



ГАРТ[®] digital

ГАРТ ДИДЖИТАЛ

№ 4 (22) ИЮЛЬ-АВГУСТ 2005

Журнал, посвященный
цифровым технологиям
в полиграфии
и издательском деле

ДЕНЕГИ, СРЕДСТВО ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МЕНОВЫХ ОТНОШЕНИЙ, ВСЕОБЩЕПРИЗНАТЕЛЬНЫЙ ЭКВИВАЛЕНТ. СТИХИЙНО ВЫДЕЛИЛИСЬ НА ОПРЕДЕЛЕННОМ ИСТОРИЧЕСКОМ ЭТАПЕ. В ДОКАПИТАЛИСТИЧЕСКИХ ФОРМАЦИЯХ РОЛЬ ДЕНЕГ ВЫПОЛНЯЛИ РАЗЛИЧНЫЕ ТОВАРЫ (ШКУРЫ, ЗВЕРЬ, ЗЕРНО, СКОТ), ПОСТЕПЕННО ОНА ПЕРЕШЛА К ЛЮБОМУ ИЗ МЕТАЛЛОВ (ЗОЛОТУ, СЕРЕБРУ), НАИЛУЧШИМ ОБРАЗОМ ОТВЕЧАЮЩИМ ТРЕБОВАНИЯМ ДЕНЕЖНОГО ТООВАРА. УСЛОЖНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПЛАТЕЖНО-РАСЧЕТНЫХ ОТНОШЕНИЙ ОБУСЛОВИЛО ЗАМЕНУ МЕТАЛЛИЧЕСКИХ ДЕНЕГ КРЕДИТНЫМИ, ИМЕЮЩИМИ ФОРМУ ДЕНЕГ В УДАЖНЫХ И РАЗЛИЧНЫХ ЗАПИСАХ НА СЧЕТАХ БАНКОВСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ, ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ ДЕНЕГ, СРЕДСТВО ОБРАЩЕНИЯ, МЕРА СТОИМОСТИ И СРЕДСТВО СБЕРЕЖЕНИЯ. (БЭУ)



МОНЕТИЗАЦИЯ



ГУРТ, БОКОВАЯ ПОВЕРХНОСТЬ МОНЕТЫ. ГУРТЫ СОВРЕМЕННЫХ МОНЕТ БЫВАЮТ ГЛАДКИМИ, ОБРАБОТАННЫМИ МЕЛКИМИ НАСЕЧКАМИ (РУБЧАТЫЙ ГУРТ) ИЛИ СНАБЖАЮТСЯ НАДПИСЯМИ (ЧЕКАННЫЙ ГУРТ). У АНТИЧНЫХ МОНЕТ ГУРТ ОБЫЧНО ГЛАДКИЙ. ПЕРВЫЕ МОНЕТЫ, У КОТОРЫХ ГУРТ БЫЛ ОБРАБОТАН ПРОМЫШЛЕННЫМ СПОСОБОМ ПОЯВИЛИСЬ ВО ФРАНЦИИ. (НАЙДЕНО В ИНТЕРНЕТЕ)

Содержание

№ 4 (22) ИЮЛЬ-АВГУСТ 2005

НОВОСТИ

- 4 ЭЛЕКТРОННАЯ
БУМАГА
- ТВОРЧЕСКИЙ
СПАМ
- МАЛЕНЬКАЯ
DM-РЕВОЛЮЦИЯ



НОВОСТИ



- 7 НАКОНЕЦ-ТО ПОЩУПАЕМ



- ИНТЕРЕСНАЯ
ШТУЧКА



- 5 ЧЕРНЫЙ, СЕРЫЙ,
СВЕТЛО-СЕРЫЙ
- ЧЕРНИЛА В БАНКАХ

- 6 НОСТАЛЬГИЯ
ПО ПЯТЕРКЕ
- НОВЫЕ
МАТЕРИАЛЫ
- ГОНКА
ЗА ПЛОТНОСТЬЮ



СЛОВО ПОСТАВЩИКУ



- 8 БРИТАНСКИЙ ОПЫТ

ПРИЛОЖЕНИЕ



- 11 АМЕРИКАНСКИЕ СОВЕТЫ

ЭКОНОМИКА



- 12 ТЕБЕСТОИМОСТЬ

Журнал, посвященный цифровым технологиям в полиграфии и издательском деле

Издание зарегистрировано Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций

Свидетельство о регистрации:
ПИ № 77-12376

Учредитель:
издательство «Курсив»

Главный редактор:
Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru

Адрес редакции:
107076, Москва,
ул. Электrozаводская д. 37/4, стр. 7

Для писем: 107140, Москва,
а/я «Курсив»

Телефон/факс: (095) 725 6001

Адрес в Интернет:
www.gart.ru
E-mail: gart@kursiv.ru

Подписано в печать: 05.09.2005

Отпечатано в ОАО «Типография
«Новости»
Москва, ул. Фридриха Энгельса, д. 46
Телефон: (095) 265 6108, 265 5553
Заказ № 2381
Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2005
Все права защищены. Перепечатка
возможна только с письменного
разрешения издательства.
За содержание рекламы редакция
ответственности не несет

Вывод пластин
на устройстве СТР и печать:
ОАО «Типография «Новости»

Бумага мелованная матовая
UPM Finesse silk
плотностью 130 г/м²
предоставлена
фирмой «Комус ПСБК»



НЮАНСЫ

В этот раз  впервые имеет объем всего 16 полос. Нам просто не хватило времени. Пришлось бросить все и на недельку метнуться в Англию. Хочется извиниться перед теми читателями, которые ожидали прочитать в этом номере очередной рассказ о растрах или про рисование нового логотипа. Сорри, мы в следующем номере обязательно исправимся.

Англия, кстати, очень интересная страна. Я бывал в ней много раз, но сейчас специально отправился в квартал книжных магазинов. Провел там полдня. Просматривал литературу по графическому дизайну. Оказалось, что, несмотря на большое количество книг на полках, покупать практически ничего. Либо это каталоги типа нашего «Индекса», в которых достойных работ не более 10%, либо попытки развить «Типографику» Рудера. Но попытки такие, достаточно жалкие. Странно все это. А уж на книги про цифровую фотографию вообще без слез взглянуть нельзя. Две трети содержания — элементарные меню из Photoshop, как будто в цифровой фотографии не нужно уметь делать композицию снимка, ставить свет, использовать дополнительные аксессуары. Все рассчитано на тупых, которые нажали кнопку и тут же побежали к компьютеру посмотреть, что получилось, и напечатать.

Не верю, что все мы тупые. И несмотря на отсутствие нормальной литературы, наружная реклама, по которой я привык оценивать графическую культуру страны, и в Англии, и в Японии, где я тоже недавно побывал, существенно отличается в лучшую сторону от того, что можно увидеть на московских улицах. Я

уже не говорю об улицах других российских городов. В Японии хоть школа каллиграфии древнейшая. Есть логичное объяснение тому, что когда смотришь на очередную вывеску — «тащишься» от того, как здорово она сделана. Даже не разумея по японски и не зная, что на вывеске написано, все равно возникает желание просто зайти и понять, что это за заведение. Правда, шрифты на вывесках там давно уже не рукописные, а простые, компьютерные. По сравнению с Японией в Англии графические решения более консервативны, но даже в небольшом, по меркам России, городке на вывески взглянуть приятно. А у нас?

Мне кажется, что бизнес цифровой печати в России не так сильно отличается от английского. Конечно, у нас нет пока

предприятий, которые приобрели по три ЦПМ iGen3. Но все еще впереди, и я надеюсь, что читателей заинтересует рассказ английского «специалиста по развитию бизнеса» из компании Xerox, который объясняет покупателям цифровых печатных машин, как надо взаимодействовать с поставщиком оборудования. Надеюсь, «заграница» нам поможет.

