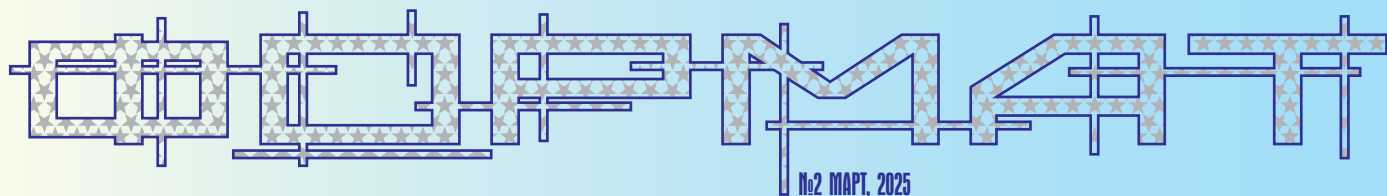


Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции



УПАКОВКА И МАРКЕТПЛЕЙС





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

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



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



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

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков
полиграфической продукции

Формат №2 (187)-2025

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Как повлияет потребительский бум на упаковку? или Другой сценарий 2

ИНТЕРВЬЮ

Екатерина Макеичева, Москва

NCL: рост во время перемен. 6

БИЗНЕС

Игорь Галыгин, Екатеринбург

«ГудПринт»: все должно работать хорошо! 8

Андрей Голендухин, Реж

«Лазурь»: новые грани бизнеса. 22

АВТОМАТИЗАЦИЯ

Илья Кудрявцев, С.-Петербург

Постепенная автоматизация, или Большая работа «Мультиформ» 16

Обложка отпечатана на бумаге «Омела» (150 г/м²) компании «Илим»

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн.	1	Т-Системы.	клапан, 29
Добруш.	вкладка	Фабрика офсетной печати.	вкладка
ВИП-Системы.	клапан, 2-я обл.	ХД РУС.	31
Илим.	3-я обл.	Lamstore.	19
Моноритм.	17	NCL.	клапан, 5
Нисса Центр.	11	ChinaPrint.	15
Октопринт Сервис.	клапан, 3	B2Print.	4-я обл.
Смарт-НН.	27	VMG.	25
Смарт-Т.	23	RosUpack.	21
		Yam International.	клапан

Учредитель:

издательство «Курсив»

Генеральный директор
А.Ч. Амангельдыев

Исполнительный директор
Н.В. Шапинова

Ответственный секретарь
Л.В. Артемова

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

Зам. главного редактора
М.Ю. Беляева

Корректор
А. А. Архангельский

Адрес редакции:

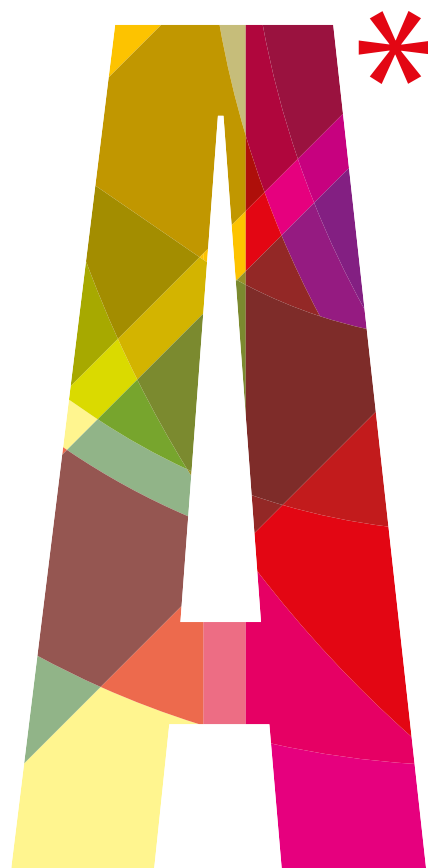
129226, Москва,
ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6
Тел.: (495) 617-66-52
E-mail: kursiv@kursiv.ru
www.kursiv.ru

© 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», микрокасеты;

ВШРА—работа «двойником», евро-скоба;

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

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



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

Как повлияет потребительский бум на упаковку? или Другой сценарий

Сложившаяся в последние годы политическая и экономическая ситуация в России существенным образом повлияла на многие виды экономической активности, и полиграфия — не исключение. Особенно существенные изменения происходят в области производства упаковки. Многие полиграфические предприятия, работающие в этом сегменте, отмечают большой интерес заказчиков к их продукции. Спрос на упаковку существенно вырос. И если в первый год СВО наблюдался некоторый спад, то буквально со второй половины 2022 г. начался рост, который продолжается сейчас. Причины несколько:

■ Ряд привычных для населения товаров ранее поставлялся из-за рубежа. В связи с уходом ряда компаний с российского рынка эти товары стали заменяться продукцией из дружественных стран и продукцией, произведенной в России, для которой нужна упаковка, этикетка, транспортная тара и т.д. Все это привело к росту полиграфических заказов в соответствующих секторах полиграфии.

■ Некоторое количество упаковки для товаров, производимых в России, закупалось за границей, в том числе в

недружественных странах. С началом СВО закупки практически полностью остановились. Эту продукцию стали замещать полиграфические предприятия России.

■ В России в последние пару лет аналитики отмечают парадоксальное явление: повышение покупательской активности при одновременном снижении покупательской способности. Хотя доходы населения не растут (или растут медленно), покупательская активность заметно выросла. В 2024 г., по оценкам СберИндекса, объем розничной торговли в России вырос почти на 15%, что очень много для и так объемного рынка. С учетом того, что внушительная доля товаров на полках магазинов отечественного производства, это создает дополнительный спрос на ее упаковку.

■ Развитие собственных торговых марок, которые запускают практически все крупные ретейлеры, приводит к дроблению упаковочного рынка. Заказывая товар под свою торговую марку, ретейл вынуждает товаропроизводителя часть продукции производить под своей собственной маркой, часть под — маркой ретейлера. В результате один большой тираж упаковки делится как минимум на два (а

порой и несколько) меньших тиража, что оказывает положительное влияние на доходность полиграфического бизнеса.

■ Потребительский бум продолжается. По прогнозам Минэкономразвития, в 2025 г. оборот розничной торговли вырастет еще на 4,8%. То есть упаковки понадобится еще больше.

В тренде маркетплейсы

Казалось бы, все хорошо, и за будущее упаковочного производства можно особенно не беспокоиться. Рынок растет, будет и рост объема заказов. Однако все не так просто. Основной драйвер роста объема продаж приходится на онлайн, в первую очередь через крупные маркетплейсы, которые в России развиваются стремительными темпами. За первые девять месяцев 2024 г. объем интернет-торговли увеличился на 43% по сравнению с аналогичным периодом 2023 года, достигнув 6,2 трлн рублей. В 2020 г. этот рынок оценивался всего в 2,7 трлн рублей. Все это уже создает определенные сложности для традиционных офлайн-магазинов. Традиционная торговля в России столкнулась с вызовами, которые ставят под угрозу ее рентабельность. Хотя поло-

вина россияне по-прежнему посещают обычные магазины, конкурировать им с маркетплейсами становится все сложнее. Зачастую поход в непродуктовый офлайн-магазин связан с желанием поближе ознакомиться с нужным товаром, чтобы потом заказать его в интернет-магазине, потому что там он дешевле. Да и в целом многие традиционные магазины за последние годы сообщают о сокращении трафика на 20-40%. В разных сегментах ситуация разная, но общая тенденция налицо. Менее всего от этой тенденции страдают классические продовольственные магазины, точнее супермаркеты, где основной товар — продукты питания плюс типовые, наиболее востребованные товары для дома и другие товары, которые можно купить во время обычного похода в магазин. Специализированные магазины страдают больше.

Стремительный рост объемов продаж через маркетплейсы намного превышает общий рост объемов продаж на российском рынке, то есть часть своего объема продаж маркетплейсы забирают у традиционных магазинов. И все большая доля товаров у товаропроизводителя будет уходить в маркетплейсы, и это не самая хорошая новость для производителей упаковки.

Сегодня на онлайн-продажи приходится более 24% непродовольственного ритейла, в то время как доля продовольственных товаров составляет всего около 5%. Стоит отметить, что для многих производителей упаковки именно продовольственная упаковка составляет львиную долю объемов производства, так что пока существенного влияния на производственную программу типографии изменения в способе продажи товаров большой роли не играют. Впрочем, это пока. Продажи продуктов питания через интернет растут очень быстрыми темпами. Разные аналитики и разные маркетплейсы указывают несколько отличающиеся друг от друга цифры, но они все равно внушительные: от 25 до 52%. Аналитики РБК в конце прошлого года прогнозировали рост объема онлайн-

продаж продуктов питания в 2024 г. в районе 40%. На момент написания этого материала годовые отчеты многих компаний еще не завершены, но, судя по всему, эта цифра близка к реальности.

Интернет изменит упаковку?

Казалось бы, какая разница, сколько товаров приобретают россияне тем или иным способом? Для товаропроизводителей и для производителей упаковки это не очень важно. Важен общий объем потребления. Если он растет, значит, растут и объемы зака-

зов самих товаров и упаковки для них.

И вот теперь один важный аспект. По мнению ряда экспертов, рост объемов продаж товаров через интернет рискует изменить упаковку товаров и, как следствие, объемы средств, которые товаропроизводители готовы вкладывать в нее. Нельзя забывать, что заказ упаковки товаров для товаропроизводителя — прямые затраты, которые он всегда хочет сократить. Тут нужно вспомнить основные свойства упаковки, и какую роль она играет в обеспечении движения товара от производителя к потребителю:

ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!

РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ



oktoprint
SERVICE
www.oktoprint.ru



Сравнение упаковки одного и того же товара, ориентированного на разные каналы продаж. Слева фотографии упаковки саженцев цветов, продаваемых через крупные торговые сети (в данном случае «Лемана ПРО»). Справа — упаковка таких же саженцев, продажа которых ведется через крупный маркетплейс (Wildberries). Упаковка слева отпечатана на плотном мелованном картоне с красивой картинкой и полиграфической отделкой (используются металлизированные краски и выборочное лакирование). На упаковке подробная инструкция, как сажать и ухаживать за растением. Упаковка справа изготовлена из тонкого гофрокартона с печатью в одну краску, без полутонов. Никакой информации на упаковке не содержится (она есть в интернете), сама упаковка выглядит неряшливо и плохо складывается. Коробка просто заклеивается липкой лентой по кругу. Разница в подходе товаропроизводителей налицо. Во втором случае на упаковке сэкономили

■ Упаковка обеспечивает сохранность товара с момента его производства до потребления его конечным покупателем, то есть она должна обладать достаточными прочностными свойствами для обеспечения транспортировки и продажи товара.

■ Упаковка должна обеспечить удобство перевозки, хранения, покупки и возможно дальнейшего использования товара.

■ Упаковка должна предоставлять потенциальному покупателю необходимую информацию о товаре, причем без необходимости вскрытия упаковки.

■ Упаковка должна обеспечивать удобство работы товаропроводящей цепочки. А также возможность объединение розничной упаковки в групповую, затем в транспортную тару, транспортную тару в грузоместа и т.д.

■ Упаковка должна выполнять функции стимулирования сбыта товара. Она должна побуждать покупателя в магазине заинтересо-

ваться данным товаром и по возможности побудить купить его.

■ Упаковка должна создавать ощущение качества товара, его статус (бюджетный, повседневный, премиальный товар и т.д.)

■ Упаковка должна служить дополнительной рекламной площадкой для товара.

Это далеко не полный список свойств современной упаковки, но даже его уже будет достаточно, чтобы понять, что при массовом переходе продаж товара из розничного магазина в интернет, свойства упаковки будут меняться. Разумеется, все ее функции как товаропроводящего инструмента сохранятся. Упаковка по-прежнему должна быть прочной, обеспечивать сохранность товара, удобство его транспортировки и хранения и т.д. А вот визуальные свойства упаковки здесь не важны: информация о товаре хорошо представлена в интернете. Его внешний вид во всех ракурсах тоже лучше показать в интернете. Стимулирование продаж тем более в интернете сделать проще. Статус товара в данном случае тоже за интернетом. Рекламные функции упаковки и тем более транспортной тары исчезают совсем. Все наработки, связанные с «упаковкой, готовой к выкладу на полку магазина» (Shelf Ready Packaging, что несколько лет назад было важной движущей силой развития упаковки), уходят в прошлое.

Возможно, у товаров, ориентированных на продажу через маркетплейсы, появятся какие-то другие особенности, например RFID-метки или специальные печатные QR-коды для автоматической идентификации товара и контроля его прохождения по товаропроводящей цепочке. Но на

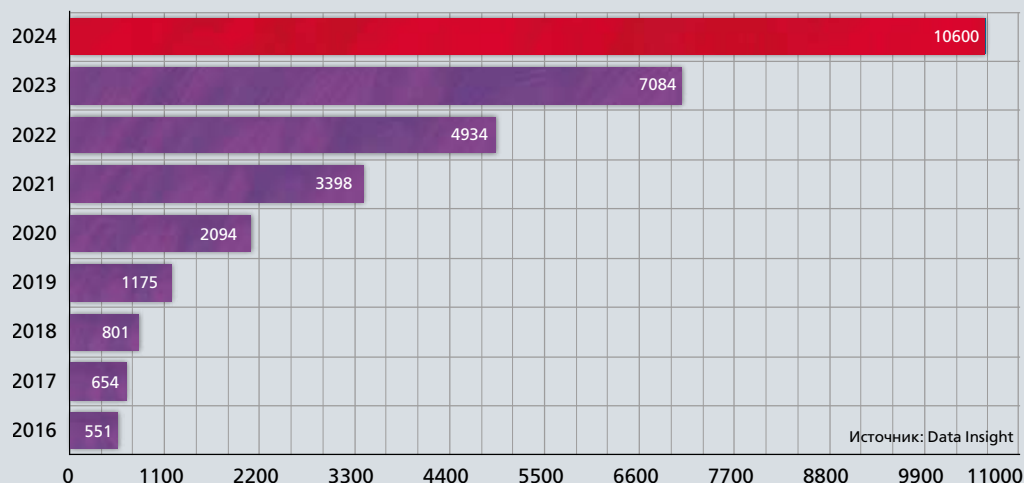


График роста объемов продаж товаров в России через интернет по годам. За 8 лет объем продаж товаров через интернет вырос почти в 20 раз! При этом общий объем потребления в стране вырос, но несущественно. Это означает, что целый ряд каналов продаж товаров свои объемы существенно снизили. В первую очередь, это рынки (многие из которых просто закрылись), среднего масштаба торговые точки, киоски, некоторые торговые сети (например, торгующие электроникой, товарами для дома, бытовой техникой и т.д.)

определенных требованиях к упаковке, которые важны сейчас, товаропроизводителю можно будет сэкономить.

В первую очередь, пострадает все, что связано с добавленной стоимостью: лаки, тиснение фольгой, сложная вырубка, окошки для видимости товара внутри упаковки, печать с расширенным цветовым охватом, золотом/серебром и т.д. — все это могут не понадобиться. Товар красиво фотографируется один раз для размещения в интернет-магазине, а пользователю приезжает в простой и дешевой транспортной упаковке, которую еще и утилизировать будет проще. Все премиальные атрибуты упаковки тоже пострадают: использование дизайнерских материалов, тактильных и фактурных видов отделки товаропроизводитель может избежать.

Транспортная тара также не будет попадаться никому на глаза, кроме сотрудников центров обработки заказов, а значит, печатать на ней красивые изображения совершенно не обязательно. Более того, на упаковке товара, в которой он приезжает к покупателю, тоже достаточно простой информационной печати в одну краску.

Получается, что пострадает полиграфическая часть упаковки: сложная печать и отделка станут не востребованными. Конечно, останется часть продукции, которая сохранит все элементы отделки, в первую очередь та, которая может выступать в качестве подарка: парфюмерия, косметика, кондитерские товары, сувениры и т.д. И, естественно, фармацевтическая упаковка.

Кончено, все эти прогнозы не на ближайшее время. Пока еще доля интернет-продаж существенно меньше, чем продажи в обычном ритейле. Соответственно, запас в несколько лет у рынка печати упаковки еще есть, и переход будет плавным, не стремительным. Но кажется, что иметь в виду намечающуюся тенденцию все же стоит, планируя дальнейшее развитие бизнеса. Первые симптомы мы уже отмечаем — см. фото.

Впрочем, возможен и другой сценарий, и будут найдены другие варианты развития упаковки. Еще лет 10 назад в компании Nestle предлагали другим крупным игрокам упаковочного рынка всерьез рассмотреть возможность использования многоразовой тары и упаковки для большого числа продуктов питания, так как вся упаковка — потенциальный мусор, надежно перерабатывать который пока еще сложно. Если удастся запустить многоразовую упаковку в промышленных масштабах, то мусора будет существенно меньше. Во времена Советского Союза большое количество продуктов продавалось «в тару покупателя», и это тоже путь сокращения объема мусора на планете. Используя расфасовку товара в тару, на пунктах обработки заказов можно еще больше сэкономить на упаковке. Какой путь развития доставки товаров до покупателя будет в итоге использоваться в будущем, сейчас предсказать невозможно. Но тот факт, что интернет-продажи могут серьезно поменять структуру рынка полиграфической упаковки, вряд ли имеет смысл оспаривать!

NCL
PREPRESS SOLUTIONS
ИНТЕГРАЦИЯ УСПЕХА

**ЛУЧШАЯ ЦЕНА
ЗА ПРЕМИАЛЬНОЕ
КАЧЕСТВО**

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ
СЕРВИС

ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА
УПАКОВКИ ЛЮБОГО ТИПА

СТАБИЛЬНЫЙ
РЕЗУЛЬТАТ

ЭКСПЕРТЫ
ВЫСОКОГО
КЛАССА

**КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ
ДЛЯ ФЛЕКСОГРАФИИ**

- Фотополимерные пластины Huaguang
- Вымывной раствор Gadot
- Бумага для цветопроб
- Полноценное профилирование печатного процесса

NCL: рост во время перемен



Екатерина Макеичева,
генеральный директор,
компания NCL
[Москва]

Российский полиграфический рынок все больше адаптируется к изменениям, произошедшим после ухода многих иностранных компаний. Вопреки ожиданиям, полиграфия не только не остановилась, но и нашла возможности для развития: новые технологии, материалы, поставщики, рынки.

Прошло уже три года с начала санкционной кампании, и сейчас очевидно, что прежней жизни не будет. Определенные сложности, конечно, остались, но появились и новые игроки на рынке, новые решения. В каких-то направлениях их больше, в каких-то меньше. Так или иначе, жизнь продолжается. Как продолжается работа и как успешно решаются текущие проблемы в области допечатных технологий, нам рассказала генеральный директор компании NCL Екатерина Макеичева.

