

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

COMPTON

№6, Август, 2013



ИСТИННОЕ «ЛИЦО» КАЛЬКУЛЯТОРА
или КАКОЙ ДОЛЖЕН БЫТЬ ЭЛЕКТРОННЫЙ РАСЧЕТ ЗАКАЗОВ

ФОРМАТ

Журнал для производителей
и заказчиков полиграфической продукции

Формат №6(83)-2013

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Калькулятор заказа, или Статистическая модель затрат 4
Как упростить процесс расчета полиграфического заказа? Сэкономить время на этом этапе помогают системы калькуляции. Однако создать такую систему под конкретную типографию — задача не из легких

ИНТЕРВЬЮ

Илья Зайцев, «Хьюлетт-Паккард»

Сертификация от HP Indigo, или Как расширить линейку цифровых бумаг... 10

Ольга Гребенюк, Ольга Завязочникова, «Артезаинк-М»

Безопасная печать упаковки, или Сертификация корейской краски 12

Алексей Пирожков, «ЯМ Интернешнл»

Стратегия: рост активности на рынке расходных материалов 14

Шон Хантер, «МДМ-Печать»

Как опередить время, или Охота за перспективными технологиями 16

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Александр Шушпанов, ЗАО «МБИ Евразия»

МВЕ: почта и печатный салон в одном офисе 18

Татьяна Кострова, ООО «МБИ-Павелецкая»

Незаменимый «офис-менеджер» для бизнеса 20

ОБОРУДОВАНИЕ

Типография «Парето-Принт»

«Парето-Принт»: проект столь же амбициозен, сколь и недостижим 22

Группа компаний «Памма». Полиграфический бизнес двух поколений 26

Типография «Любус Континенталь». «Неудобные» для производства коробки, или Как сложности превратить в преимущества 30

«ИПФ «Воронеж». Диверсификация бизнеса, или Как увеличить запас прочности типографии 34

СОБЫТИЕ

Типография «ЗЕТАПРИНТ». Журнальный бизнес в первом формате 38

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн..... 3	Терра Системы..... 33
Артезаинк-М 13	Фабрика офсетной печати..... вкладка
ВИП-Системы..... 25	Формула цвета..... вкладка
Внешмалтиграф..... 35	КВА 2-я обл
НИССА Центрм 11	Kodak 17
ОктоПринт Сервис 29	Konica Minolta 19
Полиграфинтер 3-я обл	Viva-Star 15
Терем..... 5	YAM International..... 4-я обл

Учредитель Издательство «Курсив»

Генеральный директор
А. Ч. Амангельдыев
Исполнительный директор
Н. В. Шапинова
Ответственный секретарь
Л. В. Артемова
Зам. ген. директора по маркетингу
и рекламе
Е. А. Маслова

Почтовый адрес:

107140, Москва, а/я «Курсив»

Адрес редакции:

129226, Москва,
ул. Сельскохозяйственная, д. 17, корп. 6
Тел.: (495) 617-66-52
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. Шлыкова

© Издательство «Курсив»

Все права защищены
Отпечатано в типографии
Viva-Star. Тел.: (495) 780-67-05
Подписано в печать 09.09.2013
Печать офсетная. Тираж 7000 экз.

ВНИМАНИЕ!

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

СЕЗОН ОТКРЫТ



Типография «Альфа-Дизайн» изготовит

– издания в твердом переплете

(книги, альбомы, ежедневники, еженедельники).

А также любую другую полиграфическую продукцию.

– сувенирную продукцию и подарочные наборы

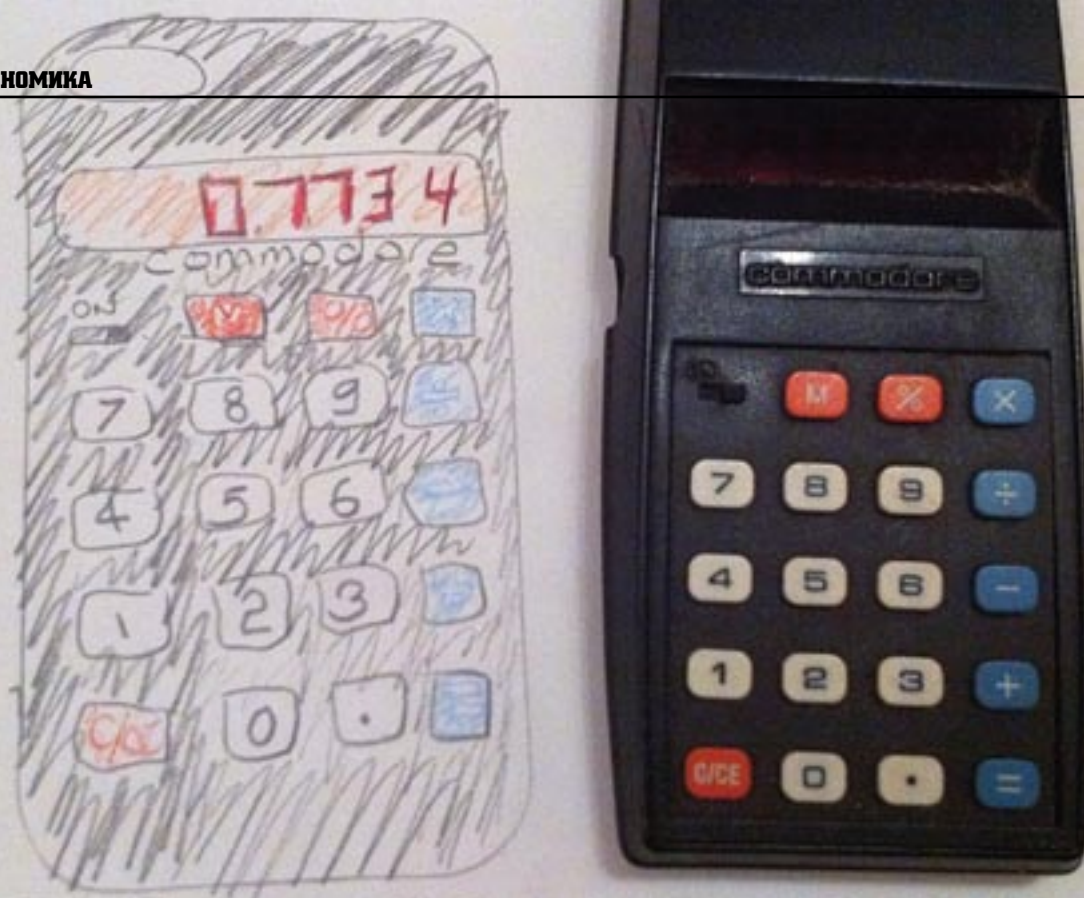
(в том числе визитницы, портмоне, брелоки, ключницы).

из высококачественных переплетных материалов,
цвет которых Вы можете выбрать по каталогу **Pantone**

100 оттенков итальянской
искусственной кожи

1000 оттенков итальянского
переплетного шелка

на нашем складе в Москве



Калькулятор заказа, или Статистическая модель затрат

Как известно, без расчета себестоимости продукции невозможно грамотно просчитать продажную цену. Довольно часто в типографиях складывается ситуация, когда заказов выполняется много, а вот прибыль от этого заметно не увеличивается. Как правило, ценовое давление, конкуренция, рост цен на бумагу и материалы влияют на падение прибыли. Как динамично отреагировать на такую ситуацию? Как правильно подсчитывать цену заказа, чтобы всегда иметь гарантированный доход?

Системы расчета заказа

Считается, что вопрос расчета стоимости полиграфического заказа решают во многом системы управления предприятиями. Спорить сложно. Сейчас такие системы внедряют многие типографии. Функциональный уровень таких систем очень разный: от простейшего калькулятора заказов до мощных систем, контролирующих все производство. Естественно, и уровень цен на такие системы отличается. К сожалению, большинство из них работают по принципу «расчет на основе типовой модели». Такой расчет складывается исходя из стоимости прилад-

ки, листопргона, вывода форм и т. д. Все эти данные (типовые модели) заносятся в систему, а далее она автоматически просчитывает заказ с учетом его параметров. По сути, подобный метод расчета стоимости готовой продукции для

Экономить время на расчет стоимости полиграфического заказа помогают системы калькуляции. В идеале такие системы должны контролировать и все производство. Однако для их разработки требуется статистика по каждому заказу за длительный период

заказчика базируется на представлении типографии о том, в какую примерно сумму ей обходится производство того или иного вида про-

дукции. Безусловно, существуют и более сложные системы, построенные на принципах нормирования всех операций и ресурсов, на основе чего строится представление о затратах на разные виды заказов. Более продвинутые системы учитывают при формировании цены на продукцию еще и внутреннюю экономику предприятия (величину отчислений, страхования, накопленных на развитие). Создание такой системы вполне реально, но требует огромного количества канцелярской работы, которую необходимо выполнять для каждого заказа, прежде чем накопится определенный объем статистической информации для внесения в систему. В результате на практике это мало кто делает, и приемлемый результат встречается редко.

Тем не менее в большинстве типографий в последние годы идет внедрение систем автоматического расчета заказов (в том числе и его экономии) и управления производством. Впрочем, зачастую подобные системы не столько помогают, сколько вредят. Данные для

предварительного расчета заказов в них, как правило, закладывают с запасом и округлением в большую сторону. В итоге сумма затрат может неоправданно вырасти, что повлияет на окончательную стоимость выполнения заказа. Например, если при расчете выясняется, что для печати небольшого тиража буклета нужно 520 листов бумаги, то система закладывает 1000 листов, поскольку бумага поставляется в пачках по 500 листов, а одной пачки будет недостаточно. В результате на заказ списывается двойной комплект бумаги. Особенно это «радует» клиента, если используется дорогая бумага (металлизированная, дизайнерская, самоклеющаяся, самокопирующаяся и т. д.). Однако это еще не самое страшное. Чаще всего проблемы возникают в том случае, если типографии берутся внедрять системы расчета заказов, которые для них разрабатывают сторонние компании, или покупают уже готовые программные продукты.

На одном из полиграфических форумов встретился вопрос, который удивил до глубины души (цитируем полностью): «Нужна программа для расчета заказов. Кто подскажет, какие программы надежны и недоро-

ги (бесплатны). Где взять? Что лучше из софта себя зарекомендовало для офсетной печати при автоматизации/оптимизации работы типографии? Один нюанс — связь между базой и отделом по работе с клиентами через телефонную линию (территориально удалены друг от друга)». Нюанс, как видите, всего один. Сложно даже прокомментировать такой запрос, но, что любопытно, на него нашлось множество ответов и предложений, где такие программы взять (в том числе скачать). Нашлись даже желающие быстро и недорого «создать продукт под вас»... Мы никого не хотим обидеть данным примером, это лишь образец того, насколько плохо у нас типографии понимают, о чем идет речь и какая работа всего персонала и руководства предприятия должна стать фундаментом такой системы. Иначе программа расчета заказов будет либо пугать заказчика «вылезающими чудесами», либо считать неизвестно что, а как потом эти расчеты будут коррелироваться с конкретным производством, вообще непонятно. Еще любопытнее оказались ответы на этот вопрос, когда типографии предлагается купить готовое решение, содер-

жащее все необходимые справочные материалы (!). Чтобы было понятно, приводим цитату: «Система содержит справочник «Материалы», в котором могут быть описаны такие материалы, как пленки, штампы, матрицы, патрицы, пружины и так далее. Стоимость этих материалов тоже может зависеть от произвольных параметров». Дальше еще интереснее: «Каждое изделие может состоять из одного и более печатных листов. К печатному листу применяются операции препресс, печати, постпресс. Для печатного листа указывается бумага и, если необходимо, прочие материалы. К изделию применяются операции постпресс изделия, и также могут быть добавлены материалы». Вообще ничего не понятно... Если разработчики системы сами не до конца понимают, для чего нужна их система и что она должна уметь делать, то вряд ли смогут заставить ее корректно работать в типографии. Тем не менее такие системы появляются на рынке. Ради любопытства мы протестировали несколько подобных систем (см. справку на с. 9).

Но и это еще не все проблемы систем расчета стоимости заказа. Очень часто менеджеры, которые вносят дан-



Печатайте с европейским комфортом.

Оцените непревзойденный комфорт в печати и великолепие красок Flint Group листовых серий LITO STAR и LITO FLORA.

Эти офсетные краски производятся на высокотехнологичных заводах в Европе под строгим контролем качества по проверенной временем технологии из «сухого» пигмента, что обеспечивает низкое водопоглощение при печати, к которому так стремятся все печатники. Благодаря низкому водопоглощению при работе на красках Flint Group типографии отмечают уменьшение расхода краски на 5-7%, повышение глянца отпечатков, понижение растискивания при оптимальном балансе «краска/вода» и устранение проблем на послепечатном этапе.

Печатайте листовыми красками Flint Group от компании «ТЕРЕМ»
Печатайте с европейским комфортом.

Flint Group

Бюджетная серия LITO STAR SPX ART | Быстрого закрепления LITO STAR SPX | Интенсивная для многосекционных машин LITO FLORA FTX

КОМПАНИЯ «ТЕРЕМ» — ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР FLINT GROUP

ТЕРЕМ Москва
(495) 956 04 04
ТЕРЕМ Санкт-Петербург
(812) 327 10 31
ТЕРЕМ Новосибирск
(383) 212 01 25
ТЕРЕМ Ростов-на-Дону
(863) 300 16 01



www.terem.ru

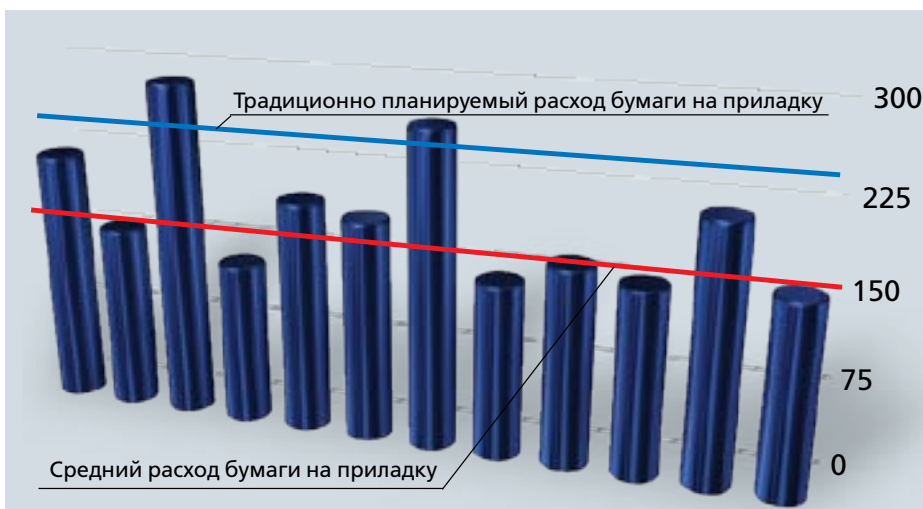


Диаграмма статистического анализа затрат бумаги на приладку различных заказов. В зависимости от сложности работ на приладку может тратиться разное количество листов (в нашем примере от 100 до 300). Усредненное количество листов на приладку показано красной линией. Хотя зачастую типографии используют в расчетах цифры, близкие к максимальным (синяя линия)

ные в систему, допускают ошибки при выборе формата печати, формата бумаги, количества листов, прогибов и т. д., что приводит к неверным итоговым расчетам. Причем на вопрос, как так получилось, менеджер зачастую отвечает: «У нас система так считает, она умная». Возразить порой нечего, и лучше поискать другую типографию, где система «поглупее», а менеджер пограмотнее.

