



Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат Nº2(61)-2011

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА	
Человек или машина: как покупать оборудование «бесплатно»	4
интервью	
СОБЫТИЕ	Ī
«Женщины Полиграфия Успех» - 2011: весенний праздник в Софрино 1 Ежегодное мероприятие «Гейдельберг-СНГ» для женщин, занимающих ключевые посты на полиграфических предприятиях	5
ОБОРУДОВАНИЕ	Ī
«Ульяновский Дом печати»	
Изготовление книг — самая престижная полиграфическая работа 1 «Галеон»	6
Бесхимическое CtP: большое приобретение для «маленькой такой компании» 2	!C
ИПФ «Стезя»	
Производство открыток: увлечение отделкой приветствуется! 2	4
ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ «П-Центр»	
Мы нашли для себя новую нишу: печать фотоальбомов	8
Печать книг сверхмалыми тиражами,	
или Насколько цифра бывает высокорентабельной	2

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

Почтовый адрес:

107140, Москва, а/я «Курсив» Адрес редакции: 107076, Москва, ул. Электрозаводская, д. 37 Тел.: (495) 725-60-01. Факс: (495) 725-60-02 E-mail: format@kursiv.ru www.kursiv.ru

Журнал «Формат»:

Главный редактор А. Ч. Амангельдыев Зам. главного редактора М. Ю. Беляева Ведущий редактор Н. А. Пастухова

© Издательство «Курсив»

Все права защищены Отпечатано в типографии Viva-Star Тел.: (495) 737-63-53 Подписано в печать 31.03.2011 Печать офсетная. Тираж 7000 экз.

ВНИМАНИЕ!

Любое воспроизведение материалов или их фрагментов запрещено За содержание рекламных модулей редакция ответственности не несет

Обложка отпечатана в типографии **«Фабрика Трафаретной Печати».** Тел.: (495) 362-10-79. Для декорирования использован ароматизированный офсетный лак Menthol 60340, предоставленный компанией «ОктоПринт Сервис». Тел.: (495) 789-80-81.

Реклама в номере:

Ciolaina b Hoine	oc.	
Алмаз-Пресс	.3-я обл	печати вкладка
Альфа-Дизайн	25	Формула цвета вкладка
Гейдельберг-СНГ	7	AGService
 Европапир		Bobst 4-я обл
., КРО		Konica Minolta 9
ОктоПринт Сервис		Muller Martini 19
Оргтайм		NCL (НЦ Лоджистик) 13
Терем		Print China 27
Типография №11		Viva-Star 8
Фабрика офсетной		Xerox

МЭТР ПОЛИГРАФИИ: 6 ОРГТАЙМ

УВАЖАЕМЫЕ ДРУЗЬЯ!

РАДЫ ВАМ СООБЩИТЬ, ЧТО МЭТР ПОЛИГРАФИИ ОТКРЫВАЕТ НОВЫЙ СЕЗОН 2011 ГОДА КОНКУРСОМ

«МЭТР ПОЛИГРАФИИ: ОРГТАЙМ»

СРОКИ ПРОВЕДЕНИЯ КОНКУРСА В 2011 ГОДУ

ОТБОРОЧНЫЙ ПЕРИОД: С 25 ЯНВАРЯ 2011 ПО 25 МАРТА 2011 ПО АДРЕСУ: РОССИЯ, МОСКВА, 105264, УЛ. ВЕРХНЯЯ ПЕРВОМАЙСКАЯ, Д. 47, К. 11

ООО «ПРОСТРАНСТВО ЦВЕТА»

НАГРАЖДЕНИЕ ПОБЕДИТЕЛЕЙ:

В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ ВЫСТАВКИ «ДИЗАЙН И РЕКЛАМА» С 4-7 АПРЕЛЯ. ЖЕЛАЕМ ВСЕМ НОВЫХ ПОБЕД И УСПЕХОВ!

ГЕНЕРАЛЬНЫЕ СПОНСОРЫ / ПАРТНЕРЫ:

























СПОНСОРЫ / ПАРТНЕРЫ:











PrintWeek



ПОЛИГРАФИЯ

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПОНСОРЫ:



полигра ия

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА:



















последние лет десять производители полиграфического оборудования во время своих презентаций подробно рассматривают тему автоматизации производства. Считается, что переход на автоматизированную работу позволяет типографии экономить деньги! Возможно, что в Европе это действительно так, но вопрос актуальности данного утверждения в нашей стране не совсем очевиден. У нас многие руководители типографий согласятся, скорее, с обратным суждением: приобретать нужно функциональное оборудование, которое выполняет определенные технологические операции, а уровень его автоматизации пока не сильно беспокоит. Более того, существует мнение, что выгоднее купить бывшее в употреблении оборудование, причем весьма преклонных лет, разумеется, без всякой автоматизации. Такое оборудование дешево, и этим все сказано.

Мы ни в коем случае не берем на себя смелость утверждать, что такой подход неверен: каждый руководитель типографии сам лучше знает, что выгодно для его предприятия. Но в данной статье мы попытаемся рассмотреть вопрос приобретения нового технологического оборудования под несколько другим углом зрения: можно ли при этом еще сэкономить или хотя бы не сильно изменять величину текущих накладных расходов? Утопия? Возможно, но прежде чем делать такой вывод, давайте попробуем посчитать.

За счет чего реально может возникнуть экономия или сохранение текущих платежей примерно на том же уровне, что и до приобретения? Главный резерв этой экономии — человеческий фактор. Имен-

Современное автоматизированное оборудование можно приобретать «условно бесплатно». Смысл в том, что техника позволяет сократить персонал и высвободить средства заработного фонда на погашение рассрочки за оборудование. За несколько лет типография потратила бы ту же сумму, но с такими ли перспективами?

но благодаря ему в Европе удается активно продвигать автоматизированные технологии. Причина в том, что в развитых странах труд людей стоит дорого, и возможность высвободить хотя бы несколько человек дает реальную перспективу предприятию сэкономить. Средней

квалификации рабочий в Европе обходится типографии примерно в 35-40 тыс. евро (с учетом налогов и отчислений). А значит, если типография приобретает устройство автоматизации какого-либо процесса, скажем, за 100 тыс. евро в рассрочку на 3 года, и при этом оно позволяет рабочего сократить, то получается, что данное устройство автоматизации досталось предприятию «условно бесплатно». За три года типография все равно бы потратила те же 100-120 тыс. евро на сотрудника, который бы эту операцию выполнял. Такой подход в развитых странах активно используется. Конечно, его нельзя назвать «гуманным», но бизнес – занятие жестокое. Если руководство понимает, что это выгоднее, то никакие попытки убедить его не сокращать персонал не проходят. Зато спустя три года автоматизированное оборудование начнет приносить типографии чистую прибыль, поскольку за это время оно «косвенно окупится» за счет того, что не нужно платить зарплату рабочему. Получается интересный экономический механизм, который можно применять на практике.

Однако мы живем с другой стране, и здесь действуют совсем другие экономические модели. «У нас это работать не будет!» — скажут многие. И возможно, мы бы с этим даже согласились... Но на самом деле, в нашей стране этот механизм

уже применяют. На тему этой статьи нас натолкнуло одно интервью, которое мы проводили при подготовке данного номера журнала. Одна московская типография приобрела современную систему СtP в точности по данной методике. Для того, чтобы применить эту схему на практике, нужны три важных составляющих:

- Производственный процесс, являющийся для предприятия «бутылочным горлом», который отбирает много людских ресурсов, требует постоянного внимания и малейшие сбои в его работе рискуют остановить все производство.
- Техническое и технологическое решение, позволяющее полностью изменить условия работы этого производственного процесса, снизить человекозависимость и автоматизировать участок производства, который и создает то самое «бутылочное горло».
- Поставщик, способный предложить типографии оборудование с рассрочкой платежа на относительно длительное время (2–5 лет в зависимости от начальной стоимости оборудования).

В целом требования не такие уж и сложные, и в большинстве случаев вполне реализуемы. Важно лишь присутствие доброй воли руководства, понимание экономического механизма работы всего этого процесса, а также возможность заранее просчитать реальность такой «бесплатной покупки».

Рассмотрим несколько примеров на базе отечественных типографий. Возможно, что это позволит руководителям полиграфических компаний самостоятельно принять решение о перспективах этого направления.

Пример 1. Покупка современной CtP-системы взамен традиционной пленочной допечатной технологии.

Допустим, на предприятии используются две печатных машины малого или половинного формата. Для нормальной загрузки этой типографии нужно изготавливать около 200 печатных форм в сутки (примерно 50 заказов в день, или по 25 на одну машину). Для изготовления такого количества форм потребуется работа формного цеха практически круглосуточно в выверенном непрерывном режиме. Среднее время экспонирования пластины аналоговым способом 6-7 мин., соответственно, 200 пластин нужно экспонировать около 24 ч. И малейший сбой в этом процессе рискует остановить производство. Для того, чтобы этот цех работал, нужно минимум 2 бригады, в которых будет 3-4 монтажиста, оператор фотонаборного автомата для изготовления пленок, 2 оператора вывода (по приему и обработке принесенных

файлов) и оператор копировальной рамы. Итого не менее 7 человек в смене, а в двух сменах, соответственно, 14. И даже если считать, что монтажисты— сотрудники относительно малоквалифицированные (хотя это и не совсем так) и малооплачиваемые, все

равно затраты на заработную плату всех специалистов допечатного участ-ка с учетом налогов составят никак не меньше 400 тыс. руб. в месяц.

В случае, если в типографии будет установлен среднего класса полуформатный CtP, то с объемом 200–220

СТанции смешения офсетных красок:

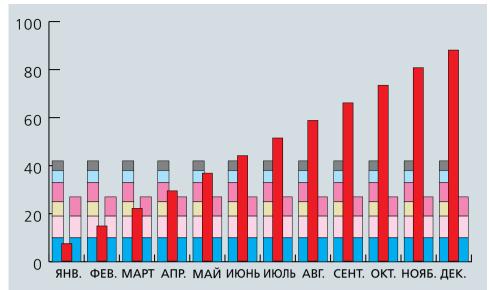
цвета и оттенки на любои вкус

www.hostmann-steinberg.ru

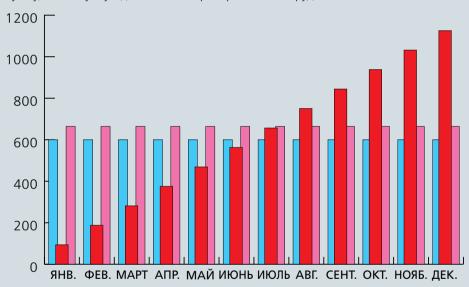
Москва +7 (495) 789–8081 Санкт-Петербург +7 (812) 313-7448 Новосибирск +7 (383) 230-2798



ЭКОНОМИКА



Данный график наглядно показывает, как растут отчисления за приобретение оборудования в случае сокращения персонала и перехода на новую технологию. Напротив каждого месяца цветными столбиками условно показаны затраты на персонал до приобретения нового оборудования (левые столбики) и после приобретения и оптимизации количества персонала (правые столбики). Оптимизация персонала дает ежемесячную экономию (показана красными столбиками), которая за год вырастает в довольно внушительную сумму, используемую для выплат за приобретенное оборудование



Данный график показывает возможности увеличения производительности оборудования (например, печатной машины) при использовании более современных и автоматизированных видов. Напротив каждого месяца голубыми столбиками условно показано число заказов, выполняемое на оборудовании без автоматизации, розовыми столбиками — на автоматизированном оборудовании. Красными столбиками нарастающим итогом показан дополнительный объем заказов, который можно выполнить за год. В нашем примере даже небольшое увеличение производительности работы оборудования дает годовой прирост заказов в объеме почти целого лишнего месяца работы

ВНИМАНИЕ! Значение данных графиков не следует воспринимать в абсолютных величинах, это всего лишь общая иллюстрация финансовых процессов, которые могут происходить на предприятии. Показан идеалистический, скорее всего, не достижимый на практике результат. Не следует использовать данные на этих графиках для реальных расчетов. Это, скорее, пример математической модели с простыми линейными данными. Впрочем, при желании подобные графики можно построить самостоятельно, используя свои собственные, более сложные и меняющиеся в течение года показатели. Но в случае, если оптимизация на предприятии проведена удачно, то положительный нарастающий итог должен получаться, хотя и рост у него, вероятнее всего, будет не такой явный

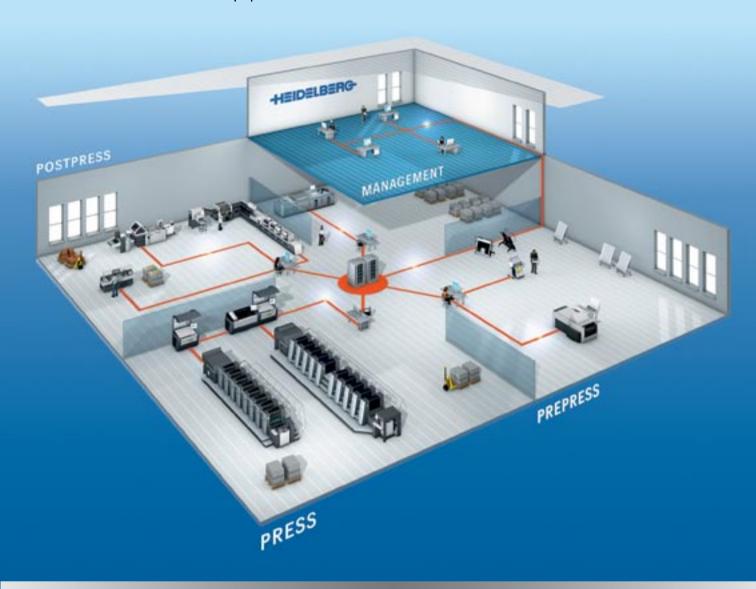
пластин он справится всего за 8-9 часов! А значит, понадобится всего лишь одна рабочая смена, да к тому же с меньшим количеством сотрудников, особенно если CtP оснащен современной системой workflow, которая существенно упрощает изготовление спусков полос, выявляет ошибки в файлах, выполняет раскладку заказов на листе и многое другое. В этом случае достаточно одного оператора выводного устройства и специалиста по приему и обработке заказов, которые будут работать в одну смену. Скорее всего, потребуется еще один подстраховывающий сотрудник на случай болезни или отпуска. Все! И даже если эти специалисты будут с высшей квалификацией, то все равно фонд заработной платы составит не более 150-180 тыс. рублей. В итоге ежемесячно типография может экономить на зарплате более 200 тыс. рублей. Если эти деньги пустить на оплату приобретения CtP-устройства с проявочным процессором и системой workflow в рассрочку, то относительно недорогое оборудование можно будет выкупить примерно за 2,5 года. Вот такая арифметика...