Взаимовыгодное партнерство

«Мы еще до начала СВО начали работать с китайской компанией HuaGuang в области флексографских фотополимеров. В части офсета нашим основным партнером была компания Kodak: мы поставляли его оборудование, программное обеспечение и материалы. Успешный и быстрый старт продаж китайского фотополимера нам во многом обеспечил 10-летний опыт внедрения и развития на российском рынке технологии NX

до продажи Kodak этой части своего бизнеса. Мы наработали мощные компетенции широкого спектра — программные, технические и технологические — всегда ориентируясь на высокие стандарты и требования лидирующих предприятий нашего рынка. К этому моменту компания HuaGuang разработала первоклассный продукт, способный войти в пятерку мировых лидеров. Сложности в развитии продуктов для флексографской печати в Китае заключались в существенном различии рынка флексографии Востока и Запада: на Востоке все еще преобладает глубокая печать

В HuaGuang поняли, что наша помощь позволит им развить свой ассортимент до мирового уровня качества. И этот процесс идет очень быстро. Год назад мы вместе наметили ряд актуальных продуктов для расширения портфолио флексопластин и уже сейчас готовы представить рынку четыре из семи новинок

в силу численности населения и высоких тиражей, а флексо применяется в основном для печати этикеток или гофроупаковки, в то время как Запад достиг высокого уровня развития флексопечати для гораздо большего количества ниш. Там все больше тиражей переводится с глубокой печати на флексографию без потери качества воспроизведения. Новые технологии, оборудование и материалы позволяют это делать. Именно эти требования рынка нашим азиатским партнерам было сложно оценить и своевременно на них отреагировать. Внутренний рынок специалистам HuaGuang помочь не мог, а рынок Европы им не доверял, да и там они практически не были представлены, а значит, получить нужную обратную связь и поддержку в развитии было невозможно. По сути, HuaGuang развивали продукт интуитивно.

Вот здесь и произошло удачное партнерское совпадение. Наш опыт и компетенции позволили совместно быстро разрабатывать новые продукты и технологии, которые теперь набирают популярность не только в нашей стране, но и во многих странах мира, включая Запад. В России уровень флексографии очень близок к европейскому, более того, у нас был большой опыт работы с фотополимерами NX от Kodak — мы знали возможности флексографии и умели обеспечивать требуемое качество. И в HuaGuang поняли, что наша помощь позволит им развить свой ассортимент до мирового уровня качества. И этот процесс в последнее время идет очень быстро. Год назад мы вместе наметили ряд актуальных продуктов для расширения портфолио флексопластин и уже сейчас готовы представить рынку четыре из семи новинок: лакировальные пластины на мягкой подложке, мягкие полимеры для печати на бумаге и картоне (особенно среднего и низкого качества — злободневный вопрос для нашей страны на сегодня в отсутствие картонов западных компаний), пластины с повышенной химической стойкостью для печати агрессивными, в том числе и УФ-красками. В итоге во флексографском портфолио HuaGuang на сегодня более пятидесяти позиций в восьми различных толщинах. С помощью современных технологий Crystal by Esko (экспонирование с применением LED) пластины HuaGuang позволяют при печати добиваться высоких оптических плотностей и мягких градиентов, не вынуждая типографии покупать более дорогие альтернативные продукты для достижения аналогичных результатов.

win-win

Могут отметить и начало внутреннего партнерства среди китайских компаний. В ближайшие несколько месяцев мы представим еще как минимум три новых продукта от наших партнеров, в том числе и оборудование для двухстороннего LED-экспонирования форм. Мы недавно были в Поднебесной для проведения промышленных тестов с учетом требований российского рынка. Уверена, все уже отметили, как активно стала развиваться полиграфия Китая после пандемии:

сколько новых цифровых машин выпущено и каков уровень флексографской продукции! Буквально несколько лет назад китайские флексомшины заметно уступали продукции мировых лидеров, но сейчас разрыв становится все меньше. В любом случае, с большим или меньшим успехом ниши заполнены. А вынужденная высокая потребность и обратная связь с российским рынком позволяют азиатским производителям практически «на ходу» дорабатывать свои продукты и технологии. Мир уже не будет прежним...

Наши китайские партнеры за несколько лет прошли в развитии путь, на который у других производителей ушли бы десятки лет. Не без гордости скажу, что в этом есть и наша заслуга. Мы работаем в одной связке, а наша экспертиза позволяет нам быть «фокус-группой» для наших партнеров. И для нас, и для них это выигрышная ситуация — win-win. В итоге HuaGuang доводит продукт до совершенства, и это позволяет нам успешно конкурировать с любыми другими фотополимерами в России. Сейчас мы уверенно держим второе место по доле российского рынка, уступая только одному известному мировому производителю, который в России уже более 25 лет.

Кроме того, ни для кого не секрет, что поставщик поставщику рознь. Так, у одного может быть производство, соответствующее всем мировым стандартам и требованиям, а у другого оказывается «кооператив гаражного типа» со всеми вытекающими последствиями. Поэтому для нас важно не только самим инспектировать предприятия наших партнеров, но и организовывать поездки для наших заказчиков. Мы это делаем для того, чтобы показать уровень компаний, с которыми мы работаем. Так, уже в мае этого года в рамках предстоящей крупнейшей выставки China Print в Пекине мы организовываем посещение наших предприятий-партнеров. Планируем посетить не только производство фотополимерных пластин, но и завод высокобарьерных пленок, рынок которых в Китае существенно отличается от нашего. Будут организованы конференции и обсуждения, обмен опытом с партнерами и клиентами. Также в этот раз мы планируем посетить производство флексо СТР, которые в ближайшее время представим на российском рынке в рамках нашего партнерства с HuaGuang.

Мы по-прежнему работаем в области автоматизации, цветоделения и используем все свои наработки, сформированные на базе программного обеспечения Kodak Prinergy, GMG и пр. Спрос на это не упал, скорее, напротив: стремительно растущие затраты на персонал заставляют предприятия все больше задумываться о важности автоматизации своих предприятий и рабочих процессов.

В общем, мы подготовили достаточно премьер и новостей для наших клиентов.

Признание в Европе

Отмечу еще один факт: флексографские материалы из Китая постепенно признают и в Европе. До недавнего времени известная компания Esko сертифицировала три китайских фотополимера — все три продукты HuaGuang. Только недавно к нему добавился еще один — другого китайского производителя. А это значит, что в Европе признают, что с китайскими формными материалами можно успешно работать. Кроме того, как мы уже говорили, немецкая ассоциация флексопечати DFTA сертифицировала пластины HuaGuang со встроенной плосковершинной точкой около года назад, что подтверждает достойное качество не только на этапе производства клише, но и в печати в соответствии с высокими европейскими требованиями. Что, несомненно, доказывает, что наш уверенный рост на рынке фотополимерных пластин — осознанный выбор наших заказчиков без компромисса и потери качества производства.

Про офсет

Что касается офсетной печати, то тут все относительно спокойно: без бурных изменений и роста. Мы по-прежнему

работаем в области автоматизации, цветоделения и используем все свои наработки, сформированные на базе программного обеспечения Kodak Prinergy, GMG и пр. Спрос на это не упал, скорее, напротив: стремительно растущие затраты на персонал заставляют типографии все больше задумываться о важности автоматизации своих предприятий и рабочих процессов.

Также до начала СВО для нас серьезным бизнесом были поставки экологических беспроцессных офсетных пластин от компании Kodak. На них работал ряд наших ключевых клиентов. Потом промышленные поставки прекратились, и им пришлось переориентироваться на пластины с химической обработкой. Сейчас некоторые китайские компании выпустили свои версии беспроцессных пластин. Они пока уступают последнему поколению «беспроцесса» от Kodak и близки к самым первым поколениям беспроцессных пластин, но на них можно работать — как начинали работать на первых беспроцессных разработках Кодак. Я считаю, что в этом сегменте возврат мировых лидеров (того же Kodak) в Россию пока еще возможен: ниша относительно свободна, но Китай будет активно развиваться. И мы живем в интересное время: любопытно, как будет выглядеть рынок с точки зрения основных игроков и производителей уже через год-два.

Также стоит отметить программу NCL по «второй жизни» СТР Kodak, которые, пережив своих хозяев-типографий, вновь выходят на рынок и активно эксплуатируются. Я имею в виду нашу программу по выкупу или сдаче в аренду с полным или лимитированным пакетом услуг (на усмотрение заказчика). Она все больше пользуется спросом и набирает свою популярность: вложения минимальны даже по сравнению с инвестициями в китайское оборудование, а возможность получить за ежемесячные умеренные платежи не только высококлассное оборудование, но и лучшее программное обеспечение — вещь уникальная. Если бы не вся эта турбулентная история больших перемен, мы вряд ли когда-либо пришли бы к такой идее.

В общем, работы много: развиваемся и движемся вперед. В бизнес-школах учат, что во времена перемен бизнес может развиваться намного успешнее, чем во времена стабильности. Любопытно, что и китайская философия говорит о том же самом. В этом направлении мы и движемся... ■

«ГудПринт»: все должно работать хорошо!



