

Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ФОРМАТ

№8, Ноябрь, 2019

НАРЦАУЕМ, БУДЕМ ЖИТЬ



ФОРМАТ

Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №8 (139)-2019

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА

Работать — не значит зарабатывать? 2

ИНТЕРВЬЮ

Владимир Антохин, «Гейдельберг-СНГ»

«Роль расходных материалов — одна из ключевых в бизнесе компании»... 6

ОБОРУДОВАНИЕ

«Тверской полиграфический комбинат»

Книжные ценности, или Полувековые традиции производства 8

Типография «Люксупак»

Планы, которые сбываются, или Как добиваться задуманного 16

Типография «Радуга»

Радужные перспективы, или Запас прочности производства 20

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

Рекламная группа «Ректайм»

«Время Рекламы»,

или Опережающие возможности «цифры» 28

Типография «Гуд Принт»

Интеллектуальная печать,

или Инструменты управления производством 32

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

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн..... 1	Canon 4-я обл.
ВИП-Системы..... клапан	Heidelberg 5
ВМГ-Трейд 33	hubergroup 3
Илим 3-я обл.	Koenig&Bauer 11
ОктоПринт Сервис клапан	Konica Minolta 35
Ситипринт вкладка	Lamstore 17
Смарт-НН 9	Muller Martini 13
Терра Системы..... клапан, 21	NCL клапан, 2-я обл.
Терра Принт 23	PrintDaily.ru 7
Фабрика офсетной печати..... вкладка	Ricoh 31
Bobst 19	Viva-Star 15
	Xerox 25

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. Уланчикова

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

Работать — не значит зарабатывать?!

Как оценить эффективность собственного производства? Таким вопросом скорее всего задаются многие руководители полиграфических предприятий. Может ли компания работать гораздо эффективнее и получать больше денег? Или наоборот, никаких ресурсов по дальнейшему повышению производительности труда уже нет? Вроде бы понятно, что если бригада печатников все время чем-то занята, это еще не значит, что она обеспечивает максимально возможную производительность печатной машины. Если никто от работы не отлынивает, то является ли это пределом возможностей производства? На самом деле существует множество разных методик оценки эффективности работы промышленного производства и полиграфического в частности. В данном материале рассмотрим один из способов подобных оценок.

Что влияет на ОЕЕ?

Метод построен на оценке такого параметра, как ОЕЕ (Overall Equipment Effectiveness — общая эффективность оборудования). Суть подхода заключается в совокупном анализе параметров, характеризующих различные аспекты работы оборудования, включающие необходимые, вынужденные или непроизводственные простои, уменьшение скорости работы, а также снижение эффективности из-за потери качества продукции. Если говорить о печатном оборудовании, то общая эффективность его работы выражается в продуктивности работы на едини-

цу времени, иными словами в объеме готовой качественной продукции, изготовленной за день, месяц и т. д.

Собственно параметр ОЕЕ представляет собой процент текущей выработки от теоретически возможной на данном оборудовании в сложившейся ситуации. Рассчитывается он достаточно просто. В полиграфическом

Как оценить максимальную производительность полиграфического производства и узнать предел его возможностей? Метод оценки параметра ОЕЕ позволяет рассчитать общую эффективность полиграфического оборудования, которая выражается в объеме качественной печатной продукции, выполненной за единицу времени с учетом всех аспектов, влияющих на работоспособность оборудования

производстве на параметр ОЕЕ влияет целый ряд факторов, которые определяют его величину.

■ **Общее время работы оборудования.** По сути, это установленное на

предприятии календарное время работы с учетом смен. Если в месяце 22 рабочих дня и бригады работают в две смены по 8 ч, то общее время работы составляет 352 ч.

■ **Плановые остановки оборудования.** Осуществляются для профилактики, предупредительного ремонта, замены редко сменяемых расходных материалов (например, офсетной резины) и т. д. То есть простой этого типа необходим для поддержания нормальной жизнедеятельности оборудования.

■ **Неплановые простои оборудования.** Чаще всего связаны с поломками оборудования или и с другими внешними факторами (отключением электроэнергии и т. д.).

■ **Технологические простои оборудования.** При работе оборудования существуют технологические простои, обойтись без которых невозможно. Их наличие — нормальный процесс работы, но во время этих остановок машина продукции не производит. Для полиграфического оборудования такими простоями являются приладки.

■ **Прочие простои оборудования.** Сюда можно отнести самые разные простои, происходящие по субъективным причинам. Например, не готовы формы, отсутствуют нужные расходные материалы, нет заказов на данный час работы и т. д. Как правило, эти виды простоев можно ликвидировать при должной организации производства.

■ **Номинальная средняя рабочая скорость оборудования** (рабочая скорость печати, на которой обычно работает печатник). При помощи этого показателя определяют, сколько

готовой продукции получается в единицу времени.

■ **Общий объем произведенной продаваемой продукции.**

Рассчитывается общий объем за весь оцениваемый период. Для печатной продукции критерием является отпечатанный качественный лист-оттиск заданной красочности (обычно 4+0, хотя на «длинных» печатных машинах можно использовать и другие виды листов-оттисков 6+0, 4+4 и т. д.).

■ **Объем технологического брака.**

В полиграфическом случае это отходы на приладку, которые через машину прошли, рабочее время машины затратили и формально напечатаны, но продать их заказчику нельзя.

■ **Объем субъективного брака.**

По недосмотру ряда сотрудников или по причине поломки/разрегулировки оборудования возможно появление брака, который следует считать субъективным, поскольку его наличие обычно появляется по человеческим (субъективным) причинам.

Формула расчета

Общая эффективность оборудования (ОЕЕ) рассчитывается как произведение «Критерия Доступности Оборудования» (обычно обозначают буквой А, от англ. Availability — «доступность»), «Критерия Производительности Оборудования» (обозначается буквой Р, от англ. Performance — производительность) и «Критерия Качества Продукции» (буква Q от англ. Quality — качество). То есть $OEE=A*P*Q$. В свою очередь, каждый из критериев также имеет свои формулы для расчета.

Критерий Доступности Оборудования (А).

Показывает, сколько из общего рабочего времени оборудование занимается непосредственно производством продукции. Для его получения сначала из общего времени вычитают время плановых остановок и время технологических остановок, получая теоретическое производственное время. Затем из полученного теоретического рабочего времени вычитают время unplanned и прочих остановок, получая реальное рабочее время. Затем реальное время делят на теоретическое рабочее время. То есть КДО — это процент рабо-

чего времени, используемого для производства продукции.

Критерий Производительности Оборудования (Р).

Это более сложный критерий. Для его расчета нужно сначала вычислить реальную рабочую скорость производства, а затем разделить ее на номинальную рабочую скорость. Реальная скорость рассчитывается делением общего объема произведенной продукции на теоретическое производственное время.

Критерий Качества Продукции (Q).

Показывает процент годной продукции в общем объеме продукции. Для этого нужно разделить общий объем произведе-

денной продаваемой продукции на сумму общего объема произведенной качественной продукции плюс общий объем технологического брака плюс общий объем субъективного брака.

Наконец, получив все критерии, можно легко вычислить Общий Критерий Эффективности ($OEE=A*P*Q$). Это общая теория оценки эффективности. В полиграфии в силу специфики она имеет свои особенности.

ОЕЕ в полиграфии

Во многих отраслях промышленности ОЕЕ — это, по сути, число (точнее процент). В полиграфии же в силу технологи-



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

ческих причин Общий Критерий Эффективности объективно зависит от тиража продукции. На коротких тиражах в традиционных видах печати он ниже, чем на длинных. Даже в цифровых способах производства эта особенность существует, хотя и не так ярко выражена. Поэтому в полиграфии ОЕЕ изображают в виде графика (см. рис. 1). По одной оси откладываются тиражи продукции, по другой – собственно значение ОЕЕ для данного тиража.

В настоящее время учетом показателя ОЕЕ для полиграфических предприятий озабочены многие компании-производители оборудования, помимо этого существует немало консалтинговых компаний, которые стремятся помогать типографиям повышать этот показатель. Текущая ситуация в полиграфии и возможное развитие типографий показаны на графике (см. рис. 2). Этот показатель очень удобен для оценки эффективности работы типографии, поскольку он одной цифрой учитывает все особенности работы промышленного предприятия, а самое главное – любые положительные действия по совершенствованию предприятия сразу отражаются на результате. Добились сокращения времени на приладку – величина ОЕЕ вырастет. Смогли уменьшить процент брака или объем материалов, уходящих на приладку, ОЕЕ опять

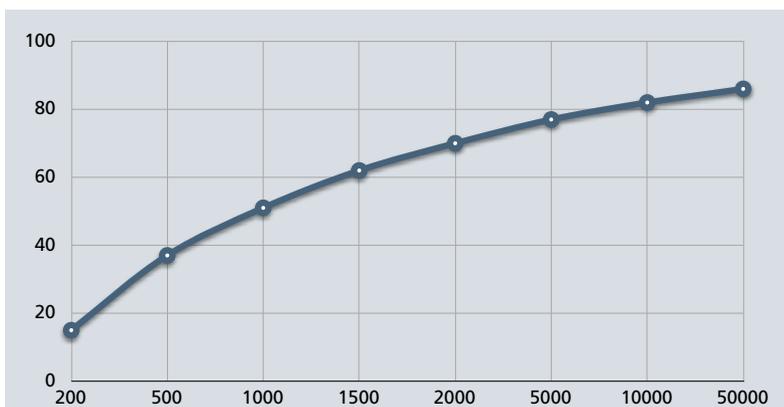


Рис. 1. Типовой график зависимости значения ОЕЕ от тиража продукции. Такая форма графика типична для типографий, использующих офсетный способ печати (при других способах печати график может быть похожим, а может и существенно отличаться). В офсетной печати с ростом тиража значение ОЕЕ растет



Рис. 2. На этом графике цветными областями показаны средние для полиграфической отрасли значения ОЕЕ в настоящее время и в относительно ближайшем будущем. Типографии, которые через 5–7 лет не смогут увеличить свои значения ОЕЕ, будут не в состоянии успешно конкурировать на свободном полиграфическом рынке. В целом необходимо понимать, что в полиграфии значения ОЕЕ ниже, чем в других отраслях промышленности. Здесь хорошим показателем является значение в 60–70%, хотя в машиностроении или электронной промышленности этот показатель стремится к 90–95%. Это не недостаток полиграфии, а ее особенность

немного подрастет и т. д. И результат удобно смотреть в графической форме (порой для анализа накладывают друг на друга два графика, и сразу видно, где приросло, а где убыло).

Главный «тормоз» роста

Любому промышленному предприятию выгодно постоянно увеличивать свой ОЕЕ. Однако на практике сделать это весьма не просто. ОЕЕ пусть косвенно, но учитывает уровень профессионализма управления предприятием и качество его коммерческой деятельности. Как бы совершенно ни работала печатная техника, как бы типографии ни стремились сделать приладку на 1 мин быстрее, чем раньше, все это легко разбивается о неорганизованность. Печатник готов ставить следующий заказ, но не сделаны формы или нет нужной бумаги. Типография может печатать быстро, но у нее нет такого количества заказов, чтобы заполнить ими целый рабочий день. В результате вынужденные простои и показатель ОЕЕ обрушивается вниз. Так что от качества работы управления предприятием, эффективности коммерческой службы показатель ОЕЕ сильно зависит.

Наконец, еще одно. Для оценки ОЕЕ важны правильные продуманные значения типовых норм. Если нормой для предприятия будет считаться скорость печати 8 тыс. экз./ч, а приладка занимать 2 ч, то показатель ОЕЕ можно вырастить до существенных величин и даже сделать его больше 100% (достаточно считать нормальной скорость работы 8 тыс. экз./ч, а печатать, например, на 13 тыс. экз./ч), но это, в конечном итоге, попытка обмануть самого себя. Денег от такой работы не прибавится.

Загрузка 100% и как с ней бороться

Оценивая эффективность работы типографии, руководители полиграфических предприятий зачастую используют термин – процент загрузки. Оценка проводится по следующему критерию: типография (или отдельная печатная машина) печатает (есть заказы) или не печатает. Если работа есть всегда, то загрузка 100%. Однако этот критерий на самом деле не дает представления об истинной загрузке производства и только мешает адекватной оценке процесса. Очень часто бывает так, что производительность типографии, по сути, выбирает печатник. Ему удобно печатать на скорости 8 тыс. экз./ч, он и будет это делать. А считается при этом, что «типография полностью загружена работой». Так что пытаться оценивать эффективность работы по наличию или отсутствию загрузки не только бессмысленно, но и вредно, поскольку это не дает нормального понимания ситуации. Подобную оценку нужно заменять другими критериями, например, такими, как описаны в статье. Впрочем, бывают и другие.

Какой должен быть OEE?

Резонанс вопрос, какая величина OEE является приемлемой, а какая не очень? В разных отраслях промышленности эти критерии несколько варьируются, в том числе и в полиграфии, но общий тренд примерно такой:

Результат менее 50%. Начальный уровень OEE. Оборудование работает на скоростях, далеких от максимальных, частые поломки и длительные ремонты, медленные переналадки и большое влияние «человеческого фактора». Планирование производства, администрирование и управление на низком уровне, качество продукции также страдает.