Получается, что вовремя приняв верное решение, типография переходит на более перспективную современную технологию, примерно за 2,5 года полностью выкупает оборудование без дополнительных затрат и дальше получает прибыль. При этом практически сразу повышается качество продукции, улучшаются условия труда и сокращается персонал (мы посчитали только прямые издержки на сотрудников, а есть еще и косвенные - больничные листы, декреты, обеды и т. д.). При этом важно понимать, что даже не приняв решение о переходе на новую технологию, типография все равно бы потратила эти деньги, но уже без таких явных перспектив.

Пример 2. Автоматизированная печатная машина вместо машины с ручным управлением. Никому не нужно объяснять, что работать на автоматизированной машине намного удобнее и эффективнее, чем на печатной машине с руч-

Формат № 2-11

ПОДКЛЮЧИСЬ К PRINECT!



15 лет успешной работы в России и СНГ!

В типографии, соответствующей современным требованиям рынка, все процессы должны быть прозрачными и простыми. Для этого компания Heidelberg разработала Prinect – систему решений для интеграции процессов, контроля и эффективности производства, что обеспечивает стабильный рабочий поток в типографии. В результате вы получаете максимальное качество, производительность и гибкость в работе.



E-mail: HD-CIS@heidelberg.com www.heidelberg.ru

Q.

Кредит, лизинг или рассрочка?

В основной статье говорится о том, что для выполнения операции по «бесплатной» покупке необходимы три фактора. Один из них очень важный: добрая воля поставщика оборудования, который согласится предоставить это оборудование с оплатой в рассрочку. Резонен вопрос: «А нельзя ли использовать другие виды финансирования для осуществления подобной сделки: взять кредит или купить оборудование по лизингу?» Разумеется, в каждом случае этот вопрос будет решаться индивидуально. У каждой организации свои отношения с банками и лизинговыми компаниями, но, скорее всего, ни те, ни другие не предоставят финансирование под такое объяснение: «Купив новое оборудование, мы будем экономить существенный объем материальных средств и благодаря этому выплачивать вам кредит и проценты по нему!» Очень велика вероятность, что такую сделку кредитный отдел банка или руководство лизинговой компании не одобрят. Для принятия решения им, как правило, нужен свежий банковский баланс, а там эта экономия никак отражена быть не может, поскольку она, если и будет, то только в будущем. Поэтому только добрая воля поставщика и предоставление им рассрочки оплаты могут помочь решить эту задачу. Возможно, поэтому таких сделок пока немного, хотя их выгода очевидна.

ным управлением. Но «автоматы» и стоят существенно дороже. Например, на предприятии стоит задача приобретения среднего класса полуформатной печатной машины. Разница между машиной простой комплектации с ручным управлением и автоматизированной составит около 200 тыс. евро.

Можно ли покрыть эти деньги за счет более эффективного использования людских ресурсов? Ведущие производители печатной техники утверждают, что для развитых стран это вполне реально. Судите сами: для работы на машине с ручным управлением нужно 2 человека (печатник и помощник), на «автомате» легко справится и один. Более того, доводилось бывать в типографиях, где два печатника обслуживали три печатных машины, причем большого формата! Но это, скорее, исключение. Но даже если есть возможность сократить двух человек (по одному в каждой смене), то это дает экономию 70-80 тыс. евро в год. И разницу в 200 тыс. евро можно сэкономить за те же 2,5 года. Кроме того, на автоматизированной машине удастся работать более эффективно, что позволит делать на 10-30% больше заказов (в зависимости от тиража). А это еще и дополнительные доходы.

В нашей стране ситуация существенно сложнее. Людские ресурсы у нас пока дешевле, чем в Европе, и сэкономить 200 тыс. евро за счет сокращения одного печатника в смене вряд ли удастся, в лучшем случае половину. Так что же получается, у нас нет реальной выгоды в использовании автоматизированной печатной машины? Если считать «в лоб», то нет. Но остается та самая прибавка производительности в 10–30%. Даже если удастся в смену делать вместо 10 приладок 11, то это позволит достаточно легко покрыть 200 тыс. евро за 2–3 года. А в комбинации с возможностью сэкономить еще и на людских ресурсах эффективность работы становится еще заметнее.

Более того, имея в распоряжении современную автоматизированную технику, типография получает повышение и производительности, и качества продукции, и расширение

собственных возможностей. И все это «условно бесплатно».

Конечно, приведенные здесь расчеты примитивны и идеализированы, но их стоит рассматривать исключительно в качестве иллюстрации возможностей. Каждому руководителю нужно творчески подойти к этим цифрам и методикам, и, возможно, из этого удастся извлечь для себя что-то полезное. Нам могут возразить, что применение подобной методики «бесчеловечно». Как можно призывать к сокращению персонала, где же социальная справедливость и гуманизм? Да, на это трудно решиться... Но здесь, как в медицине. Если не ампутировать больную конечность, то может погибнуть весь организм. Это больно и жестоко, но иногда это единственный путь к оздоровлению экономики предприятия. Однако, как известно, ничего «бесплатного» не бывает. В данном случае приходится идти не на материальные, а на моральные жертвы, а они порой не менее

тяжелые...





Типография ООО «Вива-Стар» www.vivastar.ru

Москва, Электрозаводская, 20 (495) 780 67 05





bizhub PRESS C6000/C7000

для полиграфии и оперативной печати

- Рациональное дополнение офсетной печати
- Гармония цены, качества и производительности
- Печать на широком спектре материалов
- Разрешение растрирования и печати 1200 dpi

интервью

Бизнес расходных материалов: новый игрок — новые бренды в России

Ф: Ваша компания достаточно молодая на рынке поставок расходных материалов. Что заставило вас заняться именно этим бизнесом? Ведь конкуренция в данном сегменте достаточно высокая.

ЭА: Действительно, наша компания организована только в ноябре 2009 г. Однако все сотрудники фирмы далеко не новички в полиграфии. Руководители и торговые представители АGService имеют за плечами многолетний опыт работы как в крупных западных, так и российских компаниях по поставке расходных материалов. Просто в определенный момент я для себя понял, что достиг необходимого профессионального уровня и готов к самостоятельной деятельности. Появились единомышленники, которые разделяли мои представления о бизнесе, подход к ведению дел. И в разгар кризиса мы решили организовать свою фирму, о чем не жалеем. Риск себя оправдал.

Ф: Какие расходные материалы вы поставляете? И с какими брендами работаете?

ЭА: Являясь специализированной компанией по поставкам расходных материалов для полиграфии, мы стремимся к тому, чтобы в нашем ассортименте присутствовали все позиции материалов, необходимых в полиграфическом производстве. На сегодняшний день мы частично предлагаем расходные материалы уже известных и раскрученных марок, но в основном стараемся выводить на рынок новые бренды. Например, мы заключили договор о поставках красок английской фирмы Druckfarben. Пока речь идет только о красках для листового офсета. Это очень достойная продукция и устраивает наших клиентов по соотношению цена-качество. На текущий момент мы предлагаем 4 вида листовых красок для различных видов бумаг и картона, представленных в трех ценовых категориях — эконом, стандарт и премиум. В ближайшее время мы планируем расширять ассортимент поставок фирмы Druckfarben. Товарная линейка у нее достаточно широкая – это и УФ-краски, и различные лаки. Сейчас проводится тестирование этих материалов.

Серьезные успехи у нас есть по продвижению офсетных резинотканевых полотен марки DotMaster. Впоследствии кризиса мы в первую очередь ориентируемся на стоимость материалов, поскольку типографии начали считать деньги и цена для многих стала определяющим фактором, но в то же время не забываем о качестве. Пока нам удается находить такие материалы. И продукция DotMaster хорошо укладывается в политику нашей компании. Сегодня мы самостоятельно осуществляем резку резины DotMaster и



Эльшан Алиев, генеральный директор AGService, [Москва]

достигли приличных объемов по ее продажам — около 1,5 тыс. ${\rm M}^2$ резинотканевого полотна в месяц.

ПС: Кроме того, мы являемся представителем фирмы Кіпуо по поставкам офсетных резинотканевых полотен Аіг Ехсеl на российский рынок. Сегодня в нашем ассортименте полотна для листового и рулонного офсета, а также специальных видов печати по металлизированным поверхностям, в том числе с использованием УФ-красок. Мы сейчас заказали несколько ходовых форматов резины Кіпуо, проведем тестирование и, если все будет нормально, поставщик готов отгрузить большую партию уже в апреле.

ЭА: Резина Kinyo хорошо известна нашим типографиям, и, на наш взгляд, имеет смысл расширять долю рынка этого производителя. Проблема в том, что путь поставки продукции Кіпуо проходит от завода-производителя в Японии через Европу, поэтому цена для конечного покупателя получается приличная. Мы хотели завозить ту же резину, но дешевле. Для этого нам требовался другой алгоритм поставок. Такую возможность мы обсуждали с европейским представительством Kinyo и добились соглашения по этому вопросу. Сейчас есть договоренность о поставках через Америку, что сразу сказалось на снижении стоимости продукции.



Павел Сандомирский, коммерческий директор AGService, [Москва]

Ф: Иными словами, за те 1,5 года, что компания AGService работает на рынке, вы добились уже видимых результатов и определили свою нишу в этом бизнесе. Если взглянуть более широко, в чем причина вашего успешного старта: рынок расходных материалов недооценен или это особенности деятельности конкретно вашей компании?

ЭА: Я бы не сказал, что рынок недооценен - конкуренция довольно жесткая. Но мы смогли найти на нем свое место во многом благодаря нашему подходу. Мы не первый год работаем в полиграфии, и главное – мы умеем грамотно продавать. Знаем потребности типографий не только в расходных материалах, что тоже важно, но и какой необходим сервис каждой конкретной компании. Одним нужна оперативность, другим - качество, третьим - технологическая поддержка. Исходя из этого выстраиваем сотрудничество с типографией тем или иным образом. И это помогает нам развиваться.

Ф: Именно в сервисной поддержке вы видите ваши основные преимущества?

ЭА: Помимо того, что мы предлагаем расходные материалы хорошего качества по приемлемой цене, ставку, безусловно, мы делаем на сервис. Например, не в каждой типографии есть сотрудник, который бы занимался снабжением, и мы

помогаем таким компаниям спланировать потребление расходных материалов и стараемся удовлетворить резко возникшую потребность в них по первому звонку. Оперативность поставок помогает нам обеспечивать собственный автотранспорт, хотя это и нелегко в условиях московского трафика.

ПС: В нашем автопарке пока две машины, но в ближайшие месяцы появятся еще две. Кроме того, мы пользуемся услугами транспортных компаний, но минус здесь в том, что график у водителей прописывается довольно жестко, и изменить в течение дня их маршрут уже нельзя. Однако мы стараемся пользоваться услугами одних и тех же водителей. Это один из важных моментов, ведь люди бывают разные, кто-то не может найти адрес, указанный на карте, кто-то сориентироваться на месте — к кому обращаться, куда завозить и т. д. На этом можно сэкономить массу времени. Поэтому удобнее работать с теми водителями, которые уже в курсе наших маршрутов.

Ф: Вы упомянули, что можете предоставить типографиям также технологическую поддержку.

ЭА: Да, у нас в штате есть технолог, очень грамотный, с большим опытом работы как на производстве, так и в продажах, что очень важно. Это позволяет несколько в другом ключе оценивать проблемы типографий. Но мы ее мало видим, она постоянно в разъездах.

Ф: Со складскими площадями проблем не испытываете?

ЭА: У нас достаточно большой склад в этом же здании, но его уже не хватает. Планируем организовать второй склад за МКАД, где будет храниться основная часть продукции. А этот склад останется для удовлетворения недельной потребности в расходных материалах.

Ф: Каков регион ваших поставок?

ЭА: В основном мы работаем на Центральный регион — Москву, Московскую область и близлежащие области. Продажи в другие регионы есть, но мало. Возможно, создание региональной структуры будет следующим этапом. Но для этого нужны серьезные инвестиции. Пока такой задачи нет.

ПС: Центральный регион достаточно большой, около 60–70% полиграфических компаний сосредоточено именно здесь. Нам пока хватает.

Ф: Как планируете развиваться дальше?

ЭА: Несмотря на то, что на текущий момент результатом своей работы мы довольны, останавливаться не собираемся. У нас в планах расширяться, искать новые материалы. Конечно, можно было бы пойти по накатанному пути, предлагать продукцию уже раскрученных марок, но это не спортивно и не интересно. Поэтому мы сосредоточили внимание на продвижении новых брендов в России. И стараемся заключать с производителями эксклюзивные соглашения. Сейчас ведем работу над новой торговой маркой, не представленной ранее на российском рынке. Пока называть не буду. Но это полиграфическая химия — смывки, увлажнение, силикон, добавки в краски и другие вспомогательные материалы.

