

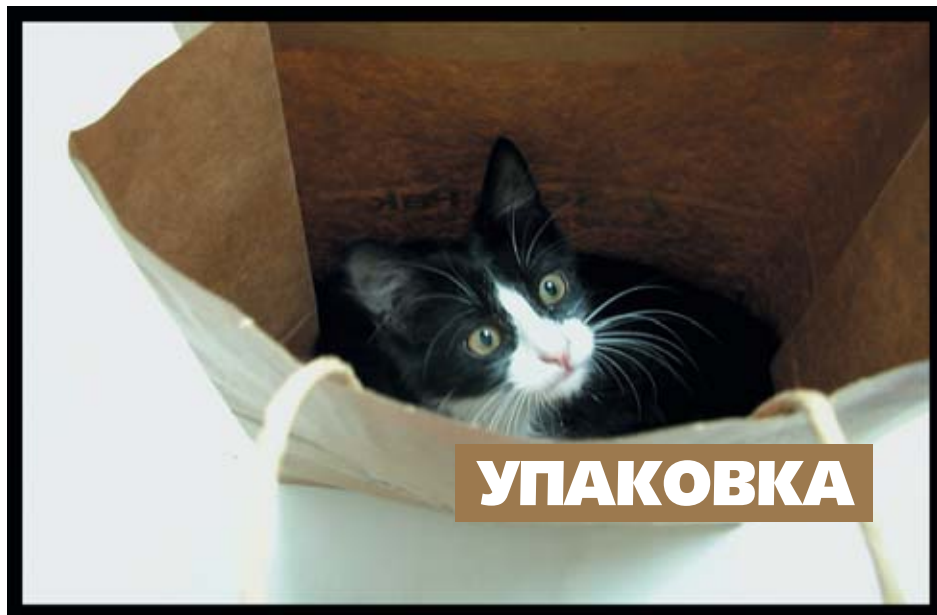
# ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ

НОМЕР 6 (84) ■ 2007

## РЫНОК ОСНАСТКИ: ТЕРМИНЫ

с. 22



### УПАКОВКА

#### В НОМЕРЕ:

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| КОТЫ, МЕШКИ<br>И МЕТАЛЛОРЕМОНТ | 3  |
| МЭТР ПОЛИГРАФИИ:<br>НОВОЕ      | 5  |
| LINIA DIGITAL                  | 9  |
| КОЛОНКА<br>ЗАХАРЖЕВСКОГО       | 10 |
| GENERATION II                  | 21 |
| ... И СЪЕЛ                     | 22 |

**Начали искать стек-  
лорез для бутылки...  
Но потом решили  
не травмировать  
психику офисного  
любимца**

А. Романов (с. 3)

**Упаковочный рынок  
будет развиваться.  
Мы видим перспек-  
тивы роста объемов  
в районе 7–10% в год**

С. Тарубаров (с. 4)

**Требуется уже не ис-  
кусство одного печат-  
ника, а культура всего  
производства и осо-  
бенно производст-  
венная и технологи-  
ческая дисциплина**

А. Макаренков (с. 7)



Сергей  
Николаевич  
ТАРУБАРОВ  
Группа POL.S.TAR  
Президент

**ГАРТ:** Сергей, наверное, на сегодняшний день в России нет другой крупной типографии, настолько диверсифицированной, как ваша.

**С. Т.:** Да, мобильность и диверсифицированность — наши основные преимущества. И такая стратегия себя оправдывает.

**ГАРТ:** Вы занимаетесь и производством журналов, и коммерческой печатью... А скажите, насколько важным направлением для вашей группы является производство упаковки?

**С. Т.:** Упаковка в общем обороте находится на втором месте, и развитие этого бизнеса — одна из наших приоритетных задач.

Первое место по обороту занимает журнальное производство. Как раз в данный момент идет монтаж еще одной рулонной машины.

(Продолжение на с. 4)



Александр  
Константинович  
МАКАРЕНКОВ  
«Упаковка»  
Генеральный  
директор

**ГАРТ:** Александр Константинович, тема этого номера точно соответствует названию вашей компании — разговор пойдет об упаковке. Как Вы пришли в этот бизнес?

**А. М.:** Сложилось так, что в 1995 г. меня пригласили в качестве антикризисного управляющего МГП «Производственное объединение «Упаковка», находившегося в подчинении Департамента по науке и промышленности московского правительства. Мне предстояло восстановить деятельность объединения, которое было объявлено несостоятельным (банкротом).

Объединение было создано в 1965 г., а самое старое из шести входящих в него предприятий — вообще в конце 19-го столетия. Производственные корпуса на территории обояной фабрики на ул. Промышленная

(Продолжение на с. 6)

мелованная бумага из Китая

**PRO**  
**MEGA**  
**COAT**



**Комус**  
П С Б К

|                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| Москва          | (495) 729-54-64 |
| Санкт-Петербург | (812) 325-51-21 |
| Екатеринбург    | (343) 377-73-93 |
| Новосибирск     | (3832) 27-66-84 |
| Казань          | (843) 518-54-54 |

|                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| Нижний Новгород | (8312) 69-37-28 |
| Самара          | (8462) 70-75-10 |
| Омск            | (3812) 40-17-78 |
| Краснодар       | (861) 274-62-48 |
| Челябинск       | (351) 799-20-55 |



**ГАРТ****Новости. Регулярно и компетентно.**

Ежемесячная газета для руководителей и ведущих специалистов издательских и полиграфических предприятий России

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

**Свидетельство о регистрации:** ПИ №77-5307**Адрес в Интернет:** www.gart.ru**E-mail:** gart@kursiv.ru**Учредитель:** издательство «Курсив»**Главный редактор:** Андрей РОМАНОВ  
andrei@romanov.ru**Ведущий редактор:** Екатерина ГЖИМАЛО  
kat@kursiv.ru**Адрес редакции:**

