

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

7-8

7-8 [119] июль-август 2009

Внимание –
конкурс!
См. стр. 19

Приборная панель для типографии > 17

Как IPA сравнивала цветные ЦПМ > 20

Чудеса автоматизации формных процессов > 25

Лакирование для цифровой печати > 28

Ключ к качественной офсетной печати > 31

«Зигверк» укрепляется > 32

С колокольни «Терема» > 34

Типография без узких мест > 36

Выбираем цветной лазерный
принтер формата А3 > 38

Обзоры > 14

Konica Minolta bizhub PRO 65hc

WD MyBook World Edition

Тема номера:

Цифровая печать





ПОЛИГРАФИНТЕР

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО
ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИЙ,
МАТЕРИАЛОВ И УСЛУГ

22



*Главная полиграфическая
выставка России!*

Организаторы: ЗАО «МВК»  МВК, МАП  МТП 

28 октября – 3 ноября
2009

Выставка проходит под патронажем:



Правительства Москвы,
Торгово-Промышленной палаты.

При поддержке:
Московской торгово-промышленной палаты.

www.polygraphinter.ru

www.mvk.ru

Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

Дирекция выставки: Тел./факс: (495) 925-34-81, e-mail: knv@mvk.ru

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ЗАО «МВК»:

МВК СЕВЕРО-ЗАПАД: +7 (812) 319-36-83, МВК УРАЛ: +7 (343) 371-24-76, МВК ВОЛГА: +7 (843) 291-75-89, МВК СИБИРЬ: +7 (383) 201-13-68, МВК ЮГ: +7 (863) 203-72-78

ИНДЕКС РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Бергер	Вклейка 32/33
Consistent Software	21
Heidelberg	13
Lomond	19
Nissa Centre	7
OKI Printing Solutions	3 обл.
Ассоциация EDP	4 обл.
Бернулли	47
Вип-Системы	23
Полиграфинтер	2 обл.
Полиграфист	24
Типография Парадиз	47
Фотобанк Лори	47

НАШ ОПРОС

Какое из качеств устройства для цифровой печати оказалось для вас наиболее полезным?

Всего ответов: 38

Оперативность	/ 12 (27.3%)
Возможность персонализации	/ 3 (6.8%)
Доступная цена единичных оттисков	/ 6 (13.6%)
Простота в обслуживании	/ 3 (6.8%)
Компактность	/ 2 (4.5%)
Все перечисленное в равной степени	/ 12 (27.3%)

www.publish.ru

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

7-8 [119] июль-август 2009

Выходит ежемесячно

Руководитель проекта Денис Самсонов denis@publish.ru
Главный редактор Игорь Терентьев tim@publish.ru
Заместитель главного редактора Дмитрий Старцев sdn@publish.ru
Редактор новостей Олеся Зайцева pnews@publish.ru
Корреспондент Ольга Науменко
Редактор раздела «Типографика» Владимир Ефимов
Куратор рубрики «Портфолио» Валерий Голыженков
Дизайн и верстка Дмитрий Войтов
Литературный редактор Сергей Чертков
Корректор Наталья Данилова
Реклама ООО «Рекламное агентство «Чемпионс»
 Наталья Балова — директор balova@osp.ru
 Екатерина Милешина milesheina@osp.ru
 Лия Скворцова lika@osp.ru
 ООО «ОСП-Курьер» (495) 725-47-85

Распространение

Адрес редакции

Россия, 127254, Москва, ул. Руставели, д. 12а, стр. 2, Publish

Телефоны

редакции: (495) 725-4780

рекламы: (495) 253-9228, 725-4780

отдела распространения: (495) 725-4785

Факс (495) 725-4783

© ЗАО «Издательство «Открытые системы»», 2009.

Все права защищены.

Учредитель и Издатель

ЗАО «Издательство «Открытые системы»».

Адрес: 109072, Москва, ул. Серафимовича, д. 2, к. 3.

Издание зарегистрировано в Государственном комитете РФ по печати.

Дата регистрации 25.06.1998. Рег. № 015103.

Подписные индексы по каталогам:

— 64117 (дополнение к каталогу «Пресса России», с. 23)

— 40915 (каталог Агентства «Роспечать»)

— 99487 (каталог «Почта России»)

Цена свободная.

Отпечатано в ООО «Богородский полиграфический комбинат»

142400, Московская обл., г. Ногинск,

ул. Индустриальная, д. 406

Тираж 10 000 экземпляров.



