

Международная выставка потребительской электроники
CONSUMER ELECTRONICS & PHOTO EXPO
12-15 апреля 2012 • Москва • Крокус Экспо

ФОТОФОРУМ

SHOW PRINT

NEW

АУДИОВИДЕО

MOBILE & DIGITAL

PREMIUM HI-FI

БЫТОВАЯ ТЕХНИКА

NEW



www.cer-expo.ru

Организатор:

MIDexpo
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И ЯРМАРКИ

Главный партнер:

РАТЭК

Генеральный
информационный партнер:

foto
video

Официальное мультимедийное
агентство:

РИА НОВОСТИ

РЕКЛАМА

publish
ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

11

11 [142] ноябрь 2011

ТЕМА НОМЕРА:
**БЕРЕЖЛИВОЕ
ПРОИЗВОДСТВО**

В номере: Куда утекают ваши деньги?

• Как экономим? • Дополнить сегодня и завтра • «ПолиграфИнтер-2011»: новинки и тенденции в традиционной печати • Оптимизм и лидерство Heidelberg



ДИЗАЙН И РЕКЛАМА

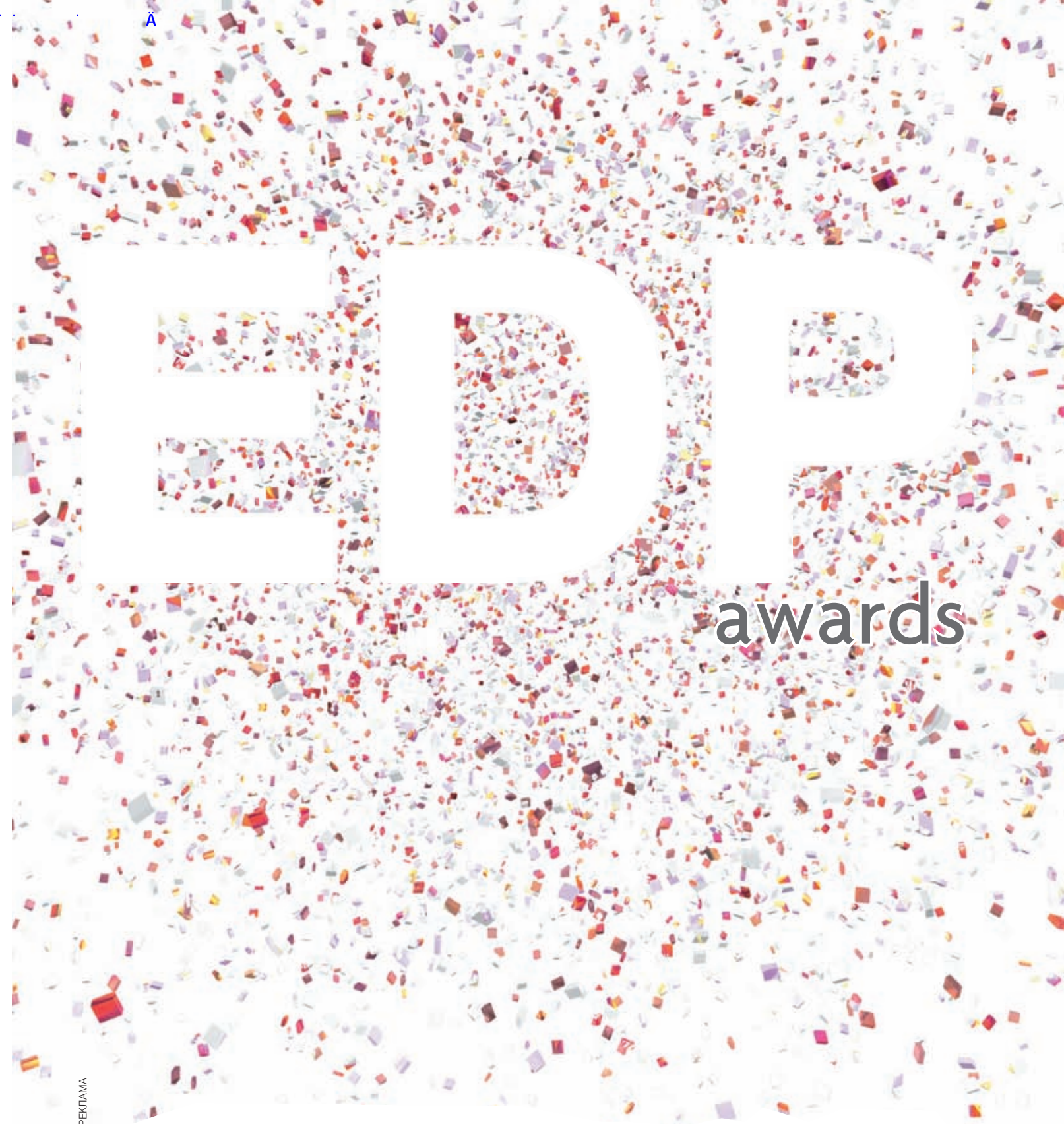
10–13 апреля
2012

18 выставка
рекламной индустрии

Москва, ЦДХ, Крымский вал, 10
www.design-reklama.ru

ВЫСТАВОЧНЫЕ ПРОЕКТЫ
EXPO-PARK

РЕКЛАМА



РЕКЛАМА

FESPA 2011
EDP awards partner



For more information
on the EDP awards go to
www.edpassociation.com



To register to attend
FESPA Digital 2011
please go to
www.fespadigital.com

Там, где рождаются инновации

Логотипом EDP Association Award отмечены лучшие и наиболее инновационные решения года из сферы полиграфии, отобранные независимой международной экспертной группой. Награда Европейской ассоциации изданий о цифровых технологиях в полиграфии означает, что решение стало лучшим в своей категории среди всех представленных в этом году разработок, а значит, принимать решение о покупке можно с уверенностью.

ИНДЕКС РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Canon	27
Drupa-2012	17
EDP	3 обл.
GMP Russcom	57
Grafitec	9
Heidelberg	47
HGS	23, 41
Konica Minolta	39
Riso	13
Апостроф	7
Дизайн и Реклама-2012	2 обл.
Дина Софт	11
Мак Центр	5
Паритет	31
Регент	вкладка
Типография Парадиз	86
Типография Силк Принт	86
Томатдизайн	87
Фотофорум-2012	4 обл.
Эксмо	67
ЯМ Интернешнл	15, 25

НАШ ОПРОС

Какая из мер экономии на производстве даёт наибольший эффект?

Всего ответов: 72