Однако даже самый скрупулезный расчет себестоимости до начала изготовления заказа, как правило, не дает гарантии, что эти затраты на выполнение тиража окажутся окончательными. Все факторы учесть невозможно: перевыводы форм, сложная и долгая приладка, сбой, продавы полотна, допол-

Удачный пример системы «on-line калькулятор»

Протестировав некоторое количество программных продуктов, позволяющих в Интернете просчитать полиграфический заказ, мы выбрали систему расчета на сайте www.printrobot.ru московской типографии «Формула Цвета». Эта система оказалась нам наиболее удачным примером из всех рассмотренных нами «калькуляторов», поскольку выдавала самую корректную и оптимальную цену производства нашего условного заказа. В связи с этим мы решили пообщаться с одним из разработчиков системы Кириллом Гениным, директором типографии «Формула Цвета».

Разработка on-line системы управления предприятием началась в типографии около 6 лет назад, сейчас в эту систему входят такие модули, как расчет заказа, планинг сотрудников, склад, доставка, финансы и многое другое. Работа над модулем «Калькулятор» продолжается и сейчас — постоянно вносятся новые возможности и уточняются алгоритмы работы. Как пояснил Кирилл, подобная автоматическая система была необходима прежде всего для улучшения клиентского сервиса. Во-первых, она значительно экономит время (почти 70% рабочего времени менеджера по работе с заказчиками уходит именно на расчет и выбор оптимального варианта производства того или иного тиража), а во-вторых, позволяет заказчикам самостоятельно просчитывать различные варианты изготовления их продукции и в соответствии с этим принимать решение в пользу применения тех или иных технологий печати и отделки еще до обращения в типографию. По словам Кирилла, готового программного продукта, который позволял бы в режиме on-line осуществить эту задачу, не существует, поэтому пришлось собственными силами создавать такое решение под задачи типографии. Для начала потребовалось провести нормирование всех производственных процессов, разработать последовательность технологических операций для типовых заказов, предусмотреть различные варианты изготовления продукции на имеющемся печатном оборудовании с использованием различных схем раскладки на лист, форматов бумаги и других технологических нюансов, оценить каждый из этих вариантов и выбрать наиболее предпочтительный по ценовому критерию. Только после того, как появляется четкое представление о способах выполнения заказа, стоимости каждого этапа его производства и возможностях эту цену снизить, можно приступить к созданию «калькулятора заказов».

По нашему мнению, разработанная в типографии «Формула Цвета» система «on-line калькулятор» является профессиональным и очень удобным инструментом грамотного расчета любого полиграфического заказа. Эта система позволяет не только быстро рассчитать стоимость изготовления заказа с учетом всех его параметров, но и разместить этот заказ на производство, оплатить услуги типографии и контролировать его выполнение на всех производственных этапах. По сути, это даже больше, чем просто калькулятор, это автоматизированная система управления производством с web-интерфейсом, которая одновременно с расчетом стоимости формирует подробное техническое задание для выполнения тиража. При этом воспользоваться «on-line калькулятором» может любой желающий без какой-либо регистрации на сайте. На наш взгляд, это немаловажно. Можно привести ряд примеров, когда сначала приходится долго заполнять поля, описывающие предполагаемый заказ, после чего вместо итоговой стоимости открывается окно, где предлагается пройти регистрацию с указанием контактов для обратной связи. Это лишь раздражает и вызывает желание немедленно покинуть сайт. Работа же «Калькулятора» от типографии «Формула Цвета» более корректна: ценовой результат с полным описанием всего процесса производства заказа (а иногда даже нескольких вариантов) будет показан вне зависимости от того, пройдена регистрация на сайте или нет. Отличие лишь в том, что зарегистрированные пользователи получают постоянную индивидуальную скидку на размещение каждого последующего заказа.

Для профессионального клиента такая система расчета очень удобна, так как весь процесс открыто представлен и дает понять, на чем реально можно сэкономить. Более того, такой «Калькулятор» полезен тем, кто планирует запускать новый издательский проект, поскольку есть возможность сразу же получить представление о стоимости его производства и уже на начальном этапе решать, стоит ли развивать этот проект в выбранном направлении или же следует внести коррективы. Гораздо хуже, когда такая информация появляется в тот момент, когда проект уже создан, а под конец выясняется, что его воплощение будет стоить намного больше, чем планировалось ранее.

Немаловажным фактором успеха программного продукта от «Формула Цвета» является также его универсальность: им

нительные смывки, поломки и т. д. Эти непредвиденные расходы можно только заложить в себестоимость печатной продукции как некую дополнительную сумму, рассчитанную вероятностным способом и призванную компенсировать те затраты, которые могут случайно возникнуть во время производственного процесса. Получается, что экономика полиграфического производства — довольно сложная задача, содержащая большое количество неопределенных величин, которые в зависимости от ситуации могут либо обеспечить хороший уровень прибыли, либо привести к убытку. Однако с учетом специфики полиграфии это станет известно лишь тогда, когда заказ будет выполнен. Иными словами, подсчет реальной себестоимости возможен в том случае, когда продукция изготовлена и ничего изменить уже нельзя.

Клик-контракт для подсчета себестоимости

Вот если бы была возможность точнее знать, во сколько обойдется производство того или иного заказа вне зависимости от внешних факторов, конъюнктуры рынка, цен на материалы и запчастей, плановых и внеплановых ремонтов оборудования и т. д. (и это еще с учетом стабильного «нормализованного» качества)! Точнее — даже не знать, а иметь гарантии, что, выплачивая определенную сумму за одну единицу продукции, совершенно точно получишь ее, не забывая при этом ни о каких других экономических механизмах. Фантастика? В некотором смысле да. В реальности это вряд ли возможно, полиграфия — слишком многомерное пространство. Хотя в отдельных ее нишах это вполне реально!

Речь, конечно, идет о цифровой печати и о так называемых поклик-

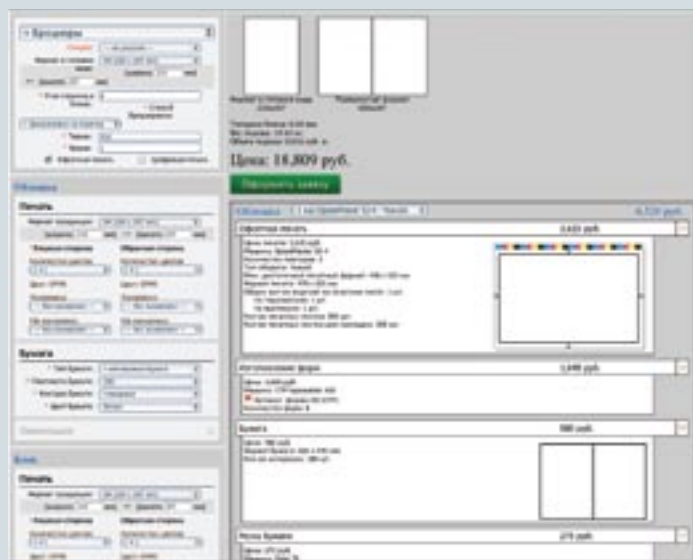
вых сервисных контрактах. Компания Херох была первой в этом направлении: еще в начале 2000-х гг. она стала предлагать на рынок подобные решения, в чем и преуспела. Подробнее о том, что такое покликовый контракт, см. в справке на с. 8. Из этого контракта всегда достоверно известно, что один отпечаток (клик) стоит фиксированную сумму денег, ни от чего не зависящую. Остается посчитать количество листов в продукции, умножить на тираж — и все, себестоимость изделия известна. Теперь нужно добавить запланированный уровень прибыли — и продажная цена продукта готова. Но это в цифровой печати. Для традиционного офсета никто пока не готов обеспечивать такой уровень сервиса. Но вот использование статистического анализа себестоимости позволяет выявить базовые параметры, которые должны быть заложены в систему под-

пользуются не только потенциальные и реальные клиенты, но и менеджеры самой типографии. Надо сказать, что внутри компании уровень доверия к своей системе on-line расчета очень высокий. Когда «Калькулятор» выдает цену, то, как пояснил Кирилл, это становится «публичной офертой», то есть типография гарантирует, что при подтверждении клиентом заказа тот будет выполнен именно за ту стоимость, которую рассчитала система. Благодаря тому, что «Калькулятор» предоставляет заказчику полное описание производственного процесса, всегда можно понять, сколько стоит каждая операция и используемые расходные материалы. Так что таких высказываний менеджеров, как: «Я не знаю, почему так получилось, у нас система так считает», здесь не возникает, хотя в других компаниях мы с этим сталкивались не раз. По всей видимости, те системы, которые выдают заказчику только цену, не прорабатывают саму технологию производства, а просто берут значения из таблицы, заложенной в базу данных. В этом случае ни повлиять на результат, ни оптимизировать цену невозможно, поскольку пооперационных значений никто не выдает.

Как пояснил Кирилл, у их системы есть и более развитые возможности, например разные уровни встроенных скидок в зависимости от статуса клиента. После регистрации можно получить скидку (и это стимул регистрироваться на сайте), а у постоянных клиентов есть собственный вход в систему и персональный уровень скидок, которые учитываются автоматически. Такой механизм позволяет даже создавать своеобразных дилеров, в первую очередь региональных. «Калькулятор» как web-интерфейс можно загрузить на любой сайт, и владелец сайта будет иметь возможность предоставлять полиграфические услуги, исполнять которые будет «Формула Цвета». Всем удобно. Одни получают комиссионные, вторые — дополнительную загрузку. И как отметил Кирилл, подобные сайты уже работают.

Полезной функцией «Калькулятора» является и наличие такой информации, как статус заказа. Система выполняет функции внутренней MIS-системы, то есть постоянно ведет заказ по этапам технологического процесса. В результате и у менеджеров, и у клиентов всегда имеется представление, на какой стадии готовности находится заказ.

Дальнейшее развитие системы Кирилл видит в создании полноценного комплекса web-to-print, где клиент выбирает шаблон будущего изделия (визитка, бланк, листовка, флаер, брошюра и т. д.), заносит в него свою персональную информацию, оплачивает заказ кредитной карточкой или при помощи любой платежной системы «электронные деньги», после чего заказ автоматически отправляется в производство. При этом работа менеджеров сводится к минимуму, пропускная способность предприятия растет, а цена заказа снижается. Подобную систему — www.onlineprint.ru (фактически интернет-магазин полиграфических заказов) — типография «Формула Цвета» уже запустила. Пока она работает, скорее, в тестовом режиме, тем не менее через нее уже прошло некоторое количество заказов. Физически процессы расчетов выполняют сервера printrobot.ru, но цену можно получить даже ниже, в основном за счет того, что минимизируется работа менеджеров.



Окно программы printrobot.ru с нашим просчитанным тестовым заказом. Как можно увидеть, программа не только подсчитала цену, она показывает разбивку цены по этапам работы, сами этапы и даже возможность выполнить один и тот же заказ несколькими разными способами

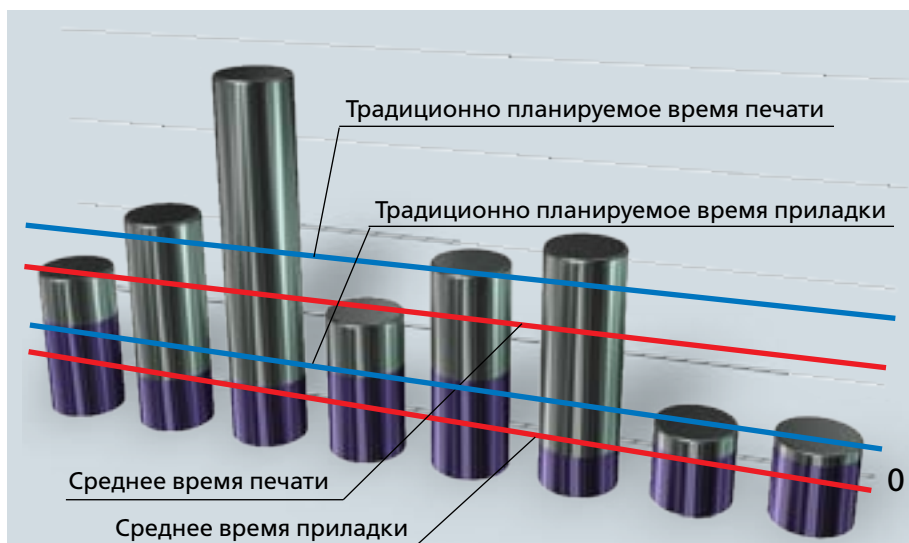


График оптимизации временных затрат на приладку и печать типовых заказов. Каждый цилиндр представляет собой суммарное количество затраченного времени на приладку и печать. При наличии большой статистической наработки можно планировать выполнение заказов в будущем, даже не видя конкретных заказов, и благодаря нарабатанной статистике ошибка будет несущественной. Также благодаря статистике можно увидеть, что усредненное время на печать и на приладку в реальности получается меньше того, которое обычно планируется, поскольку планирование идет по принципу «учет по самым сложным заказам»

счета заказов. Именно статистически определенные параметры, а не параметры «с запасом». Вернее, каждый руководитель сам вправе определять, какие параметры расчета частей заказа использовать. Если позволяет рынок, можно, конечно, заложить и «три конца», но

вряд ли расчеты по такой системе обрадуют заказчика.

Статистическая экономика

Так что же такое статистическая оценка себестоимости? Нам не раз приходилось обсуждать с руководителями

типографий те параметры, которые они закладывают в систему. Например, самое простое: сколько бумаги, помимо необходимой на тираж, добавить к заказу. Обычно поступают следующим образом: опрашивают печатника, сколько бумаги ему нужно на самую сложную приладку, затем примерно по такому же принципу определяют дополнительное количество листов на послепечатку и получают в итоге тот объем бумаги, который необходимо добавить к тиражному количеству. Такой способ подсчета гарантирует отсутствие проблем с бумагой при печати самого сложного тиража. В случае, если заказчик предоставляет свою бумагу или отдельно ее оплачивает, это, наверное, нормально. Хотя как посмотреть. Грамотный заказчик, вероятнее всего, задумается, когда ему на тысячный тираж печатного листа предложат оплатить 1500–1700 листов бумаги. А если типография сама закупает бумагу, и от того, насколько эффективно она может ее экономить, напрямую зависит прибыль компании, то тогда подход должен быть иной. Норму на приладку следует вычислять статистически исходя из того, сколько бумаги уходит в макулатуру при нормальной работе на разных, но типовых заказах. С помощью графика наподобие того, который показан на с. 6, можно определить средневзвешенную величину расхода бумаги. Да, при выполнении сложных заказов она будет превышена, но в большинстве случаев окажется меньше. В результате при меньшем расходе бумаги будет формироваться запас на те случаи, когда пойдет ее перерасход. Именно по такому принципу компании, предлагающие покликовый контракт, считают его себестоимость. Например, известно, что среднее заполнение тономом типовой цветной полосы при полиграфических заказах не превышает 60–70%, хотя отдельные страницы могут тянуть и на 180–200%, а некоторые эксклюзивные темные фотографии и на 250%. Но при этом существенно чаще при печати встречаются чисто текстовые полосы или текстовые с небольшими иллюстрациями, площадь заполнения которых вряд ли больше 20–25% (при цветной печати). Поэтому, используя

Покликовые контракты

Общий смысл такого контракта в том, что типография или печатный салон платит компании-поставщику фиксированную цену за каждый отпечаток, сделанный на цифровой печатной машине, причем вне зависимости от каких-либо внешних факторов: формата, площади запечатки, красочности, количества запечатываемых сторон и т. д. Прошел один лист через машину (один клик) — пользователь должен заплатить поставщику определенную сумму. Сто кликов — сумма умножается на сто. И так далее. Больше пользователь цифровой машины ни за что не платит (разве что за саму машину, разумеется). А вот задача поставщика — обеспечивать клиенту гарантированную качественную работу цифровой печатной машины. Любое сервисное обслуживание: ремонт, замена изнашиваемых частей, другие запасные части — пользователя печатной машины уже не волнуют. Все эти затраты лежат на поставщике оборудования. Это общая схема сервисного контракта, хотя у него есть и другие варианты, но мы на них подробно останавливаться не будем. Важен сам факт того, что типография платит только одну фиксированную сумму за каждый отпечатанный лист и больше ни за что. Это радикальным образом упрощает экономический процесс для типографии. По сути, получается, что себестоимость отпечатанного листа заранее известна и ни от чего не зависит.

