

PRINTMARKET

№7, Октябрь, 2019



АНАЛИЗИРУЙ ЭТО

ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков
полиграфической продукции

Формат №7 (138)-2019

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Как взглянуть в будущее: методы бизнес-прогнозирования 2

ОБОРУДОВАНИЕ

Типография «Зетапринт»

Перевоз без потерь, или Новая жизнь типографии 6

Типография «Борус»

Печать в УФ-спектре, или Светодиоды в производстве упаковки 10

ИНТЕРВЬЮ

Ирина Галахова, АО «Архбум»; Ирина Свистунова, «Печатный Дом АВИСС»;
Ольга и Елена Коноплевы, типография «Дюпринт»

Женщины-руководители в российской полиграфии. 14

Алексей Дрохнадзе, «ВИП-Системы»

Вплавляемая этикетка, или Как отделить пластиковую заготовку 20

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Типография «Трактат» (интеллектуальный кластер «Игры разума»)

«Трактат» о цифре, или Интеллектуальный выбор оборудования 23

Типография «Хорвус»

«Цифровые» бизнес-процессы,

или Как повысить рентабельность тиражей 26

Типография «Полиграфт»

Замена офсету, или Новое поколение цифровых машин. 30

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

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн. 1	Bobst 17
ВИП-Системы. клапан, 21	Canon 4-я обл.
ВМГ-Трейд 5	Heidelberg клапан, 9
Илим 3-я обл.	hubergroup 3
ОктоПринт Сервис клапан	Kodak клапан, 2-я обл.
Ситипринт вкладка	Lamstore 31
Смарт-НН 13	Ricoh 29
Терра Системы. клапан, 11	Viva-Star 28
Фабрика офсетной печати. вкладка	Xerox 19

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

Журнал «Формат»:

Главный редактор
А.Ч. Амангельдыев
Зам. главного редактора
М.Ю. Беляева
Ведущий редактор
Н.А. Шлыкова
Корректор
О.В. Улантимова

Адрес редакции:

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

© Издательство «Курсив»

Все права защищены
Отпечатано в Viva-Star
Тел.: (495) 780-67-05
Тираж 7000 экз.

ВНИМАНИЕ!

Воспроизведение материалов или
их фрагментов без разрешения редакции
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

www.alfa-design.ru



(495)221-74-94



Как заглянуть в будущее: методы бизнес-прогнозирования

Прогнозирование — занятие неблагодарное, но при этом существует уже многие века в самых разных видах: от гаданий на кофейной гуще или картах до аналитических оценок. Потому что всегда хочется знать, что будет завтра, послезавтра, через год. Такова природа человека. В современном мире также невозможно обходиться без прогнозирования. Многие знают шутку про «Гидрометцентр» — «он всегда выдает верный прогноз погоды, но не всегда угадывает его местоположение». Но даже в этом случае прогнозы нужны и не только погоды. Немалую роль они играют в сфере бизнеса. Все сделки с нефтью осуществляются на основании прогнозов ее цены на том или ином отрезке времени. То же самое с большинством других ценностей и ресурсов. Консалтинговые компании, имеющие весомую репутацию, зарабатывают огромные деньги на прогнозировании, хотя порой их оценки ничуть не лучше прогнозов «Гидрометцентра». В конечном счете суть не в этом. Лучше иметь хоть какой-то прогноз, чем вообще никакого. И хотя очень часто бывает так, что большого успеха добиваются те, кто действует вопреки всем предсказаниям, все же прогнозы пользуются большим спросом и позволяют многим компаниям развиваться в бизнесе. Вообще говоря, существует целый раздел маркетинга, специализирующийся на бизнес-прогнозировании. В его основе различные математические модели той или иной степени сложности, но все они работают по принципу: анализируем «то, что было» и на базе этого анализа строим прогноз «что будет».

Прогнозирование в типографиях

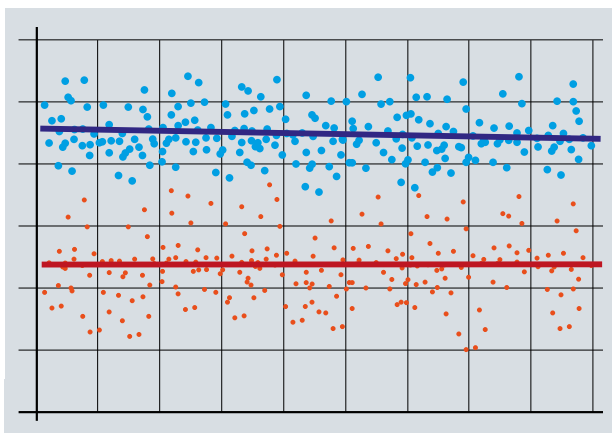
А вот есть ли прогнозирование в типографиях? Строится ли бизнес на основании каких-либо прогнозов или по старинке «как получится». По нашим наблюдениям, в

Любой дальновидный руководитель предприятия старается так или иначе составить прогноз развития своей компании на ближайшую перспективу. Для анализа разных аспектов бизнеса существует довольно простая методика прогнозирования, основанная на построении всего двух графиков и сравнении их поведения

большинстве случаев прогнозирование сводится к учету «высоких» и «низких» сезонов: «Сейчас у нас все не очень, но вот придет ноябрь, тогда должно поправиться». Это,

конечно, хорошо, но недостаточно эффективно на сегодняшний день. Нужны другие, более наглядные методы анализа и прогнозирования. В данной статье попробуем поделиться очень простым анализом результатов и методикой прогнозирования самых разных аспектов бизнеса — от перспектив компании в целом (или в рамках отдельных продуктов) до эффективности работы конкретного сотрудника или даже субподрядчика.

Метод основан на построении всего двух графиков и сравнении их поведения. Для построения этих графиков нужно, правда, постараться и собрать некоторое количество данных. Для этого учет на предприятии должен быть построен достаточно эффективно. Эти данные нужны для того, чтобы успешно представить на бумаге ситуацию «что было». В качестве простого примера попробуем показать финансовую эффективность некоторого условного предприятия, выпускающего, например, книги в мягкой обложке. Необходимо построить простой график, на оси абсцисс которого — рабочие дни (просто календарь), а на оси ординат — продажная цена заказа. По сути, получится график с большим количеством точек, разбросанных самым произвольным образом. Чтобы избежать путаницы, возможно, имеет смысл разде-



Пример построения графиков для анализа бизнеса условной типографии. Голубые точки на графике — это продажные цены заказов, красные — их себестоимость. Для оценки поведения графиков проводятся линии по местам наибольшего скопления точек. Построение графиков несложное, но необходимо иметь данные по всем заказам за достаточно длительное время наблюдения

лить заказы на несколько групп (например, по тиражам) и для каждой построить отдельный график.

Следующая задача — попытаться оценить поведение данного графика. То есть, по сути, провести прямую через места наибольшего скопления точек. В случае стабильного, хорошо работающего бизнеса этот график должен представлять собой прямую горизонтальную линию, параллельную оси абсцисс. Если же типография использует тактику сезонного снижения или повышения цен, то эта линия будет слегка изогнутой (или ломаной, если рисовать отрезками прямой). Если график строится за длительный промежуток времени (несколько лет), то на нем должны быть заметны сезонные изгибы.

После этого нужно построить второй график — себестоимости заказов. Для каждого заказа на графике точкой отмечается его себестоимость. График нужно строить в том же масштабе, что и предыдущий. Вновь получается большой массив точек. И в нем также нужно провести линию через максимальное скопление точек. Получится второй график. В идеале он должен идти параллельно предыдущему, но несколько ниже. Если это так, то ситуацию можно считать нормальной.

Конечно, у разных заказов разный объем печати, разная цена и себестоимость. Казалось бы, их сложно сравнивать. Но нам в данном случае нужно не позаказное сравнение, а всего лишь выявление поведения всей массы заказов, и в этом случае все усредняется само собой. Чем больше заказов будет нанесено на график, тем точнее можно выявить поведение. Собственно, прогнозирование в этом случае сводится к банальному продлеванию графиков «в будущее». Если их поведение, включая сезонные колебания, выявлено, то и продлить их будет несложно, и увидеть «что будет завтра». В случае, если графики параллельны, то и с будущим все будет более-менее нормально. А вот если не параллельны, тогда следует предпринимать какие-то действия. После построения обоих графиков нужно проводить измерения вертикального расстояния между ними. Обычно поведение графиков видно невооруженным глазом,



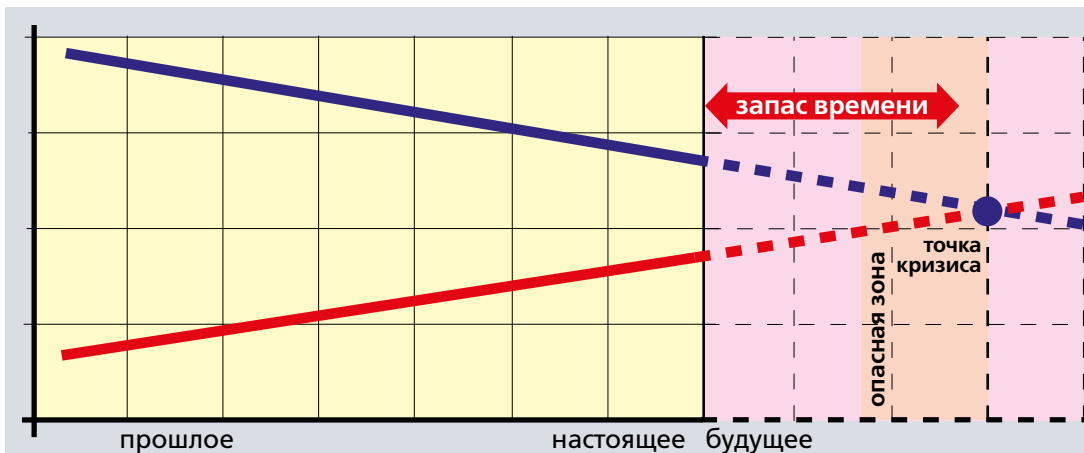
huber
group

www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

Москва +7(495)789-8333
Санкт-Петербург +7(812)313-7448
Екатеринбург +7(343)253-0608
Ростов-на Дону +7(863)204-0196

Новосибирск +7(383)230-2798
Самара +7(906)345-4475
Тверь +7(964)630-9981
Нижний Новгород +7(499)503-0304



Прогнозирование на базе «графиков поведения». Показан упрощенный вариант с продлением графиков «в будущее». Будущее показано на графике пунктиром. По мере движения в будущее видно, когда типография попадет в опасную зону (при сохранении существующего подхода к своему бизнесу). Также по такому графику можно примерно оценить запас времени, который еще есть для исправления сложившейся ситуации. Также на графике будет видна условная «точка кризиса», когда графики пересекутся и типография начнет работать с нулевой прибылью. Естественно, допускать такое нельзя

хия. Причем параллельность может быть как горизонтальной (все абсолютно стабильно), так и растущей или падающей (графики параллельны, но под углом к оси абсцисс). Растущая параллельность показывает успехи компании в области продаж при растущей себестоимости, падающая параллельность говорит о хорошей ситуации в плане оптимизации себестоимости, но при этом общую ситу-

но если сразу его выявить не удастся, то следует через определенные промежутки аккуратно измерять расстояние между ними, чтобы сделать выводы.

Поведение графиков

На самом деле возможны всего пять основных видов поведения:

■ **Графики идут параллельно друг другу.** Причем как прямые, так и

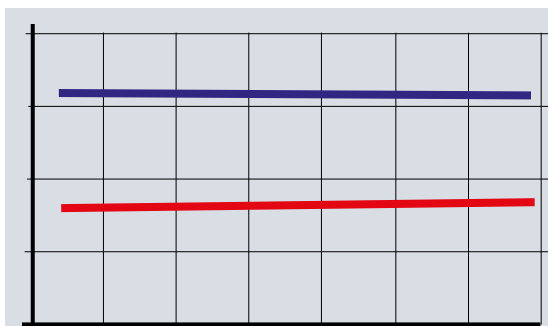
ломанные (кривые). Этот вариант уже указан выше. Это хороший результат для типографии, показывающей, что все бизнес-процессы, связанные как с производством, так и с продажами, построены оптимально, и перспективы в типографии достаточно непло-

хую можно улучшить, поработав над продажами.

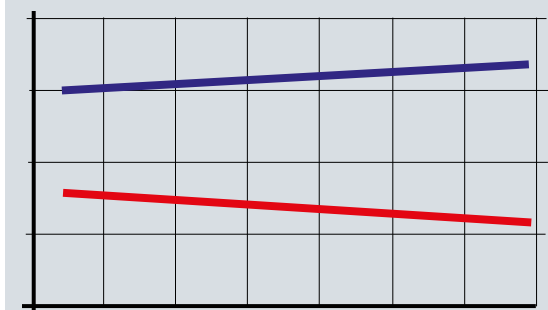
■ **Графики расходятся.** То есть расстояние между ними постепенно увеличивается. В нашем примере это вариант уникальный, означающий, что с течением времени типография работает все более эффективно. Ситуация встречается редко, и ее можно назвать отличной. В принципе можно ничего не предпринимать или задуматься о серьезном расширении производства.

■ **Графики сходятся.** То есть расстояние между ними с течением времени сокращается. Это, к сожалению, один из наиболее часто встречаемых результатов в настоящее время в типографиях России. Это означает, что между продажной ценой и себестоимостью

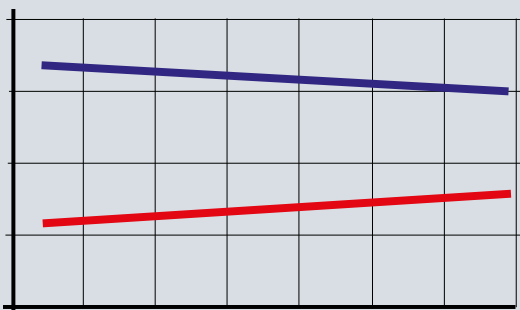
расстояние постепенно сокращается, а значит прибыль постепенно исчезает. Продлив такие графики «в будущее», можно примерно предсказать, когда они пересекутся (то есть усредненная себестоимость сравняется с усредненной продажной ценой). С этого момента типография попадает в зону убытков. Можно ли ее в этом случае спасти, уже становится большим вопросом. Во всяком случае, нужно что-то делать, причем не дожидаясь пересечения графиков.



