

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

№ 8, Ноябрь, 2015

ПОЛИГРАФ



ОФУСЕР

ИЛИ ЦУФУДИ:

НОВАЯ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ВОЙНА

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Куда кривая выведет? или Пересечение интересов «цифры» и офсета 2

ОБОРУДОВАНИЕ

Типография «Прайс»

Техническое перевооружение, или Как выйти на новый уровень 8

«Репроцентр А1»

Первопроходцы из Сибири 14

Типография «АРБАТ»

«АРБАТ»: в ногу со временем и технологиями 18

Типография «Советская Сибирь»

Региональная полиграфическая экспансия 22

Типография «Бриз»

Верный выбор: рекорд и качество на «шесть!» 29

ТЕХНОЛОГИИ

Типография «Курт»

Качество без компромиссов, или Нестандартный подход 10

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн 6	Agfa 21
ВИП-Системы клапан, 25	Bobst 31
ВМГ-Трейд 5	FTP-Group клапан
ОктоПринт Сервис клапан	Heidelberg 17
Терем 1	hubergroup 3
Терра Системы клапан, 19	KBA 3-я обл.
Фабрика офсетной печати. вкладка	NCL 2-я обл.
AGService клапан	Kodak клапан
	YAM International 4-я обл.

Учредитель Издательство «Курсив»

Генеральный директор
А. Ч. Амангельдыев
Исполнительный директор
Н. В. Шапинова
Ответственный секретарь
Л. В. Артемова
Зам. 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
Подписано в печать 24.11.2015
Тираж 7000 экз.

ВНИМАНИЕ!

Воспроизведение материалов или их фрагментов без разрешения редакции запрещено. За содержание рекламных модулей редакция ответственности не несет

Термальные пластины Agfa Thermal P960

Формат 1030 x 785 мм, 0.3 мм

4,00 *
евро/кв.м.

Наименование	Цена, евро/кв.м.
Термальные пластины	
Thermal P960 1030 x 770 0.3 SH30	4
Thermal P960 1030 x 785 0.3 SH30	4
Thermal P960 740 x 1036 0.3 SH30	4
Thermostar P970 490 x 370 0.15 SH100	2
Thermostar P970 620 x 467 WEB 0.3 SH50	2
ELITE PRO 745 x 660 0.3 SH30	6.4
ELITE PRO 1030 x 770 0.3 SH30	4
Oriental Improva T 490 x 370 0.15 SH100	2
Фотополимерные пластины	
Aspire 450 x 370 0.15 SH100	3
Aspire 630 x 450 0.3 SH60	3
N91v 850 x 554 0.3 SH40	5
Серебросодержащие пластины	
Lap V 510 x 400 0.3 SH40	6

**РАСПРОДАЖА
СТР-ПЛАСТИН AGFA
НА САЙТЕ WWW.TEREM.RU**

Термальные P960 | P970 | Elite PRO | Engage
Фотополимерные N91V | Aspire
Бесхимические Azura TS | Azura Vi
Серебряные Lithostar Lap V



Компания «Терем» — официальный дилер
и премиум-партнер Agfa Graphics в России

* Цена в евро для специалистов. Цена в рублях — по курсу ЦБ РФ.

Куда кривая выведет? или Пересечение интересов «цифры» и офсета

Вопросами экономики полиграфического производства мы интересуемся уже довольно много лет, и за эти годы сформировался некоторый уровень их понимания. И хотя тема эта обширная и глубокая, есть ряд базовых моментов, которые в целом и определяют общее равновесие в определении процессов производства тех или иных видов полиграфической продукции. Примерно 20 лет назад появление на рынке цифровой печати спровоцировало активные высказывания на тему, что очень скоро никакой другой печати не останется, все будет печататься «цифрой». Но до сих пор ситуация глобально не изменилась. Специалисты по продвижению цифровой печати все так же говорят о том, что вот-вот, уже скоро, все будет печататься цифровой печатью. Но прочие традиционные способы печати пока еще живы и, можно даже сказать, относительно неплохо себя чувствуют, в том числе и в России. Конечно, рынок офсетной печати несколько сократился, но тому есть масса причин, не связанных с развитием цифровой печати.

При этом сам феномен цифровой печати заслуживает отдельного внимания. Казалось бы, в ней все замечательно: просто, быстро, без технологических сложностей. Нажал кнопку — получил тираж. Никаких приладок, вся печать в автоматическом режиме, никакого перерасхода бумаги. За последние годы качество цифровой печати уже сравнялось с хорошим офсетом, даже появились

различные украшения: лакирование, дополнительные цвета, серебро/золото и т. д. Производительность цифровой печати уже близка к современному офсету, а для некоторых заказов с учетом приладок, сушки и пр. получается,

Разговоры о скорой победе цифровой печати над офсетной идут уже давно, больше 20 лет. Но победа пока не наступила... Впрочем, очередной удар с стороны цифровой печати был не так давно нанесен. Разбираемся: в чем он состоит и на что может повлиять

что «цифрой» их изготавливать намного быстрее... И тем не менее массового перехода полиграфических предприятий на цифровую печать пока не наблюдается. В лучшем случае офсетные типографии уступают цифровые машины

«для вспомогательных целей» и используют их только когда это оправданно. О замене одного другим речь вообще не идет. Почему так? Консерватизм? Ретроградство? Недопонимание? На самом деле есть еще один аспект, который необходимо учитывать, — экономика. С точки зрения экономики цифровая печать пока не может надежно конкурировать с офсетом на всех уровнях. Только на отдельных видах заказов и на коротких тиражах... А дальше не может! Поэтому-то и не происходит массового избавления от офсетной печати и массового же перехода на промышленную цифровую печать, хотя таковая появилась, причем в ассортименте, лет семь-восемь назад.

Под промышленной цифровой печатью принято понимать такую цифровую печать, которая предназначена для серьезного объемного применения. Небольшие листовые печатные машины, поначалу строившиеся на базе копировальных аппаратов, могут эффективно использоваться для простой продукции: брошюр, листовок, флаеров, иногда книг штучными тиражами (хотя для книг уже требуется серьезная послепечатная обработка,

для которой листы с таких цифровых машин не очень подходят). Но изгоставливать на них газеты, гляцевые журналы, книги большими тиражами, а тем более упаковку, беловые товары и т. д. получается крайне невыгодно. Положение, по логике разработчиков, должна была спасти промышленная цифровая печать, но ее появление на рынке совпало с экономическим и финансовым кризисом, разразившимся в 2008 г., который очень сильно повлиял, как это ни парадоксально, на полиграфию как отрасль, причем во всем мире, а не только в России. Причины такого влияния, наверное, еще предстоит осознать, но общая ситуация объясняется тем, что полиграфия не в полной мере самодостаточная отрасль, а ее продукция не всегда является продукцией первой необходимости. При появлении финансовых проблем многие граждане скорее откажутся от покупки лишней книги, отменят подписку на журнал, чем перестанут покупать еду, одежду или пользоваться автомобилем. Поэтому после кризиса 2008 г. рынок продаж автомобилей более-менее восстановился, а рынок печатной продукции — нет. Ну и поскольку на не является предметом первой необходимости, без нее привыкают обходиться.

Именно поэтому полиграфии в послекризисный период пришлось сложнее других отраслей. Те, кто еще готов был инвестировать в производство полиграфической продукции, стали требовать от типографий дальнейшего снижения цен на производство, и это на фоне общего роста цен на целлюлозу и как минимум не дешевающей бумаги. Поэтому внедрение и развитие промышленной цифровой печати пошло сложновато. В основном промышленные цифровые машины покупали не полиграфические компании, а те, кто завязан на большой документооборот: финансовые структуры, государственный сектор и т. д. А в отрасли продолжила развиваться офсетная печать. Уже в послекризисный период появилась офсетная техника нового поколения, печатать на которой стало еще выгоднее. Она производительнее (скорости листовая

печати выросли до 20 тыс. листов/ч), в целом качественнее, стала более экономичной в плане потребления бумаги (затраты бумаги на приладку в норме уже менее 100 листов). Офсетные машины теперь стали полностью автоматическими, сами следят за накатом краски, сами настраивают приводку, сами выявляют и отбраковывают некачественные оттиски. В офсет пришли технологии быстрой сушки оттисков (например, экологичная УФ-печать), так что с точки зрения скорости прохождения заказов офсет существенно продвинулся, лишив цифровую печать части аргументов. В результате внедрять в офсетную типографию про-

мышленную цифровую печатную машину стало еще сложнее. Что же получается? Офсет победил «цифру»? Отчасти да.

Но как всегда бывает в «битве гигантов», контрудар должен был последовать. И он не заставил себя долго ждать. На выставке Hunkeler Innovation Days (самом авторитетном событии в области промышленной цифровой печати) целый ряд производителей цифрового оборудования сообщили о выпуске нового поколения машин промышленной цифровой печати, которые призваны отыграть утраченные позиции и существенно потеснить офсет с занимаемых позиций. Что же такого любопытного

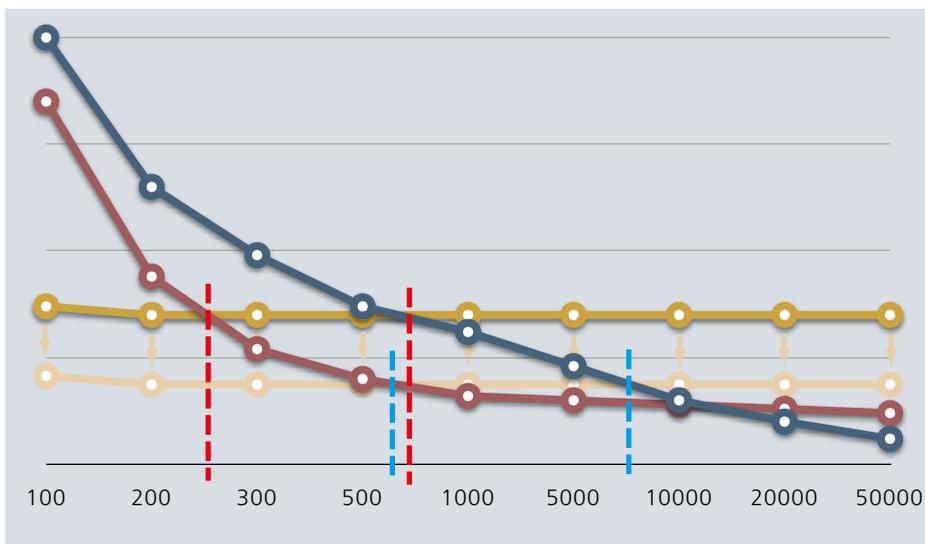


huber
group
www.hubergroup.ru

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



Условный график себестоимости экземпляра печатной продукции, выполненной разными способами. Темно-синий кривая — рулонная офсетная печать, коричневая кривая — листовая офсетная печать, оранжевая — цифровая печать. Подобные графики не раз публиковались в различных средствах массовой информации, и сами по себе большого смысла не имеют. Скорее, их необходимо воспринимать как методику сравнения и выбора более экономичного способа изготовления того или иного заказа. Красными линиями показаны места пересечения кривых себестоимости, которые соответствуют определенным тиражам. Оранжевая кривая характерна больше для малоформатной листовой цифровой печати. Появление на рынке промышленной цифровой печати сдвигает график цифровой печати вниз (бледно-оранжевый цвет), перемещая таким образом области пересечения в сторону более длинных тиражей (пересечения показаны голубыми штриховыми линиями)

добавилось к уже существующим возможностям цифровой печати? Первое и очень важное — возможность печати на серийных бумагах, предназначенных для офсетной печати и выпускаемых на рынок большими объемами. До недавнего времени это было или невозможно, или проблематично, или требовало специальной обработки бумаги. Ряд бумажных производителей даже поторопились наладить выпуск специальной цифровой бумаги для промышленной струйной печати и, разумеется, вывести такую бумагу на рынок по более высокой цене. Насколько нам известно, больших объемов потребления у этой бумаги нет. Традиционные ти-

графии не готовы иметь большой ассортимент бумаги разных сортов: одни для офсета, другие для «цифры», главное не перепутать. Оптимально иметь минимальный набор сортов бумаги, который можно использовать и там и здесь. И вот теперь ряд производителей цифрового печатного оборудования рапортуют о том, что появилась возможность печати на самых разных офсетных бумагах, причем сразу на всем ассортименте. Можно печатать на дешевых газетных, можно на «офсетке», можно на легкомелованной журнальной бумаге, можно на качественной «меловке» для высокохудожественных изданий и даже на картоне. Причем никакой специальной обработки или грунтования для этих бумаг не требуется, зарядил в машину — и печатай. Второе большое достижение промышленной цифровой печати — обеспечение бескомпромиссного качества офсетной печати. Сейчас отличить оттиски, сделанные на струйной цифровой машине и на машине офсетной, уже практически невозможно.