Ну, и про деньги. Материал о расчете стоимости часа работы машины достаточно спорный. Мы обсуждали его в редакции и с некоторыми владельцами печатных машин. Тем не менее, в качестве некоторого ориентира стоимость часа работы, рассчитанная по нашей методике, — вполне разумный оптимистичный показатель. Если у вас после подстановки в таблицу

Стоимость часа работы, рассчитанная по нашей методике, вполне разумный оптимистичный показатель. Если у вас после подстановки в таблицу своих данных получится отрицательный результат, то поверьте, в этот бизнес ввязываться не стоит

своих данных получится отрицательный результат, то, поверьте, в этот бизнес ввязываться не стоит. Просто для реального бизнеса в ней необходимо учитывать еще очень много различных нюансов, и таблиц, на самом деле, тоже должно быть много. Монетизация — процесс сложный.

**Андрей Романов,
главный редактор**



ЭЛЕКТРОННАЯ БУМАГА

Японская группа Fujitsu продемонстрировала свою новую разработку — электронную бумагу. Она сделана на основе гибкой пленки. «Бумага» имеет функцию запоминания изображения. В процессе его отображения «бумага» не потребляет электрическую энергию. При записи изображения в память «бумаги» потребле-

ние электроэнергии минимально. По сути это тонкопленочный дисплей, состоящий из трех слоев — R, G и B. Не используются поляризационные слои, что обеспечивает более яркие цвета, чем на традиционных LCD-мониторах. Изображение не изменяется при нажатии на «бумагу» пальцем и при изгибании.

По мнению разработчиков, благодаря всем этим особенностям цифровая бумага прекрасно подходит для использования в наружной рекламе, для оформления мест продаж, а также для документов, которые требуют частого изменения: ресторанных меню, сервисных инструкций и пр.

Первые коммерческие продукты ожидаются в 2006 г.



ИНТЕРЕСНАЯ ШТУЧКА

Вроде бы ничего интересного, просто ручка, совмещенная с цифровой камерой. Такая есть у многих компаний, но интересно приложение, в котором она применяется. При использовании бланков с заранее нанесенными на них специальными растровыми структурами, «ручка» запоминает не только все, что человек вписал в этот бланк, но и что он вписал в какое поле бланка. После этого — все просто. «Ручка» по Bluetooth или USB передает все данные в компьютер. Там можно распознать написанное или хранить образ заполненного бланка в виде изображения. Причем «ручка» понимает, когда пользователь перешел с одного бланка на другой.

Крупнейшие интеграторы успешно реализуют большие проекты с использованием таких «ручек» в медицине, фармацевтике и других отраслях. Карманные компьютеры пока еще не так удобны для ввода информации, ноутбук-планшет тяжеловат и дорог. А тут «просто ручка» долларов за 100.

Какое отношение это все имеет к цифровой печати? Это не «просто ручка», а еще и бланки. Каждый с уникальной растровой структурой. Тут без ЦПМ не обойтись.

А одна компания придумала сделать на базе этой ручки продукт для детей, которые учатся писать. В нее встроена система распознавания и проверки орфографии. Ручка стоит недорого, весь бизнес — в бланках.



МАЛЕНЬКАЯ DM-РЕВОЛЮЦИЯ

Avery Dennison, крупнейший мировой производитель самоклеящихся материалов и офисных товаров, предложил новый продукт для директ-маркетинга. Это бланк, на котором есть все необходимые для сообщения элементы. Найти изображение продукта, получившего название ADvantage нам не удалось, но, судя по описанию, это интересная вещь. По мнению американцев — даже революционная. По крайней мере Avery Dennison пытается получить патент на новый продукт. Интегрированный бланк формата А4 может включать поле для сообщения, самоклеящиеся этикетки, карточку для обратной связи и даже конверт (!), в котором получатель может эту карточку отправить. То есть все элементы, которые находятся по отдельности в конверте с почтовой рассылкой. Персональная информация в бланк впечатывается на офисном оборудовании.

ТВОРЧЕСКИЙ СПАМ

Среди сотен ежедневно приходящих на электронные адреса редакции рекламных сообщений иногда попадаются интересные. Все-таки некоторые владельцы ЦПМ задумываются, видимо, о том, как найти клиентов, которым нужно не только напечатать вчера 50 листовок.

Оригинальным предложением стало пришедшее в августе сообщение, в котором туристическим агентствам предлагается печать путеводителей по нескольким странам с логотипом конкретного агентства на обложке. Возможно, для агентств это интересно. Цена на путеводители с персонализированной обложкой — смешная. Скорее всего, блок заранее печатается офсетом, а на него просто набрасывается «цифровая» обложка. Может быть, в деле участвует ризограф. Но это единственная оригинальная идея приложения для цифровой печати, которая пришла в виде спама от российских цифровых типографий.

WHITE INK

Компания SunJet — подразделение Sun Chemical, занимающееся разработкой и производством чернил для струйной печати — представила свой новый продукт — Crystal URW. Это белые УФ-чернила для печатных головок, использующих технологию Drop on Demand (DOD). Чернила обладают хорошими кроющими свойствами и высокой белизной, что позволит использовать для печати самые разные материалы темных цветов и металлизированные. Предполагается, что чернила будут использоваться в производстве наружной рекламы и упаковки.

Но если в маркировке продукции использование белых чернил вполне логично, то для широкоформатной печати есть одно препятствие. Даже при наличии пятикрасочного принтера печать придется вести в два прохода. Белые чернила должны сначала отвердеть, чтобы по ним можно было печатать изображения. Либо необходим принтер с промежуточной УФ-сушкой. Таких принтеров, насколько нам известно, пока нет. Может быть, в скором времени появятся.



ЧЕРНЫЙ, СЕРЫЙ, СВЕТЛО-СЕРЫЙ

Сегодня подавляющее большинство фотоснимков, как цифровых, так и аналоговых, делаются, конечно, в цвете. На рынке фотобумаги для черно-белой аналоговой фотографии ежегодный спад составляет 25%. Крупнейшие производители (например, Kodak) закрывают свои заводы, на которых такая бумага делалась, а некоторые фирмы разоряются совсем.

На фоне этого компания HP прикладывает много усилий для того, чтобы обеспечить самое высококачественное воспроизведение черно-белых фотографий на своих струйных принтерах. Объясняется такая активность тем, что остались еще фанаты черно-белой фотографии. Как профессиональные фотохудожники, так и любители, для которых очень важна точная передача фактуры различных сцен, квинтэссенция сюжета, света, не замусоренная цветными пятнами. Кроме того, черно-белые фотографии, запечатлевшие памятные моменты, вызывают существенно большую ностальгию. Это, видимо, установили американские психологи.

Именно для таких фанатов и предназначены новые девяти-красочные струйные принтеры HP, в которых могут использоваться не только черный, а еще серый и светло-серый цвета.



ЧЕРНИЛА В БАНКАХ

Рынок чернил для струйной печати становится все более интересным для различных производителей. Ведь цены на чернила пока еще достаточно высоки. Идет жесткая конкурентная борьба, и нужно чем-то выделяться на полках супермаркетов, уставленных продукцией самых разных марок.

Оригинальное решение придумали маркетологи компании Dexton. Теперь картриджи для струйных принтеров упаковываются в похожие на пивные металлические банки. Кроме того, что они выделяются на полках, их еще и не так просто украсть, как обычные blister-упаковки.

БОЛЬШИЕ УФ-ОЖИДАНИЯ

По оценкам InfoTrends/CAP Ventures, рынок широкоформатных струйных УФ-принтеров и УФ-чернил растет на 30% в год. К 2009 г. его объем составит более 1 млрд долл. в год. Число установленных устройств возрастет с 1,5 тыс. до более 11 тыс. Судя по всему, это один из самых быстрорастущих рынков. Основной объем продаж устройств пока приходится на Европу и США, но через несколько лет получат большее распространение недорогие системы для печати на рулонных материалах, и ареал использования широкоформатной УФ-печати существенно расширится. В предыдущем номере мы уже рассказывали об отличных перспективах струйной печати. Новое исследование лишний раз это подтверждает.

Основными причинами являются рост объемов наружной рекламы и сокращение тиражей.