ПС: Мы развиваемся с учетом наших возможностей. Высокая трудоспособность нашего коллектива, амбиции и желание двигаться вперед позволили нам достичь хороших результатов за такой короткий срок. В ближайшее время планируем расширять отдел продаж, сейчас там работают 4 сотрудника. Но для того, чтобы контактировать с большим количеством клиентов, нужны человеческие ресурсы.

ЭА: Я считаю, что нужно уметь продавать, и если что-то не получается, значит, ты что-то не так делаешь. Поэтому мы никогда не ругаем своих конкурентов, наоборот, их уважаем, стараемся поддерживать хорошие отношения. Нужно работать, выкладываться, и тогда можно достичь успеха.



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СЕРВИС

Качественные материалы Лучшие цены























г. Москва, чл. Полярная, д. 31 В, стр. 1 тел: (495) 233-45-33 факс: (495) 233-45-63

E-MAIL: INFO@AGSERVICE.RU WWW.AGSERVICE.RU

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ

NHTEPBLO

У Kodak есть свои преимущества для работы на российском рынке



Фидель Эрранц, генеральный директор ООО «Кодак» в России

Компания Kodak, одна из ведущих мировых корпораций, известна не только как производитель продукции для фотоиндустрии (пленок, фотобумаги и цифровой фотопродукции), но и разработками для полиграфической отрасли — от экспонирующих устройств для вывода печатных форм и расходных материалов к ним до промышленных систем струйной и электрографической печати. В России компания «Кодак» существует с 1992 г. и до недавнего времени занималась лишь фотонаправлением, а руководство продажами полиграфического оборудования и материалов осуществлялось из-за границы во взаимодействии с дистрибьюторами. В 2008 г. в головном офисе Kodak было принято решение о том, чтобы все имеющиеся представительства компании отвечали за все направления бизнеса корпорации в целом на территории каждой конкретной страны. О том, какие изменения в связи с этим произошли в российской компании «Кодак», а также о ближайших планах, мы попросили рассказать генерального директора ООО «Кодак» Фиделя Эрранца (Fidel Herranz).

Ф: В последнее время стало заметно, что компания Kodak начала предпринимать достаточно активные действия на российском полиграфическом рынке в отличие от предыдущих лет. Означает ли это, что Kodak пересмотрел свои взгляды в отношении рынка России в целом и полиграфии в частности?

ФЭ: Приоритет развития полиграфии как одного из самых главных направлений работы

Kodak подтвержден советом директоров компании. Также на уровне высшего руководства принято решение и о том, что Россия является одним из стратегических рынков для Kodak. Кроме того, началу активных действий с нашей стороны послужило и расширение функций компании, представляющей интересы Kodak в России. Когда я только принял руководство Kodak в Москве, мы занимались исключительно фотонаправлением. Однако в конце 2009 г. по решению руководства Kodak в головном офисе на нас были возложены обязательства по ведению всех направлений бизнеса компании, в том числе и полиграфического, как в России, так и странах СНГ. По сути, стояла задача создать единую компанию «One Kodak», сосредоточив

Мы можем предложить типографиям комплексные решения во всех областях производства

руководство всеми направлениями в единых руках. Фактически весь прошлый год мы посвятили тому, чтобы сформировать команду профессионалов, которые возьмут на себя решение поставленных задач. В составе нашей компании и раньше были профессионалы высокого касса, но мы ее еще усилили, пригласив ведущих специалистов из отрасли. На сегодняшний день работа по формированию команды в целом завершена и мы готовы к активным действиям на российском рынке.

Ф: Давайте поговорим о полиграфическом направлении компании Kodak. Какие продукты Вы бы назвали в качестве перспективных для продвижения в России?

ФЭ: Одним из главных полиграфических направлений мы считаем рынок печати упаковки, в первую очередь, гибкой. Сегодня мы можем предложить своим клиентам новый революционный продукт — систему Flexcel NX, позволяющую выйти на новый, более качественный уровень флексографской печати. Несмотря на то, что система Flexcel NX

появилась на рынке сравнительно недавно (первая презентация состоялась на выставке Drupa 2008), эта технология уже получила мировое признание ведущих специалистов в области флексопечати. Сегодня в мире установлено уже около 200 экспонирующих устройств для изготовления флексоформ по технологии Flexcel NX. Российские специалисты также проявляют большой интерес к данной системе. Для всех желающих мы выводим бесплатные тестовые пластины Flexcel NXH, поработав с которыми типографии могут убедиться в высоком качестве печати с наших форм и простоте их использования. Результаты тестов, а также многочисленные положительные отзывы клиентов вселяют уверенность в будущее этого продукта в России. Уже есть первые инсталляции и ряд проектов находятся в проработке.

Еще одним важным направлением работы нашей компании мы считаем продвижение систем управления рабочими потоками (Unified WorkIfow Solutions). Здесь у нас есть очень серьезные разработки, которые уже сейчас используются многими ведущими типографиями, но я считаю, что они могут быть еще лучше представлены на российском рынке. Надо сказать, что работа на рынке систем Workflow очень сложна. Здесь много сильных игроков с очень хорошими продуктами, и конкурировать с ними непросто. Ho v Kodak есть свои козыри... В нашем московском офисе оборудован учебно-демонстрационный зал, где на регулярной основе проводятся семинары и «живые» демонстрации всей линейки программных продуктов от Kodak. Мы предлагаем решения для автоматизации рабочего потока, инструменты для удаленной работы типографий со своими клиентами, программы для спуска полос и многое другое.

Программные продукты Kodak используются на многих полиграфических предприятиях, в частности, программа для спуска полос Preps. Однако по имеющимся у нас сведениям, не все эти предприятия приобретали продукт официально. Сейчас мы хотим предложить всем нелегальным пользователям «ле-

12

гализоваться». Для этого необходимо купить upgrade программы (именно upgrade, который стоит существенно дешевле полной версии). В результате клиент получит легальный продукт, причем самой последней версии, за сравнительно небольшую цену. Я уверен, что такое предложение рынок оценит, по крайней мере, первые проработки этого вопроса дали положительный результат.

Ф: А как обстоят дела с продажей офсетных пластин?

ФЭ: Несмотря на наличие явных успехов в этом направлении благодаря нашим дистрибьюторам, мы видим возможности для увеличения объема продаваемых в России пластин. Сейчас занимаемая нами доля российского рынка немного меньше, чем в среднем по миру, и мы хотим эту ситуацию изменить. До недавнего времени мы сосредотачивали усилия только на термальной технологии. Сейчас, с выходом на рынок нового поколения фиолетовых пластин, мы планируем активно продвигать их в газетном сегменте. Кроме того, мы в основном были сосредоточены на цифровых пластинах и не уделяли должного внимания предприятиям, использующим аналоговые. Мы рассчитывали на их активный переход с аналоговых на CtP-пластины, но кризис

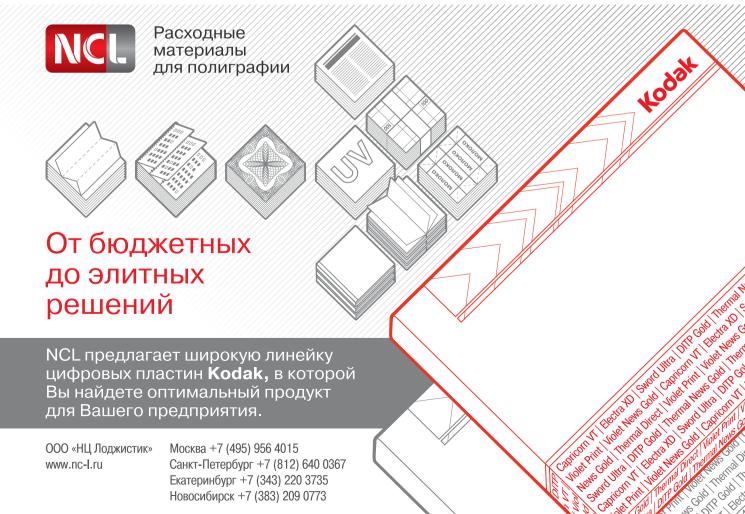
внес свои коррективы. Важно отметить, что многие серьезные типографии по мере перехода с аналоговых процессов на цифровые остаются приверженцами марки и, соответственно, поставщика, с которыми они уже работали. На сегодняшний день у нас есть интересные предложения по всему ассортименту пластин – термальным, фиолетовым и аналоговым. Каждая типография может выбрать для себя наиболее оптимальное решение. В итоге, например, уже несколько крупнейших типографий приняли решение о переходе на пластины Kodak, среди которых такие гиганты, как «Пушкинская площадь» и «Первый полиграфический комбинат».

Ф: Kodak производит обширную линейку цифровых печатающих устройств промышленного класса. Как вы планируете строить свою работу в данном сегменте?

ФЭ: Реализация проектов с успешными инсталляциями в различных сегментах полиграфии — это главное направление развития компании как в России, так и в мире. В нашей продуктовой линейке представлены цифровые машины для самых разных сегментов: это созданные на базе струйной технологии Kodak Stream высокопроизводительные рулонные печатные машины и впечатывающие системы Prosper, это и струйные

машины серии Versamark, и отдельные электрографические устройства цветной и черно-белой печати. Причем ко всей линейке оборудования российские клиенты проявляют большую заинтересованность. Наибольший интерес мы отмечаем к впечатывающим системам, которые можно устанавливать на рулонные офсетные машины и финишное оборудование, что позволяет впечатывать переменные данные в различную полиграфическую продукцию – газеты, журналы или каталоги. Этим решением заинтересовались как коммерческие типографии, так и компании, работающие в области прямых рассылок. С помощью струйных головок Prosper можно впечатывать имя и адрес клиента, рекламную информацию, привязанную к географическому расположению, различные купоны и специальные предложения. Для многих клиентов это реальное улучшение эффективности рекламы. Мы сейчас работаем над несколькими проектами, так что велика вероятность, что скоро появятся и реальные инсталляции.

Ф: Вам не кажется, что машины NexPress недооценены российским рынком? Установок не так много в нашей стране, но, насколько мы знаем, все они довольно успешные. Планируете ли вы продвигать это оборудование?



Э УПАКОВКА **ДЛЯ СУВЕНИРОВ**

15лет Огромный выбор **УВЕНИРЫ**

моделей и материалов!















Бумажные пакеты Коробки Атласная лента с логотипом Упаковочная бумага

От 100 шт. Собственное производство.















www.kro.ru www.paketik.ru (495) 601 9648

Продукция Kodak для полиграфии

Компания Kodak много лет выпускает продукцию для полиграфического применения. В настоящее время ее ассортиментный ряд можно разделить на 9 групп:

- Различные системы Computer-to-Plate, всего более 10 моделей для коммерческой и газетной печати;
- Предварительно очувствленные аллюминиевые формные пластины. Всего более 10 различных моделей (аналоговые, термальные и фиолетовые);
- Высокопроизводительные цифровые струйные печатные машины, головы для впечатывания переменной информации, электрографические черно-белые и цветные печатные машины;
- Устройства экспонирования фотополимерных пластин для флексографии и фотополимерные материалы;
- Системы управления рабочими потоками для офсетных, флексографских и цифровых полиграфических производств;
- Специализированное полиграфическое программное обеспечение (системы управления цветом, технологии растрирования и т. д.);
- Цветопробные устройства и материалы для цветопробы (полутоновые и струйные);
- Широкоформатные запечатываемые материалы и чернила для струйной печати;
- Прочие продукты (фототехнические пленки, решения для изготовления защищенной продукции и т. д.).

ФЭ: Недавно машины NexPress претерпели существенную модернизацию и на сегодняшний день обладают целым рядом возможностей, которых нет ни у какой другой цифровой печатной машины на рынке. Здесь можно отметить и рельефную печать, и высокоглянцевое выборочное лакирование, и использование специальных тонеров (например, светящихся в УФ-излучении для печати защищенной продукции) и многое другое.* По отдельности те или иные решения могут встречаться и в конкурирующих продуктах, но только в машине NexPress все возможности собраны вместе. Мы предполагаем существенно активизировать работу по продвижению этих машин на российский рынок, и, возможно, ближе к концу года у нас будет, чем похвастаться. Сейчас у нас в этом направлении сделаны большие шаги: усилена сервисная служба московского офиса Kodak, разработаны и предлагаются программы подготовки операторов-печатников в рамках поставки системы NexPress и Digimaster. Достигнута конкурентная цена на продукт, а также значительно снижена стоимость расходных материалов и ресурсных узлов, что важно для себестоимости печати. Гибкие условия финансирования позволят заказчику приобрести электрографические системы Kodak на выгодных условиях.

- Ф: Если вернуться к началу нашего разговора, Вы упомянули, что компания Kodak готова к активным действиям. Чем все же вы намерены заинтересовать типографии?
- ФЭ: Главный наш козырь в том, что мы можем предложить российским типографиям комплексные решения как в области материалов, так и оборудования, систем управления рабочими потоками и т. д. Если в типографии все это используется, то ей становится намного эффективнее работать с одним поставщиком. В этом случае проще решаются вопросы и с сервисом, и с обновлением программ и многим другим. Именно такие комплексные предложения оказались привлекательными для тех ведущих типографий, которые мы упоминали ранее. Тем не менее, мы продолжаем работу в этом направлении и будем дальше расширять возможности наших комплексных предложений. Так что и я лично, и моя команда полны оптимизма и заряжены на победу.

^{*} В одном из следующих номеров журнала «Курсив» планируется разместить вкладку, демонстрирующую возможности NexPress SX.