Помимо этого, усилия компаний послепечатного сектора (в первую очередь той же Hunkeler) привели к появлению послепечатных комплексов, которые могут в полностью автоматическом режиме преобразовать запечатанное бумажное полотно, выходящее из струйной печатной машины, в готовую продукцию или в необходимые для дальнейшей обработки полуфабрикаты. Можно получить готовую, подобранную газету, подобранные комплекты тетрадей для журнала или книги, листовую продукцию. В общем, технология изготовления полиграфической продукции цифровым способом существенно продвинулась

Новое решение в промышленной цифровой печати

Как уже упоминалось в начале статьи, на выставке Hunkeler Innovation Days было объявлено о появлении нескольких новых разработок в области промышленной цифровой печати, которые рискуют существенным образом изменить расклад сил на рынке. Сразу несколько компаний объявили, что их машины могут работать на обычных полиграфических бумагах с качеством хорошего офсета, на скоростях, сравнимых с офсетной печатью, и по ее цене!

В качестве примера можно привести новую машину Kodak Prosper 6000. Это рулонная машина, способная запечатывать рулон бумаги шириной до 640 мм, работающая на самых разных бумагах: от «газеты» до «меловки». При этом машина может разогнаться до скорости печати 300 м/мин, что почти соответствует скорости самой современной листовой печатной машины: 18 тыс. отт./ч.

Но самое интересное в этой машине даже не это. На рынке уже есть похожие предложения, и по формату печати, и по производительности. Самое интересное здесь то, что

Kodak гарантирует стоимость типового клика по расходным материалам 0,005 долл. США, то есть полцента! Это, правда, при существенных объемах печати, но тем не менее... При этом у компании эта цифра объявлена официально на сайте и в рекламных материалах. Другие игроки рынка стоимости клика открыто не объявляют. Возможно, она и находится в аналогичном диапазоне, но все же не объявляется. А тут — полцента за полноцветный оттиск формата А4! Очень серьезное предложение. Согласно нашим грубым подсчетам получается, что на этой машине выгодно печатать тиражи где-то в районе 3–4 тыс. экземпляров, причем явно выгоднее, просто по затратам. Это уже не просто притянутые за уши оправдания «быстрее — значит выгоднее», «а еще можно печатать персонализацию», «не требуется высокая квалификация оператора, и на этом можно сэкономить» и т. д. Здесь просто напрямую, простым подсчетом, получается выгоднее, и все! Это очень серьезный прорыв в цифровой печати. Жизнь пора переосмысливать

вперед. Судя по интересу, проявленному к той же выставке Hunkeler Innovation Days со стороны традиционных печатников, контрудар нанесен серьезный...

И все же остается один серьезный аргумент, который пока не дает возможности говорить о скором повсеместном торжестве цифровой печати над офсетом — себестоимость печати. У цифровой печати она пока выше, чем у офсета. А значит, в условиях жесточайшего ценового прессинга на традиционные типографии переходить на «цифру» они не будут. Причем есть существенные отличия в себестоимости цифровой печати и традиционного офсета. При офсетной печати себестоимость единицы продукции зависит от тиража и, помимо этого, еще и от загрузки предприятия. Мы эту тему не раз поднимали, просчитывали. В цифровой печати все иначе. Здесь есть

Проверяем на себе

Получив очень интересные цифры по стоимости условного клика на цифровых промышленных машинах последнего поколения, мы задумались о том, могут ли машины такого типа обеспечить выгодную печать нам, издателям журналов. Если взять в качестве примера журнал «Формат», отбросить некоторые изыски, которые мы порой применяем на обложках, и просчитать его просто как «32-полосный журнал с четырехполосной обложкой из более плотной бумаги», то получается весьма интересная картина. Стоимость одного экземпляра такого журнала будет составлять 20 центов, или по текущему курсу около 15 руб. (собственно производство, без бумаги). Впрочем, это себестоимость по кликам. Продавать клики типографии будут, естественно, дороже, поскольку в клик нужно заложить амортизацию оборудования, а стоить оно будет, скорее всего, недешево. Впрочем, если мы удвоим себестоимость клика в надежде получить продажную цену, то стоимость изготовления журнала будет примерно 30 руб. за экз. У нас цена хоть и ниже, но совсем не намного. Причем здесь речь идет о собственно процессе печати, без учета послепечатных процессов и бумаги. Цифровые машины печатают на рулонной бумаге, которая несколько дешевле листовой, которой пользуемся мы, так что отыгрывается еще немного цены. При этом у цифровой печати могут быть другие послепечатные процессы (как минимум можно обойтись без подборки), что может еще немного удешевить процесс.

В общем, ситуация меняется. Стоимость производства на промышленной «цифре» уже практически сравнялась с ценой на традиционном офсете, даже на тиражах в несколько тысяч экземпляров. Нужно, конечно, оговориться, что мы взяли за основу реальное производство в России с теоретически возможной и только что объявленной ценой клика в США. Какова она будет в реальности, да к тому же в России, еще неизвестно, но ждать, судя по всему, осталось не так долго. Выставка drupa 2016, скорее всего, продемонстрирует множество новых решений в этом секторе. По слухам, компания Heidelberg планирует показать листовую струйную машину формата В1. И если поставщикам удастся убедить полиграфистов России в выгоде своих предложений, то соответствующие производства наверняка появятся. Ждем-с.

TOYO INK

Visible Science for Life



ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА
КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ



Сделано в Японии
Яркие цвета
Быстрое закрепление
Высокий глянец
Хорошие цены

YMG
trade

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

понятие «цена оттиска» или (зачастую) «цена клика», то есть минимального печатного действия, причем у разных производителей понятие клика разное. Под кликом может пониматься нанесение одного цвета на лист заданного формата (чаще всего считается в А4). Такой подход пришел в промышленную печать из офисного сегмента, где таким

образом удобнее учитывать затраты. Например, при цене клика 0,1 долл. США печатному участку корпоративного сектора очень просто считать: черно-белый оттиск формата А4 будет стоить 0,1 долл., черно-белый двусторонний — 0,2 долл., двухкрасочный двусторонний — 0,4 долл., полноцветный формата А3 — 1,6 долл. Цифры взяты услов-

«Клик» в традиционном офсете

Первый вопрос, который приходится учитывать, не так прост. А с каким, собственно, офсетом будем сравнивать: с листовой малоформатной машиной, с длинным перфектором листового формата или с рулонной журнальной машиной с газовой сушкой? Критерий отбора не так легко придумать. Попробуем взять за основу стоимость оборудования. Если цифровая машина формата В2 стоит в районе 1,5 млн евро, то сравнивать ее нужно с четырехкрасочной машиной листового формата. На ее печатном листе размещается 8 типовых листов А4, а при определенном расположении полос уместится и 10. В офсетной печати затраты на производство состоят из стоимости приладки и стоимости листопрогонов. (Для простоты мы убираем множество других влияющих факторов, таких как накладные расходы, отчисления на содержание предприятия и т. д. Они будут разными при цифровой печати и при офсетной, но для первого приближения попробуем обойтись без них.) Если взять за первое приближение себестоимость приладки, в которую входит изготовление печатных форм, машинное время, необходимое для смены заказа, какое-то количество расходных материалов для смены заказа, например смывочных растворов, то затраты на одну приладку на четырехкрасочной машине по минимуму составят 80–100 евро, причем чем быстрее будет проведена приладка, тем меньше доля машинного времени в затратах.

Помимо приладки есть еще затраты на листопрогоны. Они определяются в основном машинным временем, затраченным на собственно процесс печати. И здесь опять есть радикальное отличие офсета от цифровой печати. Печать на офсетной машине может вестись на разных скоростях (от этого, в частности, зависит качество будущих оттисков), а значит, чем быстрее скорость печати, тем меньше себестоимость одного прогона. В себестоимость, разумеется, входит еще потраченная краска, объем которой зависит от сюжета, плюс еще какие-то расходные материалы, например увлажнение. Но корректно посчитать такие затраты практически невозможно, поэтому чаще всего используется укрупненный метод писания затрат на расходные материалы. В среднем на рынке имеет смысл ориентироваться на себестоимость листопргона 0,02–0,03 евро за однократный прогон листа через печатную машину. Надо отметить, что цифры, которые мы приводим в этих прикидочных расчетах, по большей степени усредненные, и ориентироваться на них для реальной работы вряд

ли целесообразно. У каждой типографии должны быть собственные подобные данные. Но тем не менее эти значения дают возможность прикинуть стоимость усредненного клика в офсетной печати формата А4. Он, правда, будет зависеть от тиража, но грубо можно сказать, что при тираже 200 экз. затраты на один приведенный оттиск составят 0,065 евро, при тираже 500 экз. — 0,027 евро, при тираже 1000 экз. — 0,015 евро, при тираже 2 тыс. — 0,010 евро, а при тираже более 5000 экз. стоимость клика будет практически определяться ценой листопргона. С учетом того, что на листе размещается 8 типовых полос А4, условный офсетный клик окажется равным примерно 0,0025 евро, и при больших тиражах эта цена будет уже практически постоянной (а при размещении на листе 10 типовых полос А4 клик станет еще дешевле).

Справедливости ради полученные цифры необходимо скорректировать по причине того, что для печати тех же 500 или 1000 экз. реально придется отпечатать больший тираж, за счет того, что приладка в офсете предполагает, что определенное число листов уйдет в брак. С учетом такой поправки следует изменить стоимости условного клика: при 200 экз. — 0,100 евро, при 500 экз. — 0,050 евро, при 1000 экз. — 0,020 евро, при 2 тыс. экз. — 0,012 евро, ну а далее стоимость будет почти равна цене листопргона. Такова ситуация с листовой четырехкрасочной машиной формата 70x100. При машине половинного формата ситуация будет несколько иной: на малых тиражах клик будет несколько дешевле, но больших — чуть дороже. С рулонной печатью — наоборот: на малых тиражах условный офсетный клик будет заметно дороже, зато на больших тиражах — заметно дешевле. Некоторые графические подробности на рисунке.



График пересечения себестоимости типового оттиска формата А4 для разных видов печати: листовой офсетной формата В1 (коричневый график), листовой офсетной формата В2 (синий график) и цифровой промышленной (оранжевый график). Точки пересечения уже находятся в области тысяч экземпляров, что заставляет по-новому смотреть на возможности «цифры»

ные, просто для примера, точные значение цены клика у разных производителей разные и зависят еще и от объема печати.