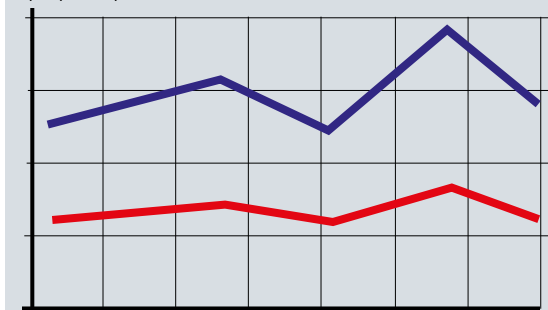
Графики параллельны друг другу



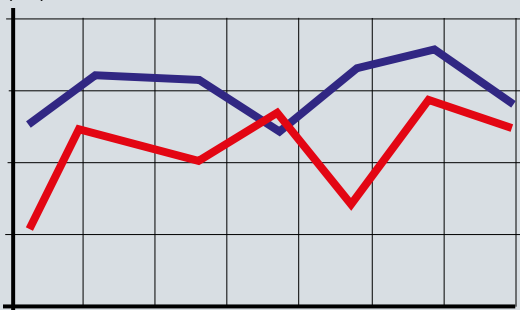
Графики расходятся



Графики сходятся



Графики имеют «сложное», но предсказуемое поведение



Поведение графиков произвольное — могут сходиться, расходиться и даже пересекаться

■ **Графики имеют «сложное», но предсказуемое поведение.** Чаще всего это бывает у типографий, в больших объемах производящих сезонную продукцию. Тогда в пик сезона продажная цена возрастает, в другое время — снижается. При этом себестоимость более-менее стабильна, может слегка подрастать в пиковые времена, поскольку в норме становятся переработки, повышенные складские запасы и т. д. Такие сложные, но предсказуемые графики также можно продлить «в будущее» и примерно оценить «что будет». Если из года в год графики «пульсируют» примерно одинаково, но при этом постепенно сближаются, то есть повод для беспокойства, а вот если расходятся, то можно думать о развитии.

■ **Поведение графиков произвольное.** К сожалению, можно встретить и такое. Графики могут пульсировать по-разному — то сходиться, то расходиться и даже пересекаться. Это говорит о том, что в компании бизнес ведется по принципу «как получится», а заказы берутся любые на условиях заказчика, порой чуть ли не ниже себестоимости. К сожалению, в таких случаях никаких прогнозов по дальнейшему развитию предприятия сделать невозможно.

С одной стороны, описанная методика во многом несовершенна. При прогнозировании на ее основе трудно (точнее, практически невозможно) учесть все внешние факторы. Кто мог предсказать в начале 2014 г., что к концу года курс валют удвоится и себестоимость полиграфической продукции будет совсем другой, и все прогнозы на основании описанной методики будут полностью бесполезны. Получается, что на базе таких графиков можно оценивать лишь отдельные виды предприятий и на относительно спокойном в плане внешнеэкономических факторов промежутке времени. Но мы еще в начале статьи говорили о том, что лучше иметь хоть какой-то «прогноз», чем вообще никакого.

Универсальная методика

Описанная методика является более универсальным инструментом, чем прогнозирование экономической ситуации в компании. Таким же образом можно проверять, например, эффективность маркетинга компании (один график — маркетинговые затраты, другой график — объемы продаж), эффективность работы конкретных сотрудников, например менеджеров по продажам (один график — объемы заказов, принесенных менеджером, другой график — прибыль типографии от этих заказов) и многое другое. По сути, таким способом можно проследивать любую зависимость одного параметра от другого.

В ряде случаев подобную методику критикуют за сложность. Зачем нужны два графика, когда достаточно построить один график прибыли, и по нему все видно. Отчасти это верно, но график прибыли не дает информацию, за счет чего она происходит. Например, за счет очень хорошей себестоимости или, наоборот, за счет умения продавать дорого. Имея оба графика, это легко понять и получить данные для дальнейшего развития бизнеса. Например, снизив немного цены при хорошей себестоимости, можно существенно увеличить количество выполняемых заказов и еще больше увеличить доход.

Наконец, еще одно. Строить такие графики вручную трудоемко, и не все захотят с этим связываться. Однако типографии, имеющие автоматизированную систему управления производством, в которой есть позаказный учет, вполне могут автоматизировать изготовление таких графиков (сами или с помощью разработчиков программ). Тогда регулярное изучение полученных результатов может дать информацию для принятия управленческих решений.

TOYO INK

For a Vibrant World



ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА
КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ

- ✓ СДЕЛАНО В ЯПОНИИ
- ✓ ЯРКИЕ ЦВЕТА
- ✓ БЫСТРОЕ ЗАКРЕПЛЕНИЕ
- ✓ ВЫСОКИЙ ГЛЯНЕЦ
- ✓ ХОРОШИЕ ЦЕНЫ



VMG
trade

Тел./факс: +7 (495) 780 01 83
www.toyoink.ru
www.vmg-trade.ru

Переезд без потерь, или Новая жизнь типографии



Александр Глушков,
генеральный директор,
типография «Зетапринт»
[Москва]

Рекламно-производственная типография «Зетапринт» перешла на новый качественный виток своего развития. В этом году производство компании переехало на новую площадку на территории «Завода Деревоизделий» в районе Южного порта. И если для кого-то переезд сравним со стихийным бедствием, то в «Зетапринт» считают его вторым днем рождения. Генеральный директор типографии Александр Глушков рассказал о преимуществах, достигнутых в результате переезда, и вдохновляющих перспективах развития предприятия.

Интенсивный рост

За 18 лет работы на полиграфическом рынке типография «Зетапринт» оставалась верна выбранному направлению по производству рекламно-презентационной печатной продукции. Сегодня компания является солидным игроком в данном сегменте рынка и составляет серьезную конкуренцию производственным компаниям, специализирующимся на полиграфии этого вида, как в силу наличия огромного опыта и соответствующих наработок, так и мощного производственного парка, нацеленного на выполнение практически любых полиграфических задач. Последние 10 лет типография развивалась динамичными темпами, наращивая технические мощности, и практически не имела возможности даже задуматься о том, чтобы сменить местоположение.

«С 2008 г. мы росли по 30% в год, — отмечает Александр, — и просто не могли себе позволить куда-то переезжать, так как не знали, что нам понадобится завтра. Рынок рекламной печатной продукции весьма многозадачный и ставит перед типографией все новые и новые

вопросы, требующие решений как в техническом, так и технологическом плане. Когда рост компании стал составлять 5–10% в год, мы поняли, что вошли в фазу стабильности. Производственное оснащение типографии полностью покрывает задачи наших клиентов, и сегодня у нас нет необходимости наращивать парк оборудования такими же стремительными темпами, как это было в предыдущие 10 лет. Теперь пришло время оптимизировать производственные процессы, и с сентября прошлого года мы стали активно подыскивать новое помещение, чтобы комфортно разместить все имеющиеся ресурсы».

Внутренняя оптимизация

Как пояснил Александр, на предыдущей площадке у типографии было три отдельных помещения: печатный цех, отдел послепечатной обработки и склад, объединить которые не было возможности в силу особенностей арендуемых строений. «По нашим подсчетам, к нам на склад «входило» в месяц около 300–350 т бумаги и расходных материалов. Далее газетами этот объем перевозился

в печатный цех. Затем паллеты с запечатанными листами отправлялись на следующую территорию, где выполнялись необходимые послепечатные операции, а потом обратно на склад. Все эти перемещения составляли в общей сложности около 800 т в месяц такелаж-

ных работ. При этом каждую паллету при любом перемещении между нашими зданиями требовалось запаковать/распаковать, администрировать, что отнимало огромное количество времени. Сейчас благодаря переезду мы смогли разместить все производство в одном помещении. У нас началась кардинально другая жизнь! Появилась возможность нормально работать, а не заниматься перемещением паллет.



Печатный парк типографии «Зетапринт» составляют машины компании Heidelberg: две пятикрасочные Speedmaster CD 102-5+L, четырехкрасочный Printmaster PM 52, пятикрасочная машина Speedmaster SM 74 и Speedmaster XL 105-4+L. Демонтаж, монтаж и наладку полиграфического оборудования на новой площадке оперативно и качественно выполнили специалисты сервисной службы «Гейдельберг-CHG»

Мы смогли обеспечить слаженный процесс прохода заказов и грамотное движение внутри цеха. При этом мы сняли огромную нагрузку с мастеров, которые половину рабочего времени занимались регулированием перемещения паллет. Сейчас мастера обеспечивают ритмичную загрузку сотрудников и контролируют качество выполненных работ. Мы сократили грузчиков-водителей с 11 до 6 человек, количество электропогрузчиков и сотрудников склада. Убрав лишние операции, оптимизировав внутренние процессы, мы экономим теперь около 1 млн руб. в месяц. На одной только обвязке паллет ежемесячно идет экономия до 70 тыс. руб.».

Тонкости переезда

Около трех месяцев потребовалось типографии «Зетапринт», чтобы осуществить переезд производства. А оно отнюдь не маленькое. Только печатных машин на предприятии пять единиц: две пятикрасочные Heidelberg Speedmaster CD 102-5+L, четырехкрасочный Heidelberg Printmaster PM 52, пятикрасочная машина Heidelberg Speedmaster SM 74 и четырехкрасочная Speedmaster XL 105 с лакировальной секцией. Кроме того, два термальных CtP-устройства для экспонирования офсетных пластин — Suprasetter A75 и Suprasetter S105 от компании Heidelberg и обширный парк послепечатного оборудования, включающий брошюровочные машины, прессы для высечки, бумагорезальные агрегаты, фальцевальные линии, календарное оборудование, ламинаторы, отделочное оборудование и многое другое. В общей сложности более 40 единиц полиграфической техники! Большая часть это промышленное тяжелое оборудование ведущих поставщиков. Типография «Зетапринт» является давним клиентом компании Heidelberg, с чем связано наличие на предприятии многих единиц техники немецкого производителя. Поэтому, значимую часть работы по переезду осуществляли специалисты компании «Гейдельберг-СНГ»,



CtP-устройства Heidelberg для экспонирования пластин — Suprasetter A75 и Suprasetter S105

которые выполнили демонтаж полиграфического оборудования, монтаж и его наладку на новой площадке. «Печатные машины перевозили и запускали по одной, — рассказывает Александр. — В среднем все манипуляции с машиной занимали около двух недель. График перевозки оборудования на новую площадку позволил нам не останавливать производство и выполнить все обязательства по срокам и качеству полиграфии перед нашими заказчиками, а слаженная работа сервисной службы «Гейдельберг-СНГ» очень помогла нам в этом».

Любой переезд, особенно перевозка крупногабаритного полиграфического оборудования, — задача не из самых простых. Здесь, помимо автотранспорта, требуется специальная техника для погрузки оборудования, такелажные приспособления и профессиональная команда. «Мы решили обратиться в компанию, которая специализируется на переездах полиграфических производств. И остались очень довольны услугами компании «Полиграфтехника.ру». Они помогли нам осуществить такелаж оборудования, а также занимались демонтажом и монтажом на новой территории части послепечатного оборудования. Доверившись профессионалам — как нашему поставщику полиграфических решений Heidelberg, так и команде «Полиграфтехника.ру», — мы смогли избежать неприятных

последствий переезда, и для нас процесс смены площадки прошел гладко и без сюрпризов».

В результате переезда общая площадь нового помещения оказалась немного меньше, чем на предыдущей площадке, но за счет сокращения коридоров и размещения в стенах одного помещения, а также более эргономичной организации склада типография «Зетапринт» сохранила полезную занимаемую площадь — около 2600 м².

Планы по развитию

Вдохновившись результатами переезда, генеральный директор типографии «Зетапринт» Александр Глушков уже строит новые планы по развитию компании: «Сегодня мы переходим на другой уровень нашего развития. В последние годы мы росли очень интенсивно, и дело не доходило до ювелирного оттачивания внутренних процессов произ-



Вырубной пресс Easymatrix 106 C/CS для послепечатной обработки упаковочной продукции



В «Зетапринт» работают шесть фальцевальных машин, что позволяет выполнять заказы для сторонних типографий



Высокопроизводительная линия клеевого бесшвейного скрепления Muller Martini Pantera, оснащенная двумя клеевыми станциями для нанесения как термоклей, так и PUR-клея



В «Зетапринт» более 40 единиц полиграфической техники, позволяющей типографии выполнять любые потребности заказчиков в изготовлении рекламной продукции



В этом году компании «Зетапринт» и Z-CARD® Россия объединили производственные мощности. Это позволило предложить заказчикам более широкие возможности по производству нестандартной печатной продукции, в том числе и той, на которую имеется патент

водства. В настоящий момент мы находимся на той стадии, когда пришло время заняться самосовершенствованием: качество, сроки, производительность — вот наши приоритетные направления. Перед нами сегодня стоят две основные задачи: нормализация работы отдела продаж и «полировка» процессов на производстве. Огромное количество сил сейчас будет брошено именно на это».

В рамках решения первой задачи в типографии вплотную занялись работой отдела продаж. На текущий момент в «Зетапринт» 23 менеджера по работе с клиентами, и здесь не отрицают, что штат может быть увеличен. «Многие считают, что нужно «оцифровать» менеджеров и сокращать по возможности отдел продаж. Но мы убеждены, что «цифро-

вой» менеджер не сможет загрузить типографию. В том сегменте, в котором мы работаем, присутствие живого человека в качестве сопровождающего и связующего между запросами клиента и исполнителем очень важно. Сегодня мы стремимся улучшить работу менеджеров и ввести определенные стандарты в работе с заказчиками», — говорит Александр.

