Журнал для заказчиков и производителей полиграфической продукции

ФОРМАТ

№9, Декабрь, 2019

АВТОМАТИЗАЦИЯ

КЛОН

ЭКОНОМИКА

ФОРМАТ
Журнал для производителей и заказчиков полиграфической продукции

Формат №9 (140)-2019

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА
Экономика и/или автоматизация 2

ИНТЕРВЬЮ
Александр Суворов, Konica Minolta Business Solutions Russia
«Цифровая интеграция», или Провайдер в области IT-решений 8

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ
Типография «Грин Принт»
Как перезапустить бизнес, или Векторы развития «Грин Принт» 10
Типография «Буки Веди»
Нетривиальные задачи, или Широкий формат в книжной типографии 16
РГ «Два Слона»
«Поставщик, с которым мы смогли вырасти» 20

ОБОРУДОВАНИЕ
«Печатный Дом Пенза»
Инвестиционный проект, или Чем привлекателен печатный бизнес 24
Компания «ШАР»
На пути к автоматизации, или Техника, которая делает все сама 28

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

Реклама в номере:

Альфа-Дизайн 1
ВИП-Системы . . . . . клапан
ВМГ-Трейд 19
Илим . . . . . 3-я обл.
ОктоПринт Сервис . . . . . клапан
Ситипринт . . . . . вкладка
Смарт-НН 7
Терра Системы . . . . . клапан, 27
Фабрика офсетной печати . . . . . вкладка
Bobst 15
Canon . . . . . 4-я обл.
Heidelberg . . . . . клапан, 31
hubergroup 3
Kodak . . . . . клапан, 2-я обл.
Konica Minolta 5
Lamstore 11
Ricoh 13
Viva-Star 17
Xerox 23

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. Улантикова

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

Экономика и/или автоматизация

Если лет семь–десять назад в отрасли активно обсуждались вопросы качества печати, использования полиграфических технологий и экономики полиграфического производства, то сейчас эти темы отходят на второй план, выводя на первое место вопросы автоматизации и ее влияния на экономическую составляющую бизнеса. Пожалуй, технологические и организационные пути оптимизации экономики производства уже исчерпаны или близки к этому. А рынок продолжает давить, требовать дальнейшего снижения цен на полиграфические услуги. Причем все чаще заказчики манипулируют следующим образом: «Либо мы печатаем продукцию за тот бюджет, который нам на это выделили, либо не печатаем совсем и используем другие каналы коммуникации». У типографий нет выбора, поэтому берутся за изготовление печатной продукции за те бюджеты, которые готовы выделять заказчики. Безусловно, это не доминирующая тенденция, но она существует, и с этим нельзя не считаться. В этой связи многим типографиям остается надеяться только на автоматизацию и что она окажется тем самым решением, которое поможет с подобными задачами справиться. Других путей снижения себестоимости уже нет.

Однако автоматизация производства — слишком расплывчатый термин. Что на самом деле имеется ввиду? Порой у каждого руководителя типографии существует свое представление о том, что это такое и что на самом деле нужно автоматизировать. А автоматизировать можно очень многое: учет, управление, складирование, перевозку полуфабрикатов, рутинные операции, прием и обработку заказов и т. д. Полиграфия — довольно сложная отрасль промышленности, и «заводов-роботов», где не используется труд людей, в полиграфии нет, даже в самых индустриальный странах. В машиностроении есть, в электронике есть, в химии и нефтехимии есть, а в полиграфии нет. Такова специфика отрасли. Поэтому когда в полиграфии говорят об автоматизации, речь обычно идет не о полной замене людей на роботов, компьютеры и т. д., а о неких действиях, призванных упростить операции и за счет этого улучшить экономику. Попробуем разобраться, где это возможно применить, и попытаемся понять, насколько внедрение определенных видов автоматизации реально влияет на экономику. Впрочем, сразу нужно оговориться, что речь идет о передаче компьютерам ряда операций, которые могут высвободить часть людей и за счет этого получить экономию.

В свете того, что технологические и организационные пути оптимизации экономики полиграфического производства многими руководителями типографий уже испробованы, на первый план все чаще выходят вопросы автоматизации. Однако наряду с теми этапами производства, которые можно и нужно автоматизировать, существует пласт вопросов, которые автомазиции не поддаются

Способов автоматизации производства существует множество, и решение этой задачи порой может требовать либо огромных инвестиций, либо огромных собственных трудозатрат, в результате которых экономическая эффективность становится отрицательной. В данной статье мы попробуем разобраться, что можно автоматизировать (компьютеризировать) с относительно разумными затратами и получить хорошую экономическую эффективность, а что автоматизировать не получается (или получается с убытками).

Что можно автоматизировать

В процессе производства полиграфических заказов возникает огромное количество вспомогательных операций и действий, выполнение которых требует наличия отдельных работников или отбирает часть времени у тех

сотрудников, которые должны заниматься другими задачами. Именно такие процессы и нужно автоматизировать, для чего существуют соответствующие решения.

■ **Расчет заказов.** В любой типографии есть процедура расчета заказов. И есть менеджеры по работе с клиентами, у которых функция расчета заказов является одной из основных задач. По разным оценкам, менеджеры тратят на эту операцию до 70% своего рабочего времени, при этом большинство расчетов в реальные заказы не переходит. Но с этим ничего не поделаешь, такова специфика. Существует два подхода к решению этой задачи: создать менеджеру комфортный и удобный калькулятор, в котором он будет считать заказы намного быстрее, или, еще проще, сделать этот калькулятор доступным всем клиентам, чтобы они могли рассчитать стоимость заказа самостоятельно. И тот, и другой подход реализовали уже многие типографии, и вполне успешно. Качество самих калькуляторов очень разное, но у некоторых типографий они работают отлично. Клиент может сам не только рассчитать заказ, но и оптимизировать себестоимость его производства, изменив параметры, тираж, сроки, материалы и т. д. В мире существует немало типографий, у которых менеджеров по работе с заказчиками вообще нет. Входной интерфейс на веб-сайте решает для них задачи по приему и запуску тиража в производство. Инвестиции в создание хорошего калькулятора заказов окупаются довольно быстро за счет того, что удается либо сократить часть менеджеров по работе с заказами, либо «увеличить их пропускную способность». Этот вид автоматизации однозначно хорошо влияет на экономику производства.

■ **Планировка.** Для выполнения заказов следует построить карту технологических процессов (последовательность операций) и наложить ее на имеющееся на предприятии оборудование и его загрузку. В большинстве случаев это делают специальные сотрудники. Впрочем, задача вполне решается и на компьютерном уровне. Есть немало программных решений, позволяющих автоматизировать процесс построения карты технологических процессов и создавать сетевые графики процесса выполнения заказов. В ряде типографий это делают калькуляторы заказов. Они сразу создают карту технологического процесса и могут сообщить, когда и какой процесс может быть выполнен. Эта информация также автоматически может стать доступна заказчику. В полном объеме создание такой системы — огромный шаг в компьютеризации всего производства. Однако инвестиции в подобную систему рискуют оказаться чрезмерными для многих типографий. Впрочем, есть возможность приобретения готовых систем (без автоматического предоставления информации заказчику). С точки зрения экономики производства инвестиции в такую систему могут потянуть экономику предприятия назад. Нам известно немало случаев, когда типографии занимались разработкой подобных систем много лет, но так и не добились в этом успеха.

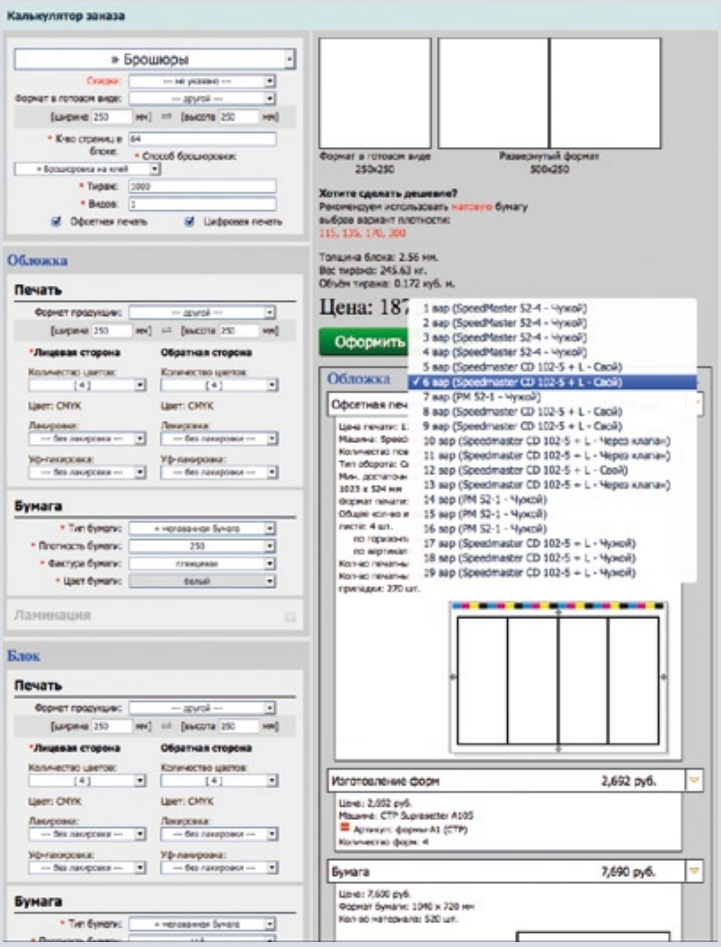
■ **Прозрачность производства.** Существенный объем работ у менеджеров, помимо расчета заказов, занимает информирование клиента о готовности заказа. Для этого менеджеру нужно выяснить, на каком производственном этапе находится заказ. Здесь возникает ряд вопросов: «У кого вы-

huber group

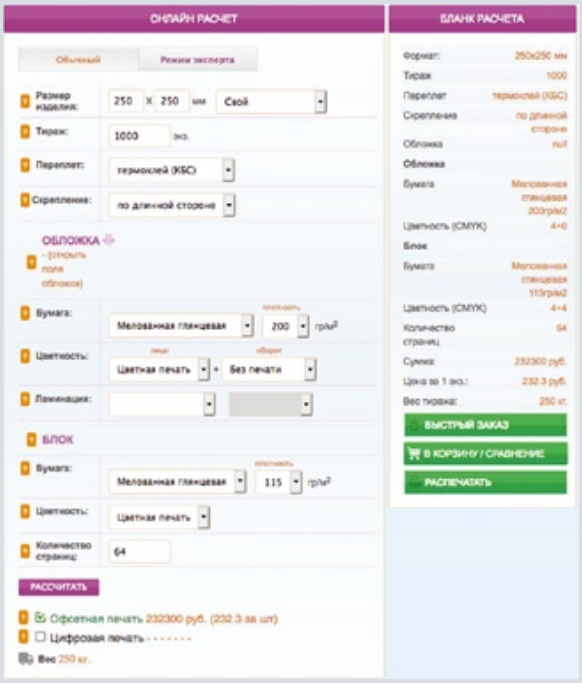
ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

www.hubergroup.ru

Москва +7 495 789 80 81
Санкт-Петербург +7 812 407 38 78
Екатеринбург + 7 343 243 52 16
Ростов-на Дону + 7 863 322 11 40
Новосибирск +7 383 383 50 58
Самара +7 909 370 67 89
Тверь + 7 964 630 99 81