Такая «покликовая» схема учета затрат удобна не только простой подсчета затрат, но еще и тем, что у предприятия пропадает необходимость заботы о работоспособности печатного устройства, замене изнашиваемых частей, пополнении тонера или чернил и т. д. Платишь фиксированную сумму за отпечатанные листы — и все, остальное — проблемы поставщика оборудования или сервисной компании. Для офисного применения такой подход идеален. Неплохо он прижился и в бизнесе печатных салонов, которые специализируются на изготовлении самой разнообразной продукции небольшими тиражами. А для «большой», тиражной полиграфии он оказывается слишком дорогим, и это еще одна причина невысокой популярности промышленной цифровой печати среди офсетчиков. Именно поэтому уже многократно просчитанные «графики пересечения стоимости производства» почти никогда не заходят в область промышленных тиражей. Для обычной электрографической (тонерной) цифровой печати формата А3+ точка пересечения находится в районе 300–350 экз., для более производительной цифровой печати она может сдвигаться к 500 экз. Появившиеся не так давно цифровые машины формата В2 привнесли с собой и новые цифры пересечения. Например, у весьма успешной цифровой машины HP Indigo 10000 цена клика в среднем по миру находится в пределах 0,08–0,10 долл. США за односторонний оттиск полного формата (цифры эти неофициальные, получены из частной информации некоторых пользователей). Правда, отдельно упоминаются еще и необходимые «сервисные платежи», которые нужно выполнять по времени (обычно раз в месяц), но как их учитывать в поэкземплярных затратах, не очень понятно. Но тем не менее эти платежи в среднем не очень большие, и пока ими можно пренебречь. При этом на печатном листе машины размещается 4 полосы формата А4, а при особом размещении умещается и пять, правда без возможности получения разворотов для скрепления проволокой (только листовая продукция или продукция на бесшвейном скреплении). Это дает возможность получить себестоимость типовой полноцветной страницы 0,025 долл., что позволит отодвинуть точку пересечения в сторону более многотиражной продукции. Впрочем, чтобы иметь возможность какого-то сравнения с традиционным офсетом, попробуем просчитать себестоимость типовой полосы А4 в традиционном офсете (см. справку на с. 6).

Исходя из полученных цифр, можно сделать вывод, что современные цифровые машины уже не предназначены для печати только малотиражной продукции. На этих машинах вполне эффективно можно печатать продукцию тиражностью «около 1000 экз.», и это будет не только быстро и удобно, но и выгодно. Если же сравнивать машины типа HP Indigo с полуформатными офсетными машинами, то ситуация еще более сложная. Судя по всему, переходные тиражи оказываются в области 1500 экз., а это по теперешним временам вполне офсетный тираж, который для многих типографий будет желанным. А тут получается, что его эффективнее печатать на цифровой машине. Правда, цена таких цифровых машин существенно выше, чем средней полуформатной офсетной машины, так что нужно все-таки вводить поправки. Но все равно говорить о том, что цифровая печать эффективна лишь на тиражах 200–300 экз. и менее, уже поздно.

Впрочем, окончательная победа цифровой печати пока еще не очень близка. Все-таки для большинства серьезных полиграфических задач 1,0–1,5 тыс. экз. — это тираж маленький. Пока еще и периодика, и книги, и газеты, и даже рекламная продукция оперируют большими тиражами, не говоря уже об упаковке. Цифровой печати нужен еще один серьезный шаг вперед, еще одно революционное изменение, чтобы получить преимущества по всем фронтам. Впрочем, первые подобные решения уже появляются (см. справку на с. 4).

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

Техническое перевооружение, или Как выйти на новый уровень

В конце 2013 г. типография «Прайс» (Ессентуки) приобрела у компании «ЯМ Интернешнл» первый в России высекальный пресс Brausse нового поколения. Директор типографии Сергей Никитин отмечает, что именно благодаря ему предприятие смогло начать выпуск сложной и эксклюзивной продукции, что позволило расширить портфель заказов типографии.

Типография «Прайс» появилась на рынке Ставропольского края в 1997 г. и с тех пор специализируется на офсетной печати высококачественной этикетки, упаковки из картона и кашированного микрофронткартона. В начале 2013 г. на производстве заработала новая полноформатная офсетная машина, и перед руководством встала задача по обновлению высекального оборудования. В то время типография эксплуатировала китайский пресс Yu Yin MY 1050 без функции удаления облоя, купленный еще в 2001 г., но его уровень автоматизации и максимальная скорость работы явно не успевали за новой печатной машиной. Требовалось новое оборудование, причем обязательно с секцией удаления облоя.

Проведя детальный анализ существующих на рынке предложений, руководство типографии остановилось на автоматическом штанцевальном прессе с секцией удаления облоя Brausse 1050SE, который в соответствии с техническим заданием подобрали специалисты компании «ЯМ Интернешнл».



На фото слева направо: Сергей Михайлович Никитин, директор типографии «Прайс»; Лариса Анатольевна Терещенко, генеральный директор «ЯМ Интернешнл (ЮГ)»; Николай Иванович Тарасов, технический директор типографии «Прайс»

«Прессы Brausse выпускаются в Китае, а на рынке существует некоторое предубеждение против местных производителей. Наверняка, какие-то из них обоснованны, но не в случае с оборудованием Brausse, — комментирует директор типографии «Прайс» Сергей Никитин.

— На сегодняшний день это одна из лучших моделей высекального оборудования по соотношению цена/качество на российском рынке».

Подобное заявление имеет под собой вполне четкое обоснование. Высекальные прессы Brausse выпускает завод Shanghai Eternal Machinery — один из крупнейших китайских производителей оборудования для производства упаковки (500 человек трудятся на производстве площадью более 20 тыс. м²). Высокий уровень производства и качество выпускаемого оборудования привлекли внимание известнейшей швейцарской корпорации Bobst, которая в 2010 г. приобрела контрольный пакет Shanghai Eternal Machinery. Сделка открыла китайцам доступ к уникальному опыту и технологиям Bobst, позволив при этом сохранить более низкие в сравнении с Европой производственные затраты, а соответственно, и цены. Благодаря этому, оборудование данного бренда получило широкое распространение не только в Китае, но и за его пределами: более 60% высекальных прессов и около по-



Типография «Прайс» размещается в специально построенном и с любовью отделанном здании в городе Ессентуки



Типография «Прайс» занимается производством упаковки и этикетки высокого качества, но ориентируется в первую очередь на региональных товаропроизводителей, среди которых есть как компании мирового уровня (минеральные воды «Эссенцуки»), так и малоизвестные местные производители, прежде всего продуктов питания

ловины фальцевально-склеивающих линий Brausse поставляются в типографии Европы и Северной Америки.

«Еще одним важным фактором, повлиявшим на выбор прессы Brausse, стала репутация поставщика — компании «ЯМ Интернешнл», — продолжает Сергей Никитин. — Мы понимали, что наш пресс будет первым в России, установленным компанией «ЯМ Интернешнл», но, изучив отзывы коллег, решили довериться опыту специалистов сервисной службы поставщика и ни разу за прошедшие годы не пожалели о своем решении. Разумеется, в процессе запуска и эксплуатации такого сложного оборудования, как высекальный пресс, иногда возникают какие-то шероховатости, но специалисты «ЯМ Интернешнл» всегда очень быстро реагировали на наши запросы и в кратчайшие сроки решали поставленные задачи. В целом можно смело выбирать, что мы очень довольны нашим выбором».

Brausse 1050SE — автоматический высекальный пресс с секцией удаления облоя. Он может высекать с листов раз-

«Важным фактором для нас при выборе оборудования была репутация поставщика. Мы понимали, что наш пресс будет первым в России, но решили довериться репутации «ЯМ Интернешнл», и за прошедшее время об этом ни разу не пожалели»

мером до 750x1050 мм со скоростью до 7500 л/ч. Максимальное давление высеки 300 тонн обеспечивает хороший запас мощности при обработке различных материалов: бумаги, картона, гофрокартона, а также кашированных материалов. Заготовки подаются с плоскостопельного вакуумного самонаклада с четырьмя индивидуаль-

но регулируемыми передними упорами и датчиком контроля равнения. В комплектацию входят устройство торможения листа перед передними упорами, сервопривод для регулировки величины давления, пневматическое крепление штанц-формы, а также автоматическая система безостановочной разгрузки стапеля.

Управление прессом осуществляется с помощью современной компьютерной системы, оснащенной сенсорным дисплеем, на котором отображается детальная информация о настройках и параметрах работы прессы.

На сегодняшний день пресс Brausse 1050SE используется в типографии «Прайс» для высеки больших тиражей с рабочей скоростью порядка 6000 л/ч. Чаще всего его используют в тех работах, где на листе есть много мелких элементов — в этом случае функция удаления облоя дает максимальный выигрыш в эффективности. Препятствие Yuyin также остается в строю, но высекает в основном на скоростях не более 4000 л/ч.

Качество без компромиссов, или Нестандартный подход



Михаил Локотков,
генеральный директор,
типография «Курт»
[Москва]

такой компанией можно считать московский производственный холдинг «Курт». Пару лет назад мы были в гостях у этого крупнейшего российского производителя почтовых конвертов и делали репортаж как раз о производстве конвертов. Недавно на предприятии открылось еще одно направление, которое хотя и связано напрямую с основной деятельностью компании, тем не менее, имеет принципиальные технологические отличия. Подробности мы узнали из беседы с генеральным директором компании — Михаилом Локотковым.



Современную ситуацию на отечественном полиграфическом рынке очень хорошо оценивать по тем предприятиям, где мы уже некоторое время назад бывали. Большой интерес представляют те компании, которые даже сейчас, в кризисный период, продолжают развиваться, внедряют новые технологии, разрабатывают и запускают новые продукты. И еще одной



Для печати заготовок для красочных конвертов в типографии установлена печатная машина Heidelberg Speedmaster XL 105



Для печати на готовых конвертах используется множество различного специализированного оборудования



Для вырубки и склейки конвертов из картона в компании «Курт» был установлен комплекс оборудования компании BOBST, состоящий из вырубного прессы EXPERTCUT и фальцевально-склеивающей линии EXPERTFOLD. Этот же комплекс позволяет изготавливать и картонную упаковку



Еще одна фальцевально-склеивающая линия BOBST приобретена для переделки в линию для нанесения клея на заготовки и приклейки полиэтиленовых пакетов к конвертам. Для этого на нее устанавливаются новые клеевые головки

Надо сказать, что наш приезд в компанию был связан с внедрением нового комплекса оборудования для послепечатной обработки от мирового лидера — компании BOBST. Хотя подобное оборудование мы привыкли видеть в компаниях, производящих картонную упаковку, но не на конвертном производстве. Михаил рассказал о причинах такого решения: «В последнее время конвертный рынок существенным образом сократился. Два-три года назад мы выпускали брендированные конверты очень большими тиражами. Но в разгар кризиса ситуация изменилась, объем заказов на конверты упал минимум на 30–40%, причем некоторые компании заказывать конверты совсем перестали. И это не связано с тем, что они перестали заказывать у нас. Заказать такой объем конвертов в другом месте крайне сложно, поскольку специализированные производства такой продукции все на виду и их немного, а на неспециализированном выпустить такие объемы практически невозможно».

Понимая современную ситуацию, в компании «Курт» приняли решение расширить ассортимент собственной продукции: «Скорее всего, объемы заказов конвертов вряд ли будут восстанавливаться, а если будут, то небыстро. Поэтому мы решили диверсифицировать производство и запустили линию по изготовлению картонных конвертов, в которых обычно пересылаются документы. Такими конвертами, например, пользуются почтовые службы экспресс-доставки. До недавнего времени серьезного производства таких конвертов в нашей стране не было, и крупные игроки этого рынка (например, DHL) вынуждены были закупать их в Европе. Необходимо отметить, что технология производства картонных конвертов существенно отличается от технологии производства конвертов из бумаги и такое оборудование невозможно использовать для изготовления конвертов из картона».

Кстати, о расширении объемов производимой продукции в компании задумались давно, и еще два с лишним года назад установили офсетную пятикрасочную машину Heidelberg Speedmaster XL 105. Изначально ее планировали использовать для изготовления

нестандартных конвертов из бумаги, но возможности машины позволяют успешно запечатывать и картон. Необходимо было и решение, обеспечивающее вырубку и склейку конвертов из картона. Для решения этой задачи в компании появился современный вырубной пресс BOBST EXPERTCUT 106 LER с секцией удаления облоя и разделения заготовок. А для собственно формирования и склейки конверта из вырубленной заготовки используется фальцевально-склеивающая линия BOBST EXPERTFOLD 80: «Все это оборудование предназначено, в первую очередь, для изготовления картонной упаковки, но подходит и для изготовления картонных конвертов. Но при производстве конвертов есть особенности, которые нечасто используются в производстве простых коробок».