Цифровые системы широкоформатной печати

TECKWIN
ADVANCED HIGH THERMAL SOLUTIONS

Компания Teckwin

предлагает модельный ряд печатных устройств, заполняющих пустовавшую до недавнего времени нишу недорогих широкоформатных принтеров

Принтеры Teckwin

Уникальное сочетание цены и качества | комплекты ведущих японских и европейских производителей | гибкость и модульность конструкции, позволяющая пользователю выбрать только те компоненты, которые ему действительно необходимы

Расходные материалы

Высококачественные, яркие, устойчивые к атмосферным воздействиям и ультрафиолетовому излучению чернила для 4-х и 6-ти красочных сольвентных принтеров

Teckwin Цифровые системы



NISSA | CENTRE

«НИССА Центр»

www.nissa.ru

Москва (095) 956-7719

Санкт-Петербург (812) 320-1420/22

Екатеринбург (3432) 166-906

Новосибирск (3832) 163-026

Ростов-на-Дону (863) 227-7405

Киев (38044) 490-3460

Алматы (3272) 980-298



НОСТАЛЬГИЯ ПО ПЯТЕРКЕ

Практически в каждом номере мы возвращаемся к вопросу о том, какую цифровую камеру сегодня надо приобретать. У главного редактора  до появления нормальных цифровых камер была аналоговая Canon EOS 5, пара простых, не «L», объективов и родная мощная вспышка. На первых порах издания ГАРТА приходилось ездить со всем этим комплектом на интервью просто для того, чтобы сделать несколько нормальных снимков, сдать пленку в проявку, сканировать то, что получилось, крутить кривые в известном графическом редакторе... Но качество снимков, которое можно было получить при использовании «правильной» пленки, не шло ни в какое сравнение с тогдашними цифровыми камерами. Потом ситуация несколько изменилась, таскать несколько килограммов металла на интервью стало лениво. Появились цифровые камеры, которые при существенно меньшем весе обеспе-

чивали приблизительно похожее качество портретной съемки, а темные изображения при фотографировании, например, в огромном печатном цехе газетной типографии можно было при наличии некоторой сноровки поправить в том же графическом редакторе...

Теперь появился повод для раздумий. Фирма Canon сделала новую топ-модель цифровой камеры — EOS 5D с разрешением 12,8 мегапикселей. Если заглянуть на известный сайт с самыми дешевыми предложениями, то оказывается, что в России, где цены существенно ниже, чем в Европе и даже в США, «пустая» камера стоит слишком больших денег. Более 4 тыс. долл. К ней придется приобрести пару нормальных объективов, вспышку и аксессуары, что обойдется еще в 2–2,5 тыс. Намного дешевле купить модель 350D, которую уже несколько «комиссий» признали лучшей камерой прошедшего года. Она, конечно, не настолько железная, имеет разрешение «всего» 8 мегапикселей, но и стоит многократно дешевле. Еще понадобится пара из недавно анонсированных объективов Canon. Считается ведь, что качество объектива первично. Камера может быть практически любая.

Или, может, подождать, и подешевеет цифровая «пятерка» уже через пару месяцев в два раза? Ностальгия, что поделашь. Хотя, конечно, камера — просто инструмент для фотографа. Новая «пятерка» — видимо, для хорошего. Так что начинающим нужно запланировать еще и затраты на курсы по фотографии. Иначе покупка камеры окажется просто выброшенными на ветер деньгами.



НОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Компания Xerox объявила о начале поставок новых бумаг и полимерных материалов для печати на широкоформатных принтерах Xerox 8142/8160.

Представленные материалы полностью обеспечивают потребности любых заказчиков и позволяют клиентам реализовать любые замыслы на самом высоком профессиональном уровне.

Материалы Xerox для струйной печати имеют специальные покрытия для разных разрешений печати и основы различных типов (бумага, ткань, пленка, винил). Интересные возможности открывает предложенный Xerox универсальный холст для репродукций, который можно сшивать, создавая большие интерьерные баннеры.

Для цифровых печатных машин, использующих тонер, компания Xerox разработала полимерную пленку Laser Window Graphix — прилипающую к гладкой поверхности благодаря статическому электричеству. Представлены два вида материалов формата A4 — прозрачный и белый.

Новые полимерные пленки удобны в применении: нет необходимости искать скотч или кнопки, наклейки легко удаляются, не оставляя следов. Отпечатки обеспечивают отображение ярких цветов и устойчивы к выцветанию.

ГОНКА ЗА ПЛОТНОСТЬЮ

Один из продавцов цифровых печатающих устройств объявил в середине лета о том, что начинает поставки небольшой ЦПМ (даже, скорее, большого цветного принтера), которая может печатать на материалах (читай — картонах) плотностью более 400 г/м². Вот это да!

Интересно, для каких приложений цифровой печати требуется такая плотность? Упаковка или что-то похожее тиражом 10 экз.? Возможно, такая машина пригодится для макетирования упаковки. Может быть, устройство предназначено для печати pos-материалов небольшими тиражами. Это логичные применения, правда, для печати «шоу-боксов» часто требуются дополнительные краски, которые не совсем совместимы с цифровыми способами печати.

ЗАУРАЛЬСКИЙ XEROX 8000

По информации одного из поставщиков оборудования, красноярская полиграфическая компания «Ситалл» стала первым за Уралом владельцем цифровой печатной машины Xerox DocuColor 8000. «Ситалл» работает на полиграфическом рынке региона более 11 лет. В последнее время компания активно развивает филиальную сеть с географией представительств от Новокузнецка до Владивостока. В конце августа 2005 г. был открыт центр оперативной полиграфии в Красноярске. Для него и приобрели DocuColor 8000.

Создается впечатление, что все больше офсетных типографий покупают серьезные ЦПМ. Можно только пожелать успехов этим предприятиям. И серьезным машинам — серьезным заказчикам!

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ

Обсудим?
www.kursiv.ru/GART

УСПЕХИ CANON

Продолжение популярной линейки ЦПМ Canon CLC 3220 быстро завоевывает признание среди российских профессионалов. Только в начале лета обладателями этих систем стали московские компании «ПАИС», «Шамта», «Графитекс», «Московская лизинговая компания», салон оперативной полиграфии «Оникс» (СПб), а также воронежская фирма «Альфа Дизайн».

В конце июля фирма «Нисса Центр» Ростов-на-Дону провела встречу пользователей систем цифровой печати Canon CLC и потенциальных клиентов Южного Федерального Округа с целью обмена опытом, поиска новых технологических решений, обсуждения методов конкурентной борьбы на рынке услуг цифровой печати с сохранением максимальной прибыли.

В рамках семинара был проведен конкурс работ, печать которых выполнялась на оборудовании Canon CLC. В конкурсе участвовали различные работы, от эксклюзивных визиток до модульных рекламных панно площадью 2 м². Конкурс проводился в двух номинациях. Лучшей креативной работой стало «Модульное рекламное панно», представленное «Студией экспресс полиграфии Nautilus» (компания «Альянс», г. Геленджик, Краснодарский край). Приз в номинации «Самая технологичная работа» завоевала компания «Дазлком» (г. Ростов-на-Дону) за буклет «Brancamenta».

Победители были награждены дипломами и комплектами расходных материалов для Canon CLC.

В адрес компании «Нисса Центр» и ее сотрудников было сказано немало теплых слов. Пользователи оборудования Canon отметили высокий уровень технического обслуживания и консультаций по технологическим и техническим вопросам.

Встреча завершилась турниром по боулингу, победителем которого стал Андрей Котов, директор «Студии экспресс полиграфии Nautilus».

МАРКА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ

Все-таки возможности струйной печати пока еще только начинают применяться в полиграфической индустрии. Время от времени появляются концептуально новые машины, использующие комбинированные способы печати, для производства готовой персонализированной продукции в линию. На выставке Print 05 компании Kodak и Muller Martini представят такую линию, которая будет состоять из ускоренной офсетной печатной машины Concepta и дополнительной секции струйной печати Kodak Versamark.

Напомним, что у бывшего подразделения Scitex есть два вида продуктов — готовые рулонные системы струйной печати Versamark с максимальной производительностью 152 м/мин. и струйные головки, которые могут быть установлены на рулонные печатные машины для того, чтобы впечатывать переменные данные.