Встает резонный вопрос: наверное, цена этого клика сильно завышена, раз в нем уже все заложено и становится совершенно не важно, сколько тонера или чернил ушло на данный отпечаток, как часто машина будет ломаться и сколько ей нужно запасных частей. И многие считают, что, по всей видимости, компании «перезакладывают» стоимость этих самых кликов, чтобы с лихвой окупить затраты. Не секрет, что типографии отказывались от таких контрактов и искали другие пути отдельной оплаты тонера, ремонта, профилактики и т. д. Однако со временем выяснилось, что порой это не совсем выгодно. Суть в том, что покликовые контракты, точнее цены клика, считаются статистическим методом, а вовсе не перезакладом. При наличии большого парка оборудования одного типа несложно выявить статистическое поведение себестоимости и исходя из этого оценить стоимость клика.

Сертификация от HP Indigo, или Как расширить линейку цифровых бумаг



Илья Зайцев,
менеджер по запечатываемым
материалам HP Indigo
«Хьюлетт-Паккард»
[Москва]

Основная стратегия компании Hewlett-Packard как производителя цифрового печатного оборудования заключается, безусловно, в увеличении объема отпечатанных оттисков на машинах HP Indigo. Одним из средств достижения этой цели является обеспечение для клиентов наиболее широкого ассортимента и доступности приобретения запечатываемых материалов, сертифицированных для использования на оборудовании HP Indigo. О том, для чего нужна сертификация материалов и какие преимущества дает их применение типографиям, мы попросили рассказать Илью Зайцева, который отвечает за направление запечатываемых материалов для коммерческой печати на листовых машинах HP Indigo в Центральной Восточной Европе, Среднем Востоке, Средиземноморье и Африке.

Ф: Илья, расскажите, пожалуйста, как происходит сертифицирование запечатываемых материалов и для чего это делается?

ИЗ: В нашей компании существуют два центра, в которых проводится тестирование и сертификация запечатываемых материалов под машины HP Indigo: в США, где тестируются материалы для Америки, и Сингапуре — все европейские и азиатские материалы. Когда производители запечатываемых материалов решают

протестировать и сертифицировать бумагу, самоклеящиеся или дизайнерские материалы, они отправляют их в центр в Сингапуре. При этом исследуются три основных параметра: прохождение через печатную машину (листопроводка), адгезия красочного слоя к поверхности материала и устойчивость резинокта невого полотна. Если тесты проведены успешно, материал получает сертификат о том, что он подходит для печати на машинах HP Indigo.

Ф: Насколько производители запечатываемых материалов заинтересованы в такой сертификации?

ИЗ: На самом деле производители сами инициируют проведение сертификации их материалов. И делается

Цифровая печать становится все более привлекательным направлением. Со временем линейка сертифицированных бумаг HP Indigo будет расширяться

это по той простой причине, что во многих западных странах типографии не работают с несертифицированными материалами. Правда, в России пока таких жестких требований к запечатываемым материалам полиграфические компании не предъявляют.

Ф: На что может рассчитывать клиент при использовании сертифицированных материалов?

ИЗ: Протестированные и сертифицированные HP Indigo материалы гарантируют прежде всего предсказуемый и ожидаемый результат при печати полиграфической продукции. При использовании таких материалов типография может быть уверена в стабильности работы самого печатного оборудования, в отсутствии проблем с отмарыванием красочного слоя или преждевременным износом резинокта невого офсетного полотна. Кроме того, исключаются внезапные остановки машины по причине применения нереконмендованных бумаг и сокращаются макулатурные отходы.

Ф: Что происходит после того, как материал успешно прошел сертификацию в центре HP Indigo?

ИЗ: Далее этот материал мы стараемся продвигать на рынке с использованием нескольких наших инструментов. Один из них — Media Swatchbook, набор вееров сертифицированных HP Indigo материалов для коммерческой печати. Наша задача в том, чтобы каждый пользователь машин HP Indigo имел такой набор образцов бумаг. Он обновляется один раз в два года. Получить его можно как в представительстве HP Indigo, так и у нашего дистрибьютора — компании «НИССА Центр». Второй инструмент — это база данных сертифицированных материалов HP Indigo Media Solutions Locator, где содержится информация о производителе материала, указывается сегмент его применения, в каких регионах доступен, для каких машин сертифицирован, а также рейтинг по трем параметрам тестирования. В настоящее время в этой базе присутствует 4217 сертифицированных материалов, из них 3116 предназначены для коммерческих листовых машин. Наличие того или иного материала в базе означает, что он всегда присутствует на складе оптовика и доступен для заказа конечному пользователю в течение 72 ч. Официальное подтверждение этому мы запрашиваем у производителя данного материала, который поручается тем самым за своего дистрибьютора.

Ф: Сколько материалов из этого перечня доступно в России и где их можно приобрести?

ИЗ: На сегодняшний день российским типографиям доступно 137 видов материалов для коммерческой печати. Материалы, сертифицированные HP Indigo, можно найти в ассортименте практически у всех бумажных оптовиков, работающих на российском рынке. Это и крупные международные компании, такие как Antalis, «Европапир», «Дубль В», и локальные поставщики — «Александр Браун», «Берег», «Регент-Арт», «Комус», «Ломонд», «Петробумага», «Корпорация ЗНАК» и другие.

Ф: Не секрет, что на практике бывает так, что необходимой бумаги на складе оптовика в данный момент нет. Что тогда делать типографии в этой ситуации?

ИЗ: Такие случаи встречаются. Если подобные прецеденты возникают, то при общении с клиентами HP Indigo я всегда прошу информировать меня об этом. Если материала нет на складе

оптовика, значит, в базе HP Indigo он присутствовать не должен. С другой стороны, у нас сертифицировано очень много видов бумаг, и, естественно, ни один бумажный оптовик не в состоянии обеспечить полный их ассортимент у себя на складе. Существуют ходовые позиции, которые оптовик гарантированно продаст, а вот с редкими бумагами обещать наличие, к сожалению, невозможно.

Со своей стороны мы прилагаем все усилия для того, чтобы в линейке бумажных оптовиков появлялось все больше сертифицированных нами материалов. Единственное, чем можно заинтересовать наших партнеров, это показатели потребления цифровых бумаг для HP Indigo. На сегодняшний день этот объем составляет порядка 1200 т в год. Возможно, не слишком большая цифра, но она ежегодно увеличивается на 40% как за счет новой инсталляционной базы — мы устанавливаем 15–17 единиц оборудования в год, — так и за счет такого показателя, как среднемесячный объем печати, приведенный к одной печатной машине. Надо сказать, что те поставщики материалов, которые следят за развитием российского рынка и нацелены на перспективу, с пониманием относятся к идее расширения своего ассортимента коммерческих бумаг для цифровой печати. В то же время и российские типографии более взвешенно стали подходить к вопросу выбора бумаг. Разница в цене между сертифицированной и несертифицированной бумагой сегодня уже не столь велика, а гарантия получения качественного результата при использовании сертифицированной бумаги повышается во много раз, поэтому типографии стараются приобретать проверенные материалы. И это также способствует тому, что в ассортименте бумажных оптовиков появляется все больше новых позиций с нашими материалами.

Цифровая печать становится все более привлекательным направлением, поэтому даже производители материалов идут на то, чтобы разрабатывать бумаги специально для цифровой печати на HP Indigo. Я уверен, что со временем линейка таких бумаг



Образцы бумаг, сертифицированных для цифровой печати на машинах HP Indigo. Такими веерами обеспечиваются поставщики бумаг и пользователи машин HP Indigo

будет расширяться и в нашей базе появятся новые позиции, доступные для заказа российским пользователям. А значит, владельцы машин HP Indigo будут реже испытывать потребность в поиске определенных видов сертифицированных материалов, а для заказчиков появится больше возможностей для изготовления продукции на наших цифровых машинах.

ВЫГОДНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

HP INDIGO 5600 – 7 COLOR

КОММЕРЧЕСКИЕ ЦИФРОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ

**ЗАКАЖИ ТЕСТОВУЮ
ПЕЧАТЬ В НАШЕМ
ДЕМО ЗАЛЕ!**

ПРИБЫЛЬ В ЦИФРЕ

90

страниц A4/мин.
при цветной печати
в режиме EPM



Офсетное качество печати
красочностью до 7 цветов
| увеличение скорости печати
в режиме EPM на 33% до
90 страниц в минуту

| более 2500 запечатываемых материалов | режим One Shot Colour - печать на пластике | комплекты белой и «невидимой» (UV Red) красок | уникальные условия финансирования проектов от производителя

www.nissa-centre.ru
www.hpindigo.ru

«НИССА Центры»
Москва (495) 956-7719
Санкт-Петербург (812) 640-0363
Екатеринбург (343) 220-3783
Новосибирск (383) 209-0725
Ростов-на-Дону (863) 255-26-38
Ульяновск (842) 241-0571/72

NISSA | CENTRE

Безопасная печать упаковки, или Сертификация корейской краски

Недавно компания «Артезаинк-М» получила сертификат, подтверждающий, что корейские офсетные краски Aronon-T завода Dong Yang Ink, которые она поставляет с 2009 г. на российский рынок, рекомендованы для печати пищевой упаковки. Наличие такого сертификата дает компании дополнительные конкурентные преимущества для работы с полиграфическими предприятиями, чья деятельность связана с производством упаковки для продуктов питания. Мы попросили компанию «Артезаинк-М» прокомментировать эту новость и пояснить, для чего подобная сертификация проводится и насколько она актуальна для российских пищевиков.

Ф: Для чего вы инициировали вопрос получения сертификата о безопасном использовании краски для печати пищевой упаковки? Ведь это дело добровольное.

ОГ: Среди клиентов, которым мы поставляем краску Aronon-T, есть немало типографий, специализирующихся на печати пищевой упаковки и этикетки. И на получение сертификата о соответствии нашей краски международным нормам экологичности и безопасности ее использования при контакте с пищевыми продуктами сподвигли нас именно они. На самом деле в европейских странах к производству пищевой упаковки предъявляют жесткие требования. По законодательству сертификации должны подвергаться все материалы, используемые для упаковки продукта: картон, бумага, коробки, ящики, пластиковая тара и т. д. Определенным стандартам должна соответствовать и краска, которую типографии выбирают для запечатки материалов. В России, по правде говоря, требования к производству пищевой упаковки строго не регламентированы. Однако полиграфические предприятия, которые работают с международными пищевыми брендами, обязаны им предоставить все необходимые сертификаты на материалы, которые затем будут использованы для изготовления упаковки. В свою очередь, такие сертификаты типографии требуют от своих поставщиков материалов. Так что получение нами официального подтверждения тому, что наша краска пригодна для печати пищевой упаковки, — это шаг навстречу нашим клиентам и требованиям их заказчиков.

Ф: Каким технологическим нормам должна соответствовать краска для печати пищевой упаковки?

ОЗ: Обеспокоенность как производителей продуктов питания, так и типографий, печа-



Ольга Гребенюк,
генеральный директор,
«Артезаинк-М» [Москва]



Ольга Завязочникова,
главный технолог,
«Артезаинк-М»

тающих для них упаковку, вызывает прежде всего то, что краска может непосредственно контактировать с продукцией или же обладать сильным запахом, который будет потом

Среди наших клиентов немало типографий, специализирующихся на печати пищевой упаковки и этикетки. Получение сертификата о соответствии краски Aronon-T международным нормам экологичности и безопасности ее использования при контакте с пищевыми продуктами — это шаг навстречу нашим клиентам и требованиям их заказчиков

ощущаться и на упакованном продукте. В этой связи краска должна обладать низким уровнем миграции химических веществ. Краска

Aronon-T отвечает всем требованиям к лакокрасочным материалам, которые допустимы для печати пищевой упаковки, в частности это краска на основе растительного сырья и содержит менее 2% летучих ароматических соединений. Последнее очень важно для производства упаковки для продуктов, которые обладают собственным сильным ароматом или особенностью впитывать запахи, например чай, кофе, табак. Как раз благодаря тому, что при печати офсетной краской Aronon-T исключена вероятность переноса остаточного запаха с упаковки на сам продукт, некоторые наши заказчики, попробовав в работе краску разных производителей, выбрали в качестве своих поставщиков именно нашу компанию.

Ф: Как вы считаете, сейчас сложнее стало выигрывать тендеры на поставку краски в типографии?

ОГ: Конкуренция среди поставщиков расходных материалов довольно острая. И вопрос выбора краски — это всегда очень ответственная задача технолога типографии. А задачи у всех разные. Одним нужна хорошая цена, другим — непревзойденное качество отклика, повышенные требования к истиранию или высокая интенсивность краски и гляцевый блеск. И при

этом любая типография хочет, чтобы краска была универсальна и обеспечивала стабильность производственного процесса. Прежде чем полиграфическое предприятие сделает свой выбор, всегда проводится тестирование и апробация краски на оборудовании и на тех запечатываемых материалах, с которыми типография работает. Но и этого бывает недостаточно. Внедрение нового материала, а краски в особенности, требует технологического сопровождения. Поэтому когда компания принимает решение работать с нашими корейскими красками, мы гарантируем клиентам круглосуточную поддержку технолога.

Ф: Что может стать аргументом типографии в пользу выбора краски Agonon-T?

ОЗ: Как технолог могу сказать, что аргументом здесь могут быть только корректные результаты проведенного тестирования. Каждый раз мы находим подтверждение тому, что краска Agonon-T быстро закрепляется, выдерживает температурные перепады и не растекается в жару, подходит для всех типов увлажняющих систем, устойчива к эмульгированию. Как ре-

зультат — отличное качество оттиска и стабильность печатного процесса. Если учесть, что стоимость корейских красок несколько ниже европейских, то очевидна и финансовая эффективность без уступок в качестве печатной продукции.

Ф: Много ли типографий перешли на работу с вашей краской?

ОГ: Ротация клиентов происходит регулярно, поэтому количество постоянных наших заказчиков меняется, и что важно отметить — в сторону увеличения. Среди них есть типографии, которые ежемесячно берут краску большими объемами. Кроме того, мы развиваем региональную дилерскую сеть. В настоящее время у нас есть дилеры, работающие в разных городах страны. Как правило, мы стараемся сделать так, чтобы в регионе было не больше одного-двух дилеров: так удастся не обострять конкуренцию.

Ф: Как у вас построена логистика и сколько времени занимает поставка контейнера с краской?

ОГ: Отгрузка заказанных позиций осуществляется с нашего склада в Москве. Одни клиенты приезжают сами, другим мы оформляем доставку через

транспортные компании. Мы стараемся заранее обеспечить наличие краски у нас на складе, чтобы для клиентов вопросы логистики не представляли никакой проблемы. Срок доставки контейнеров с краской из Кореи мы постарались максимально сократить, поэтому сегодня грузы нам приходят не более чем за 45 дней.

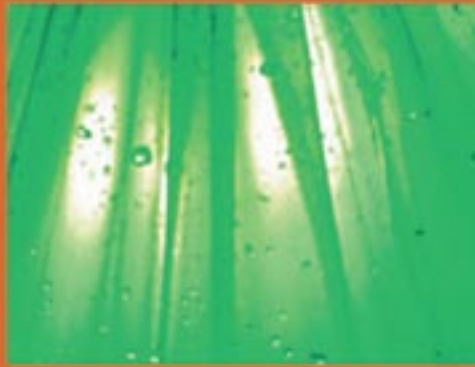
Ф: Планируете ли вы расширять ассортимент поставляемых расходных материалов?

ОГ: Пока нет, мы сосредоточились в основном на поставках корейской краски для листовой офсетной печати — триадной, металлизированной и Pantone. Кроме того, в нашем ассортименте присутствуют лаки, добавки и вспомогательная химия также корейского производства. Тем самым мы имеем возможность подобрать для заказчика комплект лакокрасочных материалов для организации печатного процесса. В последнее время начали поставки офсетной краски для рулонной печати книжно-журнальной и газетной продукции. В дальнейшем мы планируем расширение ассортимента полиграфических материалов с учетом пожеланий наших заказчиков.