«Женщины... Полиграфия... Успех...» — 2011: весенний праздник в Софрино

10 марта 2011 г. состоялась торжественная встреча «Женщины... Полиграфия... Успех», во второй раз проводимая по инициативе компании «Гейдельберг-СНГ». Мероприятие ориентировано на женщин, занимающих ключевые посты на полиграфических предприятиях России.

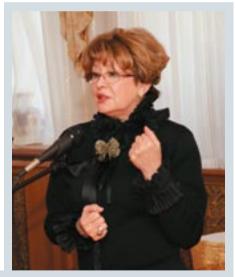
В этом году «Гейдельберг-СНГ» пригласила более 50 участниц в гости к своим партнерам и клиентам — на художественно-производственное предприятие «Софрино» Русской Православной Церкви, в типографии которого установлено оборудование Heidelberg для допечатной подготовки (Suprasetter S74), печатные машины (Speedmaster 74-5-H, Speedmaster 72V, SORMZ) и оборудование для послепечатных работ (Polar, Steuer, Busch, Eurobind ит. д.).

Славная история художественнопроизводственного предприятия «Софрино» Русской Православной

Церкви ведет начало со времен Великой отечественной войны. В 1943 г. одновременно с разрешением правительства на проведение церковных служб и возрождением духовных школ началось восстановление церковных мастерских. Были организованы цеха утвари, свечной, иконный и пошивочный, в которых в общей сложности трудилось около 80 человек. Эти скромные мастерские и стали прообразом нынешнего ХПП «Софрино» РПЦ, где сейчас работают несколько тысяч человек, а изделия предприятия, созданные по исконно русским технологиям, стали известны во всем мире.

В ходе первой части мероприятия «Женщины... Полиграфия... Успех» для гостей была организована экскурсия по производственным цехам и музею ХПП «Софрино». После обеда участников ждал подарок – творческий вечер Марины Неёловой, народной артистки РСФСР, лауреата государственных и профессиональных премий. Интересная и насыщенная программа, а также талант, обаяние и искрометный юмор Марины Неёловой создали замечательную атмосферу. В результате мероприятие получило исключительно положительные отклики участников.

Ольга Василенко, генеральный директор типографии «РАМТИП» (Раменское, Московская область): «С компанией «Гейдельберг-СНГ» мы сотрудничаем на протяжении





Всем гостям мероприятия цветы... и встреча с актрисой Мариной Неёловой

15 лет — это наши надежные партнеры и верные друзья. «Горячая линия» сервисной службы Heidelberg – «спасательный круг» для нашей типографии в случае неполадок с оборудованием, специалисты-технологи всегда готовы проконсультировать, а инженеры сервиса — выехать и на месте решить проблему. С уверенностью могу сказать, что эти люди так же надежны, как и печатные машины Heidelberg. Вдвойне приятно, что в кругу коллег можно не только хорошо работать, но и интересно, содержательно отдыхать. Встреча в Софрино - это еще один подарок к Международному женскому дню 8 марта, который преподнесла нам компания «Гейдельберг-СНГ». Интересная экскурсия, теплая атмосфера, незабываемая встреча с актрисой Мариной Неёловой, а главное, общение – все это оставило самые лучшие впечатления. На мероприятии собрались полиграфисты со всей страны, и нам удалось познакомиться и установить дружеские связи с коллегами из Воронежа и Сочи, которые. я уверена, перерастут в партнерские отношения. Искренне благодарю руководителей компании и организаторов за интересную программу, изысканные подарки и за лучик солнца, который подарили нам в этот день».

Светлана Воробьева, генеральный директор типографии «НексПринт»: «Благодарю компанию «Гейдельберг-СНГ» за организацию замечательного мероприятия для женщин. Для меня это было событие, которое останется в моей душе на долгие годы. Подобный формат мероприятия очень полезен для нас — есть возможность ознакомиться с «красивым» производством, пообщаться, обменяться насущными проблемами и отдохнуть. Приятно сознавать, что «Гейдельберг-СНГ», как всегда, "на высоте"».

Компания «Гейдельберг-СНГ» активно инициирует и придает большое значение подобным отраслевым мероприятиям. «Женшины... Полиграфия... Успех» ориентировано на представительниц прекрасного пола, которые не только руководят производствами и коллективами, но и успешно совмещают карьеру и семью, - говорит Светлана Алексеева, руководитель отдела маркетинга и РМА «Гейдельберг-СНГ». - Управлять производством - нелегкая работа, и мы не понаслышке знаем, что директора типографий – настоящие труженики. Тем более мы рады предоставить нашим гостям возможность обсудить насущные деловые вопросы и одновременно отдохнуть от забот, зарядиться положительной энергией, получить новые впечатления. «Женщины... Полиграфия... Успех» проводится всего во второй раз, но я с радостью констатирую тот факт, что мероприятие ждут в отрасли, о нем спрашивают. Надеюсь, что и в будущем году мы вновь сможем пригласить представительниц прекрасного пола на весенний праздник и порадовать их интересной программой».

Формат № 2-11

оборудование

ИЗГОТОВЛЕНИЕ КНИГ — самая престижная полиграфическая работа



Юрий Вихалевский, генеральный директор ИПК «Ульяновский Дом печати»

В то время, пока специалисты отрасли всерьез обсуждают нерадостные перспективы бумажной книги и переход книгоиздания на «цифровые рельсы» и в «виртуальные миры», типографии продолжают приобретать полиграфическое оборудование. Одна из установок недавно состоялась в «Ульяновском Доме печати». Презентация новой линии для изготовления книг Diamant MC-60 компании Muller Martini стала поводом для посещения этого издательско-полиграфического комплекса, который входит сегодня в четверку лидеров на российском рынке по производству книжной продукции.

Стоит отметить, что в России насчитывается всего несколько подобных книжных линий этого швейцарского произво-

дителя. А модель нового поколения Diamant MC-60 пока только вторая на нашем рынке. Она предназначена для высокоэффективного производства классических книг в твердом переплете, причем с возможностью успешно работать даже на малых тиражах, с традиционно высоким качеством готовой продукции, гарантируемым Muller Martini. Причина высокой эффективности - в полной автоматизации производственного процесса, возможности очень быстрой переналадки с тиража на тираж и довольно высокой скорости работы — до 3600 экз./ч.

На первый взгляд может показаться, что инвестировать в такое производительное и, разумеется, недешевое оборудование в настоящее время, по меньшей мере, опрометчиво, особенно в связи с «грядущим переходом книг в цифровые сферы». Однако генеральный директор

«Ульяновского Дома печати» Юрий Ефимович Вихалевский считает иначе. Для того, чтобы понять причины происходящего, достаточно обратиться к истории развития этой типографии.

«Ульяновский Дом печати», ставший правопреемником издательства «Ульяновская правда», был основан в 1945 г. и ориентирован главным образом на выпуск газет, разумеется, партийных: как центральных изданий для распространения в регионе, так и местных печатных органов коммунистической партии. И хотя предприятие постепенно развивалось, в основном за счет увеличения номенклатуры и тиражей газет, все же считать советские годы «славным временем» для этой типографии нельзя. Подлинное развитие «Ульяновского Дома печати» началось в 1990-х гг. как раз с закатом Советского Союза. Именно в то время предприятие возглавил новый







Самое «свежее» приобретение «Ульяновского Дома печати» — новая высокопроизводительная книжная линия Diamant MC-60

16



«Ульяновский Дом печати» одним из первых среди кижных типографий начал использовать CtP-устройство для вывода печатных форм

генеральный директор, который и сегодня успешно им руководит. С его именем связано развитие полиграфического комплекса и вывод его на ведущие позиции.

На презентации, посвященной внедрению новой книжной линии, Юрий Ефимович рассказал о том, как происходило становление полиграфического комплекса: «В начале 90-х гг. был разработан план стратегического развития предприятия, согласно которому осуществляется его постепенное перевооружение. В то время наша типография представляла собой газетно-бланочное производство с физически и морально устаревшим оборудованием высокой печати, с численностью трудового коллектива 256 человек. Перевооружение планировалось проводить в три этапа, на каждом из которых предполагалось осваивать новые технологии и новые виды продукции. На первом этапе было принято решение освоить производство книжной продукции, для чего приобрели недорогое, бывшее в употреблении оборудование - денег на новое не хватало. Но одновременно, взяв кредит (и это в начале 90-х гг.! – прим. ред.), заменили газетные агрегаты высокой печати на современные офсетные машины для производства газет. На втором этапе мы поставили задачу стать универсальным предприятием, выпускающим, помимо книг и газет, еще и журнальную, изобразительную, этикеточную, бланочную, школьно-письменную продукцию, а также товары народного потребления. Чтобы создать большие полиграфические мощности



Техническое перевооружение книжного производства началось с установки в 2005 г. поточной книжной линии Kolbus BF 512



Чтобы справляться с большим объемом заказов на книги, типографии требуется около десятка ниткошвейных машин. Установленная недавно Ventura MC производства Muller Martini позволяет за счет средств автоматизации добиться высокой скорости и качества шитья

и привлечь крупные заказы, стали приобретать формное оборудование, печатные машины, переплетные линии, оборудование для всех видов отделки. Фактически нам необходимо было создавать предприятие с нуля. Понятно, что для приобретения новой полиграфической техники в таких масштабах требовались серьезные финансовые ресурсы. Дефицит денежных средств вынуждал приобретать в основном оборудование «сэкондхэнд». Но мы всегда преследовали цель постепенно оснастить производство самыми современными видами полиграфического оборудования. И лишь в последние годы, на третьем этапе, нам это удалось».

Действительно, в течение нескольких прошедших лет производственный парк «Ульяновского Дома печати» заметно обновился. В 2007 г. была приобретена рулонная офсетная машина CityLine для печати полноцветных газет, а годом позже – рулонная книжно-журнальная машина «Книга 84». И если, как отмечает Юрий Вихалевский, печатных мощностей в типографии вполне достаточно, чтобы справиться с растущим объемом заказов (печатный парк укомплектован рулонными и листовыми машинами для производства как простой продукции 1+1, так и полноцветных многостраничных изданий), то пооперационное оборудование, которое уже частично устарело и не совсем отвечает требованиям текущей рыночной ситуации, с загрузкой не справлялось.

С 2008 г. в «Ульяновском Доме печати» активно осуществляется замена послепечатного оборудования на современные машины нового поколения. Так была приобретена линия для изготовления брошор и журналов — вкладочно-швейно-резальный агрегат Osako, который заменил два аналогичных аппарата старого образца, а также установлены новые ниткошвейные машины Freccia разных моделей фирмы Smyth. Специально для укрепления книжного производства в 2005 г. в типографии приобрели новую линию Kolbus BF 512, а совсем недавно здесь установлен послепечатный комплекс от Muller Martini — ниткошвейная машина Ventura MC

Формат № 2-11

ОБОРУДОВАНИЕ









Для печати книг на предприятии используется самое разное оборудование (сверху вниз): рулонные газетные машины ведущих мировых производителей, книжно-журнальные машины отечественного производства, «пожилые» листовые «Планеты» и современные высококачественные многосекционные листовые машины

и книжная линия Diamant MC-60. По словам Юрия Ефимовича, Ventura MC заменит ниткошвейные машины старого образца и позволит добиться не только более быстрого, но и более качественного шитья. Преимущество ниткошвейной машины Muller Martini в том, что она способна работать с различными по формату тетрадями при максимальной производительности 12 000 тетрадей/ч. На скорость шитья не влияет и плотность бумаги, которая может быть всего от 28 г/м². Важно также отметить, что вероятность ошибки на этой автоматизированной линии крайне мала, поскольку непосредственно перед процессом шитья специальное встроенное оптическое устройство контролирует изображение внутри тетрадей для того, чтобы соблюсти правильную их последовательность и раскрытие в машине. Кроме того, для сокращения времени переналадки с одного формата тетрадей на другой или между различными видами стежков предусмотрена возможность вводить данные об изменениях в производственном процессе с главного пульта управления, причем без остановки машины.

Подобными техническими средствами, облегчающими управление оборудованием и повышающими качество готовой продукции, оснащена и книжная линия Diamant МС-60 на каждой производственной операции. Аппаратные средства контроля отслеживают положение входящего книжного блока. Скорость его подачи на линию согласуется с форматом, что обеспечивает аккуратную транспортировку сшитых тетрадей. Важным этапом при производстве книги является кругление корешка блока. От этого зависит внешний вид и раскрываемость будущего изделия. В линии Muller Martini корешок подвергается круглению дважды с каждой стороны. В секции горячей склейки интегрировано устройство для постоянного перемешивания клея со встроенным измерителем вязкости. Благодаря этому отпадает необходимость контролировать состояние клея обслуживающим персоналом. После того, как переплет накидывается на блок, выполняется штриховка – наносятся узкие углубления вдоль корешка у самого края переплетных крышек, и прессование, благодаря которому форма книги надежно фиксируется. Все операции выполняются на линии автоматически, что сказывается на повышении качества готовой книги и за счет чего достигается высокий уровень производительности.

Отрадно, что обновление мощностей происходит в «Ульяновском Доме печати» невзирая на кризисы, отсутствие централизованного финансирования и многие другие сложности российской действительности. Безусловно, этими линиями далеко не ограничивается список послепечатного оборудования в типографии. Несмотря на то, что сегодня «Ульяновский Дом печати» представляет собой мощное универсальное производство, наибольших успехов на предприятии добились именно в изготовлении книг. По сути, здесь есть все необходимое оборудование для их производства как в классическом переплете, так и в набирающем популярность интегральном (кстати, именно «Ульяновский Дом печати» первым освоил эту технологию в нашей стране). Разумеется, есть и тиснение (конгревное, блинтовое, фольгой), и трафаретная печать для декорирования обложек, и оборудование для золочения корешка...