Игорь Галыгин,
учредитель,
типография «ГудПринт»
[Екатеринбург]

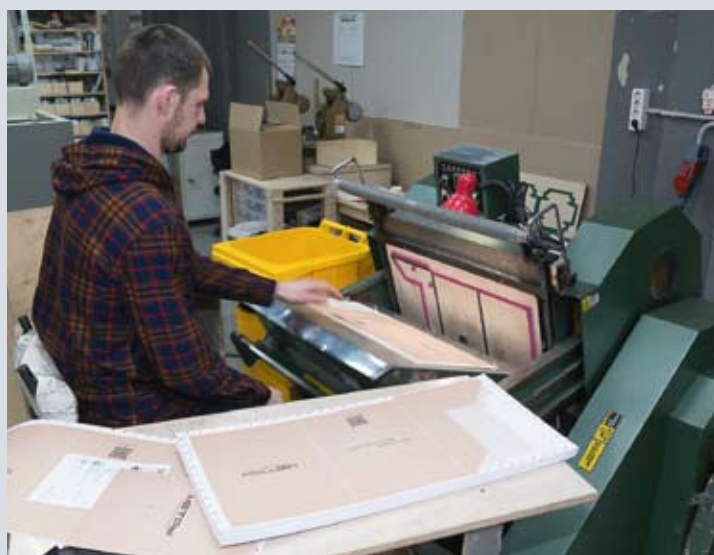
Ситуация на российском полиграфическом рынке в последние годы дает тему для переосмысления многих, казалось бы, привычных вещей. Вариантов неожиданных направлений развития и диверсификации бизнеса становится все больше и все интереснее. В России есть ряд инновационных типографий, которые успешно развиваются, находят новые направления работы и внедряют новые технологии. Одна из таких типографий — «ГудПринт» из Екатеринбурга. Ее учредитель Игорь Галыгин рассказал, что изменилось в типографии за почти шесть — столько лет назад мы были в этой типографии и были впечатлены ее подходом к работе на рынке. И в этот раз тоже было чему удивиться.

Тонкости перевода

Типография «ГудПринт» начала свою деятельность в 2012 г., она занимается печатью рекламно-представительской и сувенирной продукции, текстиля, картонных коробок, широкоформатной рекламы, а также этикеток и стикеров. «ГудПринт» в переводе с английского — «хорошая печать» и, по словам Игоря, в типографии все нацелено на то, чтобы все работало именно так. Во время нашего первого визита в эту типографию она была практически на 100% цифровой, эксплуатируя оборудование двух производителей: Ricoh и Konica



Парк печатного оборудования «ГудПринт» состоит из цифровых печатных машин и в дополнение — офсетной печатной машины



В типографии используется большое количество различного послепечатного оборудования, в том числе уникальные современные системы цифровой отделки отливок

Minolta. «Наша прошлая встреча была еще во времена «клик-контрактов», — вспоминает Игорь. — Это была практически другая эпоха. Сейчас жизнь радикально изменилась. Но цифровая печать у нас по-прежнему активно используется. Правда, сейчас у нас только машины Konica Minolta. А покупку расходных материалов и сервисное обслуживание осуществляем теперь самостоятельно. Подготовили и обу-

чили своего инженера, держим склад расходников и запасных частей. В общем, работоспособность всех машин обеспечиваем сами, и качество печати у нас стабильно».

Система

Во время прошлой встречи Игорь много рассказывал о собственной системе управления производством, которая

сильно помогает менеджерам в работе и позволяет грамотно управлять производством: «Систему мы продолжаем развивать по мере появления у нас новых технологий и нового оборудования. Интегрировали в нашу систему Enfocus Switch довольно серьезную систему workflow для автоматической обработки pdf-файлов. Запустили собственную систему web-to-print, но она пока большого объема денег не приносит, так как клиенты не очень готовы ею пользоваться. Еще пару лет назад мы добавили на нашем сайте возможности искусственного интеллекта:



Совсем недавно типография «ГудПринт» приобрела целый комплекс оборудования для печати и отделки самоклеящихся этикеток, состоящий из цифровой печатной машины HanGlobal Labstar 330, устройства лазерной высечки Golden Laser и линии Vision для отделки отпечатанного полотна



Для офсетной печати типография использует материалы, поставляемые компанией «Октопринт Сервис»

клиент может получить готовое изображение из пары строчек описания. И это стало мейнстримом».

Офсет востребован

Некоторое время назад в типографии «Гуд-Принт» появилась и офсетная печать. И это тенденция — целый ряд цифровых типографий по мере развития приходит к необходимости офсетной техники: «Есть тиражи, которые таким образом печатать однозначно выгоднее. Поэтому мы приобрели малоформатную офсетную машину Ryobi 525. И надо сказать, что она нам сильно помогла в период, когда вскоре после начала СВО начались проблемы с поставками расходников для цифровой печати. Тогда удалось даже малотиражные за-



Оборудование для изготовления оклейных нескладываемых картонных коробок

казы выполнять на офсетной машине и вполне успешно. И сейчас мы продолжаем на ней печатать определенные виды работ. В планах даже установить машину большего формата B2. Офсет у нас востребован. И не только для упаковки. Определенный объем упаковки мы делаем и сейчас. Это обычные коробки с одной точкой склейки, а также нескладываемые оклейные коробки, которые делаем по технологии, близкой к изготовлению переплетных крышек. Вырубку делаем на тигельных прессах, а фальцовку/склейку выполняем вручную. У нас не совсем обычные упаковочные заказы, так как наши клиенты

— это либо стартапы, либо очень мелкие товаропроизводители. Типичный заказ — тираж 500-1000 штук, но 10-15 разновидностей. Классические упаковочные типографии их не очень любят, а у нас получается хорошо. И, как ни считай такие заказы, склеивать вручную получается выгоднее. Когда будет печатная машина большего формата, тогда и о фальце-склейке подумаем».



Golden Laser LC 350/500/600/700/800

Поколение 2025:

- увеличение скорости до 60-80 м/мин
- линейка моделей шириной до 800 мм
- новый дизайн



NISSA | CENTRE

НИССА ЦЕНТРУМ — официальный дистрибутор Golden Laser в России
+7 (495) 956-77-19 | nissa-centre.ru



В типографии «ГудПринт» большой и хорошо оснащенный цех широкоформатной печати

Три площадки

Заметный объем продукции в «ГудПринт» делают с большой долей сложной отделки. «Несколько лет назад мы приобрели устройство компании MGI для отделки оттисков, — рассказывает Игорь. — Оно малоформатное, но имеет возможность наносить лак и фольгу. Это дает возможность выпускать «красивую» продукцию с большой долей добавленной стоимости, например, бумажные пакеты, которые пользуются спросом. У нас также полностью укомплектованный цех широкоформатной, интерьерной и широкоформатной УФ-печати. Много что можем в этом сегменте делать.



Некоторое время назад в «ГудПринт» появилось отдельное направление, связанное с изготовлением сувенирной продукции. Сейчас компания может успешно наносить изображения на различные предметы, осуществлять печать на ткани и профессионально вышивать. Все это пользуется спросом

Отдельно следует отметить наше подразделение по производству сувенирной продукции. У нас две машины по вышивке, прямая печать по текстилю (тоже неплохо востребовано), УФ-печать по текстилю, лазерные устройства для резки и гравировки и другие устройства для работы по сувенирам. По сути, у нас три производственных



площадки, каждая из которых полностью укомплектована всем необходимым и самодостаточна. В сувенирку мы пошли относительно недавно, но этот рынок показывает хороший потенциал, особенно в последнее время, так как начали активно возрождаться различные презентации, которые во время пандемии исчезли. А к каждому мероприятию нужны сувениры (ручки, блокноты, подарки, футболки и т.д.). У нас сейчас полный цикл технологий нанесения персональной информации на сувениры, и этот бизнес растет. Мы сейчас работаем над формированием собственного склада сувениров, чтобы иметь возможность делать типовое количество сувениров (до 100-200 штук) оперативно — даже «день в день». Большее количество тоже можем, но потребует несколько дней».

Ушли в рулон

Игорь рассказал, что существенную часть бизнеса типографии обеспечивают два вида продукции: это либо простые «квадратики», как их здесь называют (это простая полиграфическая продукция прямоугольного размера: листовки, визитки, открытки, приглашения, флаеры и т.д.), либо продукция на самоклеящихся материалах: самоклеящиеся этикетки и модные сейчас «стикер-паки»: «Все эти наклейки у нас — продукт высокомаржинальный, при этом «эмоциональный», и за него клиенты готовы платить. И эти направления у нас активно растут последнее время. Мы освоили печать стикеров на плоттере с использованием объемного лака с рельефом — клиентам нравится».

Помимо стикеров, у нас немало заказывают и этикеток, как правило, для пищевого сегмента. Тиражи этикеток не очень большие — в районе 5 тыс. экз. Это для серьезного этикеточного производства маловато, а мы успешно пе-



Существенная доля заказов типографии — вот такие «квадратики» с использованием большой доли отделки

чатаем такой объем. Но постепенно проявилась основная сложность: мы печатали этикетки на листе, и у заказчика возникла непростая задача с нанесением этих этикеток на свою продукцию. Когда их единичное количество, сделать это просто, а когда тысячи, то вручную отделить облой и наклеить этикетку становится трудоемко. Поэтому некоторые наши заказчики, особенно у которых растут объемы продукции, стали смотреть в сторону рулонной печати, например, на типографии, использующие узкорулонные флексографские машины. И мы поняли, что нужно идти в рулонную печать».

Как я говорил, мы много сил и средств постоянно вкладываем в нашу систему управления производством. Причем, помимо управления, система является еще и хорошим источником достоверных данных для анализа бизнеса. В частности, всегда можно оценить объемы заказов, оборот, прибыли и т.д. по разным видам продукции за нужный период времени. Некоторое время назад анализ показал, что мы много печатаем наклеек и стикеров, и доходность биз-

неса по этой продукции очень хорошая. В результате было решено приобрести серьезную систему печати и отделки для самоклеящихся этикеток. И сейчас печатаем на ней и рулонные этикетки, и стикеры в листах.