ARTEZAINK

Тел.: +7 (495) 762-2655
Тел./Факс: +7 (495) 727-3990
www.artezaink.ru



**ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
ПРОИЗВОДСТВА ЮЖНОЙ КОРЕИ**

**КРАСКИ СЕРТИФИЦИРОВАННЫ
ДЛЯ ПЕЧАТИ ПИЩЕВОЙ УПАКОВКИ**

Стратегия: рост активности на рынке расходных материалов



Алексей Пирожков,
начальник отдела продаж
расходных материалов
и допечатного оборудования,
«ЯМ Интернешнл»

В компании «ЯМ Интернешнл» несколько месяцев назад сменился руководитель отдела продаж расходных материалов и допечатного оборудования. На эту должность был назначен Алексей Пирожков, который до этого долгое время проработал в бумажном бизнесе и отвечал за поставку бумаги и картона в Россию и СНГ в представительствах финских концернов Metsa-Serla и Myllykoski, впоследствии он возглавил российское представительство Myllykoski, а после поглощения последнего корпорацией UPM руководил представительством компании Rarex. Знание рынка расходных материалов и контакты с крупнейшими российскими полиграфическими компаниями позволят Алексею продолжить политику «ЯМ Интернешнл» в области поставок высококачественных решений от ведущих мировых производителей и увеличить динамику их продаж.

Ф: Алексей, сегодня Вы имеете возможность сравнить бизнес по поставке бумаги и других расходных материалов. Как Вы оцениваете текущее состояние данных сегментов рынка?

АП: Отличия, безусловно, есть. Ни для кого не секрет, что полиграфия пере-

живает непростые времена. И те инвестиции, которые в последние годы были сделаны владельцами типографий в полиграфический бизнес, частично не оправдали ожиданий. Непростая ситуация связана в основном с сокращением тиражей, падением страничности изданий, хотя сами издания при этом не закрываются и не исчезают. Такое положение дел негативно отражается на бумажных компаниях, поскольку объемы поставок сократились, но для поставщиков расходных материалов ситуация более оптимистична — пластины, краски, печатная химия по-прежнему необходимы для изготовления любого полиграфического заказа.

Ф: Как в этой ситуации ощущает себя компания «ЯМ Интернешнл»?

Несмотря на безукоризненную репутацию ведущих мировых производителей, чью продукцию мы представляем, и заслуженную репутацию на рынке нашей компании, нельзя думать, что продукт будет продаваться сам собой. Необходимо быть энергичными и меняться вместе с рынком. Так что активность нашей компании на рынке будет расти, продуктовая линейка — совершенствоваться, продвижение наших продуктов станет еще более эффективным

АП: Бизнес нашей компании в сфере поставок расходных материалов преимущественно связан с продажами офсетных печатных пластин. Как и другие поставщики таких материалов, на себе мы не так явно ощутили негативное влияние кризисных явлений. С одной стороны, это связано с тем, что

издатели начали искать новые пути выпуска многополосной продукции и стали переходить на другие печатные форматы, что для нас, безусловно, означает рост. С другой — сами типографии также не стоят на месте, обновляют оборудование, в том числе и допечатное. Согласно статистике, ежегодно в Россию завозятся 80–90 СтР-устройств. Часть из них идет на замену устаревшего оборудования, другая часть — это новые инсталляции. Так что и в сегменте допечатного оборудования наблюдается определенное развитие, что, в свою очередь, ведет к увеличению продаж пластин. В целом рынок пластин можно охарактеризовать как достаточно стабильный, при этом наблюдается небольшой рост в несколько процентов.

Ф: Однако есть и другая проблема — активность китайских производителей. Ощущаете ли вы отток клиентов в этой связи?

АП: Мы традиционно ориентированы на поставку оборудования и материалов ведущих европейских и японских производителей, поэтому пытаться конкурировать с китайскими продуктами было бы не правильно. Тем не менее очевидно, что все типографии рано или поздно попробуют китайское оборудование и материалы. Вопрос лишь в том, кто из них останется потребителем китайских решений, а кто продолжит использовать европейские и японские. Ведь у каждой типографии и ее заказчиков свои требования к качеству полиграфической продукции, и, вероятно, найдется некоторое количество компаний, которых китайские материалы будут вполне устраивать. Однако если говорить о высококачественном полиграфическом продукте, то китайские производители пока не в состоянии обеспечить его получение в силу использования дешевого исходного сырья и, соответственно, более низкого потребительского качества конечных решений. Кроме того, работа с китайскими поставщиками связана для российских типографий с определенными сложностями — это и длительный срок поставки, и негибкая финансовая политика, поскольку отсутствуют возможности работы на кредитных условиях, да и риски по качеству велики.

Ф: И все же предпринимаете ли вы усилия для того, чтобы предложить

клиентам более доступные европейские продукты?

АП: Европейские производители пластин, в том числе и компания Fujifilm, эксклюзивным партнером в СНГ которой является «ЯМ Интернешнл», безусловно, хорошо понимают тенденции как на мировом, так и на российском рынке, и готовы реагировать на эти рыночные изменения, предлагая новые качественные продукты. Одна из последних разработок Fujifilm полностью отвечает требованиям клиентов, желающих при умеренных затратах сохранить высокий уровень полиграфического производства. Речь идет о новой термальной пластине LH-PYE. Ряд специальных решений позволил существенно снизить ее себестоимость без ущерба для рабочих характеристик. Типографии, которые приобретают пластины в больших объемах, особенно смогут оценить экономическую привлекательность нового продукта. LH-PYE универсальна и подходит для использования с любой химией. Безусловно, переход на эти пластины предусматривает проведение тестирования. Многие типографии, где такие испытания были осуществлены, уже используют новые пластины Fujifilm. Аналогичные тесты подготовлены еще с рядом знаковых полиграфических предприятий.

Ф: Какими, на ваш взгляд, конкурентными преимуществами обладает компания «ЯМ Интернешнл» как поставщик расходных материалов?

АП: Прежде всего стоит отметить, что наша компания предлагает весьма широкий ассортимент расходных материалов для офсетной печати: пластины, листовые краски, лаки, увлажняющие растворы, всевозможные добавки, смывки, офсетные полотна, вспомогательную химию и многое другое. Вся эта продукция европейского производства и тщательно апробирована, что позволяет нам быть уверенными как в качестве тех материалов, которые мы продаем, так и в качестве той печатной продукции, которую типографии изготавливают с их помощью. Кроме того, отличительной особенностью «ЯМ Интернешнл» является то, что на складе у нас всегда имеются в наличии все ассортиментные позиции, представленные в каталоге,

причем в достаточном количестве для компании любого уровня. Это позволяет нам обеспечивать самую быструю реакцию на рынке на запрос клиента. Более

Нам интересен любой клиент, приобретает ли он у нас пластины или концентраты для увлажняющего раствора или любую другую химию. При этом мы исходим не из ассортиментного каталога, а отталкиваемся от нужд наших клиентов

того, у нас в обязательном порядке есть все сертификаты на поставляемую продукцию, которые могут понадобиться клиенту в его работе с контрагентами. Мы заблаговременно об этом думаем и проходим сертификацию заранее.

Ф: Какой Вы видите дальнейшую политику «ЯМ Интернешнл» на рынке расходных материалов?

АП: Мы прекрасно понимаем, что несмотря на безукоризненную репутацию ведущих мировых производителей, чью продукцию мы представляем, и заслуженную репутацию на рынке нашей компании, нельзя думать, что продукт будет продаваться сам собой. Необходимо быть энергичными и меняться вместе с рынком. Этому способствует, в том числе, появление новых продуктов и решений от производителей, позволяющих подготовить для наших клиентов интересные коммерческие предложения. В свою очередь, сервис компании «ЯМ Интернешнл» никогда не давал оснований усомниться в его надежности. Так что активность нашей компании на рынке будет расти, продуктовая линейка — совершенствоваться, продвижение наших продуктов станет еще более эффективным.

Самое важное, что я хотел бы отметить и что является основой нашей политики: нам интересен любой клиент, приобретает ли он у нас пластины или концентраты для увлажняющего раствора или любую другую химию. При этом мы исходим не из ассортиментного каталога, а отталкиваемся от нужд наших клиентов и предлагаем по возможности уже готовые и необходимые им решения.

ПЕЧАТАЕМ ЭТОТ ЖУРНАЛ

МЫ



ТИПОГРАФИЯ express

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

Москва, Электrozаводская, 20
(495) 780 67 05

Как опередить время, или Охота за перспективными технологиями



Шон Хантер,
глава «МДМ-Печать»,
[Ленинградская обл.,
г. Всеволожск]

Сотрудничество с издательскими домами, выпускающими гляцевую периодику, а также крупными торговыми сетями обязывает полиграфические предприятия выстраивать четко отлаженную систему управления производством. Большие тиражи, повышенные требования к качеству, ответственность за безупречное исполнение и жесткое соблюдение сроков отгрузки тиража — это те условия, которые такие заказчики предъявляют к своим поставщикам печатных услуг. Одной из крупных полиграфических компаний, в полной мере отвечающих поставленным задачам, является «МДМ-Печать». Более 15 лет назад оно было специально создано для печати крупнотиражной периодики, в первую очередь на рулонных машинах. Сегодня это компания со 100%-ным иностранным капиталом, на предприятии действуют современные принципы организации и оснащения производства, благодаря чему, как здесь отмечают, «удаётся не только идти в ногу со временем, но и опережать его». На сегодняшний день «МДМ-Печать» можно отнести к наиболее динамично развивающимся полиграфическим предприятиям во всем Северо-Западном регионе России. Инвестиции компании в развитие собственной технической базы только за

прошлый год составили около 9 млн долл. Мы решили побеседовать с главой компании «МДМ-Печать» Шоном Хантером (Shaun Hunter) и попросили его поделиться своими взглядами на оснащение типографии и выбор необходимого оборудования.

Ф: Компания «МДМ-Печать» является заметным и достаточно крупным игроком на рынке. Тем не менее расскажите, что представляет собой сегодня ваш полиграфический комплекс?

ШХ: На сегодняшний день компания «МДМ-Печать» работает одновременно в нескольких сегментах полиграфического рынка — это печать

зированные системы управления и контроля, а при оснащении парка оборудования делаем ставку только на новейшее и высокопроизводительное оборудование, постоянно расширяя свои производственные возможности и технические площади.

Ф: Судя по динамике роста вашего предприятия, компания вкладывает немалые средства в модернизацию техники и технологий. И насколько известно, прошлый год не стал исключением?

ШХ: В «МДМ-Печать» существует пятилетний план развития предприятия, руководствуясь которым мы планируем объем инвестиций. В рамках реализации очередного этапа развития в прошлом году был приобретен внушительный комплекс оборудования, основой которого стала рулонная печатная машина с газовой сушкой KBA S16, специально предназначенная для печати на мелованных бумагах. Кроме того, большой акцент делается на развитие участка послепечатной обработки. В общей сложности наши инвестиции в 2012 г. составили более 9 млн долл. Это существенным образом расширило и без того немалые производственные мощности типографии. Впрочем, развитие для нас — не цель, а средство.

Ф: Средство для достижения чего?

ШХ: Прежде всего стабильности. А стабильность производства невозможна без развития. Для большинства наших клиентов надежность производства — это важнейший аргумент в пользу работы с нашей компанией. Заказчики не могут рисковать и знают, что у нас они получают свою продукцию в срок и в надлежащем исполнении. Гарантировать это нам позволяет дублирование оборудования и всех систем, обеспечивающих работу «МДМ-Печать», а значит, перебои в производственном процессе полностью исключены. Все это дает нам возможность быть на шаг впереди и предлагать своим настоящим и будущим клиентам простые решения важных задач. Мы не просто идем в ногу со временем, мы стараемся опережать его. Безусловно, для этого в компании делается очень многое. С одной стороны, мы уделяем большое внимание подготовке персонала, регулярно проводим обучающие мероприятия как самостоятельно, так

Компания «МДМ-Печать» нацелена на постоянное развитие. В этой связи мы регулярно следим за прогрессивными работками в области полиграфической техники и технологии, в том числе и за работками нашего партнера Kodak. У него есть много интересных и перспективных решений, и не исключено, что некоторые из них в скором времени будут использоваться на нашем предприятии

многополосных журналов, каталогов для торговых центров, продукции для почтовой рассылки, а также рекламной полиграфии. Мы стараемся очень гибко подходить к требованиям клиентов, и именно это способствует расширению сферы нашего присутствия на рынке. Обладая довольно мощным производственным парком, компания тщательно подходит к вопросам организации и управления предприятием, без чего невозможно было бы достичь соответствия ожиданиям наших заказчиков. Поэтому мы внедряем современные технологии, автоматизи-

и совместно с нашими партнерами, поэтому наши сотрудники никогда не останавливаются на том, что уже знают и умеют, и со всей ответственностью относятся к своему делу. С другой стороны, мы работаем с ведущими поставщиками и приобретаем только лучшее оборудование и материалы.

Ф: Расскажите, пожалуйста, в этой связи о сотрудничестве с компанией Kodak? Ведь наряду с печатным и послепечатным цехом ваш участок допечатной подготовки также имеет дублирующее оборудование, притом одного производителя.

ШХ: Наше сотрудничество с компанией Kodak началось еще в 2004 г., однако по-настоящему работа стартовала в тот момент, когда Kodak приобрел компанию Creo, легендарного производителя выводных устройств, систем управления рабочими потоками и т. д. С этого момента мы упрочили наши партнерские отношения, начав использовать пластины и химию Kodak на наших CtP-устройствах Creo Trendsetter 800 II, на которых мы вскоре провели обновление программных средств и систем управления. В настоящее время мы обсуждаем дальнейшие варианты развития имеющихся у нас технологий, вопросы их усовершенствования, а также возможности приобретения других технологий от Kodak. Впрочем, пока этот вопрос находится на уровне проработки, но с учетом нашего постоянного стремления к развитию у нас много перспектив в совместной работе с Kodak и его партнерами в России, компаниями Nissa и NCL.

Ф: Если принять во внимание изменения, произошедшие недавно в стратегии Kodak на российском рынке, изменилось ли что-либо во взаимоотношениях «МДМ-Печать» и компаний, занимающихся поставками оборудования и материалов от Kodak?

ШХ: На самом деле мне лично понятны мотивы, почему компания Kodak приняла решение передать всю активность своим дистрибуторам. И я считаю это нормальным явлением. Kodak производит продукцию мирового уровня, которая полностью нас устраивает. Сервис, обеспечиваемый дистрибутором Kodak, я оцениваю хорошо, так что мы продолжим работать вместе, надеюсь, вполне успешно. До недавнего времени мы работали напрямую с Kodak, но после того, как деятельность компании в России изменилась, мы переподписали контракт с компаниями Nissa и NCL. Более того, совместными усилиями нам удалось оптимизировать некоторые затраты благодаря более грамотной проработке логистики материалов. Надеюсь, что и Kodak, и Nissa будут рады работать с таким клиентом, как мы, который к тому же финансово состоятелен и всегда платит вовремя. А мне доводилось слышать, что в России это не всегда так, и с платежами у некоторых типографий бывают сложности.

Еще раз отмечу, что компания «МДМ-Печать» нацелена на постоянное развитие. Если ты не развиваешься, то не просто стоишь на месте, а отстаешь от тех, кто движется вперед. В этой связи мы регулярно следим за прогрессивными разработками в области полиграфической техники и технологии, в том числе и за разработками нашего партнера Kodak. У него есть много интересных и перспективных решений, и не исключено, что некоторые из них в скором времени будут использоваться на нашем предприятии. В силу этого я считаю, что у нас хорошее совместное будущее! ■



Рынок трансформируется? Не упустите возможность извлечь выгоду с помощью современных динамичных технологий печати

YELLOW CHANGES EVERYTHING



Выделяйтесь на фоне конкурентов в меняющихся рыночных условиях во всех секторах коммерческой печати. От индивидуальной персонализации до интеграции с цифровыми медиа – возможности резко повысить процент отклика и уровень доходов поистине безграничны. Познajte мощь полиграфических решений от Kodak.