Москва, ул. Электровзводская, 37/4, стр. 7

**Для писем:** 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (495) 725 6001, 950 5324**Подписано в печать:** 24.08.2007**Отпечатано в** ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

**Телефон:** (495) 265 6108, 265 5553**Заказ №** 2252**Печать офсетная.** Тираж 4500 экз.

© Издательство «Курсив», 2007

Все права защищены. Перепечатка возможна

только с письменного разрешения издательства

За содержание рекламы редакция ответственности не несет

**КОТЫ, МЕШКИ  
И МЕТАЛЛОРЕМОНТ**

Как вам картинка на обложке? Ну, знаете, есть штамп про то, что дети и животные... Идеи были разные: начиная от бутылки, в которую животное будет засунуто, и заканчивая существенно более серьезными издевательствами. Уже начали искать стеклорез для бутылки, потом липкой лентой, потом графическая программа... но решили сэкономить усилия и не травмировать психику офисного любимца. Просто засунули его в пакет и сфотографировали. Пакет ведь — тоже упаковка. Кот, конечно, сопротивлялся, но мы решили пойти гуманным путем, чтобы ни одно животное, включая главного редактора, при съемках для обложки не пострадало.

Ну, и как всегда плавный переход к теме номера: если судить по интервью его участников, рынок упаковки у нас — тоже очень гуманный. Все трудятся в свое удовольствие, повсюду рост и процветание. На самом деле, наверное, это не так. Насчет гуманности после разговоров с питерскими и с производителями медицинской упаковки можно сказать, что гуманоиды — то есть. Даже среди заказчиков упаковки. Проблема в том, что их все меньше и меньше. Большинство же волнует только экономия на производстве. Самые низкие цены на упаковку. А низкие цены — это, как известно, путь вниз. Ну, об этом мы как-то уже писали...

Вот, опять вернулись к забытой теме производства оснастки для высечки, пообщались с основными игроками рынка. Похоже, за время нашего отсутствия там ничего не изменилось. Пока, во всяком случае. Потому что некоторые помнят о том, что рынок продавца рано или поздно становится рынком покупателя. Это когда клиент — как наш офисный кот. Все на него любят, каждый норовит погладить и накормить чем-нибудь вкусненьким. А он мурлычет как трактор «Беларусь».

В одном из интервью для определения производства оснастки для высечки применяется слово «металлоре-

монт». Так вот, при рынке покупателя этот «металлоремонт» и станет в конце концов именно металлоремонтом. То есть оснастку для высечки, так же, как ключи и заклепки на понтонные ремни, можно будет сделать на каждом углу. Правда, что-то с металлоремонтами у нас в стране после перестройки проблемы, мне кажется. Видимо, бизнес уже не такой выгодный. То есть, одну заклепку поставить — выгодно. Проблема в том, что ставить их приходится нечасто.

Правда, интервьюируемые вполне оптимистичны. А потребление оснастки на российском рынке растет пока еще высокими темпами. Несмотря на то, что уже пришли, и еще, я полагаю, придут сюда иностранные производители. Как пришли уже гравировальщики цилиндров для глубокой печати, например. Сами придут, но скорее купят кого-нибудь из наших. И я вас уверяю, что покупка кота в мешке здесь не пройдет — выбирать будут по строго определенным показателям. Породис-тых и с хорошим экстерьером.

**Андрей Романов,  
главный редактор****ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ  
ТЕМЫ  
БЛИЖАЙШИХ  
НОМЕРОВ:****ГАРТ № 7-2007:**  
РЕГИОНАЛЬНАЯ  
ПОЛИГРАФИЯ**ГАРТ № 8-2007:**  
РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**ГАРТ № 9-2007:**  
ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ**ГАРТ № 10-2007:**  
ПОСЛЕПЕЧАТНОЕВывод пластин  
на устройстве СТР и печать:  
ОАО «Типография «Новости»Бумага мелованная матовая  
Galerie Art silk плотностью  
130 г/м² предоставлена  
фирмой «Комус»

Сергей ТАРУБАРОВ

(Продолжение. Начало на с. 1)

Это пятикрасочный Harris M600 с двумя фальцаппаратами, который может делать 80 тыс. восьмистраничных тетрадоков в час.

Что касается бизнеса по печати рекламной полиграфии, с которого мы когда-то начинали, то он, можно сказать, «едет на автомате» и особых мер по развитию не требует.

**ГАРТ:** Тогда давайте поговорим о наращивании мощностей по производству упаковки. Ведь приобретение части оборудования МКПК уже не является секретом?

**С. Т.:** Да, сегодня это свершившийся факт. Поступило соответствующее предложение, и мы смогли выбрать из имеющегося оборудования то, которое оптимально дополнило наши производственные мощности — две листовые печатные машины Roland 706 в топовых конфигурациях. Очень хорошие машины! Первую специалисты HGS должны запустить через три недели.

Также приобрели трехсекционные автоматические прессы для высечки, пресс для тиснения, новый резальный комплекс Polar и фальцевально-склеивающие линии. Все оборудование, включая прессы для высечки, было протестировано, и результаты нас вполне удовлетворили.

**ГАРТ:** Кстати, есть разноречивые мнения по поводу наличия третьей секции в автоматической высечке. Мол не нужна она, заказов нет, оснастка дорогая...

**С. Т.:** У нас заказы есть, и использование секции разделения заготовок экономически оправдано. А на повторяющихся тиражах эффективность многократно повышается.

К тому же приобрели мы весь этот комплект на очень выгодных условиях. Гораздо дешевле, чем можно найти, например, в Европе.

**ГАРТ:** Даже с Вашим опытом таких сделок?

**С. Т.:** Однозначно, выгоднее. Правда, это секрет (смеется). Европа — это ведь еще транспортные расходы, таможня...

**ГАРТ:** На МКПК был еще комплект оборудования по производству оснастки для высечки.

**С. Т.:** Вот как раз его мы покупать не стали! Я считаю, что каждый должен заниматься своим делом. А когда есть надежный партнер по производству оснастки, то и задумываться о том, чтобы повесить на себя лишнюю обузу, не стоит. Мы работаем с «Лазерпаком», и нас все устраивает. Кстати, их же про-

сили протестировать оборудование для высечки в МКПК. Ребята отлично справились.

