

Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ФОРМАТ

№5 июнь, 2024

СИЛА ПРИТЯЖЕНИЯ





**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 №5 (181)-2024

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Клиентские предпочтения, или Немного философии 2

АВТОМАТИЗАЦИЯ

Павел Лондарев, Flyer-Online, Нижний Новгород
Flyer-Online: «ASystem — отличный фундамент бизнеса» 6

МНЕНИЕ

Алексей Качур, генеральный директор, Москва
Андрей Грузин, директор, Кемерово
Цифровая адаптация: новая форма взаимодействия 10

ИСТОРИЯ

Н. Г. Кузьмина, С.-Петербург
Паровая фабрика конторских книг,
переплетная и типография Н. В. Гаевского 12

БИЗНЕС

Дмитрий Самохвалов, Евгений Фролов, «Смарт-НН», Нижний Новгород
Экономия для хорошей экономики, или Зачем резать 16

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Эльдар Шемсудов, «Пресс-Информ», Мытищи,
«Пресс-Информ»: о ресурсе цифры и правильном выборе 20

УПАКОВКА

Игорь Мыслов, Ирина Криулец, Иван Удачин, «Черноголовская Типография», МО
«Черноголовская Типография»: в фокусе эффект тактильности 24

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

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн 1	Смарт-Т 28
ВИП-Системы клапан, 2-я обл.	Танзор 25
Илим 3-я обл.	Т-Системы 19, клапан
Моноритм 7	ХД РУС 5
Нисса Центр 23	Lamstore 27
Октопринт Сервис клапан, 3	NCL клапан
Смарт-НН 21	Ricoh 9
	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:

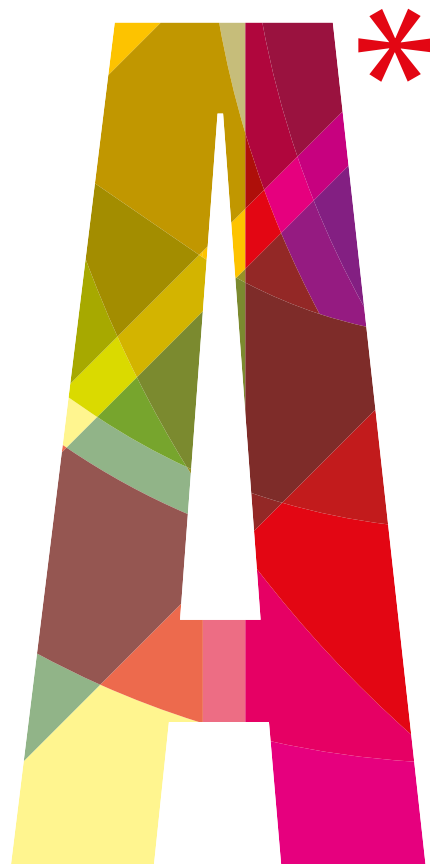
129226, Москва,
ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6
Тел.: (495) 617-66-52
E-mail: kursiv@kursiv.ru
www.kursiv.ru

© 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



Клиентские предпочтения, или Немного философии

Еще в древности Гиппократ сделал важнейшее наблюдение: *Similia similibus curantur* — «Подобное лечится подобным». Дальше это наблюдение стало появляться в самых разных отраслях человеческой деятельности. Химики говорят: «подобное растворяется в подобном», металлурги: «подобное сплавляется с подобным», психологи: «подобное всегда стремится к подобному или порождает подобное». В русском языке есть даже крылатая фраза: «Клин клином вышибают». И так далее. За многие годы развития человеческого общества философский принцип о связи «подобного с подобным» проник в самые разные отрасли человеческого знания и опыта. Но почему-то он не лучшим образом учитывается в маркетинге и экономике.

В полиграфии немало примеров, когда достаточно интересная разработка какой-либо компании не находит большого спроса у ее клиентов, при этом, казалось бы, не такое хорошее решение от конкурентов вдруг начинает пользоваться спросом и успешно продается. Причина здесь как раз в том, что клиенты компании не готовы к радикальным переменам товарной линейки у своего поставщика. За примерами далеко ходить не надо. Компания Heidelberg в начале 2016 г. разработала Heidelberg Primefire 106 — производительную струйную цифровую печатную машинус очень высоким качеством печати. Доводилось ее видеть — по качеству печати она была одной из лучших на рынке, если не самой лучшей. Несколько таких машин было установлено у доверенных клиентов компании Heidelberg на пробные испытания. Несколько машин было продано давним коммерческим клиентам и пользователям оборудования Heidelberg. Однако бизнеса у компании не получилось. Несмотря на все преимущества Heidelberg Primefire 106, большого спроса не сформировалось, в результате компания Heidelberg закрыла это направление.

Аналогичная ситуация была и у компании Bobst, когда была разработана струйная машина для печати по гофрокартону совместно с Kodak. Машину разработали, изготовили несколько экземпляров, даже установили их у проверенных клиентов Bobst. Перед этим были проведены серьезные маркетинговые исследования, причем назвисимыми иссле-

дователями, показавшие, что рынок цифровой печати на гофрокартоне оценивается, как минимум, в 7 млрд долл. в объемах потребления специализированного оборудования, и еще 2-3 млрд приходится на чернила для этого вида печати. Казалось бы, это направление должно быть успешным, но не пошло. При этом машина успешно и качественно печатала, и экономика производства была вполне разумной. В результате Bobst производство этих машин закрыл.

Доводилось бывать и в крупной газетной типографии в Италии, куда была установлена машина HP PageWide для цифровой печати газет «по требованию». В качестве основной идеи предполагалось, что на этой машине можно будет отпечатать любую газету из любой страны мира практически сразу после ее выхода в свет на родине. Даже ряд российских газет к этому проекту подключили. Нам, как гостям, торжественно продемонстрировали как это все работает... Но пару лет спустя выяснилось, что проект хоть и не закрыт, но и не развивается. При этом об установке следующих цифровых печатных машин (а их изначально предполагалось несколько, поскольку были мысли переводить большинство газет на печать «по требованию») уже речь не идет. Более того, типография добавила к своим 24 офсетным башням и четырем фальцаппаратам еще 8 башен и два фальцаппарата. Инвестиции в этот проект существенно превышали те, которые планировались на цифровую печать.

Что пошло не так?

И подобных примеров можно привести достаточно много. Резонен вопрос: что здесь пошло не так? Ошибки в маркетинговых исследованиях? Какие-то внутренние проблемы оборудования, информация о которых скрыта? Точного ответа не даст никто. Просто развитие этих проектов пошло не так, как предполагалось.

На наш взгляд, был нарушен базовый философский принцип: «подобное тянется к подобному», точнее: «подобное не тянется к тому, что от него сильно отличается».

В примере с машиной Primefire 106 ситуация следующая. Мы побывали в одной типографии, куда эта машине была установлена. Это многолетний партнер компании Heidelberg,

где работает четыре «длинных» офсетных машин серии XL 105 с красочностью от 8 до 12 (!). Типография печатает косметическую упаковку на разных материалах, включая полимеры и металлизированный картон. Тиражи средние и большие. Цель установки машины Primefire 106 — попытка выйти на рынок малотиражной упаковки, который маркетингологи оценили как «очень перспективный». Но для типографии этот рынок был совершенно не знаком, опыта работы на нем не было совсем. Вся инфраструктура типографии успешно работала по старой схеме и обрабатывала привычные для них заказы. А объемы печати на новую цифровую машину так и не находились. Тем более, что дополнительных цветов (золота, серебра, белого и т.д.) у цифровой машины не было, а у типографии большинство заказов именно такие.

Казалось бы, можно сделать вывод, что цифровая печать упаковки бесперспективна. Но в той же Германии есть немало типографий, успешно в этом направлении работающих. Техника у них, правда, немного другая. Может быть никому не нужна относительно дорогая цифровая машина формата 106? Тоже не так. Есть производители, которые вполне успешно продают цифровые печатные машины формата B1, например HP Indigo, в том числе и в типографии, производящие упаковку.

Успех компании HP в продаже цифровых машин Indigo, в том числе большого формата, объясняется тем, что для них цифровая печать — родная стихия, и их базовые клиенты, на которых можно отрабатывать пробные установки техники, дружелюбны к цифровой печати («подобное к подобному»). Для них это шаг вперед. Для клиентов Heidelberg установка цифровой машины, пусть даже самой современной и каче-

ственной, окажется, скорее, шагом назад: печатать можно небольшие тиражи простой упаковки без дополнительных цветов и на простом картоне. А клиенты, которым нужны простые коробки штучным тиражами, не стремятся за этим в типографию, которая известна как крупный печатник сложной упаковки с большим объемом добавленной стоимости.

В этой же связи не слишком успешное развитие цифровой печати газет в крупной газетной типографии произошло тоже по причине не слишком удачного сочетания «подобного с подобным». Газетная типография специализируется на больших тиражах крупных газет, и печатать большое количество мелких газет штучными тиражами, да

еще и из разных стран им неудобно, непривычно и несвойственно. И активно развивать это направление у них не получилось, хотя идея была хорошая.

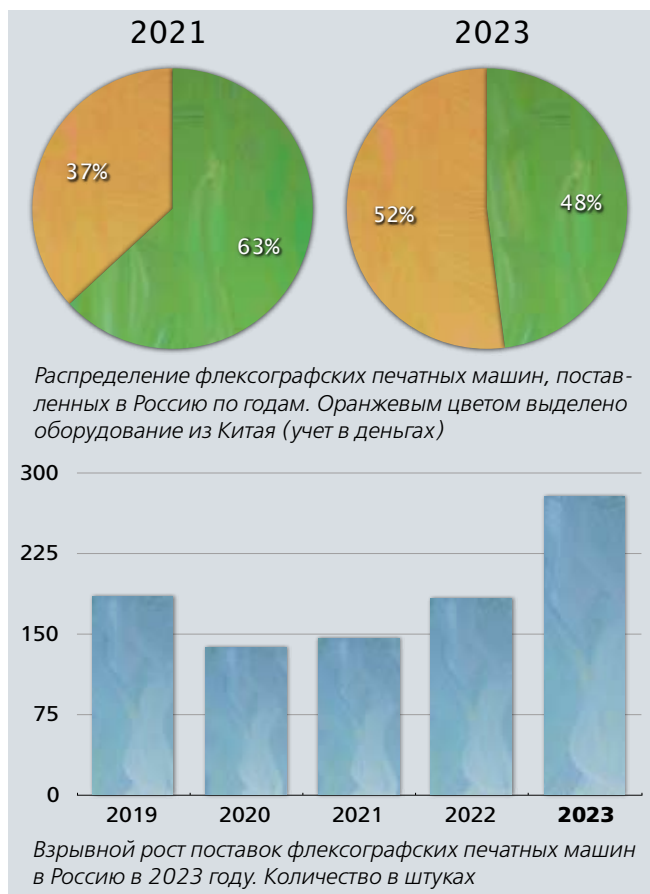
В нашей стране тоже были примеры не слишком успешного внедрения «чуждых» технологий в сложившийся производственный процесс. Известны случаи, когда вполне успешная типография ставила дорогую цифровую печатную машину, но развития бизнеса не происходило. Также есть примеры, когда листовая типография приобретала рулонную этикеточную машину и тоже не очень удачно. Попытка совместить совсем уж разные виды бизнеса редко проходят успешно. Впрочем, это не значит, что пробовать не стоит.

ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!

РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ
ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ



oktoPRINT
SERVICE
www.oktoprint.ru



НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ КАЧЕСТВО 340 lpi



РАБОТА ПОД КЛЮЧ

от макета до доставки тиража в ваш ОФИС

ДИЗАЙН,
ВЕРСТКА



ОФСЕТНАЯ
ПЕЧАТЬ



ЦИФРОВАЯ
ПЕЧАТЬ



ПОСЛЕПЕЧАТНЫЕ
РАБОТЫ



ДОСТАВКА
ТИРАЖА



г. Москва,
ул. Электровзаводская,
д. 20, стр. 3

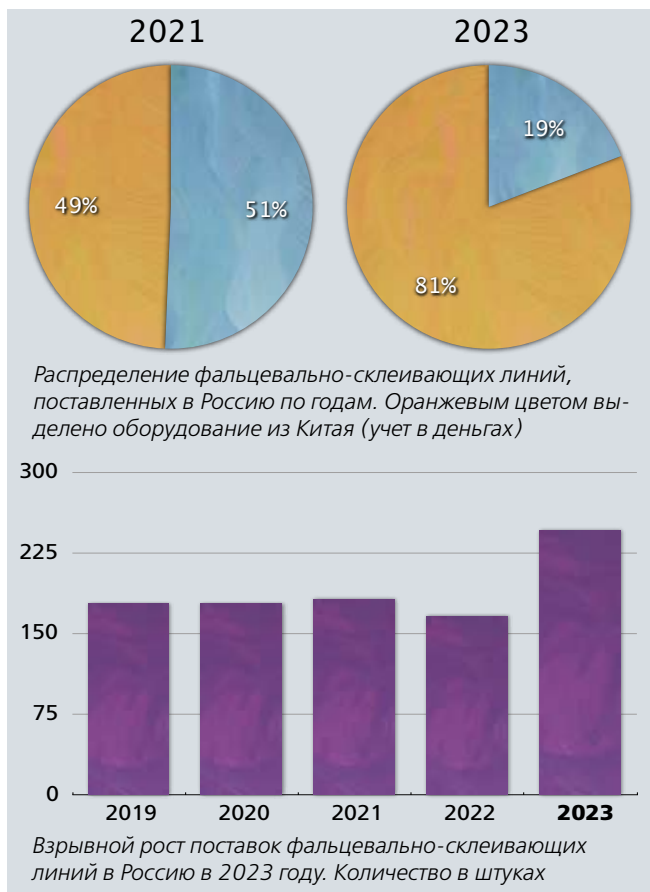
+7 495 780 67 05
sale@vivastar.ru
vivastar.ru

О миграции

К чему все эти рассуждения о «совместимости»? В последние годы в нашей стране активизировались процессы «миграции». Считается, что традиционная коммерческая офсетная печать постепенно уходит с рынка, и ее можно успешно заменить производством упаковки. А еще лучше уйти во флексографию, где сейчас бум роста. Это верно, но общие выводы не всегда правильные.

Офсетной типографии уходить во флексографию можно только в том случае, если уже ощущается спрос со стороны текущих заказчиков. Есть немало компаний, кому требуются и картонная упаковка, и рекламная продукция, и гибкая упаковка с этикеткой. Если опыт работы с такими заказчиками есть, то добавить к производственному процессу дополнительные технологии — хороший вариант развития. Если такого опыта нет, то ситуация усложняется. Раскрутить с нуля новое направление в бизнесе существующей типографии порой даже сложнее, чем запустить новую типографию с нуля. При дублировании направлений работы непременно будут возникать конфликты интересов разных направлений, которые как-то нужно будет решать.

И еще по поводу сочетания «подобного с подобным». В силу санкционных ограничений ряду типографий, привыкших работать на оборудовании ведущих мировых производителей, приходится думать, как дальше развивать бизнес, используя то оборудование, что доступно, а это, как правило, техника из Китая и реже других стран Азии или Латинской Америки. А оборудование из Азии бывает очень разное. Есть решения, очень близкие к мировым лидерам, и поставки его порой идут через те же компании, которые раньше занимались продукцией этих мировых лидеров. Но есть и другое



оборудование, поставкам которого занимаются другие российские компании, которые изначально специализируются на недорогом оборудовании не самых передовых китайских компаний. Уровень сервиса таких компаний заметно ниже, чем у тех, кто имеет опыт работы с мировыми лидерами. И тут тоже возможно несоответствие «подобных». Целый ряд китайских компаний среднего уровня считают, что низкая цена — это весь сервис, который нужно представлять заказчику. А дальше сами как-нибудь.

К чему это все?

Если верить статистике поставок различного оборудования в Россию за прошедший год, то можно заметить взрывной рост поставок по целому ряду направлений. Особенно в области флексографии и производства картонной упаковки. Скорее всего, существенная доля этого роста приходится не на те типографии, которые долгие годы работают в своих сегментах. Есть мнение, что прирост обеспечивают те типографии, которые хотят перепрофилироваться или, как минимум, диверсифицироваться. Еще более любопытно, что существенная доля прироста связана с появлением в России китайских брендов, ранее в нашей стране не замеченных или поставлявшихся лишь изредка. Это говорит о том, что ряд покупателей явно рискуют, покупая неизвестное оборудование. Насколько этот риск оправдан, покажет время. Но интересные факты мы не могли не отметить. И то, что это идет в разрез со старым принципом о подобии, тоже настораживает. Во всяком случае, кажется, что при принятии стратегических решений целесообразно задумываться о том, как эти решения согласуются с базовыми философскими принципами. ■

Saphira
Окружи свою
машину
заботой.
Расходные материалы
и решения.

Flyer-Online: «ASystem — отличный фундамент бизнеса»



Павел Лондарев,
исполнительный директор
Flyer-Online
[Нижний Новгород]

Управление производством — важная тема для любой компании, а в полиграфии — тем более, в силу большого разнообразия продукции и применяемых технологий. В этой связи важным для любой типографии становится внедрение автоматизированных систем управления производственными процессами. Одна из наиболее подходящих для полиграфического применения — ASystem компании «Моноритм». Практика показывает, что ее использование позволяет полностью автоматизировать весь процесс прохождения заказов. Помимо этого, система дает возможность получать существенно больше информации, позволяя организовывать множество дополнительных сервисов, существенно улучшающих все бизнес-процессы типографии. В частности, можно организовать удаленное управление полиграфическим производством. О том, как это можно реализовать на практике, нам рассказал Павел Лондарев, исполнительный директор нижегородской типографии Flyer-Online. В настоящее время Павел руководит типографией удаленно. Установленная автоматизированная система управления ASystem позволяет иметь полный контроль над полиграфическим производством и не только.

Необходимость системы

«Flyer-Online существует на рынке с 2006 г., — рассказывает Павел. — Мы — классическая коммерческая типография. Используем офсетную и цифровую печать для производства различной полиграфической продукции. К пониманию необходимости системы управления пришли довольно скоро после создания компании. Поначалу пробовали что-то делать сами, используя таблицы в Excel. И хотя таким образом кое-что автоматизировать можно, сквозную систему управления и контроля создать нельзя. Затем мы пробовали запустить у себя решения на базе 1С. В тот момент их уровень сервиса оставлял желать лучшего, и больших успехов мы не достигли. Стало понятно, что нужна специализированная система управления полиграфическим производством.

В итоге была выбрана ASystem компании «Моноритм». Мы установили ее в 2013 г. и с тех пор постоянно расширяем функционал. Внедрение системы заняло примерно полгода, в течение которых она была внедрена в отделе продаж, бухгалтерии и, конечно, на производстве.

Не могу сказать, что внедрение шло легко. За время работы все сотрудники привыкли к каким-то своим решениям, и переход на ASystem казался им сложным и требующим большого количества дополнительных усилий. Но мы действовали методично и убеждали, что это нужно для того, «чтобы потом было легко». Отмечу, что мы с самого начала работы с компанией «Моноритм» заказали у них поддержку, и нам всегда ее оказывали и продолжают это делать.



Flyer-Online 18 лет предлагает печатные услуги в Н.Новгороде. Использование автоматизированной системы управления полиграфическим производством ASystem с интегрированной CRM-системой помогает минимизировать временные затраты на каждом этапе обработки заказа: от расчета стоимости до доставки готовых изделий

Постепенно приходило понимание, что в итоге действительно все получается легче и оперативнее. В те дни, когда были проблемы с серверами, и ASystem не работала, — сотрудники даже очень расстраивались: «Как построить производственный план без ASystem? Это же невозможно!» В общем, «втянулись».

Функционал ASystem огромен. Это большая база данных, в которой фиксируется все, что должно выполняться в процессе исполнения заказа. Система позволяет строить графики загрузки производства, следить за складом и закупкой необходимых расходных материалов. На базе ASystem организованы рабочие места всех отделов: от менеджеров по работе с заказчиками до руководителей производства. Разумеется, на рабочих операциях тоже.

Без аналитики нет развития

«Для управления предприятием необходимо получать «качественные цифры», — продолжает Павел. — В базе данных ASystem содержится вся информация о текущем производстве. Но эти данные надо еще и грамотно представить, сформировать нужные отчеты и все проанализировать, чтобы получить всю объективную картину бизнеса.

Для этого мы сформировали команду IT-специалистов, в которую входят: системный аналитик, бизнес-аналитик, и разработчик. Конечно, все базовые отчеты ASystem предоставляет, но мы всегда стараемся что-то улучшить, доработать и сделать более совершенным. Своими силами мы пытаемся связать ASystem с другими системами, чтобы использовать полученную информацию для других целей.

В частности, связываем ASystem с системой управления бизнес-процессами. В результате можно, например, сгенерировать подсказки менеджерам по работе с клиентами. Система может зафиксировать, что клиент, регулярно заказывающий этикетку, задержался с очередным заказом, и «напомнить» менеджеру, что пора связаться с заказчиком.

Также мы доработали «коммуникацию» с заказчиком по поводу готовности заказа к выдаче. Базово в ASystem реализовано решение, позволяющее отправлять заказчику электронное письмо по готовности заказа. Помимо этого, мы отправляем заказчику автоматическое СМС-оповещение».

Павел, пояснил, что сначала была идея создать для менеджеров более простую систему, т.к. средства ASystem им казались сложными и трудоемкими в использовании, а затем каким-то образом интегрировать данные в ASystem. Но, погрузившись в процесс, поняли, что такая система будет повторять возможности ASystem. В итоге от этой идеи отказались, а менеджеры успешно освоили программу и научились эффективно пользоваться ее возможностями.

Удаленный контроль

«Мы используем систему управления бизнес-процессами, которая называется Elma 365, — продолжает Павел. — Я постоянно обращаю внимание, как работают крупные IT-компании. У них многое наработано в плане эффективного управления процессами, в том числе удаленно. Подобные решения внедряем и мы.

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



В Elma есть много полезных функций, которые мы используем, например, внутренний корпоративный мессенджер, тематические чаты и канал. Есть менеджер задач, где можно ставить задачи и следить за их выполнением. И, конечно, сами бизнес-процессы, которые можно создавать и пользоваться ими в системе, это может быть все что угодно – подписание договоров с клиентами и поставщиками, бизнес-процесс создания новых продуктов или поиск и отбор кандидатов на ту или иную должность с фиксированием каждого шага. Наш IT-отдел обеспечивает связь этой системы с базами данных ASystem, чтобы всегда иметь самые актуальные данные для работы. ASystem в данном случае является информационным ядром, с которым общаются другие системы. И в этой системе формируются все необходимые отчеты о состоянии бизнеса в реальном времени. Я могу с любого устройства зайти и увидеть всю реальную картину того, что происходит в компании. Там же видны воронки продаж менеджеров, конверсия их работы. Также могу получить данные ASystem о загрузке оборудования, об очереди заказов, увидеть складские запасы материалов и многое другое.

Очень важным, я считаю, и возможность видеть в реальном времени себестоимость каждого заказа и, как следствие, понимать его рентабельность. Всегда есть возможность вмешаться, что-то подкорректировать, если, например, резко изменилась цена на какой-то материал или стороннюю услугу. Для успешного управления предприятием постоянный контроль себестоимости — важнейшая задача обеспечения прибыльности бизнеса. ASystem дает нам полный контроль над этими цифрами.

Сами себе заказчики

«В последние пару лет у нас стало активно развиваться еще одно направление биз-

Скриншот каталога Flyer-Online, демонстрирующий различные полиграфические продукты. В центре внимания — товары с акциями и доставкой на завтра. Например, кошачья лоточек «Эксер» со скидкой 38%, блоттеры для духов со скидкой 58%, наклейки для банок со скидкой 48%, банкноты 500 евро со скидкой 61%, грамоты «Терб» со скидкой 49%, открытки с пожеланиями со скидкой 77%, магнитные наклейки со скидкой 46%, бирки для одежды со скидкой 33% и открытки на 8 марта со скидкой 62%.