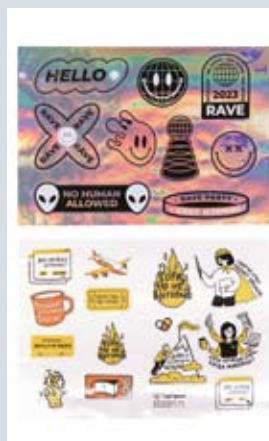
У нас есть в регионе есть дружелюбная типография, где мы раньше заказывали большие тиражи самоклеящихся этикеток. И, побывав в демозале китайской компании HanGlobal, мы приобрели этот же бренд. Купили чисто цифровую машину LabStar 330S. В дополнение приобрели систему лазерной высечки компании Golden Laser и линию отделки этикеток Vision. Мы исторически — цифровая типография, поэтому приобретали максимально цифровое оборудование. Именно поэтому купили лазерную высечку, хотя она и дороже механической. Но зато ей не нужны штампы для высечки и можно успешно обрабатывать даже штучные тиражи, которые у нас есть. Впрочем, и длинные тиражи можно на ней обрабатывать. На LabStar 330S мы успешно печатаем как этикетки в рулоне, так и стикеры с выкладом в лист. Устройство лазерной высечки Golden Laser может резать полотно на листы заданной длины — у него есть механический нож. Систему Vision приобрели на будущее, для больших тиражей этикеток, требующих сложную отделку, хотя уже сейчас успешно обработали на ней несколько тиражей с фольгой.

Печать на LabStar 330S у нас идет практически постоянно, к производительности и качеству претензий нет — все отлично. Хотя машина у нас не так давно, мы уже активно изготавливаем на ней и этикетки, и наклейки. Она отлично вписалась в наш производственный процесс. У нас конфигурации с дополнительным белым, причем белых головок две — для лучшей укрывистости. Можем успешно печатать на металлизированных с выкрыванием белилами и на прозрачных материалах. Скорость линии позволяет

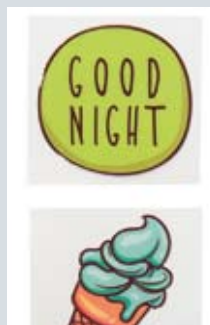
печатать и относительно большие тиражи, но у нас такой задачи пока нет.

Комплекс оборудования в типографию «ГудПринт» установила компания «Нисса Центрм»: «Когда мы поняли, что нужно идти в сегмент цифровой печати этикеток, стали изучать, что есть на российском рынке. По широкоформатному рынку мы были знакомы с компанией Flora. Это надежные, железные машины, поэтому первоначально рассматривали возможность приобретения этикеточной машины этой компании. Но выяснилось, что инсталлированной базы в России нет и опыта работы тоже. Хорошая инсталлированная база оказалась у компании HanGlobal, которую представляет «Нисса Центрм». И эту машину мы видели у наших партнеров в соседнем городе. Присмотрелись к ней, попечатали тесты и в итоге приобрели целый комплекс. Постепенно вникаем в процесс. Мы купили машину в чисто цифровом исполнении, хотя модель в гибридном исполнении, наверное, более гибкая. Но и с ней мы планируем успешно выйти на этикеточный рынок. Мы уже имеем определенный объем заказов на этикетки от заказчиков, с кем работали раньше и кто планировал уйти во флексографию. Отлаживаем технологии и изучаем возможности. Дальше начнем работать с рынком в области увеличения объема заказов. Так что продолжаем активно развиваться».

Мне кажется, что в России сейчас такое время, что любое, не ленивое производственное предприятие просто обречено на успех. Но, конечно, нужно как-то двигаться и вкладываться в развитие. Мы это делаем. Повышаем уровень сервиса, развиваем новые направления работы, улучшаем прозрачность прохождения заказов, выходим на новые рынки. Делаем все это с задором и позитивом. Конечно, со временем немного меняются приоритеты и подходы к работе. Но пока работаем с удовольствием!»

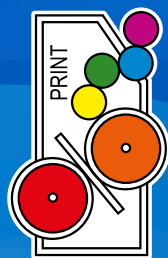


«Стикер-паки» (эмоциональные наклейки) — важная часть бизнеса «ГудПринт»



Складная картонная коробка тоже популярна у заказчиков типографии





**CHINA
PRINT 2025**

www.chinaprint.com.cn



携手四十载 共铸大未来
4 Decades Together, for a Grand Future
———— 1984-2024 ————

The 11th Beijing International Printing Technology Exhibition

May 15-19, 2025

**China International Exhibition Center (Shunyi Hall), Beijing
Capital International Exhibition Center of China**

Sponsor

Printing and Printing Equipment Industries Association of China
China International Exhibition Center Group Limited

Organizer

China Print Show Company Limited
Print China Show Company Limited



官方微信二维码
Official WeChat



Global Print



ASIA PRINT

Постепенная автоматизация, или Большая работа «Мультиформ»



Илья Кудрявцев,
директор,
типография «Мультиформ»
[С.-Петербург]

Если в нашей стране заходит разговор о гофрокартоне и продукции из него, то в подавляющем большинстве случаев речь идет о гофротаре. Кашированная упаковка из гофрокартона будет упоминаться существенно реже. В то время как в товаропроизводящих странах (в первую очередь Китае) упаковка из микрогофрокартона — большой бизнес. Впрочем, есть такие производства и в России. Например, петербургская типография «Мультиформ», одной из специализаций которой является изготовление высококачественной кашированной упаковки из микрогофрокартона. Ее исполнительный директор

— Илья Кудрявцев рассказал нам о непростом опыте автоматизации с производства.

Побудительный мотив

«Компания «Мультиформ» была основана почти 25 лет назад — в 2001 г. Я присоединился к ней позже. На первом этапе она не занималась производством, а выполняла число посреднические операции в области картонной упаковки. Примерно в середине нулевых годов был очень серьезный спрос на продукцию из гофрокартона, и это стало одним из основных направлений работы. Мы тогда вышли на несколько крупных предприятий, которые производили различные изделия, в частности автозапчасти, которым нужна была упаковка. И микрогофрокартон подходил для этих задач наилучшим образом. Многие изделия были достаточно тяжелыми по весу и упаковка из

плотного картона веса не выдерживала. Но в нашем городе компаний, которые могли бы обеспечить бесперебойное производство упаковки из микрогофрокартона средними и небольшими тиражами, практически не было. И тогда «Мультиформ» решила из посредников стать производителем, купив соответствующее оборудование. Побудительных мотивов было два. Мы регулярно заказывали в одной подмосковной типографии гофроупаковку, но постепенно стали замечать, что кооперация — не самый удачный вид бизнеса. По мере роста наших объемов они перестали справляться с нашими заказами, а пойти навстречу почему-то не хотели. Казалось бы, можно было организовать успешную кооперацию и в С.-Петербурге: у кого-то есть гофроагрегат, у кого-то — печатать или кашировка, у кого-то — высечка. Но в итоге ничего из этой затеи не вышло. И мы начали приобретать оборудование. Первой промышленной



В типографии «Мультиформ» печатная техника возрастная, но в хорошем состоянии — печатает качественно



Гофроагрегат и кашировальная машина позволяют производить гофроупаковку

единицей стала кашировальная машина, позднее к ней добавился пресс для высечки и фальцесклеяка.

С моим приходом в конце нулевых годов процесс оснащения типографии оборудованием встал на регулярную основу. Каждые 2-3 года мы стараемся приобретать что-то новое либо на замену устаревшего оборудования, либо для расширения наших возможностей. В результате типография «Мультиформ» стала полноценным производителем упаковки из плотного картона и микрогофрокартона со всеми этапами производства: от допечатных процессов до фальцовки-склейки готовых коробок. Есть в типографии и собственный гофроагрегат».

Про Китай

Илья отметил, что раньше оборудование приобреталось в основном бывшее в употреблении, но в последнее время стали активно покупать новое напрямую из Китая: «Китайское оборудование в последние годы вышло на очень высокий уровень — практически ни в чем не уступает оборудованию из Европы или Японии. В Китае мы нашли ряд очень серьезных производителей, техника которых нам хорошо подошла. Некоторое время назад приобрели китайскую флаторезку и

ASystem — система управления полиграфическим предприятием

mo
моноритм



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

mo
моноритм





В типографии «Мультиформ» немало всевозможного послепечатного оборудования, необходимого для изготовления упаковки из кашированного гофрокартона



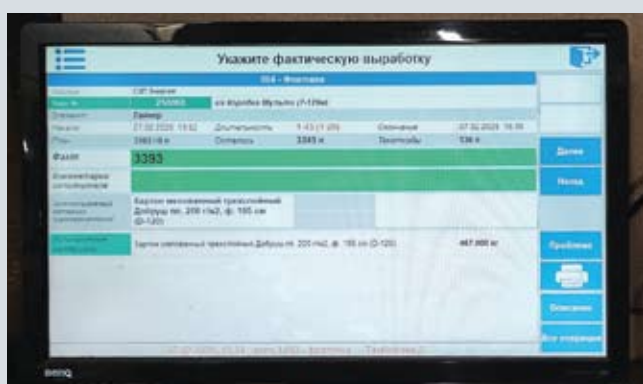
сейчас можем распустать рулонный картон на нужные нам форматы с очень высокой точностью. У нас была старая механическая флаторезка, но стопы картона после нее приходится подрезать до чистового формата, поскольку размеры были неточные. Но новой автоматической флаторезке размеры стопы идеальны».