Внедрение такого комплекса оборудования позволило компании «Курт» выйти на рынок картонных конвер-



Несмотря на сокращение объемов, основная продукция компании по-прежнему – конверты



Дооснащение производства новым оборудованием позволило компании «Курт» выйти на рынок специальных картонных конвертов для экспресс-почтовой доставки и престижных отправок. Такие конверты существенным образом отличаются от обычных почтовых, поэтому и потребовалось приобретение нового оборудования

тов и привлечь новых заказчиков. Если рекламные рассылки в брендированных бумажных конвертах сокращаются, то спрос на конверты для пересылки документов падает не так сильно. Клиенты у компании «Курт» серьезные, поэтому и производство должно быть оснащено самым серьезным оборудованием. Именно этим и был обусловлен выбор оборудования BOBST. Ну и, разумеется, важной была легендарная надежность оборудования этой швейцарской марки. «Компромисс в этом вопросе может негативно сказаться на работе с клиентами. Чтобы такие компании, как DHL, перевели заказ своих конвертов к нам, нужны были серьезные аргументы. Уровень и надежность нашего производства – один из них».

Кстати, компания прорабатывает еще один вариант развития бизнеса – в производственном цехе монтируется еще одна фальцевально-склеивающая машина BOBST, и хотя она не новая, на нее устанавливаются новые аппликаторные головки, которые будут наносить различные клеи, а также самоклеящиеся ленты или клеевые полоски, которые являются необходимыми элементами конверта для курьерских служб: «У этих конвертов на обороте как правило есть прозрачный полимерный карман, куда курьерские компании вкладывают свои бумажные накладные. Приклеить конверт из полиэтилена на запечатанный картон – задача не самая простая, особенно при наличии определенных требований по прочности приклейки от заказ-



Диверсификация бизнеса в действии: имея комплекс оборудования для изготовления картонной упаковки, в компании «Курт», помимо конвертов, открыли новое направление. Впрочем, имеющееся оборудование и опыт работы позволяют изготавливать упаковку на высоком уровне

чика. Мы перепробовали массу клеевых составов от ведущих производителей, пока выбрали подходящий. При этом у разных курьерских компаний разные требования к полимерному карману, вплоть до того, что и делается он из разных материалов. Поэтому нам нужна была линия, позволяющая наносить самые разные виды клея. Соответствующие клеевые головки мы приобрели, а системой транспортировки заготовок будет линия BOBST PCR 1450. Она хоть и не новая, но очень надежная».

Помимо уникальной продукции, в компании «Курт» начали выпускать и вполне обычную продукцию, в частности картонную упаковку. Загрузка картонными конвертами пока не такая высокая, чтобы полностью загрузить высокопроизводительное оборудование, поэтому здесь печатают также картонную упаковку различного назначения, благо все необходимое для ее производства имеется. И это, по мнению руководства, — еще один путь диверсификации всего бизнеса компании в непростые времена.

Компания «Курт» — наглядный пример успешного поиска развития бизнеса в сложный период времени. Потеряв из-за сокращения рынка до 40% заказов, она смогла правильно сориентироваться и выйти на новые рынки. Даже, как заметил Михаил, «начинает ощущаться нехватка печатных мощностей...»

САЙТЫ ДЛЯ ТИПОГРАФИЙ

по индивидуальным проектам



Недавние работы сайт ИТН ИТАР-ТАСС

- Работаем в полиграфии с 1995 года. Разбираемся в специфике работы типографий.
- Знаем как удерживать посетителя на сайте и убедить его сделать покупку.
- Выполняем весь комплекс работ: разработка концепции, съемка продукции, копирайтинг, веб-дизайн и программирование, продвижение.

printshop.mars47.ru

www.mars47.ru

Первопроходцы из Сибири

Сибирь — один из крупнейших регионов нашей огромной страны, Сибирский федеральный округ является вторым в России по площади. В восточной его части расположен город Иркутск, который, в свою очередь, является шестым в регионе по величине. Иркутск — поселение с давней историей. Город берет свое начало от острога, возведенного в 1661 г. (ru.wikipedia.org). Впоследствии поселение разрасталось, так как место на берегу около впадения реки Ангары в реку Иркут оказалось пригодным для земледелия и скотоводства. К началу XX в. город стал одним из крупнейших в Сибири, и те времена, вплоть до Октябрьской революции 1917 г., были периодом расцвета благодаря развитию промышленных предприятий и активной торговле с Китаем. Новый этап для Иркутска наступил во времена СССР, а с начала 90-х гг. город переживал непростые времена, как, впрочем, и многие регионы России.

Сегодня Иркутск планомерно развивается. В регионе реализуется проект по строительству газопровода «Сила Сибири», этот район России богат полезными ископаемыми, что обеспечивает потенциал на будущее. Кроме того, Сибирь, и в частности Иркутск, является одним из туристических центров России. С сибирской неспешностью и радушием город встречает многочисленных туристов, которые со всех уголков мира едут сюда, чтобы потом попасть на Байкал, красоту и величие которого описать словами очень сложно... Да и фотографии, даже самые замечательные, увы, не передают ту силу, которая чувствуется в, казалось бы, невысоких горах и не



Слева направо владельцы типографии «Репроцентр А1»: Константин и Сергей Макаровы, Михаил Удодов

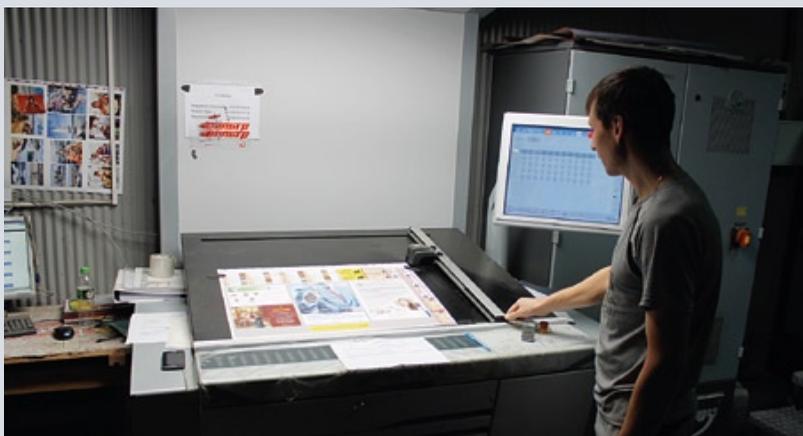
очень широком на первый взгляд озере, которое является самым глубоким и самым крупным пресным водоемом в мире. Местные жители называют его морем... Ведь Байкал — он один такой!

Приток гостей в регионе достаточно большой, а вот по числу постоянных жителей в расчете

на единицу площади Иркутская область в России занимает лишь 68-е место из 85: плотность населения здесь составляет 3,12 человека на 1 км² (для сравнения: в Новосибирской области этот же показатель составляет 15,45, а в Московской — 4852). Однако именно в этом удаленном от центра России, малонаселенном и климатически суровом крае появилась полиграфическая компания, которая стала первопроходцем в освоении и применении новейшей технологии печати. В начале 2015 г. в иркутской типографии «Репроцентр А1» запущена первая в России машина Speedmaster SX 74-5+L с технологией LE UV (энергосберегающая УФ-печать). Машина в эксплуатации уже около года, и сегодня ее владельцы и печатники уже готовы по достоинству оценить все преимущества новых решений Heidelberg в области УФ-печати. Но сначала несколько слов об истории предприятия.



Иркутск является воротами, через которые большинство туристов попадают на Байкал



Недавнее приобретение типографии «Репроцентр А1» – пятикрасочная печатная машина Heidelberg Speedmaster SX 74 с лакировальной секцией. Она оснащена инновационной системой сушки оттисков LE UV, позволяющей работать с высокореактивными красками. Машина обеспечивает высочайшее качество печати и без проблем запечатывает самые разные материалы

Отсчет с нуля...

В 1992 г. братья Сергей и Константин Макаровы организовали первую в Иркутске полиграфическую компанию и через некоторое время... разорились. На дворе были «лихие» 90-е, тогда можно было заработать много денег, а вот получить знания о том, как верно распорядиться капиталом и как не прогореть, взять было неоткуда. Поэтому братья Макаровы вынуждены были учиться

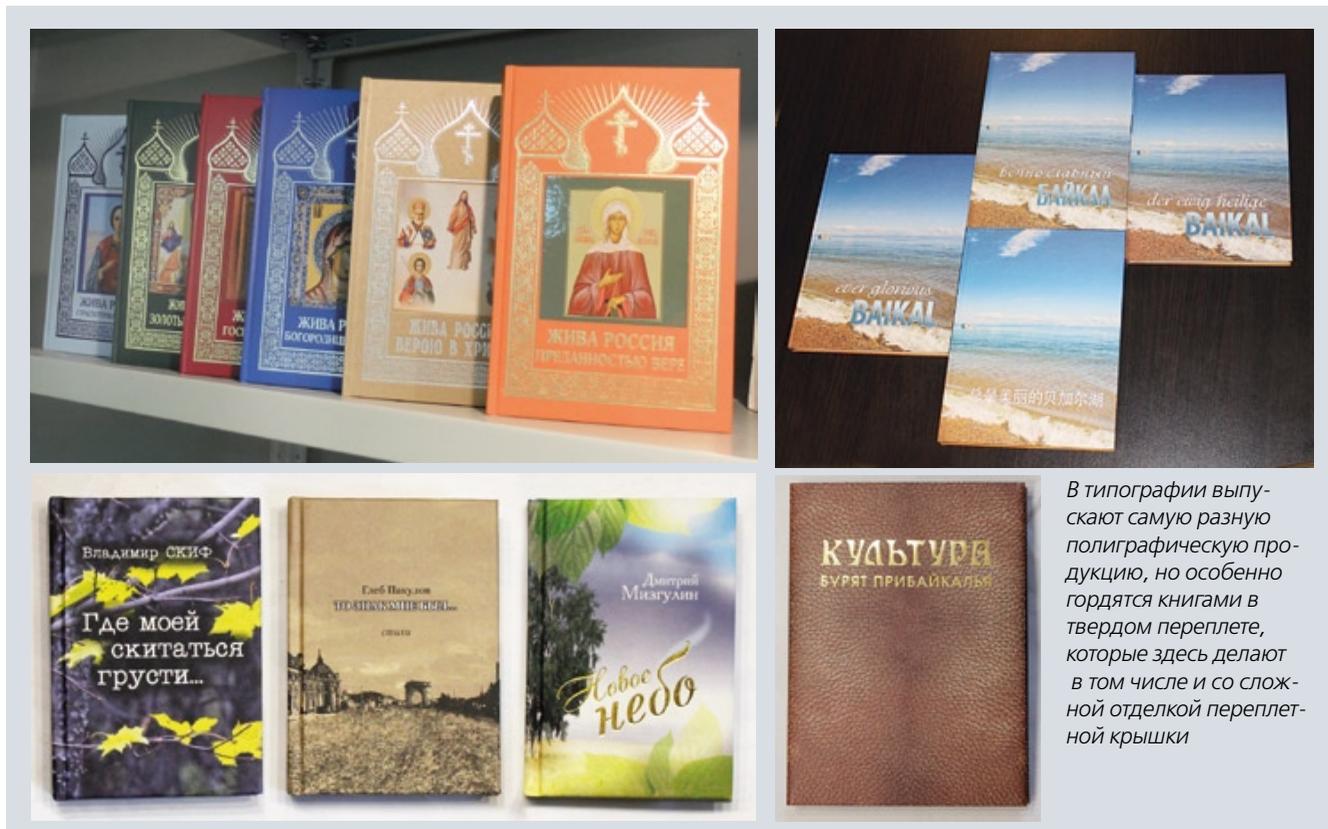
всему на собственном опыте. Некоторое время Сергей и Константин работали в качестве наемных сотрудников, а в начале 2000-х друг Макаровых Михаил Удодов предложил им начать свое дело, и в настоящий момент у руля компании, которая образовалась именно тогда, по-прежнему те же трое друзей и полных партнеров.