В плане улучшения сотрудничества с клиентами в «Зетапринт» еще в прошлом году серьезно занялись разработкой калькулятора на послепечатные операции. Дело в том, что типография оказывает сторонним полиграфическим компаниям услуги по КБС с использованием термоклей и PUR-клея, ВШРА и многим другим. «Мы хотим сделать понятный калькулятор, который позволит рекламным агентствам или другим типографиям самим просчитывать стоимость послепечатных операций в нашей компании», — отмечает Александр. — У нас уже есть наработки в этом вопросе, и сейчас мы планируем более плотно этим заняться. Это позволит клиентам сэкономить время на расчетах и сделает работу с нами еще более удобной. Мы довольно много работаем по принципу «типография для типографии». К нам активно привозят полуфабрикаты как в листах, так и в тетрадях. Как правило, это заказы на различные виды скрепления многополосной продукции, работы на фальцовку, склейку конвертов, в том числе объемных, и коробок на 1–3 точки и многие другие операции. У нас, например, шесть фальцевальных машин, и мы готовы брать большие заказы. При этом наше оборудование позволяет делать до 12 фальцев, что позволяет выполнять заказы на сложную продукцию».

Типография «Зетапринт» объявила также еще об одном изменении. В этом году компании



Новая производственная площадка типографии «Зетапринт». В одном просторном цехе разместились весь комплекс оборудования

«Зетапринт» и Z-CARD® Россия объединили производственные мощности. Z-CARD® Россия является представителем международной компании Z-CARD® Ltd и занимается производством нестандартной печатной продукции, на которую имеется патент, и она может быть изготовлена только патентодержателем. Речь идет о рекламно-презентационных материалах, которые представляют собой сложенный особым способом запечатанный лист с двумя твердыми обложками. Изделие, как правило, небольшого размера от 42 до 150 мм и может использоваться в качестве маркетингового инструмента компаниями в различных отраслях.



Типография «Зетапринт» изготавливает любую рекламную и корпоративную полиграфию, в том числе упаковку и календарную продукцию



Нестандартная полиграфическая продукция, выпускаемая по патенту Z-CARD® Россия. Представляет собой сложенный особым образом запечатанный лист с двумя твердыми обложками. Компактное изделие позволяет разместить большой объем информации и стать привлекательным маркетинговым инструментом



Мощности типографии «Зетапринт» позволяют изготавливать многополосные издания большими тиражами с любыми видами скрепления, в частности КБС и на евроскобе



Издания в твердом переплете с шитьем нитками. Красочные книги и каталоги выполнены в лучших традициях книгоиздания

«Для нас компания Z-CARD® Россия интересна тем, что расширяет ассортиментное предложение нашего предприятия по производству оригинальных маркетинговых печатных материалов и дает дополнительные возможности нашим клиентам для реализации рекламных проектов, — рассказывает Александр. — В свою очередь, услуги нашей типографии могут быть востребованы клиентами компании

Оценивая рынок рекламных печатных изданий, Александр Глушков отмечает: «По итогам первого полугодия на полиграфическом рынке мелкотиражной рекламной полиграфии ощущается спад примерно на 25%. К сожалению, мы сильно зависим от рынка и не можем его прогнозировать. Скорее всего, в дальнейшем также следует ожидать падения, поскольку особо позитивных тенденций на рекламном рынке не наблюдается. Однако каждый год невозможно падать на 25%. Вероятно, что в будущем падение будет не такое сильное. Типографиям, которые работают в нашем сегменте, придется бороться за выживание и предпринимать соответствующие шаги. Тем не менее у нас достаточный запас прочности, и результаты летних месяцев этого года по отношению к тому же периоду прошлого года показывают рост, что не типично для летнего сезона. Поэтому доля оптимизма, безусловно, у нас есть, и мы готовы эффективно продолжать работу».

Делаем будущее проще. Одним нажатием кнопки.

Простое и быстрое использование нашей продукции. Простой и эффективный контроль основных процессов и дополнительных возможностей. Все интегрировано в единую интеллектуальную систему. Мы называем это «**Simply Smart**»*.

➔ **heidelberg.ru**

* «Просто. Умно»

Печать в УФ-спектре, или Светодиоды в производстве упаковки

В начале сентября компания «Терра Системы» организовала четвертую отраслевую конференцию Print UV, которая в этот раз прошла в типографии «Борус» (г. Тула). «Терра Системы» — эксклюзивный российский дистрибьютор американской компании AMS Spectral UV Baldwin Technology, которая производит светодиодные сушики, а «Борус» — один из ее ключевых клиентов, который в начале 2019 г. успешно завершил реализацию проекта по оснащению листовой пятикрасочной офсетной машины Rapida 105+5-L светодиодной сушикой под печать высокореактивными УФ-красками. Руководители типографии «Борус» согласились поделиться с участниками конференции опытом использования технологии LED UV. В этом году она, кстати, прошла в закрытом режиме — присутствовали представители профильной прессы, а также руководство «Терра Систем» и «Боруса».

Апгрейд оборудования

Типографию «Борус» можно назвать старожилом на российском полиграфическом рынке — в этом году компании исполняется 28 лет, а офсетной печатью она занимается

с 1994 г. Долгое время производство располагалось в центре Тулы на ул. Сойфера д. 6, но в определенный момент стало очевидно, что площадей не хватает, и в 2012 г. руководители приобрели участок в промзоне, практически с нуля построили там производственный комплекс на 2500 м², отремонтировали имеющиеся на территории здания, где теперь работают сотрудники, и в 2014 г. перевезли на новую площадку офсетное производство: полноформатные офсетные машины Rapida 105 и Roland 700, полуформатную Komori Lithrone, CtP-системы Kodak Trendsetter, а также широкую линейку послепечатного оборудования. В центре города у «Боруса» осталось подразделение цифровой печати, укомплектованное двумя полноцветными ЦПМ Konica Minolta и машиной черно-белой печати Xerox.

«Ситуация на рынке такова, что для удержания и привлечения клиентов типографиям нужно постоянно предлагать им что-то новое, — рассказывает генеральный директор типографии «Борус» Михаил Тенцер. — Поэтому в какой-то момент мы начали предметно интересоваться УФ-печатью. Тщательно изучили все варианты, по приглашению компании «Терра Системы» съездили в



Слева направо: технический директор компании «Терра Системы» Алексей Искоростинский, руководители типографии «Борус» Михаил и Александр Тенцеры, генеральный директор компании «Терра Системы» Стефан Валуийский

США на завод AMS Spectral UV, посмотрели, как там работают их клиенты, и в конечном итоге решили, что будем внедрять технологию печати высокореактивными УФ-красками с использованием светодиодной сушики. В 2018 г. у нас была неполная загрузка машин первого формата, поэтому мы перевели все заказы на Roland 700, а Rapida 105 «отдали» специалистам «Терра Систем» для апгрейда».

Переоснащение машины прошло довольно быстро, а вот на эксперименты ушло почти полгода. Исполнительный директор



Печать на офсетной машине ведется высокореактивными УФ-красками



В начале 2019 г. в типографии «Борус» завершена реализация проекта по оснащению листовой пятикрасочной офсетной машины Rapida 105+5-L светодиодной сушикой



Извлеченная из машины светодиодная сушилка AMS Spectral UV XP9i



Система водяного охлаждения и блок питания светодиодной сушишки



Александр Тенцер отметил, что новая технология — это всегда непросто. На ее внедрение потребовались определенные усилия и затраты — как временные, так и финансовые, но в результате все получилось.

Совместный проект «Терра Систем», AMS и «Боруса» — это первый в России пример использования технологии LED UV печати в производстве картонной упаковки. Типография начала заниматься выпуском такой продукции в 2007 г., и сегодня, по словам Михаила Тенцера, доля упаковки уже превышает 50% в портфеле заказов типографии.

Технические вопросы

В «Борусе» на Rapida 105 установили одну светодиодную сушилку AMS XP9i. Она закреплена на специальной балке, которая находится на горизонтальном участке выходного тракта машины. Примерно за 20 мин ее можно снять и переставить на последнюю печатную секцию, для чего был убран механизм системы автоматической смывки печатного цилиндра и сделаны соответствующие механические крепления и разъемы для электрики. Это сделали для тех случаев, когда заказчику требуется выполнить крупнотиражную печать УФ-красками с последующей их защитой ВД-лаком (ИК-сушка в машине осталась). Если же тираж маленький — сушилка нормально «пробивает» и через слой лака. Впрочем, в «Борусе» это редкость, поэтому почти 100% времени сушилка AMS стоит на своем основном рабочем месте.

Мощность сушики составляет 32 Вт, но фактически используется 17 Вт. Этого с лихвой хватает для закрепления пяти красок и лака на рабочих скоростях машины (9–12 тыс. отт/ч), притом что стекло сушики находится на расстоянии более 10 см от поверхности материала. Это достаточно много, но мощности тем не менее хватает, причем с почти двукратным запасом.

5 причин купить светодиоды



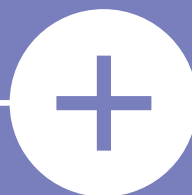
Совершенно сухой оттиск



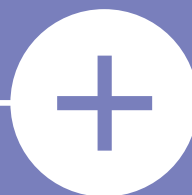
Полное отсутствие порошка



Немедленная постпечатная обработка



Яркие насыщенные цвета



Печать по непьющим материалам



TERRA SYSTEMS
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ

для любых офсетных печатных машин
led@terrasystems.ru



SPECTRAL UV
A BALDWIN Technology Company

Технический директор компании «Терра Системы» Алексей Искоростинский обратил внимание участников конференции, что сушка AMS Spectral UV имеет запатентованную конструкцию, которую пока не может повторить ни один производитель. Она обеспечивает требуемый уровень мощности, позволяющий надежно высушивать даже толстые слои красок и лака на высоких скоростях. Более того, в «Борусе» стоит сушка нового поколения с усовершенствованным чипом и элементами IoT (интернета вещей). Помимо прочего, инженеры завода-производителя могут «связываться с сушкой» для решения текущих задач или апгрейда. Например, за ночь они полностью русифицировали интерфейс системы управления, не требуя участия печатника или других специалистов «Боруса» (конечно, текст заранее был переведен специалистами «Терра Систем»).

Важный вопрос, который неизменно возникает при обсуждении технологии печати высокореактивными красками — нужно ли менять валы? «Конечно, было бы здорово поставить на машину новые УФ-валы, — ответил Александр Тенцер, — и в перспективе мы хотим это сделать, но разовые инвестиции в такой комплект для машины первого формата очень велики, поэтому на текущий момент у нас сложилась следующая ситуация: на одной секции стоит комплект обрезиненных УФ-валов EPDM, на двух — новые валы для обычных красок и еще на двух — старые валы, которые использовались при печати масляными красками. За прошедшее время работы полосы контакта на них и жесткость покрытия практически не изменились. Качество печати отличное». В целом Александр считает, что если валы полгода и более работали с «маслом» — их придется поменять. На какие — это другой вопрос, решение которого может отличаться на каждом конкретном производстве.

Что касается специальных красок и лаков, то за последнее время они стали намного доступнее (как правило, есть на складе поставщиков), но при этом остаются в разы дороже традиционных материалов.



Для работы с традиционными масляными красками в «Борусе» используют печатные машины Roland 700 и полуформатную Komori Lithrone. На машину manroland первого формата в типографии перевели все заказы на время переоснащения светодиодной сушкой Rapida 105

По этой причине использование специальных высокореактивных красок и лаков экономически оправдано, если нужно печатать оперативные и относительно малотиражные работы. А вот если приходит большой тираж, где себестоимость единицы продукции критично важна, в «Борусе» печатают его на традиционной машине.



Собственный участок допечатной подготовки базируется на CtP-системе Kodak Trendsetter

Коммерческие преимущества

Освоение технологии печати УФ-красками открыло для типографии «Борус» новые возможности. Компания начала печатать на металлизированном картоне и других невпитывающих материалах. Освоила печать высокохудожественных изданий на пухлых немелованных бумагах, которые не позволяют получить яркие насыщенные цвета с использованием масляных красок. Стала активно экспериментировать с различными

спецэффектами: twin-лак и т. п. Это позволило предложить рынку принципиально новые для типографии продукты и привлекло к ней новые категории заказчиков.

Впрочем, как признался Михаил Тенцер, таких заказов пока относительно немного — порядка 5% в общем объеме. Гораздо больше в компании ценят другие преимущества технологии. «Самое ценное для нас — это сокращение времени производства заказов, — говорит Михаил. — Краски сохнут мгновенно и полностью, что



Комплекс послепечатного оборудования типографии «Борус» для производства упаковки — фальцевально-склеивающая линия и вырубной пресс



В «Борусе» установлено профессиональное послепечатное оборудование



позволяет сразу передавать листы на послепечатную отделку, не теряя времени на сушку. И если сначала мы предлагали клиентам более оперативную печать без удорожания, то теперь потихоньку дифференцируем предложение: прежний срок исполнения по старой цене, или быстрее, но чуть дороже».

Есть и чисто технологические преимущества: печать высокореактивными красками не требует противотмарывающего порошка. Нет отмарывания и перетискивания. Машина чистая, что исключает производственные проблемы, связанные с порошком, а также дополнительно экономит время: например,

не нужно делать прогон на обеспыливание при последующих операциях. Все это в конечном итоге дает не только экономию времени, но и позволяет оптимизировать внутренние издержки в типографии.

В процессе обсуждения преимуществ технологии прозвучал логичный вопрос: «Все эти преимущества можно было получить и с классической УФ-печатью и дешевыми материалами, так почему выбрали именно высокореактивные краски и светодиодную сушку?»

«В целом, это так, и стоимость обычной УФ-лампы действительно сопоставима со светодиодной УФ-сушкой, — согласился Алексей Искоростинский, — но сложность и стоимость переоснащения машины, а также условия работы отличаются очень сильно и не в пользу «классики». Например, для «обычного УФ» на машину нужно ставить специальную плиту, которая будет защищать от паразитного излучения. УФ-печать сопровождается очень

большим тепловыделением и запахом. КПД ртутной лампы обычно не превышает 10%, тогда как у диодов превышает 50% и т. д.».

«Борус» же получил все преимущества УФ-печати, но без сопутствующих недостатков. В типографии уже хорошо понимают возможности и оптимальные варианты применения разных технологий и четко разделяют заказы: какие-то печатают высокореактивными красками, а какие-то — обычными, причем без компромиссов в качестве. Машина и сушка это позволяют. Для некоторых работ используют имеющуюся в типографии отдельную лакировальную УФ-машину (как правило, для больших тиражей и плотных материалов).