Параллельно с печатью заказов для клиентов Flyer-Online выпускает линейку полиграфических продуктов для дома и офиса, и даже вывел ее на популярный маркетплейс

неса. — говорит Павел. — собственная линейка продуктов для маркетплейсов. Для этого у нас сформирована специальная бизнес-группа, которая разрабатывает продукты, размещает их на производстве в типографии, организует логистику и продажи. Эти операции мы тоже проводим через ASystem, то есть мы — сами себе заказчики.

Мы стали этим заниматься примерно полтора года назад. Сейчас ассортимент товаров Flyer-Online на OZON перевалил за 200 SKU, а продажи приносят все большую часть доходов типографии.

Поэтому мы работаем над тем, чтобы интегрировать ASystem с базой данных OZON, и объединить всю информацию в

одном месте. Мы хотим видеть данные по продажам, остаткам и возвратам внутри своей системы, чтобы понимать рентабельность каждой продажи и обеспечивать постоянные остатки на складах».

В итоге совмещение полиграфических технологий и IT-систем управления позволили типографии Flyer-Online (www.flyer-online.ru) добиться больших успехов. И, имея такие системы, управлять всеми процессами можно дистанционно, совсем не обязательно для этого приезжать каждый день в офис. И ASystem оказалась отличным фундаментом, на котором можно развивать большие информационные и управленческие решения.

ПРОДАЖА И ПОКУПКА ОБОРУДОВАНИЯ

Б/У

ПРОДАВЦАМ

- Быстрая регистрация
- Бесплатное размещение объявлений
- Возможность редактирования
- Включение в email-рассылки PrintDaily.ru и Flexo.Business

ПОКУПАТЕЛЯМ

- Быстрый и удобный поиск с использованием фильтров
- Связь с продавцом напрямую через личные сообщения или контакты, указанные в профиле

www.printdaily.market

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/м²
- 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.

Цифровая адаптация: новая форма взаимодействия

Уход с российского полиграфического рынка большинства мировых производителей оборудования и расходных материалов по задумке его организаторов должен был если не парализовать нашу печатную отрасль, то существенно усложнить ей жизнь. Особенно сложно должно было быть тем типографиям и печатным салонам, которые использовали цифровые технологии. В этой сфере и оборудование, и расходные материалы, и запчасти жестко привязаны к компании-поставщику. И если он остановил работу в России, то и печать должна была бы остановиться.

Но по факту получилось иначе. Российские цифровые типографии смогли быстро адаптироваться к сложившейся ситуации и продолжить успешно работать. Более того, некоторые поставщики цифрового оборудования смогли перестроить свою работу и продолжить оказывать реальную помощь своим клиентам. Надо сказать, что не все бывшие российские дочерние компании мировых производителей продолжили работу на нашем рынке. Некоторые прекратили работу категорично. Но не все оказались столь недружелюбными: ряд бывших представителей мировых производителей стали чисто российскими компаниями и успешно развивают бизнес. Пример тому — бывшее российское подразделение японской компании Ricoh.

Преобразовавшись в российскую компанию «Рико Рус», она продолжает активно развивать бизнес цифровой печати и поддерживает работу клиентов компании Ricoh. Компания не имеет возможности поставлять технику, но нашла решение. Поставками техники теперь занимается специально созданная компания «Передовые системы печати» (ПСП), а «Рико Рус» оказывает все сервисное обслуживание: как старых клиентов Ricoh, так и новых клиентов ПСП. Причем ей удалось организовать поддержку на высоком до-санкционном уровне. Клиенты даже могут успешно пользоваться покликновым контрактом, причем возможности стали даже шире, чем раньше. Во время выставки «Росупак 2024» мы побеседовали с некоторыми



Алексей Качур
генеральный директор,
«Грин Принт»
[Москва]

клиентами «Рико Рус» и ПСП, чтобы понять, как на самом деле обстоят дела, и насколько успешно такая форма взаимодействия. Нашими собеседниками стали генеральный директор московской типографии «Грин Принт» — Алексей Качур и директор типографии ИНТ из Кеморо — Андрей Грузин.

Алексей Качур, «Грин Принт»

«Грин Принт» — классическая цифровая типография, — говорит Алексей. — Мы предлагаем полный спектр услуг по изготовлению изделий рекламного и офисного характера. У нас можно заказать печать каталогов, блокнотов, брошюр, конвертов, бланков и другой полезной и интересной продукции. Любой заказ мы выполняем в кратчайшее время. При этом всегда обеспечиваем самое высокое качество. Большим преимуществом нашей компании является индивидуальный подход к каждому клиенту, а также поиск наиболее выгодного варианта. В цифровом бизнесе мы почти 20 лет, но серьезное развитие началось с приобретения первой цифровой машины — Ricoh Pro C7100 в 2016 г. Бизнес с этой машиной пошел у нас в гору, и в 2019 г. к ней добавилась еще и более произ-

водительная Ricoh Pro C9200. Это было время, когда рынок цифровой печати быстро рос и развивался. Офсетные тиражи сокращались, и часть их падала до таких величин, что это становилось выгодно печатать цифровым способом. Наш тиражный диапазон находится от 1 до 250-300 экз. И это объемные многостраничные издания: книги, каталоги, журналы, фотоальбомы. Ну и в небольших объемах упаковка. И в этом диапазоне было довольно много заказов. Наверное, тогда же, в 2019-2020 гг., нужно было брать и вторую Ricoh Pro C9200, как нам советовали, но не получилось.

Затем случилась пандемия, которая несколько притормозила нашу деятельность, особенно в первые пару месяцев. Сначала мы строго соблюдали все введенные тогда ограничения и сидели дома, на работу не выходили, но затем поняли, что это не самая лучшая идея, и начали понемногу работать. В итоге постепенно объемы производства восстановились, но о приобретении оборудования речь не заходила. Затем, после пандемии началась СВО, которая серьезно изменила ситуацию. Сначала была серьезная депрессия на рынке. И первые полгода вообще никаких мыслей о развитии бизнеса не было. Было опасение, что существующее оборудование может превратиться в «кирпич», поскольку официальные поставки расходников и запчастей прекратились.

Но к счастью, компания «Рико Рус» нашла возможность поддержать нас расходниками, что позволило продолжить работу. А полиграфические заказы, даже в время СВО, оказались вполне стабильными — объемы производства росли. Поэтому вновь возник вопрос приобретения второй машины. И когда заработала схема приобретения машин у «Передовых систем печати» с обслуживанием у «Рико Рус», мы решили, что в этом направлении надо двигаться. Мы были одними из первых, кто купил машину у ПСП. Решили приобрести точно такую же, как у нас была — Ricoh Pro C9200. По факту это оказалась модель Ricoh Pro C9210 с увеличенной производительностью. В итоге в «Грин Принте» теперь не 2 машины, а 2,3 машины, что в нашем случае оказалось большой удачей.

Выбор точно такой же машины для меня был оправдан еще и тем, что это — дополнительная страховка. Как будет развиваться сервис и поддержка в условиях санкций, до конца не понятно, но в крайнем случае из двух машин мы соберем одну и продолжим работу.

Надо сказать, что сделка прошла вполне успешно. Машину мы купили восстановленную из Китая, так как новую с выросшими ценами позволить себе не можем. Но приобретенная нами Ricoh Pro C9210 оказалась в хорошем состоянии. В процессе восстановления ей обнуляют все счетчики, но по косвенным признакам можно предположить, что ее пробег 2 с лишним миллиона, что не очень много.

Когда мы покупали машину у ПСП, сразу договорились с «Рико Рус» об общем сервисном контракте на все наши машины. Мы были готовы купить восстановленную машину из Китая только в случае, если нам обеспечат на нее сервис от «Рико Рус». В итоге нам предоставили гарантии на самом высоком уровне, и мы приобрели машину. Сейчас у типографии «клик-контракт» по всем машинам Ricoh, и я считаю, что это очень удобно. У нас нет проблем: где что купить, и как привезти запчасти и расходные материалы. Все это решает компания «Рико Рус». И сейчас никаких вопросов с работоспособностью наших машин нет.

Нам удалось добиться того, что обе машины печатают одинаково хорошо, что позволило существенно повысить общую пропускную способность типографии. Раньше что-то мы печатали на одной машине, что-то — на другой, где-то приходилось ждать, а где-то, наоборот, простаивать. Сейчас все работает более эффективнее.

К сожалению, рост нашего производства сдерживается кадровой проблемой. Люди не очень хотят работать в полиграфии. Средний уровень зарплат в отрасли сейчас ниже, чем в ряде других отраслей, и люди из типографий уходят. «Грин Принт» это тоже коснулось. А удерживать работников высокой зарплатой мы тоже не можем, так как доходность полиграфического бизнеса не позволяет. Но в целом у нас стабильное финансовое положение, мы адаптировались к новым условиям и новому рынку и продолжаем работать. А после покупки еще одной цифровой печатной машины — надежнее и производительнее».

Андрей Грузин, компания ИНТ

«Типография ИНТ больше известна рынку как пользователь большого количества техники Херох, — рассказывает Андрей. — Мы на рынке печати с 1996 г. и постоянно развиваемся. С начала 2010-х годов начали инвестировать в промышленную цифровую печать, приобретая разные решения от компании Херох. Впрочем и в офсетную печать мы тоже инвестировали, купив Heidelberg Speedmaster SX52-4 Anicolor. В итоге к середине 2010-х годов в нашей типографии был целый ряд цифровых печатных машин Херох.

В 2018 г. возникла необходимость в дальнейшем расширении производственных мощностей — нужна была еще одна промышленная цифровая машина. Херох предложил довольно интересную производительную машину с дополнительными цветами. До этого в ИНТ уже была машина Херох с дополнительными цветами (золото, серебро, прозрачный и т.д.), и практика показала, что это не самая важная функция машины. Спрос на такие заказы относительно небольшой. Нам нужна была простая модель без дополнительных цветов, но производительная и с низкой себестоимостью отпечатка. Такую машину нам компания Херох не предложила, а та, которую предлагала, была заметно дороже, чем мы готовы были заплатить.

В итоге вместо Херох мы приобрели Ricoh Pro C9200, которая и обеспечила высокую производительность при низких затратах на печать. Постепенно на нее и стали переводиться все основные заказы. И сейчас это наша основная цифровая печатная машина, хотя Херох мы изредка еще используем, но с каждым днем все меньше. У компании Ricoh мы были на сервисном контракте, который был существенно выгоднее, чем у Херох.

С началом СВО компания Ricoh из России ушла, но «Рико Рус» — ее правопреемник — остался. В первое время была, конечно, некоторая неопределенность с тем, как будем дальше работать, но «Рико Рус» довольно быстро разобралась в ситуации и смогла предложить нам новые условия продолжения работы по сервисному клик-контракту. Цены заметно выросли, но мы это восприняли адекватно, так как понимаем, что возможности поставок расходных материалов и запчастей радикально изменились. Так что продолжаем работать как и до начала СВО.



Андрей Грузин
директор,
компания ИНТ
[Кемерово]

Надо отметить, что в сложившейся ситуации компания «Рико Рус» отработала на «отлично». Мы, можно сказать, практически не заметили разницы, хотя и ожидали сложностей.

Сейчас ведется строительство нового цеха для нашей типографии, поскольку в старом уместаемся уже с трудом. Бизнес идет, и нужно расширяться. К моменту окончания строительства хотелось бы иметь еще одну цифровую печатную машину. Ведем пока переговоры с компанией «Передовые системы печати». С ее руководством мы знакомы давно, поэтому есть высокий уровень доверия.

А сотрудничество компаний ПСП и «Рико Рус» мне кажется очень удачным. Приобретая бывшую в употреблении машину, всегда есть определенные риски, даже если у надежной компании. Скрытые дефекты всегда возможны. И тут выручает сервисный контракт с «Рико Рус». Если они берут машину на обслуживание, то это уже их задача — обеспечить ее работоспособность. Эта схема мне нравится. Так же радует возможность выбора. Компания ПСП предлагает и новые машины, и бывшие в употреблении, причем разного уровня восстановления. Так что выбор есть, рынок цифровых машин постепенно возвращается к тому состоянию, которое было до начала СВО. По крайней мере, что касается оборудования и материалов Ricoh. ■

Паровая фабрика конторских книг, переплетная и типография Н. В. Гаевского. К 165-летию со дня рождения

Гаевский Николай Викторович (1859–?) — потомственный дворянин¹, получил солидное техническое образование, коммерции советник², владелец крупной паровой фабрики конторских книг. С 1894 г. — купец, с 1907 г. купец Первой гильдии³. Состоял действительным членом Императорского человеколюбивого общества, а также членом Свято Георгиевской общины Красного Креста, Николаевского братства и Приюта принца Ольденбургского⁴.