Пример наиболее удачного калькулятора полиграфических заказов, размещенный на сайте типографии. Здесь, помимо цены заказа, пользователю раскрывается весь процесс производства, даже включая схему спуска полос. Более того, данный калькулятор успешно справляется даже со сложными и необычными спусками (6-up, 9-up, 12-up). Здесь наглядно показана стоимость каждой операции, и в принципе пользователь сам, не прибегая к услугам менеджера по работе с клиентом, может оптимизировать стоимость заказа, изменив ряд параметров (выбрав другую бумагу, скорректировав формат, убрав некоторые виды отделки и т. д.). Для заказчика, хорошо разбирающегося в процессе производства, это очень удобный инструмент. Более того, данный калькулятор предлагает еще и ряд вариантов производства и для каждого из них — свою цену. Это тоже очень удобно, но порой для большинства заказчиков это уже избыточная информация. Многие из них даже не поймут, что с такой информацией делать, но профессионалу она будет полезна. Опять же в данном случае калькулятор уже становится средством планирования производства и способен порождать технологические карты производства заказа. Единственное, чего ему, может быть, не хватает, это предложения вариантов по срокам производства и изменение цены при срочных или, наоборот, долгих заказах



Более-менее типичный калькулятор заказов на сайте типографии. Функцию свою, по всей видимости, выполняет, точнее выдает цену заказа. Но понять, за счет чего она получилась и сколько стоят отдельные операции, невозможно. Расчет на непрофессиональных заказчиков. Наличие режима «эксперт» ситуацию не меняет, в этом режиме лишь добавляются цвета Pantone (или мы в чем-то не разобрались)

яснить? Кто это должен знать?» Появляется структура начальников цехов, администраторов, планировщиков и других сотрудников, которые в явном виде в производстве не участвуют, а администрируют его. При этом, как правило, это высокооплачиваемые специалисты, которые вносят «свой вклад» в растущую себестоимость заказов. При этом нужно понимать, что человек — ненадежный источник информации. У него можно спросить, но есть немалая вероятность, что его ответ не совсем соответствует действительности (не из злого умысла, а так получилось). Поэтому создание полностью прозрачного производства — это огромный шаг к решению двух задач: планомерности производства (когда всегда четко понятно — что, когда и кем делается и когда изделие будет готово) и наличия четкой информации для внутреннего использования и для передачи клиентам. Создание такой системы управления производством — задача крайне полезная, но сложно выполнимая. Хотя «сложно» — не значит «невозможно». Если есть план производства (созданный вручную или автоматически), и этот план реализован в компьютере с управляемым доступом, то в системе появляется определенная прозрачность: каждый сотрудник имеет свой план работы, каждый заказ имеет порядок исполнения и группу сотрудников, которые его реализуют. Менеджер в своем компьютере может видеть все свои заказы и стадии их производства — текущее состояние и срок, когда перейдет в статус готового. Подобные системы, имеющие хорошо организованный иерархический доступ, могут открывать заказчику доступ к графику работы, чтобы он сам видел, на каком этапе его заказ, сколько этапов еще впереди и когда будет готово. И он не станет отвлекать менеджера ненужными вопросами. На общую экономику полиграфического производства подобные системы очень хорошо влияют, поскольку позволяют минимизировать количество управляющего персонала, высвобождают время у менеджеров (или сокращают их количество). Однако разработка и внедрение подобных систем — дорогое удовольствие. Впрочем, эти инвестиции оправданы.

■ **Согласование внутреннего документооборота.** Это уже операции, не связанные напрямую с полиграфией, и должны работать на любом предприятии. Созданные в системе управления типографией заказы должны, как минимум, попадать в бухгалтер-

KONICA MINOLTA

ПРЕВОСХОДНОЕ КАЧЕСТВО К ВАШИМ УСЛУГАМ

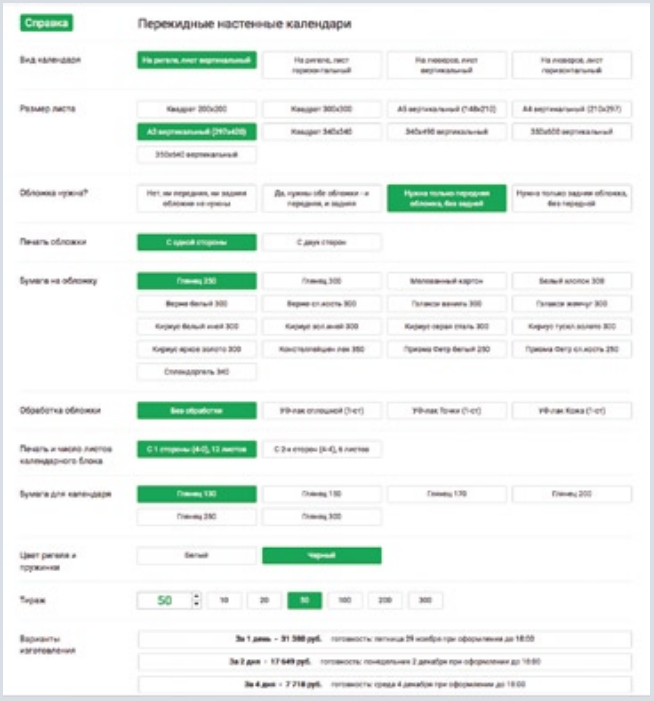
Интеллектуальный модуль контроля качества IQ-501 от Konica Minolta обеспечит кратчайшие сроки выполнения заказов. Узнайте больше о преимуществах решения: эффективная, интеллектуальная, автоматизированная подстройка размещения изображения на листе, сведения лица/оборота и стопроцентный контроль качества 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

скую и складскую системы. Первая должна автоматически выписывать счета и контролировать оплату, вторая — списывать материалы на заказ и отгружать готовую продукцию. Умные системы еще и создают множество подсказок (например, что клиент задерживает платежи, на складе заканчивается материал и т. д.). Но интеграция с системой управления производством должна быть и здесь. Принимая новый заказ в работу, система управления должна проверить наличие на складе нужных материалов, и, если их там нет, заложить в график время на их доставку или пометить заказ как требующий ручного вмешательства. Складские и бухгалтерские системы сейчас работают в большинстве полиграфических компаний, а вот вопросы стыковки их с системой планирования заказов оказываются непростой задачей. Но наличие подобных систем позволяет сократить объем работы бухгалтеров и специалистов по закупкам материалов. К тому же, имея план работ «на будущее», можно оптимизировать закупки (не приобретать впрок, или, наоборот, покупать большой объем со скидкой).



Калькулятор для заказа перекидных календарей. Довольно удобно и наглядно, хотя, возможно, несколько перегружено по интерфейсу. Радует наличие возможности корректировать цену за счет срока изготовления. Правда, сами цифры несколько озадачивают. При неспешном производстве цена получается в 4 раза (!) меньше, чем при срочном. Впрочем, это не принципиально — хочешь недорого, подожди

А это уже не столько калькулятор, сколько внешний интерфейс системы web-to-print. Клиент выбирает из списка нужное типовое изделие, после чего остается только указать количество и отправить файлы

■ **Оптимизаторы.** Это программные модули, которые используют данные о ближайших заказах и позволяют оптимизировать работу на производстве. Обычно этими вопросами занимается (точнее, должен заниматься) мастер цеха или участка, но программные модули могут их заменить или позволить выполнять эту работу кому-то по совместительству. Задача оптимизаторов — минимизировать количество непроизводственных операций, отбирающих основное производственное время. Собирая в одну последовательность заказы на одной бумаге, с одним набором дополнительных цветов или, например, вырубаемых с одного штампа, можно заметно сократить количество смывок машины, перенастройки на новую бумагу, на смену штампов и т. д. По сути, оптимизатор изменяет порядок выполнения заказов (в рамках допустимого, разумеется), оптимизируя производство. Подобные виды программных модулей существуют почти у всех производителей оборудования и зачастую они даже являются штатной функцией систем управления машины. Но вопрос интеграции с системой управления производством типографии остается открытым. Инвестиции в это направление оправданы, поскольку относительно небольшими средствами можно увеличить производительность всей типографии и сократить часть управленческого персонала.

■ **Изготовление сборных макетов.** Это один из самых эффективных способов экономии на производстве полиграфических заказов. Мы об этом не раз писали и приводили цифры экономии. На определенных видах продукции экономия может составить до 30–40%. Но! Автоматическое изготовление спуска сборных заказов — задача сложная. В мире найдется считанное количество типографий, которые смогли разработать для себя систему, автоматически выполняющую создание сборных спусков с учетом тиражей, материалов, форматов печатных машин и т. д. А еще автоматически создающую программы резки. Это позволяет с большой доходностью работать на рынке типовых заказов, предлагая цены значительно ниже конкурентов. При этом следует отметить, что попытка работать на рынке сборных тиражей с ручным монтажом сборных спусков предпринималась не раз разными типографиями, в том числе и из России. И хотя в целом этот опыт можно считать успешным, назвать его высокоэффективным сложно. Причина проста: делать такие спуски должны высокооплачиваемые квалифицированные операторы, но их производительность невысока. Точнее, она обратно пропорциональна сложности спуска. И чем сложнее этот спуск, тем он более выгодный с точки зрения экономики. Инвестиции обычных типографий в автоматизацию изготовления сборных тиражей мы бы признали нецелесообразными, поскольку реализация такого проекта — задача не столько из области управленческого IT, сколько из области ряда на-

учных дисциплин (например, линейного или динамического программирования, использования «методов ветвей и границ» или «методов генерации столбцов»; последний, кстати, разработан в СССР, за что была вручена Нобелевская премия Леониду Канторовичу в 1975 г.). На рынке имеется несколько программных продуктов, выполняющих подобные задачи с той или иной эффективностью, но сказать, что это удачные продукты, мы бы не взялись.

Что не удастся автоматизировать

Есть ряд задач, компьютеризация которых могла бы существенно улучшить финансовую эффективность предприятия, но их автоматизация либо очень сложна, либо рискованна, вплоть до того, что заниматься этим может быть невыгодно. Например:

- **Автоматизация приема заказов от клиентов.** Конечно, хорошо, если бы клиент сам на сайте типографии рассчитывал свои заказы, загружал файлы, и они бы автоматически попадали в список работ и исполнялись полностью без участия человека. Подобные примеры в мире существуют, но реализация такого сценария требует огромных усилий по созданию системы, принимающей файлы, имеющей возможность их анализировать и сообщать о проблемах. В большинстве случаев полиграфические заказы приходят в формате PDF, полный анализ которого — весьма сложная задача, реализовать которую самостоятельно типография вряд ли сможет. Во всяком случае, инвестиции в такую автоматизацию мы бы посчитали бессмысленными. Сделать реально работающий алгоритм будет почти невозможно, а потратить на него средства придется значительные. Ограничиться же полумерами (проверять лишь малую часть ключевых параметров) может оказаться сильно рискованным занятием, поскольку напечататься в итоге может совсем не то, что проанализировалось. Даже специализированные компании, разрабатывающие анализаторы PDF-файлов (или PostScript), потратили на эту работу уже не один десяток лет, и все равно иногда случаются ситуации, когда им не удается отловить какую-то особенность данного задания, тем более если он сделан не в самой популярной программе верстки. А в нашей стране в типографию попадают файлы, изготовленные в самых разных программных средствах. Так что специалистов по приему заказов в типографии, скорее всего, сократить не получится, но их можно снабдить программными средствами, которые сильно увеличат их производительность.
- **Ручной труд.** В типографиях время от времени случаются задачи, которые невозможно выполнить никаким способом, кроме как вручную. Сколько не приобретай оборудования, как не компьютеризируй рабочие места, все равно ручные операции периодически случаться будут и их не удастся учитывать автоматически. Уж слишком разнообразна полиграфическая отрасль. Часто встречаемые типовые ручные операции можно учитывать компьютерным способом, но будут и такие, которые ни автоматизировать, ни учесть вручную не получится. Так что в системах управления придется оставлять возможность вручную вмешиваться в процесс управления, и делать это должны администраторы определенного уровня.
- **Работа менеджера по работе с клиентами.** Совсем без менеджера типографии обойтись нельзя. Человеческий контакт нужен пусть и не всем заказчикам, но многим. И чем сложнее заказ, тем чаще в его исполнение будет требоваться вмешательство человека. В сложившихся условиях работа менеджера будет усложняться. При автоматизированном приеме заказов, если с ним все в порядке, он может пройти через типографию без участия менеджера. А вот если возникнут проблемы, то тогда потребуется вмешательство человека. Поэтому менеджер по работе с заказчиками станет специалистом по решению проблемных и конфликтных ситуаций. В общем, не позавидуешь...

