

# ЭКСПЕРТЫ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ ДЕЛЯТСЯ ИТОГАМИ И ПЛАНАМИ



Конец года — традиционное время подведения итогов и планирования новой динамики. Как всегда накануне новогоднего перехода, мы надеемся, что грядущий год сложится непременно более успешно.

## Экспертам нашей статьи мы задали три вопроса:

1. **Каким был уходящий год для вашей компании — достижения, сложности? Как решались трудности?**
2. **Охарактеризуйте состояние полиграфической отрасли в настоящее время. Какие перспективы могут быть у компаний в текущей кризисной ситуации?**
3. **Время подведения итогов — это еще и время планирования деятельности в новом году. Какие планы у вашей компании?**

**Ответы — разные, но оттого особенно интересные и полезные для обмена опытом.**

Текущая непростая ситуация во всех отраслях экономики ставит новые задачи выживания и роста. Полиграфическая отрасль — не исключение: эксперты говорят о сложностях, стагнации, спаде в этой сфере промышленности. Сложности связаны и с зависимостью отрасли от импорта, и с таможенными препятствиями, и с нехваткой кадров, и с износом оборудования. Вместе с тем представители отрасли видят новые пути развития и точки перелома.

Вашему вниманию — уникальный итоговый материал. На страницах «Печатного Бизнеса» ведущие представители полиграфической отрасли делятся своим опытом. Вы узнаете о возможностях развития в сложных условиях, о разном опыте преодоления кризисных точек, о планах на ближайший год. И судя по тому, как дружно и активно откликнулись полиграфисты на тему материала, будущее у отрасли точно есть!



**Нина Светличная,**  
генеральный директор  
«ЯМ Интернешнл (Урал)»,  
(г. Екатеринбург):

1. В целом год для компании «ЯМ Интернешнл» был неплохой. Думали, будет хуже, в душе надеялись на лучшее. Если раньше результаты оценивались к концу года по тому, насколько компания увеличила свое присутствие на рынке, то сейчас для нас самое главное — сохранить ту долю рынка, которую мы имеем. Нам удалось на Урале сохранить всех своих партнеров по бизнесу, наших дорогих клиентов. Пожалуй, это наше основное достижение в 2015 году.

2. Как можно оценивать состояние полиграфической отрасли в кризисное время? Работать становится все тяжелее, рентабельность у всех падает. Меня как поставщика удивляет, что уральские полиграфисты все-таки совсем перестали договариваться между собой. Практически перестали общаться. Как-то раньше это было активнее, может, и не принесло больших результатов, но хотя бы периодически они садились за стол переговоров.

3. Теперь мы уже не мечтаем, а думаем

о мирном небе над головой. Давайте будем терпимее, внимательнее, доброжелательнее друг к другу. В планах — двигаться вперед, не стоять на месте. Всеобщими усилиями не дадим развалиться полиграфической отрасли.



**Антон Перехода,**  
генеральный директор  
ООО «АПОСТРОФ»  
(г. Москва):

1. Год был для компании трудный, чего скрывать. Считаю главным достижением года то, что при всей сложности ситуации с падением продаж оборудования нам удалось сохранить неизменным штат сотрудников, т.е. мы прошли этот год без сокращений и без ужимок. Всем искренне желаю, чтобы следующие года были намного легче.

2. Как охарактеризовать состояние полиграфической отрасли? Это смотря с какой стороны находиться в ней. Мне кажется, что для многих типографий этот год принес скорее разочарование, нежели большие потери. Работы меньше не стало, а вот затраты сильно изменились, расходные материалы и бумага се-

рьезно подорожали. При этом повысить цену конечному потребителю у типографий особой возможности нет, по крайней мере, сейчас. Если говорить про поставщиков расходных материалов — уверен, что у них все хорошо, даже при том, что продажи и снизились, но стоимость рублевая увеличилась вслед за увеличением стоимости валют. Со стороны же поставщиков оборудования положение такое: проекты на «классические машины» — простое оборудование малого класса — практически были единичными. Проекты же на специальные «большие» и «тяжелые» машины как раз и спасли ситуацию с поставками в этом году. Мы произвели несколько интересных инсталляций, и очень довольны таким результатом.

Ближайшие перспективы — ожидать более сложный 2016 год, таковым он будет по моему мнению. Так что необходимо — тянуть лямку, четко контролировать затраты и своевременно реагировать на потребности рынка. Продолжать оказывать услуги высокого качества, т.к. в условиях жесткой конкуренции — это главный критерий сохранения нынешних позиций на рынке.