Сегодня практически все крупные издательства России печатают свои книги в «Ульяновском Доме печати». Достаточно назвать «ЭКСМО», «АСТ», «Центрполиграф», «РИПОЛ Классик», «Книжный клуб 36'6», «Олма-Пресс». В разговоре Юрий Ефимович озвучил любопытные цифры: типография ежедневно (!) отгружает заказчикам

18 Формат № 2-11 ■

5-6 полных трейлеров с книгами. Реально у предприятия около 70 постоянных книжных заказчиков, большинство из которых из Москвы. В Интернете нам даже попалась информация о том, что в «Ульяновском Доме печати» изготавливается чуть ли не пятая часть всех книг России. Сначала показалось, что это либо рекламный трюк, либо ошибка в цифрах. Сейчас начинаешь понимать, что это очень близко к истине. Во-первых, пройдя все 6 этажей производственных помещений мы не увидели ни простаивающих, ни разукомплектованных машин. Это говорит не только о высокой загрузке, но и о грамотном подходе к планированию производства. Во-вторых, при площади более 15 тыс. м² все проходы в типографии заставлены полуфабрикатами или готовой продукцией, учитывая, что ее регулярно вывозят или перемещают из одного цеха в другой. По словам Юрия Вихалевского, «Ульяновский Дом печати» изготавливает в месяц около 3 млн книг в твердом переплете, немногим меньше книг в мягкой обложке и примерно 4,5 млн «брошюр» (так в типографии называют все, что скрепляется на проволочную скобу). Цифры впечатляющие! По нашим оценкам, когда мы пытались просчитать объем книжного рынка России (см. «Формат» №9-2010), получилось, что из потребляемых в год 650 млн книг у нас в стране изготавливается около 500-550 млн. Таким образом, на долю «Ульяновского Дома печати» приходится 12-15% всего книжного рынка России!

Ни для кого не секрет, что книги — один из самых сложных видов полиграфической продукции. Их коллекционируют, дарят, ими обмениваются, они даже являются пред-



Все свободное пространство в типографии заставлено готовой продукцией или полуфабрикатами, что говорит о действительно высокой загрузке

метом украшения квартир и офисов. Соответственно, и требования к производству книг намного выше, чем к любой другой печатной продукции. Книги делают только лучшие типографии, причем это «правило» работает не только в России, но и во всем мире. Что же касается «Ульяновского Дома печати», то, на наш взгляд, причина успешного развития этого полиграфического комплекса во многом кроется в уверенности и харизме его руководителя, умении убедить коллектив в успехе и понимании, что профессионально изготавливать книги — почетное и престижное занятие.



ВШРА Primera – для большей эффективности в послепечатной обработке.

ВШРА Primera подкупает своим современным лаконичным дизайном и эргономичным обслуживанием. В области средних и больших тиражей Primera представлена четырьмя скоростными режимами и поэтапно автоматизирована. Благодаря новой концепции управления машина легка и быстра в переналадке.

Модульное построение Primera позволяет предлагать нам различные конфигурации данной машины, ориентированные на потребности каждого конкретного клиента. Для гибкого планирования заказов и большей эффективности – **Grow with Primera.**

MÜLLER MARTINI

OOO «ММ Русланд» Тел./факс: (495) 730-54-25, 730-50-49 E-mail: info@ru.mullermartini.com http://www.mullermartini.com/ru

Бесхимическое CtP:

большое приобретение для «маленькой такой компании»

ебольшое полиграфическое производство на севере Москвы в оживленном районе города - типография «Галеон». Более 10 лет компания специализируется на изготовлении представительской и офисной полиграфии. Правда, первые три года своего существования это был копировальный центр, предоставляющий услуги цифровой печати. Постепенно он вырос в производство с широкими возможностями по печати полиграфической продукции и ее последующей обработки. Вероятнее всего, в этой истории большинство типографий могут узнать себя. Такой сценарий развития характерен для многих сверстников «Галеона». Однако примечательна эта типография тем, что она первой в Москве приобрела бесхимическое CtP еще в 2007 г. На этот шаг полиграфические компании до сих пор смотрят с большим опасением, а число решившихся его сделать по-прежнему невелико.

Как рассказывает исполнительный директор типографии «Галеон» Екатерина Манзурова, выбор конкретно этой CtPсистемы - Agfa :Acento IIS (термальное устройство для прямого экспонирования офсетных пластин, сейчас поставляется под новым именем :Avalon N4, — прим. ред.) был, скорее, интуитивным. Оценить преимущества ее использования удалось только в процессе работы. Изначально перед типографией стояла задача заменить формный участок – фотонабор, копировальную раму и проявочный процессор современной и более производительной технологией вывода печатных форм. Дело в том, что компания «Галеон» всегда ориентировалась на оперативный выпуск типовой коммерческой продукции - стандартного набора печатных изданий для



Екатерина Манзурова, исполнительный директор, типография «Галеон» [Москва]

корпоративных заказчиков. В конце 2003 г. было принято решение не развивать больше цифровое направление. Устаревший Canon, правда, заменили на новую цифровую машину, на которой сегодня печатаются работы только в качестве дополнительной услуги для постоянных клиентов. Тем не менее, политика выпуска продукции в предельно сжатые сроки сохранилась и с покупкой офсетного оборудования. «Наша типография рассчитана на короткие тиражи – в среднем 500-1000 экз., - говорит Екатерина. – Благодаря тому, что все процессы у нас максимально оптимизированы, нам удается удерживать приемлемые цены на открытки, листовки, брошюры, буклеты, папки,



Алексей Архипов, начальник производственного отдела, типография «Галеон» [Москва]

визитки — словом, все, что, как правило, необходимо любой коммерческой компании. При этом такая продукция нужна заказчикам срочно. Поскольку наше производство расположено в Москве и оснащено необходимым набором оборудования для выполнения работ даже со сложной отделкой, мы в состоянии использовать свои ресурсы, чтобы выполнять такие заказы».

Именно эти два последних обстоятельства, с одной стороны, дают «Галеону» конкурентные преимущества, а с другой — накладывают ряд ограничений. Прежде всего в производственных помещениях. Любая типография, находящаяся в пределах столицы, сталкивается с не-









Типовая полиграфическая продукция для корпоративных заказчиков — основная специализация типографии «Галеон»

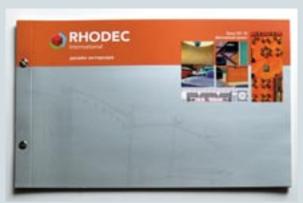


В типографии «Галеон» установлена одна из самых первых в России систем экспонирования химически чистых пластин

хваткой квадратных метров, электрических мощностей, коммуникаций и вынуждена зачастую при выборе нового оборудования руководствоваться размерами своего здания. В ровно такой ситуации оказалась и компания «Галеон». Именно поэтому здесь установлены печатные машины — одни из самых компактных в своем классе, но, тем не менее, ведущих производителей: четырехкрасочный Heidelberg Speedmaster 52 и двухкрасочная КВА Rapida 72К планетарного типа. Кроме того, чтобы разместить в ограниченном пространстве отделочное оборудование для ламинирования, трафаретного УФ-лакирования, тиснения, нумерации, навивки и многих

других операций, также приходилось идти на компромиссы — в том числе, например, для экономии места был выбран листоподборочный комплекс вертикального построения СР Bourg, который также выполняет шитье подобранных листов на скобу и подрезку.





В числе заказов типографии есть и многостраничные издания, большая часть которых требует сложной послепечатной отделки

Собственно, когда речь зашла о покупке CtP-устройства, из всех возможных вариантов именно Agfa :Acento IIS в комплекте с процессором очистки :Azura C95 оказалось самым оптимальным по габаритам, чтобы вписать его в существующее помещение. Кроме того, как отмечает Екатерина Манзурова: «Поставщик – компания «Терем» – предложила удачные условия приобретения CtP. Благодаря новому устройству мы сразу смогли сократить количество сотрудников, занятых на формном участке. В результате у нас высвободился ресурс, который пошел как раз на погашение ежемесячной рассрочки за оборудование. Так что в финансовом отношении мы ничего не потеряли. Помимо этого, до минимума сократились случаи переделки форм по тем или иным причинам, которые регулярно происходят при пленочной технологии, плюс существенно сократилось время на приладку тиражей за счет одинаковой геометрии приводных меток».

КОНВЕРТЫ СДЕЛАНО В РОССИИ



www.konvert.ru

ПОЗВОНИТЕ

745-1514, 679-4402

679-5543, 679-6888

679-3957, 679-3995

Конверты стандартных размеров

Конверты с окном

Конверты

с отрывной лентой (самоклей)

Конверты с печатью логотипов

Полноцветные фирменные конверты



ОАО "МОСКОВСКАЯ ТИПОГРАФИЯ №11"

_ОБОРУДОВАНИЕ





Такие каталоги требуют очень точного и стабильного воспроизведения цвета...





...а эти сложной трафаретной отделки обложки

С появлением CtP типография «Галеон» приобрела новую бесхимическую технологию вывода форм, которая дает ей сегодня массу преимуществ:

■ Производительность. За счет того, что процесс допечатной подготовки исключает операции вывода, монтажа и копирования пленок, значительно сокращаются сроки подготовки заказа к печати. «По сравнению с предыдущим нашим допечатным участком, скорость изготовления форм с помощью системы экспонирования Agfa увеличилась на 50%, - говорит начальник производственного отдела типографии «Галеон» Алексей Архипов. – Для нас это актуально, поскольку преимущественно мы работаем с короткими тиражами, и печатная машина справлялась с заказами быстрее, чем позволяла нам изготавливать формы копировальная рама. А печатных форм нам приходится делать много - в среднем выводим 80-130 пластин в сутки на Speedmaster 52 и еще около 20 - на КВА. Сегодня производительность допечатного участка такова, что оператор успевает в дневную смену сделать формы на сутки, не задерживаясь на производстве. И если раньше формный отдел работал у нас круглосуточно, то сейчас один день в неделю — выходной». На производительность допечатного участка влияет также и то,

что :Acento IIS оснащен раздельными системами загрузки и выгрузки пластин, поэтому можно подготавливать пластину для загрузки в то время, пока другая экспонируется.

Качество. CtP-устройство :Acento IIS оснащено системой workflow Agfa :ApogeeX, позволяющее корректно выполнять допечатную подготовку файлов перед выводом пластин. «Программное обеспечение :ApogeeX сразу отсекает массу ошибок, которые раньше нужно было вылавливать вручную. Чтобы заметить и исправить проблемы в предоставленных файлах, требовались квалифицированные специалисты. Теперь же все делается автоматически, что позволило нам сократить количество брака по вине заказчика. Теоретически можно посадить любого человека, немного его обучить и он сможет работать с этой системой. Мы не ожидали, что это настолько будет полезно», - говорит Екатерина Манзурова. Более того, CtP оснашено технологией гибридного растрирования Sublima, разработанной компанией Agfa. Она позволяет достигать очень высоких линиатур при

стандартном разрешении 2400 dpi и тем самым передавать мельчайшие детали изображения без дополнительной обработки на допечатной или печатной стадии процесса. Все это дает возможность добиться наивысшего качества изображения минимальными усилиями и расходами для типографии.

- **Экологичность.** Термальное CtP-устройство :Acento IIS работает по бесхимической технологии. Иными словами, из процесса экспонирования пластин устраняется этап химической проявки. Это существенно ускоряет и упрощает вывод печатных форм, делая его, в свою очередь, более экологичным. При этом также отпадает необходимость в подводе воды и канализации, что исключает дополнительные проблемы, особенно для небольших производств.
- Экономичность. Помимо того, что благодаря своим компактным габаритам данное CtP Agfa решило для типографии задачу экономии производственных площадей, оно еще и потребляет энергии почти в 3 раза меньше, чем «химические» устройства экспонирования. В условиях мегаполиса это большой плюс. Как уже упоминалось выше, приобретение CtP позволило также сократить отдел допечатной подготовки до одного оператора. А сэкономленные средства на заработном фонде пошли на погашение рассрочки платежа





Для изготовления каталогов ведущих мировых компаний требуется высокое качество и стабильность производства





Некоторые каталоги требуют использования сложных дизайнерских бумаг

за оборудование. Возможно, здесь явной экономии нет, однако за те же средства, которые бы потратились на зарплату сотрудников формного участка, типография приобрела современное и высокотехнологичное оборудование.

Как отмечают в типографии «Галеон», :Аcento IIS — очень надежное устройство, за три года эксплуатации еще ни разу не приходилось заказывать запчасти или проводить ремонт оборудования. «Только в самом начале, когда мы поставили СtP, у поставщика закончились под нас пластины — мы работаем на бесхимических Azura, — рассказывает Екатерина Манзурова. — Тогда наша типография была первой в Москве, которая приобрела бесхимический CtP. Однако, надо отдать должное, специалисты компании «Терем» подстраховали нас и привезли в типографию проявочный процессор. Так что мы смогли выводить формы на обычных пластинах. Они нас не бросили в сложной ситуации. Мы им очень бла-

годарны за это. Сегодня проблем с поставкой пластин уже не возникает, и мы ни разу не простаивали из-за отсутствия расходных материалов». Алексей Архипов добавляет: «Мы даже не вспоминаем про наш CtP, поскольку все работает стабильно. А если так, то оборудование становится «незаметным». Процесс вывода выверен и надежен». «Как поставщик «Терем» показал себя с очень надежной стороны. Если бы нам пришлось еще раз выбирать, то все равно бы выбрали именно эту систему CtP», — отметила Екатерина Манзурова.

В скором времени в типографии «Галеон» планируется запустить систему web-to-print. И поскольку технологии Agfa — как в техническом, так и программном отношении — оказались весьма эффективными для работы производства, возможно, что и в реализации нового проекта программные средства от Agfa также будут использованы.