Кроме оборудования, Kodak предлагает еще и развитое специализированное программное обеспечение, которое позволяет создавать очень сложные приложения с персонализацией. Образцы, которые были нам предоставлены, очень интересны. Для каждого владельца кредитной карточки на отчете о его расходах может публиковаться список специальных предложений, которые подбираются в зависимости от того, что конкретный клиент приобретал в последнее время. Если, например, диван, то специальная скидка будет предложена на подушки или плед соответствующего цвета. К мебели предложат сервис и т. д.

Кстати, во время выставки «ПолиграфИнтер» для ее посетителей будут организованы бесплатные экскурсии в биллинговый центр российского банка, имеющего ЦПМ Versamark.



НАКОНЕЦ-ТО ПОЩУПАЕМ

Компания «Комлайн» приглашает всех желающих посетить ее стенд на предстоящей выставке «ПолиграфИнтер». Среди прочих новинок на нем впервые в России (по крайней мере по информации) будет продемонстрирована ЦПМ Océ CPS 800 Platinum. Эта модель давно уже заинтриговала потенциальных российских покупателей, и мы неоднократно о ней писали. Редакция знаком с ней только по демонстрационным отпечаткам. Они впечатляют. Но интересно, как кажется, испытать реальные возможности ЦПМ по работе с фактурными и металлизированными материалами до 300 г/м² без снижения производительности (1800 отт./час) и качества печати. Посмотреть на то, как это происходит во вполне реальных условиях. Выставка, на самом деле, часто существенно более жесткое испытание для ЦПМ, чем первая пара месяцев эксплуатации ее в цифровой типографии.

На стенде «Комлайн» будут представлены еще несколько интересных экспонатов. Малоформатная офсетная машина с непосредственным экспонированием пластин — KBA 46 Karat Plus с термальной системой экспонирования ProFire Excel и линиатурой записи 300 lpi. Для перехода с одного заказа на другой на ней требуется всего 13 мин. А еще посетители смогут познакомиться с системами СТР различных производителей.

НОВЕЙШИЕ ЦИФРОВЫЕ ПЕЧАТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



ЦИФРОВЫЕ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ CPS800/900 PLATINUM

Новая оцифровка (CMYKRGB) технология печати Océ дает преимущества, которых нет у аналогов конкурентов! Печать высокого качества на плотных, фактурных, металлизированных и других носителях без потери времени и скорости при более низкой себестоимости!



0,027€ за А4 20%

- Преимущества технологии Océ:**
- изображения исключительного качества, выглядящие как офсетные
 - тонер опресовывается одним слоем и не осыпается со сбоями
 - качество печати не зависит от температуры и влажности
 - скорость не падает даже на плотных и фактурных материалах
 - бумага не окуривается, а значит практически исключено

7-цветная печать
A3+ (305x457 мм)
600x2400 DPI
RIP EFI FIELDY
не нужна калибровка
плотность до 300 г/м²
(длина до 250 м)
постоянная скорость
1800 отпечатков в час

Каждому клиенту
цены Océ до 30.12.05!
в подарок:
Week-end в Амстердаме



Рентгеном на выставке
ПолиграфИнтер-2005
в Крокус-Экспо
с 10 по 16 октября
2005 г.
Кав. 4, stand 4.201



ЛИНИАТУРА
до 300 lpi

46 KARAT PLUS

- формат 460x340 мм
- экспонирование печатных форм прямо в машине
- переход от работы к работе всего за 13 минут
- алгоритм экзотичных форм
- высокая производительность на тиражах от 350 до 20 тыс. отпечатков

ЦИФРОВЫЕ ОФСЕТНЫЕ ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ

ОСНОВА ДЛЯ ЛИДЕРСТВА
Не отказывайтесь от малых тиражей (рентабельность от 350 отпечатков). Используйте преимущества «цифры» и «офсета». Технология офсетной печати без улаживания — это рентабельная и качественная печать малых и средних тиражей.



GENIUS 52

- формат 520x360 мм
- любые термальные пластины для офсета без улаживания
- конфигурация 4 краски, 5 или 4+лак
- толщина материала до 0,5 мм
- занимаемая площадь всего 9 м²
- исключена возможность шаблонирования



74 KARAT



74 KARAT

- формат 740x520 мм
- экспонирование печатных форм прямо в машине
- компенсация деформации бумаги при 4-х красочной печати
- система дисперсионного лакирования + ИК-сушка (опция)
- твердость пластин — до 100 000 отпечатков
- печать на обороте без перевертывания



БРИТАНСКИЙ ОПЫТ

В июле Россию посетил один из ведущих английских специалистов по продажам и развитию бизнеса цифровой печати. Нам удалось поговорить с ним и обсудить сходства и различия двух рынков цифровой печати — нашего и английского

Тони ГРЮНКЕ
Xerox (Великобритания)
Специалист по развитию бизнеса

С: Тони, Вы ведь посещали во время этого визита российские цифровые типографии. Как впечатления?

Т. Г.: Я пока еще посетил не все запланированные предприятия, но впечатление хорошее. Мне очень понравилось в «Технологиях рекламы». Чувствуется, что они работают над созданием оригинальных приложений, используют самые разные материалы, создают оригинальные креативные решения. Я считаю, что для нормального развития цифровой типографии нужно работать в этом направлении. Кроме того, необходимы такие компоненты, как специализированное программное обеспечение для публикации материалов в различных медиа, печать переменных данных и размещение заказов в режиме он-лайн.

С: Скажите, а что такое «специалист по развитию бизнеса»?

Т. Г.: В Англии я работаю с десятью крупными цифровыми типографиями. У всех есть ЦПМ iGen3. У многих по одной, но

есть и те, в которых две и даже три такие машины.

Конечно, одна из моих задач — продажа цифровых печатных машин в эти типографии, но сегодня мало просто продавать машины. Мы активно работаем с клиентами, совместно разрабатываем решения для конкретных приложений. Они включают не только ЦПМ, но и все необходимое программное обеспечение, а также послепечатное оборудование. Только так создаются успешные цифровые проекты.

С: Интересно, а ваши английские клиенты — офсетные типографии или агентства и другие компании, не имевшие до того печатного оборудования?

Т. Г.: Девять из десяти — типографии, обладающие самыми разными офсетными печатными машинами. Во всем мире, и в России, видимо, тоже, прибыльность офсетных типографий снижается. Подчас тиражи печатаются по цене, которая находится на грани рентабельности. Обороты большие, но зарабатывают традиционные полиграфические предприятия сегодня немного. Однако есть достаточно много заказов, которые эффективнее

сделать на ЦПМ. Причем, это не связано с тем, что тираж небольшой. Мои клиенты печатают на iGen3 обычные офсетные тиражи в 5 тыс. экз. Просто, если весь процесс выполняется в линию и не требуются никакие последующие операции, кроме упаковки, это оказывается экономически выгодно. При этом за срочность можно повысить цену, ведь на цифровой машине можно выполнить такой заказ за один день, а на традиционном офсете — за три-четыре дня.

Типографии постепенно втягиваются в этот бизнес, открывают для себя новые возможности. Задача — правильно оценить себестоимость. Предприятия постепенно переводят все большие доли заказов с офсета на цифровую печать.

На самом деле нельзя судить о том, на каком тираже цифровая печать более выгодна, а какой надо печатать на офсете. Все зависит от вида продукции. Типографии, за которые я отвечаю, ставят тиражи 5 тыс. на «цифру». Они просчитали, что это выгоднее. Они печатают на iGen3 различные виды работ. Но при этом цифровая машина совсем не предназначена заменять офсетную. Она должна обеспечивать дополнительные возможности для существующей типографии.

🔗: Но заказы с персонализацией и прочими цифровыми штучками такие типографии тоже печатают?

Т. Г.: Да, конечно. Без этого нормальный бизнес не получится. Цифровая типография должна иметь в своем портфолио отработанные приложения. Причем, она должна активно общаться с потенциальными клиентами — это люди, которые отвечают за маркетинг в крупных компаниях, и люди в рекламных агентствах, которые их обслуживают. Именно они и являются сегодня основным «двигателем» рынка. Именно им нужно рассказывать о возможностях цифровой печати, задавать вопросы о целях и предлагать решения, позволяющие, не увеличивая затраты, удовлетворить потребности всех. У нас есть успешные разработки совместных проектов.