Результат от 50 до 80%. Базовый уровень OEE. Внедрена система контроля и управления, скорость работы оборудования близка к максимальной, работает система планово-

предупредительных ремонтов, введена стандартизация производственных операций, хорошее слежение за качеством продукции.

Результат от 80 до 95%. Мировой уровень. К этой величине стремятся большинство ведущих производственных компаний в развитых странах. Оборудование работает почти всегда на максимальных скоростях, внедряется система «ускоренных переналадок», непроизводственные потери сведены к минимуму, человеческий фактор исключен, качество стабильно.

Более 95%. Уровень «Эксперт». Оборудование работает только на максимальной скорости, время переналадок сведено к минимуму (порой многие из них выполняются быстрее, чем запланировано). Брак продукции и человеческий фактор полностью ис-

ключены. В мире пока не так много компаний, достигших такого совершенства, но они существуют.

В полиграфии, как указано в основной статье, OEE существует не в виде единого значения, а в виде графика. Для того чтобы сравнивать типографии с другими видами бизнеса, следует брать максимально возможное OEE на графике. Как правило, он будет соответствовать максимальному тиражу, хотя и не обязательно. Например, если типографии при печати длинного тиража придется менять формы, разгружать стапель, смывать резину и т. д., то на максимальных тиражах OEE будет ниже, чем на тиражах, для которых дополнительные операции не нужны. Вот этот показатель OEE и будет максимальным для данной типографии.

Для типографий, в которых учет ведется с помощью компьютерных систем, построение таких графиков легко автоматизируется. Имея все данные за месяц (или год), система может строить графики автоматически, и руководству типографии будет довольно просто их анализировать. Использование метода OEE широко распространено в «продвинутых» в отношении производства странах. И сам параметр OEE часто используется для сторонней оценки бизнеса, например при купле/продаже.

Поэтому велико желание производителей оборудования развивать то, что поможет типографиям регулярно увеличивать свой OEE. В полиграфии есть ряд параметров, которые влияют на рост показателя эффективности. Сократив всего немного время переналадки или уменьшив объем макулатуры, можно заметно повлиять на показатель OEE. Современное печатное оборудование обладает такими возможностями и может реально улучшить показатель эффективности работы. ■

Расходные материалы

Превосходство успешных технологий. Heidelberg Saphira.

Эффективность производства и уровень качества печати зависят от правильно подобранных расходных материалов. Heidelberg предлагает расходные материалы под собственным брендом Saphira для допечатных, печатных и отделочных процессов.

Saphira – это продукция, созданная в результате многолетней работы по тестированию и отбору совместимых между собой материалов, способных обеспечить наилучший результат печати. Эти расходные материалы могут использоваться как для оборудования Heidelberg, так и на машинах других производителей.

➔ www.heidelberg.com/ru/saphira

HEIDELBERG

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



Saphira

Реклама

«Роль расходных материалов — одна из ключевых в бизнесе компании»



Владимир Антохин,
руководитель подразделения
«Расходные материалы»,
«Гейдельберг-СНГ»
[Москва]

С 1 августа 2019 г. на должность руководителя подразделения «Расходные материалы» в «Гейдельберг-СНГ» назначен Владимир Антохин, до этого он был финансовым директором компании. Судя по тому, как развивается бизнес Heidelberg в мире, можно сделать вывод, что поставки расходных материалов становятся едва ли не ключевым направлением бизнеса немецкого производителя. Кадровые изменения в «Гейдельберг-СНГ» как раз связывают с усилением российского подразделения, отвечающего за продажи расходных материалов. Мы попросили прокомментировать ситуацию нового руководителя этого направления.

Ф: В компании «Гейдельберг-СНГ» в последнее время несколько раз менялись руководители направления расходных материалов. С чем это связано?

ВА: На эту должность приходили люди со стороны, ранее работавшие в других компаниях. Им достаточно сложно было адаптироваться к нашей компании, понять ее специфику. Для «Гейдельберг-СНГ» поставка расходных материалов — не только часть бизнеса, но и важнейшая составляющая комплексного обслуживания клиентов.

Ф: Для вас расходные материалы — новое направление?

ВА: Нет, в должности финансового директора я следил за продажами расходных материалов в комплексе с другими на-

правлениями нашей деятельности. Поэтому определенное представление есть.

Ф: Переход с должности финансового директора на должность руководителя подразделения для вас — это движение вперед?

ВА: С точки зрения организационной структуры компании — это движение вбок. Но я сохранил за собой часть прежних функций, связанных с организацией финансирования сделок по продаже оборудования, так что для себя я считаю новую должность движением вперед. Когда я пришел в «Гейдельберг-СНГ», мне приходилось очень много работать «в полях». В то время финансирование сделок в нашей стране только начинало развиваться, и типографиям необходимо было объяснить, что такое лизинг, как работают денежные или товарные кредиты. В свою очередь, финансовым институтам мы рассказывали про структуру бизнеса типографий и их финансовую

Развитие комплексных предложений для клиентов становится главной задачей «Гейдельберг-СНГ». Под этим понимается любая комбинация продуктов, предоставляемых компанией на рынке, — оборудование, расходные материалы, сервисные услуги, запасные части, технологическая поддержка, обучение и другое

эффективность. Так что приходилось много общаться с людьми. Постепенно финансовые механизмы наладились, и задач по их формированию стало меньше. Работа в основном превратилась в кабинетную, ощущалась нехватка живого общения... Поэтому, когда поступило предложение

взять на себя направление работы, связанное с продажами, я согласился. А с обязанностями финансового директора успешно справляется Наталья Гребёнкина, которая до этого назначения работала в должности руководителя отдела финансового контроллинга «Гейдельберг-СНГ».

Ф: Что нового вы готовы привнести в работу отдела расходных материалов?

ВА: В настоящее время бизнес компании во всем мире строится на комплексном обслуживании клиентов. Сюда входит и поставка оборудования, и монтаж, и обучение, и сервисное обслуживание, и продажа запасных частей и расходных материалов, и техническая и технологическая поддержка, а также консалтинг по вопросам развития предприятия. Сейчас бизнес концерна условно можно разделить на две части: первая — производство и продажа оборудования, вторая — все, что начинается после продажи оборудования. И если раньше главной была первая часть, то сейчас ситуация меняется. И в структуре всей компании вторая часть уже занимает практически половину. И в нашей стране мы должны стремиться к тому, чтобы вторая часть становилась все более существенной и доходной. Роль расходных материалов — одна из ключевых в бизнесе компании. Любой типографии для работы нужно приобретать расходные материалы. Наша задача сделать так, чтобы максимум этих материалов приобреталось в «Гейдельберг-СНГ» и у наших дилеров. В нашем активе — высокий уровень технологической поддержки, опробированность всех материалов, гарантия их качества, полная совместимость с нашим оборудованием и т. д. И еще раз подчеркну, что наше конкурентное преимущество заключается в комплексном подходе к каждой задаче, которую перед нами ставит клиент.

Ф: Вы будете заниматься созданием механизма предоставления комплексных услуг?

ВА: Создавать с нуля не нужно. Этот подход всегда был в нашей компании, и мне как сотруднику, долгие годы работающему в «Гейдельберг-СНГ», достаточно хорошо видны те моменты, в том числе и во внутрен-

нем взаимодействии, которые необходимо улучшить, адаптировать под новые задачи. У каждого подразделения любой компании есть собственные цели (и у подразделения расходных материалов тоже), свои подходы к работе. Это нормально и естественно. Но если эти цели мешают достижению более глобальных целей компании, то это уже неправильно и необходимо что-то менять. Поскольку я долгие годы следил за финансовыми потоками всех подразделений, мне было хорошо видно, как они пересекаются, и я понимаю, как их объединить и направить в единое русло.

Ф: Под комплексными предложениями вы подразумеваете оборудование плюс материалы?

ВА: Не только. Мы предлагаем любую комбинацию всех наших продуктов. И что самое главное — комплексная услуга оказывается выгоднее заказчику, чем каждая из них в отдельности. Более того, за все услуги ответственность перед клиентом несет конкретный сотрудник компании.

Ф: То есть теперь нет разделения между торговыми представителями по расходным материалам, по сервису и по оборудованию?

ВА: Формально все торговые представители выполняют те же обязанности. Но мы делаем так, чтобы руководитель типографии имел возможность в любое время позвонить своему контактному лицу и получить ответ на любой вопрос, касающийся сотрудничества с «Гейдельберг-СНГ», будь то оборудование, материалы, сервис и другое.

Ф: Иначе говоря, для «Гейдельберг-СНГ» комплексное предложение будет своеобразным рыночным преимуществом?

ВА: Да, определенно. Мы надеемся, что и для клиентов это будет самым выгодным предложением на рынке. Если типография — владелец оборудования Heidelberg, то она получает лучший сервис, проверенные сертифицированные расходные материалы и оригинальные запасные части.

Ф: Получается, что в компании меняется вся концепция бизнеса?

ВА: Да, изменение идет поступательно. На сегодняшний день это единственно правильный путь. У клиента должен быть один основной контакт, которому можно позвонить по любому вопросу, чтобы запустить решение задачи. И этот сотрудник должен постоянно заботиться о том, чтобы бизнес типографии развивался.

Ф: Как можно оценить объемы печати ваших клиентов?

ВА: Многие печатные машины подключены к интернету, и специальное облачное решение собирает данные о производительности. Программное обеспечение помогает нам проанализировать производственный процесс в типографии и сформировать предложения заказчику по повышению эффективности. Клиенты, у которых большой объем заказов, охотно такой возможностью пользуются, поскольку это тоже одна из комплексных услуг Heidelberg.

Ф: В некоторых странах Heidelberg работает с клиентами в офсетном сегменте по бизнес-модели по подписке (Subscription). Планируется ли что-то подобное в России?

ВА: Ряд клиентов Heidelberg действительно перешли на новую модель сотрудничества, и, стоит отметить, благодаря этому увеличили свою производительность и доходность. Это обоюдовыгодная форма взаимодействия между типографией и поставщиком. В России и СНГ таких кейсов пока нет, но мы очень внимательно следим за рынком в данном направлении. Возможно, наш рынок пока к этому не готов в силу разных причин и рисков. Но мы хотим двигаться в данном направлении и как только увидим потенциальную возможность, обязательно используем ее.

Ф: А какие риски вы имеете в виду?

ВА: Из внешних — это прежде всего нестабильность национальной валюты. А есть и банальные организационные риски. Наблюдая за тем, как ведется работа в некоторых типографиях, можно сделать определенные выводы, что даже внутри одной полиграфической компании существует разный подход сотрудников к выполнению своих обязанностей. Например, нерациональное использование ресурсов: при загрузке краски из банки в кипсейку один печатник

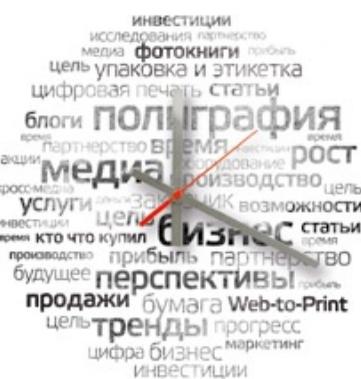
тщательно выскребает содержимое «до железа», а другой лишь переворачивает банку над кипсейкой на пару минут и все. Что вытекло, то вытекло, а остальное выбрасывается. Хотя там еще остается немало краски. Но печатнику проще открыть новую банку. При отсутствии рачительного подхода «подписная» бизнес-модель будет работать неэффективно. Поэтому одним из шагов для перехода на такую модель мы видим существенное повышение культуры производства в типографиях России и СНГ. И такие производства у нас уже есть. Поэтому, надеюсь, что в недалеком будущем «подписные» клиенты появятся и у нас.

Ф: У компании Heidelberg есть собственная торговая марка расходных материалов Saphira. Нет ли задачи сделать ее приоритетной при формировании предложений клиентам?

ВА: Разумеется, при продаже расходных материалов клиентам мы предлагаем в первую очередь материалы Saphira. Но при этом мы гибко подходим к формированию товарной линейки, и у нас нет «обязаловки», что клиенту нужно продать именно Saphira. Необходимо выбрать именно то, что подходит типографии наилучшим образом для конкретной задачи. Поэтому у нас в линейке множество товаров.

Ф: Не так давно в головном офисе компании Heidelberg объявили, что в настоящее время доля бизнеса компании, связанная с материалами и услугами (бизнес после продажи печатной машины), приближается к 50% и будет расти и дальше. А какова доля этого бизнеса в России?

ВА: У нас это сложно посчитать, так как бизнес очень волотилен и зависит от количества проданных печатных машин. Поскольку из года в год продажи машин сильно отличаются, то и доля «послепродажного бизнеса» тоже существенно меняется. Примерно его можно оценить в диапазоне доли 30–50%. ■



Информационно-аналитический портал для тех, кто принимает решения

Print Daily.ru

Как заработать в полиграфии?