Разумеется, в одной небольшой статье невозможно описать все особенности автоматизации полиграфического производства. Мы показали лишь наиболее очевидные места приложения IT-усилий, которые быстро дают видимый эффект за счет трех составляющих: сокращения не очень нужного персонала, повышения эффективности работы оставшихся и снижения числа проблемных заказов. Все это в совокупности дает неплохой дополнительный доход или экономию расходов. Важно только понимать, что сам процесс компьютеризации стоит достаточно дорого, причем и в случае приобретения готовых систем, и в случае самостоятельной разработки (последнее в итоге дороже, но результат часто лучше). И тут важно провести правильную грань между инвестициями и ожидаемым результатом. Иначе попытка автоматизации окажется большим убытком (и примеры такие есть).

Смарт

ПРОДАЖА БУМАГИ НЕСТАНДАРТНОГО ФОРМАТА

Большой ассортимент отечественной и импортной бумаги высокого качества

Расфроловка бумаги в любой формат

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

Бумага на этот номер размотана в Смарт-НН

«Цифровая интеграция», или Провайдер в области IT-решений

Александр Суворов,
президент,
Konica Minolta
Business Solutions Russia
[Москва]

В октябре 2019 г. в российском офисе компании Konica Minolta произошли кадровые изменения. На пост президента и генерального директора Konica Minolta в России и Казахстане был назначен Александр Суворов. С 2016 г. он занимал должность директора по региональному развитию в Konica Minolta Business Solutions Russia. До этого профессиональная деятельность Александра была связана со сферой информационных технологий и телекоммуникаций в крупных технологических компаниях. Мы попросили нового руководителя российского представительства Konica Minolta рассказать о планах и стратегии развития корпорации в России.

Ф: Смена президента компании — всегда значимое событие как для самой компании, так и для рынка. Учитывая, что Konica Minolta является одним из основных лидеров в сегменте цифровой печати в России, то факт смены руководства не может не волновать отрасль. Стоит ли ожидать заметных изменений в стратегии развития Konica Minolta Business Solutions в ближайшее время?

АС: Российский офис компании Konica Minolta, как и другие представительства корпорации в мире, придерживается общей стратегии развития, транслируемой президентом Konica Minolta Inc. Сёэй Ямана. В корпорации в целом считают, что цифровые технологии проникают во многие сферы нашей деятельности, в том числе и в печатную индустрию. И Konica Minolta должна взять на себя роль провайдера в области цифровых решений и стать их интегратором. Несмотря на то, что компания внедряет инновации для разных сфер применения, полиграфическая отрасль является приоритетной для компании. Очевидно, что приверженцы классических (назовем их традиционными) технологий полиграфического производства заинтересованы в различного рода цифровых решениях, помогающих реализовывать современные задачи рынка, например, печать по требованию, производство «коротких» тиражей, повышение оперативности, придание эксклюзивности отпечаткам и т. д. Возможности цифровой индустрии печати подталкивают к переоценке стоимости отпечатка и цифровой технологии в целом. И компания Konica Minolta рассчитывает на то, что в мире, где сегодня доминируют традиционные технологии, появление инновационного цифрового оборудования позволит в ближайшие годы кардинально изменить соотношение сил и увеличит присутствие на рынке различной цифровой техники. И мне выпала возможность активно участвовать в этом процессе и приложить усилия по реализации этой задачи на российской почве. Основным направлением работы нашей команды мы считаем сохранение лидирующих позиций компании и развитие полиграфического направления бизнеса Konica Minolta на российском рынке.

В Konica Minolta рассчитывают на то, что появление инновационного цифрового оборудования позволит кардинально изменить соотношение сил и увеличит присутствие на рынке различной цифровой техники. Основная задача компании — стать интегратором профессиональных решений в области индустриальной цифровой печати и максимально покрывать потребности типографий в будущем

Ф: Как в компании Konica Minolta оценивают перспективы полиграфического рынка в России?

АС: Россия — очень важный регион для Konica Minolta. На мой взгляд, рынок очень жадно и с интересом реагирует на новинки в области цифровой печати, особенно что касается автоматизации производства. Наш офис является одним из крупных игроков в Европе. В настоящее время мы курируем также Центральную Азию, подключаем Казахстан. Много лет моя профессиональная деятельность была связана с работой в регионах и странах СНГ, и я хорошо понимаю, что это возможность для нашей компании постепенного расширения своего присутствия и увеличения доли на рынке. Есть немало регионов, которые по-прежнему используют технологии, которые в Европе считаются устаревшими. И сегодня наша задача, опираясь на опыт европейских коллег, внедрить современные решения на новых для нас рынках. И самое главное, что сам рынок заинтересован в решениях, которые позволят его участникам совершить большой технологический прыжок.

Ф: В каких ключевых сегментах полиграфического бизнеса видит свое развитие Konica Minolta?

АС: Позвольте сначала рассказать о том, какое место занимает полиграфия в общем объеме предлагаемых печатных устройств. В настоящее время у нас три профильных сегмента — офисная, профессиональная и индустриальная печать. Если говорить об офисном оборудовании (речь идет о различных моделях МФУ), то сегодня происходит трансформация данного сегмента в сторону повышения функциональности и качества печати, а не наращивания количества, как это было раньше. Иными словами, Konica Minolta располагает определенным спектром услуг и программных пакетов, которые мы можем добавить к существующим офисным печатным решениям, чтобы получить единый законченный бизнес-процесс. И в этом сегменте мы отмечаем большие успехи.

Однако основной фокус внимания лежит в области развития профессиональной и индустриальной печати, поскольку это растущие рынки, на которых мы можем увеличивать количество инсталляций и сфер применения цифрового оборудования. Именно такая печать позволяет визуализировать продукт, добавить ощущения и эмоции, обеспечить новые характеристики и возможности стандартным полиграфическим продуктам. Что касается именно сегментов полиграфического рынка, исторически мы были сильны в предложении интересных решений для салонов оперативной печати, небольших типографий. Сегодня, с появлением более мощных печатных устройств и передовых систем отделки полиграфической продукции, мы сможем расширить свое присутствие в коммерческой печати, производстве этикетки и упаковки. Не забываем при этом и о подразделениях печати и копирования непосредственно в самих коммерческих и государственных организациях (CRD).

Ф: В каких приоритетных направлениях вы видите развитие цифрового бизнеса в будущем?

АС: Общие тенденции, хорошо известные на рынке, — это снижение тиражей при увеличении их числа. Полиграфия все больше уходит в цифровую печать со свойственными ей преимуществами — оперативностью, персонализацией, печатью по требованию и другими возможностями. Но цифровая печать сегодня испытывает трудности из-за снижения прибыльности. Это означает, что сегодня все больший интерес наши заказчики проявляют к высокорентабельным направлениям, таким, как производство упаковки, печать этикетки и высококачественная послепечатная отделка продукции. Konica Minolta не отстает от тренда, и нам есть что предложить в каждом из этих направлений. В частности, большим спросом пользуется машина AccurioLabel 230 для цифровой печати этикеточной продукции. В мире установлено свыше 500 таких печатных систем в компаниях, заинтересованных в оперативном производстве мелких партий высококачественной этикетки. Кроме того, большого внимания заслуживают решения, разработанные совместно с нашими партнерами. Речь идет о новинке от датской компании Grafisk Maskinfabrik (GM), предложившей оснащение нашей этикеточной машины AccurioLabel 230 секцией флексографской печати. Это позволит наносить белила и, соответственно, изготавливать этикетки на пленках и металлизированных бумагах в добавление к стандартным самоклеящимся материалам. Интересные решения для облагораживания цифровой печатной продукции мы предлагаем совместно с нашим стратегическим партнером — компанией MGI Digital Technology. Если раньше мы представляли устройство MGI JETvarnish 3DS для выборочного 2D/3D лакирования и горячего тиснения фольгой в листовом сегменте, то теперь такие возможности доступны и для изготовления рулонной этикетки.

Ф: Какие преимущества дает цифровое оборудование для развития и продвижения полиграфического бизнеса?

АС: Сегодня мы можем предложить уникальные решения, связанные с качеством печати и автоматизацией процесса. Одним из насущных требований типографий является снижение количества брака и гарантия стабильного качества продукции без привлечения «дорогого» продвинутого оператора. Чтобы удовлетворить эти требования, Konica Minolta предлагает уникальную автоматическую систему настройки и контроля качества печати (модуль IQ-501), которую можно задействовать даже непосредственно во время печати тиража. Также у нас есть система автоинспекции качества оттисков, которая гарантирует отсутствие брака в тираже. Это экономит время, гарантирует высокое и стабильное качество и, что самое важное, приводит к уверенности в конечном результате печати и, как следствие, к повышению лояльности заказчика типографии. Также очевидно, что «самонастраивающаяся» машина позволяет оператору сосредоточиться на работе с заказами и не требует глубоких знаний в цвете и настройках машины, что позволяет нашим клиентам сэкономить на персонале и повысить производительность. Пожалуй, Konica Minolta впервые в отрасли внедрила такой уровень контроля качества в сегменте средних производительных ЦПМ, и у нас нет конкурентов в данной области. Мы уверены, что за этим будущее цифровой печати.

Ф: Один из острых вопросов в отрасли — это сервисное обслуживание полиграфического оборудования. Какова политика компании в данном вопросе?

АС: Все больше компаний в полиграфии хотят относиться к печатному бизнесу как к бизнесу, а не как к искусству, и ожидают полную, своевременную и качественную поддержку. И мы особое внимание уделяем сервисным контрактам, что позволяет быстро реагировать на запросы клиента. Немаловажно улучшать в нашей огромной стране и географический охват. Ведь сервис — это основа и нашего, и клиентского бизнеса. Можно сказать, что лидирующие позиции на рынке цифровой печати наша компания заняла не в последнюю очередь благодаря тому, что уделяла много внимания именно сервисной поддержке.

Ф: Удастся ли Konica Minolta сохранить лидерские позиции на рынке по итогам этого года?

АС: По нашим прогнозам, мы идем на улучшение наших показателей, как финансовых, так и доли рынка, и имеем для этого все предпосылки. Одним из них стало анонсирование серии новых цифровых машин Konica Minolta AccurioPress C14000 и C12000. Появление этих устройств в линейке нашего оборудования позволит выйти на новый для компании рынок высокой производительности. Это исторический момент, который требует пересмотра отношения к бизнесу и рынку. По сути, в машинах реализуется принцип получения печатной продукции «нажатием одной кнопки». И если раньше под этим подразумевалась в основном только печать, то сейчас речь идет о получении готового тиража цифровой продукции. К примеру, оборудование позволяет изготовить тираж визитных карточек с двусторонней печатью, которые выходят из машины уже порезанные и сложенные стопой. Возможность печати на материалах плотностью до 450 г/м^2 делает машину интересной для упаковочных типографий. Кроме того, оборудование имеет встроенный модуль фальцовки и скрепления на скобу, что позволяет ее рассматривать как незаменимого помощника в сегменте коммерческой печати. Эта машина уже вызвала серьезный интерес со стороны потенциальных клиентов. В нашем демозале мы ожидаем ее появления в первом полугодии 2020 г.