3. Мечтается об отпуске, которого в этом году у меня не было. Это если

с иронией. Если без нее, то на мечты просто нет времени, впереди много сложной и серьезной, но при этом крайне интересной работы. Есть хорошие проекты, есть и уже открытые среди них, с поставками и инсталляциями для следующего года. Хотелось бы побольше таких проектов в будущем году, что мы и запланировали. Мы много изменили себя в этом году. Глобально изменена система поставок оборудования, а также отшлифована схема работы по условиям поставок оборудования от производителей. Это значит, что клиенты могут покупать машины напрямую с завода на условиях EXW, ведь многие типографии уже давно освоили этот непростой процесс, дающий некоторые преимущества и уверенность в прямых взаимоотношениях с производителем. Также есть планы по выходу на рынки стран таможенного союза, чего поставщики просили от нас давно, но мы все не решались. Похоже, время пришло.



**Виктор Тараскин, руководитель компании «Инновационный сервисный центр «ВТ» (г. Екатеринбург):**

1. Текущий год оказался для нас непростым, были финансовые потери, перебои с заказами. Но радует то, что коллектив с пониманием реагировал на все трудности и, как мне кажется, еще больше сплотился.

В этом году мы стали лауреатами конкурса Правительства Москвы «Лучшее инновационное предприятие г. Москвы».

2. Состояние полиграфической отрасли — кризисное. Будем переориентироваться на другие направления, развивать связи в регионах и за рубежом.

3. Чего хотелось бы — сохранить коллектив, больше думать и учиться, не отчаиваться — переживали и худшие времена.



**Владимир Баландин, директор ООО «Дубль В Центр» (г. Екатеринбург):**

1. Для компании «Дубль В» (г. Екатеринбург) за этот год произошло много событий. Основное — это открытие филиала в Екатеринбурге в мае 2015 г. У компании давно были планы присутствовать на данном рынке, а теперь появилась возможность привлечь опытную команду для организации старта продаж. За прошедшие 8 месяцев года компания «Дубль В» смогла занять заметную долю рынка материалов для полиграфии на рынке г. Екатеринбурга.

2. Полиграфическая отрасль под воздействием рыночных факторов в этом году потеряла заметную часть объемов, это отразилось на всех участниках рынка. На мой

взгляд, на сегодня мы близки к минимальной емкости рынка. Поэтому в перспективе хотелось бы наблюдать длительный процесс восстановления объемов и активности участников рынка. В рамках рыночных перспектив мы рассчитываем более активно заниматься продвижением широкого ассортимента продукции, который предлагает компания «Дубль В» своим клиентам.

3. В планах компании на следующий год — увеличение ассортиментных продаж на рынке Уральского региона. Прежде всего мы говорим о развитии продаж клеев, лаков, переплетных материалов, материалов для дизайна и цифровой печати, фольги, пленок для ламинации — это те группы, которые мы планируем развивать в следующем году. На мой взгляд, только предлагая клиентам широкую гамму материалов, мы сможем иметь конкурентную позицию на рынке.



**Павел Липатников, менеджер по маркетингу «ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть» (г. Екатеринбург):**

1. Самым значимым для нас событием уходящего года стал 25-летний юбилей компании «ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть», который мы отметили грандиозной выставкой полиграфического оборудования. Подготовка к выставке, возможно, стала самой большой сложностью, с которой столкнулась наша компания. Тут и масштаб выставки, и количество приглашенных гостей и выставляемого оборудования. Но мы достойно справились.

Еще одним из событий стало сотрудничество с компаниями OKI и HP. Выбор этих компаний был далеко не случайным. Нас они заинтересовали в первую очередь своим смелым и новаторским взглядом на развитие печатной технологии.

2. У любой компании, которая опирается на надежных поставщиков и старается быть первой, шанс пережить какие-либо трудности всегда выше. Мы стремимся следовать именно по этому пути.

Полиграфический рынок, как и любой другой бизнес сейчас, переживает общее снижение. Работать стало тяжелее, но без печатной и полиграфической продукции все равно никуда не деться, она остается востребованной. Одним словом, выстоим!

3. В планах — расти и развиваться дальше, а опыт команды и ресурсы компании позволяют успешно достигать поставленных целей.