УЗНАЙТЕ:

- Что происходит на рынке, и что это значит для вашего бизнеса?
- Что делают ваши конкуренты? Какие возможности есть на рынке?
- Как повысить эффективность вашего бизнеса? Во что вкладывать деньги?
- Нужно ли менять бизнес-модель и как это сделать?
- Как меняются предпочтения заказчиков печатной продукции?
- Что будет с полиграфией завтра и если не полиграфия, то что?

Вместе с Издательством «Курсив»



Книжные ценности, или Полувековые традиции производства



Нина Николаевна Бутрина,
генеральный директор
«Тверской
полиграфический комбинат»

В центре Твери на проспекте Ленина, 5 располагается одна из крупнейших типографий России — «Тверской полиграфический комбинат». Сегодня он входит в десятку ведущих предприятий отрасли и специализируется на изготовлении книжной продукции. Производство занимает несколько многоэтажных корпусов общей площадью около 40 тыс. м². Более 400 сотрудников обеспечивают круглосуточную работу комбината, который ежемесячно выпускает свыше 3 млн многополосных изданий, среди которых большую часть составляют книги

в твердом переплете с множественной послепечатной отделкой. Этим производственным гигантом в настоящее время руководит Нина Николаевна Бутрина, за плечами которой опыт успешного административного управления не одним полиграфическим производством. Поводом для нашей беседы, с одной стороны, послужил юбилей предприятия — в этом году отмечается 65 лет с момента запуска комбината. А с другой, активное движение в книжном сегменте дает почву для размышлений о дальнейшем развитии данного направления, что мы и попросили прокомментировать генерального директора «Тверского полиграфического комбината».

Взгляд в прошлое

Строительство комбината началось в 1951 г. в пригороде тогда еще г. Калинин (сейчас г. Тверь). Предприятие задумывалось как специализированное полиграфическое производство много-

красочной печати и являлось одним из первых таковых в стране. Правда, специализация на книгах пришла гораздо позже. Первой продукцией, отпечатанной в стенах комбината в 1954 г., была многокрасочная этикетка. Этот год считается запуском предприятия в работу, а значит, текущий 2019 г. для него юбилейный. В 1960-е гг. завершилось строительство еще одного корпуса комбината, что вдвое увеличило производственные мощности. Уже в 1963 г. здесь появляется первое офсетное оборудование, на котором запустили печать книг, журналов и учебников. С развитием предприятия шла и модернизация оснащения, появлялось новое промышленное оборудование, предприятие постепенно переориентировалось на выпуск многополосной продукции, причем имело возможность изготавливать издания большого объема и формата, в том числе сложные с точки зрения полиграфического исполнения, — энциклопедии, подарочные издания, собрания сочинений, книги на иностранных язы-



Печатный парк «Тверского полиграфического комбината» базируется на оборудовании концерна Koenig & Bauer. Сегодня здесь работают 7 машин. Из них две машины — пятикрасочные Rapida 105 с секцией лакирования. Они используются для печати многоцветных обложек и рекламной продукции

ках, в частности предназначенные на экспорт. Это говорит о том, что на полиграфкомбинате изначально придерживались высоких стандартов качества книжного производства, а профессиональный подход позволял изготавливать ответственные и критичные по исполнению полиграфические заказы.

Одним из первых в отрасли «Тверской полиграфический комбинат» становится коммерческим предприятием. В 1994 г. его статус меняется на открытое акционерное общество. В дальнейшем деятельность комбината продолжает быть тесно связанной с профессиональным изготовлением книжной продукции, а производство претерпевает серьезное перевооружение — здесь появляется промышленное современное оборудование от ведущих производителей: многокрасочные печатные машины, послепечатный комплекс для изготовления книг в твердом переплете и мягкой обложке (крышкоделательные линии, ниткошейные машины, ВШРА, переплетные линии и т. д.), а также допечатный комплекс для прямого экспонирования пластин

За более чем полувековую историю работы на книжном рынке полиграфкомбинат сохранил свой исторический профиль и по-прежнему входит в число лидирующих предприятий как отрасли, так и сегмента книжного производства. Как отметила генеральный директор «Тверского полиграфического комбината» Нина Бутрина, предприятие сотрудничает сегодня более чем с 30 издательскими домами, среди которых «Росмэн», «Эксмо», «Просвещение», «Культура», «Академия», «Контент», «Добрая книга» и многие другие: «Среди наших заказчиков — крупные отечественные издательства, выпускающие качественный контент преимущественно детской литературы. Задача нашего комбината — обеспечить высокоточное полиграфическое исполнение изданий художественной литера-



Пять машин большого формата Rapida 130 задействованы на комбинате для печати книжной продукции для ведущих российских издательств. Благодаря формату печати 900x1300 мм машины подходят для экономичной раскладки большинства форматов тетрадей книжного блока

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

Расфуровка бумаги в любой формат

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН



Экспонирующие устройства Kodak используются для изготовления форм для печатных машин Rapida 105



Недавно комплекс допечатного оборудования комбината пополнился СТР-устройством большого формата Agfa :Avalon VLF XXT для экспонирования пластин для машин Rapida 130, так как мощностей одного СТР Agfa было уже недостаточно

туры, развивающих и учебных пособий. Это, как я называю, «ковырястые» книги, которые требуют не только качественной полноцветной печати, но и неординарного внешнего оформления».

Печать большого формата

Современный уровень оснащения «Тверского полиграфического комбината» позволяет выпускать около 20 млн изданий в год. Исторически так сложилось, что листовое печатное оборудование на комбинате представлено машинами концерна Koenig&Vauerg. На сегодняшний день здесь работают пять четырехкрасочных машин Rapida 130 и две машины в пятикрасочном исполнении с секцией лакирования Rapida 105. «Тверской полиграфический комбинат» является одним из немногих владельцев машин большого формата Rapida 130. Они наилучшим образом подходят для книжного производства и имеют удобный формат печати до 900x1300 мм. Помимо высоких скоростных показателей работы, это оборудование позволяет существенно экономить запечатываемый материал за счет удобной раскладки книжных тетрадей в поле возможной печати.

«Листовые офсетные машины Rapida отличает прежде всего высокая надежность и стабильность работы, — рассказывает

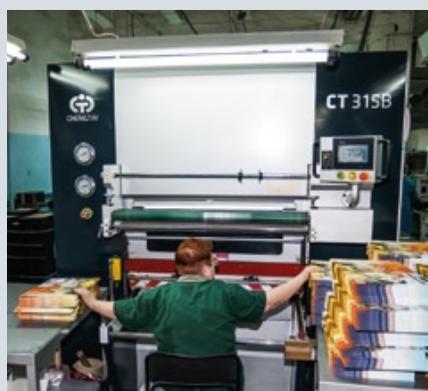
Алексей Осетров, заместитель технического директора «Тверского полиграфического комбината». — Для нас как производителей полноцветной книги важным является качество цветопередачи, которое должно оставаться постоянным на протяжении всего процес-



Трафаретная линия для декоративной УФ-отделки обложек и сторон переплетных крышек



Преимущественно все обложки ламинируются пленкой. На комбинате работают два промышленных ламинатора



В декоративном оформлении книг излюбленным видом отделки является тиснение — конгревное, блинтовое или металлизированной фольгой. Два года назад мощности по тиснению и высьечке пополнились на комбинате покупкой полноформатного гидравлического пресса (слева)



KOENIG & BAUER

Rapida 105 – надежный источник силы для вашей типографии

Максимально эффективная,
технически продвинутая и
простая в обслуживании –
Rapida 105 – выбор номер один
с точки зрения надежности в
среднем формате.

С теми преимуществами
и функциями, которые вам
реально нужны.



ООО «Кениг & Бауэр РУС»
Телефон: (495) 782-13-77
kba@kba-print.ru
www.kba-print.ru



we're on it.



На комбинате работают две книговставочные линии Kolbus Compact-60, которые позволяют изготавливать издания в твердом и интегральном переплетках с толщиной блока до 65 мм



Скоростная линия термоклевого бесшвейного скрепления Trendbinder Muller Martini для производства книг в мягкой обложке



Издания со скреплением проволокой выполняются на ВЛШРА Muller Martini Bravo Plus. Как правило, это оборудование применяется для производства учебных пособий и рекламной полиграфии



Многосекционная листоподборочная линия позволяет собрать из отдельных тетрадей книжный блок

са печати. Кроме того, у нас нередко случаются повторные тиражи, и дополнительные экземпляры книг не должны отличаться от первой отпечатанной партии изданий, поэтому возможность повторяемости и идентичности тиражей — необходимая часть работы книжной типографии. Это достигается благодаря автоматизации оборудования и системам контроля и измерения различных показателей — цвета, проводки и т. д. Как правило, печать книжного блока выполняется на машинах Rapida 130 — значительная часть книжных форматов хорошо раскладывается на большом поле печати, что сокращает время производственного цикла и снижает с предприятия нагрузку по утилизации отходов. Обложки мы запускаем на Rapida 105, где есть возможность сразу покрывать оттки водно-дисперсионным лаком».

Однако печать книжных обложек — не единственная задача для Rapida 105-5+L. На комбинате с 2012 г. начали развивать направление производства рекламной полиграфии, в частности изготавливать многополосные рекламные каталоги и брошюры. Для этих задач используются пятикрасочные машины Rapida 105, которые позволяют реализовывать запросы клиентов в безупречном качестве печати изданий рекламного характера.

Как отмечает Алексей, производительные машины Koenig&Vauerg дают возможность довольно быстро срабатывать заказы на печать. Однако самый кропотливый производственный этап начинается тогда, когда оттки попадают в послепечатный цех. Именно здесь они превращаются в многостраничный блок, обретают форму и красивое обрамление.

Переплетные решения

Мощности «Тверского полиграфического комбината» позволяют сегодня изготавливать издания с любым возможным видом скрепления. Производственная база комбината формировалась многие годы. И надо сказать, что при выборе оборудования предпочтение отдавалось ведущим компаниям в области книжного производства — Muller Martini, Kolbus, Fidia, MBO, Aster, Smite и т. д. Как уже было сказано выше, в основном предприятие специализируется на изготовлении книг в твердом переплете. Для этого на производстве работают две книговставочные линии Kolbus Compact-60, которые позволяют изготавливать издания в твердом и интегральном переплетках с толщиной блока до 65 мм. Одна из линий имеет также секцию работы с тетрадами-двойниками, что практически вдвое увеличивает производительность оборудования.

Более того, на предприятии есть возможность изготавливать книги в твердом переплете с минимально возможной толщиной корешка — от 2 мм. Специальная переплетная линия для изготовления малообъемных изданий СТ-100 появилась на комбинате в 2003 г.



Фальцевально-склеивающая машина Fidia Cordo Garda для изготовления интегральных крышек и обложек с клапанами



Заметная часть выпускаемых книг требует шиться нитками, поэтому на комбинате планируют расширять парк ниткошвейного оборудования. Справа – фальцевальная линия

Изготовление книг в мягкой обложке осуществляется на скоростной линии термоклеевого бесшвейного скрепления Trendbinder Muller Martini. Оборудование способно выдавать до 7500 книг в час. «Это очень бойкая машина, – отмечает Алексей Осетров, – мощности одной линии КБС полностью закрывают потребности нашего комбината в производстве книг в мягкой обложке».

Для выполнения заказов рекламного сегмента – каталогов и брошюр со скреплением на скобу – на предприятии приобрели вкладочно-швейно-резальный агрегат Muller Martini Bravo Plus с возможностью автоматической подборки тетрадей (6 станций), фальцевания, наклада обложек, скрепления проволокой на 2 скобы, трехсторонней обрезки и stapелирования в приемно-комплектующем устройстве.

Одной из текущих тенденций в производстве книг, особенно предназначенных для детей, является требование издателей в изготовлении безопасного переплета со скругленными уголками переплетной крышки. Для реализации такой задачи на комбинате установлена высокоскорост-

обложку, так и твердый переплет.

«На всех ответственных послепечатных этапах нашего производства работают надежные и высокопроизводительные линии Muller Martini, – отмечает Алексей Осетров. – Книга всегда была и остается предметом гордости для нашего предприятия, и мы достигли профессионального уровня ее производства. Безусловно, тот факт, что на комбинате эксплуатируется специализированное оборудование мировых производителей, позволяет нам ставить перед собой новые задачи по полиграфическому исполнению книжных изданий, которые отвечают современным представлениям издательского бизнеса».

Многоуровневая отделка

Как отмечают на предприятии, значимую долю в цикле книжного производства занимает изготовление именно переплетной крышки. «Практически все издания в твердом переплете, которые выпускает наш комбинат, требуют послепечатной отделки на переплетной крышке, – отмечает



Finishing 4.0TM

The Future is automated.
Будущее в Автоматизации.

Полиграфическое оборудование компании Muller Martini, оснащенное системой управления техпроцессами и данными (АСУ ТП) Connex, позволяет организовать сквозную интеграцию с оборудованием заказчика.