**ГАРТ:** Ну, хорошо, а какие планы по использованию оборудования?

**С. Т.:** Для нас это практически удвоение мощностей по производству упаковки. Объем переработки, планируемый по первому году на данную линейку оборудования — 10–12 млн долл. Один из плюсов приобретения уже работающего производства заключается в том, что есть возможность сохранить некоторую долю постоянных клиентов

**Для нас это практически удвоение мощностей по производству упаковки. Один из плюсов приобретения уже работающего производства заключается в том, что есть возможность сохранить постоянных клиентов**

и, что не менее важно — людей, которые работали на этом оборудовании.

Мы не тешили себя иллюзиями, но практика показала, что не менее 30% клиентов перешли к нам. Четверть коллектива тоже согласилась работать у нас.

**ГАРТ:** Но это означает, что придется проводить дополнительный набор сотрудников?

**С. Т.:** Практически нет. Сформирована вся необходимая инфраструктура, которая позволит эффективно эксплуатировать это оборудование.

**ГАРТ:** Сергей, а вот интересно, какова должна быть в типографии выработка на одного сотрудника?

**С. Т.:** Я эти цифры не считаю, но давайте проверим по прошлому году. Делим... Получается, что у нас выработка на сотрудника — 75 тыс. долл. в год.

**ГАРТ:** Для России это совсем неплохо.

**С. Т.:** Вам виднее (смеется).

**ГАРТ:** А где будете устанавливать все это оборудование?

**С. Т.:** На новой площадке — в Сходне. Хотели поставить туда рулонную жур-

нальную машину, но теперь планы поменялись.

**ГАРТ:** Кстати, как обстоят дела со строительством?

**С. Т.:** Первая очередь закончена. Это 4,5 тыс. м<sup>2</sup>. По планам там будет 15 тыс. м<sup>2</sup>, плюс второй этаж...

**ГАРТ:** Видимо, можно поздравить. Правда, в случае с МКПК то обстоятельство, что это был привлекательный объект недвижимости, только усугубило ситуацию...

**С. Т.:** Думаю, дело все-таки не только в месторасположении. МКПК — компания с длинной историей. Мы иногда пересекались у клиентов, так что можно сказать, что в какой-то мере целью ее покупки было устранение конкурента. Их ценовая политика в некоторых случаях была не самой разумной. Они демпинговали. Там ведь пару лет назад сменились владельцы. Люди совершенно из другого бизнеса. Поэтому, поставь я себя на их место, тоже принял бы решение его продать.

**ГАРТ:** А ни разу не закрадывалась в голову мысль, что история МКПК — свидетельство того, что рынок упаковки «загибается», как и этикеточный?

**С. Т.:** Упаковочный рынок будет развиваться. Цены немножко опустятся, но мы видим перспективы роста объемов в районе 7–10% в год.

А потом, кто Вам сказал, что этикеточный рынок «загибается»? Конечно, некоторые типографии испытывают трудности и даже разоряются, но рынок-то существует! Мы тоже печатаем этикетку.

**ГАРТ:** Кондитерскую, видимо, не пивную?

**С. Т.:** Да, в основном кондитерскую. Но имеем планы поработать и на рынке пивной этикетки — правда, напечатанной не офсетной, а глубокой печатью. Вторая линия, которую мы приобрели для производства сигаретной пачки, имеет опцию, позволяющую это делать. Просто надо изменить схему проводки материала.

**ГАРТ:** Интересно, а как дела с сигаретной пачкой?

**С. Т.:** Небольшое предприятие интересно для сигаретчиков тем, что может оперативно вносить изменения в дизайн, печатать пробные партии и т. п. Мы — как раз такое предприятие. Так что здесь все нормально, наращиваем мощности.

**ГАРТ:** Эту линию тоже неную купили?

**С. Т.:** Да, неный Chambon. Высокая производительность, семь красочных секций — для сигарет и этикетки вполне достаточно. Очень странно, что она

# СВЕЖИЙ НОМЕР И ВЕСЬ ГАРТ АРХИВ

[www.gart.ru](http://www.gart.ru)

была установлена в европейской журнальной типографии. Отработала всего 830 часов. Для такой машины это ничто.

**ГАРТ:** И снова приобрели по хорошей цене?

**С. Т.:** Да, правда, ее согласование заняло некоторое время.

**ГАРТ:** Сергей, если честно, неновое оборудование позволяет типографии зарабатывать столько же денег, что и новое?

**С. Т.:** Боюсь, после Ваших вопросов у читателей сложится обо мне неверное представление (смеется). У нас же не все оборудование неновое! Вот, кстати, не так давно купили в Курский POLS.TAR новую листовую печатную машину Spica.

Мы внимательно следим за состоянием парка оборудования и периодически обновляем его. Что же касается Вашего вопроса, то ответ положительный: неновое оборудование позволяет работать эффективно, тем более, что дилеры могут еще и предоставить под него выгодные схемы финансирования. Правда, все это справедливо при наличии определенного ноу-хау. У нас есть отлаженная структура, есть люди, которые знают, как поддерживать оборудование в работоспособном состоянии. Не все типографии могут позволить себе содержать такой персонал.

Но в целом, я считаю, что время оснащения типографии только новым оборудованием для нашего рынка пока еще не пришло. Люди считают деньги. Нужен разумный компромисс.

**ГАРТ:** Ну, сейчас все поставщики нового оборудования снимут у нас рекламу.

**С. Т.:** Зачем? Я просто выражаю свое личное мнение. Есть типографии, которые покупают только новое оборудование и вполне справляются, делают нормальный бизнес. Просто все зависит от того, какие задачи должна решать машина.