Один из лучших примеров решения, использующего переменные данные — так называемый Holiday ticket. Это комплект билетов и остальных необходимых документов для человека или семьи, выезжающих отдохнуть куда-нибудь. В этой книжечке есть все-все-все. Включая, например, талоны на бесплатную парковку в определенном месте. Просто крупнейшая английская сеть туристических агентств задумалась о том, что необходимо что-то сделать для повышения удобства и экономии времени клиентов. В результате родилась такая идея. В этой книжечке используются четыре различ-



Мы активно работаем с клиентами, совместно разрабатываем решения для конкретных приложений. Они включают не только ЦПМ, но и все необходимое программное обеспечение, а также послепечатное оборудование. Только так создаются успешные цифровые проекты

Т. ГРЮНКА

ных вида бумаги, вся информация представлена в цвете. На обложке и внутренних полосах размещается различная реклама.

Интересно, что туроператор не имел до того никакого опыта цветной печати. Все, что было у них в центральном офисе, — система черно-белой печати для директ-мэйл. Они приобрели долю в одной из типографий и организовали все производство там. Концепцию опробовали и некоторое время работали на Xerox DocuColor 2060. Но через пару месяцев приобрели iGen3.

🔗: Типография на 100% загружена печатью заказов от туроператора?

Т. Г.: Нет, конечно. В сезон она печатает «всего» 80 тыс. книжечек различного объема в месяц. (По некоторым оценкам, крупнейший российский туроператор в пик сезона отправляет в две страны 8 тыс. человек в месяц, а здесь в десять раз больше и многие «книжечки» — групповые. — Прим. ред.)

Это обычная коммерческая цифровая типография, которая работает с самыми разными заказчиками, но благодаря Holiday ticket 40% ее загрузки — печать работ с переменными данными. Они получили неоценимый опыт при реализации отличного проекта. У них есть прекрасные образцы, которые они демонстрируют потенциальным заказчикам. Бизнес растет.

🔗: И чья это заслуга?

Т. Г.: В первую очередь, это заслуга типографии. И я считаю, что владельцы цифровых печатных машин должны сами заниматься развитием рынка. Менеджерам по продажам надо активно работать с потенциальными клиентами из рекламных агентств и отделов маркетинга крупных фирм. Объяснять им новые возможности, которые появляются при использовании цифровых технологий. Но весь этот процесс должен происходить при поддержке специалистов производителя оборудования.

Конечно, можно просто рассказать потенциальному клиенту, что он может печатать не 6 тыс. экземпляров маркетинговых материалов раз в год, а шесть раз по 1 тыс., что существенно упростит жизнь, ведь каждый раз будет печататься актуальная информация, и не придется выбрасывать устаревшие материалы. Но это самый простой вариант использования возможностей цифровой печати.

В Англии, например, высокими темпами развивается бизнес по печати книг по запросу. Он совершенно не похож на традиционный издательский. При использовании офсетной печати издатель сначала печатает тираж книги, а потом его продает достаточно долгое время. А при печати по запросу он сначала продает книгу, а потом ее печатает.

Есть одна компания, которая для стимулирования сотрудников стала перед выплатой премии печатать для каждого работника полноцветный персональный отчет о том, какую сумму он получит дополнительно и почему. Затраты на одного работника совсем небольшие, но он, получая такой отчет, понимает, что компания заботится о нем. И он несколько раз подумает, прежде чем примет решение о переходе на работу в другую компанию. Это очень большой результат, достигнутый за совсем небольшие деньги. Но такую идею нужно было придумать, и для этого сотрудники крупной компании

должны хорошо представлять себе возможности цифровой печати.

🗨: Другими словами, перед отделом маркетинга любого предприятия все время стоят какие-то задачи, и менеджер из цифровой типографии должен в такую задачу вникнуть и предложить ее решение с использованием возможностей цифровой печати?

Т. Г.: Да, именно так. Менеджер по маркетингу крупной компании может иметь собственное понимание текущей ситуации и целей, которые должны быть достигнуты. Но они обычно оказываются совсем не в курсе возможностей, которые им может предложить цифровая печать. Правда, в Англии ощущается серьезный дефицит квалифицированных менеджеров по продаже услуг цифровой печати.

🗨: Нужно их готовить?

Т. Г.: Очень нужно. Причем, в этом процессе важна роль поставщика оборудования. Он должен объяснить покупателю ЦПМ, как тот сможет зарабатывать деньги цифровой печатью. Для клиента, конечно, является важным марка и производительность машины, но главное для него — в чем бизнес. Купить машину, а потом бегать и искать заказы — решение не самое лучшее.

🗨: Еще в 1999 г. один из производителей ЦПМ поставлял вместе с машиной увесистое «Руководство по развитию рынка» с большим числом заготовок и образцов на CD. Даже с рекомендациями, как и где рекламировать услуги цифровой печати.

Т. Г.: Да, я помню это «Руководство», но сегодня, если вы хотите продавать цифровые печатные машины, такого руководства недостаточно. Необходимо постоянно работать с клиентом, помогать ему. Без тесного взаимодействия поставщика оборудования и покупателя в подавляющем большинстве случаев ничего не получится.

Поставщик должен участвовать в процессе выбора оборудования, выслушивать идеи клиента и предлагать решение для их реализации. Необходимо разобратся, какие постоянные заказчики есть у типографии и как они смогут воспользоваться возможностями цифровой печати.

После продажи машины основная задача продавца — обучить сотрудников типографии. Не только операторов ЦПМ и даже не столько операторов, сколько тех, кто будет отвечать за продажи.

Типография не будет приобретать вторую такую машину, пока она не найдет свою нишу на рынке цифровой печати и не разработает оригинальное решение, которое окажется востребованным заказчиками.

Необходимо проводить обучение не только персонала, обслуживающего цифровую печатную машину, но и тех, кто работает на участке допечатной подготовки традиционной офсетной типографии. Они должны хорошо разбираться в особенностях цифровой печати.

🗨: Себестоимость — это проблема. В России мало кто из владельцев цифровых типографий умеет просчитывать реальные затраты с учетом амортизации оборудования. Покупают расходные материалы по 15 центов за оттиск, продают за 20 и предполагают, что зарабатывают деньги, хотя на самом деле это не так.

Т. Г.: Тогда это не просто проблема, а большая проблема. Необходимо учитывать все составляющие себестоимости, как на этапе допечатной подготовки, так и на отделочных операциях. Иначе бизнес не получится.

В Англии для владельцев iGen3 очень важна возможность выполнения всех операций в линию. Многие, например, испытывают необходимость в УФ-лакировании отпечатков. И мы, в Xerox UK, работаем с партнерами, которые могут помочь в этом. Надеюсь, проблема будет решена. Есть много других запросов по автоматизации послепечатных операций.

🗨: Мы недавно были в Японии и познакомились с большой типографией, которая печатает очень короткие тиражи в 100–150 экз. на офсетных машинах, несмотря на то, что в типографии установлены и цифровые печатные машины. Это удивительно?

Т. Г.: Я тоже бывал в Японии. Проблема, видимо, в особом местном менталитете. Причем, заметьте, что в Японии есть и крупнейшая цифровая типография, в которой установлено 24 ЦПМ iGen3. Я еще раз повторю, если у покупателя машин есть отработанные приложения и стабильные заказчики, то бизнес развивается быстро, и ему требуются все новые цифровые машины.

🗨: Вы упоминали прием заказов по интернету. Интересно, а каналы какой скорости есть сегодня у английских цифровых типографий?

Т. Г.: Если честно, то я не знаю конкретных скоростей каналов каждой цифровой типографии, с которыми я работаю. Предполагаю, что у каждой несколько каналов с суммарной пропускной способностью в несколько Гб/с.

🗨: В России таких линий, вероятно, нет ни у одной типографии.

