширения возможностей по отделке готовой продукции, в первую очередь — картонной упаковки. У нас на производстве и раньше была трафаретная печатная машина — полуавтоматический трафаретный станок, который мы использовали для этих целей, но, с точки зрения объемов и сроков выполнения работ, его возможности перестали нас удовлетворять, поэтому решили приобрести новое автоматическое оборудование. Наша типография успешно развивает направление праздничной упаковки, в которой очень большая доля сложной отделки, которую удобнее всего делать трафаретным способом.

# Saphira

## Окружи свою машину заботой.

### Расходные материалы и решения.

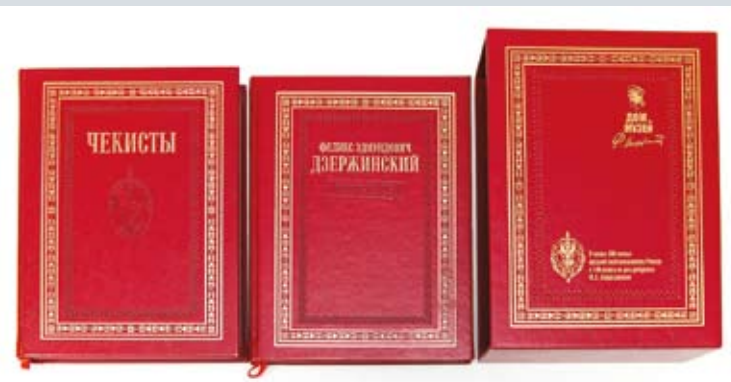


ООО «ХД РУС»

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)



Типография производит различную упаковку с большим количеством всевозможной отделки, используя в том числе и белорусский картон из Добруша, так же в больших объемах производится и книжная продукция



Трафаретную линию мы приобрели в компании «Т-Системы». В процессе выбора изучали разные предложения, в силу известных событий — все от азиатских производителей. Технические характеристики у всех плюс-минус одинаковые, поэтому ориентировались в первую очередь на отзывы коллег. У нас есть знакомые типографии, которые достаточно давно эксплуатируют машины Jinbao, и до сих пор делают на них очень приличные объемы без каких-либо нареканий. В результате было принято решение приобрести автоматическую линию JB-1050A. Это первая машина, которую мы купили у компании «Т-Системы», но фактически мы с ними сотрудничаем уже много лет, как я говорил, в частности по обслуживанию нашей печатной машины Ryobi. Никаких вопросов к обслуживанию офсетной машины у нас нет, даже сейчас, после санкций. Думаю, в будущем сможем сказать то же самое и про новую трафаретную линию».

**Хороший пример**

Пример «Кировской областной типографии» показывает, как могли бы развиваться бывшие государственные типографии, если бы вовремя попали в надежные руки. К сожалению, многие из них перестали существовать, в том числе и после приватизации. А здесь мы видим успешное развитие традиционного полиграфического ассортимента (книги, газеты, рекламная продукция) и успешный вход в упаковочный бизнес, причем без ущерба для других направлений. ■



Герой труда  
Добрушская бумажная фабрика

## Картоны Добрушской бумажной фабрики «Герой труда»



# «ЧИСТЫЕ ЛИСТЫ» ДЛЯ УПАКОВОЧНЫХ ШЕДЕВРОВ

Республика Беларусь,  
г. Добруш, пр. Луначарского, 7  
+375 (2333) 2-90-57  
bumfka@geroytruda.by  
[www.geroytruda.by](http://www.geroytruda.by)