## МЭТР ПОЛИГРАФИИ: НОВОЕ

В этом году «Мэтр Полиграфии» немного изменился. Так, жюри конкурса теперь будет работать по новой схеме. Работам, отобранным на предварительном судействе, присваиваются баллы в соответствии с системой критериев. По результатам формируется шорт-лист, из которого впоследствии и выбираются победители.

Но это — не единственное изменение. В программе «Мэтра» появилось новое событие. В июле оргкомитет совместно с Сибирским Полиграфическим Союзом провели на Горном Алтае «Трофи 2007». Очевидцы утверждают, что это стоит повторить. Где — пока не решено, но участники «Мэтра 2007» приглашаются уже сейчас.

**Rely on us.**<sup>SM</sup>



**Flint Group** предлагает самый широкий ассортимент красок для печати по упаковочным материалам и этикеткам

- **Flint Group:** Водно- и органорастворяемые краски и лаки для глубокой и флексографской печати
- **XSYS Print Solutions:** УФ- и водорастворяемые краски для флексографской печати, УФ-краски для офсетной, трафаретной и высокой печати, а также широкий ассортимент лаков, клеев и специализированных красок для узкорулонной печати

**Flint Group**, следуя многолетней традиции, оказывает своевременную компетентную техническую поддержку и сервис, помогая своим заказчикам работать с максимальной эффективностью.

125171 Москва, Ленинградское шоссе 16, стр. 9, тел.: +7 495 775-1760

194100 Санкт-Петербург, ул. Новолитовская 15, офис 536, тел.: +7 812 380-3150

[www.flintgrp.com](http://www.flintgrp.com)

**FlintGroup**



**Александр Константинович  
МАКАРЕНКОВ**

(Продолжение. Начало на с. 1)

возводились в несколько этапов, причем строительство так и не было завершено. Пока строили, целевое назначение зданий менялось...

В те времена все было очень непросто. Например, на предприятии задолго до меня работало около 700 человек, в 1995 г. — 270, и у меня было указание никого не сокращать. Для сравнения: сегодня у нас работает 120 основных сотрудников. Штатное расписание рассчитано на 235 человек, но оно избыточно из-за разных уровней квалификаций по вакансиям, то есть существует возможность роста для сотрудников.

В серьезной реорганизации нуждались учет и система производства. При существующем тогда подходе к качеству найти новых заказ-

чиков для увеличения объема производства было сложно. Кстати, коммерческого отдела, который бы занимался их поиском, тоже не было, был отдел сбыта. Причем заказчики-то стояли в очередь, но им говорили: «Мы заняты, не мешайте работать». В общем, пришлось все это менять.

**ГАРТ:** А какую продукцию на тот момент производило предприятие и что собой представлял парк оборудования?

**А. М.:** Занимались изготовлением различной красочной упаковки из картона, включая коробки для тортов (ручное каширование и склейка), и парафинированной бумаги. Еще до моего прихода были приобретены две уникальные четырехкрасочные рулонные машины общей стоимостью около 5 млн долл., но их так и не запустили на проектную мощность. Подготовка работы для такой техники до-

статочно сложна с технологической точки зрения, не говоря уже о самой эксплуатации таких машин и их техническом обслуживании. Поэтому в момент моего прихода работали только секция вырубки и две печатные секции одной из них.

Кроме этих машин на улице Промышленной находилось много разного неэффективного оборудования, но было и оборудование, которое стало производственной основой ОАО «Упаковка» — четырехкрасочная и две двухкрасочные Планеты, а также девять тигельных прессов для высечки, низкая точность которых совсем не соответствовала двум имевшимся современным автоматическим линиям склейки. В результате, в смену удавалось производить 40 тыс. коробок. Сегодня на этих же линиях склейки мы делаем по 250 тыс. штук.

**ГАРТ:** Приобрели автоматические машины для высечки?

**А. М.:** Да, но это произошло существенно позже. Мы скооперировались еще с одной типографией. Через них вышли на немцев — производителей картона, и кредитора, которые предоставили нам картон с отсрочкой платежа и автоматическую высекальную машину Wira на условиях лизинга. Печатали в больших объемах пачки для сигарет «Прима» — по 28-35 млн в месяц. Потом был дефолт 1998 г., когда стоимость импортного чистоцеллюлозного картона выросла в шесть раз, а цены на упаковку — в четыре. Представьте, до кризиса в себестоимости картон составлял 35–45%. А при изготовлении сигарет — свыше 70%.

Приблизительно в это время произошел переход на сменную работу. Нам удалось сформировать коллектив, и с этого момента мы потихоньку стали превращаться в прибыльное предприятие.

**ГАРТ:** При этом все еще оставаясь государственным?

**А. М.:** Была сложная история: создание акционерного общества, продажа контрольного пакета, суды, последствия отмены решения о предыдущем акционировании...

Решение о преобразовании нашего предприятия в акционерное общество государственные органы принимали в 1996–97 гг. На протяжении следующих

**Тиражи выросли, но заказчики требуют отгрузки продукции поэтапно и в ассортименте, и мы (так бывает регулярно) ставим несколько заказов на один лист**

двух лет на разных этапах эмиссии ценных бумаг 35% акций получили сотрудники предприятия. В этот период контрольный пакет внезапно оказался у одного из крупнейших российских производителей кондитерской продукции. Причем меня об этом не проинформировали, хотя я был управляющим.

До этого мне поручалось продать акции, принадлежащие государству. Я вел переговоры и с немцами, и с корейцами, и с российскими предпринимателями, и с представителями крупных фирм и совместных предприятий. Но никто из отечественных, и тем более иностранных инвесторов акции приобретать не согласился. Их первый вопрос всегда был: «А как там с правами на землю?»



**ДЕТАЛЬНЫЙ ПОДХОД**

Принтэксперт. Специалисты по монтажу.  
Рулонные машины для печати журналов и послепечатное оборудование, бывшие в эксплуатации, <под ключ>.