Илья рассказал, что в ближайшее время типография ждет поставку высекального прессы для микрогофрокартона. Также совсем недавно в типографии модернизировали фальцевально-склеивающую линию, установив на нее новый клеевой струйный аппарат взамен старого механического дискового: «Могли бы приобрести больше оборудования, но на рынке сейчас катастрофа с заемными средствами: кредиты практически неподъемны, а другого источника финансирования у нас нет».

Приобретение нового более автоматизированного оборудования для типографии сейчас жизненно необходимо. А главная проблема нашей и многих других типографий сейчас — это кадры. Очень сложно найти сотрудников, причем практически на всех уровнях. Рынок труда изменился: люди не готовы работать. Многие хотят получать большие деньги, но много работать не готовы. Мы могли бы существенно увеличить объем производства, так как заказы есть, вопросы с расходниками, которые возникли в середине 2022 г., уже решены. В частности, мы вполне успешно освоили работу на белорусском картоне из Добруша, хотя раньше часто использовали импортный. Но рост производства, к сожалению, сдерживается отсутствием кадров».

Автоматизация

С 2012 г. в «Мультиформ» работает система компьютерного управления производством компании «Моноритм». «Любое производство работает эффективно, если есть средства объективного контроля и управления, — отмечает Илья. — Как и многие дру-



На всех этапах производства в типографии работает система управления ASytem компании «Моноритм»

гие, первоначально мы пытались автоматизировать все наши процессы с использованием офисных программ типа Excel, но постепенно я от этого начал уставать. Разрозненные процессы, с «ручным управлением», конечно, позволяют добиваться каких-то результатов, но это очень сложно поддерживать и администрировать. В результате решили купить специализированную систему. Сначала попробовали 1C: Полиграфия, но внедрить ее у себя не смогли, так как в то время продукт был совсем сырой. Параллельно познакомились с компанией «Моноритм», где нам предложили входить в процесс внедрения системы управления постепенно. У них на тот момент было два продукта, один попроще — PrintEffect, другой серьезный ASytem. В «Моноритме» оказались очень коммуникабельные дружелюбные сотрудники, которые предложили нам сначала попробовать поработать с младшим продуктом PrintEffect, чтобы решить вопросы хотя бы с расчетом заказов, и если все будет успешно, затем перейти на более старший продукт ASytem.

В итоге так и получилось. Примерно два года мы работали на PrintEffect, запустили автоматизированный расчет заказов и какую-то минимальную историю. Но этого для нас было недостаточно, и мы перешли на ASytem, так как нужно было планировать производство. У нас много заказов, есть относительно небольшие, и нужно, чтобы они все обрабатывались планомерно. Мы провели нормирование всего нашего производства — сами снимали временные затраты на каждой операции. Не могу сказать, что все прошло легко. Внедрение подобных систем — большая и сложная работа, и на практике она не заканчивается. Мы развиваемся, и система ASytem

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
Курасов, 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!



В типографии активно используется мелованный картон Добрушской бумажной фабрики



развивается, в ней появляются новые возможности, которые интересно задействовать. Так что сказать, что система внедрена, я не могу — она всегда в процессе внедрения. Спустя какое-то время, мы установили расширение ASystem Touch, позволяющее всем сотрудникам в цехах фиксировать начало и конец операций. Оно нам очень понравилась — в нем заложены наши нормы времени и выработки. И когда сотрудник берет в работу тот или иной заказ, включается секундомер. Система может посчитать, когда операция должна закончиться. Если к заданному времени она не закончилась, ASystem Touch сигнализирует, и задача мастера — разобраться в чем причина, объективна ли она или нет.

Для меня, как для руководителя, очень важно, что многие вещи можно визуализировать, и иметь полное понимание, что происходит в типографии. Также мы всегда имеем понимание себестоимости заказа и его доходности. Есть понимание временных параметров прохождения заказов и загрузки оборудования. Для каждого сотрудника прозрачна его заработ-

ная плата, при этом никакие человеческие факторы на нее не влияют: сколько работы выполнил, столько и получил. Впрочем, чтобы система успешно работала, нужно чтобы в ней работали все до единого: и рабочие, и управленческий персонал. У нас так сначала не получалось. Многим давно работающим сотрудникам казалось, что они лучше знают, как надо. И они поступали по-своему, не следуя логике системы управления. В результате мы полностью поменяли управленцев в типографии. У новой команды я вижу большой интерес и погруженность в процессы управления производством.

Я постоянно работаю с ASystem, и время от времени ловлю себя на том, что мне не хватает в ней каких-то функций. Хотелось бы, например, сроки исполнения и необходимые напоминания о несделанных задачах иметь для пользователей системы всех уровней, включая руководство. Хотелось иметь оперативное изменение исполнителей и оборудования,

на котором предполагается выполнение работы. Я постоянно в контакте с сотрудниками «Моноритма», и мы обсуждаем эти пожелания. Что-то из этого в обозримом будущем решается, что-то откладывается. Понятно, что «Моноритм» — коммерческая компания, и, конечно, специалисты разрабатывают в своей системе в первую очередь те функции, которые интересуют большинство типографий. Но система постоянно развивается и, надеюсь, скоро до всех моих пожеланий дело дойдет». ■



Основная специализация «Мультиформ» — кашированная упаковка из микрофлуккартона



17–20 ♦ 06 ♦ 2025

КРОКУС ЭКСПО,
ПАВИЛЬОНЫ 2, 3

29-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
УПАКОВОЧНОЙ ИНДУСТРИИ

ROSUPACK.COM



10-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ОБОРУДОВАНИЯ, ТЕХНОЛОГИЙ
И МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПЕЧАТНОГО
И РЕКЛАМНОГО ПРОИЗВОДСТВА

PRINTECH-EXPO.RU

ПОСЕТИТЕ ГЛАВНЫЕ
ВЫСТАВКИ ОТРАСЛИ!



БИЛЕТ НА ОБЕ ВЫСТАВКИ
НА САЙТЕ ROSUPACK.COM
ПО ПРОМОКОДУ
KURSIV



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER



РЕКЛАМА

«Лазурь»: новые грани бизнеса



Андрей Голендухин,
генеральный директор,
типография «Лазурь»,
[Реж, Свердловская обл.]

Полиграфический рынок России в последние годы претерпевает структурные изменения. Многие типографии диверсифицируют свой бизнес, двигаясь в сторону ниш, которые, по мнению многих, должны развиваться. Особенно сложно пришлось в последние годы предприятиям, которые были нацелены на достаточно узкие сегменты рынка, — именно они оказались наиболее уязвимы перед изменением рыночной ситуации. Одним из таких стала многотиражная печать простой и недорогой полиграфической продукции. В первых числах марта мы побывали в

городе Реж, Свердловской области, в известной типографии «Лазурь». Ее учредитель Татьяна Деева и генеральный директор Андрей Голендухин рассказали нам, какие немалые усилия им пришлось приложить для трансформации своего бизнеса.

Непредвиденные сложности

В «Лазури» редакция была более 10 лет назад. Это крупная типография, оснащенная серьезными рулонным печатными машинами с газовой сушкой и соответствующим послепечатным оборудованием, в частности, линиями для подборки и шитья блоков бесшвейным способом и вкладочно-швейно-резальными агрегатами. Её специализацией была многотиражная печать: «В прежние годы мы активно печатали многотиражную продукцию, в первую очередь катало-

ги торговых сетей и легкие журналы, — говорят руководители. — Объемы были большие, одних каталогов торговой сети «Красное и Белое» печатали более 6 млн экз. каждые две недели. А были еще каталоги «Пяторочки» и некоторых других торговых сетей. Помимо этого, были и многотиражные журналы, вроде Star Hits. Соответственно, вся производственная структура нашей типографии была настроена на производство этой продукции.

Но в налаженный рабочий механизм



В типографии «Лазурь» внушительные мощности по листовой офсетной печати



«Лазурь» — одна из немногих типографий в России, которая эксплуатирует большие рулонные офсетные печатные машины с газовой сушкой

вкрались непредвиденные сложности: по нашему бизнесу сильно ударила пандемия коронавируса. Все наши основные заказчики каталогов резко уменьшили и тиражи, и частоту выхода. Вынужденная закрытость страны в первое время пандемии показала, что каталоги оказались невостребованными, так как люди мало ходили по магазинам, где они распространялись. И в итоге даже после ослабления коронавирусных ограничений заказчики каталогов к прежним тиражам не вернули. Какой-то объем печати этой продукции у нас есть, но уже совсем не такой, что был

SMART-T

smart-t.ru

+7 495 663-9111



ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ И ВЫСОКОТОЧНОЙ ВЫСЕЧКИ ЭТИКЕТОК

ПРИГЛАШАЕМ В НАШ ШОУРУМ НА ДЕМОСТРАЦИЮ

DARUI



K1

тонерный принтер
с белым цветом



5-10 м/мин.
скорость печати

330 мм
максимальная ширина печати

разрешение печати
СМΥΚ+W 1200 x 1200 dpi

LED-модуль OKI | **360 г/м²** максимальная плотность носителя



D-J3

станок для лазерной высеки



до 60 м/мин.
скорость резки

200 Вт
мощность лазерного излучателя

Функции ламинирования, высеки, 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 высеки



до 10 м/мин.
скорость резки

8 автоматических
лезвий

Функции ламинирования, высеки, 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

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
+7 (812) 331-3993

ИВАНОВО
+7 (910) 995-61-47

КРАСНОДАР
+7 (861) 234-3189

НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ
+7 (8552) 78-1055

КАЗАНЬ
+7 (927) 432-6513

УФА
+7 (927) 043-08-07

ВОРОНЕЖ
+7 (473) 221-0030

ЕКАТЕРИНБУРГ
+7 (343) 288-5901

НОВОСИБИРСК
+7 (383) 36-36-201

АЛМАТЫ
+7 (727) 339-3369

АСТАНА
+7 (7172) 52-2874

МИНСК
+375 (740) 740-9242

ТАШКЕНТ
+998 (90) 966-42-04

БИШКЕК
+996 (703) 46-30-84



Хорошо оснащенные цеха послепечатной обработки позволяют выпускать в больших объемах продукцию на скребе, на клею, а также небольшими тиражами книжную продукцию

раньше. Каталоги с рынка практически ушли. Причем важно отметить, что заказчики ушли не от нас, а с рынка — этой продукции стало в десятки раз меньше. А начало СВО добавило к этому еще и уход с рынка существенной доли журналов. В общем, загрузка наших мощных ролевых машин стала очень небольшой. В результате одну большую ролевую ма-





Календарный участок



Относительно недавно в типографии обновили формный цех, где появилось выводное устройство китайского производства. Также была приобретена машина для флатовки ролевой бумаги на листы

шину мы остановили и уже несколько лет не запускали».