15 лет назад они купили собственный фотонаборный аппарат и организовали

предприятие по выводу форм любого формата, откуда и название – «Репроцентр А1». Работа пошла успешно. «Как предприятие по выводу форм мы к тому моменту работали на весь город, – рассказывает Сергей Макаров, генеральный директор и один из владельцев типографии «Репроцентр А1». – У нас был лучший фотонабор по уровню качества и единственный подобного формата в регионе».



Производственные помещения специально подготовлены для размещения современного полиграфического предприятия, в них поддерживается образцовый порядок. Типография оснащена самым разным послепечатным оборудованием, позволяющим выпускать любую книжную и акцидентную продукцию



В типографии выпускают самую разную полиграфическую продукцию, но особенно гордятся книгами в твердом переплете, которые здесь делают в том числе и со сложной отделкой переплетной крышки

Успешный старт дал стимул к дальнейшему развитию, и в 2003 г. в типографии появилась первая 2-красочная печатная машина Heidelberg GTO 52. Но и этого через полтора года стало мало. В то время типография занимала помещение, равное по площади однокомнатной квартире, — 34 м², дальнейшее развитие, конечно же, требовало увеличения пространства. И в 2005 г. типография приобрела собственное помещение, два этажа которого к сегодняшнему дню составляют почти 1500 м². А в части расширения парка печатного оборудования следующим этапом стала 4-красочная Speedmaster SM 52.

Для качественных книг — все самое лучшее

С самого начала типография определила свою специализацию — книжно-журнальная и акцидентная продукция. С расширением площадей и парка оборудования в 2005 г. пришла идея выпускать книги в твердом переплете. Сегодня среди заказчиков типографии не только местные, но и компании из Москвы, Омска и других городов России и зарубежья. Также «Репроцентр А1» все активнее начинает работать на рынке производства этикетки и упаковки для пищевой продукции, в частности для ресторанов быстрого питания. Но это сегодня, а раньше была книга... По словам Сергея Макарова, его любовь к хорошим книгам — с самого детства: «Раньше был большой дефицит книг, и я решил, что книги нужно делать самому». Были на этом пути подводные камни, когда «любовь к искусству» затмевала коммерческую рациональность. Например, типография выпустила огромный тираж редкого специализированного научного труда и не смогла реализовать его... Но, как известно, на ошибках учатся. А узнавать новое и, главное, без опасений работать над внедрением передовых технологий в типографии умели всегда. Отчасти именно поэтому в 2010 г. в иркутской типографии появилась печатная машина Speedmaster SM 52-4 с технологией Anicolor. «Репроцентр А1» стала третьей типографией в России, где была запущена машина с этой технологией. «Машина действительно очень хорошая, — говорит Сергей Макаров, — и время это доказало.

Рекламные заявления Heidelberg по поводу экономии с помощью Anicolor мы подтвердили собственным опытом: время на приладку сократилось вдвое, а то и более, и составляло 4–5 минут, и макулатурных отходов было существенно меньше».

Через 5 лет, в 2015 г., в «Репроцентр А1» появилась первая в России печатная машина Speedmaster SX 74 с технологией LE UV — «28-тонная 11-метровая красавица», как называет ее Сергей Макаров. Перед приобретением владельцы типографии внимательно изучили различные предложения на рынке, в том числе решения конкурентов Heidelberg. «Мы прекрасно понимаем, что шестивые УФ-печати высокорезактивными красками по миру уже не остановить, — говорит Сергей. — Будущее стремительное развитие этой технологии подтверждает и осязаемое снижение цен на расходные материалы для этого сегмента полиграфии. И если мы желаем идти в ногу со временем, мы должны выбрать, какой из вариантов УФ-печати является наиболее подходящим для нас».

«Благодаря технологии LE UV сегодня у нас гораздо более широкие возможности, — продолжает Сергей Макаров. — Печать высокорезактивными красками дает расширенный цветовой охват, оттиск абсолютно сухой на приемке и может быть сразу передан на послепечатную обработку. Очень расширился спектр запечатываемых материалов, в том числе мы можем печатать на любых непитьвающих материалах, подходящих по плотности. Недавно мы отпечатали тираж рекламных наклеек на прозрачной самоклеящейся пленке, которые будут размещены на автомобилях. Также мы делаем этикетку на металлизированной бумаге. Подобную продукцию выпускают многие, но печатают ее фольевыми красками, а это гораздо более медленный процесс, так как требует сортировки тонкими приладками и последующей сушки, что увеличивает себестоимость и цену для клиента. Мы делаем этикетку за один прогон на скорости 12 000 отг/ч и, конечно, по более низкой себестоимости. Технология LE UV позволяет избежать отмаров. Сразу после печати мы передаем тираж на резальный участок и отгружаем клиенту. Очень быстро! Заказчики довольны».

В типографии не боятся экспериментировать, пробуя новые подходы и технологии. В результате выпускают оригинальную необычную продукцию, которая особенно востребована на рынке этикетки и упаковки.

«Speedmaster SX 74 LE UV — очень хорошая машина! — говорит Сергей Макаров. — Она укомплектована по последнему слову техники — установлены спектрофотометры, все функции автоматизированы, имеется широкий спектр программного обеспечения. Мы не жалеем, что приобрели именно эту машину с технологией LE UV. Она обеспечивает наивысшее качество продукции, поэтому и наши затраты оправданны. И благодаря такой печатной машине мы можем более уверенно смотреть в будущее и делать ставку на дальнейшее развитие перспективного производства этикетки и упаковки, а также эффективной печати книг и другой продукции». Подтверждает слова и оператор-печатник «Репроцентр А1» Денис Безруков. «Машина отличная! 4-красочные работы печатаем на средней скорости 12 500 отписков/час, а возможно, и больше, если требуется. Кроме того, оборудование Heidelberg — очень надежное!»

Потенциал есть

По словам Сергея Макарова, серьезных полиграфических предприятий, которые составляют конкуренцию его компании, в Иркутске немного. И не все коллеги по отрасли признали рациональной покупку именно нового дорогого оборудование. На вопрос, зачем типографии именно такая печатная машина, Сергей ответил: «Качество!»

Сегодня типография активно налаживает и развивает сотрудничество как с местными заказчиками, так и с предприятиями Центрального федерального округа.

Сергей уверен в потенциале Иркутского региона, растущего благодаря расширению совместных проектов России и Китая, которые, в свою очередь, могут стать двигателем для развития смежных сегментов рынка.

А роль «Репроцентр А1» он видит в том, чтобы продолжать освоение новейших решений и выпускать высококачественную полиграфическую продукцию. «Мы первопроходцы, и нам это нравится, — с гордостью отмечает Сергей. — Технология LE UV активно развивается, и мы вносим свой вклад в ее адаптацию и внедрение в реальное производство. По натуре я тот человек, который не боится рисковать и идти по новым дорогам. Если бы не рискнул в свое время, сейчас бы ждал выхода на пенсию, дорабатывая положенный стаж в каком-нибудь НИИ. Ничуть не жалею о выбранном пути. Замечательно, что наше дело приносит деньги, но все же главным остается интерес».

Сергей Макаров живет в свое удовольствие и работает тоже с радостью. Благодаря увлечению Сергея бардовской песней, в «Репроцентр А1» появляются на свет книги стихов, авторы которых — друзья Сергея. Любовь к природе и истории Сибири стала стимулом к тому, чтобы в типографии печатались качественные иллюстрированные альбомы, пользующиеся популярностью у жителей и гостей Иркутска, а также в других регионах. Вот так и живут в «Репроцентр А1» — с интересом, любовью к своему делу, к родному краю и без страха быть первыми в освоении новых и перспективных возможностей.

Статья из журнала Heidelberg News №277/2015 публикуется с разрешения и при содействии «Гейдельберг-СНГ». Бесплатную подписку на журнал вы можете оформить на сайте heidelberg.ru.



HEIDELBERG EMOTIONS

Производители марочных изделий стремятся к тому, чтобы их товары привлекали внимание и вызвали эмоции у потребителей. Оборудование и инновационные технологии отделки Heidelberg изменят тактильные свойства и внешний вид упаковки. Heidelberg предлагает идеальные решения для удовлетворения желаний ваших клиентов и увеличения прибыли вашего предприятия.

ООО «Гейдельберг-СНГ» Центральный офис
125493 Москва, ул. Смольная, 14. Тел.: +7 495 995 04 90 Факс: +7 495 995 04 91
HD-CIS@heidelberg.com www.heidelberg.ru

HEIDELBERG

«АРБАТ»: в ногу со временем и технологиями



Андрей Сериков,
генеральный директор,
типография «Арбат»
[Москва]

Так уж получается, что типография «АРБАТ» появляется на страницах нашего издания достаточно регулярно. И причина тому — ее постоянное стремление к развитию и внедрению различных интересных и перспективных технологий работы. В то время как многие компании только ведут разговоры о преимуществах и недостатках использования УФ-печати высокорекреативными красками, в «АРБАТЕ» такая технология уже давно и успешно работает. И это не единственный пример. Во время очередного нашего ее посещения в конце октября нам показали еще несколько ноу-хау. В частности, здесь освоили производство объемных конвертов и упаковки, которые не складываются. После склейки они остаются объемными и в таком виде отправляются заказчику. Как оказалось, спрос на такие виды продукции существует, а вот промышленной технологии, которая позволяла бы выпускать эту продукцию большими тиражами и при этом с хорошей себестоимостью, в нашей стране не было. В «АРБАТЕ» проработали новое технологическое решение, закупили необходимое оборудование и оснастку. И в итоге сейчас предприятие имеет возможность выпускать такие коробки/конверты промышленными тиражами, о чем и рассказал нам его генеральный директор Андрей Сериков.

О времени

В последнее время все говорят о трудностях и проблемах, а мне кажется, что ситуация на нашем полиграфическом рынке начинает выправляться к лучшему. Даже в самые сложные месяцы этого года мы вполне успешно работали и имели нормальный объем заказов. Конечно, заметили тенденцию, что заказчики стали более внимательно относиться к тому, что и как они заказывают. Еще сравнительно недавно мы, участвуя в тендерах, в том числе с серьезными заказчиками, вынуждены были ориентироваться только на стоимость заказа. Никакие другие аргументы не действовали. Некоторые тендеры нам удавалось выигрывать благодаря тому, что у нас есть ряд уникальных технологий, например, можем печатать и осуществлять выборочное УФ-лакирование в один прогон с высокой точностью и хорошим гляncем. Так мало кто умеет, а делать эту работу в два прогона или с использованием трафарета заметно дороже по себестоимости. Но из других тендеров мы сознательно уходили, когда понимали, что сделать работу хорошо, вовремя и за те деньги, которые хочет заказчик, не можем. Точнее, сделать можем, но это будет невыгодно... Но кто-то эти

тендеры выигрывал и заказ получал. А вот исполнялся такой заказ далеко не всегда.

К сожалению, на нашем рынке имели место случаи, когда компания, выиграв тендер, не могла обеспечить обещанный результат: либо делала его с большой задержкой, либо не выполняла вообще. Иногда типографии, игравшие в такие сомнительные с точки зрения прибыли тендеры, оказывались в очень сложном финансовом положении. Такие случаи нам известны, знаем мы и типографии, которые не оправились после таких выигранных тендеров. Но, на мой взгляд, самое главное в этой ситуации, что заказчики стали понимать, что «выжимать из типографии последние соки», можно, но это чревато не только для типографии, но и для заказчика. Типографии надо не просто выиграть тендер, но и изготовить продукцию, и лучше без задержек. Конечно, в последнем случае за заказ можно не платить, если его хотели получить к какому-то определенному сроку или событию. Но все равно проблемы у заказчика возникают.

Так что постепенно и к клиентам приходит понимание того, что самая низкая цена далеко не самая выгодная.