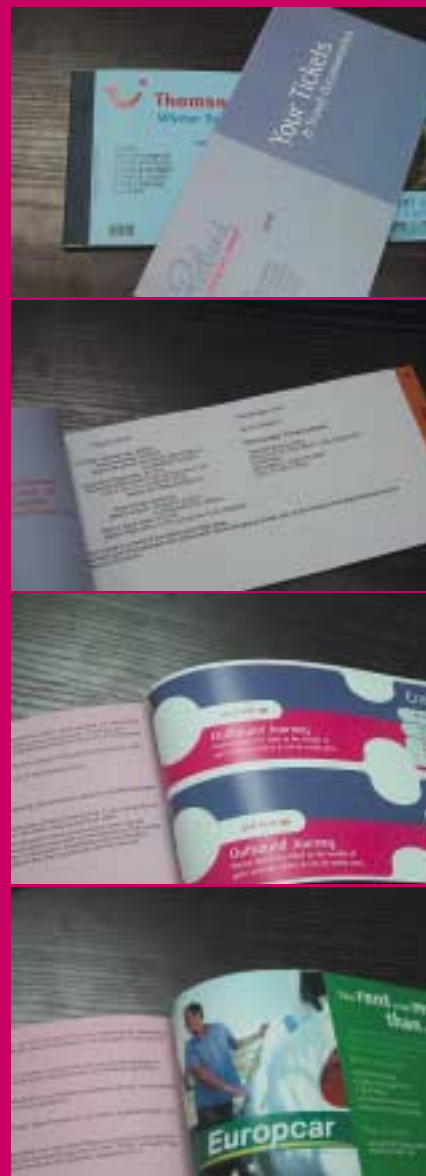
Т. Г.: Но заказчики все больше интересуются возможностями удаленного размещения заказов. Конечно, российский и английский рынки могут существенно отличаться, но именно возможность разместить заказ посредством интернета является сегодня очень важной. ■

НЕМНОГО О ПРИЛОЖЕНИИ

Группа Thomson Holidays — крупнейший английский туроператор. Его доля на рынке туристических услуг Великобритании составляет более 30%. В составе группы собственная авиакомпания Britannia, созданная еще в 1962 г., а также несколько сетей продаж туров. 750 мест продаж по всей Англии, собственный телеканал, интернет-сайт и несколько крупных call-центров.

HOLIDAY TICKET

Судя по тем образцам, которые к нам попали, Holiday ticket — это набор самых разных документов и информационных материалов, который позволяет упростить и ускорить прохождение человеком всех необходимых формальностей во время путешествия. Интересно то, что есть даже именные багажные бирки.





АМЕРИКАНСКИЕ СОВЕТЫ

Ассоциация PODi занимается коллекционированием лучших примеров использования цифровой печати. В ее коллекции уже более 200 приложений. В пятой редакции издания Best practices приводятся не только описания примеров цифровой печати, но и несколько советов цифровым типографиям. Мы уже не раз об этом писали, но теперь появились настоящие «американские советы», разработанные на основе анализа лучших приложений, поэтому мы их приводим ниже.

СОВЕТ 1. Предлагайте клиентам приложения, которые будут решать проблемы

бизнеса, а не просто более сложные с точки зрения цифровой печати решения. Необходима стратегическая комбинация технологии и сервисов, которая обеспечит решение конкретных задач, стоящих перед клиентом, оптимизацию его бизнес-процессов.

СОВЕТ 2. Предлагайте решения с использованием Интернета. Ведь даже в России большое число крупных компаний использует Интернет для организации распределенных систем управления. Решение, обеспечивающее доступ к его возможностям региональным дилерам клиента, конечно, будет более предпочтительным для него, чем то, которое такого сервиса не обеспечивает.

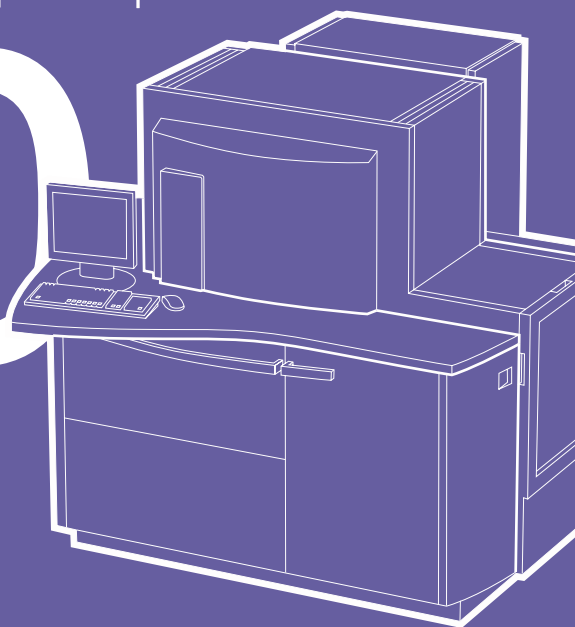
СОВЕТ 3. Разделяйте стоимость услуг по печати и стоимость разработки приложения. Клиент должен понимать, что он не просто получает какое-то количество отпечатанных листов. Под него разрабатывается конкретное решение, и это требует существенных первоначальных затрат. Правда, он может логично потребовать, чтобы эти затраты были бы распределены по оттискам, которые потом будут печататься. Но очень важно, чтобы клиент представлял себе объем и стоимость работы по созданию приложения.

СОВЕТ 4. Люди, которые занимаются маркетингом в больших компаниях, тоже используют показатель ROI (Return of investments — возврат инвестиций) для анализа различных альтернативных маркетинговых акций. Поэтому приложение надо делать таким, чтобы, с одной стороны, эффект от него можно было легко оценить, а с другой — этот эффект легко пересчитывался бы в дополнительную прибыль клиента. Будь то дополнительные покупатели или снижение себестоимости — специалист по маркетингу клиента должен точно представлять себе, откуда получится прибыль и как ее можно заранее оценить. Понятно, что планируемый эффект может отличаться от фактического. Риск в любом случае есть, но маркетинговые бюджеты сегодня делятся по науке.

СОВЕТ 5. Create sticky solutions. Ну это, видимо, запрещенный прием. Предлагается прилагать усилия к тому, чтобы разрабатываемые вами приложения автоматически привязывали бы к вам заказчика. То есть нужно создавать специализированные программы и базы данных, ориентированные на конкретного клиента, делая все, чтобы он не смог уйти к вашим конкурентам или использовать созданное приложение сам.

Коммерческие цифровые офсетные печатные машины

Indigo press
1000/r1000*



NISSA | CENTRE

«НИССА Центрум» www.nissa.ru
Москва (095) 956-7719
Санкт-Петербург (812) 320-1420/22
Екатеринбург (3432) 166-906
Новосибирск (3832) 163-026
Ростов-на-Дону (863) 227-7405
Киев (38044) 490-3460
Алматы (3272) 980-298

* Индекс «г» означаем Remanufactured (англ.) – собранная из снятых с производства машин Indigo: E-Print Pro+, TurboStream и Platinum. Это линейка машин, имеющих меньшую стоимость. Для сборки r1000 не используются бывшие в эксплуатации машины



invent

• Гарантия до 3-х лет | специальная программа по сервисному обслуживанию и поставке расходных материалов | минимальный тираж –

один оттиск | отсутствие приладки и цветопробы | rantone, смесевые и специальные краски | шестичетное растривание | офсетное качество оттиска | разнообразные запечатываемые материалы | возможность

дооснащения | технология ITP | линиятура от 145 до 230 lpi | скорость печати до 8000 оттисков A4 в час | красочность до 6+6 за прогон | монохромная или цветная персонализация любой сложности



ЕСТЬ ЛИ У ВАС ПЛАН?

От плана и его выполнения зависит все. Без него все наши прикидки и расчеты будут никому не нужны. Возьмем абстрактную цифровую печатную машину и существующую цифровую типографию. Предположим, что ее владелец решил вместо иномарки бизнес-класса за 30 тыс. долл. приобрести еще одну ЦПМ. Пусть цена печатной машины составляет 100 тыс. долл., владелец взял ее в лизинг на срок два года. 30% от стоимости (те самые 30 тыс.) заплатил при покупке. Еще одного оператора ЦПМ нанимать пока не стал, арендовал для машины соседнюю комнату и продолжил работу. Не будем считать косвенные потери владельца и учитывать возможность положить эти деньги под проценты в банк, а ЦПМ не приобретать...

ТЕБЕСТОИМОСТЬ

Видимо, пора еще раз поговорить о реальной себестоимости производства полиграфической продукции.