Новая концепция Muller Martini под названием Finishing 4.0 демонстрирует растущие возможности, которые компания предлагает своим партнерам в полиграфической области.

Take off with Müller Martini
Стартуй с Müller Martini

MÜLLER MARTINI

Müller Martini – Ваш надежный партнер.

ООО «Мюллер Мартини РУ»

+7 (495) 649-10-05; www.muller-martini.ru



В прошлом году на предприятии запустили в работу две рулонные офсетные машины — Global Web Systems и manroland Uniset 70. На этих машинах реализуется план по выпуску учебной литературы



Недавнее приобретение — высокопроизводительная Assiga Apex 140 для резки рулонного материала на листы. Это уже вторая подобная линия на комбинате

Нина Бутрина. — Причем 90% работ идет с многоступенчатой отделкой — тиснением, припрессовкой пленки, УФ-лакированием, тиснением фольгой, блинтовым тиснением. Это говорит о том, что книга по-прежнему обладает ценностью, и издатели стремятся сделать ее презентабельной, престижной, а значит и дорого выглядящей. В этой связи востребованными становятся все возможные способы полиграфического декорирования. Два года назад мы усилили наши производственные возможности по отделке и приобрели полноформатный гидравлический пресс для высечки и тиснения (блинтового, фольгового, конгревного)».

«Отделочные операции сегодня востребованы со стороны издательств, которые хотят сделать книгу максимально привлекательной для конечного покупателя, — добавляет Алексей. — Все обложки за редким исключением ламинируются, поэтому оба наших промышленных ламинатора трудятся круглосуточно. Увеличилось количество работ

на УФ-отделку, и порой ощущается даже нехватка мощностей на данном участке. Излюбленными видами отделки для переплетной крышки являются различные способы тиснения, причем даже сочетание нескольких вариантов тиснения с другими отделочными операциями. По этой причине производственный цикл удлиняется».

Учебный сегмент

Еще одним сегментом бизнеса «Тверского полиграфического комбината» недавно стало производство учебников. В прошлом году на предприятии запустили в работу две рулонные офсетные машины — manroland Uniset 70 (1998 г.) и Global Web Systems (2006 г.), которые были перевезены из типографии «Московские учебники и Картолитография». Как рассказал Алексей Осетров, монтажные работы были непростыми: потребовалось специально подготавливать полы, заливать цементное основание, которое может выдерживать вес машин — а это около 150 т — и даль-

нейшие вибрационные нагрузки. К тому же особенность планировки производственного цеха не позволяла свободно разместить оборудование, и его пришлось буквально вписывать между балок и опорных конструкций, что потребовало предварительно составить проект монтажа специалистами manroland и несколько иначе смонтировать секции печатных машин, нежели это предусмотрено стандартным построением оборудования.

«Эти машины — долгожители, очень надежные при регулярном обслуживании и грамотной эксплуатации, — говорит Алексей. — Оборудования такого рода, задействованного именно в книжном производстве, очень мало в России, что дает нам особые преимущества в плане выпуска учебных изданий. В этом году машины эксплуатировались с января по август и эффективно отработали учебный сезон. Сейчас мы комплектуем новые заказы и планируем с ноября запустить машины в работу. Учебный сегмент рынка имеет свои скачки спроса, поэтому и загрузка на рулонное оборудование волнообразная».

Для производства учебных изданий на комбинате в полной мере задействуется профессиональное промышленное послепечатное оборудование. В частности, большая нагрузка ложится на линию KBC Trendbinder Muller Martini, поскольку учебники в основ-



«Тверской полиграфический комбинат» сотрудничает с крупными издательскими домами и специализируется на производстве книг преимущественно в твердом переплете. Большинство изданий — детские книги



Большая часть книжных изданий требует декоративной отделки: УФ-лакирования, конгрева, тиснения фольгой и других операций в различных комбинациях



Среди заказов комбината — учебные и развивающие издания для детей

вадет необходимо при печати длинных тиражей. Поскольку мы все больше книг выпускаем в твердом переплете с шитьем нитками, то в наших планах пополнить парк ниткошвейных машин. При этом хочу отметить, что мы всегда ориентировались при оснащении комбината на ведущих поставщиков как расходных материалов, так и оборудования. Так мы можем гарантировать высокий уровень профессионализма и качества полиграфического исполнения. В плане перспектив развития предприятия могу сказать, что судя по тому, что натуральные показатели у нас увеличились, существует тенденция к росту книжных изданий на рынке. По крайней мере, в намеченном плане производства на ближайший год мы намерены увеличить количество выпускаемых книг».



Комбинат может выпускать издания с любым видом скрепления

ном издаются в мягкой обложке. Также специально для работы с учебными изданиями на предприятии имеется линия Fidia Cordo Garda для изготовления интегральных крышек и обложек с клапанами. Интегральный переплет все чаще выбирается издателями учебной литературы в силу того, что он намного проще в производстве в отличие от твердого переплета, хотя и сохраняет все его достоинства по прочности и презентабельности, но при этом обладает малым весом и низкой себестоимостью.

Перспективы

«Мы регулярно инвестируем в оборудование и следим за тем, чтобы на запросы наших заказчиков мы могли своевременно реагировать и быть готовыми их удовлетворить, — говорит Нина Николаевна. — Всю прибыль, которую зарабатывает предприятие, мы инвестируем в оснащение, не привлекая кредиты. За последние годы нам удалось увеличить печатные мощности комбината в области рулонного производства, расширить возможности и производительность участка отделочных операций. Сегодня мы отмечаем увеличение потока книжных заказов, причем большинство из них требует кропотливого процесса производства, сложной отделки, задействования множества послепечатных операций. Нам пришлось даже дооснастить допечатный парк оборудования еще одним CtP большого формата Agfa :Avalon VLF XXТ для экспонирования пластин для наших машин Rapida 130, так как одного CtP Agfa нам было уже недостаточно. Кроме того, у нас появилось устройство для обжига пластин, что иногда бы-



НЕПРЕВЗОЙДЕННОЕ КАЧЕСТВО 340 lpi



РАБОТА ПОД КЛЮЧ

от макета до доставки тиража в ваш ОФИС

ДИЗАЙН, ВЕРСТКА

ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ

ПОСЛЕПЕЧАТНЫЕ РАБОТЫ

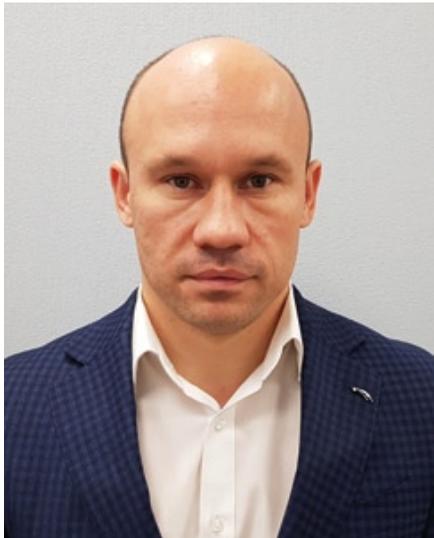
ДОСТАВКА ТИРАЖА



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

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

Планы, которые сбываются, или Как добиваться задуманного



Александр Леонов,
генеральный директор,
типография «Люксупак»
[Тверь]

В начале года, когда мы беседовали с генеральным директором типографии «Люксупак» Александром Леоновым, темой нашей встречи стала установка на предприятии первой в России офсетной машины Koenig&Bauer Rapida 105 Pro со встроенной системой контроля качества PDF Check. Тогда Александр озвучил планы на текущий год по оснащению типографии новыми производственными мощностями, а также поделился мыслями о стратегических направлениях развития компании в сегменте производства картонной упаковки. Год еще не закончился, но похоже, что намеченные Александром цели уже достигнуты. Информация о новых состоявшихся на предприятии инсталляциях послужила поводом для очередного нашего посещения производства, где нам не

без гордости рассказали о реализации стоявших перед компанией задач.

«Блестящая» упаковка

Первое, с чего начал Александр — показал первые коммерческие тиражи упаковки, отпечатанной на металлизированном картоне. «Мы все же сделали это — переоборудовали нашу пятикрасочную Rapida 105 под УФ-печать, — говорит Александр Леонов о давней задумке, ставшей сегодня реальностью. — Это открывает перед нами совершенно новую грань упаковочного рынка. Нам интересно попробовать для себя что-то новое, экспериментировать, узнавать и затем внедрять в промышленное производство. Теперь у нас в руках инструмент, позволяющий делать не только «блестящую» упаковку в прямом и переносном смысле этого слова, но и воплощать оригинальные дизайны с использованием twin-лакирования, создавать эффектную упаковочную продукцию, к чему мы и стремились все эти годы».

Как пояснил Александр, основная доля прибыли при производстве картонной упаковки достигается за счет высококачественной, дорогой отделки. Чем выше процент использования декоративных полиграфических решений, тем рентабельнее для типографии оказывается производство такого продукта. За 10 лет работы на рынке в «Люксупак» освоены практически все технологии, используемые в упаковочном производстве. Однако появление возможности УФ-печати по металлизированным материалам выводит типографию на принципиально новый качественный уровень люксовой полиграфии.

Expertное решение

Собственно выход в новый для типографии сегмент рынка и увеличение печатных мощностей послужило поводом для приобретения еще одной фальцевально-склеивающей линии от компании BOBST. Уже в начале этого года все формальности покупки нового оборудования были решены, и в типографии готовились к установке BOBST EXPERTFOLD. Это третья линия швейцарского производителя на данном участке послепечатных операций. Предыдущие две фальцевально-склеивающие машины BOBST VISIONFOLD работают на предприятии с 2015 г. Рассказывая о расширении производственного парка, Александр отметил: «Мы руководствовались прежде всего необходимостью увеличить производительность этапа фальцовки и склейки картонных заготовок, что для упаковочного предприятия является одним из ответственных этапов. К началу этого года у нас полноценно работали уже три печатные машины — две из них концерна Koenig&Bauer и одна Heidelberg. Надо понимать, что это высокоскоростное современное оборудование, и для такого печатного парка необходим адекватный по производительности послепечатный комплекс, в частности второй по значимости этап фальцевально-склеивающих операций требовал запаса прочности по мощностям. Выбирая новую промышленную линию, у нас не было сомнений, что это будет еще один BOBST. И не только потому, что мы хорошо знакомы с данным оборудованием, а по причине того, что этот производитель предлагает профессиональные решения в области производства упаковки, проверенные временем,



В этом году «Люксупак» приобрела новую фальцевально-склеивающую линию BOBST EXPERTFOLD. Это уже третья линия компании BOBST на предприятии в добавление к двум единицам BOBST VISIONFOLD



«Люксупак» недавно обновила допечатный участок, установив второе экспонирующее устройство – Kodak Trendsetter 800. Для изготовления форм используются пластины Kodak Sonora X

отраслю, клиентами и потребителями в конечном итоге. На этот раз мы выбрали более современную модель – BOBST EXPERTFOLD. Но данная машина уникальна.

Компания BOBST гибко работает с клиентами и позволяет выбирать те опции, которые необходимы. Поэтому наша новая машина вобрала самые полезные и востребованные нами модули от VISIONFOLD и EXPERTFOLD. При неизменной надежности и удобстве эксплуатации она обладает практически неограниченными возможностями по работе

с разными по сложности конструкциями коробок, а главное и с различными материалами – не только с картоном, но и с синтетическими и гофрированными материалами, производство упаковки из которых мы также освоили. Кроме того, линия оснащена автоматической системой контроля нанесения клея и системой контроля заготовок для страховки от пересортицы. В результате новой установки у нас сложилась линейка унифицированного послепечатного оборудования, операторы без проблем ратируют заказы между тремя линиями, к тому же у нас нет необходимости дублировать дополнительное навесное оборудование, которое достаточно установить на одну линию».

Беспроцессный тренд

Тем не менее это не единственная инсталляция, произошедшая в «Люксупак» в этом году. Как и планировалось, на предприятии расширили допечатный участок, установив второе устройство вывода форм – термальное StP Kodak Trendsetter 800. Запуск оборудования состоялся в мае этого года при поддержке и техническом сопровождении специалистов компании NCL, официального дистрибьютора компа-

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 течении дня. Запускаем заказ сразу после оформления, не дожидаясь оплаты. От 17 до 125 микрон, много видов голографических пленок

На большие и постоянные объемы - скидки!



БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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



КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ



КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ



ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ



КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ



САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ



г. Москва,
метро Пращская,
ул. Подольских
Курсанов, 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!



В «Люкспаке» появились первые тиражи коробок на металлизированном картоне, отпечатанные на УФ-машине



Красочная упаковка от «Люкспака» — сложная конструкция, дополнительные декоративные элементы, высокотехнологичная отделка

нии Kodak. Оба СтР-устройства работают на беспроцессных пластинах Kodak Sonora X. Типография «Люкспака» на протяжении пяти лет применяет экологичную технологию изготовления печатных форм без использования агрессивной химии. В 2014 г. она стала первым полиграфическим предприятием, где была установлена система экспонирования Kodak Achieve на базе бесхимических пластин. «В свое время мы сразу перешли от пленочной технологии к цифровому беспроцессному экспонированию пластин, — рассказывает Александр. — За пятилетнюю эксплуатацию у нас не возникло сомнений в правильности сделанного тогда выбора, поэтому при решении вопроса о приобретении нового СтР-устройства предпочтение отдали вновь технологиям Kodak. Мы стараемся дублировать оборудование на всех участках производства. И с установкой второго выводного устройства эта задача была нами решена».