Ф: Впереди главное событие отрасли — выставка drupa. Будет ли чем удивить полиграфический мир?

АС: Безусловно, drupa — одно из ключевых событий для Konica Minolta, поэтому компания активно к ней готовится. Что уже точно известно, мы покажем наши последние разработки в области листовых и рулонных систем печати, послепечатной отделки продукции, но будут и новинки в области управления цветом и другие. Какие — это, конечно, сюрприз. Несомненно, все инновации Konica Minolta отвечают современным требованиям полиграфического бизнеса. Являясь надежным поставщиком высокотехнологичных решений для полиграфического рынка, расширение спектра оборудования позволит нам решать не только частные задачи клиентов, но и комплексно закрывать потребности типографий.

Как перезапустить бизнес, или Векторы развития «Грин Принт»

Алексей Качур,
генеральный менеджер,
типография «Грин Принт»
[Москва]

В цифровом бизнесе типография «Грин Принт» (GCprint) работает более 15 лет, однако превратить полиграфическое направление в серьезный бизнес удалось лишь в последние несколько лет. Смена разных подходов к бизнесу, работа в нескольких направлениях полиграфического рынка позволили нащупать нужный вектор развития, а грамотный выбор цифрового печатного оборудования обеспечил быстрый рост производства.

Изменение стратегии

Бизнес компании «Грин Принт» начинался по вполне традиционному сценарию — основанное в 2004 г. рекламное агентство постепенно обростало заказчиками коммерческой печати, что вдохновило руководителей компании основать небольшое производство. «По классике» первым печатным устройством для «Грин Принт» стал Xerox DC12. Его приобретение обеспечило вполне успешный старт-ап новому предприятию и вселило уверенность в том, что за цифровой печатью — будущее полиграфии. «Через несколько лет мы заменили нашу первую машину на Xerox 252 и стали задумываться о серьезном развитии цифрового печатного бизнеса, — рассказывает Алексей Качур, генеральный менеджер «Грин Принт». — В 2011 г. мы решили вложиться в приобретение промышленной цифровой печатной машины. Однако наметившийся спад на рекламном рынке и позиции новичка в профессиональном бизнесе печати не позволили нам сделать выбор в пользу уже знакомого для нас поставщика цифровых решений».

В компании стали искать более экономичные варианты приобретения оборудования. Однако инсталлированные печатные машины, как выяснилось позднее, не совсем подходили для решения задач «Грин Принт». А кризис 2014–15 гг. и вовсе заставил типографию переключиться с производства рекламной полиграфии на сувенирную продукцию. Так, помимо компании GCprint, появилась еще и GCgift, предлагающая изготовление брендированных сувениров. «В этот период мы поменяли стратегию развития, — поясняет Алексей. — Если раньше мы стремились к тому, чтобы печатать продукцию только на своем производстве, то в тот момент стали переразмещать крупные

В июле этого года в типографии «Грин Принт» установили полноцветную цифровую печатную машину Ricoh Pro C9200. Оборудование стабильно работает с плотным картоном, что позволяет использовать его в производстве картонной упаковки

Монохромная машина Ricoh Pro 8200s за два года работы в типографии отпечатала более 10 млн листов. Применяется для печати книжных блоков и персонализации

Инсталляция Ricoh Pro 7100x в 2016 г. позволила фактически перезапустить цифровой печатный бизнес «Грин Принт». Комплектация машины пятой секцией дает дополнительные преимущества

для «цифры» заказы (многополосные брошюры, каталоги), оставляя у себя лишь мелкотиражные простые работы — визитки, листовки и т. д. Мы не гнались за объемами, а переключились на сувенирку, работая, по сути, с теми же заказчиками по данному направлению, для которых выполняли полиграфические заказы».

Бизнес. Перезагрузка

В 2016 г. ситуация кардинально изменилась. «Это был год проведения выставки drupa, — поясняет Алексей. — За несколько месяцев до этого масштабного для отрасли мероприятия мы получили предложение от компании Ricoh о приобретении новой цифровой печатной техники. Однако мы совсем не планировали увеличивать объемы цифровой печати, и к нам даже поступил запрос на продажу имеющегося в типографии печатного оборудования.

Комплекс оборудования для изготовления твердого переплета. Поскольку тиражи книг небольшие, удобнее использовать полуавтоматические устройства

Послепечатное оборудование для производства книг с клеевым бесшвейным скреплением и с шитым нитками блоком

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!

ПРОЗРАЧНЫЕ ОБЛОЖКИ ДЛЯ БРОШЮРОВКИ

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

ФОЛЬГА ДЛЯ ГОРЯЧЕГО ТИСНЕНИЯ

СКОТЧ ДВУХСТОРОННИЙ

ТЕРМАЛЬНЫЕ ПЛАСТИНЫ

БОЛТЫ ПЛАСТИКОВЫЕ, МЕТАЛЛИЧЕСКИЕ

КЛЕЕВЫЕ ТОЧКИ

УПАКОВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

БИГОВАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ

КЛЕЙ ДЛЯ ТЕРМОПИСТОЛЕТОВ

КОЛЬЦА ПИККОЛО (ЛЮВЕРСЫ)

ПРУЖИНА ДЛЯ ПЕРЕПЛЕТА

КУРСОРЫ, РИГЕЛИ, ШНУР ДЛЯ ПАКЕТОВ

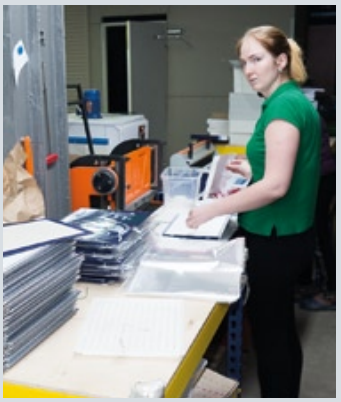
САМОКЛЕЮЩАЯСЯ ПЛЕНКА ДЛЯ ПЕЧАТИ

г. Москва, метро Пражская, ул.Подольских Курсантов, 3
г. Чебоксары, ул. Патриса Лумумбы д. 8, офис 204
г. Санкт-Петербург, ул. Химиков 18
г. Ульяновск ул. Ленина д. 50/115, +7-8422-303711

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

+7 (499) 643-47-62 +7 (812) 748-57-50
e-mail: info@lamstore.ru www.lamstore.ru

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



Оборудование для отделки цифровых отпечатков — ламинатор, ручной пресс для тиснения фольгой, тигельный пресс

В «Грин Принт» могут изготавливать печатные издания с различными видами скрепления, в том числе на скобу и пружину

Я долго крутил в руках оставленные мне образцы печати на машинах Ricoh, взвешивал все за и против, сомневался и снова разглядывал образцы. Как это часто бывает при проведении отраслевых выставок, поставщик пригласил нас на drupa в составе российской делегации. Мы согласились. Но я уже все для себя решил. В принципе, клиентская база у нас была наработана приличная, и если подобрать высокопроизводительную машину, то мы могли бы сразу начать эффективно работать. Поэтому недолго думая, мы еще до вылета на drupa прямо в аэропорту обо всем договорились — новая цифровая машина должна была оказаться у нас после выставки».

Речь шла о приобретении Ricoh Pro C7100. Как пояснил Алексей, машину выбирали тщательно, оценивая пользовательский опыт по всему миру: «К тому времени у компании Ricoh уже сформировалась положительная репутация в сегменте промышленной цифровой печати. Сама машина Ricoh Pro C7100 уже около 8 месяцев успешно продавалась на рынке и собирала хорошие отзывы. И мы решились попробовать. В августе 2016 г. машину инсталлировали. И она оправдала наши ожидания по надежности и стабильности работы. По сути, мы перезапустили наш печатный бизнес и начали развиваться в направлении цифровой полиграфии».

Расширение

Машина встала как раз к началу нового полиграфического сезона. Как сказал Алексей, печатали по восходящей, постепенно увеличивая загрузку — 50, 80, 150 тыс. листов в месяц. Большим преимуществом Ricoh Pro C7100 явилось наличие в ней дополнительной пятой секции, которую в типографии используют чаще всего для нанесения белого тонера. «По моим ощущениям, многие наши заказчики только и ждали, когда мы развернемся в полиграфическом плане. Новую установку восприняли очень тепло, и мы сразу получили дополнительный объем заказов. Весьма востребованным оказалось наличие белого тонера в печатной машине. Многие офсетчики приезжали к нам пробовать печатать на ней белый цвет. Мы и сейчас очень много работ выполняем именно с пятым цветом. За сезон 2016 г. нам удалось отпечатать довольно много, а когда объемы производства резко возрастают, начинаешь сталкиваться с задачами другого порядка, — нам стало тесно в стенах прежнего помещения».

Чтобы иметь возможность развиваться дальше, типография «Грин Принт» переехала на другую производственную площадку. Новая печатная машина и несколько единиц послепечатного оборудования, в числе которых — бумагорезательная машина Polar и фальцевальная Morgana, терялись внутри огромного, как тогда казалось, пространства. Однако оно быстро стало заполняться новой техникой и сейчас уже не кажется столь просторным.

Буквально через год в типографии установили монохромную машину Ricoh Pro 8200s. За прошедшие два года на ней отпечатали более 10 млн листов. «Появление этой машины черно-белой печати позволило нам запустить производство книжной продукции. Также много делали работ по персонализации для сторонних типографий — впечатывали штрихкоды, баркоды и т. д. Для книжного производства приобрели специализированное послепечатное оборудование, позволяющее выполнять малотиражные заказы на книги в твердом переплете и фотоальбомы», — рассказывает Алексей.

По нарастающей в «Грин Принт» появилось и другое полиграфическое обо-

Возможности широкоформатной печати используются для изготовления рекламных заказов (плакатов, афиш)

RICOH
imagine. change.

ФЛАГМАН ЛИСТОВОЙ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ RICOH PRO C9200

Универсальное решение для цифровой и гибридной типографий

Эффективная печать тиражей разной длины

Качество печати близкое к офсетному

Поддержка мелованных и офсетных материалов

Высокое качество и производительность

Печать до 135 стр\мин на всех материалах

Система автоматического контроля цвета

Высокая точность приводки

Широкий ассортимент производимой продукции

Печать баннеров до 1260 мм

Печать на материалах плотностью до 470 г/м2

Новая система настройки материалов

ricoh.ru

Значимую часть заказов «Грин Принт» составляют многополосные издания в твердом переплете и мягкой обложке

Печатные издания со скреплением на пружину: календари, блокноты, ежедневники – частые заказы в качестве бизнес-сувениров

рудование – ламинаторы, машина клеевого бесшвейного скрепления от компании Horizon, ниткошвейная машина, тигельные прессы, оборудование для навивки пружины и многое другое. С таким парком оборудования типография смогла выполнять разносторонние заказы – как рекламную, так и книжно-журнальную продукцию, а также упаковку, в частности бумажные пакеты и мелкотиражную картонную коробку.