Пусть перемены будут к лучшему: yellow.kodak.com

УПРАВЛЕНИЕ РАБОЧИМИ ПОТОКАМИ / ЦВЕТОПРИБНЫЕ РЕШЕНИЯ /
ПЛАСТИНЫ И СТР / ПРИНТЕРЫ И ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ



для получения подробной информации ОБРАТИТЕСЬ В
ООО «КОДАК», ТЕЛ. +7 (495) 620-9166, WWW.KODAK.RU

Kodak

МВЕ: почта и цифровой салон в одном офисе



Александр Шушпанов,
зам. генерального директора,
ЗАО «МБИ Евразия»
[Москва]

Любая коммерческая компания рано или поздно сталкивается с необходимостью в таких услугах, как отправка деловой корреспонденции или приглашений на мероприятие своим бизнес-партнерам, пересылка и качественная упаковка ценного или крупногабаритного груза, аренда абонентского ящика и т. д. Большинство, как правило, не видят альтернативы использованию возможностей ФГУП «Почта России», которые, к сожалению, не всегда бывают безграничными, а их реализация — надежной и контролируемой. Однако альтернатива существует. Около трех лет назад в России стали появляться офисы компании Mail Boxes Etc. (МВЕ), которые являются центрами бизнес-услуг не только по экспресс-доставке отправок по всему миру, но и по изготовлению полиграфической продукции и брендированию бизнес-сувениров. Заместитель генерального директора ЗАО «МБИ Евразия» Александр Шушпанов рассказал нам о задачах компании МВЕ и ее деятельности в России.

Ф: Александр, расскажите, пожалуйста, что представляет собой компания Mail Boxes Etc.?

АШ: История компании МВЕ насчитывает более 30 лет. Она была создана в 1980 г. в США как альтернатива федеральной почтовой службе. Основная задача, которую преследовали создатели компании, заключалась в том, чтобы предоставить

клиенту возможность в рамках одного офиса сравнить услуги всех основных почтовых операторов и выбрать наиболее оптимальный по стоимости и срокам вариант доставки. Вскоре офисы МВЕ начинают открываться по всему миру. Сегодня компания является лидером в сфере экспресс-доставки и представляет собой крупную сеть, насчитывающую более 7500 офисов в 70 странах. В основном деятельность МВЕ направлена на работу со средним и мелким бизнесом, и для большинства клиентов компания является не только надежным партнером по почтовой пересылке, но и своеобразным мини-офисом, предоставляя услуги по экспресс-доставке, обслуживанию

Сегодня открыто более 70 центров компании МВЕ в России. Согласно договору, франчайзи предоставляют услуги по экспресс-доставке, печати полиграфической продукции и выбору бизнес-сувениров

абонентских ящиков, а также изготовлению любых видов полиграфической продукции и предлагая широкий выбор бизнес-сувениров с возможностью персонализации.

Ф: Когда сеть МВЕ появилась в России?

АШ: Первый центр МВЕ в России открылся в 2007 г. С 2010 г. началось активное развитие сети компании в нашей стране. На сегодняшний день в Москве работают 16 офисов Mail Boxes Etc., а всего в России насчитывается более 60 франчайзинговых центров и еще около 20 новых офисов находятся в режиме открытия. При подписании договора с каждым новым франчайзи мы стараемся разграничить их территориально, чтобы не создавать конкуренцию.

Ф: Все офисы компании МВЕ в России предоставляют одинаковый ассортимент услуг?

АШ: Договор коммерческой концессии, помимо единого стиля оформления офиса, соблюдения корпоративной этики, предусматривает определенный набор услуг, которые должен предоставлять каждый центр. Прежде всего это услуги по экспресс-

доставке корреспонденции и грузов, в том числе требующих специальных условий транспортировки. Здесь мы предлагаем воспользоваться услугами таких перевозчиков, как FedEx, TNT, UPS, Pony Express, Курьер Сервис Экспресс и других. Причем, как я уже говорил, из всех предложений операторов можно выбрать самые выгодные условия и сроки доставки. Стоимость услуг для клиента не будет отличаться от той, которую он бы получил, обратившись напрямую к почтовому оператору. Удобство наших центров как раз в том, что мы предлагаем выбор из целого ряда компаний, профессионально занимающихся почтовыми перевозками. Кроме того, менеджеры наших центров помогут упаковать изделие для отправки, оформить всю документацию, что экономит клиенту время и нервы. Также каждый центр предоставляет услуги по аренде абонентских ящиков, при этом клиент получает реальный адрес, на который будет доставляться его корреспонденция.

Исключение составляют услуги по печати. Они предлагаются не всеми отделениями МВЕ из-за того, что не всякий франчайзи готов запустить этот вид услуг, опасаясь сложностей, связанных с организацией даже небольшого печатного участка.

Ф: Управляющая компания МВЕ поддерживает при вхождении в бизнес своих франчайзи?

АШ: Безусловно. Мы организуем обучающий курс для тех, кто желает присоединиться к нашей команде, помогаем с организацией работы, оказываем информационную и маркетинговую поддержку, в том числе знакомим с возможностями цифровой печати и даем рекомендации по выбору печатного оборудования, если центр готов развивать данное направление. Глобальным партнером МВЕ как в мире, так и в России, в сфере поставок печатного оборудования является компания Konica Minolta. Конечно, жестких условий для франчайзи в плане выбора цифровой техники у нас нет. Однако Konica Minolta не имеет для нас конкурентов, поскольку предлагает самое оптимальное на рынке цифровое печатное оборудование по соотношению «цена — качество», наиболее выгодные для старта условия сотрудничества для оснащения центров МВЕ и высокий уровень сервиса. ■



KONICA MINOLTA

bizhub PRO и bizhub PRESS ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОЙ ПЕЧАТИ

ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО, НАДЁЖНОСТЬ И СТАБИЛЬНОСТЬ — ЛИШЬ НЕКОТОРЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА, КОТОРЫЕ ПРЕДЛАГАЮТ ФЛАГМАНСКИЕ СЕРИИ KONICA MINOLTA bizhub PRO и bizhub PRESS для производительной печати. ВЫСОКАЯ СКОРОСТЬ ПЕЧАТИ И КАЧЕСТВО, СХОЖЕЕ С ОФСЕТНЫМ, МНОЖЕСТВО ВАРИАНТОВ ФИНИШНОЙ ОБРАБОТКИ И ВОЗМОЖНОСТЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ДРУГИМИ УСТРОЙСТВАМИ ДЕЛАЮТ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ СЕРИЙ bizhub PRO и bizhub PRESS ПРЕКРАСНЫМ ДОПОЛНЕНИЕМ ТРАДИЦИОННОГО ОФСЕТНОГО ПРОИЗВОДСТВА ИЛИ ГЛАВНОЙ РАБОЧЕЙ СИЛОЙ ОТДЕЛА ПЕЧАТИ И КОПИРОВАНИЯ КОМПАНИИ.  bizhub PRO и bizhub PRESS — ОБОРУДОВАНИЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ.

Незаменимый «офис-менеджер» для бизнеса



Татьяна Кострова,
генеральный директор,
ООО «МБИ-Павелецкая»
[Москва]

Один из московских франчайзинговых центров компании MBE заработал в бизнес-центре Vivaldi Plaza в районе метро «Павелецкая» в мае прошлого года. С самого начала центр был ориентирован на предоставление всего комплекса услуг, который предусмотрен договором франчайзинга — от экспресс-доставки до изготовления коммерческой печатной продукции. Как рассказывает генеральный директор ООО «МБИ-Павелецкая» Татьяна Кострова, цифровая печать необходима для расширения предложения компании и комплексного продвижения услуг MBE на рынке, поэтому решение развивать

печатное направление здесь было принято целенаправленно.

При оснащении центра оборудованием для оперативной печати ставка была сделана на профессиональную цифровую технику Konica Minolta bizhub PRO C6000L. «При выборе печатной машины для нашего центра мы ориентировались на мнение специалистов Konica Minolta, партнера компании MBE в сфере печати, — говорит Татьяна. — Изучив информацию от поставщика, мы пришли к мнению, что именно эта модель машины наилучшим образом подходит для решения задач таких небольших цифровых салонов,

как наш. Оборудование обеспечивает высокий уровень коммерческой печати, предельно надежно, просто и понятно устроено, поэтому освоить его не составляет труда. Более того, компания Konica Minolta проводит обучение по использованию их цифрового оборудования и поддерживает в любых вопросах при дальнейшей эксплуатации. Помимо этого, поставщик предоставляет франчайзи специальные условия по приобретению оборудования и сервисному договору, что для нас, начинающих предпринимателей, которые делают только первые шаги в бизнесе, очень важно».



Так выглядят центры Mail Boxes Etc. В Москве всего 16 таких центров, расположенных в разных районах столицы. Здесь можно воспользоваться услугами ведущих мировых почтовых служб



Центры MBE, как правило, оказывают услуги по печати полиграфической продукции — приглашений, визиток, буклетов, меню и т. д. Для большинства пользователей почтовых услуг такой сервис по печати является удобным бизнес-инструментом



Печать в центре на «Павелецкой» производится на цифровой машине Konica Minolta bizhub PRO C6000L

Как отмечает Татьяна, печатать приходится самую разную продукцию: «Мы никогда не отказываемся ни от какого заказа. Если клиента устраивает цена, то мы всегда найдем решение его задачи». Так, например, срочные и небольшие тиражи изготавливаются на Konica Minolta bizhub PRO C6000L, в основном это визитки, приглашения, презентации, меню, карты вин и т. д. Впрочем, тиражи посерьезней, требующие сборки, фальцовки и послепечатной отделки, здесь также берут в работу, но отдают подрядчикам в офсетные типографии. «Очевидно, что клиентам удобнее работать с одним поставщиком, одним менеджером. У нас, например, есть ряд клиентов, которые сотрудничают с нами по экспресс-доставке, но в то же время заказывают у нас и полиграфическую продукцию. У таких заказчиков нет времени на поиск типографии, разработку макета, поэтому им проще обратиться в наш центр и воспользоваться тем комплексом услуг, который мы предлагаем. В отличие от обычной типографии, где поток заказов большой, мы более клиентоориентированы и максимально стараемся решить поставленные перед нами задачи. Как правило, мелкие заказчики типографиям неинтересны, а мы, в свою очередь, предлагаем для них очень удобный сервис», — говорит Татьяна.

Деятельность коммерческих компаний предполагает организацию и участие в самых разных маркетинговых мероприятиях, которые обычно не обходятся без сопроводительных

печатных материалов. Например, при подготовке к выставке или конференции необходимо обеспечить сотрудников дополнительным комплектом визиток, позаботиться о наличии презентационных и раздаточных материалов (листочков, буклетов, брошюр, каталогов), возможно, понадобятся также плакаты и баннеры для оформления стенда и информационных стоек. Кроме того, при проведении любого мероприятия клиентам и посетителям желательно вручить символические подарки в виде блокнотов или календарей на следующий год. Изготовление всего этого набора полиграфической бизнес-продукции в центре «МБИ-Павелецкая» готовы взять на себя. Более того, здесь же можно заказать офисную атрибутику с нанесением логотипа компании. Такие промосувениры, несомненно, порадуют партнеров любой фирмы.

Заказчиками печатной продукции в центре «МБИ-Павелецкая» выступают не только корпоративные клиенты, пользующиеся услугами почтовой доставки, но есть и так называемый пешеходный трафик — за полиграфией обращаются обычные люди, которым требуются мелкие полиграфические работы по распечатке документов, сканированию, печати продукции от 1 экз., например бланков, грамот или дипломов. Для неподготовленных заказчиков, которым полиграфические термины в новинку, в штате центра обязательно работает дизайнер, который владеет программами верстки и дизайна, знает печатные и послепечатные процессы и всегда поможет подготовить макет.

А в том, что при необходимости отпечатанную продукцию смогут доставить в любую точку мира, можно и не сомневаться — сеть МВЕ, в которую входит и центр «МБИ-Павелецкая», считается настоящим экспертом в вопросах почтовой пересылки любых грузов!



Комментарий специалиста

«Сотрудничество с компанией МВЕ у нас продолжается около 3,5 лет, — рассказывает Наталья Королева, менеджер по работе с ключевыми клиентами ООО «Кonica Минолта Бизнес Сольшунз Раша». У нас подписано соглашение о том, что Konica Minolta является эксклюзивным поставщиком печатного оборудования для центров МВЕ в России. В рамках данного соглашения мы предоставляем как производительные цифровые системы печати, так и офисные МФУ, а также программное обеспечение для управления процессом печати. На данный момент 35 цифровых печатных устройств Konica Minolta работают в офисах МВЕ по всей стране.

Франчайзи, которые решили развивать печатный бизнес, мы подробно рассказываем о нашем оборудовании на обучающих семинарах, чтобы они владели полной информацией и могли оценивать возможные риски. Для решения различных задач по печати у нас предусмотрены и разные модели цифровых машин. Например, для начального уровня (распечатки документации, печати простой продукции) существует модель Konica Minolta bizhub C454, а для профессиональной цифровой печати мы рекомендуем выбирать Konica Minolta bizhub PRO C6000L. Оборудование может оснащаться финишером для изготовления буклетов. Для франчайзи мы предоставляем выгодные условия по приобретению оборудования, покопийный сервисный контракт с фиксированной стоимостью обслуживания сразу на два года, что очень хорошо воспринимается владельцами машин, при этом условия по минимальному объему печати очень щадящие. Кроме того, мы готовы практически сразу отгрузить приобретенное оборудование со склада, что сокращает сроки запуска отделения МВЕ».



В числе заказов есть и многостраничные издания, которые размещают в офсетные типографии

«Парето-Принт»: проект столь же амбициозен, сколь и недостижим



Павел Арсеньев,
генеральный директор,
ИПК «Парето-Принт»
[Тверская область]

С интересом наблюдая в 2009 г. за появлением масштабного книжного производства «Парето-Принт» на просторах Тверской области, полиграфическое сообщество, терзаемое противоречивыми чувствами, могло только строить предположения о дальнейшей судьбе этого предприятия. Сегодня, спустя четыре года, этот типографский проект не перестал быть столь же амбициозным, сколь и недостижимым для большинства российских полиграфических компаний и по уровню оснащения, и по автоматизации, и по высочайшему качеству изготавливаемой продукции. На сегодняшний день «Парето-Принт» является одним из самых крупных полиграфических предприятий

в России по печатным мощностям. В общей сложности в типографии установлено 52 печатных секции, причем 32 из них марки manroland, что делает ИПК «Парето-Принт» крупнейшим среди владельцев немецких печатных машин Roland. При этом стоит отметить, что вся техника загружена, а полиграфический комплекс ежемесячно изготавливает около 5,5 млн экземпляров книг и брошюр. Не возникает ли странное ощущение, что при всех негативных оценках книжного рынка типография, которая специализируется исключительно на производстве книжных изданий, не испытывает дефицита в работе — более того, даже приобретает дополнительные производственные мощности? Мы попросили генерального директора ИПК «Парето-Принт» Павла Арсеньева дать свою оценку развитию книжного рынка в целом и рассказать о том, что нового произошло на предприятии за последнее время.

О чем говорят прогнозы?

