

ОТ РЕДАКТОРА



Год прошёл. Что дальше?

Дмитрий Старцев

Лето прошлого года, равно как и весна, прошли в томительном ожидании событий: что же нас ждёт? Сейчас мы можем оценить, что же произошло на самом деле: поменялись условия работы, кардинально изменился ландшафт на рынке как оборудования, так и расходных материалов. Причём возврат к прежней ситуации, судя по всему, невозможен. Нужно было меняться.

Как это выглядит на примере Publish: увеличение числа тем журнала, поиск новых рекламодателей, выход на другие рынки, открытие новых каналов распространения, новые издания (Publish Pro и Publish Eurasia). Как следствие — увеличение тиража, количество выходов журнала, рост рекламных сборов (после просадки на время перестройки). Это пример из нашей практики, и это не набор хаотичных действий, а пример комплекса целенаправленных усилий.

А что на рынке? Всё то же самое. Типографии, привыкшие жить на всём готовом, внезапно оказались на «подножном корме»: что сами смогут ущипнуть, то и их. Пришлось получать новую квалификацию — логистика. Поставки всего, в первую очередь — расходных материалов, оказались под большим вопросом. Начался безумный карнавал с закупкой необходимого объёма бумаги, картона, самоклейки и прочего для работы производства в течение полугода, года и даже больше. Как следствие — рост цен в моменте, когда поставщики не успевали переписывать прайс-листы.

Другое следствие — появление на рынке новых, случайных участников, которые слышали, что есть проблемы, допустим, с самоклежкой, и привозили её в Россию. Часто совсем не то: самоклежка это ведь не просто намазанная клеем с одной стороны бумага, а сложный продукт, где имеют значение характеристики и запечатываемой поверхности, и подложки, и адгезионные свойства клея. Просто привезти абстрактную самоклежку не получится: слишком много переменных. Поэтому по большей части привозили что-то непонятного качества и неопределённого назначения. Так, по некоторым оценкам, в России оказался колоссальный запас самоклеющихся материалов на несколько лет вперёд, который невозможно физически переработать — нет такой потребности рынка.

Ещё одна боль — это запасные части, включая те, которые имеют определённый ресурс в копиях — это актуально для ЦПМ, и обслуживание оборудования. Пришлось искать самостоятельно каналы поставок, организовывать склады запчастей и усиливать собственные сервисные службы.

Спустя год все, кажется, вздохнули с облегчением: год для полиграфистов оказался сложным, но вовсе не таким катастрофичным, каким представлялся в начале пути. В этой ситуации выиграл (или проиграл в меньшей степени) тот, кто занял не выжидательную, а активную позицию. Перестройка продолжится, и новые наработки — не просто возможность сохранения того уровня, что был раньше, а основа для роста в ближайшем будущем. ■

Мой телеграм: t.me/dmitrostartsev

12-15 сентября 2023

Москва, ВДНХ
павильоны 33, 55, 57

60 Федеральная оптовая ярмарка
товаров и оборудования текстильной
и легкой промышленности

Текстильлегпром
Textil legprom

КОЖА - ОБУВЬ - МЕХА - ТЕХНОЛОГИИ
ЛЕГПРОМЭКСПО



16+

РЕКЛАМА

www.legpromexpo.ru
info@legpromexpo.ru