Александр согласен с братом в том, что развиваться и постоянно идти вперед для типографий очень важно! «В этом смысле я рад приобретению и новым возможностям, которые дала нам технология LED UV», — говорит он. «И я тоже», — добавляет Михаил.

Смарт

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

г. Нижний Новгород,
пр. Гагарина, 178,
тел: (831) 281-81-88
смарт-нн.рф

Большой ассортимент отечественной
и импортной бумаги высокого качества

Расфрловка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН

Женщины-руководители в российской полиграфии

По статистике доля женщин-руководителей во всех сферах экономики нашей страны растет. Полиграфия не стала исключением. Женщины-руководители превосходно развивают свои предприятия и добиваются невероятных успехов, казалось бы, в совсем не женской профессии. Нам удалось побеседовать с представительницами прекрасного пола, которые руководят крупными компаниями. Они рассказали о том, как полиграфия стала неотъемлемой частью их жизни...



**Ирина Александровна
Галахова,**
генеральный директор,
АО «Архбум»

В 1990-е гг. Архангельский промышленно-строительный банк, в котором после окончания института работала Ирина Александровна Галахова, начал разваливаться. Поиски работы привели ее в компанию «Титан», занимавшуюся заготовкой леса и его продажей на Архангельский ЦБК. После приобретения собственником компании «Титан» пакета акций АЦБК Ирина Александровна получила должность заместителя директора комбината по экономике и финансам. Так состоялось ее знакомство с целлюлозно-бумажной отраслью...

Ирина Александровна, а что было дальше?

ИГ: Проработав в компании «Титан» 10 лет, я перевелась в Москву на должность заместителя директора по развитию филиала компании «Архбум» в Подольске. В 2012 г. в связи с расширением бизнеса меня пригласили возглавить филиал в Истре. Правильнее будет сказать, что предприятия еще не было: строительство завода по производству гофропродуктов только началось. Результатом активной работы нашей команды стал запуск в 2013 г. новой производственной площадки, оснащенной современным оборудованием.

Параллельно в компании велись работы по реализации еще одного масштабного проекта: полным ходом шло строительство завода по производству санитарно-гигиенической

продукции (СГП) в Калуге. Но из-за кризиса и роста курса валюты в 2014 г. объект пришлось «заморозить» на год, поскольку 40% от всех вложений приходилось на закупку импортного оборудования.

В 2015 г. я возглавила направление гофропроизводства в АО «Архбум», в состав которого вошли филиалы в Подольске и Истре. Кроме того, я продолжила работу над калужским проектом: уже введена в эксплуатацию первая очередь по производству СГП. Работы идут очень активно, и к концу августа текущего года запланирован выход бумагоделательной машины на полную мощность.

В сентябре 2018 г. производственные мощности увеличились за счет приобретения завода в Воронеже. Предприятие заработало в конце прошлого года, сейчас оно интенсивно достраивается, и планируется покупка еще двух линий.

И всем этим руководите Вы?!

ИГ: Нет, конечно. Каждый филиал имеет своего руководителя. Но, безусловно, все вопросы, касающиеся планирования, осуществления контроля за выполнением этих планов, определения уровня рентабельности и многие другие, находятся в зоне моей ответственности.

С какими сложностями Вам пришлось столкнуться на должности руководителя гофропроизводства?

ИГ: Самым трудным был 2015 г., когда я возглавила в «Архбуме» направление гофропроизводства, которое тогда еще не достигло необходимого уровня рентабельности. В связи с этим пришлось провести значительные реформы, свернуть некоторые программы, почти на 100 человек сократить персонал. Мы направили все силы на развитие продаж и достигли уровня безубыточного производства. К концу года удалось добиться хороших показателей, что дало возможность привлечь новых специалистов, добавить еще одну смену, увеличить объем выпускаемой продукции, иными словами, пойти по интенсивному пути развития. В 2016 г. мы смогли позволить себе небольшую программу по модернизации и начали приобретать новую технику взамен старой. А в 2017 г. уже прочно стояли на ногах.

Вам, как директору, ежедневно приходится брать на себя ответственность, принимать решения. Легко ли всегда быть сильной и уверенной в себе?

ИГ: Конечно, не легко! Особенно сложно принимать решения, когда не уверена на 100% в их правильности. А таких ситуаций много, поэтому у меня достаточное количество квалифицированных заместителей. Они компетентны и глубоко разбираются в своих направлениях. Безусловно, я пользуюсь их советами, и мы собираемся для обсуждения и принятия совместных решений в тех случаях, когда у меня есть сомнения, или по вопросам, где у меня нет необходимых знаний, например, мне нелегко разбираться в строительных проблемах. Но при этом я регулярно провожу строительную планерку, общаюсь с генподрядчиками...

Ваша работа связана с риском. Помогает ли Вам женская интуиция?

ИГ: Привести к ходу пример, связанный с интуицией, сложно, а риск, безусловно, есть. Рисковать приходится довольно часто, потому что наша деятельность связана с участием в тендерах, а это серьезный риск в условиях нестабильного рынка. Особенно это относится к долгосрочным контрактам с покупателями. Безусловно, отсутствие стабильности в экономике тоже является фактором риска. Например, сейчас наблюдается значительный спад рынка сырья по сравнению с его быстрым ростом в прошлом году. Такого никогда не было, чтобы за год цены на сырье выросли на 30%! Все гофровики были в шоке, так как переложить эти затраты на покупателей было категорически невозможно. Мы до сих пор поднимаем цену, хотя сырье уже дешевеет. Но эти вопросы находятся в зоне ответственности коммерческого директора компании, который осуществляет стратегическое планирование.

Что из сделанного Вами является особым поводом для гордости?

ИГ: В первую очередь — это те успехи, которых мы достигли вместе с командой. Не секрет, что гофроиндустрия в России не является высокодоходным бизнесом. И когда год за годом удается наращивать такие важные показатели, как объем производства, количество отгруженной продукции, увеличить рентабельность заказов, — это, безусловно, повод для гордости. Когда наши партнеры, довольные качеством продукции, стремятся развивать и укреплять деловые взаимоотношения — вот еще один повод для гордости.

В Подольске происходит замена старого оборудования на новое, совсем в ско-

ром времени будут запущены две комплектные линии BOBST MASTERLINE HD по изготовлению упаковки из гофрокартона. Мы покупаем землю, чтобы провести реконструкцию, увеличить площадь складов и производственных помещений. В Истре заканчивается строительство второй очереди.

За 4 года удалось увеличить производство почти в 3 раза, повысить стоимость активов. Теперь «Архбум» возглавляет тройку лидеров — чем не повод для гордости!

Для того чтобы выпускать конкурентную продукцию, нужно располагать высококвалифицированным персоналом, труд которого должен быть достойно оплачен. Так, еще в 2014–2015 гг. из-за низкой зарплаты мы испытывали нехватку людей на производстве. Постепенно мы поняли, какой уровень зарплат позволит привлечь лучших специалистов и избежать текучки. Проблема была решена. Год от года увеличивается уровень дохода наших работников, а следовательно, и уровень жизни их самих и семей. Я к этому стремилась.

Еще поводом для гордости является забота о людях, которые работают на наших производствах. Мы оформили полисы ДМС для всех сотрудников, открываем столовые в филиалах, дотируем половину стоимости питания. Часто арендуем

спортивные залы для игры в футбол, волейбол и прочего. На протяжении трех лет для передовиков производства и ведущих специалистов реализуем покупку жилья по беспроцентному кредиту. Это тоже повод для гордости.

Многие воспринимают Вас как сильного, решительного руководителя, но при этом Вы не перестаете оставаться женщиной...

ИГ: Надеюсь, я не превратилась в «железную леди» (смеется). На самом деле есть такое мнение, что я достаточно жесткий руководитель. Но это издержки занимаемой должности: когда нужно оперативно решить слишком много задач, то на лирику времени не остается и приходится опускать сантименты...

Вам удается сочетать роль руководителя и заботливой мамы, жены?

ИГ: Совсем не удается. Многие задают мне этот вопрос, и я всегда отвечаю, что эти роли я совмещаю очень плохо. На общение еще можно найти силы, но у меня физически не хватает времени, чтобы полноценно заниматься своими детьми. Постоянные командировки и ненормированный рабочий день, к сожалению, не оставляют мне достаточно свободного времени.

Как Вам работаете с компанией BOBST?

ИГ: Нам работаете очень комфортно. У нас долгие, прекрасные партнерские отношения с компанией BOBST, и сегодня в истринском филиале у нас большой парк оборудования это-

го поставщика для производства упаковки из гофрокартона (на площадке в Истре установлено 6 производственных линий компании BOBST — прим. ред.). Также скоро в подольский филиал приходят две новейшие линии BOBST MASTERLINE HD. Все сотрудники BOBST доступны для общения и готовы к диалогу. Совместно удастся решать любые проблемы. Качество выпускаемой продукции на машинах BOBST полностью устраивает наших клиентов. А если наши клиенты довольны, то и мы довольны.



Автоматическая линия по изготовлению упаковки из гофрокартона FFG 8.20 EXPERTLINE



Универсальная фальцевально-склеивающая машина MASTERFOLD 170 A4



Ирина Свистунова,
генеральный директор,
«Печатный Дом АВИСС»
[Москва]

Ирина, что Вас привело в полиграфию?

ИС: Я закончила московскую «Бауманку» по специальности «Инженер по сертификации». Второе образование получила в Антверпене. Специальность менеджера по управлению я осваивала на ан-

Производством фармацевтической упаковки «Печатный Дом АВИСС» занимается на протяжении многих лет и видит свою миссию в обеспечении надежной цепи поставок упаковочного материала и инструкций-вкладышей для фармотрасли.

глийском языке. После окончания института 5 лет работала за рубежом. По возвращении в Россию судьба свела меня с полиграфией.

В 2007 г. мне предложили войти в бизнес компании «АВИСС» в должности директора по развитию. Сначала было совсем не просто: в ходе работы пришлось осваивать экспресс-курсы по полиграфии, знакомиться с процессами и технологиями. Без помощи коллег я бы не справилась. За время моей работы в компании произошло многое... Когда я пришла в «АВИСС», основным направлением деятельности компании была печать этикеток для фармацевтики. Первые два года я осматривалась, оценивала рынки, выбирала перспективное направление бизнеса. После всестороннего анализа решили остановиться на фармацевтической упаковке. Начали перестраивать бизнес, налаживать технологию, закупать оборудование, провели сертификацию... Вот где мне очень пригодились первое образование! Я хорошо понимала, что надо делать. Конечно, не все было гладко, не обошлось и без трудностей. Основной

проблемой стали люди. Не так сложно найти хорошего специалиста, очень сложно его мотивировать. Мы уделяли и уделяем огромное внимание культуре производства, а в этом вопросе не бывает мелочей. К великому сожалению, за многие десятилетия такое понятие практически исчезло. Это привело к тому, что наша страна очень неустойчива на рынке. Отсутствие культуры производства также является одной из причин закрытия компаний. Оказалось, что все остальные трудности преодолеть гораздо легче. Экономический кризис — это отсутствие дешевых денег, так их нет практически всегда... Отсутствие инвестиций, безусловно, тормозит развитие экономики и производства, но это поправимо. Руководить предприятием в таких условиях очень непросто.

Руководящая работа предполагает огромную ответственность и смелость в принятии решений. Ирина, Вы всегда были лидером?

ИС: Конечно, мы не рождаемся сильными и уверенными в себе, но эти качества



На предприятии установлен комплекс послепечатного оборудования компании BOBST — высекальный пресс NOVACUT 106E и фальцевально-склеивающая линия EXPERTFOLD 80A2

приобретаются в процессе жизни. Что нас не убивает, то делает сильнее... Это абсолютно верное высказывание: чем больше преодолевается трудностей, чем выше ответственность, чем больше ответственных решений приходится принимать, тем сильнее мы становимся. Это нелегко. Для этого нужны определенные внутренние ресурсы. Я черпала свою энергию и силы в коллективе, с которым работала. Я считаю, что достижения нашей компании — это, прежде всего, работа всего коллектива. Без самоотверженности людей, без их ответственности и умения работать мы не смогли бы достичь таких результатов.

Что касается лидерских качеств. Я всегда пыталась быть первой и в школе, и потом. Почти всегда мне это удавалось и давалось достаточно легко, особенно в школе. Но был момент, касающийся спорта, где я не отличалась особыми успехами. В какой-то момент я решила и здесь стать лучшей. Я упорно тренировалась все летние каникулы и в следующем учебном году победила в соревнованиях по бегу. Я смогла доказать всем и в первую очередь себе, что могу добиться многого. Пытаюсь привить трудолюбие и воспитать самостоятельность в своих детях, но сейчас другое время...

Что из сделанного является предметом Вашей особенной гордости?

ИС: Трудно сказать. Я очень радуюсь, когда удается выстроить долгосрочные взаимоотношения с людьми. Не важно, сотрудники ли это, заказчики или партнеры. Очень приятно, когда отношения выходят на новый уровень, становятся глубже. Это самое главное.

Человеческие отношения меньше всего зависят от кризисов, они не подвержены колебаниям курса валют... Еще мне очень нравится развиваться вместе с компанией. Учиться, а потом внедрять. Приятно, что компания стала такой, какая есть, именно при нашей команде.

Ирина, а были ли сомнения в правильности выбора?

ИС: Однажды я услышала такое высказывание: «Чем человек умнее, тем он больше сомневается». Не согласиться с этим сложно. Не так ли? Конечно, сомнения были. Это касалось и выбора профессии, и правильности принятых решений, и многого другого. Без этого нельзя. Но сомнения проходят, ты делаешь определенные выводы и идешь дальше. Коллеги говорят, что полиграфия засасывает, из нее очень трудно выбраться. Это — правда. Мне порой не хватает научно-прикладной деятельности. Создать что-то новое и внедрить это новое в производство — для меня очень интересно.

При такой занятости остается ли достаточно времени на семью?