Так что же на самом деле происходит с книгой? Так ли уж неутешительны прогнозы замещения печатных изданий электронным контентом? Круглосуточно работающие производственные мощности «Парето-Принт» говорят совсем об обратном. «К мнению о том, что книжные издания уходят в электронный вид, я отношусь как к легковесному, поверхностному суждению, — отмечает Павел Леонидович Арсеньев. — Замещение электронными носителями происходит так называемых одно-разовых книжек. И мы не особенно интересуемся данным сегментом. Наша типография ориентирована на производство книг высокого полиграфического уровня исполнения, с качественным переплетом и разнообразием отделки. Я, например, не могу представить подарочное издание, альбом по искусству или детскую книгу в iPad. И несмотря на то,



В типографии «Парето-Принт» работают 7 печатных машин марки manroland различной красочности — от двух- до восьмикрасочной с устройством переворота листа (вверху). На предприятии имеются листовые машины как формата 70х100 см, так и четыре машины формата 100х140 см (слева), и это выгодно отличает «Парето-Принт» от других книжных предприятий. В общей сложности здесь установлено 32 печатных секции manroland, что делает компанию крупнейшим владельцем машин данного производителя

что по статистике объем электронных книг растет, все же их доля слишком мала, чтобы относиться к этому как к серьезной угрозе. На сегодняшний день в России установился нормальный спрос на печатную книгу. Как и в любой развитой стране мира, читающая аудитория составляет 15–20% от населения страны, и в этом нет никакой катастрофы».

Сегодня каждая 12-я книга, изданная в России, изготовлена в издательско-полиграфическом комплексе «Парето-Принт». В разные месяцы объем производства книжных изданий здесь достигает от 5 до 5,5 млн экземпляров. Более того, как подчеркивает Павел Леонидович, количество эксклюзивных работ, как и потребность в дополнительных средствах, облагораживающих издание (золочение обзоров, изготовление подарочных футляров для книг, использование нестандартных переплетных материалов), с каждым годом только увеличивается.

Достойный конкурент

Оценивая результаты деятельности предприятия, генеральный директор ИПК «Парето-Принт» Павел Арсеньев отмечает, что основная задача, которая ставилась еще на этапе создания полиграфического комплекса, достигнута — типография «Парето-Принт» по уровню исполнения книг ничем не уступает лучшим европейским типографиям.

На предприятии применяются, пожалуй, все известные полиграфические технологии для изготовления абсолютно любого издания: это могут быть книги в твердом переплете или мягкой обложке как с шитым нитками блоком, так и с бесшвейным скреплением, книги с интегральным переплетом, издания с альбомным спуском, а также нестандартных размеров до 61 см по высоте и с толщиной корешка до 8 см.

У клиентов есть возможность заказать суперобложку или подарочный футляр, выбрать фактурное тиснение или золочение обреза книжного блока, использовать дизайнерские материалы для переплетной крышки, а также любые виды отделки полиграфической продукции — ламинирование, конгревное или блинтовое тиснение цветной или металлизированной фольгой, лакирование фактурными, глиттерными и даже ароматизированными лаками и многое другое. Как говорит Павел Арсеньев, книги, изготовленные в «Парето-Принт», сразу узнаются на полках книжных магазинов и по качественному переплету, и по элементам декоративной отделки, да и по печати тоже, ведь среди заказов типографии есть довольно сложные для воспроизведения работы. «Сегодня даже черно-белую книжку потребитель хочет видеть хорошо выполненной, — поясняет Павел Леонидович. — Для издательств, которые заказывают у нас изготовление художественных литературных произведений, мы предлагаем интересную технологию по окраске обзоров книжного блока. Это несильно удорожает стоимость производства, но позволяет изданию выделиться среди массы других стандартно выполненных книг. Такое решение по облагораживанию продукции широко применяется в европейских типографиях. Мы решили внедрить его на своем предприятии, и сегодня у нас есть устойчивый объем работ на такого рода услугу, как покраска обзоров».

Таким образом, «Парето-Принт» быстро и поступательно развивается, добавляя все новые услуги, рас-



Многочассетные фальцевальные машины МВО



Для послепечатной отделки и обработки в «Парето-Принт» используется оборудование ведущих производителей, специализирующихся на оснащении книжных производств. Однако на производстве преобладает техника компании Muller Martini: линия для твердого переплета Diamant (выполняет вставку блока в крышку, приклейку каптала, двух ляссе, марли, а также форзацев), три ниткошвейные линии Ventura, ВШРА и многое другое

ширяя производство для того, чтобы российские издательства при создании новых проектов не были ограничены в технических возможностях претворения их в жизнь.

Привлекательный 84-й формат

И все же «Парето-Принт», занимая ведущие позиции на российском полиграфическом книжном рынке, продолжает увеличивать производственные ресурсы по печати. Внимание типографии привлекла на этот раз возможность увеличить свою долю в сегменте изготовления школьных учебников. В феврале этого года в «Парето-Принт» была установлена силами компании «ВИП-Системы» печатная машина Akiyama Jprint 4P44 в конфигурации 4+4 с рулонной зарядкой. Отличительной особенностью данной модели является двухуровневая конструкция, обеспечивающая печать одновремен-



Возможности типографии позволяют изготавливать альбомные издания, а также книги нестандартных форматов до 61 см по высоте и с толщиной корешка до 8 см



Корпоративное издание к юбилею «Аэрофлота» в подарочном футляре



Среди заказов встречаются и сложные для воспроизведения работы, в частности с использованием серебра, черных плашек, монохромных изображений

но с двух сторон без переворота листа. Как отмечает Павел Арсеньев, во многом интересен был формат печатной машины, позволяющей размещать на листе книжную раскладку формата 84x108 см. Именно такой печатный формат применяется для издания обучающей литерату-

ры для школьников. «Akiyama Jprint 4P44 была с небольшим пробегом, — рассказывает Павел Леонидович. — Тем не менее специалисты «ВИП-Системы» хорошо ее восстановили, и сегодня мы очень довольны машиной. В летний сезон мы выполняем значительное количество

учебников, например, только за июль этого года на нашем предприятии изготовлено около 1,5 млн экземпляров учебной литературы».

Партнерские взаимоотношения

Павел Арсеньев отмечает, что каждый раз при оснащении производства проводится тщательный тендер, на основе которого выбирается только то оборудование, которое максимально отвечает задачам предприятия. «Мы все же предпочитаем работать напрямую с производителем, и в силу нашего масштаба можем добраться до любого уровня руководителя компаний, — говорит Павел Леонидович. — Тем не менее у нас много оборудования одного производителя, в частности manroland, сервисным обслуживанием которого занимается в России компания «ВИП-Системы», да и недавнее наше приобретение машины Akiyama Jprint 4P44 состоялось благодаря помощи этой компании. Так что поддержка со стороны российских представителей поставщика тоже очень важна. Отмечу, что со сменой партнера в России нам стало лучше, так как и рабочие, и человеческие отношения очень хорошие. Конечно, при переходе от одного локального представителя к другому возникали вопросы обучения специализированной команды, формирования склада запчастей, однако их удалось преодолеть быстрее, чем я думал. Сегодня с компанией «ВИП-Системы» у нас выстроилось конструктивное сотрудничество. И я уверен в разумности и адекватности наших партнеров».



«Парето-Принт» входит сегодня в тройку крупнейших типографий, выпускающих учебники. С покупкой машины Akiyama Jprint 4P44 производство обучающей литературы стало еще более эффективным, так как она позволяет делать раскладку на лист книжного формата 84x108 см



Технология окрашивания книжных обрезов позволяет привлечь дополнительное внимание к изданию. Сегодня у типографии существует устойчивый спрос на данную услугу



Великолепная приводка, даже после 500 млн оттисков

manroland sheetfed GmbH — мировой лидер в конструировании и изготовлении печатных машин, автор революционных технологий в печатной индустрии. Сегодня он фокусируется на инновационных решениях в технологиях листовой печати и предлагает все, что Вы можете ожидать от печатной машины made in Germany.

Компания «ВИП-СИСТЕМЫ» поставляет печатные машины manroland, выполняет монтаж, ремонт и обслуживание печатных машин Roland всех серий, выполняет оперативную поставку запасных частей.

Не все печатные машины одинаковые...
Не все печатные машины manroland...



«ВИП-СИСТЕМЫ»

117638, Москва, ул. Азовская, 6, к. 3.

Тел. +7 495 258 67 03, Факс +7 495 318 11 55

www.vipsys.ru, e-mail: vipsys@vipsys.ru



manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®

Полиграфический бизнес двух поколений



Два поколения семьи — Виктория Ручка и Лариса Ручка (в центре), руководители и основатели полиграфической компании «Гамма». Памятный диплом о запуске печатной машины KBA Rapida 105-6+L им вручили представители «КБА РУС», компании-поставщика в России

Полиграфический бизнес во многих странах является бизнесом частным, более того, семейным. Не раз проводилось видеть совсем небольшие полиграфические предприятия, где трудятся несколько человек, как правило, члены одной семьи. И бизнес этот передается из поколения в поколение, с годами развиваясь и совершенствуясь. В нашей стране таких примеров не так много. Впрочем, это и понятно: владеть частным семейным бизнесом, имеющим солидную историю, в нашей стране малореально. И тем интереснее нам было посетить по приглашению «КБА РУС» группу компаний «Гамма» (Краснодар), которая является примером семейного полиграфического бизнеса. Во время нашего визита мы побеседовали с основателем этой компании Ларисой Ручка и ее дочерью Викторией Ручка, занимающей должность руководителя службы продаж, на плечах которой лежит в основном сегодня управление бизнесом.

Рынок заказов в южном регионе

Опыт посещения типографий южных регионов России убеждает в том, что все же жизнь там идет по несколько другим за-

конам. Несмотря на большое сосредоточение типографий и жесткую конкуренцию полиграфические предприятия на юге страны вполне успешно и активно развиваются. Причиной тому является приличный объем внутреннего рынка заказов, который создается местными производителями, в первую очередь пищевыми. Благодаря наличию своего производства Краснодарский край является успешным регионом, где работают законы бизнеса. Товаропроизводителю нужны определенные виды продукции (упаковка, этикетка, рекламная полиграфия, каталоги товаров и т. д.), и при ее заказе он предъявляет оправданный коммерческий подход: выбор падет на ту типографию, которая предложит производство необходимой продукции по оптимальной цене и с достойным качеством. Вслед за товаропроизводителем в регионе развивается и торговля, которая, в свою очередь, также нуждается в определенной полиграфической продукции. Таким образом, формируется рынок полиграфических заказов.

Именно такое положение дел помогает типографиям южного региона динамично развиваться. В частности, полиграфическое предприятие «Гамма» входит сегодня в пятерку крупнейших типографий Краснодарского края по производству упаковки, а также листовой продукции — книг, журналов и рекламной полиграфии. Впрочем, расскажем все по порядку.

Инвестирование в расширение возможностей

Собственно предприятие «Гамма» было основано Ларисой Ручка более 15 лет назад (правда, тогда оно называлось иначе). Как сказала ее дочь Виктория, «мама всегда интересовалась различной полиграфической продукцией и в какой-то момент решила попробовать освоить ее производство».

Начиналось все с создания рекламного агентства и приобретения простой трафаретной ручной машинки, на которой изготавливалась простейшая полиграфическая продукция — визитные карточки. Спрос на них оказался настолько высок, что для расширения производства срочно понадобилось приобретать уже офсетную машину. Сначала появилась однокрасочная, затем двухкрасочная, а позже уже и четырехкрасочная печатная машина малого формата. Приобретали технику, как правило,



Шестикрасочная печатная машина KBA Rapida 105-6+L с секцией ВД-лакирования оснащена пакетом для тонких от 45 г/м² и для толстых бумаг до 1,2 мм, что в действительности делает ее универсальной, подходящей для выполнения большого ассортимента полиграфических работ — от упаковки до книжно-журнальной и рекламной продукции. Для вывода офсетных форм для этой машины используется редкое в нашей стране CtP-устройство XPose! 230 UV от компании Luescher



В типографии «Гамма» сформирован мощный послепечатный участок с оборудованием ведущих мировых марок, который позволяет изготавливать практически любую продукцию. При оснащении предприятия главным аргументом являются потребности клиентов

бывшую в употреблении, поскольку доходность предприятия пока не позволяла вкладывать деньги в новое оборудование. Энтузиазм и активность на рынке способствовали быстрому росту компании и постоянному расширению ее возможностей. Заработанные средства инвестировались в покупку уже нового оборудования. Регулярные вложения в развитие предприятия привели к тому, что вскоре в типографии сформировался приличный парк печатного оборудования: здесь работали четыре четырехкрасочные печатные машины разных производителей малого и среднего формата. Печатали много самой разнообразной рекламной продукции, а также каталоги для торговых сетей, причем тиражи для некоторых из них, например сети супермаркетов «Магнит», доходили до 1,5 млн экземпляров. Помимо рекламной продукции, развивали также направление печати эти-

кетки, поскольку спрос на нее в регионе всегда был стабильно высоким.

Промышленные масштабы

Тем не менее жизнь вносит свои коррективы, и, как это порой бывает в семейных компаниях, все пришлось резко менять. «По семейным обстоятельствам» было принято решение типографию продать. Оставили себе лишь возможность работать с частью доверенных клиентов в качестве посредника и рекламного агентства. Виктория пояснила: «За годы сотрудничества у нас сформировались особые отношения с рядом клиентов, которые просто не хотели работать с кем-то другим и продолжали заказывать продукцию у нас. Нам приходилось перерасмещать их заказы на других предприятиях, порой с не самыми лучшими результатами». Впрочем, продолжалось это недолго. Буквально через несколько месяцев после продажи типографии Лариса и Виктория ре-



Сегодня основной специализацией типографии является производство упаковки — от стандартной до элитной и подарочной — для алкогольной продукции, кондитерских изделий, косметики, товаров широкого потребления и т. д.



Часть заказов типографии составляют корпоративные рекламные издания, в частности календари. Их заказывают как производители пищевой продукции, с которыми постоянно работает типография «Гамма», так и различные коммерческие компании



Другим сегментом, в котором типография занимает свою долю на рынке, является производство многостраничной продукции — журналов, каталогов, брошюр и книг в твердом переплете



Спрос на изготовление этикетки в южном регионе России очень высок за счет большого числа производителей пищевой продукции, поэтому типография «Гамма» уже давно стала осваивать этот рынок

шили приобрести другую, но рассчитанную уже на серьезный промышленный уровень работы. Так начались их шаги по формированию новой производственной базы. В результате была приобретена конкурирующая типография в Краснодаре, главным активом которой была печатная машина KBA Rapida 104. Правда, как рассказала Виктория, машина была в плохом состоянии и выдавать продукцию хорошего качества не могла: «Наши заказчики привыкли к тому, что мы предлагаем высокий уровень изготовления печатной продукции. Так что машину пришлось восстанавливать: ремонтировать пульт управ-

ления, менять и обрезать вали, проводить полную регулировку. В результате после солидных инвестиций в ремонт машина начала печатать с тем качеством, которое от нее требовалось». Появление машины большого формата позволило присмотреться и к рынку упаковки. Справедливости ради следует отметить, что приобретенная типография как раз и занималась печатью упаковочной продукции, только вот плачевное состояние машины не позволяло обеспечивать необходимое качество продукции. Восстановление машины позволило типографии «Гамма» выйти в сегмент престижной упаковки. Впрочем, и рекламные каталоги на машине первого формата печатать стало намного выгоднее и эффективнее, чем на полуформатных машинах. Постепенно на предприятии обросли и послепечатным оборудованием, что позволило к 2010 г. полноценно работать на упаковочном и книжно-журнальном рынке.

Универсальный поставщик услуг

Сегодня, спустя три года, в типографии все существенно образом изменилось вновь. Машина KBA Rapida 104 продана, и ее место заняла более современная, хотя и тоже бывшая в употреблении, шестикрасочная печатная машина KBA Rapida 105 Universal с секцией ВД-лакирования. Она была изъята лизинговой компанией из обанкротившейся типографии. Машина «свежая», с

небольшим пробегом, укомплектована пакетом для тонких от 45 г/м² и для толстых бумаг до 1,2 мм, что в действительности делает машину универсальной, подходящей для выполнения большого ассортимента полиграфических работ. А не так давно была приобретена еще одна машина, на этот раз полуформатная, и также у лизинговой компании. Появился и довольно мощный послепечатный участок с оборудованием ведущих мировых марок: Bobst, Muller Martini, Duplo, Horizon, Polar и т. д. На допечатном участке трудится довольно редкое в нашей стране CtP-устройство XPose! 230 UV от компании Luescher. Как сказала Виктория, использование этого CtP, работающего на аналоговых пластинах, позволяет типографии ежемесячно экономить приличную сумму денег без ущерба для качества.