Применение более доступных расходных материалов	/ 9 (12.5%)
Получение скидок на уже поставляемые материалы	/ 4 (5.6%)
Внедрение принципиально новых материалов и оборудования	/ 21 (29.2%)
Отказ от невыгодных заказов	/ 18 (25.0%)
Изменение системы оплаты труда на производстве	/ 3 (4.2%)
Сокращение количества сотрудников	/ 3 (4.2%)
Другое	/ 2 (2.8%)
Никакая: сэкономишь в одном, проиграешь в другом	/ 12 (16.7%)

www.publish.ru

publish

ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

11 [142] ноябрь 2011

Выходит ежемесячно

Руководитель проекта	Денис Самсонов denis@publish.ru
Главный редактор	Игорь Терентьев tim@publish.ru
Зам. главного редактора	Юрий Захаржевский yz@publish.ru
Редактор новостей	Олеся Зайцева pnews@publish.ru
Корреспондент	Ольга Чурина
Редактор раздела «Типографика»	Владимир Ефимов
Дизайн и верстка	Дмитрий Войтов
Литературный редактор	Сергей Чертков
Корректор	Наталья Данилова
Производственный отдел	Галина Блохина, bgv@osp.ru
Реклама	ООО «Рекламное агентство "Чемпионс"» Александра Козлова — директор kozlova@osp.ru Екатерина Милешина mileschina@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», 2011.

Все права защищены.

Учредитель и Издатель

ЗАО «Издательство «Открытые системы».

Адрес: 123056 г. Москва, Электрический пер., д.8, стр.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
Ольга Аралова

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». Фотографии и изображения, источник которых не указан, созданы сотрудниками редакции Publish и опубликованы с разрешения авторов.

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

publish №12

ТЕМА НОМЕРА:
ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ
НИКОЛАС ХЕЛЬМУТ
ПЕРЕМЕНЫ В ШИРОКОМ
ФОРМАТЕ
ЮРИЙ ЗАХАРЖЕВСКИЙ
ТЕНДЕНЦИИ В ПОСЛЕПЕЧАТИ
ИГОРЬ ТЕРЕНТЬЕВ
ПРЕМЬЕРЫ KONICA MINOLTA
НА ПЕРСПЕКТИВУ

ЮРИЙ ЗАХАРЖЕВСКИЙ
ЭКОЛОГИЧНЫЕ УНИВЕРСАЛЫ
(СПРАВОЧНИК ПОКУПАТЕЛЯ)
ADOBE MAGAZINE № 4
СОЮЗ ADOBE И WOODWING:
ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

А ТАКЖЕ НОВОСТИ,
ВАШИ ЛЮБИМЫЕ КОЛОНКИ
И МНОГОЕ ДРУГОЕ

НОМЕР ВЫЙДЕТ В ДЕКАБРЕ 2011 Г.