ИС: Конечно, нет! Хотелось бы уделять больше времени семье, детям, да и себе тоже. Я всегда хотела иметь большую собаку, но сегодня из-за нехватки свободного времени могу себе позволить только маленькую. Щенка мне подарили на 8 Марта, и он приносит всем огромную радость. У меня часто не хватает ни сил, ни времени на пригото-

вление уроков с сыном, я не всегда могу уделить достаточно внимания моей семилетней дочке. Она на меня иногда за это обижается. Я не люблю командировки, не люблю жить в гостиницах... Я редко бываю дома, но очень люблю быть дома — вот такой парадокс...

В типографии установлено оборудование BOBST. Как Вам работаете с российским подразделением компании?

ИС: Да, в 2017 г. мы приобрели фальцевально-склеивающую машину EXPERTFOLD 80A2, а в 2018 г. автоматический пресс для высеки NOVACUT 106E. Мы долго выбирали поставщика, посетили много других заводов-производителей, выставок и разных типографий. Вы знаете, что производство фармацевтической продукции крайне сложное и ответственное, поэтому мы также делали выбор в пользу компании BOBST. Сейчас эксплуатация оборудования BOBST у нас в компании показала, что выбор в сторону эффективности, качества и надежности был верный, мы очень довольны правильностью сделанных инвестиций. В компании BOBST правильное руководство, отличный, профессиональный коллектив, очень теплое отношение. И дело не только в том, что мы — заказчики и нас надо любить. Это состояние души. Надеюсь, что мы и впредь будем оставаться и клиентами, и друзьями BOBST!

Создателями типографии «Дюпринт» в Дзержинске, Нижегородской области являются сестры — Ольга и Елена Коноплевы. Упорство и вера в собственные силы помогли им создать полиграфическую компанию с нуля. Основное направление работы типографии «Дюпринт» — производство этикетки и картонной упаковки.

В начале беседы наш традиционный вопрос. Как Вы попали в полиграфию?

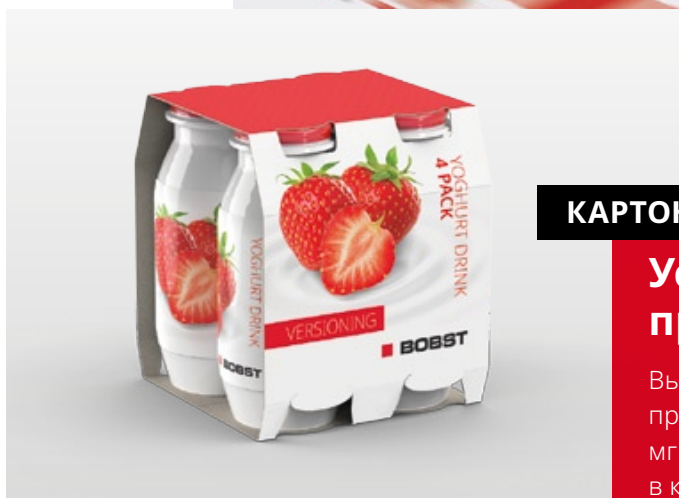
Ольга Коноплева: Как и многие, я попала в полиграфию по воле случая. С детства мечтала стать юристом и после окончания школы отправилась в Саранск поступать в Мордовский государственный университет. Учеба на заочном отделении оказалась не из легких: пришлось много и усердно учиться, а кроме того, я еще и работала. В школе, которую когда-то сама закончила, сначала вела немецкий язык в младших классах, а позже преподавала правоведение и историю в старших.

Случайно мне предложили место в типографии, которая занималась офсетной печатью черно-белых бланков. Оклад оказался в 4 раза выше, чем в школе, поэтому долго я не раздумывала. В мои обязанности входило развитие продаж. Работа оказалась очень интересной: приходилось много ездить в командировки, общаться с новыми интересными людьми. Все хорошо складывалось и в финансовом плане. Поэтому, когда после окончания университета мне предложили работу по специальности, но с маленьким окладом, карьере юриста пришлось отодвинуть на второй план. Но скажу сразу: все полученные в университете знания стали большим плюсом и очень пригодились мне в работе в нашей специфической отрасли.

Когда в типографии наступили сложные времена, мне предложили не менее интересную работу в другой типографии, которая занималась полноцветной печатью. И мы начали работать уже вместе с сестрой Еленой. За 10 лет я прошла путь от менеджера до коммерческого директора. Это была хорошая школа жизни, которая отлично закалила характер.

На первый взгляд все складывалось очень хорошо, но... Постоянная работа в режиме 24/7, многочисленные командировки, жесткие сроки сдачи заказов не оставляли времени ни на что, включая и личную жизнь. Когда пришло понимание того, что

Иновационная гибкость



КАРТОННАЯ УПАКОВКА

Ускорение темпов производства

Высокоавтоматизированные производственные линии, которые мгновенно превращают картон в коробки. Экономичные и эффективные решения, обеспечивающие универсальность и высокую производительность, помогут быть всегда на шаг впереди.



Ольга Коноплева,
генеральный директор,
типография «Дюпринт»
[Дзержинск]



Елена Коноплева,
финансовый директор,
типография «Дюпринт»
[Дзержинск]

дальше так продолжаться не может, мы решили уйти и из типографии, и из полиграфии. Но не получилось. Мы поняли, что в этой области у нас накоплены громадный опыт и знания, а также мы не хотели потерять то прекрасное общение и доверительные отношения, которые сложились со многими заказчиками. И мы рискнули открыть собственный бизнес. Продали квартиру, нашли в Москве старую печатную машину, которую восстановили. Было не просто и с персоналом: женщины-руководители не вызывали доверия у печатников. Люди боялись потерять стабильную работу, не помогало и предложение достаточно высоких окладов. Но мы не привыкли сдаваться. Родители учили нас доводить начатое дело до конца. На завоевание доверия коллектива ушло примерно 1,5 года. В процессе становления бизнеса нам очень помогли клиенты, которые работали с нами ранее, в нас поверили поставщики. Нам помогали с заказами, а один из клиентов даже отдал Лене свой автомобиль... Согласитесь, такое отношение дорогого стоит. Многие с нами по сей день.

Полиграфический бизнес, думаю, как и любой другой, достаточно тяжел для женщины, но мы не отступили. Сегодня мы можем сказать, что все сделано правильно. Мы получили свободу действий, достигли понимания того, что все в этой жизни зависит только от нас. Конечно, свой бизнес — это большая ответственность за коллектив, за заказчиков и за многое другое. Но мы полюбили полиграфию и счастливы. Мне повезло

вдвойне. У меня есть «клон» — единомышленник в лице моей сестры, поэтому я всегда уверена в том, что все будет сделано и сделано отлично. Кстати, Елена с самого детства интересовалась «железяками» вместо кукол. Сейчас многие удивляются: женщина и так хорошо разбирается в тонкостях техники!

Елена Коноплева: Моя специальность — международные отношения. Конечно, были другие мечты и другие планы. Но я с юности оказалась связана с полиграфией, которая дала мне огромные возможности для самореализации. Мне это нравится, мне это интересно, я прекрасно себя чувствую. В полиграфии мы обе частично реализовали свое образование. Мое знание языков, полученная в университете практика общения помогают мне в работе с клиентами и партнерами. Без ложной скромности скажу, что я стала хорошим менеджером и успешно уговариваю московских клиентов работать с Нижним Новгородом (смеется). А юридические знания Ольги помогают избежать многих проблем. Вообще для успешного занятия бизнесом определенного уровня очень важно наличие хорошего базового образования. Наша типография растет, и за прошедшие 6 лет мы ни разу не остановили свое развитие. Согласно с сестрой: свой бизнес — это не только возможность реализовать себя в профессии, но также свобода и независимость.

Ольга: Нам очень повезло, что мы, два близких человека, находимся в одной упряжке. Полное доверие,

полная взаимозаменяемость и полное понимание — в этом наша сила. Как я уже говорила, нам очень повезло с партнерами. Мы рады видеть себя в числе клиентов компании BOBST. В нас поверили и доверили оборудование такого уровня! Коллектив компании сделал все, чтобы мы поверили в себя и у нас появилась фальцевально-склеивающая линия VISIONFOLD 80A2. Мы посетили выставку в Шанхае, типографии в Европе и поняли, к чему надо стремиться...

Елена: Оборудование исключительно надежное, о чем свидетельствуют его востребованность и высокая цена на вторичном рынке. Это покупка на очень долгое время. Мы на собственном опыте оценили надежность оборудования и убедились в правильности выбора. Наши операторы легко освоили машину, а клиенты оценили качество продукции. Кроме того, появление такой производительной послепечатной машины дало нам повод задуматься о наращивании печатных мощностей. Вложение в оборудование определенного уровня всегда себя оправдывает и дает толчок к развитию.

Ольга: Изначально у нас было несколько иное представление об организации бизнеса. Но посетив несколько типографий в Европе, мы увидели, как там не боятся обзаводиться техникой BOBST, имея всего одну печатную машину. Кстати, нас многие предостерегали от этого шага и советовали сначала пополнить печатный парк. Но мы решили: сначала BOBST. Получилось у других, получится и у нас! Современный рынок диктует свои правила, и расслабляться нельзя. Оборудование должно работать в полную силу, а мы должны предлагать достойную, качественную продукцию. К чему мы и будем стремиться вместе с техникой BOBST при поддержке компании «Бобст СНГ».

Вы достигли отличных результатов в бизнесе. Это предмет Вашей особой гордости или есть что-то еще?

Ольга: Наше главное достижение заключается в том, что мы смогли реализовать свою главную мечту: создать семью. До момента организации своего бизнеса шансов на это практически не было. Ненормированный рабочий день, постоянное пребывание на связи с клиентами не оставляли ни сил, ни времени на собственную жизнь. Теперь все по-другому. Создав свое предприятие, мы, наконец, получили возможность реализоваться как женщины: стать женами и матерями. Сегодня мы гордимся тем, что смогли сохранить свою женственность и не растеряли нежность в этом жестком мире. Наши семьи, наши дети ощущают это в полной мере. Самое главное для нас — дети. Мы живем и работаем ради них.

Все надоело, навалилась усталость... Ваш рецепт восстановления сил?

Ольга: У нас есть один проверенный годами способ восстановления сил и поддержания духа. Это спорт. Три раза в неделю мы интенсивно занимаемся с тренером в зале. Это отличный способ сменить род занятий и отдохнуть от работы. Что называется, отключить мозги.

Елена: И, конечно же, полноценный отдых. Мы очень любим море и стараемся регулярно куда-нибудь уезжать. Планировать надо не только работу, но и отдых.

ПЕЧАТЬ. НОВЫЕ ВЫСОТЫ.

Xerox® Versant® Press

Больше заказов в смену –
больше доходов.
Машины Versant 3100
Press и Versant 180 Press с
превосходным качеством
изображения и высоким
уровнем автоматизации
помогут вывести ваш
бизнес на новый уровень.

xerox.ru/versant3100
xerox.ru/versant180



Вплаваемая этикетка, или Как отделить пластиковую заготовку



Алексей Дohnадзе,
руководитель отдела
продаж оборудования,
«ВИП-Системы»
[Москва]

Одним из современных способов декорирования полимерной упаковки является IML-технология (In-Mould Label — дословно означает «этикетка в форме», или «вплаваемая этикетка»). Смысл технологии в том, что в процессе изготовления полимерной тары этикетка вплавляется в ее поверхность под воздействием высокой температуры и в результате составляет с упаковкой единое целое. IML-технология в отличие от традиционного производства самоклеящейся этикетки обеспечивает ряд неоспоримых преимуществ как заказчикам упаковки, так и конечным потребителям товаров. Основой для IML-этикетки служит полимерная пленка толщиной от 50 до 100 мкм. И главное — для ее печати вовсе не обязательно использовать флексографское оборудование. Такую этикетку вполне возможно отпечатать и на офсетных машинах. Сложность лишь в том, что при работе с тонкими материалами возрастает риск получения брака на этапе вырубки отпечатанных заготовок и последующей транспортировки этикеток для отгрузки. При производстве небольших тиражей IML-этикеток эти операции выполняются, как правило, вручную, что требует большой осторожности от оператора вырубного оборудования — этикетку нужно освободить от облоя и при этом постараться ее не повредить, а также следить

за тем, чтобы стопа этих этикеток не рассыпалась. А что делать, если типография работает с промышленными объемами? Решение нашлось в Японии. В частности, речь идет об оборудовании Kawahara TXR, предназначенном для удаления облоя и отделения этикеток из стопы. На российском рынке данное оборудование представляет компания «ВИП-Системы». В беседе с Алексеем Дohnадзе, руководителем отдела продаж оборудования компании «ВИП-Системы», мы попросили вкратце рассказать о технологии производства вплаваемых этикеток и возможностях оборудования Kawahara.

Ф: Алексей, расскажите, какие задачи решает оборудование Kawahara в процессе производства этикеток для IML-технологии?

А.Д.: Станки Kawahara TXR — это автоматическое решение для отделения запечатанных заготовок и уда-

ство готовых изделий после вырубки. Более того, станки Kawahara могут комплектоваться дополнительными модулями загрузки и разгрузки заготовок, что максимально автоматизирует процесс.

Ф: Как в линейке компании «ВИП-Системы» появилось столь экзотическое оборудование Kawahara?

А.Д.: На самом деле компания Kawahara Packaging — это изначально упаковочная типография в Японии, которая еще в 1990-х гг. разработала для собственного предприятия техническое решение для отделения заготовок, чтобы избавиться от ручных операций после высечки. Машина стала известна под названием TXR Blank Separator. Заинтересованность со стороны других типографий в Японии данным оборудованием подтолкнула Kawahara Packaging к тому, что в итоге она организовала производство машин TXR для удовлетворения потребностей внутреннего рынка. Первоначально эти устройства были созданы для работы с картонными заготовками, но впоследствии они нашли применение в производстве пластиковой упаковки и этикетки. Конечно, за эти годы оборудование дорабатывалось, видоизменялось, и сегодня эти современные машины, которые комплектуются деталями от ведущих мировых производителей, оснащены пневматикой и электроникой.