Отец — Виктор Павлович — действительный статский советник, чиновник особых поручений Государственного банка⁵.

В 1882 г. Н.В. Гаевский в маленьком помещении у Чернышева моста по адресу Чернышев пер., (с 1948 г. — ул. Ломоносова⁶) д.12⁷ открыл переплетную мастерскую, где он с небольшим количеством рабочих изготавливал переплеты и собственноручно управлял делом. В мастерской исполнялись все работы, относящиеся к переплетному и типографскому делу. Постепенно мастерская пополнялась заказами, места не хватало, нужно было искать складское помещение.

В 1895 г. Н.В.Гаевский организовал склад конторских книг, бумаги и канцелярских принадлежностей на Б.Дворянской ул., (с 1935 г. — ул. Куйбышева⁸) д.24⁹. Дом не сохранился.

Склад готовой продукции был создан в надворном флигеле д.49 по Литейному пр., принадлежавшему П. А. Потехину. В 1870-х гг. здание перестроено в доходный дом. В 1884 г. архитектором В. А. Шретером¹⁰ был составлен план перестройки дома, который не осуществился.

Мастерская выросла в фабрику

В 1896 г. участок на 5-й линии В.О., д.54 приобрел А.А. Крумбель для фабрики бронзовых изделий. Производство не задалось. В 1898 г. А.А.Крумбель часть зданий сдал под переплетную фабрику Гаевского Н.В. и словолитню «Герман Берггольд», которая вскоре переехала в собственное здание на Мещанскую (ныне Гражданскую ул.) дом 13¹¹.

В 1898 г. Н.В. Гаевский расширил свою мастерскую за счет части здания, где ранее была словолитня. Фабрика изготавливала тетради, конторские книги, блокноты, записные книжки, а также производило переплеты, как конторских книг, так и индивидуальных роскошных переплетов разрослось. Главная отрасль производства фирмы — оптовые работы по изготовлению конторских и всяких других торговых книг, а также индивидуальные работы роскошно тисненых кожаных и коленкорových (английских) переплетов.

В новом здании фабрики в 1898 г. работали: переплетный мастер Ал.Дм.Раконин, позолотный мастер Ив.Ил. Ядров, управляющий конторой Владс. Павл. Козловский, кассир — Владимир Алекс Васмут, бухгалтер — Мария Алекс. Юханцева¹². В 1902 г. В.П. Козловский стал помощником Н.В.Гаевского, А.Д. Рахотин, В.А.Васмуи и М.А.Юханцева остались работать на своем месте, а позолотный мастер сменился, им стал Ад.Ад. Мюллер¹³.



К началу XX в. предприятие занимало все три этажа. В 1909 г. на фабрике Гаевского на 5 линии В.О., д. 54 работало 270 раб. Заведовал производством В.Козловский¹⁴.

Фабрика конторских книг, переплетная и типография Гаевского помещалась в трехэтажном здании, состояла из четырех отделов: брошюровочного (сшивального), тетрадного, конторских книг и позолотного. Предприятие занимало свыше 300 рабочих и имело два паровых двигателя и около сотни различных машин, снабженных всеми последними техническими усовершенствованиями.



Корпус фабрики тогда и наше время: В.О. 5-линия, д.54

Продукция фабрики

Основной продукцией фабрики были тетради, конторские книги, книги учета и другие бумажно-беловых товаров, а также переплеты-крышки как простые, так и роскошные. В то время книги продавались без переплетов. Покупатель-читатель сам заказывал, в зависимости от своего кошелька и предпочтений, переплетные работы в разных переплетных мастерских или на фабриках, такой, как Н.В. Гаевского.

Фабрика выпускала книги, альбомы, журналы. С 1900-х гг. переплетная фабрика Н.В. Гаевского выполняла заказа армейских организаций, например Генерального штаба Петербургского военного округа, выпустив альбом «Полевая поездка офицеров Генерального штаба Петербургского военного округа 1901 г. на Белое море».¹⁵

Наиболее ответственны и долговременный заказ — Фабрика обслуживала Дирекцию императорских театров, выпуская Ежегодники¹⁶. «Ежегодник императорских театров» — периодическое издание Дирекции императорских театров в Российской империи, выпускалось в Санкт-Петербурге с 1892 по 1915 гг. Ежегодник публиковал обширные сведения о деятельности императорских театров. В нем содержались сведения о репертуаре театров Петербурга и Москвы, печатались содержание и сценическая история пьес, текст сопровождался фотографиями, эскизами костюмов, указывались даты постановок, размещалась информация об актерах, о деятельности Театрально-литературного комитета, распоряжения Дирекции. С 1893/94 до сезона 1905/06 к ежегоднику выходили приложения¹⁷. Выпуски 1-3 1903 г. переплетены в одну обложку с эксплибрисом Вел. кн. Алексея Александровича «А. А.». На 2-й с. обложке ярлык «Фабрика Н.В. Гаевского В.О. 5 лин. 54.



«Ежегодник императорских театров» — периодическое издание Дирекции императорских театров в Российской империи



Еженедельный журнал «Весь мир»

Склад: Литейный пр., 49». На фабрике Гаевского печатали «Ежегодники» до 14 выпуска.

Видимо, этот заказ принес Н.В. Гаевскому славу и деньги, так как с 1907 г. он стал купцом 1 гильдии.¹⁸

В 1902 г. Н. В. Гаевский награжден



Штамп переплетной

орденом Св. Станислава III степени по представлению Министра финансов за содействие развитию русской промышленности и торговли.¹⁹

В 1907 г. Гаевский Николай потомственный дворянин, коммерции советник, владелец фабрики конторских книг, переплетной мастерской и типографии, где изготавливали канцелярские принадлежности и переплетные работы получил «звание Поставщика двора его Императорского Высочества. В октябре 1911 года звание поставщика снято в виду финансовой несостоятельности Гаевского»,²⁰ которое вскоре выправилось.

Фирма Н.В.Гаевского являлась официальным исполнителем переплетных работ по заказу Святого Правительствующего Синода фабрика Н.В. Гаевского изготавливала около миллиона переплетов для учебных книг, рассылаемых по церковно-приходским школам всей Российской Империи. Среднегодовое число заказчиков достигало 20 тысяч чел.²¹

В 1912 г. фабрика Конторских, копировальных и др. книг расширилась, прибавилась переплетная и типография, вырабатывавшая на 217 тыс. ежегодно переплетов и конторских книг. Годовая производительность 231 226 руб. Фабрика, одна из немногих, оснащена машинами с нефтяными и газовыми двигателями с числом сил 19. Количество рабочих — 310.²²

Магазины канцелярских принадлежностей

С 1898 г. Н.В.Гаевский имел два магазина по продаже бумаги и канцелярских принадлежностей: по Садовой ул., д.22 и Литейному пр., д.28. В магазине имелся большой выбор учебных, письменных, чертежных и рисовальных принадлежностей, продавались портфели, бьюары, альбомы, нессесеры, в основном из кожи, а также бума-

САМАЯ ОБШИРНАЯ
ПАРОВАЯ ФАБРИКА КОНТОРСКИХЪ КНИГЪ, ПЕРЕПЛЕТНАЯ И ТИПОГРАФИЯ
Н. В. ГАЕВСКАГО

въ С.-Петербургѣ, на Васильевской Островѣ, по 3 линіи, въ домѣ № 54.

Телефонъ № 3909.

ФАБРИЧНЫЙ СКЛАДЪ И МАГАЗИНЪ БУМАГЪ, КАНЦЕЛЯРСКИХЪ И УЧЕБНЫХЪ ПРИНАДЛЕЖНОСТЕЙ.

Литейный проспектъ, д. № 49. Телефонъ № 1349.

въ ОГРОМНОМЪ ВЫБОРѢ
ТЕТРАДИ (2 нол. ШТУКА)
и ВСѢ УЧЕБНЫЯ ПРИНАДЛЕЖНОСТЯ.
Цѣны дешовыя.
Н. В. Гаевскій
Литейный, 28.
Тел. 15-19.
ОТДѢЛЕНІЕ: Садовая, 22.

Реклама
предпри-
ятия
Н. В. Гаев-
ского и его
продукции

га иностранных фирм в коробках и др.

В магазине продавался «Иллюстрированный альбом Международной Строительно-Художественной Выставки». СПб., 1908. LXVIII, 104 с., с илл. «Альбом печатался под ... наблюдением худ. Н.И.Кравченко, в типографии «Север», клише изготавливались в художественной цинкографии «Голике и Вильборг» с фотографий К.Буллы, худ. М.Иоффе и гражданского инженера С.Н.Шапова». В издательском переплете с золотым и цветным тиснением на передней крышке и в современном художественном цельнотканевом футляре. Переплет и титульный лист оформлены по рисунку А.Лео в стиле модерн.

В 1906 г. Н.В.Гаевский открыл второй магазин на Невской пр. в Гостином дворе, где, особенно на Пасху, был большой выбор пасхальных яиц, учебных принадлежностей, письменных приборов из мрамора и бронзы, много кожаного товара: портфели, бьюары, папки для адресов, несесеры и т.д.²³

Издательская деятельность Н.В. Гаевского

С 1910 г. Н.В. Гаевский начал издавать журнал «Весь мир». Это еженедельный литературный, художественный, общественный и популярно-научный журнал. – Петроград: Игнациус, 1910-1918. С ним сотрудничал выдающийся фотограф К.Булла. Места издания: 1910-1914 Санкт-Петербург; 1915-1918 Петроград.

Издательства: 1910-1911 № 10 Н. В. Гаевский; 1911 № 11 - 1912 № 7 В. И. Рамм; 1911 № 45 Е. И. Рамм; 1912 № 8 - 1916 № 36 - акционерное общество «Слово»; 1916 № 37 - 1918 Г. Г. Игнациус²⁴. Главная контора журнала находилась на В.О. 5 линия, д.54.

«Весь мир» являлся изданием нового типа. До него существовала периодика художественно-литературная, либо общественно-политическая, либо популярно-научная. Не было журнала, где бы наряду с отражением новейших литературных и художественных течений, были бы отражены течения общественной мысли и политической жизни, а равно в совершенно популярной форме излагались последние завоева-



Магазин на Литейном, д.28



Юмористический журнал «Петербургская стрела»

ния науки. Издавая журнал, Н.В. Гаевский представлял отделы: художественно-литературный, критический, научно-популярный, общественный, отдел иллюстраций с картин известных художников. Программа журнала состояла из: отдела Беллетристики — рассказы, романы, повести, стихи, мемуары отечественных и иностранных авторов с рисунками известных художников, Популярно-научный отдел содержал статьи русских и переводные статьи иностранных ученых, театральный отдел украшался иллюстрациями и помещал информацию о постановках русских и зарубежных театров, в спортивном отделе публиковалась информация о спортивных мероприятиях, портреты призеров различных соревнований, модный отдел помещал новости из парижского корреспондента, модели лучших домов Парижа, Лондона и Вены.²⁵

С 1911 г. в журнале были введены новые отделы «Самообразование» «Народный университет» под редакцией Н.Рубакина, а также отдел «Са-

тиры и юмора», в котором приняли участие А.Аверченко, Н.Архипов, В.Дорошевич, Теффи и др.

Н.В. Гаевский помимо обычных премий в виде собраний сочинений, предлагал письменный прибор из настоящего оникса, отделанный под серебро.

Издание журнала — дело хлопотное, требующее не только больших финансов, но и многих усилий, поэтому он оставил это дело. С №11 1911 г. редактором-издателем стал В.И. Рамм, который изменил программу журнала и поменял рисунок обложки.