Типография «Гамма», обладая комплексом оборудования для выполнения самых разнообразных печатных и послепечатных работ, позиционирует себя как универсального поставщика полиграфических услуг, предлагая клиентам изготовление целого пакета заказов — от упаковки и этикетки до рекламной многостраничной продукции различной сложности.

Любопытный подход

Интересно отметить подход владельцев типографии «Гамма» к формированию парка оборудования и организации производственного процесса. Когда у заказчика появляется потребность в той или иной технологической операции, соответствующая техника сразу же приобретается. Например, возникла потребность в изготовлении шитых книг — купили ниткошвейное оборудование, нужно делать качественное бесшвейное скрепление — устанавливается линия для подборки и склейки блоков. И так во всем. Недавно был приобретен участок в пригороде, на котором планируется начать строительство здания специально под типографию, ориентированную преимущественно на производство упаковки. Практика показала, что для упаковки нужны площади. И этот вопрос также оперативно решили.

Так что темпы роста и развития типографии «Гамма» вызывают удивление и восхищение. В заключение нашей беседы Виктория отметила, что в семье подумывают и о новой

печатной машине, уже под периодику: «Рынок печати периодической продукции в регионе довольно большой, а то, что из-за отсутствия хорошей производственной базы краснодарские журналы печатаются то в Ростове-на-Дону, то в Москве, — это не совсем правильно.

Мы прорабатываем планы по приобретению печатной машины, которая позволит эффективно изготавливать журналы и каталоги средними и большими тиражами. Скорее всего, нам понадобится восьмикрасочная, а возможно, и десятикрасочная печатная машина».

станции смешения офсетных красок: цвета и оттенки на любой вкус

www.hostmann-steinberg.ru

Москва

+7 (495) 789-8081

Санкт-Петербург

+7 (812) 313-7448

Новосибирск

+7 (383) 230-2798



huber
group

«Неудобные» для производства коробки, или Как сложности превратить в преимущества

Сегодня на полиграфическом рынке немало типографий, которые предлагают услуги по производству упаковки и этикетки. Считается, что это наиболее высокорентабельный по нынешним временам бизнес и в данном сегменте проще всего зарабатывать. В то же время это и один из самых специфических рынков, где требуются знания и макетирования изделий, и технологии их производства, и тонкостей послепечатной обработки, и соблюдения стандартов качества и чистоты производства. Каждая из упаковочных полиграфических компаний имеет свой профиль, и если заказ хорошо укладывается в производственный процесс одной типографии, это совсем не означает, что за его исполнение с той же легкостью возьмется другое аналогичное предприятие. Типография «Глобус Континенталь» простых путей никогда не искала и в качестве основного конкурентного преимущества предлагает изготовление как раз таких заказов, за которые неохотно берутся крупные и зачастую «неповоротливые» предприятия, а именно малоформатных и мелкотиражных картонных коробок с большим количеством отделочных операций, причем для любой сферы применения — от пищевой упаковки до фармацевтической.

Интересный сегмент упаковки

Появление в 2000 г. типографии «Глобус Континенталь» на московском полиграфическом рынке стало результатом диверсификации бизнеса учредителей этой компании, которые долгое время занимались собственным торговым бизнесом и впоследствии приняли решение открыть производственные предприятия в разных сферах рынка — так появились колбасное, кондитерское предприятия, а вскоре и полиграфическое. Как рассказывает генеральный директор типографии «Глобус Континенталь» Евгений Озадовский, компания начинала с минимального набора оборудования — печатной машины третьего формата Ryobi 522 NX, нескольких тигельных прессов, резака и фальцовки. «Со временем мы приняли решение уходить в область производства упаковки. Это был не только прибыльный и

рентабельный сегмент, но и более всего нам интересный. Как показали последующие 13 лет нашей работы, решение оказалось правильным», — поясняет Евгений Александрович.

До 2005 г. в оснащении типографии мало что менялось, но за эти годы в «Глобус Континенталь» отработали производственные технологии, отстроили всю цепочку прохождения заказов, сформировали клиентскую базу и нащупали свою нишу на упаковочном рынке. Через пять лет типография смогла привлечь дополнительные инвестиции, в результате чего у нее появилось собственное здание, а производственные мощности увеличились в несколько раз. Печатный парк оборудования вырос с одной машины до трех, значительно увеличилось и количество единиц послепечатного оборудования. Правда, как отмечает Евгений Александрович, одновременно возникло слишком много расходов, поэтому приходилось экономить и выбирать технику хоть и ведущих, но не европейских производителей. В плане печатного оборудования выбор снова пал на компанию Ryobi. «На тот момент решено было выходить во второй печатный формат, и мы стали второй типографией в России, которая подписала контракт на приобретение полуформатной машины Ryobi, — рассказывает Евгений Озадовский. — Это позволило нам получить довольно привлекательные финансовые условия на покупку четырехкрасочной Ryobi 754».



Парк печатного оборудования типографии «Глобус Континенталь» представлен шестикрасочной машиной manroland 506 LV (вверху) и двумя машинами Ryobi (внизу) — четырехкрасочной Ryobi 754-SA и двухкрасочной Ryobi 522 NX. В ближайшее время полуформатная машина будет заменена на пятикрасочную Ryobi 755 с секцией лакирования



Качеству допечатной подготовки в типографии уделяют повышенное внимание. В 2008 г. на предприятии установлен CtP-комплекс PlateRite 4300S для изготовления офсетных печатных форм, благодаря которому стало возможным получать высочайшее качество конечной продукции

Проба «немца»

С тех пор «Глобус Континенталь» регулярно обновляет свой производственный парк. К концу 2008 возникла необходимость покупки еще одной печатной машины второго формата, но на этот раз хотелось попробовать «немца», ведь подобная участь не миновала ни одну уважаемую типографию. «Ориентируясь тогда главным образом на немецкую технику, мы рассматривали и Heidelberg, и manroland, и KBA, — поясняет Евгений Александрович. — Однако в то время во втором формате было не так много предложений, да и по цене слишком для нас дорого. В итоге методом исключения manroland образовался сам собой. Мы выбрали шестикрасочный manroland 506 с секцией лакирования. В целом эта машина высокого класса, работает у нас на производстве не останавливаясь, у нее хорошая работа с цветом, отлично держит растровую точку, попадает в цветопробу, быстро выходит на соотношение баланса «краска – вода» и уверенно его держит. Единственное, она часто ломается. К сожалению, это недостаток 500-й серии. А вот Ryobi, несмотря на то, что она также круглосуточно у нас работает, хлопот не доставляет и показала за эти годы свою высокую надежность, что весьма подкупает».

Новый этап модернизации

В прошлом году в типографии приступили к модернизации су-

ществующего оборудования. Прежде всего заменили несколько единиц послепечатной техники и на очереди еще две. Более того, несмотря на кризисную составляющую, здесь приобретают и новое печатное оборудование. В частности, в настоящее время подписан договор на замену машины Ryobi 754 на пятикрасочную Ryobi 755 с секцией лакирования. «Оборудование, безусловно, устаревает, со временем Ryobi уже не так хорошо держит точку, появляются технические проблемы, которые не позволяют получать качественный готовый продукт. А при нашей системе менеджмента качества и сертификации цветопробы по ISO мы обязаны гарантировать клиенту соблюдение всех требований, предписанных этими стандартами. Тем не менее мы считаем, что это вопрос возраста, а не самой машины, поэтому при выборе нового оборудования мы снова полагаемся на Ryobi. По остальным показателям надежности, стабильности работы она себя полностью оправдывает для бизнеса. Одним из критериев в пользу выбора данного оборудования стала и его востребованность на вторичном рынке», — поясняет генеральный директор типографии «Глобус Континенталь» Евгений Озадовский.

Кроме того, как добавил Евгений Александрович, пятикрасочная машина, оснащенная к тому же секцией лакирования, — наиболее оптимальный вариант для производства упаковочной про-



Не каждая типография возьмется за изготовление малоформатной и мелкотиражной упаковки. Однако «Глобус Континенталь» считает: чем сложнее коробка, тем меньше у компании конкурентов



«Глобус Континенталь» изготавливает упаковку для кондитерской и алкогольной продукции. Отделка фольгой, конгревное тиснение, использование серебра — частое требование заказчиков, но типографию это несколько не пугает

дукции, поэтому в компании была выбрана именно такая комплектация машины.

Конвейер сложных тиражей

Говоря о собственном производстве, Евгений Александрович называет его «конвейером сложных и небольших тиражей». «Чем сложнее коробка и чем больше требуется технологических операций для ее изготовления, тем продукция заведомо дороже. Мы стараемся продавать именно такую упаковку. Ведь чем выше требования заказчика к имиджевой составляющей своей печатной продукции, тем сложнее нашим конкурентам и тем легче нам продать свою услугу. При таком скрупулезном подходе к

качеству коробки еще не каждый из конкурентов возьмется за ее изготовление. Например, у нас есть заказы на упаковку для фармацевтики. Зачастую это коробки малого формата, а требования к их производству более высокие, нежели при изготовлении любой другой упаковки. Кроме того, необходимо обеспечить чистоту производственного процесса, и не всякая типография готова взять в работу такой тираж и нести риски в случае, если заказчику что-либо не понравится. А мы беремся за такие заказы. Или другой пример — тиражи коробок 10–20 тыс. экз. считаются слишком маленькими для большинства упаковочных типографий. А мы, в свою очередь, на таких тиражах специализируемся», — объясняет преимущества своей компании Евгений Александрович.

Так что каждый заказ в типографии «Глобус Континенталь» по-своему уникален и сложен, требует и технологию подобрать, и материал специальный заказать нужного формата. Для работы с такими заказами в компании подобран высококвалифицированный персонал, здесь имеется большой штат профессиональных верстальщиков, грамотных технологов и менеджеров, существует и строгий отдел

по контролю за качеством. Это позволяет типографии при любой смене технологии обеспечить бесперебойное конвейерное производство. Безусловно, все это образовалось не в одночасье, а выстраивалось годами, но результат того стоил.

На конвейер в типографии работает и дублирующее печатное оборудование, и единое профилирование печатной и допечатной техники для обеспечения европейского качества продукции, здесь даже наладили собственное производство вырубных штампов, чтобы иметь возможность в течение 15 минут заменить на штампе ножи и продолжить работу.

Сопутствующий бизнес

Помимо упаковочного производства, у «Глобус Континенталь» есть еще рекламное агентство, которое специализируется на дизайне упаковки, в том числе сувенирной для корпоративных заказчиков.

А в прошлом году в типографии организовали участок флексографского производства. Как говорит Евгений Александрович, сделано это было с целью внутренней диверсификации бизнеса. Сегодня здесь изготавливают самоклеящуюся этикетку. Клиенты, как правило, узнают



С целью диверсификации бизнеса в типографии организовали участок флексографского производства самоклеящейся этикетки



Для косметических брендов, как правило, необходима малоформатная упаковка, которая к тому же требует отделки и безупречного исполнения



об этой новой возможности компании через сайт, и, по словам Евгения Озандовского, такого потока достаточно, чтобы обеспечить оборудование заказами. Восьмикрасочная флексографская машина MarkAndy с секцией тиснения уже полностью загружена, так что в этом году в типографии приобрели вторую флексомашину, но уже шестикрасочную. «Практика показала, что 8 секций используют лишь 10% за-

казчиков, а 50% не используют даже 4 секций, поэтому вторую машину мы выбрали попроще», — поясняет Евгений Александрович. На сегодняшний день типография работает в сегменте производства этикетки эконом-класса. Как отмечают в «Глобус Континенталь», заказчикам импонирует и цена, и обслуживание — вежливый менеджер, соблюдение сроков, приличное качество, фирменная «газель», достав-

ляющая готовую продукцию, ответная реакция компании в виде звонка менеджера по качеству по итогам выполненной работы. Такой подход подкупает клиентов, и они не спешат менять поставщика полиграфических услуг. И подобная схема работы распространяется на все направления деятельности «Глобус Континенталь». Что ж, видимо, у типографии действительно есть чему поучиться!

42

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ УСЛОВИЯ В 2013 ГОДУ

RYOBI

ПРИБЫЛЬ В ОФСЕТЕ



+7 (495) 363-00-78
www.terraprint.ru

terraSystems
ГРУППА КОМПАНИЙ ТЕРРА ПРИНТ

Диверсификация бизнеса, или Как увеличить запас прочности типографии



Осенью этого года в «ИПФ «Воронеж» будет запущена в эксплуатацию новая рулонная газетная машина Hiline Express производства Manugraph India Ltd. На фото: финальное тестирование газетной линии на заводе Manugraph перед отправкой в Россию

Одна из старейших российских типографий «Издательско-полиграфическая фирма «Воронеж» приступила к реализации масштабной инвестиционной программы, которая предусматривает техническую модернизацию производства с целью расширения возможностей по выпуску книжно-журнальной и газетной продукции, а также организацию нового направления по изготовлению этикетки и гибкой упаковки. Финаль-

ный этап этой программы запланирован на начало 2014 г., однако сегодня на предприятии уже многое сделано для того, чтобы «ИПФ «Воронеж» уже к концу этого года перешла на новый качественный и производственный уровень: здесь запущен в эксплуатацию участок флексографской печати, увеличена производительность формного отдела, завершены все подготовительные работы на газетном производстве, установлено сопутствующее оборудование.

Историческая специализация

Так уж совпало, что в сентябре этого года «ИПФ «Воронеж» будет отмечать свой 155-летний юбилей. Как утверждают исторические хроники, предприятие было основано купцом 2-й гильдии В. А. Гольдштейном в 1858 г. для выпуска книжных и газетных изданий. Со временем специализация типографии расширялась, в советские годы здесь издавали не только газеты, но и журналы, а также другую листовую полиграфическую продукцию. На протяжении своей долгой истории типография всегда имела прекрасную репутацию, сначала как одно из самых крупных полиграфических предприятий города, а впоследствии с учетом производственных мощностей и технического вооружения считалась ведущим предприятием Центрального Черноземья.

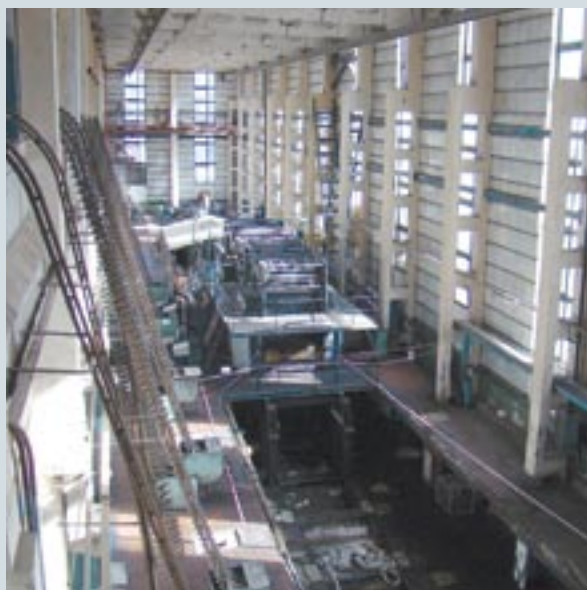


Газетная линия Manugraph уже доставлена в типографию «ИПФ «Воронеж». Она будет состоять из печатной башни HiLine Express, башни CityLine Express со встроенной зарядкой, а также фальцаппарата 2:2:2 с третьим сгибом и параллельным фальцем

Основную специализацию «ИПФ «Воронеж» сохраняет и сегодня. В частности, здесь очень сильны традиции книжно-журнального производства, освоены все виды скрепления и переплетного оформления многополосных изданий. Производственная база типографии позволяет изготавливать книги любых, даже нестандартных форматов в твердом переплете или мягкой обложке, журналы на скрепке или с помощью клеевого бесшвейного скрепления и, безусловно, газеты как в одну краску, так и полноцветные любыми тиражами и объемами. Сегодня на предприятии выпускается более 60 наименований газет, в числе которых не только издания для Воронежской области, но и для всего Центрально-Черноземного региона.