Екатеринбург  
Телефон (343) 2161105  
Факс (343) 2161104  
info@printexpert.ru  
www.printexpert.ru

**ПРИНТЭКСПЕРТ**  
ТИПОГРАФСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ  
ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ / СЕРВИС

**ГАРТ:** Земли много?

**А. М.:** Не очень, 1,3 Га. Строения — 8 тыс. м<sup>2</sup>. Это больше, чем нужно, но в трех уровнях. Помещение для типографии не предназначалось, будь оно нормальным в одном уровне — мне бы хватило 3–4 тыс. м<sup>2</sup>. Просто неудобно! Размотка картона здесь, печать — там, высечка и склейка, складирование готовой продукции — все в разных местах.

Гонять ежемесячно 600 т картона по трем этажам — не самый разумный вариант организации производства, но так получилось.

**ГАРТ:** Здание в собственности?

**А. М.:** Здание — да, а земля в долгосрочной аренде. Выкупать ее мне кажется пока экономически невыгодным. Опять же, есть некоторая неопределенность с законодательством...

**ГАРТ:** Да, у всех одни и те же проблемы... Но давайте вернемся к упаковке. Это ведь основное из ваших направлений?

**А. М.:** Основное, хотя производственные возможности — самые широкие.

**ГАРТ:** У вас две печатные машины Komori. Кстати, одна из них, кажется, попала в аварию в процессе транспортировки с выставки?

**А. М.:** Интересно, что запас прочности оказался вполне достаточным, и она прекрасно работает! Я очень доволен обеими машинами.

**ГАРТ:** Та — пятерка, а новая — шестикрасочная?

**А. М.:** Да, и та и другая — с секцией лакирования. Шестикрасочная — это уже Lithrone S40, машина нового поколения. Печатник на ней — скорее оператор, и здесь требуется уже не искусство одного печатника, а культура всего производства и особенно производственная и технологическая дисциплина.

**ГАРТ:** Интересно, а шесть красочных секций плюс лак — не много для производства упаковки?

**А. М.:** Нет, не много. Тиражи выросли, но заказчики требуют отгрузки продукции поэтапно и в ассортименте, и мы (так бывает регулярно) ставим несколько заказов на один лист. Они часто однотипные, но используют различные дополнительные краски. Так что шести красок может и не хватить. Ну, а преимущества лака в линию всем известны.

**ГАРТ:** Судя по Вашим словам, упаковка — технологически-сложный вид продукции.

**А. М.:** Пожалуй, да. Иногда нам приносят заказы на журнальную печать из соседней типографии, и получается 12–15 приладок в смену. По качеству и технологичности эти работы на два порядка проще. А с упаковкой мы порой тратим более 3–4 часов на приладку, особенно когда одновременно предполагается печать с очень высокой и малой плотностью, с использованием смешанных красок наряду с триадными и фрагментов с маленькой площадью запечатки. И все это на макулатурном картоне.

Заказчик требует отсутствия разнотона, а технологические возможности и субъективные оценки цвета могут и не совпадать. Приборы тоже способны измерить не все. Но нам необходимо делать высококачественную продукцию и, главное, нужна повторяемость. В связи с этим, достаточно высокие требования предъявляются к персоналу. Сотрудников надо учить, но есть риск, что потом они «перебегут» на другое производство. Причем мы разработали свои программы обучения, потому что готового специалиста с улицы не возьмешь. Приходят люди, которые соответствуют нашим требованиям максимум на 30%. Даже если печатник имел пятый разряд, работая на другом предприятии, требуется до шести месяцев на его обучение.

# ЕСТЕСТВЕННОСТЬ ЦВЕТА



## КРАСКИ, ЛАКИ И ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



**ARETS**  
GRAPHICS



Универсальные триады:

**All Round, Nature Set, Fast Fresh IR**

Триада повышенной интенсивности: **Nature Intensive**

Триады стойкие к истиранию: **2002 MAT, Nature Board**

Краски по системе смешения **PANTONE**

Фолиевые краски

Флуоресцентные краски для видимой

и невидимой области спектра

Металлизированные краски

Защитные краски

УФ-краски

Лаки: масляные лаки, дисперсионные лаки, УФ-лаки

Вспомогательные материалы: большой ассортимент различных добавок для традиционных офсетных красок, УФ-красок и лаков, а также материалов для оптимального ведения печатного процесса

**PeaЛайн**

### МОСКВА

ул. Лапина, д. 17а, офис 608  
тел.: (495) 787-59-05  
факс: (495) 918-08-20  
e-mail: sales@realine.ru  
www.realine.ru

### ЕКАТЕРИНБУРГ

ул. Ленина, д. 49, офис 74  
тел./факс: (343) 355-15-12  
e-mail: realine\_ural@mail.ru

### САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ул. Заставская, 14А  
тел.: (812) 495-67-97  
факс: (812) 495-67-97  
e-mail: sale@realine-piter.spb.ru

### РОСТОВ-НА-ДОНУ

ул. 1-я Майская, д. 10, офис 1  
тел.: (863) 250-45-31  
факс: (863) 291-47-95  
e-mail: realinedon@aacnet.ru

**ГАРТ:** Так много?

**А. М.:** Да, так много. Ведь ему доверяются дорогие тиражи и машина, ремонт которой, если он «забыл где-то в печатной секции ключ», обойдется предприятию не в одну его годовую зарплату. Работа на предприятии состоит не только из офсетной печати. Это достаточно большая цепь операций: предпроизводственная подготовка (это отдельный, почти самостоятельный мир); подготовка картона или бумаги (размотка, резка, подрезка и т. д.); печать; УФ-лакирование, высечка с конгревом и без него; тиснение; контроль качества; фальцовка и склейка; упаковка; подготовка к отгрузке. Большая нагрузка на работников не только физическая, но и интеллектуальная. Приходится всем сотрудникам учитывать, анализировать и синтезировать большие объемы формальной и неформальной информации. Некоторые не справляются, уходят. Но система построена так, что любой сотрудник должен уметь делать любую нужную работу. Надо, наверное, добавить, что менеджеры у нас — еще и технологи. Они открывают заказ, отслеживают его прохождение заказа и закрывают.