Вырубной пресс Iberica успешно работает в типографии «АРБАТ» уже 10 лет



Упаковка из металлизированных материалов – одна из специализаций типографии

О себе

Типография «АРБАТ» все время осваивает новые технологии производства. Так, мы довели до высокого уровня автоматизации изготовление заказов, исключив по возможности ручной труд и минимизировав таким образом себестоимость их изготовления. Мы постоянно занимаемся развитием производства. Сейчас у нас достаточно необычная специализация – одновременно и рекламная продукция, и упаковка. И в обоих случаях мы стараемся использовать одни и те же технологии. Например, эффективную

печать на невпитывающих и металлизированных материалах, пластиках, сложных бумагах. Или вырубку и склейку продукции из картона или плотной бумаги на промышленном оборудовании. Большинство рекламных типографий использует для таких целей вспомогательное оборудование, например, тигельные прессы с ручным накладом. Выполнить на них большой тираж за разумное время сложно, а наша технология позволяет нам выигрывать тендеры и выполнять такие заказы оперативно. Казалось бы, простая рекламная продукция, но для ее выполнения простых тех-

LED-UV за 24 часа!

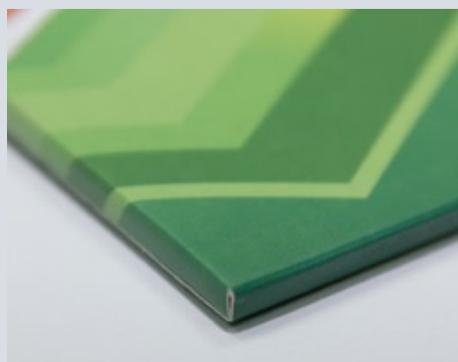


ОСНАЩЕНИЕ ЛЮБЫХ ПЕЧАТНЫХ МАШИН



www.terrasystems.ru
www.led-uv.ru

terra Systems
ГРУППА КОМПАНИЙ ТЕРРА ПРИНТ



Объемный конверт из картона. Такая упаковка не складывается, а остается объемной. Для ее производства нужна специальная оснастка на фальцесклеивающей линии и отлаженная технология



Для производства обычных рекламных папок намного эффективнее использовать упаковочные технологии производства, а не рекламные

вырубного пресса, причем мягко и аккуратно. Мы тогда присматривали вырубной пресс и смотрели разные машины. Желая сэкономить, рассматривали и продукцию китайских производителей, но, увидев в реальной работе Iberica, поняли, что это именно то, что нам нужно. Конечно, есть продукция других именитых марок, но тут есть определенные финансовые различия. Хотя бывший в употреблении пресс для тиснения BOBST мы все же приобрели. Если возвращаться к Iberica, то эта машина проработала у нас уже больше 10 лет, и за эти годы ни разу не возникало каких-либо заметных проблем. Она нас ни разу не подводила. Разумеется, поломки были, но не критичные — с несложной заменой некоторых простых запасных частей.

По моему опыту, Iberica — одна из самых лучших компаний в плане контакта со своими заказчиками. Ответы на любые вопросы из головного офиса приходят буквально в течение нескольких часов. Столь же быстро организуется и доставка запасных частей. Единственное, что нас перестало устраивать в машине, — уровень автоматизации. Все-таки это оборудование прошлого поколения. С точки зрения механики она практически вечная, но сейчас современной типографии уже необходимы автоматическое удаление облоя и разделение заготовок, средства микрометрической настройки положения штампа, а также средства быстрого монтажа и снятия инструментов и т.д. То есть нужна машина нового поколения. Конечно, производимые сейчас модели Iberica Speed и Iberica Optima соответствуют всем современным требованиям автоматизации. Кстати, с июня этого года прессы Iberica в Россию поставляет компания «Терра Системы».

Подобная ситуация у нас не только с вырубным прессом. Хотелось бы и в печатном цехе иметь машину уже нового поколения с автоматизацией всех настроек и автоматическим контролем процесса печати. И сейчас эти вопросы мы прорабатываем.

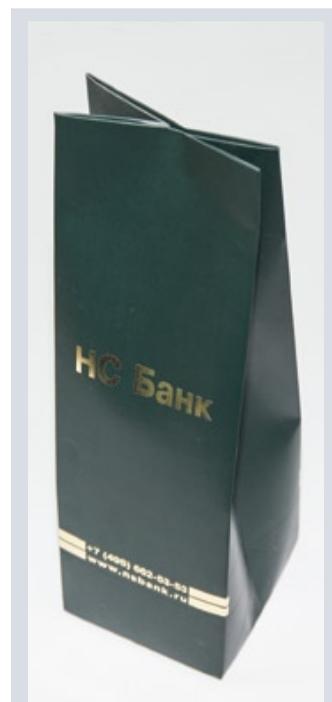
О прибыли

Сейчас мы стремимся к созданию высокоавтоматизированного производства, поскольку именно в этом путь к дальнейшей финансовой стабильности. Хотя заказчики и начали понимать, что «отжатая» цена на заказ — не всегда самый удачный выбор, тем не менее, на увеличение цен на наши услуги также никто охотно не соглашается, хотя стоимость материалов в связи с ростом курса и общим кризисом в стране сильно выросла. По моему мнению, только автоматизированное производство, причем специализированное на некоторых видах продукции, позволит получить хороший уровень себестоимости, и, как следствие, даст возможность хорошо себя чувствовать даже в сложных тендерах, легко опережая не специализированные и менее автоматизи-

нологий недостаточно. Пример: простые рекламные папки для компании «Газпром-Нефть». Их нужно было довольно много, а тендерные условия жесткие и по цене, и по срокам. При этом нужна была печать с выборочным лакированием, вырубка и сборка. Поскольку у нас все поставлено на «промышленные рельсы», выполнить этот заказ было несложно, а благодаря низкой себестоимости всех автоматизированных процессов еще и выгодно.

О перспективах

Мы сознательно сформировали у себя комплекс послепечатного оборудования, пригодного как для рекламной продукции, так и для упаковки. И планируем его развивать и совершенствовать. Кстати, используем вырубной пресс Iberica, который более 10 лет назад приобрели за рубежом. Надо сказать, что эта машина нам очень нравится. Подобные я впервые увидел в начале нулевых годов в типографиях в Англии, где они без всяких проблем работали на скорости 9 тыс. экз./час, что довольно много для



В типографии, помимо прочего, используют самую разнообразную отделку

рованные предприятия, сохраняя финансовую эффективность.

Об очередном ноу-хау

Есть еще одно ноу-хау нашей типографии, которое пока только начали внедрять и отлаживать. Сейчас монтируем систему струйной персонализации продукции, причем самой разной: и рекламной, и упаковочной. Спрос на такие заказы есть, есть даже вполне реальные объемы. Многие листовую продукцию сначала печатают на офсете, а потом используют черно-белые электрографические устройства, на которых ее персонализируют. Во-первых, это медленно. Во-вторых, цифровая печать обычно тарифицируется через цену клика, что недешево. А наша струйная система впечатывания переменных данных по себестоимости отриски совсем недорогая, и к тому же мы сможем персонализировать десятки тысяч экземпляров в смену, что мало кто предлагает. При этом мы можем делать это на готовом крое упаковки, чего никакая электрография не может в принципе. В общем, активно работаем и развиваемся.



Любая упаковочная продукция требует качественных работ по вырубке, а в «Арбате» упаковка все больше сложная...

Jeti Mira Jeti Tauro



Новинки семейства Jeti для коммерческой и промышленной УФ-печати
Загляните в будущее вместе с Agfa Graphics

AGFA 

STAY AHEAD. WITH AGFA GRAPHICS.

115477, Москва
ул. Кантемировская, 58
тел.: (495) 234-21-04
факс: (495) 234-21-11
www.agfa.com/graphics

Региональная полиграфическая экспансия



Вячеслав Корягин,
исполнительный директор,
типография «Советская Сибирь»
[Новосибирск]

но предприятие смогло пережить сложные времена и продолжает успешно работать, в отличие от других крупных полиграфических предприятий «партийной пропаганды». О том, как теперь развивается «Советская Сибирь» нам рассказал ее исполнительный директор Вячеслав Корягин.

Работа

Вячеслав подтвердил, что к середине 80-х годов предприятие было одним из крупнейших полиграфических производств страны. Здесь работал большой цех газетной печати, оснащенный черно-белыми газетными машинами производства ГДР, и большой цех глубокой печати, где печатались огромными тиражами журналы «Работница», «Крестьянка», «Огонек» и др. Тиражи некоторых из них доходили до нескольких миллио-

нов экземпляров. Газеты же были частично местные (для их печати изначально и создавалось предприятие), частично — центральные, предназначенные для распространения в регионе. Под стать были и допечатный, и послепечатный цеха. Так как типография участвовала в производстве школьных учебников, функционировал и большой цех для производства книг в твердом переплете.

Но в 90-е гг. ситуация начала стремительно меняться. «Партийные газеты» частично перестали выходить, другие резко снизили тиражи. Журнальное производство остановилось в связи с падением популярности «Работницы», «Крестьянки», а журналы типа «Огонек» стали печататься за рубежом. Жизнь на предприятии начала замедляться. Прежнее руководство «Советской Сибири» попробовало запустить на мощно-

Новосибирское предприятие «Советская Сибирь» полиграфистам со стажем известно хорошо. Это крупное полиграфическое производство с более чем 90-летней историей создавалось в начальные годы советской власти и должно было стать (и стало) крупнейшим предприятием восточнее Урала, специализирующимся на «партийной периодике». Именно поэтому на его развитие денег никогда не жалели. К середине 80-х гг. прошлого века «Советская Сибирь» входила в тройку крупнейших полиграфической предприятий СССР и находилась в ведении ЦК КПСС. Но затем власть в стране изменилась, настали другие времена,



Парк газетных машин типографии «Советская Сибирь» составляют manroland Uniset (4 башни), а в цехе листовой печати работает шестикрасочная печатная машина manroland Roland 706

стях цеха глубокой печати производство обоев, и на первых порах добилось в этом успеха. Во времена тотального дефицита всего в 90-е обои пользовались спросом, но постепенно это направление стало сворачиваться из-за появления большого количества предложений обоев от специализированных производств.

«Вот примерно в таком состоянии находилось предприятие, когда мне предложили его возглавить, — рассказывает Вячеслав. — У меня уже был вполне успешный опыт руководства типографией (Вячеслав является владельцем довольно крупной типографии в Новосибирске — *Прим. ред.*), но попробовать себя в управлении действительно крупным производством было интересно. Сказать, что мне досталась разруха, — не совсем верно. Просто большая часть производственных помещений простаивала, а то, что в цехах работало, требовало кардинального перевооружения. Мы могли тогда печатать

только черно-белые газеты, а рынок уже «хотел цвета». Хотя у некоторых чиновников тогда была несколько иная идея: акционировать предприятие и быстро вывести под приватизацию, не допуская банкротства. Правда, довольно скоро стало понятно, что без криминальных схем продать быстро его за настоящую цену будет очень сложно или вообще невозможно. Тогда его решили возродить».

В начале нулевых годов новое руководство «Советской Сибири» начало разрабатывать бизнес-план технического пе-



Установлен полный комплекс послепечатного оборудования для журнального, каталожного и книжного производства



В типографии также работают машины: для печати газет небольшими тиражами (вверху), для рулонной печати на мелованной бумаге с газовой сушкой и для печати каталогов компании Albert Frankenthal (сейчас это концерн KBA)

ревооружения предприятия. Тогда было понятно, что объемы печати газет есть, они большие и имеют тенденцию к росту. Но уже было ясно, что расти рынок будет, в первую очередь, не за счет гигантских тиражей, а за счет количества изданий, которым к тому же нужно было обеспечить цветную печать и приличное качество. Поэтому началась работа по постепенной замене имеющихся офсетных машин на самые современные на тот момент газетные ротации. Выбор был сделан в пользу универсальных газетных машин Uniset производства немецкого концерна manroland. В период с 2003 по 2007 гг. в типографии ежегодно устанавливались новые башни Uniset. Это позволило радикальным образом увеличить объем производства газет. Если до модернизации типография перерабатывала в месяц 200–300 тонн бумаги, то к началу 2008 г. зафиксированный максимум по всем цехам составил около 2,3 тыс. тонн: «Машины Uniset вывели типографию на принципиально новый уровень,



Цех допечатной подготовки типографии полностью укомплектован оборудованием производства Kodak разных годов выпуска. Самая свежая установка — специальная «быстрая» версия Kodak Trandsetter 800 для газетной печати (нижнее фото) — смонтированная в прошлом году

обеспечивающий и другую производительность, и другой уровень качества, и другую надежность. Это было для нас на тот момент идеальным решением. И сейчас машины Uniset одни из лучших на рынке, правда, сам рынок существенным образом изменился».