В частности, при использовании цифровой печати. Очередная статья не претендует на полноту с точки зрения экономической теории. Она лишь предлагает упрощенную оценку, на которую можно опираться в этом непростом деле

Может быть, «тебестоимость» звучит несколько грубовато, но мы попробуем в этой статье еще раз (предыдущий раз мы обращались к этой теме в [§ 02-04](#)) рассказать о корректном методе расчета себестоимости печатной продукции. Не только отпечатанной на ЦПМ. Стоимость часа работы машины совсем не является мифической, а может служить основой экономических расчетов для любого полиграфического предприятия.

К примеру, хозяин типографии с Xerox DC 12 или Canon CLC 3200 решил подарить своему любимому чаду комплект визитных карточек. Он может предположить, что «тебестоимость» составит цену бумаги и контрактную стоимость необходимого количества оттисков, но это совсем не так. Существует еще фиксированная часть себестоимости продукции, которую нельзя не учитывать. Причем, она может оказаться существенно больше переменной составляющей, зависящей обычно только от цены материалов.

Фиксированная составляющая «тебестоимости» складывается из амортизации оборудования (с учетом срока окупаемости и условий приобретения), фонда заработной платы, аренды и эксплуатационных расходов. Эти затраты и являются главными компонентами стоимости часа работы машины. В простых случаях ее можно достаточно точно посчитать в Excel. Кстати, исходя из затрат и предполагаемой загрузки можно рассчитать стоимость часа работы любой машины, не только печатной.

К сожалению, ключевым словом в предыдущем абзаце является «предполагаемая» загрузка.

Попробуем рассчитать стоимость часа работы машины в таком проекте. Для цифровой печати, правда, намного более логично считать не стоимость часа, а полную себестоимость одного оттиска (чем мы и занимались в [§ 02-04](#)), но обычно автоматизированные системы управления полиграфическими предприятиями, где может быть установлено самое разное оборудование, строятся именно на расчете стоимости часа.

ФОРМУЛА

Начать нужно с нее. Американцы придумали совсем простую, на основе которой можно подсчитать результаты работы бизнеса. Причем, она не зависит от индустрии, в которой данный бизнес работает:

$$P = S \cdot x - VC \cdot x - FC,$$

где:

P — прибыль (profit);

S — цена единицы продукции (sales price);

x — количество проданных единиц продукции;

VC — переменная составляющая себестоимости на единицу продукции (variable unit cost);

FC — фиксированная себестоимость производства (fixed cost).

Если грубо применить формулу к цифровой печати, то при выполнении заказа из 100 листов А3 4+0 по цене 25 центов за экземпляр при стоимости расходных материалов и бумаги 18 центов получается:

$$P = 0,25 \cdot 100 - 0,18 \cdot 100 - FC$$

Вроде бы, на калькуляторе менеджера по продажам на этом заказе получается прибыль в 7 долл., если не учитывать ту самую **FC** — фиксированную себестоимость на конкретном заказе. Да и зачем она вообще нужна, когда без нее все так красиво выходит...

ПЕРЕМЕННАЯ И ФИКСИРОВАННАЯ

Как следует из названия, переменная составляющая себестоимости цифровой печати — **VC*x** — существенно меняется с изменением количества проданных единиц продукции. В первую очередь она включает стоимость расходных материалов и бумаги. Есть и другие переменные затраты, например, менеджер по продажам может получать процент от объема, и этот процент необходимо учитывать при расчете. Печатник тоже может быть на сдельной или частично сдельной системе оплаты. Бывают и другие затраты, которые могут оказаться переменными, но обычно основная составляющая переменных затрат — материалы и бумага.

Фиксированная же составляющая себестоимости дает некоторую конкретную сумму за отчетный период, при условии **выполнения плана** по объему производства. Как же учесть необходимые расходы при расчете себестоимости продук-

ции и определении политики ценообразования? Фиксированные затраты за определенный период времени (мы взяли 1 месяц) просто необходимо распределить на каждую единицу изготавливаемой продукции. Для цифровой печатной машины их можно списывать на каждый час работы ЦПМ. Работы — в смысле печати, когда она непосредственно производит продукцию. Исходим из того, что производительность нашей абстрактной машины 1000 отт. А3/час.

ПЛАН ДЛЯ ОПТИМИСТА

Попробуем просчитать идеальный случай, для этого в Excel можно нарисовать достаточно несложную табличку.

Исходим из того, что проценты лизинговая компания захочет получать ежемесячно, начиная с момента установки машины, а на лизинговые платежи и выплаты в счет нового автомобиля будет отсрочка на пару месяцев. Правда, пример у нас достаточно абстрактный, специалисты, которые занимаются лизинговыми сделками объяснили нам, что сегодня условия по приобретению оборудования в лизинг могут быть «любыми». Это означает, видимо, — еще более выгодными. Есть, конечно, сомнения, ведь бесплатный сыр бывает только в известном месте. Поэтому мы попробовали прикинуть

в таблице логичную процедуру лизинговых платежей по месяцам, как это принято во всем мире.

Человек, который отказался от нового автомобиля должен все-таки вернуть себе вложенные деньги. Мы предположили, что 30 тыс. долл. вернутся ему в течение двух лет. Намного важнее выплатить 70 тыс. плюс проценты лизинговой компании. Иначе деньги на автомобиль могут и не вернуться.

В нашем оптимистичном прогнозе предполагается линейный рост объемов печати на приобретенной ЦПМ. Он через 12 месяцев должен достичь 110 тыс. односторонних оттисков А3 в месяц. Это практически нереальный план. Может сработать, когда дополнительную машину покупает раскрученная цифровая типография, но даже ей придется постараться. Понятно, что в реальной жизни существует сезонность, и один месяц загрузка может переваливать за 150 тыс. и даже достигать 200, а летом «проседать» до 30. Но это уже практические вопросы, которые каждый владелец, а мы предполагаем, что это опытный человек, должен предполагать для себя сам. Просто хочется продемонстрировать, что даже в идеальном случае фиксированная составляющая себестоимости цифровой печати есть, и она достаточно существенная.

Высокая производительность — 32 цветных/черно-белых оттиска в мин. | уникальная конструкция аппарата с прямым прохождением запечатываемого материала позволяет использовать бумагу и картон плотностью до 250 г/м² и выше | восковой тонер с расширенным цветовым охватом обеспечивает матовую поверхность оттиска | пониженная температура блока закрепления изображения позволяет использовать чувствительные к нагреву материалы, например, пленки | максимальный формат листа — SRA3+ (320 x 457 мм)

Canon



Canon Каждую модель характеризует оптимальная цена, высокое качество печати при предельно низкой себестоимости оттиска и минимальные потребности в сервисном обслуживании. Системы цветной цифровой печати Canon: необходимое дополнение к полиграфическому производству любой специализации; основа бизнеса в сфере оперативной полиграфии; оптимальный выбор как для начинающих компаний, так и для предприятий с большим опытом работы

системы

цветной цифровой печати

NISSA | CENTRE

«НИССА Центр» www.nissa.ru
 Москва (095) 956-7719
 Санкт-Петербург (812) 320-1420/22
 Екатеринбург (3432) 166-906
 Новосибирск (3832) 163-026
 Ростов-на-Дону (863) 227-7405
 Киев (38044) 490-3460
 Алматы (3272) 980-298

ОПТИМИСТИЧНЫЙ РАСЧЕТ СТОИМОСТИ ЧАСА РАБОТЫ АБСТРАКТНОЙ ЦПМ

Месяц	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Остаточная стоимость (долл.)	70000	70000	70000	66818	63636	60455	57273	54091	50909	47727	44545	41364
СОСТАВЛЯЮЩИЕ ФИКСИРОВАННОЙ ЧАСТИ СЕБЕСТОИМОСТИ (долл.)												
Амортизация	0	0	3182	3182	3182	3182	3182	3182	3182	3182	3182	3182
Лизинговый процент	1167	1167	1167	1114	1061	1008	955	902	848	795	742	689
«Автомобиль»	0	0	1364	1364	1364	1364	1364	1364	1364	1364	1364	1364
Аренда	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833
Зарплата	0	0	0	0	700	700	700	700	700	700	700	700
Итого затраты:	2000	2000	6545	6492	7139	7086	7033	6980	6927	6874	6821	6768
Объем печати (отт. А3)	1000	11000	21000	31000	41000	51000	61000	71000	81000	91000	101000	111000
Часов работы	1	11	21	31	41	51	61	71	81	91	101	111
Стоимость часа работы ЦПМ	2000	182	312	209	174	139	115	98	86	76	68	61
Фикс. стоимость оттиска	2,00	0,18	0,31	0,21	0,17	0,14	0,12	0,10	0,09	0,08	0,07	0,06