Увеличивающиеся объемы производства подтолкнули к рассмотрению возможности установки еще одной печатной машины. В июле этого года на площадке «Грин Принт» появилась флагманская модель – полноцветная Ricoh Pro C9200. «За короткий срок мы максимально загрузили новую машину. Что нам в ней нравится, так это ее универсальность. Ricoh Pro C9200 одинаково стабильно печатает как высококачественную рекламную продукцию, книжные обложки альбомного формата, так и беспроблемно запечатывает плотный картон. Это позволяет нам серьезно рассматривать перспективы печати упаковки цифровым способом. Мы уже освоили неплохой софт, который позволяет моделировать упаковку, и имеем прекрасный инструмент для запечатывания материалов большой плотности», – делится Алексей.

Бумажные пакеты «Грин Принт» давно запечатывает цифровым способом и теперь нацелен изготавливать картонную упаковку

Перспективы

В планах типографии «Грин Принт» – продолжить наращивание печатных мощностей, поскольку загрузка всех трех машин Ricoh близка к максимальной. «Дальнейшее развитие нашей компании я вижу с компанией Ricoh, – говорит Алексей Качур. – Пока в Ricoh есть команда, с которой мы хорошо взаимодействуем, и все вопросы легко решаются, я не планирую ничего менять и думать в какую-то другую сторону. В перспективе нам бы хотелось поставить вторую машину Ricoh Pro C9200, чтобы с одинаковым уровнем качества и надежности развивать все направления печатного бизнеса, в которых мы работаем. Мы делаем рекламную полиграфию, с удовольствием печатаем книги и уже подходим к тем объемам, когда нужно думать о более серьезном послепечатном оборудовании для производства книжной продукции. Мы прекрасно понимаем, что для издателей и частных авторов цена имеет серьезное значение и для последующей продажи, и для личного выпуска. При этом и требования к качеству со стороны небольших «бутиковых» издательств тоже высоки. Цифровые печатные технологии в этом плане предоставляют более взвешанные условия производства. Мы давно уже освоили изготовление бумажных пакетов цифровым способом, и возможности использования белил в данном направлении нам оказались актуальны. Теперь планируем вплотную заняться производством малотиражной картонной упаковки».

Оценивая полиграфический рынок в целом, Алексей высказал интересное мнение: «Рынок полиграфии, безусловно, сужается. Возможно, за счет сокращения офсетного рынка или роста цифрового, или же цифровые типографии на своем рынке достаточно агрессивно для него растут. Тем не менее пока этот рынок есть, нужно на нем жить и работать. Мыслить нужно все равно позитивно. Конечно, общая экономическая ситуация влияет и на инвестиции, и на предпринимательское желание идти на риск, поэтому в плане денежных вложений нужно быть осторожными. Что касается печатного оборудования, мы считаем, нужно приобретать новые, передовые машины. Приведу пример. В этом году мы открыли офис в центре Москвы на Курской, в бизнес-парке «Арма», рассчитывая, что презентабельный офис в современном бизнес-квартале позволит привлечь больше клиентов. Однако оказалось, что заказчикам важно увидеть производство своими глазами. Только убедившись в наличии у нас собственного производства на базе высокопроизводительных цифровых машин, заказчики принимают решение о сотрудничестве. Поэтому главный козырь – это развитые возможности наших печатных машин и умение с нашей стороны их использовать. А чтобы клиентам было понятно, о чем идет речь, мы готовим серию образцов полиграфической продукции для демонстрации технологии цифровой печати и отделки. А когда мы запустим web-to-print, то различные варианты применения цифрового белого тонера и лака на разных материалах и на разных типах продукции, будет доступна для визуализации любому клиенту, размещающему заказы в этой системе».

Инновационная **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.

www.bobst.com

BOBST

Нетривиальные задачи,
или Широкий формат в книжной типографии

Михаил Авраменко,
технический директор,
типография «Буки Веди»
[Москва]

Несколько месяцев назад в московской типографии «Буки Веди» установили широкоформатный принтер Océ Colorado 1640. Учитывая, что «Буки Веди» работает в сегменте книжного производства, такой выбор оборудования может показаться не совсем очевидным. Если только речь не идет о нестандартных подходах в производстве книг или же это не связано с решением осваивать новые для типографии сферы бизнеса.

Точка контакта

На главный вопрос, зачем книжной типографии принтер широкоформатной печати, Михаил Авраменко, технический директор «Буки Веди», ответил так: «Нас привлекла в первую очередь технология UVgel, реализованная в Océ Colorado 1640. Печать специальными гелевыми чернилами с УФ-закреплением позволяет добиваться яркости и насыщенности отпечатков на любых рулонных материалах. Поскольку мы являемся книжной типографией, то работа с переплетными рулонными материалами составляет часть нашего бизнеса. При этом зачастую мы сталкиваемся с задачами нетривиального характера с точки зрения использования не совсем привычных для изготовления переплета или книжных футляров материалов. К примеру, речь идет о печати по коже, фактурным обоям, ковровым покрытиям, холсту и другим носителям. В этом плане возможности нашего широкоформатного устройства позволят предложить для книжного сегмента что-то свежее, интересное,

В течение года в типографии «Буки Веди» были установлены две флагманские цифровые печатные машины Canon imagePRESS C10000VP, одна из которых оснащена опцией баннерной печати для изготовления изданий альбомного формата, суперобложек и рекламной полиграфии

Парк монохромного цифрового оборудования типографии представлен машинами Canon varioPrint 140 и высокопроизводительной varioPRINT 6000 Titan

забавное. Параллельно с этим мы рассматриваем для себя и перспективы выхода на рынок услуг цифровой широкоформатной печати в том ключе, что это может стать еще одной точкой контакта с клиентом. Скажем, заказчик, который пришел к нам за офсетным или цифровым тиражом, увидев возможности, яркость и качество нашей широкоформатной печати, разместит заказ на плакаты, баннеры или другую соответствующую полиграфию. Или же, наоборот, обратившись к нам за широкоформатным заказом, клиент оформит печать книги или рекламной продукции».

Собственно, по этой причине в «Буки Веди» решили не скрывать от чужих глаз новинку, а, напротив, установили Océ Colorado 1640 на самом проходном месте — между офисом и производством возвели стены, получив отдельное помещение со стеклянными дверями, через которые можно наблюдать работу нового устройства. «Мы это сделали специально, чтобы клиенты, которые приходят к нам в офис или посещают производство, видели новые возможности оборудования», — подчеркнул Михаил.

Технология UVgel

Следует отметить, что принтер Océ Colorado 1640 стоит несколько особняком в линейке устройств широкоформатной печати, представленных на рынке. Его разработчикам удалось объединить лучшие характеристики сольвентных, латексных и УФ-устройств. В результате инновационной технологии UVgel достигается высокое разрешение печати, точная цветопередача и широкий цветовой охват несмотря на печать только CMYK. При этом чернила абсолютно экологичны — у них отсутствует запах, они не токсичны, что расширяет возможности применения этого устройства для изготовления печатных материалов для тех заказчиков, которым важны характеристики безопасности продукции. УФ-отверждаемые чернила от Canon специально разрабатывались для печати наружной рекламы и потому позволяют получать изображения, устойчивые к истиранию, выгоранию и другим негативным воздействиям внешней среды. Однако сочетание высокой адгезии чернил с точностью и насыщенностью цветовоспроизведения делает устройство универсальным в использовании — не только для печати outdoor рекламы, но и интерьерной графики.

«У нас пока не слишком большой опыт эксплуатации широкоформатного принтера, — поясняет Михаил, — однако тот результат, который мы увидели, отпечатав ряд традиционных для этого оборудования заказов (баннеры, плакаты), — впечатляет. Казалось бы, устройство для наружной рекламы, а позволяет получать качество интерьерной печати — ровные плашки большого объема заливки, яркие и привлекательные цвета, изображение, которое «не полосит» и «не рассыпается» при ближайшем рассмотрении. При этом машина

Несколько месяцев назад в «Буки Веди» установили широкоформатный принтер Océ Colorado 1640. Основная задача его применения в типографии— печать по нестандартным для книжного сегмента материалам, которые используются для изготовления переплета книг или футляров. Кроме того, типография не исключает выход на новый для себя рынок широкоформатной печати

достаточно точно калибруется. Мы пробовали печатать плакаты одного косметического бренда на картоне формата А0, и попадание в цвет оказалось точным. Иными словами, мы получили возможность оперативно и с высоким качеством выполнять небольшие тиражи продукции, формат которой не позволяет запечатывать ее на офсетном оборудовании. Сейчас мы смотрим, как это устройство максимально «распаковать» с пользой для типографии и в широкоформатных заказах, и в книжных, в том числе при изготовлении футляров из переплетного картона и коробок. Область применения Océ Colorado 1640 для изготовления книжной продукции может быть шире. Чтобы просканировать весь спектр того,

Благодаря инновационной технологии UVgel широкоформатный принтер Océ Colorado 1640 позволяет получать яркие, насыщенные отпечатки, устойчивые к внешним воздействиям. Универсальность устройства позволяет успешно использовать его для печати как наружной рекламы, так и интерьерной графики. В рамках книжного производства для типографии «Буки Веди» важна высокая адгезия к любым рулонным материалам и сочная качественная печать, отличающаяся широким цветовым охватом и точностью цветовоспроизведения

что может это устройство, мы планируем тестировать различные рулонные материалы, делать образцы, профилировать оборудование, получать интересные и необычные продукты. Времена сейчас непростые, поэтому мы расширяем портфель предоставляемых услуг, увеличиваем количество точек контакта с клиентами. Если же говорить о широкоформатном рынке, а мы никогда на нем не работали, я понимаю, что и для этого сегмента Océ Colorado 1640 — нечто новое и перспективное. С этим устройством мы можем выходить на рынок широкоформатной печати, уже имея дополнительное конкурентное преимущество. Устройство позволяет предложить качество продукции заведомо выше, чем в среднем по рынку. А значит, мы имеем возможность предоставить заинтересованным клиентам работающий рекламный печатный продукт, «вкусно» демонстрирующий товар или услугу».

Модернизация цифрового парка

Михаил рассказал, что инсталляция Océ Colorado 1640 стала результатом сотрудничества типографии с компанией Canon, в рамках которого в течение года в «Буки Веди» были поставлены промышленные цифровые машины как полноцветной, так и монохромной печати. В прошлом году в типографии было принято решение об обновлении парка цифровых машин. Решающим фактором в пользу выбора оборудования Canon стало посещение осенью 2018 г. мероприятия Canon Future Book Forum в Германии. «Этот форум позволил мне иначе взглянуть на возможности листового цифрового оборудования Canon, — рассказывает Михаил. — Как оказалось, многие опции машин Canon отвечают требованиям именно книжного производства. На мероприятии мне удалось больше разобраться в технических характеристиках и перспективах использования машин, а также в условиях сервисной поддержки со стороны российского офиса производителя, что кардинально изменило наши первоначальные планы по модернизации цифрового парка оборудования».

В итоге в декабре 2018 г. в «Буки Веди» были установлены три цифровые машины Canon — полноцветные imagePRESS C10000VP и imagePRESS C650, а также монохромная varioPrint 140.

«Первую полноцветную «десятитысячную» Canon мы запустили 26 дека-

бря 2018 г., в принципе, когда уже печатать нечего, — отмечает Михаил.— Но 13 января на счетчике уже было 500 тыс. прогонов, что даже для нас стало удивительным. Так что достаточно быстро мы вышли на объемы более 500 тыс. отпечатков формата А3 в месяц, и чтобы шагать дальше, нужна не одна машина, а две. Поэтому мы заменили imagePRESS C650 на вторую imagePRESS C10000VP, но уже с опцией баннерной печати. Сейчас в сезон мы делаем около 1 млн прогонов на каждой полноцветной машине в месяц».

В настоящее время в «Буки Веди» работают две цифровые машины полноцветной печати Canon imagePRESS C10000VP, а мощности черно-белых машин пополнились в мае этого года высокопроизводительной varioPRINT 6000 Titan, способной изготавливать до 171 листов/мин формата А3.