Помимо Uniset, в типографии появились и другие рулонные машины с газовой сушкой для печати на мелованных бумагах, на которых отладили изготовление каталогов, а также смешанных журналов. Появилась и более компактная печатная машина для газетной печати малотиражной про-

дукции с возможностью печатать продукцию формата «около А4» под легкие журналы: «В дополнение к печатным машинам, параллельно нужно было решать вопрос и с допечатными процессами. До этого использовалась пленочная технология, но растущий объем печати газет требовал иного подхода. Как известно, у газетного производства ярко выражена пиковая загрузка. Почти все газеты печатаются вечером, разумеется, сдача в печать издателями оттягивается до самого последнего момента. Поэтому в определенный период времени нам нужно было выводить до 120 печатных форм в час! Справляться с этим, используя пленочную технологию, конечно, теоретически можно, но очень сложно и неэкономично. Поэтому мы всерьез задумались о CtP. Выбирали очень придрчиво, ознакомились с продукцией всех основных производителей. Но выбор сделали в пользу компании Kodak, о чем ни разу не пожалели. Во-первых, именно устройства Kodak были на тот момент самыми производительными на рынке. Во-вторых, побывав на заводе компании в Канаде, убедились, насколько это серьезное производство. А самым главным для нас было наличие регионального сервиса. У поставщика «Нисса Центрум» в Новосибирске он был (сейчас в результате реорганизации это компания NCL). Хотя мы и приобретали сразу два выводных устройства, в том числе и в расчете на резервирование, все равно выход из строя одного из двух устройств очень сильно осложнил бы работу, поэтому сервис от поставщика должен был быть оперативным и на месте. Из Москвы сервис-инженер может приехать только через день-два, что для газетного производства недопустимо. В общем, нас еще ни разу не подвели».

Именно поэтому вскоре в «Советской Сибири» появилось еще одно выводное устройство Kodak, а позже, с появлением филиалов в Омске и Кемерово, и там также были установлены устройства этого производителя. Все они работают под управлением системы workflow Prinergy, хотя использовать большое количество функций этой системы, по словам Вячеслава, пока сложно в силу неготовности многих клиентов, особенно региональных. Но автоматизация приема полос типовых газет, автоматическое построение спусков полос под заданную печатную машину, электронное согласование и утверждение макетов в печати в типографии и ее филиалах функционируют. Также «Советская Сибирь» стала первой, кто массово внедрил печать газет стохастическим растром. Почти всю продукцию здесь печатают именно так. И это выгодно отличает по качеству отпечатанные здесь газеты



Для всех критичных к качеству заказов используются пластины Kodak Trillian SP



SPL: бережёт каждую секунду.

Система одновременной смены форм (SPL™) является одним из многочисленных инновационных решений, которыми обладает новый **Roland 700 HiPrint**. Самая эффективная печатная машина в мире повысит вашу рентабельность за счет сокращения времени на приладку.

Не все печатные машины равны.

manrolandsheetfed.com

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



АО «ВИП-Системы»
117638, Москва, ул. Азовская, 6, к. 3.
Тел. +7 495 258 67 03, Факс +7 495 318 11 55.
www.vipsys.ru, e-mail: vipsys@vipsys.ru



manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®

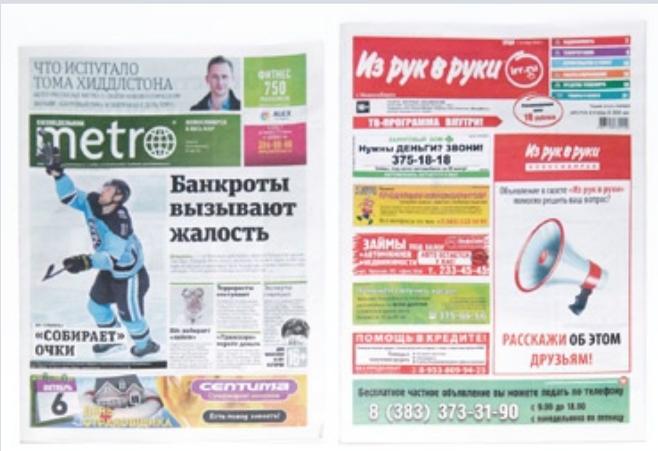


В типографии есть все необходимое для изготовления упаковки из картона и гофрокартона, включая собственный гофроагрегат (фото внизу)

автоматическим комплексом пробивки отверстий и загибки форм для наших печатных машин. Впрочем, позже мы перешли на более современные и универсальные пластины Kodak Trilian SP, которые не требуют ни прогрева, ни «запекания». И на этих пластинах мы старались печатать всю продукцию, поскольку стабильность качества и технологического процесса очень важна для газетного производства. Хотя кризис вынудил нас сейчас использовать для ряда газет, не критичных к качеству, дешевые пластины из Китая».

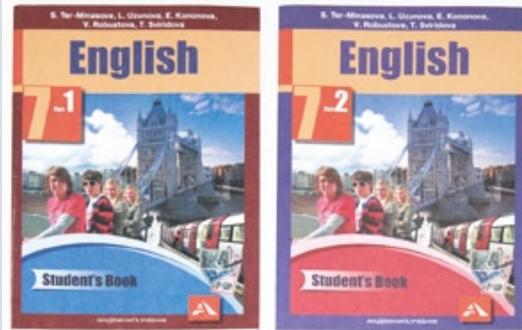
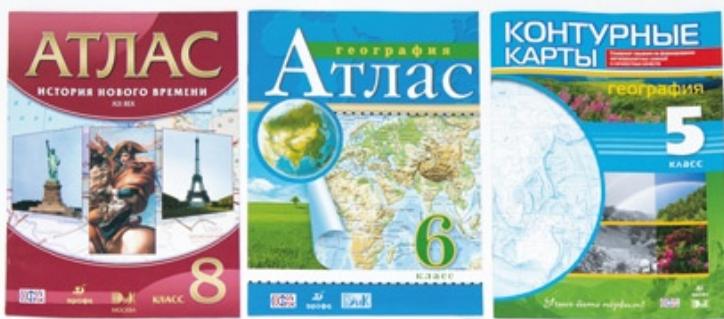
Проводя параллели...

Говоря о сложностях современной ситуации, Вячеслав вспоминал о том, как выводил типографию из сложного по-



Основное производство типографии загружено центральными и местными газетами

от конкурентов. Использование такого растра позволяет избавиться от видимой растровой розетки, которая в газетной печати крупная и сильно портит впечатление. «Что касается пластин, то мы с самого начала были нацелены на работу с фирменными пластинами Kodak. Наш допечатный комплекс оснащен системой предварительного прогрева пластин, печкой для обжига, а также



Типография задействована в производстве учебной литературы для школ и высших учебных заведений



Подобная развлекательная литература весьма популярна в последнее время. Для ее производства необходимо иметь возможность экономично печатать черно-белые внутренние страницы и качественную цветную обложку на мелованной бумаге

ложения, в котором она оказалась в конце 90-х гг. Помимо инвестиций в новую технику и технологию, тогда шла активная борьба за сокращение затрат: «Когда я пришел на работу в «Советскую Сибирь», здесь работало более 1000 человек, причем во многих случаях понять, чем эти люди занимаются, было очень сложно. Помимо собственно рабочего персонала было множество «социальной obsługi» и необязательных подразделений. У нас был и профилакторий, и детский сад, и поликлиника, и парикмахерская и множество других структур, включая собственную пожарную команду. Цех глубокой печати, для обеспечения безопасности которого она создавалась, уже много лет стоял, а пожарные все продолжали исправно получать зарплату. Помимо этого, была очень запутанная логистика в производственных помещениях... Случался и перерасход материалов, и неконтролируемое их исчезновение. Со всем этим необходимо было разбираться». В результате проделанной работы число сотрудников на предприятии сократилось в разы (до 350 человек), не используемые производственные

помещения освобождены и приспособлены для сдачи в аренду. В результате типография не просто вышла из убытков, она стала высокорентабельным предприятием. Более того, она легко справилась с окупаемостью всех многомиллионных инвестиций в новое оборудование, которые были тогда сделаны.

Диверсификация

По мнению Вячеслава, уже довольно давно стало заметно, что рынок газет постепенно сокращается. И несколько лет назад в типографии задумались о диверсификации. Так появился цех листовой печати, где начали печатать коммерческую продукцию, этикетки и упаковку. Затем появилось послепечатное оборудование для изготовления коробок, а также собственный гофроагрегат для изготовления микрогофрокартона и коробок из него. И сейчас это приличный объем бизнеса: «В качестве листовой печатной машины установили пятикрасочный Roland 705 с лаком концерна manroland. По опыту использования машин



Упаковка из плотного картона и гофрокартона – одно из важных направлений диверсификации производства



Книжная продукция государственного назначения



Печать каталогов торговых сетей — перспективное направление бизнеса, но требует специализированного оборудования



Сборники рекламных объявлений по-прежнему пользуются спросом, в первую очередь, в области недвижимости

Uniset оборудованию этой марки мы доверяем. Я, пожалуй, не знаю другой такой машины, которая бы успешно справлялась с печатью и на тонких мелованных бумагах (например, этикеточной), и на бумагах самых разных сортов, на которых печатается коммерческая продукция, и на упаковочном картоне. Причем переход с одного материала на другой может происходить буквально внутри одной смены, и никаких проблем это не вызывает. Здесь все успешно совмещается в одной машине».

Так что диверсификация производства в «Советской Сибири» идет полным ходом, и сейчас уже трудно назвать продукцию, которую бы здесь не печатали. Выпускают даже фотообои, и в приличных объемах. Хотя от одного направления все-таки решили отказаться. Несколько лет назад здесь демонтировали линию для изготовления книг в твердом переплете: «Имевшаяся у нас линия была рассчитана на очень большие тиражи продукции, которых сейчас в регионе нет. А использовать ее на малых тиражах крайне не выгодно. Для ее обслуживания нужно было много людей, что при наличии небольшого объема заказов себя не оправдывало. Вообще, в плане персонала мы используем политику совмещения профессий. Сейчас многие сотрудники могут выполнять сразу несколько операций и на разном оборудовании. Раньше на каждом виде оборудования была своя бригада, и независимо от того, работало оно или нет, им нужно было платить зарплату. От этой практики мы отказались. Сейчас у нас рабочие-универсалы — они могут переходить с одной единицы оборудования на другую. В результате относительно малое количество персонала успешно работает на всем нашем оборудовании. И сотрудникам это дает возможность зарабатывать и предприятию выгодно. Помимо этого, большое количество вспомогательного персонала (грузчики, уборщики, транспортники и т.д.) мы вообще вывели на аутсорс. Эти услуги мы просто заказываем и получаем, кстати, более высокого качества. Получается и дешевле, и выгоднее».

Жесткая политика

Что касается дальнейшего развития, то и тут руководство типографии придумало очередное ноу-хау, на этот раз организационное. В условиях падающего рынка (а газетный рынок сейчас падает в регионе со скоростью около 10% в год) задача крупного игрока — попытаться собрать себе все заказы, имеющиеся на нем. Здесь это решают региональной экспансией (созданием производств в соседних городах). В результате созданы производственные площадки в Кемерово и Омске, в планах и другие города. Чтобы привлечь всех местных заказчиков, «Советская Сибирь» предлагает не только привлекательные цены, но и комплекс услуг, например экспедирование до точек доставки изданий. С учетом сибирских расстояний для многих небольших газет это является серьезным аргументом, поскольку организация логистики на большие расстояния, да еще и в срок — дело хлопотное и недешевое. А тут получается, что это «входит в стоимость производства». Наверное, такую политику можно назвать жесткой по отношению к конкурентам, но любой бизнес — это, в конце концов, естественный отбор, и выживет в нем сильнейший.