Спасло типографию то, что еще до начала пандемии в ней начинали задумываться о диверсификации. В частности, в типографии появился цех флексографской печати, оснащенный современной узкорулонной печатной машиной компании Bobst: «Машина эта у нас появилась в 2016 г. и вполне вписалась в общую структуру производства. Конечно, по объемам ее работы невозможно сравнивать с нашими рулонными офсетными машинами, но какой-то объем мы на ней могли производить. В итоге стало понятно, что

VMG
group

реклама

РЕШЕНИЯ JWEI ДЛЯ ВЫСЕЧКИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ТИРАЖЕЙ ЭТИКЕТОК. ОПТИМАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ РАБОТЫ В ТАНДЕМЕ С РУЛОННЫМ ЦИФРОВЫМ ПЕЧАТНЫМ ОБОРУДОВАНИЕМ.

ЛАЗЕРНАЯ ВЫСЕЧКА LP360:

- Скорость до 80 м/мин
- Точность высечки 0,1 мм
- Срок службы лазера более 20 000 часов.

ПЛОТТЕР RSF -330:

- Восемь высекальных ножей
- Работа с разнообразными материалами и формами этикеток.





нужно переходить со специализированного производства на производство универсальное, способное производить самую разную полиграфическую продукцию».

Диверсификация

«Нельзя сказать, что о диверсификации производства мы задумались только с возникновением серьезных проблем с основной загрузкой, — отмечают руководители типографии. — Определенные наработки у нас были в разных сегментах: у нас было простое оборудование для производства упаковки, выпускали книги, печатали рекламную продукцию. Но все же основная наша специализация каталоги — давали основной объем доходов. Но когда стало понятно, что с каталогами перспектив немного, мы решили активно развивать картонную упаковку. Впрочем, и другие направления нашего бизнеса мы активизировали.

Первое, что нужно было сделать для развития производства упаковки, — приобрести серьезную листовую печатную машину. Мы смогли приобрести пятикрасочную машину с лакировальной секцией Komori Lithrone GL 537 формата A1. Машина была хоть и бывшая в употреблении, но с минимальным пробегом. Ее появление позволило существенно развить наши возможности в области листовой печати».



В типографии постепенно формируется комплекс оборудования для серьезного производства картонной упаковки. Из недавнего приобретения — пресс для высечки Dayuan MHK 1050 ACER (вверху слева)



Внимание к книгам и не только

В итоге руководство типографии «Лазурь» приняло решение развивать разные направления деятельности, чтобы меньше зависеть от конъюнктуры рынка и больше не оказываться в ситуации, когда бизнес начинает страдать от ухода

В типографии «Лазурь» работает хорошо оснащенный цех узкороллонной флексографской печати на базе печатной машины Bobst MX. Флексографская УФ-отверждаемая краска преимущественно от компании «Танзор»



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

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА
ОКАЗЫВАЕМ УСЛУГИ ПО ПЕРЕМОТКЕ БУМАГИ



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

САМЫЕ НИЗКИЕ ЦЕНЫ И ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ!



типография

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

СБОРНЫЕ ТИРАЖИ
выгодное решение для вашей рекламы

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

**Принимаем заказы онлайн 24/7
на нашем сайте:**

apd52.ru

Доставка по всем городам России



Типография успешно производит типовую коммерческую продукцию: книги, журналы, альбомы, календари и т.д.

с рынка тех или иных видов продукции: «Помимо картонной упаковки и самоклеящейся этикетки, которые у нас были и раньше, мы начали существенно больше внимания уделять внимания книгам. В прошлом году приобрели комплекс оборудования для пооперационного изготовления книг в твердом переплете. Он позволяет успешно изготавливать небольшие тиражи. А именно небольшие тиражи книг сейчас наиболее вос-

требованы — за прошлый год мы изготовили 96 наименований, что довольно много. Мы и раньше делали книги, но с появлением нового печатного и послепечатного оборудования наши возможности в этом сегменте существенно расширились».

Еще один сегмент, которым решила заняться типография «Лазурь», — сувенирная продукция: «Мы уже несколько лет выпускаем различную сувенирную продукцию. Но это не привычные бизнес-сувениры. Это продукция для розничной

продажи с тематикой региона. Мы выпускаем календари с видами города Екатеринбурга, нарисованными художниками причем в разных стилях. Выпускаем путеводители по городам области, недавно освоили производство наборов шоколада с тематическими региональными рисунками на упаковках. Все это оказалась востребованным. Свердловская область — конечно, не самый главный туристический регион России, но туристический бизнес у нас есть».

Но все же самое главное направление, в котором планирует развиваться типография «Лазурь», — картонная упаковка: «У нас уже несколько лет работает фальцевально-склеивающая линия и прессы для высечки. Но они старые — с очень небольшим уровнем автоматизации. А вопросы автоматизации для нашего региона становятся очень актуальными. В Екатеринбурге и окрестностях много военных заводов, которые с началом СВО заработали на полную мощность и начали ак-



«Лазурь» постепенно становится заметным игроком на рынке картонной упаковки. С появлением нового оборудования возможности типографии вырастут еще больше

НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА КИТАЙ

БОЛЬШЕ ОБОРУДОВАНИЯ
В КАТАЛОГЕ НА САЙТЕ
www.t-sys.ru



DAYUAN: АВТОМАТИЧЕСКИЕ ПРЕССЫ
ДЛЯ ВЫСЕЧКИ И ТИСНЕНИЯ,
ВЫСОКОСКОРОСТНЫЕ
ЛИСТРЕЗАЛЬНЫЕ МАШИНЫ



KUAIYIDA: АВТОМАТИЧЕСКИЕ
МАШИНЫ ДЛЯ ОТДЕЛЕНИЯ
ВЫРУБЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ
ОТ ОБЛОЯ



HPM: ОДНОНОЖЕВЫЕ
БУМАГОРЕЗАЛЬНЫЕ МАШИНЫ,
УСТРОЙСТВА ПЕРЕВОРОТА СТОПЫ,
ПЕРИФЕРИЙНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



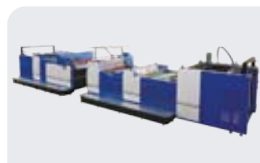
FENGCHI: АВТОМАТИЧЕСКИЕ
КАШИРОВАЛЬНЫЕ МАШИНЫ
И ВЕРТИКАЛЬНЫЕ
ПАЛЛЕТОУКЛАДЧИКИ



ROLAM: ВЫСОКОСКОРОСТНЫЕ
ФАЛЬЦЕВАЛЬНО-СКЛЕИВАЮЩИЕ
ЛИНИИ ДЛЯ КАРТОНА
И ГОФРОКАРТОНА



JINBAO: АВТОМАТИЧЕСКИЕ
МАШИНЫ ДЛЯ ТРАФАРЕТНОЙ
ПЕЧАТИ И ХОЛОДНОГО ТИСНЕНИЯ
ФОЛЬГОЙ



TIANCEN: ВЫСОКОСКОРОСТНЫЕ
АВТОМАТИЧЕСКИЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ
ЛАМИНАТОРЫ



ZHENGUN: АВТОМАТИЧЕСКИЕ
И ПОЛУАВТОМАТИЧЕСКИЕ ЛИНИИ
ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ЖЕСТКИХ
КОРБОК



Сувенирная продукция: календари с рисованными видами города Екатеринбурга, упаковка для шоколада с открыточными видами города и т.д.

тивно набирать персонал, в том числе с не очень высокой квалификацией, но на высокие зарплаты. Полиграфическая экономика не позволяет платить такие зарплаты, и мы начали терять персонал. Поэтому, чтобы меньше зависеть от персонала, мы стали приобретать автоматизированное оборудование, которому требуется меньше операторов. В частности, недавно купили машину для удаления обложки и разделения заготовок. Раньше это делали вручную, и для этого требовалось несколько человек, а сейчас работает один оператор.