«Сегодня мы обладаем парком флагманских моделей цифрового печатного оборудования Canon, — поясняет Михаил. — В монохромном сегменте мы используем одну из самых производительных печатных машин varioPRINT 6000 Titan, которая обеспечивает качественную печать книжного блока с глубоким матовым черным цветом. Полноцветные Canon imagePRESS C10000VP являются надежными и универсальными промышленными машинами, позволяющими работать с разными запечатываемыми материалами, а также изготавливать книжные издания альбомного формата, суперобложки и рекламную полиграфию высочайшего качества. Причем техника Canon спокойно выдерживает интенсивный режим работы нашего производства. Поэтому когда в линейке производителя мы увидели устройство широкоформатной печати Océ Colorado 1640, то не стали искать других поставщиков и решили его приобрести. Если бренд, к которому мы лояльны, предоставляет тот набор функций и качество продукции, которые нужны, то, я считаю, нет смысла искать альтернативу».

Оценивая тенденции книжного рынка, Михаил Авраменко отметил, что в целом этот год стал достаточно тяжелым для полиграфии. В среднем, по итогам года, падение ожидается до 20%. «Общая стагнация на рынке есть, — говорит Михаил. — Не первый год мы отмечаем, что полиграфический сезон начинается все позже, и у типографий остается заведомо меньше времени, чтобы выправить ситуацию. Что касается книжного сегмента, то и здесь нельзя сказать, что это растущий рынок, хотя и падение закончилось. Скорее внутри сегмента идет перераспределение: растут малотиражные издания, увеличивается количество наименований. Мы с самого начала были ориентированы на работу с книжными заказами малой тиражности, поэтому наше производство заточено на выполнение большого объема именно мелких заказов. И это позволяет нам расти. Однако добиваться положительных экономических показателей производства становится все сложнее и требует от нас неимоверных усилий и в плане организации и автоматизации производственного процесса, и регулярного технического и технологического переоснащения, и расширения нашего пакетного предложения. Ведь сегодня мы не только книги делаем, но и другую многополосную продукцию, рекламную полиграфию, а теперь, возможно, пойдем дальше в широкий формат. Но тем не менее книги были и остаются приоритетным направлением нашего бизнеса. Книга все больше становится сегодня премиальным продуктом. У нас есть ощущение, что клиенты стали экономить на блоке, но поскольку на полке книга должна конкурировать за внимание покупателя, идет запрос на различные способы придания обложке вау-эффекта. И приобретение широкоформатного принтера позволит нам реализовывать задачи по созданию привлекательных и необычных книг за счет запечатки нестандартных переплетных материалов».

TOYO INK
For a Vibrant World

ЛИСТОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
КРАСКИ ДЛЯ СУХОГО ОФСЕТА
КРАСКИ ДЛЯ УФ ПЕЧАТИ

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

TOYO INK YOUR GREEN PARTNER
ECO-FRIENDLY VEGETABLE OIL BASED INK TOYO INK

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

«Поставщик, с которым мы смогли вырасти»

Валентина Белякова,
начальник отдела полиграфии,
РГ «Два Слона»
[Ярославль]

Бизнес рекламной группы «Два Слона» начинался в 2001 г. с широкоформатной печати рекламной продукции для outdoor индустрии. Некоторое время спустя к этому добавилось направление листовой полиграфии. Сегодня «Два Слона» — один из ведущих операторов наружной рекламы в Ярославле и Ярославской области и успешный поставщик цифровых полиграфических услуг, которому удается год от года показывать рост в несколько десятков процентов. За последние пару лет компания расширила производственные площади и модернизировала парк оборудования как широкоформатной, так и листовой цифровой печати.

Продолжение традиций

В самом центре Ярославля в небольшом двухэтажном особняке располагается производство и офис «Двух Слонов». К слову, самому зданию более 100 лет: еще в дореволюционное время здесь издавали газеты, а в дальнейшем размещалась типография с довольно сильным переплетным цехом, часть оборудования которого досталась по наследству компании «Два Слона», продолжившей полиграфические традиции.

Как рассказала Валентина Белякова, начальник отдела полиграфии рекламной группы «Два Слона», компания работает с клиентами любого уровня, выполняя разноплановые заказы на цифровую печать: «Мы не делаем разницы между клиентами B2B и частными заказчиками. Наши менеджеры работают как с корпоративными, так и с клиентами «с улицы». Мы придерживаемся мнения, что каждый заказчик важен, поскольку «сарафанное радио» никто не отменял. Клиент может сделать заказ условно на рубль, но если он остался доволен, то впоследствии не только еще раз к нам обратится, но и посоветует друзьям и знакомым, которые станут для нас постоянными заказчиками».

Ставка на сервис

В компании большое внимание уделяют тому, чтобы соответствовать ожиданиям своих клиентов, а эти ожидания могут оказаться в разных плоскостях, поэтому приходится прорабатывать многие направления работы. «Для части клиентов важна оперативность выполнения их заказов, — рассказывает Валентина, — и мы организовали работу типографии таким образом, чтобы несложные тиражи выполнять в присутствии клиента. Наши производственники готовы прерываться на изготовление коротких тиражей, чтобы сразу выдавать их заказчику. Мы стараемся сделать так, чтобы клиентам было комфортно с нами взаимодействовать. Например, наша компания одна из немногих в Ярославле, которая работает в выходные. Самым главным мы считаем удовлетворенность клиента нашими услугами. Очевидно, что полиграфический продукт, на котором мы специализируемся, относительно стандартный, поэтому нам необходимо дополнять наши услуги качественным сервисом для клиентов».

Понятие «клиентский сервис» в компании «Два Слона» понимают гораздо шире. Речь идет не только о прямых услугах и дополнительных бонусах для заказчика, но и других составляющих работы, которые опосредованно влияют на положительную оценку компании в целом. «Мы всегда работаем в трех направлениях —

Рекламная группа «Два Слона» начинала бизнес с широкоформатной печати рекламной продукции для внешнего оформления (растяжки, плакаты, афиши, баннеры и т. д.). Сейчас это одно из серьезно развивающихся направлений работы компании

люди, сервис и продукт. Серьезное внимание уделяем обучению сотрудников — менеджеров, дизайнеров, операторов печати. Мы организуем курсы повышения квалификации наших специалистов по различным вопросам производственного процесса, направляем на обучение к нашим поставщикам. Это позволяет во многом повысить профессионализм сотрудников. Еще одной стороной нашей работы является расширение предложения на рынке — мы прорабатываем и запускаем новые продукты. А для их успешного производства нам требуются новые технологии и новые возможности цифровой печати», — отмечает Валентина.

Запросы на эксклюзивность

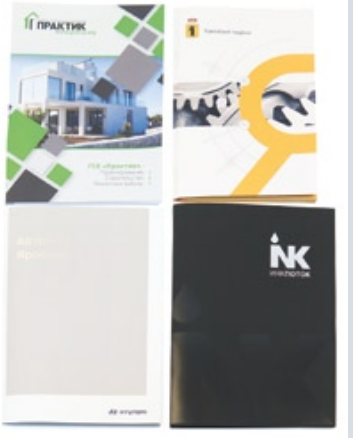
В компании «Два Слона» отметили, что рынок цифровой печати за последние годы изменился, и это требует смены подходов к производству продукции. «Чем дальше мы развиваемся, тем более эксклюзивные заказы у нас появляются. Если еще пять лет назад клиентов интересовала просто печать, то сейчас нужна «изюминка», чтобы полиграфический продукт отличался и удивлял. Для этого нужно придумывать более изощренные способы облагораживания продукции. Мы часто экспериментируем с фольгой, тиснением, невероятной формой изделия и т. д. Клиентов интересуют интересные способы отделки, печать по требованию, короткие тиражи, фотокачество. Много вопросов сейчас решается на этапе дизайна продукции, поэтому мы вдвое увеличили штат дизайнеров. Все это заставляет задумываться о более современных технических решениях и регулярно модернизировать оборудование».

За последние два года в типографии полностью обновили парк листовой печати и установили две полноцветные машины Xerox — Versant 2100 Press и Versant 3100 Press. «Когда перед нами встала задача замены цифрового оборудования, мы стали искать поставщика, с которым смогли бы вырасти — в производительности и качестве, удовлетворяющем клиента. Мы рассматривали многих поставщиков, ездили по типографиям, смотрели работу оборудования в реальных производственных условиях. Эмпирическим путем мы пришли к решению о покупке машин именно Xerox. Мы делали отпечатки на разных цифровых устройствах и показывали их клиентам. Оказалось, что большинству заказчиков отпечатки с машин Xerox нравились больше», — поясняет Валентина. Дополнительным преимуществом для типографии стали условия покликового контракта, а также наличие в Ярославле сервисного инженера, который всегда готов оперативно приехать на производство.

Листовое подразделение цифровой печати компании «Два Слона»: две полноцветные машины Xerox Versant 2100 Press и Versant 3100 Press с системой управления Xerox Fairy

«Оборудование Xerox позволило нам забыть о таких, как мы называем «детских» проблемах, как несовмещение сторон, застревание бумаги, — говорит Валентина. — Возможности самого оборудования достаточно обширные. Поскольку мы работаем в рекламном сегменте, то для нас необходима универсальность печатного устройства, благодаря чему мы можем справляться с самыми разнообразными типами заданий — печатью на конвертах, на синтетических, фактурных и самоклеящихся материалах, плотных бумагах и «длинных» листах до 660 мм. Безусловно, высокая автоматизация является сегодня одним из стандартов цифровой печати. И в этом плане в машинах Xerox Versant реализованы решения по автоматической приводке лица и оборота, калибровке цвета и других параметров печати. Вместе с нашими тремя печатниками я также прошла обучение в московском офисе компании Xerox. И это дало еще более глубокое понимание о возможностях оборудования. Благодаря тому, что мы беспро-

Типичные для цифровой типографии заказы — приглашения, открытки, рекламные флажки (зачастую требуют использования белил, лакирования, фактурных бумаг, тиснения фольгой и т. д.)



Многополосные каталоги, рекламные брошюры, папки. Универсальность оборудования Xerox позволяет справляться с любыми задачами

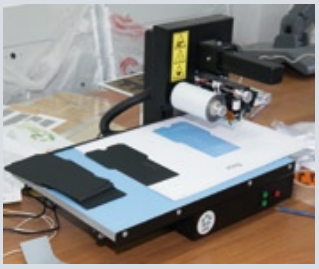
блемно печатаем на наших машинах, у нас растут объемы производства и мы можем думать о развитии цифрового бизнеса».

Новые ниши

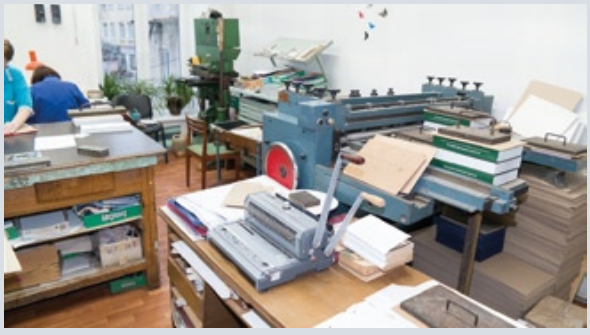
В компании уже определили для себя дальнейшие направления роста и планы по освоению производства новых печатных продуктов. «В следующем году мы сделаем ставку на фотокниги, — говорит Валентина. — Сейчас активно прорабатываем данное направление, чтобы к новому сезону фотокниг (обычно начинается в апреле–мае) выйти на серьезные объемы печати. Для этого в том числе было закуплено оборудование Xerox, которое хорошо справляется с качественной фотопечатью и выигрывает в этом вопросе по сравнению с другими производителями. Плюс у нас сильный переплетный отдел. Наши специалисты выполняют много заказов по сшиванию различных документов или восстановлению книжных переплетов. Поэтому технически мы уже готовы запустить новое направление».