Александр также отметил, что новый Trendsetter 800 является современным, более автоматизированным и производительным решением в области экспонирования беспроцессных пластин. Он позволяет не только исключить использование химии, но и менее энергозатратен. Сегодня

подавляющая часть работ переведена на новое устройство, которое за счет встроенной технологии так называемой записи квадратной точки Kodak Squarespot позволяет добиваться высокой точности и безошибочности экспонирования.

Одновременно с покупкой Kodak Trendsetter 800 в типографии приобрели модуль Staccato с целью использовать стохастическое растривание для печати некоторых видов упаковочной продукции с критичными требованиями к качеству. Применение стохастики позволяет получать высококачественные изображения, минимизировать разнооттеночность и другие дефекты печати. В типографии собираются активно использовать такую возможность повышения уровня полиграфического воспроизведения.

Все и даже больше

Из озвученных Александром в начале года планов удалось осуществить все и даже чуть больше. Следуя своему правилу дублирования оборудования, в типографии, как и задумывали, установили еще одну линию для раскроя картона. Поскольку «Люкспака» использует только рулонные материалы, то две флаторезальные линии будут способны обеспечить типографию необходимым объемом запечатанного материала нужного формата под каждый конкретный заказ. Появилось на предприятии и новое цветопробное устройство Epson со встроенным спектрофотометром для выполнения контрольных отпечатков перед запуском основного тиража. Сейчас планируется провести профилирование всех печатных машин под стандарты ISO. Заказчики уже положительно оценили возможность получения стандартизированных цветопробных отпечатков.

Все это говорит о том, что здесь слова не расходятся с делом. Другой вопрос, как достигать намеченных планов? Пожалуй, это тема отдельного разговора — здесь и основы бизнес-планирования, и грамотный анализ рынка, потребностей клиентов и производственных возможностей самого предприятия и, возможно, много других правильных экономических терминов. Но, вероятно, главный здесь принцип — просто быть лучшим в деле, которым занимаешься, а значит целиком погружаться в процесс, заражаться в хорошем смысле идеями, шаг за шагом достигая новых высот. ■



Как планировали в типографии ранее, пятикрасочную машину Rapida 105 дооснастили под УФ-печать, что открыло возможность работы с металлизированным картоном



На предприятии появилась вторая линия для раскроя рулонного картона



Новый принтер Epson для выполнения сертифицированной по ISO цветопробы перед печатью основного тиража

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.

Радужные перспективы, или Запас прочности производства



Рафаэль Гайнуллин,
генеральный директор,
типография «Радуга»
[Москва]

Небольшой офис на Старом Арбате, новенький ризограф, первые клиенты и первые шаги в полиграфический мир... Так в мае 1999 г. начинала свой путь типография «Радуга». Сегодня это средних размеров полиграфическая компания с довольно развитыми возможностями в области офсетной и цифровой печати и мощным парком послепечатного оборудования. Основная специализация компании — изготовление книжных изданий от 1 экз. Впрочем, техническое оснащение позволяет выполнять

и другие полиграфические заказы — рекламно-представительскую полиграфию, сувенирную продукцию, футляры для книг, упаковку и т. д. За последние два года типография реализовала несколько этапов модернизации производства, в разы усилив технические мощности, но и это, как оказалось, не предел. Рафаэль Гайнуллин, генеральный директор типографии «Радуга», поделился взглядами на развитие книжного бизнеса, своим пониманием вектора развития типографии и оценил важность сделанных приобретений в техническом перевооружении производственного парка.

Импульс развития

Первой покупкой типографии «Радуга», как и многих компаний, начи-

нающих бизнес в сфере предоставления полиграфических услуг, стал ризограф. «Мы приобрели свой первый Duplo 2030. В те годы это было самое выгодное оборудование, а печать визитных карточек — весьма прибыльным бизнесом, — вспоминает Рафаэль. — В день мы зарабатывали 200–500 долл и могли позволить себе расти быстрыми темпами. Через некоторое время купили твердочернильный принтер Tektronics для печати брошюр, буклетов, прайс-листов и т. д. Однако со временем стоимость услуг начала падать. И в определенный момент так сложилось, что эксплуатация ризографа не покрывала зарплату оператора, который на нем работал. Использование этого оборудования стало нерентабельным и бесперспективным».



В типографии «Радуга» работают три офсетные печатные машины — Ryobi 522 H, Ryobi 662 и поставленная в августе 2018 г. четырехкрасочная Ryobi 784

Типография сделала следующий шаг в своем развитии и в 2000 г. приобрела первую цифровую печатную машину Xerox DC 50 (впоследствии стала называться DC 12). «Мы были одни из первых, кто приобрел такую машину у Xerox, — говорит Рафаэль, — в то время у этой компании не было конкурентов. Правда, многие офсетчики (большинство моих знакомых работали в офсетном бизнесе) не понимали, почему мы приобрели эту машину. За такие деньги можно было купить несколько Adast Dominant и работать в офсете. Но время расставило все на свои места. Мы довольно длительное время развивались с Xerox DC 50, много на ней печатали. Так что первое оборудование Xerox дало нам мощный импульс развития».

Развитие в офсете

Первая офсетная машина появилась на предприятии 17 лет назад. Это была двухкрасочная Ryobi 522 H. «С ростом нашего производства мы арендовали площадку в районе Южного порта. Именно там установили свою первую офсетную машину Ryobi. Приобретали ее сами из европейской типографии. Однако признаюсь, очень мечтали купить Heidelberg GTO 52, но денег не

хватило — она была почти в два раза дороже Ryobi. Печатать учились тоже сами, на своих ошибках. К слову, у одной типографии, располагавшейся по соседству с нами, работали машины Heidelberg GTO. Как выяснилось позднее, они сильно проигрывали по скорости и удобству печати по сравнению с Ryobi. Это, конечно, не относится к оборудованию следующего поколения. Но на начальном этапе развития типографии и эксплуатации офсетного оборудования важно, чтобы машина была менее восприимчива к тем погрешностям работы, которые мы могли допустить. При этом и обслуживание, и запасные части к Ryobi были дешевле, что позволяло нам чувствовать себя увереннее. Так что через полгода мы приобрели вторую такую же Ryobi 522», — поясняет Рафаэль Гайнуллин.

Далее в типографии был этап, когда здесь пробовали работать на печатной машине другого японского производителя — двухкрасочной Sakurai. Однако когда в 2004 г. встал вопрос о переходе на четырехкрасочную машину, выбрали Ryobi 524HX. С тех пор типография «Радуга» остается верна бренду Ryobi и развивает офсетное производство с технологиями данной японской компании. Ryobi 524HX все еще эффектив-

но работает на предприятии. За 15 лет на ней отпечатали около 500 млн отт. Позднее к ней добавились Ryobi 662 H, а в августе 2018 г. печатный парк усилился благодаря Ryobi 784.

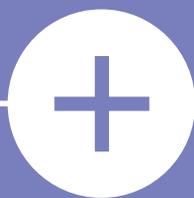
Новой покупке печатной машины предшествовал переезд на новую площадку в начале прошлого года. Рафаэль пояснил, что довольно длительное время в типографии не было крупных инвестиций в оборудование. «Я не бизнесмен, — говорит Рафаэль. — Я просто занимался тем делом, которое мне нравилось, и оно приносило доход. Однако со временем наступает такой момент, когда приходится решать, что с этим делать дальше, стоит ли погружаться в процесс глубже, как развиваться, для чего? Такой период раздумий затянулся надолго, но в конечном итоге решение было принято, и мы стартовали с новой силой».

Площадкой для нового размещения стал современный технопарк «Нагатино», куда «Радуга» переехала со своей второй дислокации на заводе «Гелиймаш». «Буквально за месяц мы подготовили территорию для установки полиграфического оборудования, и к марту уже заехали в технопарк. Оборудование перевозили частями так, что ни на одном участке не было

5 причин купить светодиоды



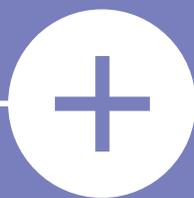
Совершенно сухой оттиск



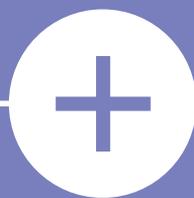
Полное отсутствие порошка



Немедленная постпечатная обработка



Яркие насыщенные цвета



Печать по невпитывающим материалам



В марте 2019 г. в типографии установили листоподборочно-брошюровальный комплекс Horizon VAC-1000 SPF-200L, который позволяет в автоматическом режиме изготавливать многополосную продукцию формата А4 с альбомной ориентацией листа. Это единственная линия, обладающая такими возможностями



Вторая листоподборочно-брошюровальная линия Horizon VAC-1000 с буклетмейкером SPF-200A была инсталлирована в октябре



Предыдущая модель Horizon VAC-100 SPF 20. Теперь на предприятии три линии для листоподбора тетрадей блока и брошюровки на скобу

простая оборудования», — рассказывает Рафаэль. Сейчас общая площадь типографии составляет около 900 м², где трудятся 40 человек.

С расширением производственных площадей у «Радуги» появилась возможность заниматься увеличением единиц оборудования. Первым крупным приобретением стала как раз четырехкрасочная печатная машина Ryobi 784. «Мы начали с усиления печатного парка, — поясняет Рафаэль. — На нашей новой машине печатник выполняет по 30 приладок в смену. Это очень хороший показатель. Сегодня высокая производительность типографий является решающим аргументом в работе с заказчиками, поскольку полиграфический бизнес становится высокопрофессиональным и борьба за скорость выполнения заказов обостряется. Мы для себя уяснили, что если не развиваться, то бизнес сильно оголяется и дальнейшая работа на рынке оказывается под вопросом».

Горизонты послепечати

Как справедливо отметил Рафаэль, три печатные машины типографии позволяют довольно быстро справиться с запечаткой тиражей, и главная задача кроется в последующей обработке листов. В этом году в «Радуге» заметно повысили эффективность брошюровочно-

го этапа производства, установив с разницей в полгода два листоподборочно-брошюровальных комплекса, состоящих из листоподборочной башни Horizon VAC-1000 и брошюровального модуля SPF-200A. Одна из линий Horizon VAC-1000 SPF-200L, поставленная в марте 2019 г., имеет в названии «L», на что Рафаэль обратил особое внимание. Это означает, что данный комплекс позволяет изготавливать многополосную продукцию формата А4 альбомной ориентации в автоматическом режиме. В настоящее время это единственная линия, обладающая такими возможностями. «Подобных машин крайне мало в России, — отмечает Рафаэль. — Мы специально приобретали оборудование в такой комплектации, поскольку у нас существует задача производства альбомно-ориентированных изданий. А данная линия Horizon позволяет изготавливать альбомные брошюры на скобе в автоматическом режиме».

Одним из преимуществ листоподборочно-брошюровальных комплексов Horizon является высокая производительность самих листоподборочных башен, которые при этом позволяют работать с самыми разными материалами, в том числе фактурными и ламинированными. Это в полной мере соответствует задачам типографии «Радуга», которая ис-



Новая фальцевальная машина Horizon AFC-544AKT обладает высокой автоматизацией и оснащена встроенными системами контроля, которые обеспечивают безошибочный процесс фальцовки листов для последующего скрепления

пользует не только мелованные и немелованные материалы, но и пухлые бумаги (по подсчетам Рафаэля, типография потребляет около 10 т такой бумаги), а также дизайнерские, фактурные бумаги для обложек каталогов и брошюр. Производительность самой линии достигает 8900 брошюр/ч, при этом переналадка с одного тиража на другой выполняется практически мгновенно. Оператору достаточно выбрать на сенсорном экране управления необходимый размер, остальное машина сделает сама.

«В свете повышения производительности работы это очень значимые характеристики оборудования, — говорит Рафаэль. — В день у нас может меняться до 20 разных форматов. Конечно, не все идет на брошюровку, но тем не менее большой плюс этих линий в полной автоматизации производственного процесса, а значит, это более высокий уровень качества конечной продукции. Кроме того, чем выше автоматизация, тем более эффективно нам удастся выполнять короткие тиражи, на которых мы и специализируемся. Автоматизация здесь не только в настройках, но и в наличии систем контроля производственного процесса, сигнализирующих о любом сбое в выполнении программы. Удобство еще и в том, что одна из линий оснащена приемным модулем, который позволяет укладывать подобранные блоки для скрепления не на скобу, а на КБС».

В настоящее время на предприятии работают три листоподборочно-брошюровальных линии Horizon, в том числе и модель предыдущего поколения Horizon VAC-100. «Мы значительно повысили эффективность и сделали большой запас по мощности на нашем брошюровочном участке», — резюмировал Рафаэль.