Производство открыток: увлечение отделкой приветствуется!

ожно долго спорить о том, какой из процессов — допечатный, печатный или послепечатный — при производстве полиграфической продукции имеет наиболее важное значение для достижения качественного результата. Скорее всего, в этом споре не будет правых. Лет 10 назад умы полиграфистов занимали допечатные технологии, особенно в связи с появлением CtP-устройств для цифрового экспонирования пластин. Сегодня довольно часто говорят о важности операций по отделке и обработки отпечатанных оттисков, что позволяет последним превратиться в законченное печатное изделие. Не будем брать в расчет повальное и порой чрезмерное увлечение декоративными возможностями отделочных процессов, которое наблюдалось еще несколько лет назад. Однако есть один вид продукции, где это не только приветствуется, но и является одним из главных требований. Речь идет об открытках. Сейчас они представляют собой сложные изделия как в плане конструкции, так и полиграфического исполнения. Фактически здесь каждый вид отделки подразумевает наличие специального оборудования. Об этом не понаслышке знают в издательско-полиграфической фирме «Стезя», которая много лет назад выбрала для себя удивительную специализацию — открыточное производство. Сегодня на этом предприятии установлен уникальный набор послепечатного оборудования, которого нет больше ни в одной другой типографии. О том, как сформировалось это производство, мы поговорили с представителями ИПФ «Стезя».

Название издательско-полиграфической фирмы «Стезя» знакомо, пожалуй, каждой открыточной компании. И даже если кто-то из них не является клиентом этой типографии, о качестве изготавливаемой ей продукции хорошо осведомлены. В следующем году «Стезя» отметит уже свое двадцатилетие – официальная дата ее рождения 1 апреля 1992 г. Тогда в начале 90-х гг., в расцвет предпринимательства, группа инициативных молодых людей, самых разных специальностей и призваний, решили организовать собственный бизнес. Любопытно, что в составе компании изначально не было полиграфистов по образованию. Тем не менее, была выбрана полиграфия. По словам технического директора Алексея Шкляева, видимо, потому, что «это отрасль, где каждый, приложив голову и руки, может найти себе применение».

На первоначальном этапе «стезисты» начинали, как и многие, с офисной полиграфии. «Одно время даже пытались печатать книги, - рассказывает Алексей Шкляев, -



Алексей Шкляев. технический директор ИПФ «Стезя» [Йошкар-Ола]



Павел Светлаков. директор полиграфического производства ИПФ «Стезя»

но это направление не получило развития, скорее, в силу того, что первоначальный комплект оборудования был подобран не очень Сперва профессионально. приобрели небольшую офсетную машину AM Multigraphics 1218, но печатать на ней даже визитки было затруднительно. После уже купили машины совсем другого класса».

Постепенно в типографии нашли для себя сферу применения - выпуск продукции (вкладыши, коробки) для аудио- и видеокассет. «Стезя» тогда работала с ведущими российскими фирмами шоу-бизнеса. По тем временам это были серьезные объемы производства, однако все операции выполнялись в типографии на ручных аппаратах. «Тогда у нас не было ни имени, ни опыта, ни постоянной работы, и главное - не было денег, а поскольку не было всех предыдущих составляющих, то и финансовые средства никто не хотел инвестировать, - поясняет Алексей Юрьевич. - Поэтому каждый операционный процесс по изготовлению той же коробки для видеокассет выполнялся на отдельном станке: сначала вырезалась заготовка, потом на одном аппарате вырубались углы, на другом – выемки под пальцы, затем выполнялась биговка. При этом все операции делались с высокой производительностью». «Тиражи были достаточно большие, - добавляет



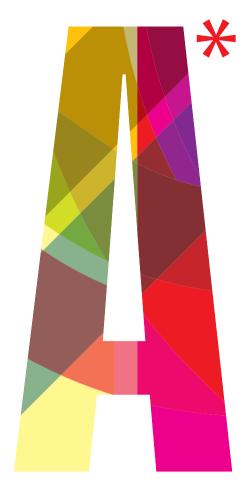
Один из вырубных прессов Bobst в типографии «Стезя»

Павел Светлаков, директор полиграфического производства ИПФ «Стезя». — Тираж вкладышей мы могли выполнить за 10–12 ч при наличии всех материалов на складе. Причем вручную сфальцевать, на каждый вкладыш наклеить номерной стикер, пересчитать, упаковать и отправить в Москву. Одна из причин, почему с нами охотно сотрудничали, — мы обеспечивали производство легальной продукции, и стикеры не уходили на сторону».

На этом бизнесе типографии удалось заработать средства, которые пошли на переоснащение производства. Был обновлен печатный цех – с покупкой чешской машины Dominant 846 «Стезя» перешла с третьего печатного формата на второй, а вскоре здесь была установлена первая в России офсетная машина первого формата MAN Roland 700-й серии. Параллельно с этим активно перевооружался парк послепечатного оборудования – сначала были приобретены тигельные пресса Grafopress. А в 1997 г. состоялась покупка фальцевально-склеивающей машины и первого для типографии автоматического вырубного пресса Bobst 900. «Для нас это было знаковое событие. Машина была восстановлена на заводе компании Bobst в Швейцарии. Несмотря на то, что оборудование произведено в 1953 г., оно было в отличном состоянии и даже сейчас кое в чем превосходит современные машины. Конструктивно выполнено отменно и совершенно не реагировало на износ цепей. По крайней мере, на точности приводки это никак не отражалось. Позднее мы продали эту высекальную машину в Краснодар, потом, насколько нам известно, ее еще раз перепродали. Но на мой взгляд, она еще может очень долго работать, сломать ее практически невозможно», - говорит Алексей Шкляев.

Все это оборудование покупалось из расчета на большие тиражи аудиои видеопродукции. Однако внимание типографии уже давно стало привлекать другое направление – производство открыток. «Нас часто спрашивают, почему именно открытки. Во-первых, кризис 1998 г. серьезно подкосил рынок аудио-видео продукции, а во-вторых, открытки, на наш взгляд, это довольно сложный, но в то же время интересный вид полиграфической продукции», - рассказывает Алексей. Новое направление повлекло и новые приобретения. «От большой необходимости и недостатка средств мы сделали шаг в сторону и приобрели китайскую машину по высечке и тиснению, – говорит технический директор. – Отработали на этой машине около года, правда, пришлось ее почти полностью перебрать». Очень скоро типография смогла привлечь приличное количество заказов от ведущих открыточных компаний в России, которые к концу 90-х гг. получили широкое развитие. Открытки требовали качественной отделки, а значит, и серьезного профессионального оборудования. «Стезя» приобретает машину для горячего тиснения фольгой Bobst BMA (1979 года выпуска), также восстановленную. По словам Алексея Шкляева, она успешно работает до сих пор. «Эта машина была запущена в течение двух суток вместо положенных двух месяцев, поскольку к тому моменту у нас была проблема не найти работу, а эту работу сделать», — говорит он. В 2000 г. типография «Стезя» переходит на цифровую технологию экспонирования пластин. После выставки drupa здесь была установлена термальная система CtP Agfa Galileo с уникальной





Изготовим любую рекламнокоммерческую 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.



ОБОРУДОВАНИЕ



Объемная открытка с большим количеством деталей и сложной отделкой

длиной волны лазера 1064 нм. Хотя позднее выяснилось, что такая длина волны заметного повышения качества по сравнению с коротковолновыми лазерами не дает. Устройство и сейчас в рабочем состоянии, но в типографии пользуются уже более новой CtP-системой также производства Agfa.

Вскоре в типографии стали ощущать нехватку послепечатного оборудования. Заказы росли, открыточный рынок набирал обороты. Издательства, специализирующиеся на выпуске открыток, стремились увеличить тиражи своей продукции, а следовательно, должно было расти и ее потребление. Для этого разрабатывались оригинальные дизайны, на вооружение брали западные аналоги, важность отделки приобрела для этого бизнеса определяющее значение. Издательства хорошо понимали, что заставить приобрести открытку можно только заинтересовав потребителя. Поэтому начинают разрабатываться сложные по конструкции открытки, с многосгибной фальцовкой, оригинальной вырубкой, неизбитой формой, броским сюжетом, объемными элементами, всевозможной отделкой и т. д. Чтобы всему этому появиться, нужно соответствующее оборудование. Увидев подобную потребность рынка, «Стезя» увлеченно начинает переоснащение послепечатного цеха. После выставки Ірех 2002 и посещения вслед за этим Швейцарии в типографии появляется машина для тиснения фольгой Bobst BMA Foilmaster и пресс для высечки Bobst Evoline SP102E. Позднее к ним присоединится еще одна высекальная машина Bobst SP102E и третья машина для горячего тиснения SP102 ВМА. Год от года требования к отделке все повышались, поэтому каждый этап развития вынуждал приобретать и специальное оборудование. Так в типогра-

фии устанавливают термографическую линию, две машины для УФ-лакирования, оборудование для трафаретной печати и даже линию для бронзирования (в определенный момент это было очень модным способом отделки). Печатный парк также не отставал. К 2002 г. в «Стезе» было уже три машины MAN Roland 700 (двух-, пяти- и восьмикрасочная офсетные машины), и все они были переоборудованы для печати УФ-красками. Кстати сказать, именно эта типография стала одной из первых, где начали использовать УФ-печать. «Началось все с требования заказчиков, чтобы оборот открытки был таким же ярким, как лицо, – рассказывает Алексей Юрьевич. – А печатали мы на одностороннего мелования. Краска впитывалась в немелованный слой, и изображение получалось более тусклым. Использование же ультрафиолетовых красок позволяло добиться более насыщенной цветопередачи. Кроме того, все открытки требуют сложной многостадийной послепечатной обработки, поэтому необходимо было максимально сократить межоперационное время. Плюс стоял вопрос обслуживания техники - если постоянно работать с противоотмарывающим порошком, то ее необходимо минимум раз в неделю очищать, а значит, останавливать производство. УФ-технология по тем временам была существенно дороже, хотя и сейчас обходится не дешево. Однако преимущества настолько велики, что сложно представить, что можно работать по-другому». Словом, благодаря этой технологии печати «Стезя» смогла предложить уникальные возможности для реализации «открыточных» идей: печать на металлизированных картоневпитывающих синтетических материалах. пластике. изготовление лентикулярных изображений, и при этом сэкономить время для остальных производственных процессов, которые зачастую требуют гораздо большего времени, чем сама печать. И это не только отделка, но и много ручных операций по сборке и упаковке.

На сегодняшний день ИПФ «Стезя» обладает уникальным набором оборудования, которое позволяет ей предлагать самую современную печать и отделку полиграфической продукции. Сложно представить, что для такого, казалось бы, небольшого изделия, как открытка, необходимо огромное производство специализированной техники. Более того, в типографии уже лет 10 организован отдел по производству оснастки для высечки. «Для нас это ежедневная задача. Ведь каждая новая открытка — это

отдельная штанц-форма и клише. Для их изготовления у нас применяется как метод травления, так и фрезеровки. В месяц удается делать около 200 штанцформ», — говорит Павел Светлаков.

Однако типография пытается искать новые возможности применения своего оборудования. Сейчас, помимо открыток, «Стезя» пробует себя на рынке печати упаковки из металлизированного картона, и есть уже приличные успехи. Здесь предприятию в первую очередь пригодилось приобретенное в свое время высокоточное и производительное оборудование для вырубки, а также машины для конгрева и горячего тиснения фольгой фирмы Bobst. В общей сложности их в «Стезе» целых 5 единиц. Благодаря такому оснащению типография может выполнять вырубку разной степени сложности, многоуровневый конгрев, а также различные виды тиснения. Например, на Bobst BMA Foilmaster здесь освоили тиснение с микроштрихами, что позволяет создавать текстурную поверхность материала. Такой необычный способ отделки очень выигрышно смотрится как на открытках, так и на эксклюзивной упаковке. «Оборудование позволяет очень точно выставить давление на оттиск, а это дает возможность прорабатывать тонкие детали тиснения. В итоге мы можем добиться как четких узорных линий, так и создать мелкотекстурную поверхность с помощью отделки фольгой», - говорит директор полиграфического производства. О каком бы способе отделки или обработки ни шла речь, оборудование Bobst может их выполнять с высокой скоростью. Для упаковки это особенно важно, ведь тиражи традиционно большие, причем срок их исполнения максимально короткий. «За все время работы нашего предприятия мы запускали много разного оборудования, - отмечает Алексей Шкляев. – Нам довелось поработать и на американских, и на европейских, и на китайских машинах. Однако в отношении оборудования Bobst могу определенно точно сказать, что оно может работать многие десятки лет. Просто изначально оно настолько конструктивно продумано, настолько все узлы машины сбалансированы, что точность работы не изменяется ни при больших производственных нагрузках, ни при возникающих неполадках в деталях, ни при большом сроке эксплуатации. Это оборудование действительно очень высокого уровня, надежное и прочное. И мы его неплохо освоили. Это позволяет нам не только его легко обслуживать, но и добиваться превосходных производственных результатов».