В 1910 г. Н.В. Гаевский приступил к изданию юмористического журнала «Петербургская стрела»: Иллюстрированный вестник. Новый юмористический журнал. Вышло восемь номеров, из них седьмой был конфискован. №8 повторил содержание №7 с частичной заменой текста.²⁶

Завершение деятельности

В 1910 г. Н.В. Гаевский, видимо, ушел на покой и вместе с женой Верой Александровной²⁷ переселились в Лес-



Гаевский среди друзей

ной, где проживали по адресу Большая Обьездная (с 1965 г. ул. Орбели²⁸), д.9 В 1916 г. они переехали в том же Лесном, но на ул.Васильевская, д.24²⁹. В доме Н.В. Гаевского на семейные торжества собирались его родственники и друзья.

В 1916 г. оставив предпринимательскую деятельность, Н.В. Гаевский не прекратил благотворительную работу, пребывая членом Императорского человеколюбивого общества, Свято Георгиевской общины Красного Креста, Николаевского братства и Приюта принца Ольденбургского³⁰.

Императорское Человеколюбивое общество — одно из старейших российских благотворительных обществ. Возникло в Петербурге при Александре 1 вначале под названием «Благотворительное общество», право на деятельность было закреплено законом от 16 мая 1802 года³¹. Заведовала обществом мать Александра 1 – вдова императора Павла 1 императрица Мария Федоровна. В 1816 году получило название «Императорское Человеколюбивое общество». Просуществовало более ста лет, до 1918 г.

Николаевское православное братство основано в 1865 г. на берегу Большой Невки на Черной речке в Головинском пер, д.8 Выборгской стороны. В 1871 г. на берегу построили церковь св. Николая Мирликийского чудотворца в память безвременно почившего 12 апреля 1865 г., в Ницце, наследника престола, государя цесаревича и великого князя Николая Александровича. При церкви устроили приют и богадельню, а в 1876 г. основано братство, заботой которого «является благолепие храма и содержание им благотворительных заведений — богадельни для старцев и приют для девочек и мальчиков»³².

Свято-Георгиевская община — первая в С.-Петербурге община сестер милосердия, созданная в ведении Российского общества Красного Креста. Она играла заметную роль, будучи крупнейшей и по числу сестер и по масштабам лечебной деятельности. Созданная в 1870 г., первоначально Община располагалась на Петербургской стороне, 22³³.

Приют принца Петра Григорьевича Ольденбургского основан в С.-Петербурге в 1846 г. как воспитательное учреждение, целью которого было образование детей обоего пола без различия их происхождения, состояния и вероисповедания. Первоначально приют располагался по 5-ой Рождественской ул. Вскоре был открыт приют на углу Глухого и Прачечного пер. Число желавших поступить в приют росло. В 1858 г. на углу Двенадцатой роты Измайловского полка и Дровяного пер. построили 4-х этажное здание приюта, где получали образование по типу средних учебных заведений с обучением мастерствам и рукоделиям, в т.ч. переплетному ремеслу³⁴. Выпускники приюта получали работу в различных мастерских города, в т.ч. на фабрике Н.В.Гаевского.

Таким образом, Николай Викторович Гаевский был потомственным дворянином, коммерции советником, владельцем фабрики конторских книг, переплетной мастерской и типографии, где изготавливали канцелярские принадлежности и производили переплетные работы. Н.В.Гаевский, как владелец обширного предприятия удостоен высочайших наград. Н.В. Гаевский владел несколькими магазинами по продаже бумаги, канцелярских товаров и учебных, чертежных и рисовальных материалов, издателем юмористических периодических журналов, а также благотворитель, жертвовавший большие суммы различным богоугодным и учебным заведениям. ■

Нина Георгиевна Кузьмина,
методист Российского творческого союза
работников культуры

Ссылки:

1. Весь Петербург на 1900 год : адресная и справочная книга г. С.-Петербурга. - [СПб.] : издание А.С. Суворина, 1900. С.127
2. Список фотографов и печатных дел мастерам, поставщикам двора его императорского Величества // Клуб филокартист.
3. Весь Петербург на 1900 год : адресная и справочная книга г. С.-Петербурга. - [СПб.] : издание А.С. Суворина, 1907. С.151
4. Справочная книга о лицах Петроградского купечества и других титулов, акционерных и паевых обществ и торговых домов, получивших... сословные свидетельства по 1-й и 2-й гильдиям, промысловые свидетельства 1 и 2 разрядов на торговых предприятиях, 1-5 разрядов на промышленных предприятиях предприятия, 2 и 3 разряда на личных промысловых занятиях... [на 1910 г.]. - 1910. - [3], 826 с.Купеческая книга на 1910 г. С.117
5. Адрес-календарь. Ч. 1-2: Общая картина начальствующих и других лиц, виновных по всем управлениям в Российской империи в 1881 году. - СПб. Тип. Правительствующего Сената. 1881. Ч.1. С 554
6. Горбачевич К.С., Хабло Е.П. Почему так названы?. - Л. Лениздат. 1985. С.214
7. Адресная книга города С.-Петербурга на 1893 г. / сост. при содействии Гор. обществ. упр. под ред. П.О. Яблонского. - СПб.: Лештуковская паровая скоропечатня П.О. Яблонского, 1893. С.62
8. Горбачевич К.С., Хабло Е.П. Почему так названы?. - Л. Лениздат. 1985. С.194
9. Адресная книга города С.-Петербурга на 1895 г. / сост., при содействии Гор. обществ. упр., под ред. П.О. Яблонского. - СПб.: Лештуковская паровая скоропечатня П.О. Яблонского, 1895. С.48
10. ЦГИА СПб. Фонд 513. Опись 102. Дело 4231. Л.60
11. Адресная книга города С.-Петербурга на 1900 г. / сост. при содействии Гор. обществ. упр. под ред. П.О. Яблонского. - СПб.: Лештуковская паровая скоропечатня П.О. Яблонского, 1899. С.123
12. Адресная книга города С.-Петербурга на 1898 г. / сост. при содействии Гор. обществ. упр. под ред. П.О. Яблонского. - СПб.: Лештуковская паровая скоропечатня П.О. Яблонского, 1897. ВПб 1898. С.2062
13. Адресная книга города С.-Петербурга на 1902 г. / сост. при содействии Гор. обществ. упр. под ред. П.О. Яблонского. - СПб.: Лештуковская паровая скоропечатня П.О. Яблонского, 1902. С. 2153
14. Перов В.П. Список фабрично-заводских промышленных заведений С.-Петербургской губернии, подчиненных надзору фабричной инспекции / сост. В.П. Перов. - Санкт-Петербург : Тип. "Т-ва Андерсона и Лойцянского", 1909. С.20
15. Полевая поездка офицеров Генерального штаба Петербургского военного округа 1901 года [на Белое море : альбом]. - СПб. : Паровая типография Н.В. Гаевского, 1901. - [2] л. текста, 26 отд. л. изображений в папке
16. Ежегодник императорских театров : издание Дирекции императорских театров. Сезон 1902/1903, кн. 2 / ред. Л.А. Гельмерсена. - СПб : Типография Императорских С.-Петербургских театров, 1903. - 96 с.,
17. Электронный ресурс <https://capellabook.ru> (дата обращения 12.12.2023)
18. Весь Петербург на 1907 год : адресная и справочная книга г. С.-Петербурга. - [СПб.] : издание А.С.Суворина, 1907. С.151
19. Санкт-Петербургское купечество и торгово-промышленные предприятия города. К 200-летию юбилею столицы. 1903 г. Ч. 1. С. 47
20. Электронный ресурс <https://krsk.au.ru/18569819-f-m-dostoevskij-polnoe-sobranie-sochinenij-toma-1> (дата обращения 25.09.2023)
21. Барышников М.Н. Деловой мир Петербурга. Исторический справочник. - СПб. Логос. 2000. С. 124
22. Список фабрик и заводов Российской империи. - СПб. Тип. В.Ф. Киршбаума. 1912 г. С.125
23. Открытие нового магазина //Наш век. 1906. С.3.
24. Электронный ресурс <https://www.prlib.ru/item/1177098> (дата обращения 15.12.2023)
25. Программа журнала // Весь мир. 1911. №33. С.32
26. Электронный ресурс <https://primo.nl.ru/primo-explore/fulldisplay?docid=07N> (дата обращения 18.12.2023)
27. Весь Петербург на 1910 год : адресная и справочная книга г. С.-Петербурга. - СПб. : издание А.С. Суворина, 1910. С.132
28. Горбачевич К.С., Хабло Е.П. Почему так названы?. - Л.: Лениздат. 1985. С 272
29. Весь Петербург на 1916 год : адресная и справочная книга г. С.-Петербурга. - [СПб.] : издание А.С. Суворина, 1916. С.143
30. Справочная книга о лицах Петроградского купечества и других титулов, акционерных и паевых обществ и торговых домов, получивших... сословные свидетельства по 1-й и 2-й гильдиям, промысловые свидетельства 1 и 2 разрядов на торговых предприятиях, 1-5 разрядов на промышленных предприятиях предприятия, 2 и 3 разряда на личных промысловых занятиях... [на 1910 г.]. - 1910. - [3], 826 с.Купеческая книга на 1911 г. С.118
- 31.. Россия. Законы и постановления. Полное собрание законов Российской империи. [Собрание 1-е. С 1649 по 12 декабря 1825 г.]. - СПб., 1830. : Тип. 2-го Отд-ния Собств. Е.И.В. канцелярии Т. XXVII. № 20266
32. Весь Петербург на 1911 год : адресная и справочная книга г. С.-Петербурга. - СПб. : издание А.С. Суворина, 1911. Стлб. 1015
33. Энциклопедия благотворительности СПб <http://encblago.ifond.spb.ru/showObject.do?object=2824182276> (дата обращение 19.12.2023)
34. Общественное признание // Энциклопедический словарь Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона в 82 и 4 доп. ТТ. — С.-Пб.: Брокгауз-Ефрон. 1890—1907. Т.86. С.176

Экономия для хорошей экономики, или Зачем резать



Дмитрий Самохвалов
руководитель,
«Смарт-НН»
[Н. Новгород]



Евгений Фролов
руководитель,
«Смарт-НН»
[Н. Новгород]

Экономика полиграфического производства в последнее время становится все более актуальной. Времена, когда на одном заказе можно было получить 200–300% прибыли, ушли в прошлое. Сейчас совсем другая норма прибыли. И необходимость экономить — задача для многих руководителей российских типографий.

Ни для кого не секрет, что существенная доля затрат в любом полиграфическом заказе приходится на запечатываемый материал (бумагу, картон и т.д.), и возможность сэкономить на нем может обеспечить дополнительную доходность типографии. Один из способов — использовать специальные форматы запечатываемых материа-

лов, а не типовые, которые используют крупные мировые поставщики бумаги и картона. Эту тему мы обсудили с руководителями компании «Смарт-НН», занимающейся поставками бумаги и картона заказных форматов для российских типографий. Нашими собеседниками были Евгений Фролов и Дмитрий Самохвалов. С Дмитрием — владельцем нижегородской типографии «АПД», мы уже не раз общались.

Трансформация в бизнес

«Идея бизнеса по предоставлению типографиям бумаги и картона экономически оправданных форматов появилась более 11 лет назад. — рассказывает Евгений. — В то время у меня уже была компания «Смарт-НН», бизнес которой заключался в продаже бумаги и картона для типографий. В те времена можно было приобретать бумагу на Западе и продавать ее в России. Однажды судьба свела меня со специалистом по снабжению, которая занималась закупками материалов для типографии «АПД», она в силу личных причин вынуждена была сделать перерыв в работе и предложила ее заменить. Попробовали работать таким образом, и все получилось».

В результате Евгений какое-то время работал одновременно и поставщиком, и закупщиком материалов для типогра-



На складе «Смарт-НН» большие запасы рулонной бумаги и картона российского и белорусского производства. Компания также режет офсетную и даже газетную бумагу



Благодаря высокой производительности современных машин Goodstrong GMC SSCT-5, GMC TC-1600 и GMC TC II-1600, компания «Смарт-НН» обеспечивает кратчайшие сроки выполнения заказов и безупречное качество: самую высокую точность резки, а так же чистый и четкий рез без волокон и пыли

фии «АПД». Такой подход оказался рабочим. Дмитрию же было важно, чтобы в его типографии на момент начала печати тиража у печатника на печатной машине была нужная бумага в необходимом количестве и хорошего качества. И с этой задачей успешно справлялся Евгений.