**Андрей Тягунов, заведующий кафедрой полиграфии и веб-дизайна, Институт радиоэлектроники и информационных технологий УрФУ (г. Екатеринбург):**

1. Год оказался очень непростым. В связи с полным переходом на бакалав-

риат и магистратуру произошло сокращение нагрузки, что повлекло уменьшение заработной платы. Возможным решением этой проблемы было бы сокращение части преподавателей, но это даже не обсуждалось. Главная задача в этот непростой период — сохранение коллектива. Достижения, безусловно, были, но выделить бы хотелось проведение двух форумов — зимнего и летнего, организованных кафедрой для поддержания диалога полиграфистов Уральского региона. Думаем, это начинание будет полезно всем.

2. Что касается ситуации в отрасли, в целом усилилось параллельное с классическими видами печати применение цифровых технологий. Многие офсетные типографии пополнили свой арсенал струйными и электрофотографическими машинами. Производители классических печатных машин приступили к выпуску цифровых. Мы буквально на пороге новой технологической революции. В этой ситуации у кафедры перспектива очень понятная — расширение учебного материала по цифровым технологиям печати.

3. Конечным продуктом в деле подготовки специалистов должен быть не технолог с определенным набором компетенций, предлагаемый в существующие типографии, а стартап из нескольких выпускников, выходящих на полиграфический рынок со своим продуктом.



**Елена Лесунова, руководитель филиала ООО «ОктоПринт Сервис» (г. Екатеринбург):**

1. Компания «ОктоПринт Сервис» в нынешнее кризисное время, также как и наши конкуренты, испытывает себя на прочность. За прошедший год по всем подразделениям фирмы проведена оптимизация затрат по используемым арендным офисным и складским площадям. Так, например, филиал г. Екатеринбурга сменил недавно свой офис. Однако кадровый состав за этот год в общем по компании увеличился на 10%. Это сделано для того, чтобы не смотря ни на что наши клиенты не испытывали недостатка внимания, и наши материалы были в каждой типографии страны!

Также среди сложностей нашей компании — своевременная оплата и стабильный объем. Они были всегда важными показателями, но в такое время, как сейчас, эти показатели и объема, и своевременной оплаты очень низкие. Отсюда общие проблемы на рынке.

Наша компания является дочерним предприятием 2-х немецких концернов: HUBER group и Conti Air. Партнерские отношения у нас, как обычно, крепкие и не подвержены санкциям и другим политическим разногласиям.

2. Мы живем в очень интересное время, а именно — во время больших перемен, в том числе — в нашей родной полиграфической отрасли. Кризис — это как раз



и поймать попутный ветер. Вместе с нашими уважаемыми партнерами, уверен, мы всё преодолеем, и следующий год будет лучше, продуктивнее и веселее!



**Людмила Трошина,**  
**руководитель**  
**журнала**  
**«Печатный Бизнес»**  
**(г. Екатеринбург):**

1. Год уходящий для всей полиграфической отрасли был

достаточно сложный. И печатники это почувствовали на себе как никто другой — тиражи сокращались, у многих печатные версии журналов вообще закрылись. Но мы выстояли, и данный факт я считаю серьезным достижением. «Печатный Бизнес» выходил в свет в течение всего года, мы «продвигали себя» в соцсетях, развивали электронную версию, улучшали работу сайта, принимали участие в профильных выставках, активно сотрудничали с нашими клиентами. И поэтому могу уверенно заявить: кризис — это не повод ставить точку и уходить в тень. Кризис — это еще один шанс проверить себя на прочность, это возможность проанализировать свои действия и, исходя из этого, спрогнозировать дальнейшую работу.

2. Полиграфический рынок находится в стадии переориентации. Клиент отступает от больших тиражей. Но при этом (что особенно радует) полностью отказываться от печатной продукции не собирается. Да, в какой-то степени бумажные версии изданий начинают выполнять задачи премиального сегмента. Но, быть может, именно на этой волне рынок печатной продукции обретет «второе дыхание». Поэтому большинство компаний сейчас начинает обновлять оборудование, приобретать какие-то новые машины, в общем — вкладывать финансы в дальнейшее перспективное развитие. И это замечательно!

3. Мы уже спланировали тематику номеров на ближайшие полгода. Но ситуация на рынке пока нестабильная, поэтому какие-то изменения в планирование, конечно же, будут внесены. Будем работать дальше, сотрудничать, общаться. Да, печатные версии сократятся, но нас всегда можно читать на сайте и в соцсетях. Заходите!