26



2-я Международная выставка полиграфических технологий Китая (провинция Гуандун)

9-13/4/2<mark>011</mark> Новый Международный Выставочный Центр Гуандун

Событие: ПЕЧАТЬ В КИТАЕ 2011

Спонсоры:

Ассоциация полиграфии и полиграфического машиностроения Китая
Корпорация Международных Выставочных Центров Китая
Администрация Прессы и Публикаций Провинции Гуандун
Комиссия по Экономике и Торговле Провинции Гуандун
Народное Правительство Города Дунгуан Провинции Гуандун
Ассоциация полиграфических и копировально-множительных предприятий Провинции Гуандун

Организаторы:

Print China Show Company Ltd

Контактная информация:

Accoциация полиграфии и полиграфического машиностроения Китая Printing and Printing Equipment Industries Association of China

Tel: +86-10-63033233

E-mail: lidongmei@chinaprint.org.cn

Ассоциация полиграфических и копировальномножительных предприятий Провинции Гуандун Printing and Replicating Industries Association of Guangdong

Tel: +86-20-37638453

E-mail: Guofeng21@21cn.com

Выставочная компания CIEC (Shenzhen) Limited CIEC Exhibition Company (Shenzhen) Limited

Tel: +86-755-88313300 E-mail: info@ciec.com.hk Print China Show Company Ltd Tel: +86-769-85588658

+86-769-8588038

E-mail: zhangna@printchina.org danny_chau@printchina.org

www.printchina.org







_ЦИФРОВАЯ ПЕАРТЬ

Мы нашли для себя новую нишу: **печать фотоальбомов**



Виктор Кузнецов, генеральный директор типография «П-Центр» [Москва]

трасли нужны перемены — с этим мнением согласны многие участники полиграфического рынка. Однако к меняющимся условиям можно не только адаптироваться, но и создавать самим эти условия, найдя тем самым перспективный путь своего развития. Об одном из таких полиграфических предприятий пойдет речь в этой статье. Типография «Пцентр» некоторое время назад вышла на рынок с новым предложением, оказавшимся весьма эффективным. Подробнее об этом мы поговорили с генеральным директором этой компании Виктором Кузнецовым.

Надо сказать, что типография «П-Центр» существует уже около 20 лет. А создавалась она на базе отдела печати документов группы научно-исследовательских институтов цветной металлургии. Ближе к концу 1980-х гг. в Министерстве цветной металлургии СССР решили объединить все отраслевые НИИ в одном здании, чтобы обеспечить их более эффективную работу. В этом же здании было предусмотрено и место для «типографии» - точнее, отдела, в задачи которого входило тиражирование документации, создаваемой группой НИИ. Возглавлять его поручили Виктору Кузнецову, тогда еще молодому научному сотруднику. Вскоре отдел стал выполнять большой объем работ по печати научных трудов, диссертаций, специальных журналов и т. д. Однако с закатом Советского Союза всему этому тоже пришел конец. Как говорит Виктор Кузнецов, «в один прекрасный день все сотрудники этого отдела оказались уволенными с занимаемых должностей в связи с тем, что надобность в таком подразделении отпала». Но люди не растерялись и, взяв в аренду оборудование своего же бывшего отдела, организовали частное предприятие – «П-Центр», сокращенно от «печатный центр», именно так называли между собой расформированное подразделение.

Почти за 20 лет существования эта полиграфическая компания прошла несколько интересных этапов своего развития. В аренду типографии достались несколько печатных машин Romayor, на которых изготавливалась сравнительно простая полиграфическая продукция. Начинали с печати бланков, визитных карточек, блокно-

тов и т. д. Впрочем, корпоративную продукцию изготавливают в типографии и сейчас, но уже на совсем другом оборудовании. Пришлось нарабатывать клиентскую базу, учиться удерживать заказчиков и стараться удовлетворять их потребности. Любопытно, что целый ряд клиентов, начинавших работать с «П-Центр» еще в начале 90-х гг., продолжают сотрудничать с ним и сегодня. Мало кто из предприятий может похвастаться таким постоянством клиентов. Виктор объясняет это тем, что основной задачей он всегда видел необходимость работы в интересах заказчиков. «Нужно добросовестно выполнять свою работу, держать разумный уровень цен и внедрять те технологии, которые позволяют этого добиваться». — говорит он.

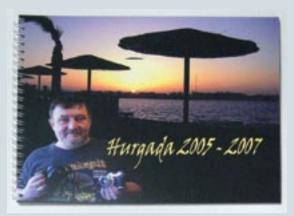
Примерно по такому пути и развивалась типография «П-Центр». Надо сказать, что машины Romayor достались ей не в самом лучшем состоянии, и через некоторое время их пришлось заменить на офсетные дупликаторы Rotaprint, причем еще в начале 90-х гг. уже были сделаны шаги в направлении печати цветной продукции (для начала в две краски). Постепенно в типографии появились более серьезные офсетные машины, позволяющие печатать и полноцветную продукцию. Офсетное производство здесь продолжают развивать до сих пор. Однако один из важных этапов развития предприятия связан с приобретением около 10 лет назад первого для типографии цифрового печатного устройс-

> тва -популярного в то время Xerox DC12. Как сказал Виктор Кузнецов, его купили, скорее, для экспериментов и понимания, для чего можно использовать цифровые технологии. Довольно скоро выяснилось, что для продукции, которую в те годы изготавливали в типографии, «цифра» оказалась очень эффективной. Это быстро поняли и менеджеры, которые стали успешно продавать как офсетную, так и цифровую печать. Вскоре возможностей DC12 стало не хватать, и его заменили на Хегох

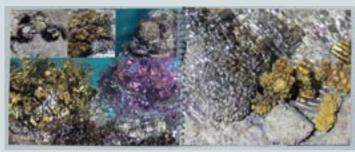




Оборудование Xerox в типографии «П-Центр». Слева: цветной высокопроизводительный аппарат DocuColor 8000, справа: WorkCenter pro 65 для черно-белой печати (сейчас используется редко)



Типовая фотокнига, заказанная фотографом-любителем. Минимум дизайнерских изысков, только фотографии. Обложка сделана из листового пластика, скрепление блока на пружине. Тираж такого изделия составил пять экземпляров. Такие фотоальбомы раньше собирали вручную из отпечатанных фотографий. Теперь их изготовление автоматизировано





2045. Кроме того, приобрели и многофункциональную машину Xerox WorkCenter Pro65 для черно-белой цифровой печати, поскольку в «П-Центр» немало заказов на продукцию в одну краску. Например, здесь по-прежнему печатают научные журналы соседних НИИ, которые еще сохранились. Все эти машины позволили типографии занять свое место на рынке цифровой печати Москвы.

Кузнецов отмеча-Виктор ет: «Наличие в типографии и офсетной, и цифровой печати позволило управлять заказами, обеспечивая при этом наиболее эффективное производство. Менеджеры по работе с заказчиками могли гибко оперировать и ценовой информацией, и сроками изготовления, что позволяло поддерживать высокий уровень лояльности клиентов. Конечно, это требовало и довольно высокой квалификации менеджеров, но их в типографии принято выращивать в своем коллективе». Объем заказов на цифровую печать продолжал расти, и через некоторое время Хегох 2045 заменили на более производительный Xerox DocuColor 8000.

Появление этой машины позволило типографии выйти на новый для себя рынок — печать фотокниг, или, как их принято называть на английский манер, «фотобуков». По словам Виктора, интерес к производству фо-

токниг у руководства типографии возник еще 5 лет назад, когда подобная продукция только стала появляться в мире. Увидев такую фотокнигу на выставке Ірех 2006, пришла мысль наладить собственное производство. Однако осуществить задуманное оказалось не так просто. Это совсем другой вид бизнеса, который предполагает взаимоотношения уже не с корпоративными клиентами, а физическими лицами, поэтому работа на рынке фотопечати требует выполнения определенных требований и наличия отлаженной инфраструктуры. Так как тираж фотокниг штучный, то зарабатывать на их производстве можно в том случае, если делать эти фотокниги в большом количестве. Но повышение числа изготавливаемых книг — это пропорциональное увеличение количества заказчиков. Чтобы иметь возможность обрабатывать большой объем заказов, нужна специальная

инфраструктура, причем увеличение числа менеджеров не поможет - финансовая эффективность от этого сведется к нулю. Поэтому вся надежда на программные продукты, которые могут полностью автоматизировать процесс сбора и обработки заказов. Виктор Кузнецов рассказывает, что ознакомившись с существующими программными продуктами и не найдя среди них подходящих вариантов, было принято решение разработать свой. Но как это часто бывает в подобных ситуациях, даже созданная собственными силами программа не смогла полностью решить всех задач. Полноценная работа началась с того момента, когда в типографии приобрели программный продукт M-Photo. «Пять лет назад мы к этой программе уже присматривались, но тогда ее функциональные возможности были слабыми. Спустя несколько лет это программное решение достигло



Данный фотоальбом выполнен в престижном оформлении. Здесь используется твердый переплет и бумага со специальными полимерными вставками, улучшающими раскрываемость блока при шитье втачку и обеспечивающими совпадение переходящих фотографий





Формат № 2-11

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ



Такой простейший восьмистраничный фотобук любой желающий может один раз заказать бесплатно. Для типографии это рекламная акция. На последней странице автоматически печатается адрес доставки и реклама

очень высокого уровня, что дало возможность использовать его для полноценной работы по изготовлению фотокниг», — рассказывает Виктор Кузнецов.

Сейчас работа с фотокнигами строится следующим образом. Любой желающий может скачать со специального сайта программу с шаблонами для создания своих будущих фотокниг, самостоятельно добавить туда фотографии, подписи, рисунки, после чего выложить готовый фотобук в цифровом виде на сайт типографии. Параллельно с этим нужно выбрать вид скрепления (из нескольких типовых) и оплатить свой заказ. Оплатить можно самыми разными способами - от банковского перевода или кредитной карточки до терминалов пополнения счетов мобильных телефонов. Программный продукт типографии принимает полученные файлы, проверяет наличие оплаты и только после этого «регистрирует» заказ на исполнение. Далее система управления производством автоматически формирует план работ на каждом рабочем месте: загрузку печатной машины и различных послепечатных операций. Контроль за исполнением заданий также выполняется автоматической системой. Опознание полуфабрикатов осуществляется по штрихкодам, которые наносятся вместе с основным изображением. Любопытно, что одновременно со считыванием штрих-кода на том или ином рабочем месте в системе изменяется статус заказа, который, в свою очередь, доступен

для просмотра через Интернет заказчиком. Соответственно, он может в реальном времени следить за тем, как движется его заказ по этапам производства. Таким образом, в типографии внедрена система web-to-print в наиболее эффективном виде, практически не требующим пристуствия менеджеров и управленцев.

«В компании долго готовились к выходу на рынок фотокниг, рассказывает Виктор Кузнецов, - но сейчас все необходимые подготовительные операции сделаны и система функционирует в рабочем режиме. Число заказов стремительно растет. Клиенты «распробовали» новый вид продукции и заказывают фотокниги все более активно». Все цифровые заказы в типографии выполняются на Xerox DocuColor 8000. при этом его использование строго организовано: одну часть рабочего времени машина печатает фотокниги, а другую – остальную продукцию. «Качество, обеспечиваемое Xerox DocuColor 8000, полностью соотвествует возложенным на него задачам, -Виктор. -Поначалу отмечает было опасение, что возможностей электрографического способа печати будет недостаточно для воспроизведения фотоснимков, но первые эксперименты быстро развеяли наши сомнения. За все время работы у нас не было никаких рекламаций от клиентов касательно некачественной печати фотографий. Все получилось...»

Для развития бизнеса печати фотокниг руководство «П-Цен-

тра» организовало даже отдельное юридическое лицо. Уже сейчас у компании существует немало своих ноу-хау, призванных максимально упростить и усовершенствовать процесс производства фотокниг. Во-первых, для их изготовления приобретают специльную бумагу для цифровой печати (полиграфическую меловку не используют). Виктор объяснет это тем, что с цифровой бумагой работать проще и стабильнее, а качество печати получается выше. Вовторых, здесь разработали собственную технологию производства переплетных крышек с использованием запечатанного самоклеящегося покровного материала. Это позволило полностью избавиться от клея. Поскольку скрепление альбомов обычно проводится проволокой «втачку», то есть блок прошивается не по корешку, а поверх листов, то это затрудняет раскрытие фотокниги у края корешка. Для печати «престижных» фотоальбомов используется специальная бумага с полимерной полосой, которая существенно упрощает открытие изделия.

Виктор говорит, что сейчас в типографии изготавливают несколько десятков заказов в день. Наиболее типичный тираж — 1 экз. Хотя бывают и десятки. В пиковые сезоны (послеотпускной период, сезон свадеб и т. д.) число заказов может достигать 200 экз. в день. Такой объем уже сложно перерабатывать на одной машине, учитывая, что на ней печатаются и другие цифровые заказы. Поэтому в типографии подумывают приобрести отдельную цифровую машину исключительно для печати фотокниг, тем более что день ото дня число заказов растет.

Типография «П-Центр» демонстрирует, таким образом, интересный пример «диверсификации» своего бизнеса. При этом основные, офсетное и цифровое, направления у нее по-прежнему процветают. Если правильно сориентироваться, то новые ниши бизнеса могут найти многие. Впрочем, успех приходит тогда, когда к нему основательно готовятся. «Мы нашли новое применение своим возможностям, открыли новую нишу для своего бизнеса. И это направление очень быстро развивается...», — подтвердил Виктор Кузнецов.



па этом саите можно скачать программу для изготовления фотоальбомов

30

Фотопродукция нового поколения:

полиграфическая услуга для массовых потребителей

Рынок фотопродукции нового поколения – альбомов, фотокниг и другой «креативной фотопродукции» — один из самых быстрорастущих сегментов полиграфии. В 2010 г. в Европе было реализовано более 20млн фотокниг. Объемы продаж в Европе увеличиваются ежегодно более чем на 35%, и на динамике роста практически не сказалась негативная экономическая ситуация.

Фотокнига: технология производства

Прием заказа

На потребительском рынке способ формирования заказа имеет решающее значение для коммерческого успеха. В решениях Xerox могут быть реализованы разные варианты, причем все модули программного обеспечения локализованы для России.