ОТКРЫТЫЕ СИСТЕМЫ
Open Systems Publications

ЛЕГАЛЬНЫЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ
Para(-)Type
IN LEGAL USE



Президент
Генеральный директор
Коммерческий директор
Директор по маркетингу

Михаил Борисов
Галина Герасина
Татьяна Филина
Елена Сыбачина

Редакция прилагает все возможные усилия к тому, чтобы публикуемая информация была точной. Если вы заметите ошибки, пишите по адресу publish@publish.ru или звоните (495) 725-47-80. Мнения авторов именных колонок, а также статей в рубрике «Форум» не всегда совпадают с мнением редакции. Полное или частичное воспроизведение или размножение каким бы то ни было способом материалов, опубликованных в настоящем издании, допускается только с письменного разрешения издательства «Открытые Системы»

Адрес в WWW <http://www.publish.ru> Узел обновляется ежедневно

publish
№9

ТЕМА НОМЕРА: VALUE

ADDED ПО-РУССКИ

ИГОРЬ ТЕРЕНТЬЕВ

ИСТОЧНИКИ ДОПОЛНИ-

ТЕЛЬНОЙ ПРИБЫЛИ

ДЖОАНН ВИТЧЕР

УФ-ОТВЕРЖДЕНИЕ ДЛЯ

РУЛОННОГО ОФСЕТА

ДМИТРИЙ СТАРЦЕВ

СТР ДЛЯ КОММЕРЧЕСКОЙ

ПЕЧАТИ (СПРАВОЧНИК

ПОКУПАТЕЛЯ)

ТРИШ ВИТКОВСКИ

СОВЕТЫ ПО ФАЛЬЦОВКЕ

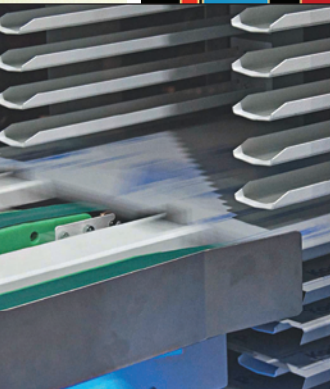
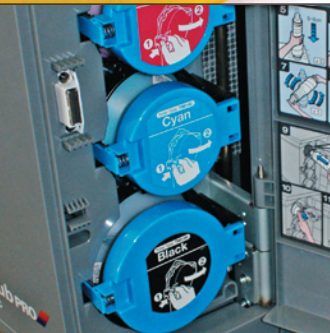
ADOBE MAGAZINE № 3

А ТАКЖЕ НОВОСТИ, ОБЗОРЫ,

ВАШИ ЛЮБИМЫЕ КОЛОНКИ

И МНОГОЕ ДРУГОЕ

НОМЕР ВЫЙДЕТ В СЕНТЯБРЕ 2009 Г.



Publish № 7-8, 2009



- 20 **ТЕМА НОМЕРА**
ЯРКИЙ ЦВЕТ
В ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ *
Как показало тестирование IPA десяти ЦПМ, вопрос о приемлемости качества цифровой печати более не актуален.
абей шарма

- 25 **ДОПЕЧАТНЫЕ ПРОЦЕССЫ**
ВЫВОД ФОРМ ТОЧНО В СРОК *
хэл хиндерлитер



- 28 **ПОСЛЕПЕЧАТЬ**
НОВЫЕ ПРОДУКТЫ *
билл эслер



- 38 **СПРАВОЧНИК ПОКУПАТЕЛЯ**
КРАТЧАЙШИЙ ПУТЬ
К ЦВЕТНОМУ ОТТИСКУ
Выбираем цветной лазерный (светодиодный) принтер формата А3.
игорь терентьев

Дизайн обложки: Дарья Елизарова

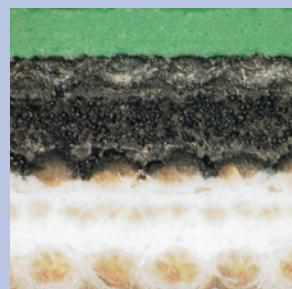
Помеченные * статьи публикуются с разрешения Graphic Arts Monthly, Copyright © 2006-2009. Reed Business Information, отделения of Reed Elsevier Inc. Все права защищены. Воспроизведение или распространение этого материала любым способом, на любом языке, полностью или частично без предварительного письменного согласия Reed Business Information запрещено. Graphic Arts Monthly – зарегистрированная торговая марка Reed Elsevier Inc.



- 36 **НАПРИМЕР**
ЗАСПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ
НА СКРЕПКЕ
дмитрий старцев

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (приложение)

30 НОВОСТИ



- 31 **ОФСЕТНЫЕ ПОЛОТНА**
ОФСЕТНОЕ ПОЛОТНО:
КЛЮЧ К КАЧЕСТВЕННОЙ
ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ



- 32 **КРАСКИ**
«ШЕРРИЗОН», ПЛОЩАДКА 3:
ПЕЧАТНЫЕ КРАСКИ
игорь терентьев

- 34 **ФОРУМ**
С КОЛОКОЛЬНИ «ТЕРЕМА»
Интервью с руководителями холдинга «Терем» Михаилом Родиным, Вадимом Дудой и Михаилом Шпилькиным