«Обычно типографии держат бумагу на своем складе: закупают ее заранее, хранят, учитывают расход и т.д. Все это непросто, и требует персонала и отдельных площадей для хранения, — говорит Дмитрий. — В нашем случае бизнес стал строиться по другому принципу. Все вопросы с бумагой были проблемой компании «Смарт-НН», задача которой была обеспечить типо-

графию «АПД» необходимой бумагой в нужное время. Это оказалось очень успешным решением для типографии, поскольку полностью избавило ее от «бумажных» вопросов».

Но использовать бумагу или картон типового формата, который используют международные поставщики, не всегда удобно. В большинстве случаев этот формат избыточен для большинства типовых заказов. Типовых форматов, в которых продается листовая бумага, совсем не много. Чаще всего используется всего четыре: 62х94, 64х90, 70х100 и 72х104. Они используются как наиболее универсальные для большинства типовых заказов. Но на практике эти форматы в своем боль-

шинстве избыточны. Например, спуск полос 16-страничной тетради журнала формата А4 отлично укладывается на лист 62х88 см. А печатают эти спуски типовыми форматами 62х94 или 64х90. В результате с каждого листа типография вынуждена отправлять в макулатуру полоску бумаги 6х62 см или около 6% площади листа (при формате листа 64х90 — 7%). А если учесть, что бумага составляет главную часть затрат на печать тиража, то терять 6-7% просто так совершенно неразумно.

Именно так решили в «АПД» и начали приобретать рулонную бумагу для своих заказов. Сразу же для этой задачи в типографии появилась машина для резки рулонного материала на листы нужного формата: «Начинали, конечно, с себя. Приобретали рулонную бумагу и резали ее на формат под свои заказы. Это давало вполне заметную экономию на каждом заказе. Потом решили, что это можно трансформировать в бизнес — предлагать другим типографиям заказные варианты форматов листов. В итоге машина для резки рулонной бумаги на листы переехала из типографии на отдельное производство».

Сила убеждения

«Нельзя сказать, что бизнес сразу активно пошел в гору, — отмечают Дмитрий и Евгений. — Российские типографии не готовы были понимать экономику работы с бумагами специальных форматов. Все, наоборот, хотели форматы типовые, к которым привыкли. Тогда еще можно было приобретать бумагу из Европы или Китая типовых форматов. Мы тогда пытались более активно работать с типографиями — разъясняли им преимущества работы с заказными форматами. Но зачастую нам говорили, что «наш спуск на листы меньше, чем 62х94, не влезает». Приходилось ехать в типографию или приглашать в «АПД» и показывать на практике, что все уместится, и еще можно экономить. И когда это удавалось донести до руководителей типографий, многие начинали понимать, сколько бумаги они теряли раньше. Постепенно бизнес по резке бумаги на заказные форматы начал активно развиваться».

Поставщики

Серьезный скачок в развитии компании «Смарт-НН» получила при появлении возможности резки на формат отечественной мелованной бумаги фабрики «Илим» — «Омела». Это и сейчас наибольшая доля бизнеса, хотя сейчас к

«Омеле» добавился мелованный картон Добрушской бумажной фабрики из Беларуси, бумага офсетная Светогорского ЦБК, а также легкомелованная бумага «УралБрайт» группы компаний «Кама». «Когда мы только начинали работать с бумагой «Омела», — вспоминают руководители, — от ряда заказчиков поступали рекламации. Причем были интересные особенности. Разматывали один рулон для двух разных заказчиков: у одного все отлично печатается, у другого — «не идет». Но нам очень помогало, что мы эту же бумагу использовали у себя в типографии «АПД» и отлично знали все ее особенности. Приходилось даже выезжать к заказчику и помогать ему настраивать успешный печатный процесс. Все подобные усилия привели к тому, что число потребителей нарезанной на формат бумаги стало расти».

Для качества

Сейчас компания «Смарт-НН» использует три флаторезные машины для резки бумаги на формат в своем родном Нижнем Новгороде. Накопленный опыт позволил не просто увеличить объем продаваемой форматной бумаги. Много сделано для того, чтобы качество нарезанной бумаги было максимально высоким. Для этого используются очень серьезные флаторезные машины с двухножевым механизмом резки, дающим максимальную точность и качество реза. Кроме того, в «Смарт НН» доработали эти машины, добавив к ним устройство увлажнения бумажного полотна в процессе резки. За счет этого удается снизить статический заряд бумаги в стопе, что улучшает отделение листа в самонакладе печатной машины и снижает его деформацию при печати в типографиях.



Polar 137 и новая одноножевая резальная машина китайской компании HPM

Несколько лет назад компания «Смарт-НН» приобрела устройство для резки мастер-рулонов бумаги на более узкие: «Ту же бумагу «Омела» мы можем приобретать в мастер-рулонах большой ширины. Это выгоднее, чем покупать рулоны типовых форматов. При этом мы можем распустать их на рулоны произвольных форматов, из которых потом еще удобнее нарезать листы нестандартных размеров».

Для надежности

Для надежности и стабильности доставки бумаги заказчикам «Смарт-НН» имеет свой парк автотранспорта: «Какое-то время назад мы использовали сторонние транспортные службы, но надежность такой доставки оставляла желать лучшего. Паллеты с бумагой ухитрялись рассыпать или ударить. В результате решили, что лучше иметь свой автопарк и своих водителей, с которых можно спросить и которые понимают, что везут и делают это аккуратнее. В итоге у нас сформировался автопарк из нескольких двадцати и десятитонных автомобилей».

Некоторое время назад компания «Смарт-НН» открыла представительство в Подмоскovie: «Тогда мы начали ощущать заметный спрос со стороны заказчиков из Москвы и области. Мы вполне успешно обслуживали московских заказчиков из Нижнего Новгорода, но объемы росли, и было решено открыть филиал — «ОптиФорм». В результате во Фрязино встала еще одна флаторезная машина, в первую очередь для резки картона из Добруша. Именно на этот продукт есть спрос в Москве. Хотя филиал открыт всего лишь полтора года назад, рост заказов такой, что сейчас мы ставим туда вторую флаторезную машину. Уже купили ее в Китае, и сейчас она проходит таможенное оформление в районе Владивостока. Так что скоро будем монтировать и сможем заметно увеличить объемы картона, который режем для Москвы и области».

«Все включено»

Процесс развития бизнеса в «Смарт-НН» идет постоянно. Недавно в компании появилась новая одноножевая резальная машина. Раньше «АПД» и «Смарт-НН» использовали резальное оборудование компании Polar. «Сейчас приобретать европейские машины стало не очень выгодно, у них заметно упало качество и повысилась цена — отмечает Дмитрий. — Поэтому решили присмотреть себе резальную машину в Китае. Гильотины нам нужны. Дело в том, что на флаторезном оборудовании можно нарезать листы

достаточно больших форматов, как правило, для машин полного формата. А у нас все чаще и чаще спрашивают листы для полуформатных печатных машин, а то и для цифровых форматом А3+. Такие форматы мы получаем из больших листов, разрезая их пополам или даже на четыре части. Так что гильотины нам необходимы. А с учетом того, что спрос на малые форматы растет, мы решили приобрести еще одноножевую резальную машину. На выставке в Китае выбрали двух производителей, оборудование которых показалось наиболее интересным.

Одним из них была компания НРМ, представителем которой в России является компания «Т-Системы». Мы хорошо с ними знакомы — имели положительный опыт в прошлом. Поэтому работать с ними мы были готовы, и цена на машину оказалась вполне приемлемой. Можно было приобрести эту машину чуть дешевле через посредников в Китае, но при этом самим как-то организовывать доставку и монтаж. А у компании «Т-Системы»: «все включено». В итоге все прошло очень удачно — машина приехала и отлично работает. И почти сразу мы заказали еще одну резальную машину НРМ.

Экономия «на заказ»

Надо сказать, что запасы рулонных материалов на складах «Смарт-НН» в Нижнем Новгороде внушительные. Помимо основных брендов («Омела», «УралБрайт», «Светогорск» и «Добруш»), есть и другие материалы. Компания



Основные сорта бумаг и картонов для флатовки:
«Омела», «УралБрайт», «Светогорск» и «Добруш»

режет офсетную и даже газетную бумагу. На это тоже есть спрос. А часто типографии сами привозят бумагу на резку.

Бизнес по «заказным форматам» продолжает развиваться. Это и неудивительно, какой бы успешной не была типография, возможность дополнительной экономии еще никому не мешала. А использовать бумагу заказных форматов под конкретное оборудование и задачи — один из самых надежных путей экономии.

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

«Пресс-Информ»: о ресурсе цифры и правильном выборе



Эльдар Шемсудов,
технический директор,
«Пресс-Информ»,
[МО]

С началом СВО многие иностранные компании, работавшие в России, решили уйти. Сделали это и многие компании из полиграфического сегмента бизнеса. Это должно было создать проблемы российским типографиям, особенно цифровым, поскольку они завязаны на иностранных поставщиках как в плане оборудования и его обслуживания, так и всех расходных материалов. Но практика прошедших двух с лишним лет показывает, что некоторые российские партнеры этих поставщиков успешно их заменяют — клиенты продолжают успешно работать, получая все необходимое. Пример такой ситуации — типография «Пресс-Информ» из Подмосквья. Эта динамично развивающаяся компания изначально занималась только выпуском рекламных газет. Но потом значительно расширила спектр предоставляемых услуг: от разработки дизайн-макетов до выпуска различной полиграфической продукции, а также широкоформатной печати, изготовления

сувениров и многого другого. Ее офисы расположены в городах Мытищи, Пушкино, Королев. Эта типография использует цифровую печатную технику. Весь необходимый для работы сервис она получает от компании «Нисса Центрум», которая поставляет и обслуживает профессиональные ЦПМ Canon более 20 лет. О том, как создавалась типография и как развивается сейчас, нам рассказал ее технический директор Эльдар Шемсудов.

Сначала были газеты

«Начиналось все с издания рекламной газеты в конце 90-х годов, — рассказывает Эльдар. — В то время такие газеты с рекламными объявлениями выходили практически в каждом российском городе. Для Мытищ такую газету делали мы. Мы ее издавали, но сами не печатали. Но так получилось, что многие компании, которые размещали в ней рекламные объявления, спрашивали: а что вы можете еще нам предложить для продвижения нашей компании? Когда стало понятно, что количество таких вопросов растет, мы решили открыть свою типографию. Тогда большой популярностью пользовались рекламные листовки для раскладывания в почтовые ящики. Мы приобрели ризограф и начали печатать эти листовки — в одну или реже в две краски вполне приличными тиражами. И даже сейчас мы продолжаем использовать ризограф в своей работе, конечно, другой, более современный. С точки зрения экономики, для ряда задач ризограф по-прежнему вне конкуренции.

Первый Canon

Но печатные возможности ризографа все же ограничены, — продолжает Эльдар. — Он не может работать с плотными бумагами, не печатает полноцветные изображения и т.д. А наши заказчики все чаще просили сделать продукцию, которую на ризографе не напечатаешь. И мы начали думать о цифровой печатной машине. Стали изучать рынок, чтобы понять, какую цифровую технику выбрать: Xerox, Konica Minolta или Canon. Xerox был у моего знакомого, в принципе, неплохая машина, но владелец неожиданно для себя столкнулся с проблемами по сервису и поддержке. Konica Minolta не очень устроила по качеству печати. В итоге выбрали Canon, и с тех пор ни разу об этом не пожалели. Первая цифровая машина Canon у нас появилась больше 20 лет назад.