Назревшая модернизация

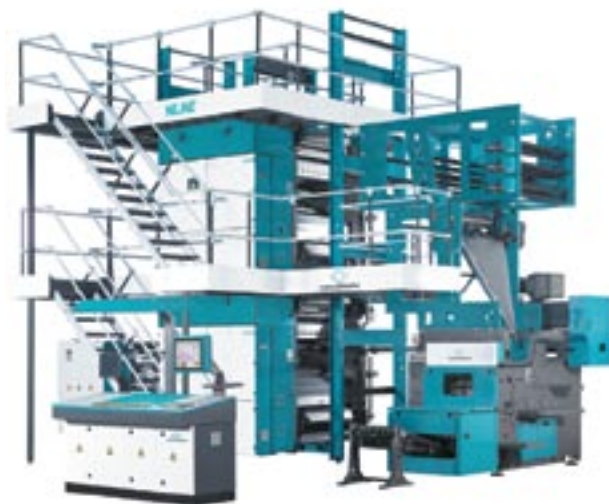
Несмотря на то, что «ИПФ «Воронеж» обладает небольшим количеством единиц полиграфической техники — рулонными и листовыми печатными машинами, фальцевальным, листоподборочным, ниткошвейным и другим оборудованием, тем не менее последнее серьезное переоснащение типографии происходило лишь в 1988 г., когда был построен новый производственный корпус, специально оснащенный для печати газет миллионными тиражами. «Необходимость в технической модернизации производства назрела уже давно, — отмечает Даниил Прохоров, исполнительный директор «ИПФ «Воронеж». — Основной парк газетного печатного оборудования типографии составляли рулонные машины Rondoset-170 и Orient 36000, приобретенная в 2006 г., однако сегодня пришло время серьезных инвестиций в наш профильный бизнес. Требования газетной индустрии вынуждают полиграфические компании более гибко реагировать на текущие запросы. Это касается не только повышения уровня качества и сокращения времени производственного цикла, но и возможности эффективно изготавливать газеты небольшими тиражами, отпечатать газетное издание меньшим форматом, вплоть до А5, или же предложить вариант производства комбинированного издания с использованием одновременно газетной и легкомелованной бумаг, а также предоставить заказчику



В типографии уже подготовлен фундамент для новой газетной машины. Монтаж оборудования начнется в сентябре

HILINE EXPRESS

высококачественная газетно-журнальная печать



три накатных
валика

три раскатных
валика

опциональное
термостатирование

VMG

внешмальтиграф

127247, г.Москва, Дмитровское шоссе
дом 100, 6-й этаж
Тел/факс: +7 (495) 229 04 01
+7 (495) 780 01 83
www.vmg.ru



В мае этого года «ИПФ «Воронеж» приобрела у компании «Терем» вторую СтР-систему ECRM Maiko 400 с проявочным онлайн-процессором Agfa :VPP68. Тем самым типография увеличила производительность допечатного участка и предусмотрела дублирование систем для изготовления офсетных печатных форм. На фото: Сергей Казбан, начальник отдела допечатной подготовки типографии

альтернативные решения для выпуска газет, отвечающих современным представлениям как издателей, так и непосредственно самих читателей».

На сегодняшний день устаревшее оборудование полностью демонтировано, а на его месте подготовлен фундамент под новую рулонную печатную машину Hiline Express производства Manugraph India Ltd, поставщиком которой является компания «Внешмалтиграф». Газетная линия уже доставлена в типографию, а монтаж и запуск оборудования начнутся в сентябре. Известно, что линия будет состоять из печатной башни HiLine Express, подготовленной для работы с различными типами бумаг, башни CityLine Express со встроенной зарядкой, а также фальц-

аппарата 2:2:2 с третьим сгибом и параллельным фальцем. Такая комплектация позволит изготавливать тетради до формата A5. Более того, печатная линия будет оснащена УФ-сушкой, что даст возможность печатать газеты и журналы на легкомелованной бумаге, а это совсем другой, более качественный уровень исполнения изданий и, безусловно, коммерческое преимущество типографии. «Это экономически обоснованное техническое решение, оптимальное для выхода на рынок полукommerческой печати. Однако в самом ближайшем будущем мы планируем заменить УФ-сушку на инфракрасную сушильную систему, что позволит более гибко использовать возможности печатной линии, а также не-

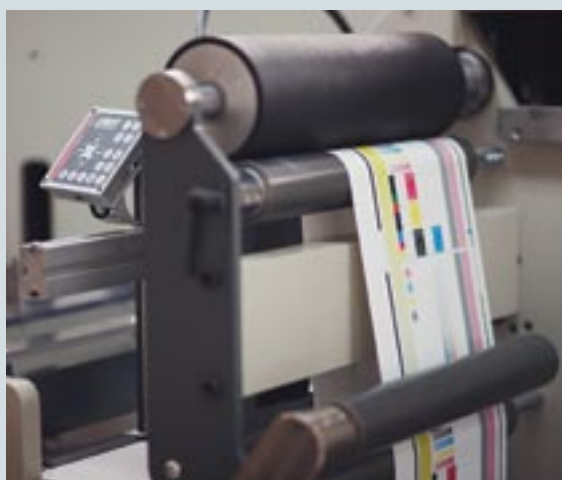
сколько снизить себестоимость готовой продукции. Тем не менее сразу после выхода на плановые показатели мы собираемся дооснастить линию как минимум еще одной печатной башней и дополнительным фальцаппаратом, что обеспечит выпуск многополосных изданий одной тетрадью и увеличит тем самым конкурентоспособность продукции. Безусловно, это также позволит нам более уверенно чувствовать себя в существующих рыночных условиях», — говорит начальник производственно-экономического отдела Анна Каниболоцкая.

Подготовка формного участка

Любые изменения в технологической цепочке производства всегда предполагают подготовительный этап. Замена печатного оборудования, как правило, влечет за собой модернизацию и других производственных участков. «Разумеется, мы хорошо понимали, что с запуском новой газетно-журнальной линии Manugraph заметно возрастет нагрузка допечатного участка, поэтому прежде всего мы предусмотрели увеличение наших мощностей по изготовлению печатных форм, чтобы исключить возможный дисбаланс в работе», — говорит Даниил Прохоров.

Таким образом, еще в мае этого года в типографии была установлена новая система для прямого экспонирования форм ECRM Maiko 400 с проявочным онлайн-процессором Agfa :VPP68. Это уже вторая аналогичная линия СтР, приобретенная «ИПФ «Воронеж» у компании «Терем», которая является эксклюзивным дистрибутором ECRM Imaging Systems в России.

Первое СтР-устройство ECRM Maiko HV появилось в типографии еще



В начале августа на производственной площадке «ИПФ «Воронеж» была инсталлирована девятикрасочная узкорулонная флексографская машина GiDue Combat M5. Таким образом, типография начала освоение нового для себя направления по изготовлению самоклеящейся этикетки и гибкой упаковки



Команда инженеров GiDue и сотрудников типографии после успешного монтажа флексомшины

в 2008 г. Надо сказать, что выбор фиолетовой системы экспонирования ECRM был неслучаен и обусловлен рядом причин. Во-первых, CtP-система ECRM специально разрабатывалась для газетных производств с учетом их специфики и требований к качеству экспонирования и производительности и при этом не требовала высоких затрат. А во-вторых, и это, пожалуй, было самым главным, устройство ECRM отлично подходило под имеющийся парк печатного оборудования самой типографии. Дело в том, что размер печатных форм для таких машин, как Rondoset или ПОГ, превышает существующие на рынке форматы CtP-устройств. А система ECRM позволяет экспонировать широкий диапазон форматов пластин, что для типографии оказалось решающе важным фактором.

Как отмечают в «ИПФ «Воронеж», несмотря на то, что система экспонирования пластин уже несколько лет успешно работала на предприятии, почти половина из всего объема печатных форм, необходимых производству, изготавливалась с фотонаборных пленок. Безусловно, в свете грядущей инсталляции новой печатной линии речи об аналоговом способе изготовления форм быть не могло, иначе производительность допечатного участка не будет соотноситься со скоростью работы печатного оборудования. Таким образом, решение о приобретении второго CtP-устройства было абсолютно закономерно. «На сегодняшний день мы полностью отказались от пленочной технологии и перешли на современный и более технологичный способ цифрового изготовления печатных форм, — рассказывает Даниил Прохоров. — Это обеспечивает нам стабильность качества получаемых форм, высокую производительность формного подразделения, а также гарантирует бесперебойную работу производства в целом, поскольку теперь у нас предусмотрено дублирующее, взаимозаменяемое допечатное оборудование».

Следует также отметить, что ECRM Mako 400 является одним из самых скоростных полуформатных CtP в своем классе. Более того, эта система на самом деле является проверенным временем решением и не только обеспечивает экспонирование с максимально высоким разрешением (до 3556 dpi), но и отличается невероятной надежностью. Еще одно преимущество Mako 400 в том, что эти устройства оснащаются фиолетовым лазером мощностью 120 мВт, что позволяет использовать любые пластины, чувствительные к фиолетовому излучению, в том числе и фиолетовые бесхимические пластины. Возможно, что и этот экологический аспект может быть в перспективе очень актуален для «ИПФ «Воронеж».

Новые сферы бизнеса

В результате переоснащения основного производства типография рассчитывает получить весомые конкурент-

ные преимущества в плане выпуска газетной и книжно-журнальной продукции. Однако помимо этого, в «ИПФ «Воронеж» недавно запустили совершенно новое для предприятия направление флексографской печати для изготовления самоклеящейся этикетки и гибкой упаковки. В начале августа в типографии был установлен девятикрасочный узкоруллонный сервоприводный флексографский печатный комплекс GiDue Combat M5 (Италия). Оборудование позволит выполнять УФ-печать на материалах шириной до 370 мм с максимальной скоростью 180 м/мин. Для финишной обработки этикеточной продукции «ИПФ «Воронеж» приобрела перемоточно-резающую машину A B Graphic International Omega HRS400 и некоторую мелкую оснастку. Для размещения нового подразделения было подготовлено помещение и сформирована профессиональная команда. По замыслу руководства «ИПФ «Воронеж», к концу этого года флексографское направление должно выйти на рабочие мощности.

На первый взгляд, может показаться странным, зачем предприятию, специализацией которого исторически являлось производство книг, журналов и газет, понадобилось осваивать другие сегменты полиграфического рынка? Тем не менее такая диверсификация бизнеса будет только способствовать повышению эффективности всего производственного комплекса и получению дополнительной экономической выгоды. Непростые и противоречивые тенденции в изготовлении многополосной продукции, а газет в особенности, не позволяют быть до конца уверенным в стабильном доходе предприятия, а освоение новых направлений бизнеса, тем более тех, которые активно развиваются, не только обеспечит типографии приток новых клиентов, но и увеличит ее запас прочности.



Специалисты компании GiDue проводят монтаж и параллельное обучение персонала типографии работе на флексографском оборудовании

Журнальный бизнес в первом формате



Слева направо: Владимир Антохин, финансовый директор «Гейдельберг-СНГ», и Александр Глушков, директор типографии «ЗЕТАПРИНТ», перед торжественным запуском оборудования

В московской типографии «ЗЕТАПРИНТ» 31 июля 2013 г. состоялась презентация новой пятикрасочной машины с секцией лакирования Heidelberg Speedmaster CD 102-5+L поколения drupa 2012. Благодаря новому оборудованию типография вышла в первый печатный формат и сегодня может предложить своим клиентам производство длинных тиражей многополосных изданий, а также формировать более выгодные предложения на предоставление полиграфических услуг.

Надо сказать, это далеко не первое приобретение типографией оборудования марки Heidelberg. Еще в 2005 г., когда в «ЗЕТАПРИНТ» было принято решение об организации собственного офсетного производства, в компании остановили свой выбор на машине этого немецкого производителя. Со временем одно поколение машин сменялось другим, типография постепенно развивалась, добавляя все новые возможности и предлагая печать сначала в третьем формате, а с 2011 г. и во втором. При этом в выборе оборудования для всех участков производства в типографии придерживались бренда Heidelberg. В 2011 г. взаимовыгодное долгосрочное сотрудничество было закреплено присвоением типографии статуса «Гейдельберг Предприятие-Партнер».

С самого начала деятельности основной специализацией «ЗЕТАПРИНТ» является печать рекламной продукции. Как отмечает директор типографии Александр Глушков, главным конкурентным преимуществом его предприятия можно назвать высокую производительность. Именно благодаря тому, что сроки выполнения рекламных за-

казов на офсете здесь не превышают нескольких дней (что не так часто встречается у конкурентов), типография предлагает клиентам самые демократичные цены.

Когда мы беседовали с Александром в начале прошлого года, в типографии на тот момент уже полностью перешли на второй формат: к пятикрасочной печатной машине Heidelberg Speedmaster SM 74-5 был приобретен комплекс допечатного (Suprasetter 75) и послепечатного оборудования (резальная машина Polar 92, фальцевальная машина Stahlfolder Ti 52, машина КБС Eurobind 1300). Как тогда сказал Александр, с появлением второго формата в типографии добавилось заказов на печать многостраничной продукции. Сегодня же поток таких заказов настолько вырос, что это заставило задуматься о создании отдельного журнального производства и приобретении оборудования первого формата. С этой целью была арендована вторая площадка на территории ЗАО «Заречье». Сейчас после капитального ремонта в новый просторный цех встала машина Heidelberg Speedmaster CD 102-5+L, представленная клиентам типографии и журналистам отраслевых изданий. Машина оснащена самыми современными системами автоматизации и контроля, позволяющими стабильно работать на любых, даже максимальных скоростях. Рассказывая о технических особенностях оборудования, руководитель РЦ Москва «Гейдельберг-СНГ» Михаил Мякишев отметил: «Краска в печатную машину может подаваться из двухкилограммовых картриджей/туб. Эти герметичные картриджи обе-

спечивают минимально необходимую подачу краски в печатную машину, что позволяет экономно использовать расходные материалы. Краска в системе Ink Star выдавливается из картриджей в дукторный ящик красочного аппарата. Впрочем, использование системы Ink Star не отменяет возможности работы с обычной краской».

Печатная машина Speedmaster CD 102-5+L, установленная в типографии, имеет водяное охлаждение шкафов периферии. Тепло, вырабатываемое в шкафах периферии (шкафы компрессоров, сушки, темперирования), отводится или в окружающую среду, или зимой может быть использовано для отопления помещения. Тепло от шкафов отводится на теплообменник, установленный вне здания, при помощи жидкости».

Помимо печатной машины, в новом производственном цехе типографии уже смонтирована листоподборочная машина и СтР-устройство для вывода форм. А совсем скоро на этой площадке должен быть установлен ВШРА с шестью станциями самонаклада и функцией трехсторонней обрезки, также марки Heidelberg. По словам Александра Глушкова, цех планируется укомплектовать и другим послепечатным оборудованием, в частности линией КБС. В итоге площадка будет полностью заточена на изготовление журнальной продукции как с клеевым бесшвейным скреплением, так и на скобу. Уже сейчас в типографии заключен ряд предварительных договоренностей на изготовление журналов и брошюр, так что очевидно — работы у типографии «ЗЕТАПРИНТ» в ближайшее время заметно прибавится! **ES**



Новая пятикрасочная печатная машина Heidelberg Speedmaster CD 102-5+L первого формата, установленная в типографии «ЗЕТАПРИНТ»