Инсталляция этой осени — новая модель клеевой бесшвейной линии Horizon BQ-270V. Линия КБС также заточена на изготовление изданий альбомного формата

В октябре 2019 г. в «Радуге» установили и новую модель клеевой бесшвейной линии Horizon BQ-270V в дополнение к аналогичной машине более ранней модификации. «Мы сменили уже несколько поколений машин КБС Horizon, и каждый раз убеждались в выверенности алгоритма работы этих линий, — отмечает генеральный директор типографии «Радуга». — Новая модель Horizon BQ-270V обладает также высокой степенью автоматизации, в частности позволяя замерять в процессе производства толщину блока, а значит, мы можем беспрепятственно запускать на ней поточное производство единичных тиражей книг. Кроме того, эта линия КБС также заточена на изготовление из-

ПОСЛЕПЕЧАТЬ ПРЕЖДЕ ВСЕГО

HORIZON BQ-480 лучшая 4-х кареточная КБС на рынке

- PUR и EVA в одной машине
- Идеально для Book-on-Demand
- Автоматическая подача блока в каретку
- Исключительные производительность и качество



Horizon
FINISHING FIRST

BQ-160 Оптимально для старта



BQ-280 Лидер продаж

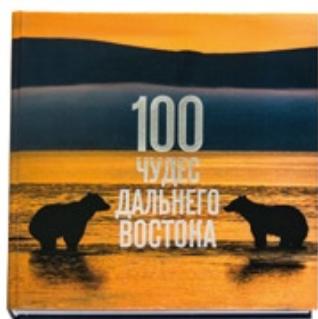


BQ-470 Отраслевой стандарт



SB-09 Максимальная
производительность





Типография «Радуга» специализируется на производстве книжных изданий. Среди заказов есть ответственные работы со сложными для воспроизведения изображениями и высокими требованиями к качеству полиграфического исполнения, в том числе и к оригинальности переплета

даний альбомного формата. Поскольку данный этап производства у нас продублирован второй линией, это позволит снизить производственные риски и заметно сократить сроки изготовления изданий с клеевым скреплением блока.

Надо сказать, что в августе прошлого года одновременно с печатным оборудованием в типографии приобрели и фальцевальную машину Horizon AFC-544АКТ. «Это профессиональная автоматизированная фальцевальная машина, также как и остальное оборудование Horizon, обладает встроенными системами контроля, что для таких типографий, как наша, которые нацелены сокращать сроки производства и работать с короткими тиражами, является неоспоримым преимуществом», — подчеркивает Рафаэль. В частности, фальцевальная машина оснащена датчиками контроля прохождения листа, которые могут обнаружить, например, двойной лист или перекося подачи листа в фальцевальную секцию.

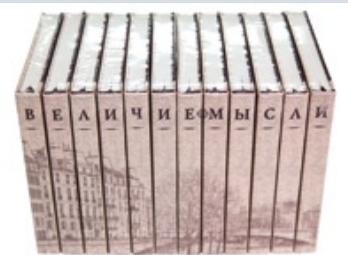
С того момента, как в типографии «Радуга» появилось офсетное оборудование, закономерно шло развитие и

включать большие объемы заказов и при этом быть уверенными в качестве продукта, который мы выпускаем. При этом мы активно взаимодействуем со специалистами поставщика ГК «Терра Принт», которые готовы слышать наши задачи и предлагать нам действительно высокоэффективные технические решения», — говорит Рафаэль.

Переоснащение послепечатного парка в типографии «Радуга» коснулось и других этапов послепечатного производства. Рафаэль отметил, что ламинированию заказчики сейчас отдают большое предпочтение, поэтому работ на этом участке хватает. В этом году здесь приобрели новый промышленный ламинатор Protopic Auto 540 HS с автоматическим самонакладом и валами большего диаметра, за счет чего при ламинировании подается давление сильнее. Недавно приобрели и тигельный пресс усиленной конструкции для вырубки и тиснения фольгой. Как заверил Рафаэль, в типографии огромное количество повторяющихся работ, требующих тиснения (пакеты, корпоративные папки, бланки, конверты и т. д.). В начале декабря на предприятии



Книжные издания, требующие ручной сборки. В данном случае детская книга с раскрывающимися 3D изображениями



Сувенирные книги



Типография предлагает более 10 вариантов переплетов книжных изданий самых разнообразных форматов. В том числе книги с тонким блоком в твердом переплете, издания с клапанами, а также востребованные сегодня издания с альбомной ориентацией страниц

послепечатного цеха. Процесс превращения запечатанных листов в книжный блок в типографии доверили оборудованию Horizon еще 17 лет назад и за эти годы остались неизменны это му выбору.

«Мы всегда работали на Horizon. И ценим эти машины за надежность, функциональность, эргономичность и высокую автоматизацию, что позволяет нам обрабаты-

вать большие объемы заказов и при этом быть уверенными в качестве продукта, который мы выпускаем. При этом мы активно взаимодействуем со специалистами поставщика ГК «Терра Принт», которые готовы слышать наши задачи и предлагать нам действительно высокоэффективные технические решения», — говорит Рафаэль.

Переоснащение послепечатного парка в типографии «Радуга» коснулось и других этапов послепечатного производства. Рафаэль отметил, что ламинированию заказчики сейчас отдают большое предпочтение, поэтому работ на этом участке хватает. В этом году здесь приобрели новый промышленный ламинатор Protopic Auto 540 HS с автоматическим самонакладом и валами большего диаметра, за счет чего при ламинировании подается давление сильнее. Недавно приобрели и тигельный пресс усиленной конструкции для вырубки и тиснения фольгой. Как заверил Рафаэль, в типографии огромное количество повторяющихся работ, требующих тиснения (пакеты, корпоративные папки, бланки, конверты и т. д.). В начале декабря на предприятии

ожидают поставку новой крышкоделательной машины «довольно интересной конструкции», по словам Рафаэля. Обсуждается и вопрос по приобретению нового ниткошвейного оборудования, позволяющего оперативно работать с разными форматами изданий. «У нас, к примеру, бывает 300 тиражей по 5 экз. Как делать такие заказы на автоматической линии? Такие сложные задачи мы предъявляем к ниткошвейному оборудованию, поэтому выбор довольно непростой», — говорит Рафаэль о сложностях подбора необходимого оснащения. «Мы все больше погружаемся в увеличение скорости производства, — продолжает генеральный директор типографии «Радуга». — Проблема в том, что цены на услуги

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





Парк цифрового печатного оборудования типографии «Радуга» пополнился новой высокопроизводительной машиной Xerox Iridesse Production Press. Благодаря ей удалось решить вопрос с запечаткой длинного формата листа, увеличить оперативность производства и начать создавать уникальные дизайны печатной продукции за счет использования дополнительных цветов

падают, поэтому сейчас можно конкурировать только на быстрой выдаче заказов. Это та причина, по которой мы выбираем высокоавтоматизированные линии и оттачиваем до автоматизма внутренние процессы».

Притяжение клиентов

Офсетные и цифровые технологии развивались в «Радуге» параллельно. Начав в 2000 г. с Xerox DC 50/DC 12, в типографии успели за эти годы поработать почти на всех устройствах цифровой печати Xerox как полноцветных, так и монохромных. «В производстве книг мы используем два

способа печати — цифровой и офсетный. Цифровые машины в основном представлены фирмой Xerox. Сейчас это полноцветные Xerox Versant 80 Press и Xerox Versant 180 Press и монохромная Xerox 4112 (на ней мы отпечатали более 3 млн листов). К слову, на предыдущей Xerox 4110 мы выполнили 10 млн отпечатков. Еще одна монохромная машина у нас Canon varioPrint 110», — рассказывает Рафаэль Гайнуллин.

В июле этого года в типографии приобрели новую цифровую машину Xerox Iridesse Production Press, оснащенную двумя дополнительными красочными станциями для нанесения золота, серебра, белого и прозрачного тонера.

«Все цифровое оборудование нам помогает покупать Роман Казанцев из компании NBZ Computers, его мнению мы доверяем и ставим конкретные задачи, которые нам удается решать благодаря грамотному подбору оборудования, — говорит Рафаэль. — На момент покупки новой цифровой машины нам необходимо было найти способ эффективной печати изданий альбомного формата, иначе говоря, иметь возможность банерной печати. Раньше мы делали такие заказы на Xerox Versant, но это занимало довольно длительное время, особенно если тираж длинный. Нам предложили рассмотреть приобретение машины Xerox Iridesse Production Press, которая, помимо функции банерной печати, оказалась интересна и за счет других своих возможностей».

Благодаря покупке Xerox Iridesse Production Press в типографии решили потребность



Полноцветные цифровые машины Xerox Versant 180 Press с дополнительными лотками и Xerox Versant 80 Press



На предприятии используются монохромные цифровые печатные машины — Xerox 4112 и Canon varioPrint 110



На Xerox Iridesse Production Press изготавливают коммерческую продукцию на различных материалах с использованием дополнительных цветов

в печати книг с альбомной ориентацией и суперобложек. Машина позволяет запечатывать дуплексом до 729 мм, а при односторонней печати до 1200 мм. «Около 20% наших заказов требуют печати на длинном формате листа. С приобретением новой цифровой машины Xerox такие заказы выполняются гораздо быстрее и эффективнее. Возможно, для нас как книжной типографии изготовление банеров длиной до 1,20 м не очень актуально, тем не менее потребность в печати книг альбомного формата мы решили».

Одним из преимуществ Xerox Iridesse Production Press Рафаэль Гайнуллин называет высокие скоростные характеристики: «Машина очень производительная, в день она может отпечатать 30 тыс. листов. У нас Ryobi столько печатает. В сентябре специалисты Xerox проводили обучение наших операторов работе на новой машине, и даже с учетом этого нам удалось отпечатать за месяц 200 тыс. листов. Для сравнения скажу, что до недавнего времени на 6 цифровых машинах мы печатали 50 тыс. листов в месяц, и нам вполне хватало такой загрузки. Сегодня только на Xerox Iridesse Production Press за 3,5 месяца мы выполнили 360 тыс. отпечатков и еще на двух полноцветных Xerox Versant за это же время около 40 тыс. листов на каждом. Это произошло по причине увеличения оборотов. Машина Xerox Iridesse Production Press за счет своих возможностей привлекает клиентов, которые приходят не за ценой, а за качеством. Кстати, по поводу качества печати здесь можно не волноваться. И даже если понадобится помощь со стороны поставщика, то сервисные инженеры приезжают моментально. Сервис просто сумасшедший. Но их не требуется часто вызывать».

К слову, что же касается сервисного обслуживания, то именно с приобретением Xerox Iridesse Production Press в «Радуге» приняли решение вернуться на клик-контракт: «На покликковом контракте у нас была только самая первая цифровая машина Xerox DC50. Такой подход к сервису являлся частью философии Xerox, и это было здорово. Со временем мы научились самостоятельно обслуживать свои машины и ушли с покликкового

контракта, платили только за расходные материалы, что нас спасло в сложные периоды спада экономики. Сегодня подход Xerox стал иным. Мы просчитали возможности сотрудничества и приняли решение возобновить условия покликкового сервисного обслуживания. По контракту мы платим за печать цветами СМУК, а при использовании дополнительных цветов оплачиваем только стоимость тонера без учета затрат ресурсов машины».

Перелом в дизайне

Xerox Iridesse Production Press привлекла типографию также возможностью одновременной печати с использованием шести цветов — помимо стандартных СМУК, можно наносить золото, серебро, белый или прозрачный тонер. Причем если прозрачный тонер всегда наносится последним, то остальные цвета можно использовать в различных последовательностях нанесения и процентном соотношении, получая необычные цветовые решения.

«Позволю высказать свое мнение — на самом деле инженеры, создавшие Xerox Iridesse Production Press, даже не догадываются, какого они изобрели «монстра». Это огромный перелом дизайна и самой полиграфии в целом! Ведь в мышлении многих полиграфистов золото, серебро, белый или прозрачный — это только 100%-ные цвета, они либо есть, либо их нет. И воспроизвести такие эффекты возможно было только традиционными способами — шелкографией, тиснением фольгой и т. д. К тому же на офсете экспериментировать дорого. У Xerox Iridesse Production Press есть возможность печатать полутонами, выполнять переход одного цвета в другой, золото смешивать с серебром на разных плотностях цвета, которые подкладываются под основные цвета. В итоге получают потрясающие эффекты, невероятные дизайны! Через некоторое время, когда те несколько компаний (и мы в их числе), которые уже владеют этой машиной, представят рынку большее количество работ, отпечатанных на Xerox Iridesse Production Press, это будет другая полиграфия. Каждая работа будет уникальна, поскольку повторить такой дизайн невозможно, не зная формулы и процента используемых цветов. Такая продукция будет по-настоящему эксклюзивной и полностью защищенной от повторений. Сегодня мы перестраиваем работу с макетами изданий, чтобы воплощать новые возможности в дизайне. Во многих случаях Xerox Iridesse Production Press позволяет нам заменить традиционные технологии печати и отделки (например, при производстве единичных обложек для утверждения с заказчиком, эксклюзивной рекламно-коммерческой полиграфии и т. д.) и в разы сократить производственный цикл».