По словам Валентины, в компании также активно интересуются цифровым производством упаковки: « Мы мониторим статистику и понимаем, что рынок упаковки растет. У нас в городе очень много местных производителей, которым нужны малые партии коробочек. Одним нужна упаковка для тортов, другим — для ювелирных украшений или сувениров ручной работы. Поэтому после освоения производства фотокниг, следующим направлением нашего развития будет упаковка. Оборудование Xerox как раз полностью закроет потребность в печати по плотным материалам. Нам останется только усились послепечатные процессы».

Надо сказать, в компании целенаправленно формируют задачи и качественно прорабатывают каждое направление, чтобы сразу предложить клиентам продукцию необходимого качества и в нужные сроки. Здесь очень вдумчиво относятся к процессам производства и с любопытством подходят к освоению новых задач. Некоторые из них уже взяли на заметку, чтобы освоить в перспективе.



В типографии имеется комплекс послепечатного оборудования, специально предназначенный для обработки цифровых отпечатков



Классический переплетный цех и профессиональный комплекс резального оборудования позволяют выпускать качественные издания как рекламную полиграфию, так и многополосные каталоги, книги и брошюры

Как сделать ваш бизнес больше?

Цифровые печатные машины Xerox.®
Делайте больше с гибкими технологиями, помогающими росту бизнеса.

www.xerox.ru

xerox™
made to think.

© Xerox, 2019 г. Все права защищены. Xerox® и "Made to Think" являются товарными знаками Xerox в США и/или других странах.

Инвестиционный проект, или Чем привлекателен печатный бизнес

Ильдус Ахмадышин,
учредитель,
«Печатный Дом Пенза»

Наталья Ахмадышина,
учредитель,
«Печатный Дом Пенза»

Татьяна Софронова,
директор,
«Печатный Дом Пенза»

Является ли полиграфия инвестиционно привлекательным бизнесом? Для предпринимателей Натальи и Ильдуса Ахмадышиных ответ на этот вопрос — однозначно является. Иначе как тогда объяснить появление современного полиграфического комплекса «Печатный Дом Пенза», который буквально за год был создан с нуля под производство упаковки и этикетки? Сегодня предприятие предлагает услуги офсетной и флексографской печати и является центром притяжения заказов на упаковочную продукцию от клиентов, находящихся далеко за пределами родного города.

Выгодное капиталовложение

ООО «Печатный Дом Пенза» — серьезное, мощное производство, хотя и появилось всего чуть больше года назад. Инвестор проекта — Ильдус Ахмадышин — владеет несколькими видами бизнеса, и свое решение инвестировать в полиграфию прокомментировал так: «Я в бизнесе давно. Одним из основных видов моей предпринимательской активности был строительный, в частности я занимался возведением зданий для хорошо известной сети гипермаркетов. Постепенно я стал задумываться о новых проектах. У меня есть знакомые, работающие в полиграфии, и я решил повнимательнее присмотреться к этому бизнесу. Попросил руководителя одной из типографий познакомить меня с финансовой стороной работы полиграфического предприятия и понял, что даже сейчас прибыльность полиграфического бизнеса существенно лучше, чем в ряде других отраслей, с которыми я хорошо знаком. И меня этот бизнес заинтересовал».

Ускоренный план

Для реализации проекта семья Ахмадышиных привлекла единомышленников, имеющих богатый опыт работы в полиграфии. На плечи команды легла вся работа по созданию полиграфического предприятия с нуля.

«Я многие годы работаю в полиграфии в разных должностях и понимаю перспективы развития упаковочной полиграфии, — поясняет технический директор Евгений Ванясов. — Поэтому когда перед нами была поставлена задача сформировать успешную полиграфическую компанию, мы стали строить предприятие по производству упаковки. Был разработан бизнес-план развития типографии до 2023 г. Инвестор согласовал стратегию развития производства, но сократил сроки выполнения с пяти лет до одного года».

В результате были приобретены заброшенные здания лесопилки в живописном месте Пензы, за короткий срок полностью отремонтированы и адаптированы для размещения полиграфических производственных помещений и офисной части новой типографии, после чего за год было создано с нуля новое производственное предприятие «Печатный Дом Пенза».

Специализация

Что интересно, сразу была выбрана специализация на весьма конкурентном, но перспективном бизнесе — производстве фармацевтической упаковки. «По предыдущему опыту работы мне приходилось сталкиваться с фармацевтическими задачами, в частности по печати инструкций для лекарственных препаратов, — рассказывает Евгений. — Данный вид продукции имеет ряд особен-

Здание новой типографии «Печатный Дом Пенза». Предприятие ориентировано на производство картонной и гибкой упаковки и этикетки

Для изготовления картонной упаковки была приобретена пятикрасочная печатная машина Speedmaster формата B2

ностей – печатается в одну краску на очень тонкой бумаге и фальцуется во множество сгибов, чтобы можно было уместить в малоформатную коробку с лекарствами. Не так много типографий, которые умеют это делать качественно и недорого – фармацевты не готовы за это платить большие суммы. Нужно было создавать, по сути, специализированное производство, ориентированное на печать инструкций».

Именно с этого и начался бизнес «Печатного Дома Пенза». В типографии появилось несколько печатных машин ведущих мировых производителей в конфигурации 2+0, 1+1 с переворотом листа. «Это довольно экзотическая конфигурация, и нам пришлось изрядно потрудиться, чтобы найти в Европе машины производства мировых лидеров полиграфического оборудования – Heidelberg, Komori. Все получилось, и в итоге три подобные машины заработали», – рассказывает Татьяна Софронова, директор «Печатного Дома Пенза». На такое предложение со стороны типографии сразу нашлось много желающих, и на предприятии начали производить инструкции в приличных объемах.

Тем не менее нужно было двигаться дальше. Имея хороший контакт с фармацевтическими компаниями, в типографии стали развивать производство складных коробок и самоклеящихся этикеток. Для реализации этого шага было закуплено необходимое оборудование: офсетная пятикрасочная машина с секцией лакирования, пресс для вырубки, фальцевально-склеивающая линия, а также сформирован отдельный цех флексографской печати для изготовления самоклеящихся этикеток. «Мы хотели сделать так, чтобы фармацевтам было удобно получать все из одних рук, – поясняет Татьяна. – Рынок на такую возможность очень тепло откликнулся. К нам стали приезжать аудиторы от разных фармацевтических компаний, изучать производственный процесс. Поскольку мы с самого начала организовали производство по мировым стандартам, то нам было несложно эти аудиты пройти, и заказчики стали всерьез воспринимать нас как надежного долговременного партнера».

В типографии начинали с печати инструкций для лекарственных препаратов, для чего закупили несколько двухкрасочных печатных машин с переворотом листа

Предприятие имеет собственный участок вывода печатных форм на базе CtP-устройства Screen

В «Печатном Доме Пенза» организован цех флексографской печати для производства самоклеящейся этикетки

Справедливости ради, стоит сказать, что типографий, специализирующихся на фармупаковке, в нашей стране не так много в силу специфики организации такого производства и сложностей с аудитом от ведущих производителей лекарственных препаратов. Появление на рынке нового игрока не осталось незамеченным. Производство располагается в помещениях, отвечающих современным требованиям для организации здорового рабочего про-

Комплекс оборудования для производства упаковки, поставленный компанией «Терра Системы»: фальцевально-склеивающая машина Apollo 65 FC, вырубной пресс Nikko JY-76, устройство для удаления облоя и разделения заготовок Yoco SM-1080, флаторезальное оборудование для нарезки рулонного материала на листы Maxcut 1400

цесса. Это подкупает. Также имеются площади под новое оборудование, приобретение которого только в проекте.

Топовые поставщики

«При выборе полиграфического оборудования особое внимание уделяем подбору послепечатной техники. Именно послепечатка обеспечивает результат, который во многом оценивают заказчики. В фармацевтической упаковке, как правило, нет сложных графических сюжетов, а вот качество вырубки и склейки играет большую роль. Коробки должны иметь идеальную форму, чтобы беспроблемно проходить через автоматические фасовочные машины. В этой связи комплекс послепечатного оборудования выбирали из китайских поставщиков, входящих в число топовых производителей. Помимо этого, мы хотим, чтобы наше оборудование поддерживал сервисный центр, расположенный на территории РФ, поэтому реализацию проекта поставки оборудования выполнила компания «Терра Системы»», — поясняет Евгений.

В состав комплекса вошел вырубной пресс, фальцевально-склеивающая линия, оборудование для автоматического удаления облоя и разделения заготовок и флаторезальное оборудование для нарезки рулонного материала на листы. Последнее крайне важно для изготовления инструкций: «Даже несколько миллиметров лишней площади листа снижают в итоге эффективность производства и влияют на себестоимость продукции. Поэтому на нашей флаторезальной машине мы успешно распускаем тончайшую бумагу (37, 40, 45 г/м^2) на строго заданный размер так, что ее без дополнительной подрезки можно загружать в печатную машину. Что касается вырубного пресса и фальцевально-склеивающей линии, то эти виды оборудования полностью удовлетворяют нашим задачам», — отмечает Татьяна. В типографии специально приобрели автомат для разделения вырубленных заготовок, сочтя нецелесообразным выполнять данную операцию вручную, как это зачастую делается на других предприятиях. Ручной процесс трудоемок, создает повышенное количество брака и не соответствует понятию «современное социально ответственное предприятие».

Линия Cartes GT360 Custom для послепечатной отделки этикетки, выполняющая горячее тиснение, конгрев и трафаретную печать

Следует также отметить, что в типографии вводится в эксплуатацию цех флексографской этикеточной печати, оснащенный широким парком машин. Мощности этого подразделения заметно выше, чем требуется фармацевтике, поэтому цех рассчитан на производство продукции различного направления. «Мы ориентируемся на сложную этикетку для алкоголя, благо подобных предприятий в городе и окрестностях немало. Когда мы прорабатывали конфигурацию наших печатных машин, потребности у производителей алкогольной продукции были относительно скромные (этикетка в несколько красок и небольшой объем этикеток с использованием трафаретной печати и тиснения фольгой). Но буквально за год–полтора предпочтения изменились, и теперь почти все этикетки для алкоголя требуют серьезного

Картонная упаковка для пищевой продукции

декорирования. Наши машины не имеют секций постпечатной отделки, поэтому мы приобрели отдельную линию Cartes, позволяющую выполнять горячее тиснение, конгрев и трафарет», — рассказывает Татьяна.

Подарочная упаковка сложной конструкции с декоративной отделкой

Часть бизнеса типографии — производство самоклеящихся этикеток, в том числе с отделкой (тиснение, конгрев и т. д.)

Сочетание профессионализма персонала и продуманных инвестиций позволило создать нового конкурентного игрока на рынке, и останавливаться здесь не собираются. Партнерством с компанией «Терра Системы» в типографии довольны и отмечают, что сейчас «период набора загрузки», однако в ближайшей перспективе запланировано расширение производства с использованием нового оборудования. Приглашали приехать через год...