Также в прошлом году мы приобрели новый пресс для высечки. Старые уже не обеспечивали ни нужной производительности, ни требуемого качества. А от точности и качества высечки зависит, как пройдет операция фальцовки-склейки и насколько аккуратно и опрятно будет выглядеть готовая упаковка. В начале прошлого года наш специалист по приглашению компании «Т-Системы» побывал на заводе Dayuan в Китае. И тогда стало понятно, что эта компания производит современные высокотехнологичные прессы для высечки и тиснения, в результате на выставке «Росупак» мы подписали договор о приобретении такого прессы, и уже осенью компания «Т-Системы» установила его у нас в типографии.

Пресс Dayuan MNK 1050ACER, который мы приобрели, имеет очень серьезную конфигурацию. Он, помимо высечки, выполняет еще и функцию удаления обложки. Также специально заказали пресс с увеличенным давлени-



ем. Наш пресс имеет усилие давления 600 тонн, против 300 тонн в штатной версии. Мы планировали на нем за один прогон делать высечку и конгревное тиснение, которое достаточно часто используем. При большой длине вырубных линеек и большом количестве штампов для конгрева на одной плите давления в 300 тонн может не хватить. А мы довольно часто делаем

Когда с рынка стали уходить каталоги торговых сетей, объем продаж типографии практически рухнул. Но после активизации работы в разых направлениях ситуация начала исправляться. По итогам 2024 г. объем продаж вырос на 25%. Инвестиции в развитие продолжаются.



очень мелкую упаковку. Наша фальцесклейка обладает возможностью делать очень маленькие коробки (например, для губной помады), а их на печатном листе расположено много. Не каждая типография может делать такие коробки, поэтому к нам с такими заказами обращаются часто. Также в дополнение к базовой конфигурации мы заказали нагрев плиты. Это дает возможность осуществлять высечку изделий из пластика (на будущее), и радикально улучшает качество конгревного тиснения. Мы пробовали с одного и того же штампа делать тиснение без нагрева и с нагревом: «небо и земля». Так что нагрев плиты очень важная функция.

Что касается самого процесса поставки и монтажа, то тут все прошло штатно. Время от заказа на заводе до установки оказалось небольшим, что очень порадовало. Монтаж и запуск благодаря специалистам компании «Т-Системы» прошли успешно и оперативно. Отмечу, что изначально мы хотели купить универсальный пресс, который может делать и высечку, и тиснение фольгой (у Dayuan такие есть). Но в компании «Т-Системы» нас от этого отговорили, хотя универсальный пресс дороже. Как всякое универсальное устройство, оно чуть хуже делает каждую операцию, чем



Сувенирная продукция: упаковка для подарочного шоколада с узнаваемыми персонажами («Уральские пельмени» и другие известные жители города Екатеринбурга)

специализированные устройства. Так что пресс для тиснения фольгой будем покупать отдельно, а в данный момент используем тигельный пресс».

Диверсификацию своего бизнеса типография «Лазурь» осуществляет успешно: «Когда с рынка резко ушли каталоги торговых сетей, наш объем продаж практически рухнул. Был очень тяжелый период времени. Но, активизировав работу в разных полиграфических направлениях, мы нача-

ли постепенно исправлять ситуацию. По итогам 2024 года мы зафиксировали рост нашего объема продаж почти на 25%, и в позапрошлом году тоже был рост. Мы продолжаем вкладывать средства в совершенствование производственной базы, и каждый год приобретаем новое оборудование. И останавливаться пока не планируем. В планах постепенно создать универсальное высокоэффективное современное полиграфическое производство».

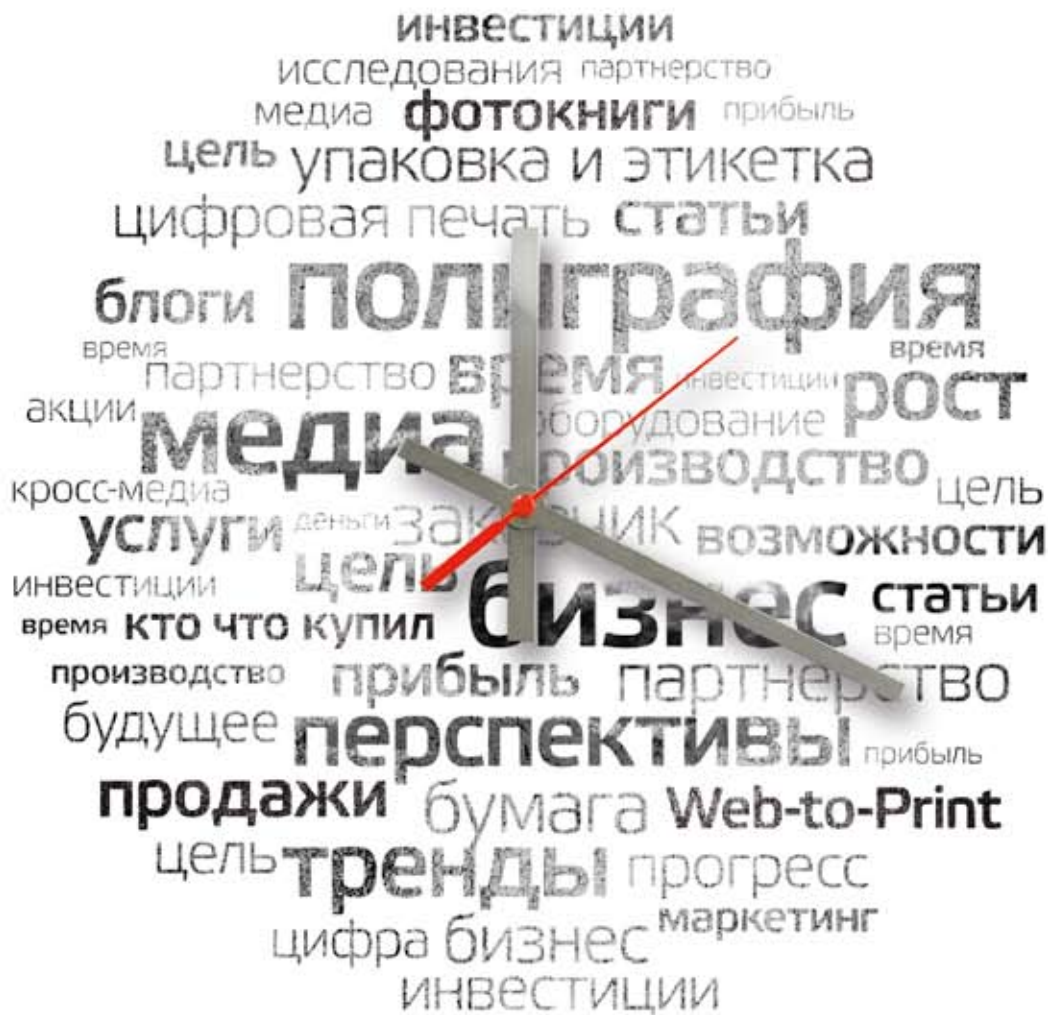


Saphira
Окружи свою
машину
заботой.
Расходные материалы
и решения.



ООО «ХД РУС»

Россия, 141407, МО, г. Химки
ул. Панфилова, влд. 19, стр. 1
телефон: +7(495) 995 0490
www.hd-rus.ru



Информационно-аналитический портал
для тех, кто принимает решения

Print Daily.ru

Как заработать в полиграфии?

УЗНАЙТЕ:

- Что происходит на рынке, и что это значит для вашего бизнеса?
- Что делают ваши конкуренты? Какие возможности есть на рынке?
- Как повысить эффективность вашего бизнеса? Во что вкладывать деньги?
- Нужно ли менять бизнес-модель и как это сделать?
- Как меняются предпочтения заказчиков печатной продукции?
- Что будет с полиграфией завтра и если не полиграфия, то что?

Вместе с Издательством «Курсив»





Герой труда
Добрушская бумажная фабрика

Большой ассортимент картонных Добрушской бумажной фабрики для самых разных видов упаковки



Плотный картон



Лакированный гофрокартон



Картон для бумажной посуды



Картон для асептической упаковки

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



ЦБК-Трейдинг

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

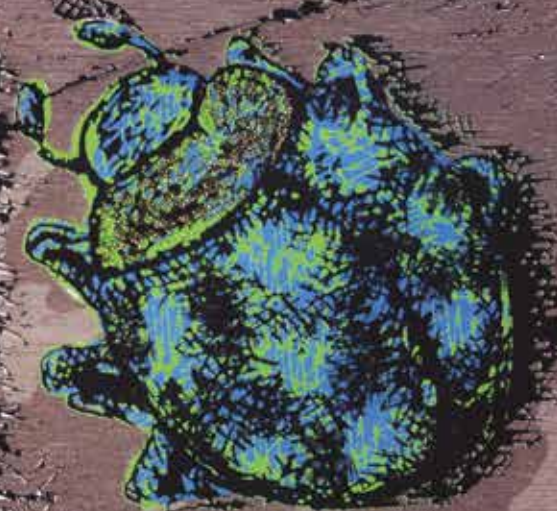
www.cbk-tr.ru

ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

+

ФАБРИКА ТРАФАРЕТНОЙ ПЕЧАТИ

Единый телефон: (499) 899-5995



*Вместе
Эффективней*



С М Y К Р

5

красок
за 1 прогон

Тиражи

от **250** экз.

ОТДЕЛКА

ОТТИСКОВ

трафаретной
печатью

 илим
Стандарт

СТАНДАРТ
КАЧЕСТВА
ОТ ЛИДЕРА¹

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/м²

МКМ



 officepaper.ilimgroup.ru

¹ 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

CHROME

RFP 340 • 440 • 520 • 660

ROTOCON

Флексографские машины европейского уровня



реклама