Как отмечает Рафаэль, сегодня задача типографии — вырасти в объемах, увеличить скорость прохождения заказов, повысить оперативность при сохранении высоких качественных показателей: «С укреплением офсетного, цифрового, послепечатного парка оборудования мы увеличили свои технические мощности, а также оперативность производства и можем сочетать разные способы печати, чтобы максимально быть полезными для наших клиентов».

«Время Рекламы», или Опережающие возможности «цифры»



Афанасий Киприянов,
директор,
рекламная группа «Ректайм»
[Якутск]

Рекламная группа «Ректайм» является крупнейшим производителем наружной рекламы в Республике Саха (Якутия). Основным направлением деятельности рекламно-производственной компании является изготовление полиграфической продукции для рекламных конструкций (билбордов, сити-форматов, световых пилларов и т. д.). Помимо широкоформатной печати, в «Ректайм» развивают полиграфическое направление для изготовления рекламной листовой продукции. Сегодня современный парк оборудования компании, насчитывающий более 130 единиц техники, позволяет выполнять любые заказы — от простой визитки до комплексного оформления фасада зданий или интерьера. В этом году рекламной группе «Ректайм» исполняется 20 лет, и это еще один повод, чтобы оценить пройденный путь и поделиться планами по освоению новых ступеней роста.

«Компания трудоголиков»

Появление компании «Ректайм» стало результатом объединения усилий единомышленников и их интереса к рекламной деятельности. В 1999 г. Афанасий Киприянов, молодой выпускник художественного училища, совместно с супругой Раисой и друзьями — Юрием Дарбасовым и Афанасием Ефремовым, основали собственную компанию — «Ректайм». Сразу же было решено

приобрести первое оборудование — пленкорезущий плоттер и несколько рулонов пленки. «С большим трудом мы нашли поставщика в Москве, отравили деньги, но — как гром среди ясного неба — дефолт, — вспоминает Афанасий Киприянов. — Тогда все сомневались, придет или не придет плоттер. Но ожидание увенчалось радостью — плоттер пришел! На первых порах все приходилось выполнять самим: утром велись поиски заказов и переговоры, потом делали эскизы, а по вечерам резали, клеили, монтировали. Рабочий день начинался с семи утра и заканчивался лишь глубоко за полночь».

С выполненными заказами у компании стали появляться и постоянные клиенты. Четверо энтузиастов, основателей фирмы, сами уже не справлялись, поэтому начали искать помощников — новых сотрудников. Уже через год «Ректайм» получил диплом «Лучший старт года» от компании We R. SIGNS, где была отмечена как «компания трудоголиков».

«В самом начале деятельности пришлось понимание, что для устойчивого развития компании нужно работать в том числе и по смежным направлениям, — отмечает Афанасий. — Поэтому, наладив производство наружной рекламы, мы стали параллельно осваи-

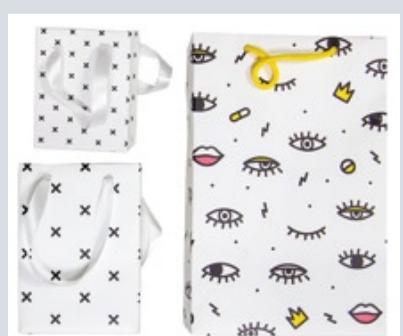
вать полиграфию, а также производство сувенирной продукции, а позже и другие направления. В первые годы нашей работы на рынке мы активно развивали оперативную печать, поскольку, как оказалось, большинству наших клиентов, для которых мы выполняли заказы на наружную рекламу, требовались полиграфические услуги по изготовлению и другой печатной продукции. Для большей эффективности выполнения заказов разной направленности мы приняли решение разделить эти виды бизнеса и организовали отдельную компанию со своим офисом под управлением Юрия Дарбасова, который возглавил полиграфическое направление. Таким образом, большая часть запросов на производство традиционных полиграфических заказов перенаправляется именно туда».

Уверенность в своих силах

Приоритетным же направлением бизнеса в «Ректайм» решено было сделать производство печатной продукции для наружной рекламы. В 2009 г. компания принимала участие в оформлении II Международных игр Дети Азии и успешно справилась с поставленной задачей. Получив высокую оценку и признание от организаторов, в последующие годы «Ректайм»



Листовое подразделение рекламной группы «Ректайм» базируется на промышленном решении компании Ricoh — цифровой печатной машине Ricoh Pro C7200X с возможностью печати с дополнительным пятым цветом



Корпоративные и подарочные коробки и пакеты. В «Ректайм» их печатают на цифровом оборудовании Ricoh Pro C7200X, в том числе активно используя возможность выполнять декоративную отделку одновременно с печатью — нанесение белого, прозрачного или неоновых тонера



регулярно стала выполнять работы по оформлению крупных городских и республиканских мероприятий.

«Мы убедились, что можем с успехом справляться с большими объемами работы, и стали брать крупные ответственные заказы. Год от года мы показывали хорошую динамику роста по всем направлениям. Световые вывески вскоре стали для нас рядовой работой, компетенция и возможности нашего предприятия выросли, мы брались за реализацию самых сложных заказов в наружной рекламе — комплексное оформление зданий, автозаправочных комплексов, входных групп, изготовление отдельностоящих конструкций. Тогда же начали появляться первые серьезные заказы по интерьерному оформлению торговых точек, торгово-развлекательных центров, офисов и государственных учреждений. Всевозрастающие потребности клиентов подталкивали нас постоянно двигаться вперед, поэтому мы активно развиваемся — улучшаем качество, расширяем ассортимент, открываем новые направления», — отмечает Афанасий Киприянов.

Сегодня рекламная группа «Ректайм» является крупнейшим оператором наружной рекламы в Якутии, ежегодно выполняя более 12 тыс. заказов и реализуя экстерьерные и интерьерные решения в области оформления. Кроме того, компания занимает лидирующие позиции на сувенирном рынке, а также предлагает услуги цифровой печати листовой полиграфической продукции.

Главные преимущества

«Позиция нашей компании — предоставлять продукты и услуги наилучшего качества, поэтому одним

из главных приоритетов, который сохраняется и сегодня — это приобретение передового оборудования», — подчеркивает Афанасий. Что касается цифрового печатного оборудования, то в «Ректайм» установлены машины разных производителей, сейчас основные поставщики — Konika Minolta, OKI и, конечно, Ricoh. В наружной рекламе — широкоформатные принтеры Vutek, латексные принтеры от HP и Roland. Несколько лет назад здесь обновили производственный парк, установив планшетные УФ-принтеры Agfa Titan Jet и EFI Rastek T1000, приобрели латексный принтер последней модели HP Latex 570 и принтер OKI ColorPainter M-64s, произвели замену оборудования для сублимационной печати и других видов.

Оценивая тенденции в сегментах рынка, в которых представлена компания «Ректайм», Афанасий Киприянов отмечает: «Современное полиграфическое оборудование практически достигло пределов в качестве готового продукта, и рекламного производственным компаниям становится все сложнее конкурировать, что вынуждает работать над уникальностью своего предложения на рынке. За последние 10 лет произошло заметное снижение тиражности, уменьшение маржи, но при этом требования заказчиков растут. Наша компания обладает сегодня двумя главными преимуществами. Во-первых, предоставляет широкий ассортимент продукции и услуг, тем самым обеспечивая комплексное покрытие потребностей заказчиков, что, согласитесь, удобно клиентам. А во-вторых, мы ориентированы на индивидуальный подход и реализацию идей заказчиков: даже если мы этого никогда не делали — готовы попробовать».

Расширенные возможности

Руководствуясь этими принципами, в компании пошли на расширение возможностей в области цифровой печати. На предприятии было установлено новое оборудование — ЦПМ Ricoh Pro C7200X. Помимо СМУК, в машине есть возможность использовать дополнительный тонер для создания эффекта нанесения прозрачного лака, белый тонер или тонеры неоновых цветов (розового или желтого). «В определенном моменте мы стали отмечать увеличение интереса к полиграфическим заказам со стороны клиентов, с которыми мы работаем в других сегмен-



Возможности цифровой печати используются для изготовления эксклюзивных подарочных наборов, а также частных приглашений на различные мероприятия



Одним из сезонных цифровых заказов являются выпускные фотоальбомы



тах. Наша задача была обеспечить их запросы в традиционной печатной продукции и при этом сохранить тот высокий уровень исполнения и надежности заказов, который они получают при реализации проектов на оформление помещений с нашей стороны, — говорит директор «Ректайм». — К тому же мы должны были иметь возможность предложить изготовление оригинального печатного продукта, если это необходимо по замыслу рекламной кампании заказчика. Поэтому выбор оборудования шел из числа машин с расширенными возможностями».

Такой цифровой машиной стала Ricoh Pro C7200X. Как отметили в «Ректайм», с технологиями Ricoh в компании были знакомы по имеющемуся оборудованию, например в принтере Agfa установлены печатающие головы от Ricoh. Свою роль в процессе выбора сыграли положительные рекомендации коллег, изучение оборудования на выставочных площадках. «Решающим для нас аргументом в пользу цифровых решений Ricoh стала возможность попробовать что-то новое для нашего рынка — предложить заказчикам продукцию с расширенной палитрой цветов, экспериментировать с использованием белого тонера или неоновых цветов. Для рекламного сегмента рынка, в котором мы работаем, необычные и яркие способы в производстве рекламных материалов приветствуются. При этом стоимость отпечатка не сильно возрастает. А при обычной печати СМУК, наоборот, даже становится

дешевле», — рассказывает Афанасий Киприянов.

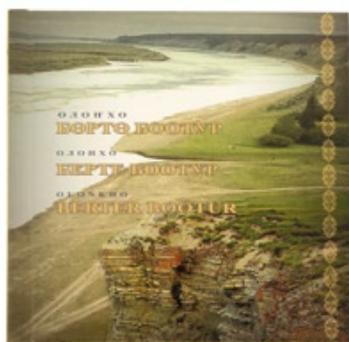
Новая производительная цифровая машина, как пояснили в компании «Ректайм», приобреталась во многом для усиления сувенирного направления — производства малых тиражей корпоративной или презентационной упаковки, блокнотов, вкладышей, этикеток. «Преимущество нашей новой машины Ricoh еще и в ее возможности работать с разными материалами — и по плотности, и по фактуре. Мы планировали ее в основном использовать для изготовления разного рода печатной продукции, используемой в качестве сувениров на мероприятиях или раздаточных материалов при проведении различных информационно-рекламных кампаний. А это могут быть абсолютно любые изделия, поэтому возможность использования широкого ассортимента бумажных носителей для нас было важным условием. Кроме того, за счет более низкой себестоимости отпечатка по сравнению с другим цифровым оборудованием, мы начали развивать направление по печати многополосной продукции небольшими тиражами — книг, каталогов, брошюр.

Если оценивать долю нашей компании в полиграфическом сегменте, то по сравнению с направлением производства наружной рекламы она не такая большая. Однако ответственность

за результат перед заказчиками у нас одинаково высокая. Мы должны гарантировать клиентам надежность наших обещаний и по срокам, и по качеству, и по удовлетворенности нашими услугами. Опыт и компетенция наших специалистов наряду с профессиональным оборудованием позволяют нам выполнять взятые на себя обязательства. И мы довольны тем, что оборудование Ricoh совпадает с нашими взглядами и подходом к бизнесу.

В связи с тем, что технические возможности нашей компании в плане оперативной печати возросли, то естественным образом расширилась и линейка продукции, которую мы теперь можем изготавливать. Больше внимание мы стали уделять работе дизайнеров, чтобы при разработке макетов они могли учитывать возможности печати белым тоном или применения в некоторых случаях неоновых цветов. Мы должны работать на опережение и предоставлять клиентам новые услуги в полиграфии раньше, чем это сделает кто-то другой. С выходом в сегмент печати многополосной продукции мы теперь можем предложить оперативное изготовление объемов средней тиражности, а также выгодные условия по производству единичной продукции», — отмечает Афанасий Киприянов.

Перспективные планы развития в компании «Ректайм» связывают сегодня с увеличением доли в сегменте цифровой печати книг, брошюр и каталогов, производством продукции с оригинальным дизайном и необычным полиграфическим воплощением, а также популяризацией направления печати упаковки малыми тиражами.



На производстве «Ректайм» изготавливают многополосные издания — книги в твердом переплете и мягкой обложке

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**

Интеллектуальная печать, или Инструменты управления производством



Игорь Галыгин,
учредитель,
типография «Гуд Принт»
[Екатеринбург]

Казалось бы, инвестиционная привлекательность полиграфии как бизнеса заметно снизилась за последние десятилетия, тем не менее отрасль развивается и на полиграфическом пространстве появляются новые предприятия, которые привносят иные подходы к построению бизнеса. Игорь Галыгин, учредитель типографии «Гуд Принт», рассказал о создании своего предприятия, поводом для посещения которого стала установка сразу двух новых машин Konica Minolta AccurioPress C6100 с модулем контроля качества изображения IQ-501.