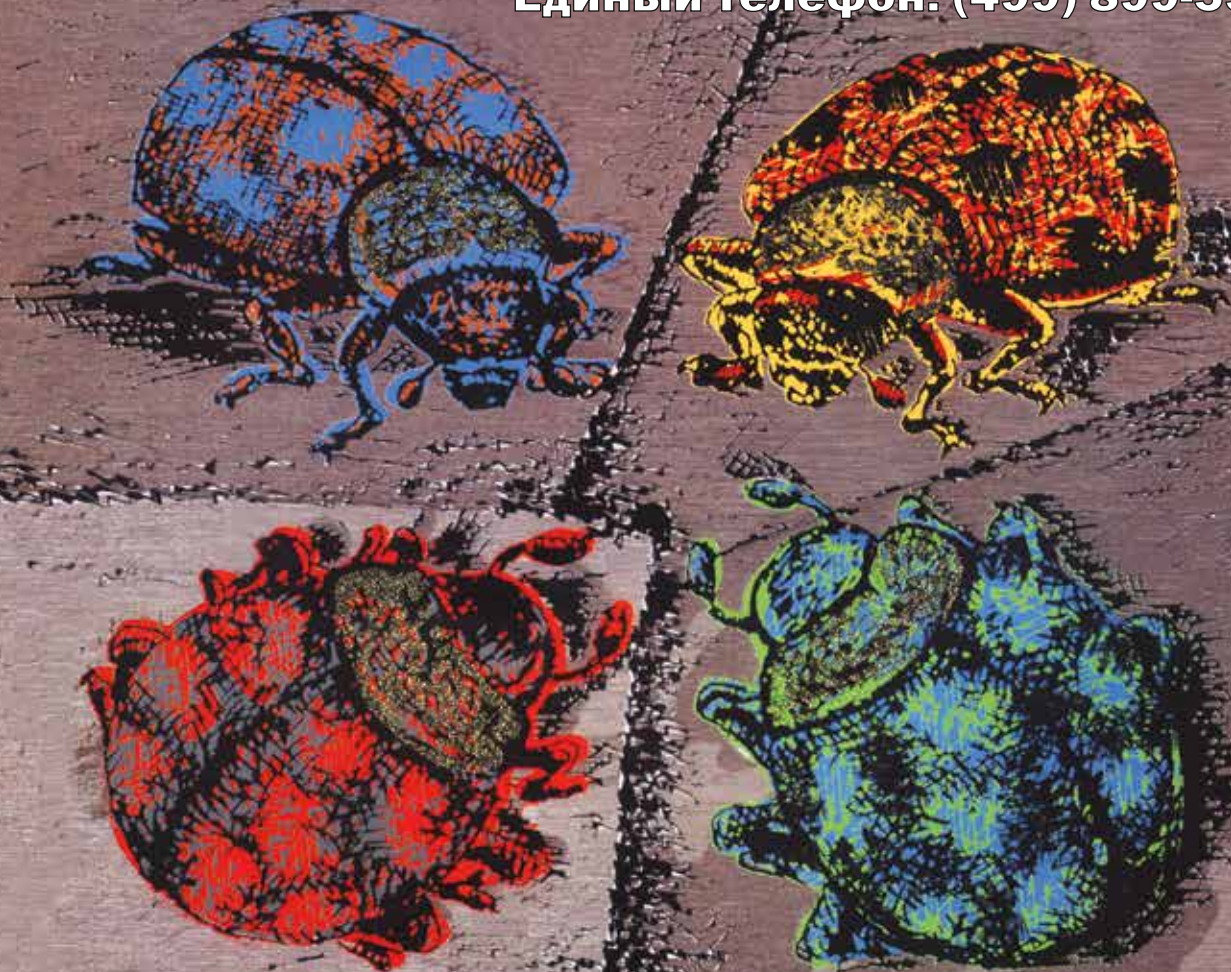
Представительство в России:  
ООО «ЦБК-Трейдинг»  
+7 (499) 270-05-53  
mig@cbk-tr.ru  
[www.cbk-tr.ru](http://www.cbk-tr.ru)

**ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ**

**+**

**ФАБРИКА ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ**

Единый телефон: (499) 899-5995



*Вместе  
Эффективней*



С М У К Р

**5**

красок  
за 1 прогон


Тиражи

от **250** экз.

**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

# 35 месяцев гарантии на оборудование в честь 35-летия компании



## ЯМ Интернешнл (СНГ)

+7 (495) 234-9000

✉ info@yam.ru

## ЯМ Интернешнл (Северо-Запад)

+7 (812) 495-5552 | spb@yam.ru

## ЯМ Интернешнл (ЮГ)

+7 (863) 227-5229 / 227-5279 | rostov@yam.ru

## ЯМ Интернешнл (Беларусь)

+(375 17) 252-02-05 / 06 / 07 | info@yam.by

## ЯМ Интернешнл (Сибирь)

+7 (383) 311-0906 | nsk@yam.ru

## ЯМ Интернешнл (Центральная Азия)

+7 (727) 334-1752 | asia@yam.ru

## ЯМ Интернешнл (Урал)

+7 (343) 312-1209 / 10 | ural@yam.ru

## ЯМ Интернешнл (Азия)

+ (998 93) 500-5658 | uz@yam.ru