20



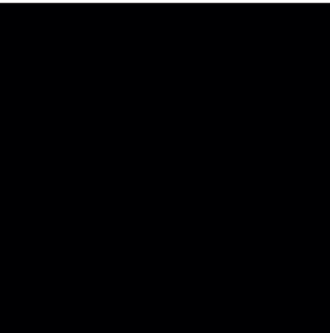
36



72



64



80

official
drupa media partner
2012

Publish № 11, 2011

**20 ТЕМА НОМЕРА
СКВОЗЬ ПАЛЬЦЫ ***

В компаниях с хорошим управлением места финансовых утечек определяют оперативно и пытаются устранить или, как минимум, сократить их влияние на прибыли.

джонни шелл**28 ОПРОС НОМЕРА
КАКАЯ ИЗ МЕР ЭКОНОМИИ
НА ПРОИЗВОДСТВЕ ДАЁТ
НАИБОЛЬШИЙ ЭФФЕКТ?****30 ДОПЕЧАТНЫЕ ПРОЦЕССЫ
ДОПЕЧАТЬ
НА «ПОЛИГРАФИНТЕР-2011»:
ПО СЕНЬКЕ И ШАПКА...**

Решения для допечатной подготовки и ПО для автоматизации становятся всё более разнообразными. А значит, и у типографий больше шансов найти «свои» решения.

игорь терентьев**34 ФОРУМ
ПРОЩАЙТЕ, «КОРОБОКИ»!**

Собрав на европейскую конференцию European Leadership Conference (ELC) более 1200 партнёров, Konica Minolta Business Solutions Europe провозгласила общую стратегическую задачу — переход от модели «передвижения коробок» к поставке сервисов.

игорь терентьев**36 ПЕЧАТЬ
ОФСЕТ: ТРАДИЦИОННЫЕ
НОВШЕСТВА**

Несмотря на предсказания о скором закате и пессимистические прогнозы, технологии офсетной печати продолжают развиваться. Выставка доказала, что офсет по-прежнему востребован, но в тех форматах и конфигурациях, которые дают типографиям возможности, недоступные владельцам «цифровой» техники.

юрий захаржевский

Дизайн обложки: Мария Гусева

**44 ФОРУМ
БУДУЩЕЕ ПЕЧАТИ –
ЗА КОМБИНАЦИЕЙ
ОФСЕТА И «ЦИФРЫ»**

Председатель правления Heidelberger Druckmaschinen AG **Бернхард Шрайер** и генеральный директор «Гейдельберг-СНГ» **Кати Рокариес** встретились со мной после окончания пресс-конференции, посвящённой объявлению о сотрудничестве с Ricoh в России и СНГ.

**48 ПЕЧАТЬ
ЦИФРОВЫЕ ЗВЁЗДЫ ВЫСТАВКИ**

«Полиграфинтер-2011» не разочаровал новинками в области цифровой печати. Подробный обзор цифровой экспозиции — в следующем номере. А пока — самое яркое со стендов и вокруг них: машины, события и люди.

игорь терентьев**50 ПЕЧАТЬ
СКВОЗНОЕ УПРАВЛЕНИЕ
ЦВЕТОМ И АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ РАСТРИРОВАНИЯ
В РУЛОННОМ ОФСЕТЕ (Ч. 5)
руководство web offset
champion group****56 ШИРОКОФОРМАТНАЯ ПЕЧАТЬ
ПОЗИТИВ ШИРОКОГО
ФОРМАТА**

Взгляд на новинки и тенденции в области широкоформатной печати сквозь призму выставки «Реклама-2011».

игорь терентьев**62 НАПРИМЕР
СОЗДАВАТЬ ОБЪЁМ,
ВИДЕТЬ ПЕРСПЕКТИВУ**
Типография Print FX открылась сравнительно недавно: в феврале 2010 г. С самого начала специализировалась на стерео/вариопечати, сразу же сформировав оптимальный набор инструментов для уникальной ниши.
юрий захаржевский**72 СПРАВОЧНИК ПОКУПАТЕЛЯ
ОДНОНОЖЕВЫЕ
РЕЗАЛЬНЫЕ МАШИНЫ:
БЫСТРО, ТОЧНО,
АККУРАТНО**

Устройство для резки бумаги обычно сохраняет «форму» гораздо дольше печатной техники. Выбирая его, учтите: пользоваться придётся долго.

юрий захаржевский**80 РАБОЧИЙ ЦЕХ
ПОЧУВСТВУЙ ЧЁРНЫЙ!
СМУК-рецептура глубокого чёрного цвета в триадном офсете.**
михаил сартаков**РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**
(приложение)**66 НОВОСТИ****68 ЧЕРНИЛА
ЭКОЛОГИЧЕСКИ БЕЗОПАСНЫЕ
ЧЕРНИЛА: ЗАГРАНИЦА
НАМ ПОМОЖЕТ**

Тенденция перехода на экологически безопасные материалы у нас ещё не приобрела европейского размаха: и законодательство не столь строго преследует загрязнение среды, и материальные возможности не те.