Молодой бизнес

«Типография наша появилась на свет семь лет назад, так что по сравнению с другими полиграфическими компаниями мы себя считаем молодыми, — говорит Игорь Галыгин, отвечающий за развитие компании. — Несколько лет назад мы начали задумываться о создании своего бизнеса. Мой партнер имел опыт работы в рекламных агентствах и типографиях, и ему часто приходилось заказывать продукцию в разных полиграфических предприятиях города. Однако не всегда опыт взаимодействия с производством был позитивным, и со временем пришло понимание того, что нужно сделать, чтобы типографию считали «хорошей». И он предложил

мне стать партнером по созданию такой типографии. Так и появилась «Гуд Принт» — «Хорошая Типография»».

На первом этапе компания обзавелась небольшим офисом и минимальным набором оборудования, который состоял из цифровой печатной машины Konica Minolta bizhub Press C6000 и стартового набора послепечатного оборудования. «Данная цифровая машина, по нашему мнению, была минимально возможной по уровню своей комплектации, чтобы выйти на рынок цифровой печати Екатеринбурга, который был и так не свободен, и быть в состоянии конкурировать на нем. Начинать с простой машины офисного сегмента, как было раньше, уже нереально. К тому же, мы хотели создать типографию, которая действительно работает лучше, удобнее, гибче, про-

зрачнее для клиента, чем те предприятия, чьими услугами нам приходилось пользоваться раньше», — рассказывает Игорь.

Система управления

Основатели типографии понимали, что им придется сталкиваться с типовыми полиграфическими заказами. Чтобы зарабатывать, нужно иметь их много. А чтобы делать их много, да еще и финансово эффективно и прозрачно для заказчика, нужно всерьез заниматься управлением производства. В итоге в компании приступили к разработке собственных IT-решений, которые могли бы эффективно управлять процессом производства и делать его наглядным для всех исполнителей и в конечном итоге для заказчиков. «Начали мы с разработки простейше-



В типографии «Гуд Принт» установлены две промышленные машины для коммерческой цифровой печати AccurioPress C6100, оснащенные модулем управления качеством печати IQ-501. За счет дублирования техники в компании стараются минимизировать производственные риски



Парк цифрового печатного оборудования представлен также двумя полноцветными машинами Ricoh Pro C9200

го калькулятора заказов с возможностью отслеживать состояние заказов. На первых порах в двух стадиях — «в работе» и «готов». Калькулятор был нацелен на использование внутри предприятия всеми его сотрудниками. Мы были уверены (и остаемся до сих пор), что пока процесс не отлажен внутри компании, мы не должны выдавать его во внешний мир», — отмечает Игорь.

В итоге задумка сработала, предприятие стало активно развиваться и через год переехало в другое, в два раза большее помещение, где появилась возможность развить послепечатные процессы, установить широкоформатное оборудование и сделать ряд других инвестиций. При этом постоянно шла работа по развитию системы управления производством. В типографии появились выделенные люди, которые занимались ее разработкой и внедрением. Довольно скоро стало понятно, что мощностей одной машины недостаточно, и в типографии появилась Konica Minolta bizhub Press C7000, правда, бывшая в употреблении из Европы. И снова — череда переездов, расширение производственной площадки, появление дополнительных направлений работы: широкоформатной УФ-печати, трафаретной печати, вырубки, плоттерной резки и т. д. И все это отражалось в системе управления предприятием.

Сейчас это мощная система сопровождения полиграфических заказов, в которой отражаются все этапы их прохождения — от поступления макета до доставки клиенту. Здесь отражается, сколько заказов находится в работе, на каком они этапе производства, их заявленные сроки исполнения, все финансовые показатели и многое другое. Каждый менеджер по работе с заказчиком видит все свои текущие заказы и их статус, может отследить всю историю взаимоотношений с каждым клиентом. Руководство имеет возможность на любом этапе отслеживать, кто и на какой операции работал над заказом, и если есть проблема, то всегда ясно, кто в этом виноват. И это только минимальная часть всех функций, которые имеются в системе. При

TOYO INK

For a Vibrant World



ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
КРАСКИ ДЛЯ ФЛЕКСОПЕЧАТИ
ВЫСОКОРЕАКТИВНЫЕ УФ КРАСКИ

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



VMG

trade

Тел./факс: +7 (495) 780 01 83

www.toyoink.ru

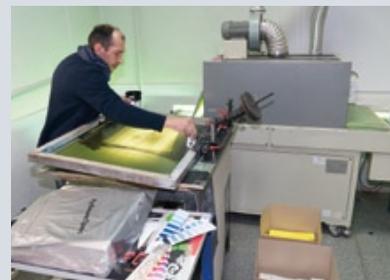
www.vmg-trade.ru



«Гуд Принт» работает в сфере производства высококачественной рекламной полиграфии. Для оперативной работы с короткими тиражами специально подбирался комплекс послепечатного оборудования. На фото: листоподборочно-брошювальная линия, бумагорезательная машина и фальцевальные машины



Значительная часть полиграфической продукции требует ламинирования. В типографии ламинаторы также продублированы



В «Гуд Принт» работает профессиональное полиграфическое оборудование для обработки и отделки отпечатков, в том числе металлизированной фольгой на тигельном прессе и УФ-лаками на трафаретной машине

заведении в программу нового заказа Пользователь может воспользоваться большим количеством типовых шаблонов (зачастую многие полиграфические заказы очень похожи). К типовому шаблону привязана технологическая карта его исполнения. В результате вся процедура появления заказа в системе занимает буквально секунды. Сразу после этого становится ясно, сколько он стоит, какое время займет его изготовление и по какой технологической цепочке. Всю эту информацию тут же можно отправить заказчику. Более того, для постоянных проверенных заказчиков доступ в систему открыт через интернет, и они сами могут разместить заказ, рассчитать его, отправить в производство и следить за исполнением. По словам Игоря, такой уровень обслуживания многим клиентам нравится, и они все чаще размещают свои заказы в типографии «Гуд Принт».

Дублирование техники

Параллельно с развитием системы управления росли и производственные мощности типографии. Через некоторое время после Konica Minolta bizhub Press C7000 в типографии решили серьезно расширить печатные мощности и установили машину тяжелого класса Xerox iGen 3 тоже бывшую в употреблении. Увеличенный формат печати iGen 3 дал возможность выйти на рынок бумажных пакетов и папок-фолдеров для компаний Екатеринбурга. Это произошло уже после кризиса 2014 г. — потребности в пакетах были небольшие, и изготавливать их цифровой печатью стало выгодно. Одновременно расширялось широкоформатное направление, послепечатка заменялась на более профессиональную, объем заказов рос.

Однако техника постепенно устаревает, и вскоре в «Гуд Принт»



KONICA MINOLTA

ПРЕВОСХОДНОЕ КАЧЕСТВО К ВАШИМ УСЛУГАМ

Интеллектуальный модуль контроля качества IQ-501 от Konica Minolta обеспечит кратчайшие сроки выполнения заказов. Узнайте больше о преимуществах решения: эффективная, интеллектуальная, автоматизированная подстройка размещения изображения на листе, сведения лица/оборота и стопроцентный контроль качества цветопередачи. Гибридное измерение цвета на тиражных оттисках, контроль и, при необходимости, корректировка параметров в реальном времени без остановки печати. На практике модуль обеспечивает сокращение времени на подготовку системы к печати, стабильность соответствия заданным стандартам качества, повторяемость при печати, автоматическое определение и сортировку неудовлетворительных отпечатков, а также ряд других функций по оптимизации производственных процессов. Звучит слишком хорошо, чтобы быть правдой? Попробуйте IQ-501 и сами убедитесь в его достоинствах!



Дополнительную информацию
можно найти на сайте:
www.iq501.konicaminolta.ru

Giving Shape to Ideas

INTELLIGENT
QUALITY CARE 



В «Гуд Принт» профессионально развивают направление широкоформатной печати для производства рекламных материалов для интерьерного и уличного оформления

задумались о замене печатного оборудования на новое. «Мы вели переговоры с Xerox по поводу нового iGen 5, но нам показалось, что этот вид оборудования для наших задач несколько дороговат. К тому же, мы начинали понимать, что нам обязательно нужно иметь две схожие машины, поскольку выход из строя одной из них создает огромную проблему. Это случилось у нас однажды под Новый год, и нашим сотрудникам приходилось буквально проявлять героизм, чтобы справиться со всеми заказами. Вскоре мы получили предложение по трейд-ин на наши машины от компании Ricoh. Оборудование нам понравилось. Причем мы приобрели машины разных классов: одну тяжелую (Ricoch Pro C9200) и одну среднюю (Ricoch Pro C7200). Но довольно скоро стало понятно, что такой подход для нашей типографии не совсем удачен». Игорь пояснил, что за годы работы многие заказчики «привыкают» к продукции с той или иной машины, хотя на первый взгляд кажется, что она одинаковая. Незначительные нюансы в качестве печати, структуре оттиска или цветопередаче все же есть. В итоге было принято решение заменить Ricoh Pro C7200 на вторую Ricoh Pro C9200, чтобы иметь абсолютно одинаковые машины.

«Ни для кого не секрет, что полиграфический бизнес, особенно рекламный, подвержен сезонности. Чтобы успешно, «без героизма» прожить пиковые нагрузки, нужно иметь запас по производительности — мы не можем подвести наших клиентов, даже если они вдруг придут все сразу. Продублировав машины, мы получили подстраховку на случай выхода из строя, но не защиту от пиковых нагрузок», — поясняет Игорь. В результате в типографии решили увеличить производственные мощности. Имея уже две машины Ricoh, казалось логичным приобрести еще одну такую же. Но в типографии поступили иначе. «Мы работаем в Екатеринбурге, и некоторая удаленность от Москвы создает особен-

ности ведения бизнеса, — отмечает Игорь. — При оснащении производства мы прежде всего руководствуемся стремлением снизить по возможности производственные риски. Это выражается не только в дублировании оборудования, но и в наличии в нашем парке машин разных производителей. Каким бы ни был поставщик, нам кажется рискованным полностью быть зависимыми от одной компании-поставщика. Поэтому с целью минимизировать риски мы решили доверить развитие нашей печатной базы другой компании».

«Интеллектуальная» цифра

Учитывая успешный опыт работы с Konica Minolta, очередным приобретением типографии стала производительная система для коммерческой цифровой печати AccurioPress C6100. Причем по причинам, описанным ранее, в типографии появились сразу две такие машины. «Это не от избытка средств, а с целью сохранения высокого уровня сервиса, к которому привыкли и мы, и наши заказчики. Объяснять клиенту, что «у нас сломалась машина, поэтому заказ мы отпечатали на другой, и он, конечно, немного отличается, но так получилось» — не в наших правилах. Поэтому мы всю печатную технику дублируем», — отмечает Игорь.

Профессиональным цифровым решением машину AccurioPress C6100 делает наличие модуля управления качеством печати IQ-501. «Этот модуль радикально упрощает настройку машины на максимальный возможный уровень качества, — рассказывает Игорь Галыгин. — Он позволяет стабильно удерживать цветопередачу в процессе тиражирования. В результате качество печати остается на высоком уровне и не отклоняется от заданных параметров. Это сильно упростило нам работу и повысило производительность. Когда работаешь на мелких заказах, производительность становится очень важным параметром. А небольших заказов нужно печатать много, чтобы оставаться экономически эффективным».

Во власти IQ-501 контроль не только цвета, но и положения изображения на листе. Данная функция обеспечивает точную приводку лица и оборота, что позволяет беспрепятственно выполнять последующую послепечатную обработку. «Благодаря встроенному модулю IQ-501 мы можем максимально использовать возможности цифровой машины. Большинство регулировок теперь осуществляется в автоматическом режиме, а это означает, что сокращается время на калибровку оборудования и, соответственно, сроки прохождения заказа. За более короткое время мы получаем гарантированный результат: лучшее качество плашек, равномерность цвета, точное их воспроизведение. И уверены в том, что качество конечной продукции соответствует ожиданиям клиентов. Все это дало возможность выйти на новый уровень и по качеству, и по экономическим показателям», — заверил Игорь.

В типографии «Гуд Принт» стремятся к тому, чтобы эффективно работало сочетание продвинутой системы управления прохождением заказов с четким производственным планом их исполнения, причем на самом высоком уровне качества. В настоящее время типография проводит в день около 200 различных заказов, но, по словам Игоря, в пиковую нагрузку может существенно больше: «Я думаю, что город масштаба Екатеринбург способен генерировать в день несколько тысяч типовых полиграфических заказов, так что наши 200 — это капля в море. Мы можем вырасти. Но для эффективной работы с сильно увеличившимся количеством заказов нам нужно менять подходы к сбору заказов и их проведению. Все это должно выполняться в полностью автоматическом режиме с использованием технологий web-to-print и полной внутренней автоматизированной приемкой и обработкой заказов. А для этого нужна IT-система другого уровня. И мы над ней уже работаем...»