- Фотокиоск для локальных розничных точек приема заказов. Фотокиоск похож на терминал для оплаты услуг, а установленное программное обеспечение **Imaxel** позволяет неискушенному пользователю быстро сверстать фотоальбом, загрузив фотографии со своего носителя.
- Удаленная верстка осуществляется клиентом у себя дома с помощью несложной специализированной программы, а затем готовый заказ передается в типографию через интернет или лично. В таком режиме можно работать с системой M-Photo или с модулем Imaxel iDesk.
- **Be6**-создание альбома предусматривает постоянное подключение к интернету и работу с программой (например, **Imaxel iWeb**), запускаемой на удаленном сервере.

При любом способе формирования заказа необходима интеграция с производственным процессом типографии. И **M-Photo**, и **Imaxel** предоставляют гибкие средства для этого.

Печать заказа

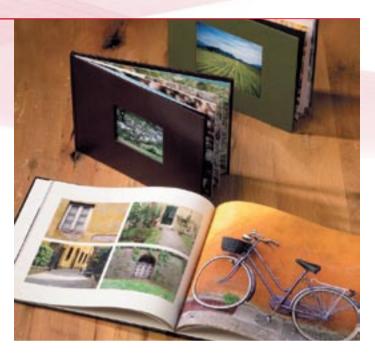
Преимущество решений Xerox в их масштабируемости, в возможности подобрать подходящие печатные мощности для любого объема производства.

Для небольшого фотосалона оптимально подойдет машина **Xerox 700 PRO**. Для типографии, предполагающей совмещать печать фотокниг с традиционной полиграфической загрузкой, – машины **Xerox DocuColor 7002** и **8002**. А крупному централизованному производству стоит обратить внимание на флагманские модели: **Xerox Color 800/1000** и **Xerox iGen4**.

Какая бы печатная техника Хегох ни была выбрана – качество печати, стабильность, надежность и простота обслуживания создадут стабильный фундамент для бизнеса.

Приглашаем на **ФОТОФОРУМ 2011**

14-17 апреля 2011 года Международный Выставочный Центр «Крокус Экспо» Павильон 2, залы 7 и 8



Фотореальность: проект imagebook.ru

Леонид Русанов, руководитель проекта:

«Наш проект зародился почти 4 года назад, коммерческая реализация началась в конце 2007 года. Мы используем технологическую базу типографии П-Центр, печатные машины Хегох. Начинали с написания собственного программного обеспечения, но сейчас пришли к использованию решения M-Photo.

Сегодня можем с уверенностью сказать, что рынок готов к потреблению нашей услуги. Несмотря на явно выраженный сезонный характер спроса в среднем рост составляет от 10 до 20% в месяц. И кроме того, в эти трудные экономические времена люди все же не стали экономить на своих впечатлениях и воспоминаниях».

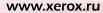
Фотопродукция: экономика

Для цифровой печати характерна более высокая маржинальность, чем для традиционной полиграфии. В случае же потребительских услуг этот разрыв становится особенно заметным.

Пример продукции:

Фотокнига формата А4 в твердой обложке, 20 страниц.

Прямые затраты (бумага, печать, переплет) Розничная цена **350** руб **900** руб



129085, Россия, Москва, ул. Годовикова, д.9, стр.10 Тел.: (495) 956-92-02, (495) 780-62-92

Факс: (495) 956-37-06, Бесплатный по России: 8 (800) 700-00-32



_ 4ТАРЭЛ RABO9ФИД__

Печать книг сверхмалыми тиражами, или Насколько цифра бывает высокорентабельной



Артем Сорокин, генеральный директор принт-салон «Сам Полиграфист» [Москва]

егодня благодаря цифровым салонам услуги по печати становятся доступны практически любому человеку. Одни типографии, выбравшие бизнес фотоуслуг, предлагают уже не просто банальную печать фотографий, а изготовление фотокниг, персональных календарей с личными фотографиями, поздравительных открыток и других сувениров с возможностью нанесения изображений. Другие полиграфические компании, которые предоставляют «классические» цифровые услуги, то есть работают преимущественно с корпоративными клиентами, также стараются переориентироваться на частных заказчиков. Здесь

речь идет о производстве продукции сверхмалыми тиражами, что позволяет уже говорить о цифровой печати по требованию.

Около двух лет назад такая услуга, а именно печать книг в единичных экземплярах, появилась у принт-салона «Сам Полиграфист». По словам Артема Сорокина, генерального директора этой цифровой компании, к мысли о развитии данного направления подтолкнул недавний кризис. До этого печатный салон уже несколько лет профессионально и довольно успешно работал на рынке цифровых услуг. На самом деле история этой компании насчитывает уже почти 13 лет. В 1998 г. сам себе директор Артем Сорокин, вооружившись принтером и сканером, начинал с несложных работ по сканированию и обработке изображений и выводу их на печать. Со временем принтеры покупались все мощнее и производительнее, штат постепенно увеличивался, а заказчиками все больше становились коммерческие фирмы. С 2005 г. компания серьезно начинает заниматься полиграфией, приобретает профессиональную цифровую печатную технику. В типографии появляются сразу две машины для цифровой полноцветной печати – Oce CPS900 Platinum и Oce CS650 Pro. Последняя – фактически производства Konica Minolta, продававшаяся на рынке под брендом Осе. С их установкой принт-салон активно развивает направление оперативной печати рекламных материалов. Появляется отдельный проект производству корпоративных календарей - квартальных и настольных «домиков», карманных и перекидных листовых. Закупается послепечатное и отделочное оборудование. Для большей оперативности пришлось даже приобретать линию Morgana DigiFold для того, чтобы автоматизировать процессы биговки и фальцовки цифровых оттисков, до этого эти операции выполнялись с помощью полуавтоматических и ручных устройств. Специализация типографии на рекламной и офисной полиграфии начала подводить с наступлением кризиса. Заказчики стали экономить на буклетах, листовках, брошюрах, бланках и календарях. «Нам пришлось искать новые направления развития, продумывать другие варианты использования цифровой печати, - рассказывает Артем. - Печать книг малыми тиражами показалась нам очень интересным применением возможностей цифры. Для этого не требуется дорогая полноцветная печать, поэтому мы решили сократить одну из своих цветных цифровых машин и приобрести более рентабельную машину чернобелой печати». Выбор, как отмечает Артем Сорокин, шел в основном по соотношению цены оборудования и его возможностей. «Одним из лучших предложений по стоимости, производительности и качеству оттисков для нас оказалась монохромная циф-





Рабочие лошадки принт-салона: черно-белая печатная машина Konica Minolta bizhub PRO 1051 и универсальное цветное МФУ Konica Minolta bizhub C220, с успехом используемое для нанесения изображения на конверты

32



Цветная печатная машина Oce CS650 Pro, выпускающаяся на основе Konica Minolta bizhub PRO C6500

ровая машина Konica Minolta bizhub PRO 1051. Пять лет назад, когда мы выбирали оборудование для полноцветной печати, машины этого производителя также явились для нашей типографии наиболее подходящими по сравнению с конкурентными продуктами в том же сегменте. Только в то время мы приобретали оборудование Konica Minolta у дистрибуторов, которые продавали его под другой маркой. А когда в конце 2009 г. покупали уже эту машину, переговоры велись непосредственно с российским представительством поставщика. Это тоже сыграло в пользу нашего выбора. Ведь всегда удобнее решать возникающие вопросы напрямую, чем через дилеров. Отсюда вытекает и ряд других преимуществ – это и хорошие условия лизинга непосредственно от поставщика, и рекордно короткий срок поставки - машина стояла у нас уже через две недели», рассказывает Артем.

Надо сказать, что принт-салон «Сам Полиграфист» стал первым обладателем bizhub PRO 1051. «Не буду скрывать, – говорит генеральный директор типографии Артем Сорокин, – без сложностей не обошлось. Поскольку это была первая инсталляция такой машины в России, сервисные инженеры сразу не могли решить все вопросы. Мы не требовали от них невозможного, но когда идет печать периодики, - а у нас печатаются и много отраслевых журналов небольшими тиражами от 100 до 600 экз., — то день простоя чреват срывами сроков производства, а это уже совсем не оперативная печать. Однако специалисты Konica Minolta профессионально подходили к решению проблем и смогли наладить оборудование настолько быстро, насколько это было возможно. Пока больше никаких серьезных проблем с оборудованием мы не испытывали. Но уже по опыту знаем, что со стороны нашего поставщика мы можем рассчитывать на адекватный сервис и конструктивное разрешение возникающих вопросов».

Сегодня направление малотиражных книжных изданий, как отмечают в печатном салоне «Сам Полиграфист», набирает обороты. Благодаря современной цифровой технике у типографии есть возможность рентабельно выпускать книги в единичных экземплярах, причем речь идет не только о малых партиях тиражей для корпоративного сегмента – презентаций, выставочных каталогов, годовых отчетов, но теперь каждый желающий имеет реальный шанс издать свой сборник стихов, научную диссертацию, прозу собственного сочинения или многолетний исторический труд. В типографии могут изготовить книгу как в мягкой обложке – для этого установлена машина для бесшвейного скрепления C.P.Bourg 2000, так и в твердом переплете. В небольшом салоне «Сам Полиграфист» своего оборудования для изготовления твердого переплета нет, но для этого в типографии позаботились о надежном партнере, который может такой переплет сделать. Вся подготовительная работа по созданию блока будущего издания выполняется в принт-салоне, а производство переплетных крышек и скрепление их с блоком выполняется в дружественной типографии.

Каждая новая книга, как правило, уникальна. Для каждого издания

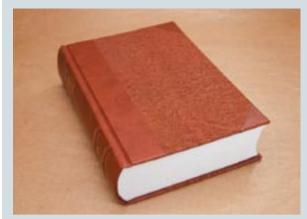
подбирается не только способ скрепления. но и бумага исходя из содержания - присутствуют ли в книге фотографии, графики или просто текст. Одни книжные издания заказываются для себя, другие — в качестве подарка, поэтому и материал подбирается соответствующий – от обычной мелованной бумаги до дизайнерской. С такими разными задачами Konica Minolta достойно справляется. Можно не бояться использовать как очень тонкие материалы от 40 г/ M^2 до бумаг плотностью 350 г/ M^2 . При этом в любом случае гарантируется беспроблемная работа с разными по толщине запечатываемыми материалами, высокое разрешение печати и качество передачи черно-белых изображений.

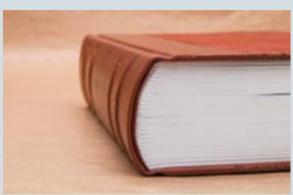
Как говорит Артем, на сегодняшний день средний тираж книг в твердом переплете составляет 20-30 экз., в мягкой обложке – больше: «Дело в том, что на самом деле редко когда заказывают книги в одном экземпляре, хотя мы можем выполнить и единичный тираж. Обычно это десятки экземпляров сразу. Ведь чаще всего, если автор заказывает выполнить свой труд в печатном виде, то он делает это не только для себя лично, но и в подарок друзьям, коллегам, знакомым, а иногда и с целью продажи в книжных магазинах. Мы помогаем таким авторам оформить все необходимые номера издания - ISBN, УДК, ББК, авторские знаки – для того, чтобы иметь возможность продавать книги официально через книжные сети. Однако целенаправленно рекламой и продвижением авторских книг мы не занимаемся. Еще одним фактором заказа нескольких экземпляров изданий является цена. Если, скажем, стоимость одного экземпляра книги будет ориентировочно 6500 руб., то два экземпляра – всего на тысячу больше, но никак не в два раза. Принцип ценообразования у нас такой же, как в офсетной полиграфии - чем больше ти-



Черно-белые и цветные книги в твердом переплете штучными тиражами — одна из главных специализаций принт-салона «Сам Полиграфист»

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ







«Сам Полиграфист» выпускает книги в «классическом» исполнении: шитый нитками и кругленый блок, переплетная крышка с тиснением и комбинированием покровных материалов. При необходимости можно даже добавить ляссе, золочение обрезов и т. д. (фото внизу)



раж, тем меньше стоимость за один экземпляр. Только по сравнению с офсетом стоимость десятка экземпляров, напечатанных на цифровой машине, будет в разы ниже. Я не скажу, что у нас низкие цены, но мы берем прежде всего качеством». Возможно, именно поэтому клиенты, как отмечает Артем, всегда возвращаются за новыми партиями своих книг.

Сегодня объемы производства принт-салона около 300 тыс. отт в месяц на машине монохромной печати и примерно 100 тыс. отт в месяц на цветной. «Скорее всего, то производство книжной продукции, которое мы отладили за эти два года, нельзя назвать печатью книг по требованию в классическом понимании, - говорит Артем. – Поскольку этот процесс подразумевает наличие не просто автоматизированной системы заказа посредством Интернета, хотя мы организовали возможность on-line заказа с нашего сайта, но и более серьезного программного обеспечения, с помощью которого заказчик мог бы самостоятельно сформировать макет своей книги. Такого ресурса у нас нет. Однако то, чего нам удалось добиться, вполне можно определить как печать изданий малыми и сверхмалыми тиражами». Тем не менее, по признанию Артема Сорокина, пока в типографии не спешат специализироваться только на издании книг, хотя постепенно стараются уходить от мелких офисных заказов. А пока в прошлом году даже приобрели небольшую цифровую машину Konica Minolta bizhub C220 для печати на конвертах. Зачем отказываться от прибыли, если подобные заказы все еще актуальны для небольших коммерческих компаний? А новое начинание воспринимается руководством как способ выйти на другой уровень развития компании, возможность предложить рынку интересную и, как показывает практика, востребованную услугу. Настолько востребованную, что в принт-салоне «Сам Полиграфист» задумываются о дальнейшем расширении производства. Возможно, это будет Konica Minolta bizhub PRESS C8000. А если так, то типография опять окажется первым цифровым салоном, где будет установлена машина нового поколения этого производителя.





Типовая книжная продукция салона

34