В 2005 г. у компании «ВИП-Системы» появилась возможность предлагать на российском рынке оборудование компании Kawahara Packaging. В настоящее время поставки этого японского оборудования по всему миру осуществляются через представительство Kawahara Packaging в Лондоне — компанию AN Machinery Corporation, с которой «ВИП-Системы» тесно сотрудничают и имеют право проводить сделки по поставке машин Kawahara TXR отечественным типографиям, а также обеспечивать сервисное обслуживание данного оборудования.

Ф: Как вы оцениваете спрос со стороны российских типографий на оборудование Kawahara TXR?

А.Д.: Данное оборудование было представлено еще на drupa 2008. Надо сказать, что интерес был про-

Основная сложность при работе с тонким пластиком, который используется для печати этикеток, в том числе для IML-технологии, состоит в отделении заготовок из стопы. Сегодня для такой операции существуют автоматизированные решения, позволяющие повысить качество изделий

ления облоя из стопы. Сегодня они нашли применение в производстве пластиковой упаковки и этикетки. Пожалуй, самым трудоемким и медленным процессом является этап удаления облоя. Ведь этикетка, как правило, печатается на очень тонком пластике, и разделение таких заготовок представляет определенную сложность. Оборудование Kawahara как раз предназначено для того, чтобы повысить производительность данного участка и обеспечить каче-



ROLAND 700 *EVOLUTION*

Сотворение прибыли

The Evolution of Print.

manrolandsheetfed.com

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

VIP
VISION
IMAGE
PRINT

АО «ВИП-Системы». 117149, Москва,
ул. Азовская, д.6, стр.3, офис 2/2
тел.: +7(495) 258-67-03, факс: +7(495) 318-11-55.
E-mail: vipsys@vipsys.ru
www.vipsys.ru



manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®

явлен высокий, однако по причине высокой стоимости оборудования ни одной сделки так и не состоялось. Постепенно внимание к этому оборудованию сошло на нет. Однако в последние несколько лет тема удаления обложки при печати этикеток на тонких пленках снова начала набирать актуальность. В первую очередь это связано с появлением в России производителей пластиковой тары, изготовленной по IML-технологии.

Ф: В чем преимущества этой технологии по сравнению с традиционными способами производства этикеток?

А.Д.: Тот факт, что вплавляемая этикетка прочно соединяется с пластиковой тарой в процессе ее декорирования уже добавляет множество преимуществ. Такая упаковка с IML-этикеткой устойчива к механическим повреждениям и перепадам температур. А это означает, что она сохранит свою привлекательность в течение всего срока существования. В отличие от самоклеящейся этикетки она не сомнется, не разрушится под воздействием внешних факторов (попадания влаги, агрессивных веществ и т. д.). Информация, напечатанная на IML-этикетке, будет легко читаема, а нанесенный на нее штрих-код гарантированно сосканируется на кассе. Механическая устойчивость тары с IML-этикеткой позволяет ее использовать как в пищевой промышленности, в том числе для замороженных продуктов или горячих напитков, так и для химических едких веществ. Кроме того, геометрия упаковки, которую собираются декорировать IML-этикеткой, может быть какой угодно сложности. С другой стороны, технологический процесс производства упаковки с вплавляемой этикеткой достаточно сложен. Но и в этом есть свои плюсы. IML-технологию трудно подделать, что исключает случаи фальсификации продукции. Помимо сохранения своих маркетинговых свойств, упаковка с использованием технологии IML обладает еще одним важным преимуществом — ее легко утилизировать, поскольку и сама тара, и этикетка будут выполнены из одних материалов, в то время как упаковку с самоклеящейся этикеткой необходимо утилизировать по отдельности. По этой причине в тренде бережного отношения к окружающей среде за IML-технологией будущее пластиковой упаковки.

Ф: Широко ли представлены машины Kawahara TXR в мире?

А.Д.: По информации, которой мы обладаем, более 20 крупных IML-компаний в мире являются владельцами машин от компании Kawahara Packaging. В общей сложности установлено около 40 единиц. Недавно, например, один из крупнейших производителей IML в мире — американская типография Verstraete — установила три машины Kawahara TXR на своей новой площадке.

Ф: Много ли сегодня в России производителей вплавляемой этикетки?

А.Д.: В России около 15 таких производств. Среди них преимущественно флексографские типографии, но появляются и офсетные, которые изготавливают этикетку на пленке листовым способом, и им нужны профессиональные решения, в частности на финишном этапе отделения этикеток от обложки. И сегодня интерес к такому оборудованию активизируется. Информацию о первых инсталляциях в России оборудования Kawahara TXR мы уже сможем анонсировать в начале следующего года.

Ф: Если вкратце, то как происходит процесс отделения заготовок в машине Kawahara TXR?

А.Д.: Оборудование Kawahara TXR отлично подходит для работы в первом формате. Например, на многокрасочной офсетной машине, оснащенной для УФ-печати, выполняется печать макета этикетки, причем это могут быть даже развертки для пластиковых ведер. После этого стопа запечатанных листов отправляется на вырубку, где этикетки

надсекаются. Далее наступает очередь Kawahara TXR, которая выполняет самый трудоемкий этап в этой производственной цепочке — отделение заготовок из стопы. Для того чтобы удалить обложку, необходимо подготовить шаблон, повторяющий контуры этикетки. Но это не требует никаких специальных инструментов. Шаблоном может служить и высечной лист. Он накладывается на специальную плиту со штифтами, и машина автоматически настраивается и сама «понимает», какие необходимо задействовать штифты для конкретного рисунка работы. Далее на плиту укладывается часть запечатанной стопы вручную или с помощью транспортера и зажимается между двух плит со штифтами — при этом штифты верхней плиты давят на обложку, а штифты нижней плиты поддерживают заготовку. Существует на самом деле несколько форматных решений Kawahara TXR. Машины первого формата могут оснащаться транспортером для загрузки запечатанной стопы и разгрузки этикеток. Кстати, Kawahara TXR может работать не только с пластиком, но и с бумагой, и с картоном.

Ф: Компания «ВИП-Системы» готова будет оказывать сервисную поддержку владельцам оборудования Kawahara TXR в России?

А.Д.: Для нашей компании с этим оборудованием мы связываем определенные перспективы развития бизнеса. Несмотря на то, что пока в процентном соотношении IML-этикетки на нашем рынке не так много, тенденция к росту этого сегмента, безусловно, есть. Инсталляцией и запуском оборудования Kawahara TXR по всему миру занимаются сервисные инженеры Kawahara Packaging, которые в том числе обучают и технологии производства. Роль компании «ВИП-Системы» как дилера заключается в основном в сервисной поддержке. В предстоящих запусках оборудования в России наши специалисты будут активно принимать участие. А в дальнейшем у нас в штате появятся обученные сервис-инженеры, которые будут в состоянии оказать квалифицированную сервисную помощь.



Автоматическое оборудование Kawahara TXR для отделения запечатанных заготовок из стопы и удаления обложки, оснащенное модулем загрузки и транспортером для выгрузки готовых изделий.

Процесс удаления обложки из стопы тонкой запечатанной пленки осуществляется с помощью штифтовых плит. Штифты верхней плиты давят на обложку, а штифты нижней плиты поддерживают заготовки. Для правильного рисунка работы нужен шаблон — вырубной лист



«Трактат» о цифре, или Интеллектуальный выбор оборудования

В самом центре Санкт-Петербурга на ул. Достоевского находится одно из необычных мест города — интеллектуальный кластер «Игры разума». Это пространство по задумке его организаторов должно стать местом притяжения «ярких, талантливых, смелых личностей, которые стремятся к познанию, творчеству и интеллектуальному развитию». Современная площадка объединяет «Академию смысла», «Высшую школу методологии», бутик-отель «Ахиллес и Черепаха», конференц-центр «Игры разума», ресторанный комплекс «Симпозиум», digital-агентство OLYMPIA, студию красоты Camera Obscura и других. Что самое интересное, одним из звеньев

кластера является полиграфический комплекс «Трактат», оснащенный современным цифровым печатным оборудованием. О том, что представляет собой кластер и какие задачи решает входящая в него типография, нам рассказал управляющий партнер интеллектуального кластера «Игры разума» Виталий Соколов.

Интеллектуальный досуг

Интеллектуальный кластер «Игры разума» начал свое развитие в культурной столице в 2014 г. Его основателем является Андрей Курпатов — личность в нашей стране довольно хорошо известная — в прошлом психотерапевт, создатель современной модели психотерапии, руководитель одного из лучших психотерапевтических центров России, автор более сотни научных работ и монографий, а ныне — президент «Высшей школы методологии». «Основная цель, которую преследовал Андрей Владимирович при создании «Игр разума», обеспечить мыслящим, увлеченным, образованным людям возможность общения, обмена мнениями, познания и исследования в рамках современного креативного пространства. Структура класте-



Виталий Соколов,
управляющий партнер,
интеллектуальный кластер
«Игры разума»
[Санкт-Петербург]

ра позволяет организовать комфортную среду для научной, мыслительной, творческой, познавательной деятельности. «Игры разума» объединяет конференц-центр, отель, ресторан, издательство, типографию, книжный магазин и многое другое. По сути, это уникальное место в центре Санкт-Петербурга, где, как мы говорим, наука, образование и культура обретают форму настоящего интеллектуального развлечения», — рассказывает Виталий Соколов.

Каждый резидент кластера выполняет определенную как коммерческую, так и интеллектуальную задачу. Например, ре-



Осенью этого года в типографии «Трактат» установили новую ЦПМ Canon imagePRESS C710



Для оснащения типографии был выбран комплекс цифрового печатного оборудования от компании Canon, поскольку техника обладает универсальностью и обеспечивает высокое качество полиграфической продукции





Широкоформатный принтер Canon imagePROGRAF iPF 8400SE позволяет изготавливать постеры, рекламные афиши к различным мероприятиям и другие интерьерные печатные материалы

сторон оформлен в виде библиотеки. Все стены ресторана обрешены полками с книгами, которые можно почитать, пока ожидаешь заказ. Более того, все книги с полок можно купить. К тому же, в меню ресторана имеется и «книжное меню», по которому можно заказать книги.

Конференц-центр успешно проводит различные конференции, лекции, ворк-шопы и другие мероприятия как с участием Андрея Курпатова, так и других организаторов образовательных и деловых мероприятий. Для проведения серьезных мероприятий подключаются и другие участники кластера: ресторан, типография, event-агентство и т. д. Иногородные участники мероприятий имеют возможность поселиться в отеле кластера. В результате получается своеобразная «пакетная услуга», которая обходится заказчику дешевле, чем, если бы комплекс услуг заказывался в разных компаниях города, а для самого кластера представляет определенную выгоду, поскольку все средства остаются внутри структуры. При этом каждый из резидентов «Игр разума» работает не только на кластерную аудиторию, но и «на улицу».

Виталий отметил, что одним из основополагающих принципов ведения бизнеса в кластере является высокий уровень сервиса: «Принцип высокой культуры обслуживания распространен на все структуры нашего пространства, при этом комплексный подход позволяет предлагать одной и той же аудитории разные услуги. Например, побывав на лекции или семинаре, люди с удовольствием продолжают общение в нашем ресторане, где могут не только поужинать, но и купить

книги интеллектуальной тематики, а в типографии организаторы мероприятий могут заказать полиграфическую продукцию. Как показал опыт, такое объединение услуг реально работает. Главное, чтобы заказчика устроил уровень качества и сервиса. И одна из моих задач как управляющего партнера следить за этим».

Полиграфический «Трактат»

«При разработке концепции кластера издательство и типография в нем присутствовали с самого начала, — отмечает Виталий. — Мы понимали, что для продвижения и успешной работы как кластера в целом, так и каждого резидента в отдельности нам понадобятся достаточные полиграфические мощности. Кроме того, наш основатель пишет много книг, и ему удобно, чтобы эти книги можно было самому издавать и печатать. Поэтому одновременно с созданием кластера была основана и цифровая типография «Трактат». Как следует из названия, основная ее специализация — производство книжной продукции. Типография печатает книги как нашего издательства, так и сторонних авторов, и издателей».

«Трактат» — современная цифровая типография, оснащенная печатной техникой Canon, а также оборудованием для ультрафиолетовой печати и не только. В середине сентября здесь установили новую цифровую печатную машину Canon imagePRESS C710. «Для оснащения типографии мы с самого начала остановили свой выбор на оборудовании Canon. На первом этапе были приобретены полноцветная ЦПМ Canon imagePRESS C700, монохромный Canon varioPRINT 110, широкоформатный принтер Canon imagePROGRAF iPF 8400SE, а также комплекс постпечатного оборудования. При выборе комплекта цифрового оборудования мы ориентировались прежде всего на высокое качество печати. Несмотря на то, что основная задача типографии — это изготовление книжных изданий, услуги нашего полиграфического подразделения востребованы организаторами различных мероприятий, которым необходима полиграфическая продукция для проведения лекций, встреч, конференций и т. д. В этой связи нам требовалось универсальное печатное оборудование, которое оперативно и на высоком уровне могло бы справиться с любой полиграфической задачей. Появление новинки от Canon на нашем производстве говорит о том, что цифровое оборудование этого производителя отвечает высоким требованиям наших клиентов и позволяет выполнять те задачи, которые перед нами возникают», — отмечает Виталий Соколов.

Важность сервиса

Типография «Трактат» с таким комплектом цифрового оборудования имеет возможность изготавливать самые разные виды печатной продукции — от книг в твердом переплете до календарей, различной рекламной полиграфии, постеров, интерьерных печатных материалов, сувениров и, разумеется, такой полиграфической продукции как визитки, открытки, листовки и т. д. За качеством продукции здесь следят довольно пристально. «Печатные машины Canon мы приобрели у одного из официальных дилеров в нашем городе. Поначалу, пока они были новыми, все было благополучно, но с течением времени оборудованию стало требоваться все больше внимания сервисных служб, чтобы сохранить требуемое у нас качество продукции. По этой причине некото-



В типографии «Трактат» установлено профессиональное резальное оборудование и термоклеевая машина для изготовления книг с бесшвейным скреплением





Книги основателя интеллектуального кластера «Игры разума» Андрея Курпатова, отпечатанные в типографии «Трактат»



Типография активно работает со сторонними клиентами, в частности с одной из международных компаний по бронированию отелей Expedia Group

рое время назад мы перешли на обслуживание к компании «ТОР», которая является лидером в области сервисного сопровождения полиграфического оборудования в Санкт-Петербурге. У них мы нашли профессиональное понимание наших задач, оптимальные условия технического обслужива-

стала партнером Canon, при этом успешно работая с рядом других производителей.