В то время мы были еще не очень опытными в плане выбора оборудования, и приобрели цифровую машину



Для ряда задач в типографии успешно используется ризограф



В «Пресс-Информ» в настоящее время работает две цифровых печатных машины Canon: IPC710 (слева) и IPC650. Они совместимы по расходным материалам и запчастям





Широкоформатная печать — важная часть бизнеса типографии. Здесь тоже работает техника Canon

Canon младшей серии у одного из дилеров, которых тогда было довольно много. Многие небольшие типографии начинают с МФУ, которые у компании Canon тоже есть, но мы начали пусть с младшей, но все же печатной машины. МФУ хорошо подходит для простых работ, например, распечатать студенческий диплом или сделать копию с документов. А нам нужна была машина, которая могла бы работать с более плотными бумагами. МФУ обычно ограничено плотностью 160-200 г/м², и качество цветопередачи оставляет желать лучшего, особенно для работ, в которые заказчик вложил душу и деньги (качественная фотосъемка, профессиональная обработка изображений, дизайн и т.д.). Поэтому приобрели мы цифровую машину, хотя позднее МФУ у нас тоже появилась, но для простых задач типа копирования документов.

Приобретенная машина успешно работала и всем устраивала, но ее обслуживание оказалось не на высоте. Бывают задачи, когда что-то не идет, возникают какие-то сбои. Обращение в сервисную службу нашего поставщика, к сожалению, результатов, не давало. Знакомые мне дали телефон инженера, который разбирается в машинах Canon и может помочь. И он действительно помог! Это был инженер из «Нисса Центр». Я, конечно, знал о существовании этой компании, и знал, что они занимаются оборудованием Canon, но тут стало понятно, что работают в ней серьезные профессионалы. Поэтому все следующие цифровые машины мы приобретали уже у них.

Только Canon

За двадцать с лишним лет в типографии «Пресс-Информ» побывало несколько поколений цифровых машин Canon. Начиналось все с младшей серии машин, постепенно класс машин рос, и сейчас в типографии уже используются Canon imagePRESS C650 с навесным контроллером EFI и Canon imagePRESS C710 с внутренним контроллером, приобретенная около года назад: «На этих машинах мы печатаем самую разнообразную полиграфическую продукцию. Довольно частые заказы — визитные карточки. Многие хотят иметь визитки на «дорогой бумаге», то есть на плотной фактурной бумаге 380-400 г/м². Печатать на такой непросто, но один из важнейших плюсов наших машин Canon — способность успешно «переваривать» такие бумаги. Также плотные бумаги идут на обложки для книг и 4-х страничных буклетов, которые по желанию заказчика должны еще и выполнять функции папки, то есть быть плотными и жесткими.

Конечно, сейчас рынок бумаги изменился. Раньше можно было использовать качественные европейские бумаги, которые были в большом ассортименте. С началом СВО их не стало, остались только отечественные и китайские. Они другого качества, но профессиональные машины Canon успешно на них печатают, практически без потери качества, хотя выбирать бумагу теперь нужно более пристально».



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
- ◎ Расфуровка 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 —
листочек 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



В типографии большой ассортимент послепечатного оборудования

Большой ресурс

«Разумеется, мы печатаем не только на сложных бумагах, но и любую типовую полиграфическую продукцию: листовки, каталоги, журналы, книги, блокноты и т.д., — продолжает Эльдар. — Достоинство цифровой технологии в том, что можно печатать продукцию тиражом от 1 экз. Много лет нашей основной рабочей лошадкой была одна цифровая машина. Новую машину мы приобретали, когда становилось понятно, что предыдущая подходит к концу своего ресурса. Ее запускали, а старую оставили на подстраховку. Хотя в плане ресурса Canon всегда радовал. Многие расходные материалы и заменяемые части намного переживали запланированный для них производителем срок. То, что нужно было менять при пробеге в 250 тыс., у нас успешно работало до 400 тыс., что позволяло неплохо экономить. И это при том условии, что мы регулярно используем сложные и плотные бумаги, даже на тонком пластике печатаем, из которого делаем пластиковые карточки.

Но с помощью сервисных специалистов компании «Нисса Центр» мы успешно справляемся с самыми разными заказами. Очень радует и тот факт, что у компании все нужные тонеры и запчасти на складе. У себя мы тоже держим запас расходных материалов и некоторых запчастей, но у «Нисса Центр» на складе есть всегда все необходимое. Мы ни разу не попадали в ситуацию, когда чего-то не было или нужно было долго ждать. Даже уникальные, редко выходящие из строя детали всегда находят очень быстро. У нас было пару таких случаев, когда ломалось что-то уникальное, чего на складе нет, машина вставала, но «Нисса Центр» быстро находила нам эту запчасть и по вполне гуманной цене».

Новая машина

Постепенно объем заказов в типографии увеличивался, и одной машины стало мало, особенно в сезон. Поэтому в прошлом году в «Пресс-Информ» решили к сезону приобрести еще одну цифровую машину. И хотя это уже были санкции, компания «Нисса Центр» предложила новую машину Canon imagePRESS C710 в более бюджетной комплектации

с внутренним контроллером: «Мы решили приобрести вторую машину в августе, а получить ее хотели к началу сезона, то есть в сентябре, — говорит Эльдар. — Специалисты «Нисса Центр» успешно справились. В прошлом сентябре у нас заработала новая машина. Canon imagePRESS C710 подошла нам идеально. Скорость 70 стр/мин, формат до 330*1200 мм, автоматический дуплекс до 330*762 мм. Благодаря сканеру почти автоматическая приводка лицевой и оборотной стороны. Модель imagePRESS C710 очень похожа на нашу предыдущую машину imagePRESS C650 и совместима с ней по запчастям процентов на 90. Это очень удобно. У них одинаковые тонер-картриджи, барабаны, узлы печки и т.д. То есть при наличии двух печатных машин в работе, комплектов расходки и запчастей на складе можно иметь один на двоих, что выгодно, так как замороженных средств меньше».

Были небольшие опасения, поскольку у Canon IP C650 РИП (контроллер) аппаратный, а новую машину мы приобретали с его программным аналогом. Но практика показала, что опасались мы напрасно, и различия в качестве работы двух машин мы не заметили. Видимо, и в аппаратном, и в программном РИП используются одни и те же алгоритмы обработки задач, только в первом случае это делает компьютер, повешенный на цифровую машину, а во втором — компьютер оператора».

Всегда на складе

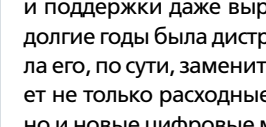
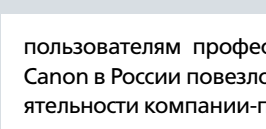
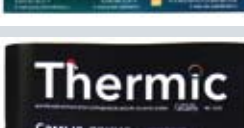
«В плане расходки и запчастей «Нисса Центр» очень помогает. Как им это удастся в санкционное время, сложно сказать, но сейчас комплект тонеров для наших машин — по цене, практически совпадающей с той, что была до начала СВО. И на складе все есть. Был только небольшой «нервный» период — примерно два-три месяца весной-летом 2022 г. Тогда поставки остановились, но у нас были свои запасы, которые тоже могли скоро закончиться. Приходилось даже искать комплекты тонеров у перекупщиков по двойной-тройной цене. Но, спустя некоторое время, «Нисса Центр» отладила альтернативные каналы, и теперь с расходниками и запчастями проблем нет».

Наработав положительный опыт с цифровыми печатными машинами Canon, типография «Пресс-Информ» приобрела



Основу производственной программы типографии «Пресс-Информ» составляет типовая полиграфическая продукция небольшими тиражами

еще и широкоформатный инженерный плоттер компании Canon, а затем и другой, но уже для графических задач: «Для инженерного принтера неожиданно возник любопытный спрос. К нам стали часто приходить распечатывать выкройки. Оказывается, в России есть целый ряд



компаний, которые торгуют выкройками модной одежды. Они продают их в цифровом виде — файлы PDF. А затем покупатели этих файлов приходят к нам и их распечатывают. И это для нас оказалось бизнесом».

По мнению Эльдара, пользователям профессиональных цифровых машин Canon в России повезло. Несмотря на приостановку деятельности компании-производителя, уровень сервиса и поддержки даже вырос. Компания «Нисса Центр» долгие годы была дистрибутором Canon, а теперь смогла его, по сути, заменить. Сейчас она активно предлагает не только расходные материалы, запчасти и сервис, но и новые цифровые машины Canon.



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

Цветные ЦПМ Canon imagePRESS V700/V800/V900



Отличная печать на фактурных материалах, баннерах и конвертах

- формат до 330,2 x 1300 мм
- скорость 70/80/90 стр./мин
- нагрузка до 500 000 страниц А4 в месяц
- плотность 52-350 г/м² в автодуплексе
- разрешение 2400x2400 dpi x 8 bit

Монохромные ЦПМ Canon varioPRINT 115/130/140



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

- ресурс 100 000 000 страниц
- скорость 117/133/143 изображений в минуту
- нагрузка до 2 200 000 изображений в месяц
- плотность 52-300 г/м² в автодуплексе
- максимальная погрешность регистрации 0,5 мм

NISSA | CENTRE

НИССА ЦЕНТРУМ – БОЛЕЕ 20 ЛЕТ ОПЫТ УСПЕШНЫХ ПОСТАВОК И СЕРВИСНОГО
ОБСЛУЖИВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ CANON
+7 (495) 956-77-19 | NISSA-CENTRE.RU

«Черноголовская Типография»: в фокусе эффект тактильности



Игорь Анатольевич Мыслев,
генеральный директор,
«Черноголовская Типография»,
[Черноголовка, МО]



Ирина Кriuлец,
коммерческий директор,
«Черноголовская Типография»,
[Черноголовка, МО]



Иван Удачин,
главный технолог,
«Черноголовская Типография»,
[Черноголовка, МО]

Таких типографий в нашей стране немного. В 1998 г. в подмосковной Черноголовке был построен завод

по изготовлению напитков. Он входил в группу предприятий ОСТ. Сейчас это один из крупнейших в России холдингов по производству напитков и продуктов питания. Но и тогда, на старте в 1998 г., это было самое современное производство. И в составе этого комплекса была своя типография для выпуска этикеток для бутылок. Это в своем роде уникальная типография:

ее проектированием занимались специалисты немецкой компании Heidelberg, они же и осуществляли поставку оборудования.

Тогда это была, наверное, самая современная типография России, выпускающая продукцию высочайшего качества. В ней работали современные многокрасочные офсетные печатные



Здание «Черноголовской Типографии»



В настоящее время типография использует печатные машины Heidelberg Speedmaster в шести- и восьмикрасочном исполнении с секциями лакирования оттисков

машины и различная послепечатная техника для отделки оттисков. Много лет назад была даже большая презентация по случаю открытия типографии, на которой были и журналисты нашего издательства.

С тех пор прошло более 25 лет. И вот мы опять побывали в гостях у «Чер-

ноголовской Типографии». Нашими собеседниками стали: генеральный директор Игорь Анатольевич Мыслев, коммерческий директор Ирина Криулец и главный технолог Иван Удачин. За прошедшее время многое на предприятии изменилось, но кое-что осталось неизменным.

Самостоятельность

«Черноголовская Типография» уже давно не является частью холдинга по производству напитков. Развитие индустрии напитков показало, что этикетка в современном мире должна быть либо самоклеящейся, либо полимерной. Сухая этикетка, для производства которой была построена офсетная типография, из оборота постепенно вышла. Соответственно, «Черноголовка» свои заказы стала размещать во флексографских типографиях, а «Черноголовская Типография» вышла из холдинга и стала развиваться самостоятельно.