**ГАРТ:** То есть, и Вы лично можете встать за печатную машину?

**А. М.:** Да. В настоящее время в отношении меня — это уже образно, но главные руководители предприятия в полной мере соответствуют этому принципу на деле. Иначе нельзя определить, в чем проблема технологической цепочки, сложно сформировать требования к сотрудникам и получить

уверенность при принятии решений. Я был офицером, и меня учили подчинять других людей своей воле. Это в сегодняшнем бизнесе — немаловажное качество, с одной оговоркой: люди добровольно приходят на работу и добровольно уходят. До «Упаковки» у меня в управлении был алюминиевый завод, научно-исследовательский институт и позднее, одновременно с

**Главные показатели — это ликвидная стоимость и производственный потенциал. В моем понимании — это некоторая инерция, которая позволяет, двигаясь по проселочной дороге, перескакивать мелкие ухабы, не снижая скорости**

«Упаковкой» — несколько более крупных предприятий в других регионах.

**ГАРТ:** А по образованию Вы...?

**А. М.:** У меня три образования. Первое — военно-инженерное, потом немецкое по банковскому управлению и американское экономическое, связанное с антикризисным управлением. И благодаря полученным знаниям я могу определить «координаты своего положения».

**ГАРТ:** Но немецкая и американская школы далеки от реалий нашей страны. Есть ли гарантия, что Ваши «ко-

ординаты» будут объективными?

**А. М.:** Они всегда субъективны, ведь я их определяю для себя и для своего бизнеса. Если затем прогнозы совпадают с моими ожиданиями, то это есть подтверждение моей «субъективной объективности».

**ГАРТ:** Тогда философский вопрос. Вы же ведь должны быть совершенно уверены в правильности своего решения, заставляя людей делать так, как скажете?

**А. М.:** Уверенность есть. Есть разработанная модель предприятия. Она учитывает многие факторы, в том числе влияние управляющих воздействий. И потом, я не один, у меня есть с кем советоваться и на кого можно положиться.

**ГАРТ:** А из каких экономических показателей складывается уверенность?

**А. М.:** Главные — это ликвидная стоимость и производственный потенциал. В моем понимании — это некоторая инерция, которая позволяет, двигаясь по проселочной дороге, перескакивать мелкие ухабы, не снижая скорости. Ну, чтобы компенсировать сезонные изменения рынка. И конкурентоспособность предприятия должна быть высокой.

**ГАРТ:** Ну, на танке или БТР это получится. А вот что будет с прибылью?

**А. М.:** Весь вопрос в том, что такое прибыль. Например, по американской модели прибыль — это просто по ошибке нераспределенные деньги.

**ГАРТ:** То есть, ошибка менеджмента предприятия?

**А. М.:** Фактически — да. Ликвидность и прибыльность — синонимы. Акционер предприятия может продать свою долю, и чем выше ликвидность, тем дороже. Когда создана нормальная система отчетности, все прозрачно.

**ГАРТ:** Интересно, а есть такой показатель, как оборот на сотрудника?

**А. М.:** Можно еще считать оборот на квадратный метр помещений, можно даже на кубический. Вопрос в том, зачем вам это нужно. В реальной жизни надо оценивать показатели в зависимости от цели. Иначе выводы, сделанные на их основе, могут оказаться не совсем корректными. А иногда — даже неправильными. Система показателей должна быть однозначной, позволяющей принять верное решение.

Типографии с выручками 50 и 200 тыс. существенно отличаются друг от друга, и их нельзя сравнивать по доходу на сотрудника. Я довольно долго занимался антикризисным менеджментом, и иногда жалею, что перестал. Подчас восстановить деятельность предприятия и придумать показатели, по которым оно станет привлекательным для инвестора, существенно проще, чем им потом управлять.

Одни показатели нужны для налогообложения, другие — для получения кредита, третьи — для продажи предприятия. Простой пример: налоговую инспекцию риски не интересуют. Так что руководить предприятием, являясь его собственником и понимая всю подоплеку бизнеса, достаточно сложно.

**ГАРТ:** Но Вы все-таки приобрели акции «Упаковки»?

**А. М.:** Да, приобрел. Просто потому что тогда никто больше не хотел их приобретать. Я о своем решении не жалею.

**ГАРТ:** Вы ведь занимались различной деятельностью, а остановились все-таки на упаковке. Самый доходный бизнес?

**А. М.:** Человеческая жизнь имеет две мотивации. Страх и интерес. Каждый выбирает свое. Я выбрал интерес. А деньги — просто некий элемент, который мне позволяет свои интересы удовлетворять.





### LINIA DIGITAL

Недавно компания «Линия График» пригласила нас на презентацию своего цифрового проекта. Подготовка к его осуществлению велась на протяжении трех лет. Ведь две работавшие в типографии машины Xerox DC 12 в масштабах «Линейки» можно считать, скорее, игрушками, чем базой для серьезного цифрового производства.

Новый финансово-независимый проект получил название LiniaDigital. После рассмотрения альтернатив в качестве его основы была выбрана циф-

ровая печатная машина NexPress 2500 в пятикрасочной конфигурации и с устройством глянцевого ламинации. Расхваливать оборудование, рекламы которого нет на страницах ГАРТ — не в наших правилах, но на этот раз придется сделать небольшое исключение. NexPress — действительно одна из лучших по качеству печати цифровых машин. А уж по массе и «железности» на  $\text{см}^2$  печатного поля является лидером.