Виталий рассказал, что перед покупкой новой печатной машины летом этого года в типографии «Трактат» вновь изучили конкурирующие предложения на рынке и вновь сделали вывод, что для решения их задач лучше всего подходит именно Canon. Приобретение было сделано в компании «ТОР». «Мы полностью удовлетворены качеством печати, на новом Canon imagePRESS C710 нам удастся получать еще более интересные результаты. Теперь у нас есть возможность разделять заказы: простую продукцию печатаем на приобретенной ранее машине, а те работы, которые требуют более эксклюзивного подхода — на новой. Это универсальная печатная машина, которая обеспечивает нам необходимую гибкость в плане используемых

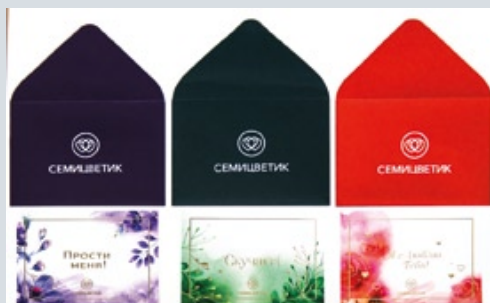
материалов, но при этом не делает компромиссов в точности цвето-произведения и конечном качестве, которое остается высоким».

Внимание на креативность

Во время нашей беседы Виталий обратил внимание, что все чаще заказчики полиграфической продукции уделяют внимание эксклюзивности. В Санкт-Петербурге огромное количество цифровых типографий и ценовая конкуренция очень жесткая. Но если заказчику показать образцы продукции премиального качества и возможности по изготовлению «wow!-продукции», то он может стать клиентом вашей типографии, особенно если речь идет о крупных или международных компаниях. «Мы, например, уже несколько лет работаем с международной компанией Expedia Group, являющейся одним из крупнейших в мире онлайнтуроператоров. Мы делаем для них дизайнерские ежедневники и другую эксклюзивную продукцию, которую разрабатывает наше креативное бюро», — таким образом, Виталий подтвердил известный тезис о том, что хороший дизайн и — шире — творческий подход способны побудить клиента приобрести товар, даже если он далеко не самый дешевый на рынке. А с помощью профессиональной техники креативную идею удастся воплотить в жизнь на самом высоком уровне качества. **И**



Комплект печатной продукции для проведения мероприятия в стенах кластера



Помимо книжных изданий, «Трактат» изготавливает на цифровых печатных машинах Canon рекламную полиграфическую продукцию высокого качества



«Цифровые» бизнес-процессы, или Как повысить рентабельность тиражей



Александр Людвинский,
генеральный директор,
типография «Корvus»
[Барнаул]

Типография «Корvus» является одним из ведущих поставщиков полиграфических услуг в Алтайском крае, сотрудничая более чем с 500 постоянными клиентами из Барнаула, Новоалтайска, Белокурихи, Бийска, Рубцовска, Республики Алтай, Кемеровской области и т. д. Начав свою деятельность в 2004 г. с изготовления рекламно-акцидентной продукции, «Корvus» впоследствии освоила и другие сегменты полиграфического рынка, став одним из лидирующих предприятий по производству картонной упаковки в регионе, а сегодня компания активно развивает и направление оперативной печати. Мы попросили директора типографии «Корvus» Александра Людвинского рассказать о том, как наличие цифрового печатного оборудования способствует поддержанию бизнеса офсетного производства и какие обеспечивает новые точки роста на полиграфическом рынке.

Векторы развития

Типография «Корvus» выросла из рекламного агентства «Людвинский и Ко», которое было создано владельцем бизнеса Александром Людвинским в 2001 г. Изначально компания занималась изданием телефонных справочников, а также других видов справочных изданий. Вскоре агентство превратилось в небольшую рекламно-производственную компанию, в которой появилась и первая техника — ризограф и мелкие

устройства лазерной печати. Небольшие заказы компания могла изготавливать самостоятельно, остальные же заказы переразмещали в других полиграфических компаниях.

Буквально через три года рекламное агентство трансформировалось в типографию «Корvus». С 2004 г. полиграфическая компания начала специализироваться на производстве рекламно-акцидентной продукции. В то время на предприятии уже работала чешская печатная техника Romayor. В последующие несколько лет на производстве появились двухкрасочная машина Roland, четырехкрасочная Ryobi 524, а в 2008 г. — двухкрасочная Heidelberg Speedmaster 74.

«Начиная с 2009 г., рекламный рынок стал терять свою финансовую привлекательность за счет резкого сокращения тиражей. В силу этого мы приняли решение переключить свое внимание на производство упаковки, которая показывала стабильный рост, — поясняет Александр. — Для того чтобы эффективно работать в новом для нас сегменте рынка, нам пришлось переоснастить производство. В 2012 г. мы installировали шестикрасочную печатную машину Heidelberg Speedmaster 74-6. Недавно одна из секций машины была переделана под нанесение ВД-лака. В итоге получилась пятикрасочная машина с секцией лакирования, что для производства упаковки является

наиболее оптимальным решением. Покрытие лаком позволяет не только добиваться привлекательного внешнего вида изделия, но и ускоряет производственный процесс — заготовки сразу отправляются на послепечатную обработку, а красочный слой под пленкой водно-дисперсионного лака не перетискивается на оборотную сторону верхнего листа в стопе».

Специализация на упаковочном сегменте повлекла расширение также послепечатного участка. В типографии заменили вырубное оборудование, установили фальцевально-склеивающую линию, приобрели трафаретную линию и промышленный ламинатор. Так что сегодня «Корvus» — это еще и упаковочная типография полного цикла, предоставляющая широкие возможности по изготовлению и отделке картонной упаковки.

Печать коротких тиражей

«В настоящее время потребность в мелкотиражной продукции на рынке высока, — рассказывает Александр. — Мы отмечаем, что заказчики все чаще размещают небольшие партии тиражей, но при этом ассортимент заказываемой продукции приличный. Однако печатать такие работы на офсете не совсем рентабельно. Чтобы иметь возможность эффективно изготавливать короткие тиражи, мы начали развивать отдел цифровой оперативной печати».



Типография «Корvus», одна из ведущих полиграфических компаний Алтайского края, установила в прошлом году флагманскую модель цифровой печатной машины Ricoh Pro C7200X с дополнительным пятым цветом. Оборудование позволило рентабельно печатать малые тиражи не только рекламной продукции, но и упаковки на плотных материалах



Шестисекционная печатная машина Heidelberg Speedmaster 74-6, переоборудованная для нанесения ВД-лака, используется для производства упаковочной продукции



Трафаретная линия позволяет выполнять декоративную отделку УФ-лаком



Фальцевально-склеивающая линия и вырубной пресс для послепечатной обработки заготовок картонной упаковки



По словам Александра, среди предложений поставщиков цифрового печатного оборудования оптимальным решением по соотношению стоимости оборудования и его технических возможностей стала для типографии полноцветная цифровая машина Ricoh Pro C7200X. «Одно из важных преимуществ данного оборудования — это возможность печати на толстом картоне, что позволяет изготавливать упаковку малыми тиражами. При этом важно отметить, что производственная скорость работы машины при использовании плотных материалов не снижается. Наиболее востребованной нами функцией машины Ricoh на сегодняшний день является ее высокая точность привода (в частности лица и оборота), что дает возможность отпечатанную на цифровой машине продукцию вырубать на автоматическом прессе. Также можно отметить и высокую точность попадания в цвет. Нам как производителям, в том числе и упаковочной продукции, такие функции цифровой машины необходимы», — подчеркнул Александр.

Пятый цвет

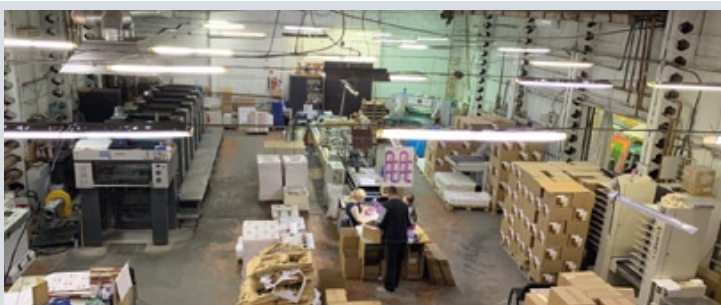
Конструктивная особенность Ricoh Pro C7200X заключается в наличии пятой секции, которую можно использовать для нанесения

различных покрытий — прозрачного тонера, имитирующего выборочное или сплошное лакирование; белого тонера, позволяющего работать с тонированными и металлизированными материалами; а также невидимого красного для печати защищенной продукции или неоновых цветов для создания креативной рекламной полиграфии. Тем не менее в типографии отмечают пока не такую высокую востребованность заказчиками пятого цвета.

«Стоит сказать, что в разных регионах спрос на продукцию с использованием пятого цвета отличается, — говорит генеральный директор типографии «Корвус». — Пока мы не в полной мере задействуем возможности цифровой печати с дополнительными покрытиями. За неполный год работы цифрового оборудования на нашем предприятии (машина Ricoh Pro C7200X была установлена в типографии «Корвус» в ноябре 2018 г. — прим. ред.) пробег машины составляет более 600 тыс. отпечатков. Однако процент работ с применением пятого цвета пока не очень велик. Безусловно, мы стараемся рассказывать о преимуществах такой печати нашим заказчикам, используем все возможности по продвижению этих функций машины. И тенденция к росту таких заказов есть. В ближайшие месяцы, особенно под конец года, мы ожидаем спрос на неординарную полиграфическую продукцию с использованием дополнительных цветов».

Бизнес в «цифре»

С появлением промышленной печатной машины Ricoh Pro C7200X можно говорить о серьезном



Производственная площадка «Корвус» в Барнауле

развитии цифрового направления бизнеса типографии «Корвус». «Среди заказчиков на цифровую печать много наших постоянных клиентов, с которыми мы сотрудничаем по офсетным тиражам, — отмечает Александр. — Теперь у нас есть возможность подтянуть и цифровые работы от наших заказчиков. Благодаря расширению полиграфических услуг у нашей типографии появляются новые клиенты, в том числе и такие, которых интересует исключительно цифровая печать. Сегодня мы намерены серьезно развивать цифровое подразделение. Если раньше мы использовали простую цифровую печатную технику скорее в качестве дополнительного оборудования для выполнения несложных заказов — скажем, для клиента, который размещает у нас большой тираж упаковки, напечатать 100 визиток, — то сейчас машина Ricoh является для нас специализированной единицей оборудования, которая позволяет зарабатывать и строить бизнес в области цифровой полиграфии. Способствует этому также

и то обстоятельство, что недавно офис типографии переехал в новое помещение в центре Барнаула. Там же и была установлена новая машина. Расположение в центре города позволяет собирать большее количество цифровых заказов и делает работу с нами более удобной для клиентов. Нам пришлось также расширить штат дизайнеров до 5 человек. Они осуществляют и доредактуру офсетных заказов, и дорабатывают макеты, в том числе и для цифровой печати. Также их творческие способности будут нам необходимы для продвижения цифровой печати с использованием пятого цвета».

Александр отмечает, что на машине Ricoh Pro C7200X выгодно изготавливать тиражи до 500–700 листов формата А3: «Мы печатаем на цифровой машине много листовой продукции — листовки, буклеты, бланки, календари, визитки, а также наклейки, этикетки, картонную упаковку. Иными словами, работаем с разными материалами. И универсальность цифровой машины позволяет это делать».

Сотрудничество с поставщиком

Когда Ricoh Pro C7200X была установлена в типографии «Корвус», цифровая машина являлась новинкой в линейке поставщика оборудования — ее анонсировали в июне 2018 г. «От предыдущей модели Ricoh Pro C7100 новая машина имела много отличий и требовала наладки со стороны сервисной службы, — говорит Александр. — В результате нам помогли в московском представительстве компании Ricoh. К нам направили сервисного инженера, который помог настроить машину и выйти на необходимый уровень качества печати. В ближайшее время мы собираемся отправить нашего оператора цифровой печати на курсы повышения квалификации в Москву, где специалисты компании Ricoh в течение нескольких дней интенсива познакомят нашего сотрудника с тонкостями работы и обслуживания новой машины. Безусловно, Ricoh Pro C7200X обладает большим функционалом, широкими дополнительными возможностями. Знание того, как правильно их использовать, позволит нам увеличить поток клиентов и глубже понять, как грамотно позиционировать и максимально использовать весь функционал цифрового оборудования».

Перспективы роста

Оценивая технические возможности всего производственного парка оборудования, Александр отмечает: «Сегодня мы видим свое развитие не в увеличении печатных мощностей (их у нас на текущий момент достаточно и в офсетной, и в цифровой печати), а в расширении послепечатных возможностей. На мой взгляд, основным направлением в полиграфии в ближайшей перспективе является повышение рентабельности тиражей за счет увеличения количества дополнительных отделок. У нас и сегодня достаточно широкое предложение по послепечати: ламинирование, конгрев, тиснение фольгой, УФ-лакирование и другое. Тем не менее мы планируем расширять перечень послепечатных операций. Даже цифровые заказы мы можем обрабатывать на профессиональном послепечатном оборудовании, что повышает их добавленную ценность. В конечном итоге мы производим не отпечатанные листы, а готовую продукцию, поэтому именно в предоставлении широкого ряда послепечатных услуг видим дальнейшие шаги нашего развития».



НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ КАЧЕСТВО 340 lpi



РАБОТА ПОД КЛЮЧ

от макета до доставки тиража в ваш ОФИС

ДИЗАЙН,
ВЕРСТКА



ОФСЕТНАЯ
ПЕЧАТЬ



ЦИФРОВАЯ
ПЕЧАТЬ



ПОСЛЕПЕЧАТНЫЕ
РАБОТЫ



ДОСТАВКА
ТИРАЖА



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

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

ИСКУССТВО
СОЗДАВАТЬ
НОВОЕ

RICOH
imagine. change.