«Печатный Дом Пенза» плотно сотрудничает с фармацевтическими компаниями

TERRA SYSTEMS
БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОЛИГРАФИЯ
+7 (495) 120-27-82 www.terrasystems.ru
ТЕРРА СИСТЕМЫ – официальный поставщик RYOBI MHI Graphic Technology в России, Украине, Беларуси и странах Балтии

На пути к автоматизации, или Техника, которая делает все сама

Игорь Золотов,
управляющий,
компания «ШАР»
[Тула]

Антон Золотов,
исполнительный директор,
компания «ШАР»
[Тула]

Компания «ШАР» — один из примеров успешной трансформации некогда коммерческой типографии, начавшей свою деятельность в далеком 1991 г. с изготовления книжно-журнальной продукции, в серьезное упаковочное производство. Вот уже два десятилетия типография занимается изготовлением упаковки из картона и микрогофрокартона. В этом году предприятию удалось полностью перейти в первый формат, установив в дополнение к существующим печатным мощностям новую машину Speedmaster CX 102-5+L.

Консервативный подход

При входе в новый офис компании «ШАР», который теперь располагается в непосредственной близости от производства в Щекинском районе Тульской области, гостеприимно встречает накрытый стол с самоваром и чайным сервизом. Правда, это всего лишь арт-объект. Однако ощущение, что гостям здесь рады, оправдывается в полной мере. Вдоль противоположной стены — часть истории компании: восстановленный тигельный пресс, на котором в «ШАРе» вырубили свою первую коробку в 1997 г. Сегодня производство упаковки — основной бизнес семейной компании Золотовых: основателя «ШАРа» Игоря Алексеевича и его сына Антона, в чьих руках сосредоточено в настоящее время решение основных управленческих и производственных задач предприятия.

Стабильность работы, выверенность используемых технологий, прозрачность и честность во взаимоотношениях с клиентами, поставщиками и партнерами по бизнесу — вот главные принципы, которым следуют в компании «ШАР». «Мы придерживаемся планомерного, эволюционного развития компании, основанного на традиционных, хорошо зарекомендовавших себя технологиях полиграфического производства, — отмечает Игорь Алексеевич Золотов. — Материал, с которым мы работаем, — картон и бумага — тоже универсальный, проверенный временем. Мы научились делать из него качественную упаковку, а также перерабатывать, превращая вторсырье в новые формованные изделия. Поэтому мы, возможно, несколько консервативны, но именно это помогает нам делать правильные шаги для дальнейшего роста компании».

Привычка к лучшему

Одним из таких шагов стала инсталляция осенью этого года новой пятикрасочной офсетной машины Speedmaster CX 102 с секцией лакирования. За 28 лет работы компании «ШАР» на рынке это уже восьмая печат-

Осенью этого года на производственной площадке компании «ШАР» была установлена новая пятикрасочная машина Speedmaster CX 102 с секцией лакирования. Приобретение этого оборудования позволило типографии полностью перейти в первый формат и сделать большой шаг на пути к автоматизации производства

ная машина Heidelberg, установленная в типографии. До недавнего времени печатный парк был представлен шестикрасочной Speedmaster CD 102+L и машиной второго формата Speedmaster CD 74-5+L с устройством переворота листа после второй печатной секции. Необходимость в приобретении еще одной машины в компании объяснили нехваткой печатных мощностей и необходимостью выйти на новый уровень автоматизации производства.

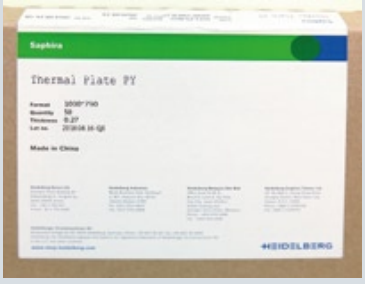
«Наш выбор в пользу именно Heidelberg обусловлен, с одной стороны, силой привычки — привычки к высокому качеству, надежности техники, — поясняет Антон Золотов, исполнительный директор компании «ШАР». — Мы прекрасно знаем эти машины с технической точки зрения, и в плане диагностики и ремонта оборудование Heidelberg нам понятнее. С другой стороны, нужно учитывать, что выбор машины иного производителя требует нового обучения печатников и технологов. Разношерстный парк оборудования все же добавляет сложности в производственный процесс. А мы придерживаемся мнения, что машины должны быть одного бренда, одного формата, чтобы обеспечить их взаимозаменяемость. К тому же с поставщиком печатного оборудования у нас сложились хорошие взаимоотношения, мы довольны сотрудничеством и считаем, что решения Heidelberg позволят нам реализовать наше стремление к максимальной автоматизации не только печатного участка, но и всего производства в целом».

До недавнего времени основу печатного парка типографии составляли шестикрасочная Speedmaster CD 102+L и машина второго формата Speedmaster CD 74-5+L с устройством переворота листа

Уровень автоматизации

В области автоматизации Speedmaster CX 102-5+L предоставляет типографии огромные возможности. Это достигается за счет комплектации машины современными автоматическими системами контроля, позволяющими превратить печатное оборудование в интеллектуальный инструмент. Речь идет, в частности, о встроенной системе Prinect Inpress Control, выполняющей спектрофотометрический контроль цвета по шкале и приводку в линию. Полностью автоматическая смена форм осуществляется благодаря системе AutoPlate Pro. А система InkStar отслеживает автоматическое заполнение красочного ящика. Это позволяет добиваться стабильной плотности краски на оттисках, равномерного заполнения красочных ящиков, что сокращает время переналадки и дает другие дополнительные преимущества.

«Нам весьма импонирует подход компании Heidelberg и их философия Push to Stop, что дословно означает «Остается лишь нажать «Стоп», — рассказывает Антон. — Смысл этой концепции сводится к тому, что оборудование стабильно работает в автоматическом режиме, а оператор, в случае необходимости, может вмешаться в процесс и остановить его нажатием кнопки «Стоп». К примеру, когда заканчивается выполнение одного заказа, оборудование автоматически перенастраивается на следующий, интеллектуально понимая и учитывая характеристики заказа. Печатник лишь должен успевать снабжать машину бумагой и печатными формами. По сути, он становится оператором. Такие примеры функционирования типографий мы наблюдали в Европе. Нам, безусловно, нужно пройти еще долгий путь, чтобы добиться автоматизации такого высокого уровня. Но шаг в этом направлении нами уже сделан. Признаюсь, мы не в полной мере еще ощутили преимущества нового печатного оборудования. Для этого мы наметили в следующем году выполнить профилирование наших печатных машин с помощью специалистов компании «Гейдельберг-СНГ» и внедрить систему Prinect Production Manager, которая позволит обеспечить контроль и управление всеми производственными операциями. Мы нацелены максимально использовать мощности оборудования и повышать общую производительность предприятия».



Для вывода печатных форм используется CtP-устройство Kodak Trendsetter 800 и пластины европейских производителей

Помощь в освоении новой печатной машины типографии оказывали инструкторы европейского и российского офисов Heidelberg. Антон отметил, что поддержка со стороны поставщика оборудования была весьма полезной, хотя бы по той причине, что операторы типографии получили инструктаж в ключе именно той культуры произ-

Фальцевально-склеивающая линия Diana Smart от компании Heidelberg была установлена в прошлом году

В связи с возросшими печатными возможностями в типографии усилили участок вырубки картонных заготовок. Здесь работают уже три тигельных пресса Sanwa 1060

Для усиления участка фальцовки и склейки коробок на предприятии установили в этому году фальцевально-склеивающую линию Omega 90. Дублирование оборудования — один из принципов компании «ШАР», позволяющий обеспечивать стабильность и надежность производства на всех этапах

Типография «ШАР» представляет собой производство полного цикла, оснащенное всем необходимым комплексом оборудования для изготовления картонной упаковки. На фото: линия для УФ-лакирования (сверху) и комплекс резального оборудования

водства, которой придерживаются высокоавтоматизированные европейские полиграфические компании.

Первый формат

Машина Speedmaster CX 102-5+L позволила типографии «ШАР» завершить процесс перехода в первый формат. Почти все послепечатное оборудование в типографии также первого формата. Осталось только заменить пресс для тиснения, что здесь собираются сделать в ближайшее время.

С покупкой новой печатной машины встал также вопрос об укреплении участков вырубки и склейки заготовок. Решением задачи стала покупка уже третьего вырубного пресса Sanwa 1060, а также фальцевально-склеивающей линии Omega 90 (оснащена модулем нанесения шрифта Брайля), которая пополнила две имеющиеся линии — Jagenberg Diana и Diana Smart .

«Сегодня на нашем предприятии задублированы все этапы производственного процесса упаковки, — отмечает Антон. — Это обеспечивает нам как раз ту стабильность, которая ценится нашими заказчиками. Многие клиенты, приезжая с аудитом к нам на производство, обращают внимание на то, что у нас предусмотрено несколько единиц оборудования для выполнения каждой производственной операции, а значит, минимизированы риски — и это является важным фактором наряду с качеством самой продукции. Под качеством мы понимаем не только уровень полиграфического результата, но и образцовое исполнение любого внутреннего процесса в компании. К слову, наша система менеджмента качества соответствует требованиям международного стандарта ISO 9001:2015».

#SmartPrintShop*

Реклама

ZERO DEFECT PACKAGING **

От макета до готовой картонной коробки – всегда высочайшая эффективность и полное соответствие стандарту. Интеллектуальная производственная среда и автоматический контроль качества. Производство упаковки без дефектов – наш ответ на увеличение сложности в промышленной упаковочной печати. Simply Smart***.

* "Умная типография"
** Производство упаковки без дефектов
*** Просто. Умно

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 **www.heidelberg.ru**

Упаковка для кондитерской продукции зачастую требует вклейки окошек и отделки металлизированной фольгой

Типография «ШАР» давно сотрудничает с фармацевтическими компаниями и производит упаковку для лекарственных препаратов и лечебно-профилактических средств. Как правило, сама коробка простая, со склейкой до 3-х точек, однако требования к чистоте производства со стороны клиентов весьма высокие

В рамках компании «ШАР» основан бренд «Шар-папье», под которым выпускаются наборы для детского творчества. На фото новый продукт — в комплекте книжка, игрушки для сборки и раскрашивания и декорация для домашнего театра

Дальнейшие цели

Первоочередная задача типографии, как сказал Антон, состоит в повышении эффективности и культуры производства. Это касается и организации рабочих мест, и корректной расстановки полуфабрикатов, и планирования логистических потоков и многого другого. С появлением дополнительной производственной техники в типографии запустили новую систему обеспечения климат-контроля. А в свете дальнейших планов приобретения оборудования задумались об увеличении производственных площадей.

«Рынок упаковочной продукции не так прост, как может показаться со стороны, хотя он, очевидно, более устойчив по сравнению с другими сегментами полиграфического бизнеса, — отмечает Антон. — Здесь есть свои нюансы. Недаром у нас организовано собственное конструкторское бюро, благодаря которому мы можем разрабатывать конструкции упаковок для клиентов. Имеется оборудование для изготовления единичных макетов коробок. Создано производство полного цикла, процессы которого кропотливо отлаживались многие годы и продолжают шлифоваться сегодня. Чтобы уверенно работать в этом сегменте, нужен опыт. А он приходит в результате накопления знаний, и нередко путем собственных ошибок, которые нужно непременно прорабатывать, чтобы не повторять их в будущем. У упаковки длинный производственный путь, и на этом пути могут возникать технические или технологические неточности. Мы стараемся всегда анализировать ситуацию, докапываться до первопричины и устранять недочеты, делая наше производство слаженным. Наши клиенты считают нас надежным поставщиком, с которым им комфортно работать. И мы стараемся этому мнению соответствовать. Поэтому любим аудиты со стороны заказчиков, так как они позволяют нам становиться лучше».

Упаковка для продуктов питания отличается сложной формой и количеством отделки