Когда-то эти машины разрабатывались совместно компаниями Kodak и Heidelberg. Не так давно Heidelberg продал свою долю в совместном предприятии, поэтому проект LiniaDigital можно назвать знаковым для Kodak в России. Поставщик Kodak, который недавно стал эксклюзивным, видимо, тоже получит солидные преимущества. В этой связи нельзя не упомянуть и еще одного участника сделки — компанию «ММБ-лизинг», которая поддерживает проекты Kodak, осуществляемые в нашей стране.

Что еще? Мы хотели бы пожелать сил и терпения Наталье Болдыревой, на которую возложена ответственность за этот проект. Хотя, говорят, уже через месяц после начала коммерческой эксплуатации ЦПМ появились некие

финансовые результаты. Надо сказать, что рынок наш развивается не совсем параллельно зарубежному, в том смысле, что традиционные типографии мощные ЦПМ не очень-то покупают. Но пятая печатная секция и устройство для глянцевого ламинации позволяют оперативно выполнять заказы «стандартных» клиентов. Ясно, что при наличии такого круга заказчиков, как у «Линии График», можно быть спокойным за судьбу проекта LiniaDigital.

**Р. С.:** Сейчас много говорят о сертификации. О том, что поставщики должны иметь некий документ, подтверждающий соответствие требованиям клиентов. Но нам кажется, что выбор типографии «Линия График» говорит об оборудовании больше, чем любой сертификат. Поздравляем компании Kodak и «Амос» с реализацией такого проекта.

По словам представителя поставщика, он имеет в своей структуре пять обученных сервисных инженеров, и они смогут решить все возникающие проблемы. Надеемся. Потому что в противном случае нам придется снова отступить от правил и что-нибудь написать. Помните, мы любим «Линейку»!

# КРАСКИ HUBER

## СТАНЦИЯ СМЕШЕНИЯ

huber  
group

Hostmann-Steinberg RUS

125212, Россия, г. Москва,  
Головинское шоссе, д.5, стр.6

телефон:  
+7 495 221 6058

факс:  
+7 495 221 6068

e-mail:  
[info@hostmann-steinberg.ru](mailto:info@hostmann-steinberg.ru)  
[www.hostmann-steinberg.ru](http://www.hostmann-steinberg.ru)





Юрий  
ЗАХАРЖЕВСКИЙ

Сказать, что рынок упаковки развивается — значит ничего не сказать. Во времена клиенто-ориентированного маркетинга упаковка совершенствуется с фантастической скоростью и порой приобретает совсем уж причудливые облики. Сейчас за рубежом наблюдается интересное явление — появляются бутылки и металлические банки, напиток в которых получается непосредственно при открывании: в воде при этом растворяется содержимое капсулы или таблетки. Например, пластиковая бутылочка для напитка-энергетика содержит таблетку с питательными веществами, которая находится в колпачке и растворяется непосредственно перед употреблением. Есть даже вариант бутылки (фирма Irifini (США), позволяющий покупателю самостоятельно выбирать, какой именно вкус, цвет и аромат придать напитку — к ней прикреплены блистеры с концентратами.

С одной стороны, понятно, что за удобство придется платить. Но, с другой — упрощается процесс производства, дистрибуции и рекламы, следовательно, снижается себестоимость продукта. Не исключено, что скоро мы вновь услышим: «просто добавь воды!» Говорят, это очень полезно для окружающей среды, поскольку позволит в разы сократить количество упаковки. Только вряд ли такой экологически обоснованный подход обрадует ее производителей.

Борьба за чистоту окружающей среды вообще досаждала производителям упаковки. Например, с полиэтиленовыми пакетами начинают бороться, причем как на уровне торговых сетей, так и целых государств (Бангладеш, Занзибар). Канадское отделение Wal-Mart взяло курс на систематическое уменьшение веса упаковки по отношению к товару. Все это очень полезно... Но печально для производителей упаковки. Остается утешаться благом будущих поколений.

Есть, конечно, и приятные тенденции. Например, упаковка для жидких продуктов становится все меньше. Уже

не новость картонные емкости по 330, 250 мл и даже менее. Следовательно, повышается количество упаковки и ее доля в стоимости продукта.

### ХОРОШО ИМЕТЬ МОНОПОЛИЮ В УПАКОВКЕ...

Норвежская группа CVC Capital Partners и Ferd, владеющая компанией Elorak, хотела приобрести швейцарскую компанию SIG. На примере сектора ламинированной картонной упаковки для соков и молочных продуктов стремление производителей к созданию монополий особенно заметно.

## Раньше считалось, что упаковка — неис- черпаемый источник прибыли для нашей отрасли. Но, как и в случае с этикет- кой, производство рядовой упаковки становится все менее прибыльным

Причем крупные компании, например, Tetra Pak, выпускают не только саму упаковку, но и линии розлива. Это позволяет очень просто внедрять новые виды продукции (рис. 1), хотя цель таких новаций — не столько поиск оптимальной формы (существующие виды картонных пакетов достаточно функциональны), сколько привлечение покупателей и, главное, обеспечение самим себе монополии на упаковочном рынке. Ну а мелкие конкуренты не представляют опасности для гигантов, которые регулярно выпускают новые запатентованные типы пакетов.

### КАК НИ КРУТИ...

Известная марка соков Rich теперь выпускается в пакетах SIG Combibloc (рис. 2), а не Tetra Pak, как ранее. Почему это произошло? К сожалению, финансовая подоплека этой замены нам не известна — сейчас такие вещи покрыты мраком коммерческой тайны. Но мы можем видеть, что получилось.

Во-первых, изменилась форма. Если верить исследованиям покупательского спроса, то при одинаковом объеме упаковки покупатели предпочитают более узкие и высокие пакеты. Возмож-

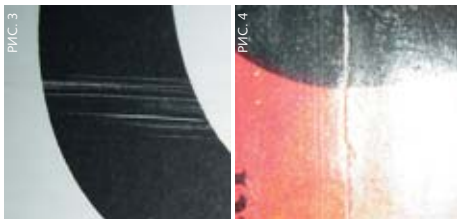
но, подсознанию они кажутся больше, чем низкие. К тому же такие пакеты удобнее для потребителей с маленькой кистью (особенно детей). Так или иначе, в этом плане новая упаковка выигрывает.