Направление развития было выбрано в сторону производства картонной упаковки. У типографии был большой опыт в области качественной печати и отделки оттисков. Было решено докупить оборудование для изготовления картонной упаковки: прессы для высечки и оборудование для фальцесклейки. Теперь она успешно производит упаковку для пищевой про-

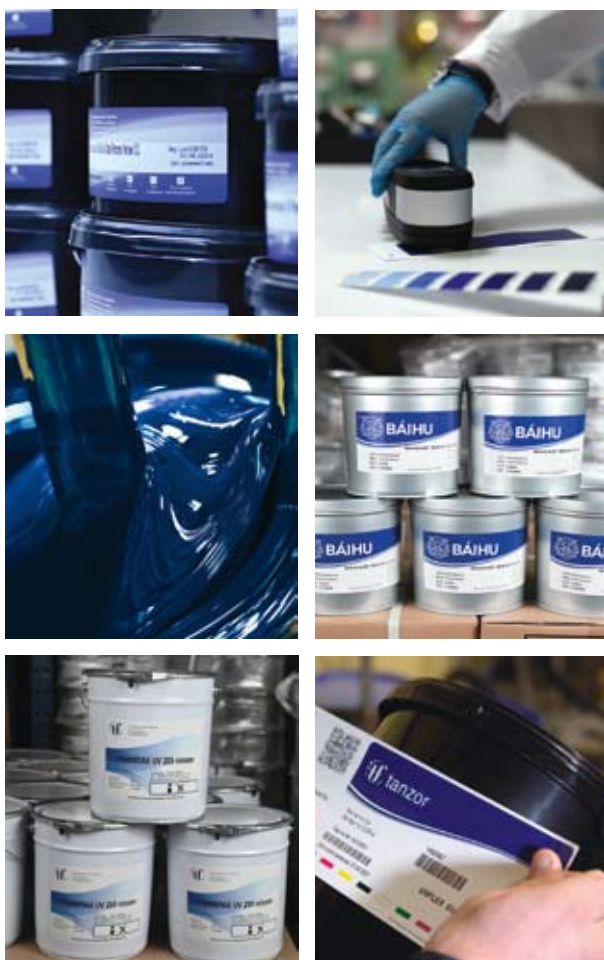


В типографии много специализированного оборудования для изготовления упаковки



- 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





Обширный парк специализированного оборудования позволяет производить большие объемы упаковки



мышленности (замороженные продукты, фастфуд, бакалея, чай, кофе, кондитерские изделия и т.д.), а также косметики/парфюмерии.

Важное преимущество

Одним из важнейших преимуществ «Черноголовской Типографии» является огромный опыт в области отделки полиграфической продукции. Исторически она осуществляла качественное тиснение фольгой, блинтовое и конгревное тиснение, использовала различные технологии лакирования. В типографии работают шестикрасочные и восьмикрасочные офсетные печатные машины в том числе с двойными лакировальными секциями. Такие конфигурации позволяют выполнять гибридное лакирование «в линию» (водный лак плюс УФ-лак), различные виды двойного лакирования (например,

сочетание матового и глянцевого лака), использовать пигментное лакирование, а также лакирование в два слоя. Наличие большого количества красочных секций в машине позволяет печатать СМУК+ с использованием большого количества дополнительных цветов, в том числе фирменных. Кстати, пригодилась и собственная колористическая лаборатория типографии, где могут подготовить любой фирменный цвет по желанию заказчика. Даже сейчас в России очень мало типографий, имеющих сходные возможности по печати и отделке «в линию».

Наличие возможности делать большой объем сложной отделки «в линию» позволяет «Черноголовской Типографии» иметь хороший уровень себестоимости на сложных заказах и, как следствие, гуманные цены для заказчиков. В итоге в последние годы типография стабильно из года в

год существенно увеличивает объемы производства.

Высокий уровень

Кстати, тогда после создания «Черноголовской Типографии» в 1998 г., ряд ее сотрудников были отправлены в Германию на обучение. Также тогда приезжал представитель учебного центра компании Heidelberg и почти полгода занимался обучением всего персонала и отладкой производственных технологий. В результате в типографии сформировалась очень высокая для России культура полиграфического производства, аналогичная европейской.

Модное направление

Около 10 лет назад к «Черноголовской Типографии» присоединилась компания «Арт-Ленд», занимающаяся производством бумажной посуды. С этого момента типография стала печатать и высекать заготовки для будущей посуды, которую компания «Арт-Ленд» превращает в готовое изделие.



В типографии также используется оборудование для изготовления бумажной посуды

Одним из интересных видов отделки продукции, которую использует «Черноголовская Типография», является софт-тач лакирование. Оно в последнее время становится все более и более популярным и модным. Специфические тактильные эффекты от печатной продукции повышают ее статус и переводят в премиальный сегмент. Поэтому софт-тач лакирование часто используется в упаковке парфюмерно-косметической продук-

ции, некоторых видов премиальных продуктов питания и т.д. Добиться такого эффекта можно двумя способами: ламинацией специальной пленкой и покрытие софт-тач лаком. В «Черноголовская Типография» используются

обе этих технологии, но намного эффективнее — лакирование. Это и для заказчика заметно дешевле, поэтому всем предлагают софт-тач отделку.

Эту технологию в типографии начали использовать в



Продукция типографии — картонная упаковка, в том числе с большой долей отделки

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!

2016 г., когда российская компания «Танзор» начала поставки соответствующего лака. По словам руководителей, на рынке часто встречаются предложения о поставке софт-тач лаков, и их время от времени на предприятии тестируют, но качество, которое получает предприятие, используя лак компании «Танзор», вне конкуренции. Уже первые образцы лака и первые пробные оттиски показали отличный результат, который очень понравился заказчикам. Сейчас «Черноголовская Типография» довольно много продукции печатает с использованием софт-тач лака, перерабатывая его в месяц до тонны, применяя его и в упаковке, и в производстве бумажной посуды. Когда в «Арт-Ленде» из пробных оттисков с софт-тач лаком изготовили стаканы, сразу появились серьезные крупные заказчики на стаканы с такой отделкой.

В ногу со временем

В настоящее время, как и многим, предприятию пришлось пересмотреть свои производственные технологии. Исторически использовались европейские материалы (бумага, картон, краски, химия, лаки и т.д.), но потом все это пропало или стало поставлять-

ся с перебоями. Типография успешно перешла на картоны из России, Белоруссии, а также из Китая. Очень порадовал ее и тот факт, что компания «Танзор» смогла сохранить возможность поставок лака софт-тач, к которому все привыкли.

Объемы заказов, которые выполняет типография, заметно выросли. Конечно, сначала заказчики постарались максимально упростить упаковку для экономии, но затем постепенно этот тренд ушел, и спрос на качественную сложную упаковку начали расти — объемы производства существенно выросли. Сейчас, как отмечают руководители, даже старые заказчики заметно увеличили свои заказы — до 30%. Появляются новые бренды и новые компании.

Сейчас возможность роста типографии ограничивается только площадью, поэтому первоочередная задача — масштабирование производства. В ближайших планах строительство еще одного производственного цеха: нужно и увеличивать производственную часть, и расширять склады. Ведь многие клиенты готовы увеличивать объемы заказываемой упаковки, а ее нужно где-то хранить.



«Черноголовская Типография» в своей работе использует материалы, поставляемые компанией «Танзор»

Пример «Черноголовской Типографии» показал, что специально спроектированное 25 лет назад производство и грамотный выбор оборудования в сочетании с профессиональным использованием и высокими компетенциями позволяет успешно работать и сейчас, когда уровень конкуренции многократно выше, чем в предыдущие годы. ■

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

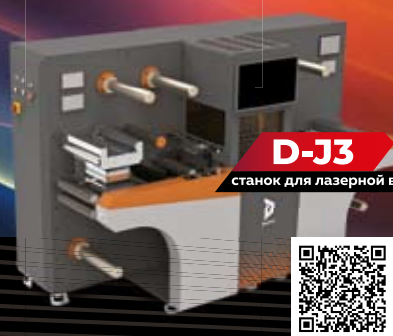
тонерный принтер
с белым цветом



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

разрешение печати **CMYK+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

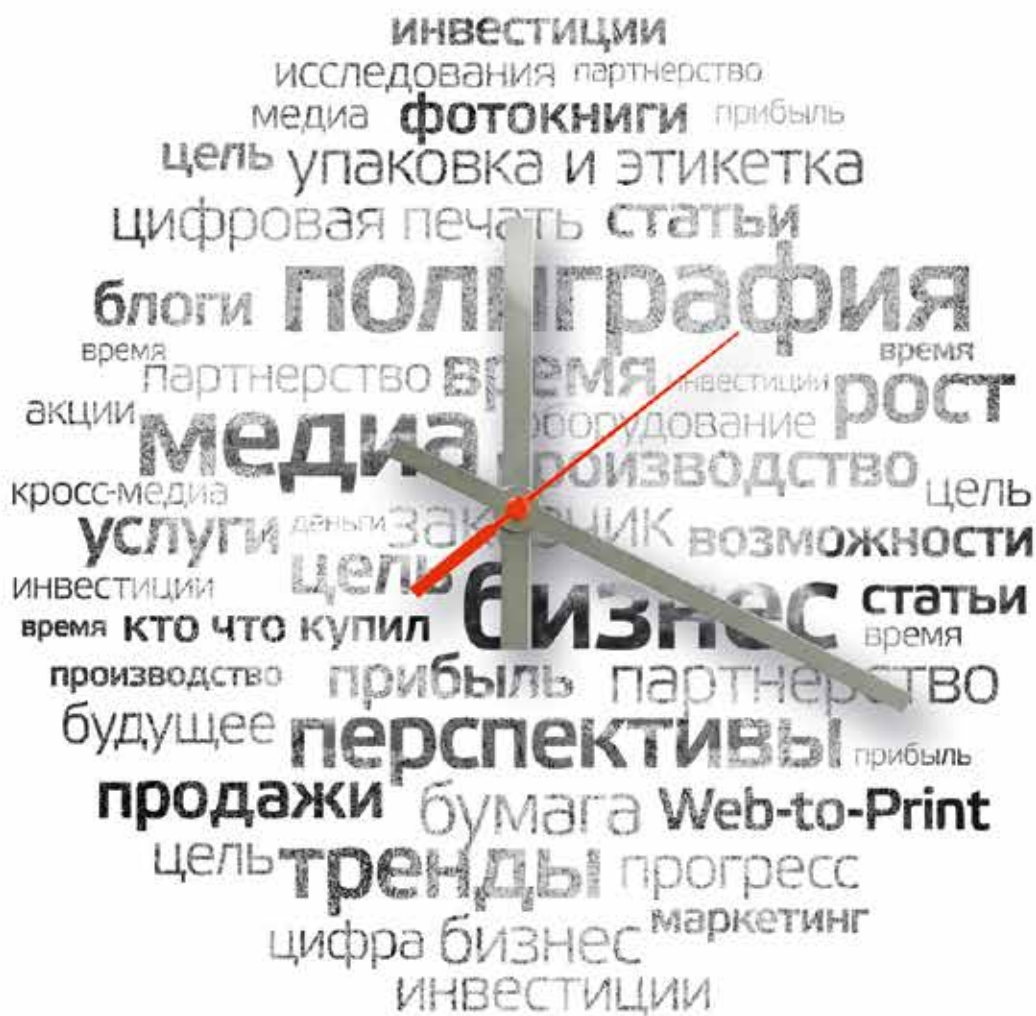
АЛМАТЫ
+7 (727) 339-3369

АСТАНА
+7 (7172) 52-2874

МИНСК
+375 (740) 740-9242

ТАШКЕНТ
+998 (90) 966-42-04

БИШКЕК
+996 (703) 46-30-84



Информационно-аналитический портал
для тех, кто принимает решения

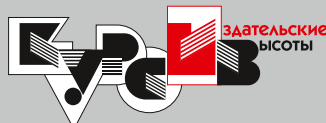
PrintDaily.ru

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»

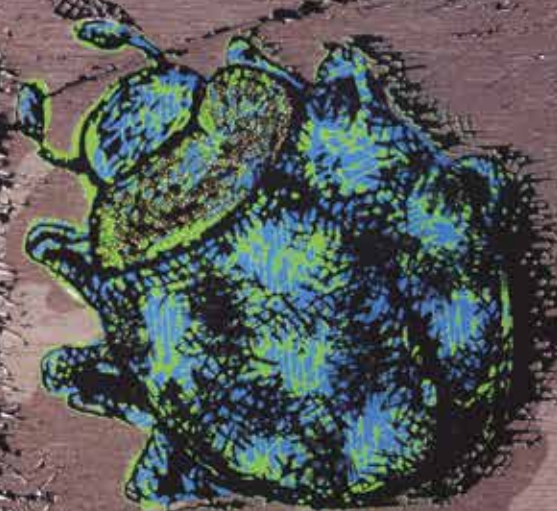


ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

+

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 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.ilingroup.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

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