PRO
C7200X



**ВЫСОКОЕ
КАЧЕСТВО ПЕЧАТИ**



РАЗРЕШЕНИЕ 2400X4800 DPI

**РАБОТА
С 5-ОЙ СТАНЦИЕЙ**



ТОНЕР СКРЫТЫЙ КРАСНЫЙ
ПЕЧАТЬ БЕЛЫМ + СМУК В ОДИН ПРОХОД

**ВЫСОКАЯ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ**



85/95 СТР/МИН НА БУМАГАХ ПЛОТНОСТЬЮ
ДО 360 Г/М2

**ПОДДЕРЖКА РАЗНООБРАЗНЫХ
МАТЕРИАЛОВ**



ПЕЧАТЬ БАННЕРА СИМПЛЕКС/ДУПЛЕКС: 1260/700 ММ
ПОДДЕРЖКА БЕСКАРБОНОВЫХ БУМАГ (САМОКОПИРКА)
УЛУЧШЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ

УДОБСТВО РАБОТЫ



АВТОКАЛИБРОВКА С ВСТРОЕННЫМИ ДАТЧИКАМИ
ОПЕРАЦИОННАЯ ПАНЕЛЬ 17" (СМАРТ-ПАНЕЛЬ)
ММТ - ИНСТРУМЕНТ НАСТРОЙКИ МАТЕРИАЛОВ
УПРОЩЕНИЕ УДАЛЕНИЯ ЗАМЯТОЙ БУМАГИ

НОВЫЕ ФИНИШНЫЕ ОПЦИИ



PLOCKMATIC BANNER SHEET STACKER
BDT BANNER SHEET LCT
GBC STREAMWIRE BIND

Замена офсету, или Новое поколение цифровых машин



Федор Босько,
директор,
типография «Поликraft»
[Минск]

Типография «Поликraft» — одна из крупнейших в Республике Беларусь частных универсальных полиграфических компаний, имеющих как офсетное, так и цифровое производство. Следуя современным тенденциям развития полиграфического рынка, в типографии придерживаются стратегии расширения цифрового направления печати. В этом году «Поликraft» стала первым в Республике Беларусь обладателем цифрового печатного оборудования Xerox Iridesse Production Press с возможностью печати до 6 цветов. Тем самым компания в очередной раз подтвердила, что ее техническое оснащение не имеет аналогов среди полиграфических предприятий ре-

спублики. Мы поинтересовались у владельца и директора типографии «Поликraft» Федора Босько, как новое приобретение согласуется с его видением развития бизнеса на белорусском полиграфическом рынке.

Собственное производство

«В бизнес мы пришли еще в середине 1990-х гг., но тогда работали в качестве издательства и рекламного агентства, — рассказывает историю создания своей компании Федор Босько. — Это было время развития частного предпринимательства в стране, что, в свою очередь, формировало спрос на печатную продукцию. Цены на полиграфические услуги были весьма высокие, и это позволяло неплохо существовать, выполняя лишь посреднические услуги. Заказы переразмещали в некоторых типографиях в Минске. Однако полиграфических компаний, которые готовы работать с небольшими тиражами, в городе было очень мало, а крупные государственные типографии даже думать не хотели о работе с мелкими тиражами. По мере того как наш бизнес развивался, мы начали сталкиваться со сложностью размещения заказов, а также соблюдения

сроков и контроля процесса. Стало понятно, что нужно самим идти в полиграфический бизнес. Мы тогда уже имели солидный портфель заказов на журнальную продукцию. Это не были гляцевые журналы, скорее отраслевые или тематические. Как правило, с цветной обложкой и черно-белым блоком».

Первый появившийся в 2000 г. в типографии печатный станок — чехословацкая машина Romyor — ознаменовал начало собственного производства. Через полгода таких машин было уже пять. Затем появился первый однокрасочный Dominant, но довольно быстро эту технику начали заменять печатные машины Heidelberg. «За время работы у нас было много разных машин Heidelberg — серий GTO, Quickmaster, Speedmaster. Какие-то машины мы приобретали новыми, какие-то бывшими в употреблении. Мы даже получили статус «предприятие-партнер Heidelberg», но затем в нашей типографии появились



Недавней инсталляцией в типографии «Поликraft» стала цифровая печатная машина Iridesse Production Press от компании Xerox с возможностью печати до 6 цветов одновременно



Типография «Поликraft» серьезно развивает цифровое направление печати. Сегодня производственный парк компании оснащен промышленными цифровыми печатными машинами Xerox — Nuvera 288 и полноцветной Xerox iGen 150

офсетные машины других производителей».

Цифровизация производства

В 2009 г. в типографии начали всерьез задумываться о цифровом печатном производстве: «Мы взяли курс на цифровизацию нашей печатной базы. В Беларуси особо не было больших тиражей полиграфической продукции, а с развитием кризиса 2008 г. существующие тиражи стали еще меньше. Особенно это коснулось журналов, которых мы печатали довольно много. Тиражи ряда журналов свернулись тогда до нескольких сотен экземпляров (сейчас они еще уменьшились). Конечно, офсетные заказы тоже сохранились, но их становилось все меньше, и в итоге мы решили инвестировать в цифровое печатное оборудование. Однако покупать простейшую технику мы сочли бессмысленным, поскольку нам нужно было дер-



«Поликрафт» обладает мощным парком послепечатного оборудования, что позволяет брать заказы от сторонних типографий

жать высокую планку качества, заданную нашим офсетным производством», — рассказывает Федор.

Так, в типографии «Поликрафт» появились цифровые печатные машины компании Хегох: черно-белая Xerox Nuvera 288 и полноцветная Xerox Color 1000. Для предприятия это была серьезная инвестиция, изменившая положение дел на полиграфическом рынке Беларуси. «На тот момент у нас не было никаких конкурентов даже близко», — отмечает Федор. — Цифровая полноцветная машина печатала с очень высоким качеством, порой лучше нашего офсета. Более того, у нее был «цифровой лак», что позволяло нам изго-



тавливать продукцию с выборочным лакированием, не прибегая к трафарету. Вместе с машинами нам достался «клик-контракт», который в тот момент был необременительным, при этом поддержание машины в идеальном состоянии обеспечивала компания Хегох. Отмечу, что они с этой задачей справлялись отлично. В результате многие малотиражные журналы мы легко

ДОСТУПНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ

ПЛЕНКА ДЛЯ ЛАМИНАЦИИ

Любые размеры, любая ширина, любая намотка, втулка 3 и 1 дюйм

ДОСТУПНЫ ЛЮБЫЕ ФОРМАТЫ от 0 до 1.88 м под заказ, срок исполнения в течение дня. Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты.
От 17 до 125 микрон, много видов голографических пленок
На большие и постоянные объемы - скидки!

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

В наличии пакетная пленка А4 от 60 до 175 микрон, А3 от 60 до 175 микрон

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ

КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ

УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

г. Москва,
метро Пущинская,
ул. Подольских
Курсантов, 3

г. Чебоксары,
ул. Патриса Лумумбы
д. 8, офис 204

г. Санкт-Петербург,
ул. Химиков 18

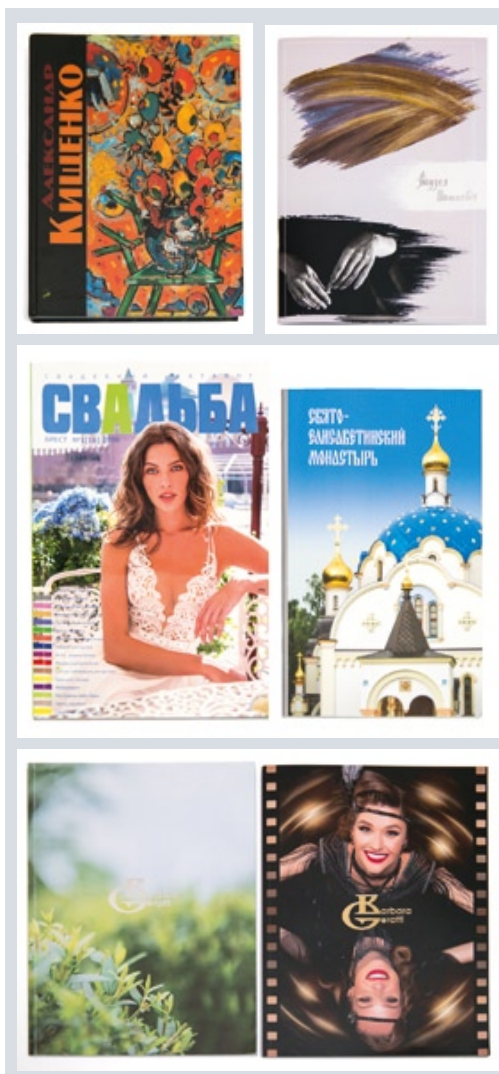
г. Ульяновск
ул. Ленина
д. 50/115,
+7-8422-303711

Мы работаем без выходных с **9.00 до 21.00**

+7 (499) 643-47-62 +7 (812) 748-57-50

e-mail: info@lamstore.ru www.lamstore.ru

БЕСПЛАТНО ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ОБРАЗЦЫ ВСЕХ МАТЕРИАЛОВ! НА ВСЕ МАТЕРИАЛЫ ДАЕМ ГАРАНТИЮ! Отправка в любые регионы РФ. Доставка по ТК — бесплатно.
У Вас есть свои поставщики с более низкими ценами? Вы покупаете по той же цене, что у нас? Пишите немедленно: discount@lamstore.ru, подготовим для Вас индивидуальное предложение! С НАМИ МОЖНО ТОРГОВАТЬСЯ!



Основная продукция типографии «Поликрафт» — печать многополосных изданий

перевели на цифровую печать, а на некоторых стали использовать гибридный подход».

Гибридное производство

Надо отметить, что гибридное производство в типографии отлажено и с технологической, и с экономической точки зрения. «Сейчас мы много продукции печатаем гибридным способом, — поясняет Федор. — Например, если в журнале или каталоге есть всего несколько цветных полос, а остальные черно-белые, то мы разделяем заказ на части. Можем обложку отпечатать на цифре, блок на офсете в одну краску, а цветные полосы опять на цифре. При малых тиражах черно-белая часть может печататься на Nuvera 288. Относительно многотиражную продукцию печатаем на офсете, используя минимум бумаги на приладку и тираж, но если, например, какой-то страницы не хватит, мы ее легко допечатаем на цифре — наши цифровые машины настроены на совпадение с офсетом».

Новые инвестиции

Освоив цифровую машину Xerox Color 1000, через некоторое время в компании решились на новые инвестиции и приобрели цифровую машину Xerox iGen 150. «Это уникальная машина. Когда она появилась, мы сразу поняли, что она

подходит под наши задачи. У нее увеличенный формат печати (можно, например, печатать развертки папок) и очень хорошая экономика (печать трех страниц A4 по затратам выходит как две). К тому же, это первая «всеядная» цифровая машина, на которой можно запечатывать и картон, и текстурные бумаги, и некоторые полимеры. С помощью этой машины мы смогли успешно выйти на рынок календарей и белой продукции», — говорит Федор.

Параллельно с развитием цифровой печати в типографии «Поликрафт» стали постепенно отказываться от офсета. Тиражи становились все меньше, и держать большие офсетные мощности оказалось невыгодно. Сейчас в типографии работает только одна офсетная машина. Впрочем, работы для нее хватает.

За прошедшие годы в типографии обросли большим количеством послепечатного оборудования, и Федор отмечает, что послепечатные процессы все чаще становятся бизнесом, причем как при выполнении собственных заказов, так и извне. В «Поликрафт» часто привозят на послепечатку заказы из других типографий, которые предпочитают использовать профессиональное оборудование сторонних компаний, чтобы предоставить заказчику продукцию с качественной брошюровкой или отделкой, вместо того чтобы выполнять эти операции на примитивном оборудовании.

Уникальные возможности

Время идет, и с момента приобретения первой цифровой машины прошло уже 7 лет. «Несмотря на то, что машина по-прежнему в идеальном состоянии (благодаря клик-контракту), настала пора ее заменить, — рассказывает Федор. — Xerox как раз показал новую машину Iridesse Production Press. Внимательно ее изучив, мы поняли, что это идеальная замена нашему Xerox

Color 1000. Во-первых, это та же проверенная нами платформа, которая отлично себя зарекомендовала. Во-вторых, качество печати существенно выросло, хотя и к прежнему никаких нареканий не было. В-третьих, Xerox предлагал хорошие условия на ее приоб-

ретение и на клик-контракт к ней. В-четвертых, она отлично работает на сложных бумагах и картоне так же, как и iGen. И в конце концов, у нее появились еще и дополнительные цвета (золото, серебро, белила, лак). Поэтому не так давно в нашей типографии была установлена машина Xerox Iridesse Production Press, быстро ставшая «главной» на производстве. Теперь все особо критичные по качеству заказы мы печатаем на ней». Что касается продвижения услуг по цифровой декоративной отделке отпечатков, Федор отметил: «Мы сейчас активно работаем над популяризацией этих процессов — помогаем заказчикам использовать уникальные возможности цифрового оборудования при разработке проектов, показываем, что сложная отделка перестала быть недоступной по деньгам и срокам, поддерживаем эксперименты заказчиков и поиск лучших решений. Мы находимся пока в начале пути, но уже видим перспективы».

Струйные технологии

В беседе о будущем полиграфии в Беларуси Федор высказал интересную идею о том, что в перспективе офсетная печать в стране останется только в производстве упаковки, а вся коммерческая и рекламная полиграфия окажется в цифровом диапазоне. Уже сейчас он присматривается к промышленным струйным машинам для печати книг, каталогов, журналов и т. д. «Пока еще экономика использования этих машин не позволяет переводить на них тиражи «немногим за тысячу», — говорит Федор, — но процесс постепенно идет (средний коммерческий тираж типографии редко превышает порог в тысячу экземпляров). Как только мы поймем, что экономическая ситуация с этими заказами изменилась, мы будем всерьез рассматривать приобретение струйной цифровой машины. Ну а пока у нас есть офсет...»