Месяц	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Остаточная стоимость ЦПМ	38182	35000	31818	28636	25455	22273	19091	15909	12727	9545	6364	3182
СОСТАВЛЯЮЩИЕ ФИКСИРОВАННОЙ ЧАСТИ СЕБЕСТОИМОСТИ (долл.)												
Амортизация	3182	3182	3182	3182	3182	3182	3182	3182	3182	3182	3182	3182
Лизинговый процент	636	583	530	477	424	371	318	265	212	159	106	53
«Автомобиль»	1364	1364	1364	1364	1364	1364	1364	1364	1364	1364	1364	1364
Аренда	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833
Зарплата	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700
Итого затраты:	6715	6662	6609	6556	6503	6450	6397	6344	6291	6238	6185	6132
Объем печати (отт. А3)	111000	111000	111000	111000	111000	111000	111000	111000	111000	111000	111000	111000
Часов работы	111	111	111	111	111	111	111	111	111	111	111	111
Стоимость часа работы ЦПМ	60	60	60	59	59	58	58	57	57	56	56	55
Фикс. стоимость оттиска	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06	0,06

Амортизация

Фиксированная сумма, которую необходимо выплачивать лизинговой компании в равных долях с учетом отсрочки на первые два месяца.

Лизинговый процент

Суммы, которые должны ежемесячно выплачиваться лизинговой компании в соответствии с остаточной стоимостью оборудования и процентной ставкой.

«Автомобиль»

Вложенные в бизнес вместо покупки автомобиля 30 тыс. долл. владелец должен все-таки вернуть...

Аренда и коммунальные

Для абстрактной ЦПМ необходимо 30–40 м². Арендная ставка в Москве не менее 250 долл./м² в год.

Зарплата

При высокой загрузке через пару месяцев все-таки потребуются еще один оператор. Мы предположили, что его зарплата составит 700 долл.

Объем печати (отт. А3)

Планируемая загрузка ЦПМ в каждом месяце. Путем деления на производительность машины вычисляются «Часы работы»

Теперь можно взглянуть на получившуюся таблицу. Исходными данными для расчета стоимости часа работы машины являются сумма затрат, которая просто делится на количество отпечатанных оттисков. Стоимость часа работы для нашей абстрактной машины с производительностью 1 тыс. отт. А3/час соответственно в 1000 раз больше.

Как и должно было быть, фиксированная себестоимость меняется от месяца к месяцу с изменением объема печати и затрат. Но, как можно видеть, фиксированная стоимость одного оттиска составляет в нашем идеальном случае не менее 6 центов. Подставим FC в ту самую формулу и получим

$$P = 0,25 \cdot 100 - 0,18 \cdot 100 - 0,06 \cdot 100$$

Прибыль на этом заказе оказывается не 7 долл., а всего 1 долл. А если бы этот заказ выполнялся в десятом месяце эксплуатации нашей ЦПМ, то убыток составил бы 3 долл.

Зачем нужна эта таблица и как ею пользоваться? Конечно, первым делом в нее необходимо внести фактические данные вместо абстрактных. Стоимость и условия приобретения печатной машины, аренду, коммунальные расходы и зарплату. А, может быть, и что-то еще. Самое главное, необходимо сделать план изменения объемов печати по месяцам. В результате получится оценка

фиксированной себестоимости оттиска и стоимость часа работы машины.

ПЛАНОВАЯ И ФАКТИЧЕСКАЯ

Повторимся, главной основой расчета фиксированной себестоимости является план по печати. Если он не будет в определенном месяце выполнен, то фактическая себестоимость сделанных оттисков увеличится. Например, для того же самого десятого месяца при выполнении плана себестоимость составит

$$(91000 \cdot 0,18 + 6874) / 91000 = 0,26 \text{ центов}$$

При невыполнении, скажем, на 30 тыс. отт. фактическая себестоимость увеличится до

$$(61000 \cdot 0,18 + 6874) / 61000 = 0,29 \text{ центов}$$

Арифметика очень простая: при невыполнении плана на 50% фиксированная часть себестоимости возрастает в два раза. Что будет, если план перевыполнить? Есть два подхода. Американская бухгалтерия предлагает вычислять дополнительную прибыль по формуле, в которой фактическая себестоимость равна нулю. А можно просто пересчитать фактическую себестоимость оттиска, которая при перевыполнении плана окажется ниже. Вот и все.

Внимание! Никакие налоги, за исключением частично НДС, таблица не учитывает.



Versamark V-series & D-series printing systems

Скорость мирового уровня. Больше гибкости. Пределов нет.

Вы можете использовать самую быструю в мире цифровую систему печати и при этом не быть связанным никакими ограничениями скорости роста Вашего бизнеса. Тем более, когда система печати обладает достаточной гибкостью, чтобы расти вместе с Вами. Kodak Versamark предоставляет Вам такую возможность. Для высококачественной печати графики с разрешениями вплоть до 300 x 1200 dpi и скоростью до 500 футов/мин мы предлагаем цифровые системы печати серии V. Эта серия идеальна для транзакционных документов, книг, и практически любых коммерческих применений, поддерживает черно-белую печать, печать заказными цветами, а также полноцветную печать. Для нанесения штрих-кодов, адресации и многих других форм персонализации мы предлагаем цифровые системы печати серии D: быстрые, гибкие, простые в обращении, с крайне низкими эксплуатационными расходами и широким разнообразием предлагаемых конфигураций, поддерживающие скорости печати до 1.000 футов/мин. В комплексе с чернилами Versamark и программами сервисного обслуживания, эти системы печати обеспечивают Вам наиболее широкий диапазон возможностей для будущего вашей цифровой печати. В партнерстве с Kodak Versamark Вы ломаете барьеры на пути развития Вашего бизнеса.

Персонализированная связь с клиентами посредством полноцветной цифровой тиражной печати.

Примите участие в семинарах KODAK VERSAMARK, которые состоятся 12-14 октября в банке «Российский стандарт». Пожалуйста, подтвердите свое участие, отправив электронное сообщение по адресу robert.koeckels@kodakversamark.com.



ОТКРЫТИЕ ГОДА



DocuColor 250. Новое поколение
цифровых машин, отвечающее возросшим
потребностям индустрии коммерческой печати

XEROX®

Управление документами
Технологии печати
Консалтинг

www.xerox.ru

Скорость: – до 3 000 полноцветных отпечатков в час (A4)

Качество: – новая технология Multiple Beam Laser
с истинным разрешением 2400x2400 dpi
– стабильное качество цвета в тиражах (dE<3)
– расширенный цветовой охват (color gamut)

Возможности: – материалы печати до 300г/м²
– матовый и гляцевый режимы печати
– улучшенная регистрация при двусторонней печати

Эффективность: – повышен ресурс расходных материалов
– низкая себестоимость отпечатка

XEROX®

www.xerox.ru

Technology

Document Management

Consulting Services

Представительства XEROX в России: **Москва:** пер. Огородная слобода, 5, тел.: (095) 956-43-50, факс: (095) 232-66-66.
Санкт-Петербург: Выборгская наб., 61, бизнес-центр "Акватория", офис 204, тел.: (812) 325-29-44, факс: (812) 325-29-49.
Екатеринбург: проспект Ленина, 5, офис 601– 603, тел./факс: (343) 215-90-80, 215-90-81. **Новосибирск:** ул. Октябрьская, 34, блок "Г", тел./факс: (383) 275-85-10. **Владивосток:** проспект Столетия Владивостока, 103, Отель "Акфес-Сейо", офис 203, 204, тел./факс: (4232) 31-11-95.