- 35 **БУМАЖНЫЕ НОВОСТИ**

обзоры



- 14 **KONICA MINOLTA**
BIZHUB PRO 65NC
андрей лыгун



- 18 **WESTERN DIGITAL**
MY BOOK 1 TB
кирилл прохочкин

НОВОСТИ



- 5 **БОЛЬШАЯ ГАЗЕТНАЯ**
ЭКСПЕДИЦИЯ

- 6 **ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТЬ**
ЛЮБОЙ КРАСКОЙ

- 10 **УПРАЖНЕНИЯ НА СКОРОСТЬ**

КОЛОНКИ

- 3 **ОТ РЕДАКТОРА**

- 17 **К БЕРЕЖЛИВОМУ**
ПРОИЗВОДСТВУ
С ОЛЕГОМ ДАВИДОВИЧЕМ

- 44 **ПОРТФОЛИО**

- 46 **КНИГИ**

- 48 **ПОСЛЕДНЯЯ СТРАНИЦА**

содержание «жёлтых страниц»

типографии, репроцентры	47
расходные материалы	47
полиграфическое оборудование	47
фотобанки	47



Игорь Терентьев

Это как посчитать...

Любимое поле для схватки между продавцами офсетной и цифровой печатной техники — себестоимость печати. Офсетчики за долгие десятилетия развития технологии и роста объёма выпуска расходных материалов уже захватили львиную долю рынка, но при этом выбрали наиболее значительные «люфты» (резервы снижения себестоимости), — поэтому нападающей стороной обычно выступают цифровики. С каким наслаждением и мастерством опытные маркетологи играют числами — Коперфильд нервно курит в коридоре!

Впрочем, всё это не более чем теория. Ответ на извечный вопрос «Где находится точка пересечения себестоимостей, на каком тираже?» на практике имеет почти столько же смысла, как и средняя температура по больнице. Там, как известно, всегда 36 и 6. Только нужно не забыть тщательно промерить у всех — от горячечных в инфекционном до пребывающих в морге.

Свежий пример. Консультировал знакомую, ни разу не имевшую дело с типографией. Заказ простейший: брошюра А4, 44 полосы, текст 1+1, обложка 1+0, скрепка. Сюжеты элементарные — тексты и штриховая графика. Макет, как водится, в Word, дорабатывать не нужно (я посоветовал перед сдачей тиража перевести в PDF, иначе переверстается и странички поплывут, как пить дать). О тираже было сказано примерно так: «Ну, будет зависеть от цены. Посчитайте, пожалуйста, одну штуку. Ну, ещё десять и пятьдесят. И сто пятьдесят — на всякий случай». Мои исходные соображения — заказ явно цифровой, хотя при тираже экземпляров с 200 офсетчики могут и победить. Запрашиваю в нескольких местах цену, а в известной сети салонов оперативной полиграфии считаю сам на онлайн-калькуляторе. Больше всего поразила найденная опытным путём (просто стало интересно) точка пересечения стоимостей заказа на «цифре» и офсетом — 2150 экземпляров!

На самом деле, пример ничего не говорит о разнице в себестоимости. Вполне возможно, что в этой компании считают полезным и правильным как можно больше заказов развернуть на цифровую печать. И дают стоп-цену на офсетные тиражи. Или принципиально не берут на офсет «чернуху», поскольку машина 4-кра-

сочная. Или так устроили техпроцесс, что изготовление форм обходится бесконечно дорого. Или ещё что-то. Это я к тому, что древо жизни пышно зеленеет — и цены, и себестоимости печати существенно зависят от конкретики. Все детали важны. Кстати, в вышеописанном примере победил ризограф — требования к качеству это позволили...

Но вернёмся к себестоимости. Продавцы цифровой техники — не дураки. Они ищут пути облегчить клиенту принятие решения, в том числе в лёгкости расчёта себестоимости и её сравнения с собственными цифрами типографии. Отсюда популярность клик-контрактов, когда из расчётов уходит такая весомая в цифровой печати переменная, как степень заполнения листа (в офсете по этому поводу никто особо не заморачивается, а если платить за тонер, разница оказывается более чем заметна).

Получается, чтобы оценить себестоимость, остаётся сложить цену за отпечаток по контракту, умноженную на тираж, цену материала и стоимость рабочего времени. Ну не совсем... Есть ещё такие вещи, как амортизация оборудования, аренда, налоги всякие и т. д. и т. п. А расчёт себестоимости в офсете — ещё сложнее. Многие ли типографии, положив руку на сердце, могут сказать, что имеют точное представление о себестоимости выпускаемой ими продукции? Ведь для этого требуется, например, чёткое понимание и соблюдение норм отходов на каждом технологическом этапе. Денежное выражение вклада каждого производственного участка в выполнение заказа. И многое другое.

Преимущество цифровой печати, помимо всем известных оперативности и доступной цены малых тиражей, ещё и в менее очевидных вещах, которые часто просто не учитывают. Например, в меньших затратах на персонал и аренду площадей. Кстати, коллеги из питерской APTrade, выбирая между направлениями развития (цифра или офсет), два последних соображения назвали решающими. А ведь стоимость их ЦПМ вполне сопоставима с ценой приличной полуформатной офсетной машины.

Конечно, считать все эти мелочи ужасно скучно. Да и некогда обычно. Вот только жизнь заставляет — не двойки ставит, а минусы в балансе... ■