История «Советской Сибири» — пожалуй, наиболее наглядная демонстрация, как можно из убыточного сделать эффективное государственное предприятие. Для этого нужны грамотные и профессиональные управленцы, заинтересованные в результате, а таких на нашем рынке немного...

Верный выбор: рекорд и качество на «шесть»!



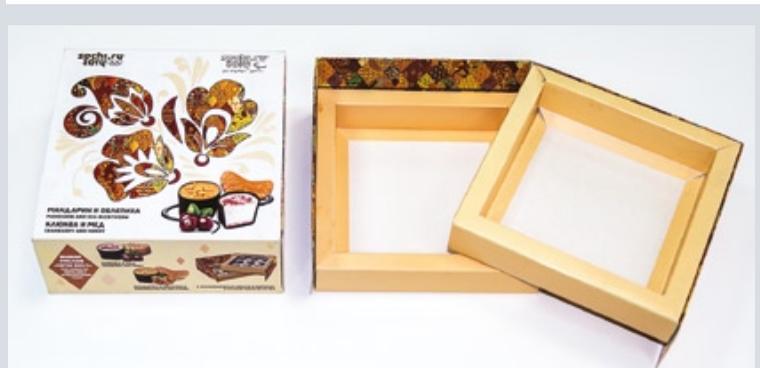
Владимир Шеховцов,
зам. генерального директора,
типография «Бриз»
[Климовск, МО]

Типография «Бриз» была создана всего около 5 лет назад, но по темпам роста, пожалуй, может считаться одним из лидеров отрасли. За несколько прошедших лет она приобрела около 20 единиц различного оборудования, предназначенного для производства картонной упаковки, которая и является основной ее специализацией. Хотя компания и относительно молодая, ее учредители — полиграфисты с большим стажем. С одним из них — Владимиром Шеховцовым — мы побеседовали во время посещения типографии в подмосковном городе Климовске.

Надо сказать, что в этой типографии мы уже были три с лишним года назад, но тогда руководство решило, что пока хвастаться нечем: «Тогда еще мы были в начале свое-

го развития, и хотя с самого начала начали активно развиваться, все же были еще не готовы выносить это на широкое обозрение...»

Надо отметить, что за прошедшие три года в типографии концепция существенным образом изменилась. Изначально она задумывалась как мощное послепечатное производство. И в начале развития в ней печатных машин не было и не предусматривалось. Планировалось заниматься сложной послепечатной обработкой, поскольку вся упаковка товаров серьезных товаропроизводителей содержит большой объем отделочных операций, таких как различные виды лакирования, тиснение фольгой и конгревное тиснение и множество других операций: «Печать на картоне могли обеспечить большое количество типографий, а вот грамотно выполнить весь комплекс послепечатных процессов, да еще так,



Эта упаковка конфет для Олимпиады с оригинальным раскрытием — собственная разработка типографии «Бриз»



Основу печатного парка типографии «Бриз» составляет шестикрасочная KBA Rapida 105 с лакировальной секцией



Вначале в типографии были установлены вырубные прессы тайваньского производства (вверху), более позднее приобретение – вырубной пресс BOBST



Фальцевально-склеивающее оборудование



Устройство для вклейки окошек

чтобы это устроило самых серьезных заказчиков, было сложно. Тогда не так много компаний с этим успешно справлялись. Поэтому мы решили с этого начинать. По опыту работы в других типографиях знали, насколько сложна именно эта часть работы. Поэтому на начальном этапе мы и начали отлаживать процессы послепечатной обработки».

Очень быстро в типографии появилось довольно много оборудования, предназначенного именно для послепечатных процессов. Выбор на начальном этапе был сделан в пользу оборудования тайваньской компании, как лучшего по соотношению цена/возможности. Объем заказов стал расти, и, спустя какое-то время, пришлось задуматься о приобретении собственной печатной базы: «Заказы на печать нам все-таки приносили, и мы много печатали «на стороне» и, в принципе, получалось вполне успешно. Но бывало, что нам печатали брак, а узнавали мы об этом не сразу: не будешь же перебирать все оттиски, пришедшие из другой типографии. Поэтому мы начали задумываться о собственной печатной машине. Выбирали долго и придирчиво. По опыту работы на прошлых предприятиях хорошо знали возможности машин Heidelberg и manroland. Но выбор в итоге пал на KBA Rapida 105 в шестикрасочном исполнении с лакировальной секцией. Это объясняется несколькими причинами. Во-первых, эти машины мы не раз видели в разных типографиях, печатающих упаковку, и было понятно, что эти машины с такой задачей справляются успешно. Во-вторых, именно «КБА РУС» предложил самые интересные условия, что в наше время немаловажно. Проценты по лизингу по обслуживанию платежей на эту машину оказались наиболее интересными. В-третьих, для нас очень важным был вопрос формата печати. При производстве упаковки каждый сантиметр оказывается значимым. Порой именно этот сантиметр позволяет разместить на листе еще один ряд разверток коробки, что дает возможность снизить себестоимость печати, что в настоящее время является крайне важным и для заказчиков, и для типографии. Ну и, наконец, машина предлагалась в очень интересной конфигурации за разумные деньги. Так что выбор был для нас предопределен. И хотя ранее опыта работы с этими машинами не было, мы не пожалели о сделанном выборе. Скоро год, как мы эксплуатируем Rapida 105, и мы довольны: машина работает без поломок, а не незначительные сбои (которые бывают у любого оборудования) решаются быстро: либо при помощи удаленной диагностики через интернет, либо оперативно сервис-инженером «КБА РУС».

Кстати, недавно – в середине этого лета – на Rapida 105 был установлен рекорд: 2,48 млн оттисков в месяц! Почти весь объем пришелся на печать на картоне, работать на котором сложнее, чем на бумаге (ее можно прогонять на большей скорости). Почти 2,5 млн оттисков в месяц – очень хороший показатель. И это, по словам Владимира, еще не предел. Общую загрузку по печати в типографии пока оценивают примерно в 65%.

ЗАЧЕМ ЖДАТЬ?



ПЕРЕНАЛАДКА НИКОГДА ЕЩЕ НЕ БЫЛА ТАКОЙ БЫСТРОЙ И УДОБНОЙ,
КАК С МАШИНОЙ

EXPERTFOLD

Сегодня, когда конкуренция в производстве картонной упаковки особенно высока, большое значение имеет возможность максимально быстрой смены тиража.

В EXPERTFOLD воплощен ряд конструктивных решений и «умных» функций, позволяющих совершать переналадку тиражей быстрее и проще, чем на какой-либо другой фальцевально-склеивающей машине. Навесная фальцевальная оснастка, которая не требует съема при каждой переналадке, эргономичный самонаклад и модульная конструкция машины, которые дают возможность

расположить производственную линию в наиболее подходящей именно вам конфигурации, – все это в разы сокращает затраты времени на смену тиража. А с интегрированными вспомогательными системами для выполнения дополнительных операций, таких как

- загрузка сырья и упаковка готовой продукции,
- тиснение шрифта Брайля,
- контроль нанесения клея, штрих-кода, качества печати и высечки на каждом бланке

EXPERTFOLD становится идеальным решением для любого предприятия с большими объемами производства картонной упаковки.



Промышленное устройство для разрезки рулонных материалов на листы заданного формата помогает «Бризу» экономить на картоне



Для отделки упаковки используется линия для УФ-лакирования...



...и машина для тиснения фольгой

Предприятие работает не круглосуточно, хотя бывает, что в две длинные смены. Не всегда идет работа и выходные дни. Так что потенциал для роста есть. Но и достигнутый результат впечатляет, причем, казалось бы, на рынке отмечается затишье: «Да, лето — не пик сезона, но мы стремимся работать с ведущими товаропроизводителями, у которых не так выражена сезонность в заказах. Мы намеренно шли к этой цели, и сейчас можем сказать, добились определенных результатов. Уже ни для кого не секрет, что для работы с ведущими потребителями упаковки необходимо проходить специальный аудит и сертификацию. Мы, в частности, проходили оценку по немецкой методике, приглашая специальных экспертов. Нашу типографию они оценили в 6 баллов. Это очень высокий результат. Оценка ведет по двенадцатибалльной системе, причем единица — высший балл, который практически невозможно получить (еще никто не получал), соответственно, 12 баллов — провал аттестации. Для Европы в целом и для Германии в частности нормальный результат — 7–8 баллов, выше бывает нечасто. А мы получили шесть!»

«Бризу» есть чем гордиться, и это, без сомнения, аргумент для ряда клиентов, которые привередливо относятся к выбору типографий-партнеров. На предприятии очень пристально следят за соблюдением производственной дисциплины и всегда нацелены на улучшение производственных показателей. Как упоминалось выше, очень важным в настоящее время является обеспечение низкой себестоимости продукции. Это хорошо понимают в типографии, в частности сами приобретают картон в рулонах, поскольку так несколько дешевле. Это также позволяет использовать площадь запечатываемого материала по максимуму. В типографии установлена собственная высокоточная линия по раскрою рулонного картона, которая позволяет получать размер листа, минимально необходимый для печати подготовленной раскладки разверток коробов на листе. Такой подход минимизирует отходы картона, а он в настоящее время составляет очень большую долю в себестоимости продукции. Если уметь его экономить, то можно при среднерыночных ценах иметь больший уровень прибыли, которую в «Бризе» направляют на развитие своего производства.

Помимо печатной машины, в типографии появился и комплекс допечатного оборудования, также установлен новый вырубной пресс от компании BOBST. По мере развития бизнеса и появления в числе клиентов торговых марок мирового уровня предприятие постепенно переходит на оборудование мировых лидеров полиграфического машиностроения. На оборудовании из Китая или Тайваня можно работать на начальном этапе, но серьезные транснациональные клиенты обращают



Директор по маркетингу «КБА РУС» Анна Перова вручила Владимиру Шеховцову памятный диплом



Существенную долю загрузки типографии составляет кондитерская упаковка, поскольку она, как правило, содержит большое количество сложной отделки...

...но есть и другая, самая разная упаковка: чайная, парфюмерная, алкогольная, мясная и т.д.



на уровень оборудования особое внимание. И чтобы удержать таких клиентов, нужно переходить на известные бренды. «Подобное тянется к подобному» – этот философский принцип работает и в этой сфере. И среди продукции типографии мы видели немало образцов коробок мировых брендов. Не все из них можно было фотографировать...

Относительно перспектив рынка полиграфических услуг в России у Владимира свое мнение: «Конечно, работать стало сложнее, чем пять или десять лет назад. Но рынок есть, и объем печати достаточно большой. Мы берем в работу самую разную продукцию, иногда даже печатаем для других типографий и отдаем в листах (хотя этот объем у нас невелик). Мы умеем работать с крупными клиентами, знаем их требования и стремимся им соответствовать на все сто процентов. Эти клиенты приносят нам грамотно сделанные и качественно проработанные заказы, и наша задача – их оперативно и экономично

челски гуманно выполнить. Кажется, с этой задачей мы справляемся хорошо – клиенты довольны. Для небольших заказчиков мы зачастую сами разрабатываем проект упаковки – помогаем им, ведь, как правило, у них нет большого опыта, а запускать в производство непроработанную упаковку невыгодно никому: заказчик будет не очень доволен, а у нас – проблемы с производством. Наши специалисты по разработке упаковки предлагают заказчикам интересные технологические решения, которые называются взаимовыгодными».

В общем, с точки зрения руководства «Бриза», рынок упаковки есть, и долю типографии на этом рынке можно увеличить. Именно поэтому компания осуществляет такие активные инвестиции в оборудование и подумывает о расширении печатных возможностей, на этот раз в область УФ-печати. Теперь необходимо обеспечить эффективную работу на сложных материалах.