юрий захаржевский**70 БУМАЖНЫЕ НОВОСТИ****обзоры****18 ASUS PROART PA246Q**
андрей лыгун**новости****6 МГУП МЕНЯЕТ ПОДХОДЫ****8 РОССИЯНИН БЕРЁТ
ПРИЗ COREL****14 ECRM – ПАРТНЁР DOTLINE****КОЛОНКИ****3 ОТ РЕДАКТОРА****64 НОВЫЕ ШРИФТЫ****65 ДЕТАЛИ С ДМИТРИЕМ
СТАРЦЕВЫМ****79 КНИГИ****84 ПОРТФОЛИО****88 PUBLISHOLITH**



Игорь Терентьев

Экономия или бережливое производство?

Осенью 2008 г. тема экономии приобрела особую остроту. Начали, как водится, с сокращения затрат — пресловутый cost-cutting правил бал чуть ли не во всех сферах бизнеса. Положа руку на сердце — многим компаниям это пошло только на пользу: помогло понять, насколько неэффективно устроена структура, и сбросить накопившийся балласт. Для других, привыкших решать бизнес-задачи оптимальным образом с минимумом затрат, дополнительные меры экономии обошлись дорого и больно — снизилось качество продуктов и сервисов. Время шло, острота проблемы постепенно сглаживалась, и к сокращению расходов стали подходить более взвешенно. Так мы стали ближе к бережливому производству...

Вот иллюстрация разницы в подходах — чёрно-белая обложка этого номера. С точки зрения затрат выигрыш, кажется, очевиден. Мы отказываемся от многокрасочной печати — значит, можно сэкономить на формных процессах (минус три формы), да и напечатать на однокрасочной машине. В актив заносим и экономию офсетной краски. Беглый подсчёт показывает положительное сальдо по сравнению с экстремальным вариантом запечатывания 80% листа всеми четырьмя красками (думаю, в обложке № 1/2 за этот год было нечто подобное). По нормам листового офсета при таком раскладе на 1000 оттисков 60×90 см на мелованной бумаге уходит 185 г краски. Умножаем на 5 (по две обложки на печатный лист для нашего тиража 10 000) — 925 г. Почти кило краски! Итого: экономим три формы, 1 кг краски, существенно дешевле и час работы на однокрасочной машине. Правильно? Конечно, нет...

Комплексная (то есть тщательная, с учётом всех технологических факторов) оценка спускает нас с небес на землю. Чтобы сэкономить на формных процессах, нужно иметь на той же стороне листа такую же чёрно-белую рекламную полосу. Уговорить на это рекламодателя вряд ли удастся. Значит, и печатать обложку на однокрасочной машине тоже не получится. А вот экономия краски вполне реальная. Хотя размеры заставля-

ют сомневаться в её целесообразности: во-первых, примерно половину печатного листа будет занимать цветная реклама, во-вторых, даже на первой полосе обложки некоторое количество чёрной краски всё же присутствует. Так что экономия получается какая-то копеечная — сбережённые грамм 400 краски стоят 120 рублей. Поэтому мы решили не мелочиться — добавили спецэффект с лаком. И написали главные слова — «Бережливое производство». Много-много раз...

Уверен, большинство наших читателей помнят серию статей Олега Давидовича, выходившую у нас в 2009 г., начиная с этой — <http://www.publish.ru/publish/2009/01-02/6705784/>. Не удержусь от цитаты: «...бережливое производство — это система управления предприятием, основанная на максимальном устранении потерь и постоянных улучшениях. Есть основной принцип "точно вовремя" и постоянно развивающийся набор методик и инструментов». То есть экономия «по-маленькому», даже копеечная на краске, тоже имеет право на жизнь. Особенно если речь о крупных тиражах и цифровой печати, в которой краски, тонер и чернила вносят гораздо больший вклад в себестоимость, чем в офсете. Но сами меры должны быть комплексными — только тогда почувствуете реальную отдачу. И не получите в одном месте экономию, а в другом — колоссальные потери.

По этому поводу — пример из жизни. Коллега купил машину. Новую, у официального дилера. При выдаче, как водится, бензина налили, только чтобы добраться до ближайшей заправки. Но чуток ошиблись — бензин кончился раньше. Последствия: пришлось ехать человеку из офиса дилера, доливать бензин. Продавец выслушал по телефону немало «хорошего» о компании и о себе лично. Дело там организовано серьёзно — очевидно, его лишат бонуса. А какой ущерб репутации продавца! Вот и получается — экономия есть (бензин на каждую продажу тратят по минимуму), а бережливого производства (заботы о репутации и избежании затрат на ликвидацию последствий подобных проколов) — нет... ■