Итак, эксперты полиграфической отрасли подвели итоги и поделились опытом решения непростых задач. Нельзя не отметить позитивный настрой отраслевиков, который сохраняется несмотря на все трудности. Отрасли есть куда развиваться и где находить точки приложения сил. Для кого-то и вовсе кризис станет полем широких возможностей и откроет новые перспективы. В любом случае хочется пожелать коллегам и партнерам стабильности в новом году, уверенности в будущем и только положительных изменений. С наступающим Новым годом!

**Елена Чебыкина**

показатель всяческих перемен. К сожалению, переносится он тяжело, и не каждый справляется с трудностями в экономическом плане. Развитие замедляется, и товарооборот уменьшается, как следствие — общий показатель экономики снижается. Импортозамещение в полиграфии, как мне кажется, не применимо. Может, поэтому нам, как поставщикам материалов, произведенных в Германии и других странах Европы, это не мешает успешно работать на российском рынке.

О положении в отрасли говорится много, и в целом всегда с грустинкой. Наша позиция — это всегда позиция оптимиста. Помните, что говорит пессимист, видя полупустой стакан воды: «Стакан наполовину пуст», а оптимист — «Стакан наполовину полон!». Так вот — всем, всем, всем мы желаем, чтоб их стакан всегда был полон!

3. Новые возможности для роста всегда существуют: это и дополнительное обучение персонала, и улучшение сервиса обслуживания клиентов, и удобная для клиента ценовая политика. Во главе всех бизнес-показателей в любом случае лежит постоянная ежедневная работа всех сотрудников компании и их желание быть лучшими в своем деле!



**Юрий Баранов,**  
**управляющий**  
**московским**  
**филиалом**  
**компании Lomond**  
**(г. Москва):**

1. Уходящий год был для нашей компании разным, но в целом успешным.

Год начался с того, что один из наших старейших дистрибьюторов объявил себя банкротом. Несмотря на это именно в 2015 году был достигнут очередной исторический максимум продаж продукции Lomond.

«Заработал» наш проект по производству российской термобумаги. Начиная с сентября, мы обеспечены заказами на полную загрузку машины.

2. Наша компания, в первую очередь, занимается производством и поставками расходных материалов для домашней и офисной печати.

В полиграфии сохраняется тенденция уменьшения размера тиража, повышения индивидуальности каждого

заказа и увеличения цветной печати. Что, на наш взгляд, наилучшим образом обеспечивает загруженность компактных цифровых печатных устройств, на поставке расходных материалов к которым как раз и фокусируется наша компания.

3. Мы смотрим в будущее с оптимизмом! В планах на 2016 год: увеличить производство термобумаги. Для этой цели мы планируем установку второй машины для производства термобумаги на нашем производстве в г. Троицке.



**Фёдор Степаненко,**  
**менеджер проектов**  
**ООО «ЭКСПО-ПАРК**  
**ВЫСТАВОЧНЫЕ**  
**ПРОЕКТЫ»**  
**(г. Санкт-**  
**Петербург):**

1. Мы провели все запланированные проекты, где-то немного просели, где-то показали рост, то есть остались примерно на прошлом уровне. Учитывая общую ситуацию, это можно считать успехом. Наши флагманские выставки – Российский Антикварный Салон и ярмарка интеллектуальной литературы Non/fiction прошли с большим успехом и наглядно показали, что если вы предлагаете уникальный и высококачественный продукт – он будет востребован. Конечно, для достижения тех же результатов пришлось прикладывать большие усилия, оптимизировать процессы, цепляться даже за самые маленькие возможности.

2. Мы – выставочная компания, наш успех зависит от успеха наших экспонентов, участников наших выставок. А так как мы проводим разнонаправленные мероприятия, можем сделать какие-то выводы о состоянии отраслей. И рекламно-полиграфическая, конечно, не на подъеме. Посвященная этому направлению выставка «Дизайн и реклама» показывает, что акценты смещаются в сторону цифровых решений, игроки рынка живут в новой реальности и не все могут к ней приспособиться. Вместе с тем, выставки являются одним из главных инструментов продвижения и то, что по большей части экспоненты остаются с нами, говорит о том, что компании по-разному, но выходят из сложной ситуации.

3. Стараемся учитывать то, что происходит вокруг, в жизни, в мире, на рынке