Во-вторых, изменился способ печати. Если раньше пакеты Rich запечатывались флексографским способом, то теперь — глубокой печатью. Последняя считается более качественной, особенно при воспроизведении полутонных изображений. Однако есть у замены и обратная сторона. Раньше печать производилась до ламинации картона полиэтиленом, теперь — наоборот. В результате изображение стало менее глянцевым. Между тем, исследования покупательского спроса утверждают, что глянец на упаковке — не менее важный фактор выбора, чем качество изображения. Недостатки печати можно компенсировать умелым дизайном, а вот отсутствие блеска — только лакированием, что означает дополнительные расходы.

Печать по ламинату имеет и еще один недостаток — на новых упаковках часто встречаются весьма заметные царапины (рис. 3).

Очевидно, они появляются в процессе розлива. В сущности, если присмотреться, таким же образом царапины были и прежние упаковки сока Rich (рис. 4), однако раньше повреж-





дения не касались красочного слоя. Как видите, что-то при замене улучшилось, что-то — наоборот. И еще вопрос, какие из этих изменений заметит потребитель...

### ШУТКИ ЗАКОНЧИЛИСЬ

В прошлом номере была статья об издательствах, которая, наверное, кому-то показалась не слишком оптимистичной. Хотя на самом деле я просто констатирую факты. А факт заключается в том, что жизнь у полиграфистов становится все сложнее. И не только у тех, кто печатает газеты, журналы и книги.

Несколько лет назад считалось, что уж упаковка-то — неисчерпаемый источник прибыли для нашей отрасли. Но, как и в случае с этикеткой, производство рядовой упаковки становится все менее прибыльным, в то время как для выпуска продукции

«премиум-класса» нужна очень и очень солидная техническая база. Так что, как ни крути, в любом случае получается, что дело это — не для маленьких типографий.

### ЦИТАТЫ...

«В секторе потребительской упаковки время небольших типографий уходит. Развитие рынка требует мощных производственных и финансовых ресурсов»

(Ю. Верещагин, «Харменс»  
генеральный директор,  
ГАРТ № 9/2006).

«В определенный момент стало ясно, что надо либо расширять производство и инвестировать дополнительные средства в оборудование, как это делает, например, А. Филатов (генеральный директор «Санкт-Петербургской образцовой типографии»), либо прекращать заниматься печатью упаковки...»

(С. Радванецкий,  
«Multiprint Северо-Запад»  
генеральный директор  
ГАРТ № 7/2006).



Третьего августа не стало Матвея Тарасова, коммерческого директора и совладельца группы компаний «Нисса».

Мы помним все, что он сделал для полиграфического рынка. И склоняем головы...

Продолжение успешной линейки Canon CLC — более 1000 инсталляций по России и СНГ.

**Canon** Отличная печать на дизайнерских и текстурированных бумагах высокой

плотности | Высокая стабильность цвета | Возможность резки, биговки, ламинирования без ограничений

# Canon

Суперусловия посетителям ПолиграфИнтер!

Системы цветной цифровой печати  
**CLC 5151/4040**

**NISSA | CENTRE**

«НИССА Центр»  
www.nissa-centre.ru  
www.best-color-copier.ru  
Москва (495) 956-7719  
Санкт-Петербург (812) 320-1420

Екатеринбург (343) 216-6906  
Новосибирск (383) 227-7171  
Ростов-на-Дону (863) 255-1248  
Киев (38044) 490-3460  
Алматы (327) 298-0298



**ЭКСПОНАТ**  
выставки 2007  
**ПолиграфИнтер**





**Вилли  
КЛАУС**

Компания Itraco

Руководитель отдела  
вырубных штампов

**ГАРТ:** Вилли, раз в год выходит номер журнала, посвященный оснастке для высечки. Давайте сравним ситуацию на этом рынке три года назад и сейчас: что изменилось в количественном и качественном отношении?

**В. К.:** На мой взгляд, тенденции сектора оснастки для высечки напрямую связаны с состоянием рынка упаковки. По нашим оценкам, на протяжении последних трех лет рост этого рынка в России составляет десятки процентов в год. И на сегодняшний день, по сравнению с 2003 г., он вырос уже почти в два раза.

Что касается качества, то его уровень повышается вслед за постоянно растущими требованиями конечных потребителей. Ведь вероятность того, что будет приобретен товар в более привлекательной упаковке, гораздо выше. В свою очередь, производители упаковки, следуя требованиям заказчика, вынуждены максимально улучшать не только ее качество, но и дизайн. Здесь, наряду с качественной печатью, очень важно качество вырубной оснастки, а значит и высококачественные расходные материалы и оборудование.

**ГАРТ:** Объемы производства упаковки из картона растут достаточно стабильно?

**В. К.:** Да. Этот рост будет продолжаться и далее. По статистике 2004 года на душу населения в странах СНГ потребление бумаги и картона составляло 35 кг, в то время как, в Америке и Европе оно было, соответственно, 340 и 240 кг. На основании этих цифр можно прогнозировать перспективы роста объемов производства упаковки в России.

**ГАРТ:** Рынок оснастки повторяет эту тенденцию?

**В. К.:** Безусловно. Ведь, если заглянуть в прошлое, раньше все производители упаковки производили вырубную оснастку сами. Приблизительно 10 лет назад появились первые компании, которые специализировались на изготовлении оснастки для высечки под заказ для производителей упаковки.

Первое высокопроизводительное оборудование для изготовления оснастки было поставлено нашей компанией в 2002 г. И за последние два года большинство производителей оснастили свои производства автоматическим оборудованием.

**ГАРТ:** Ваша компания — один из крупнейших в России поставщиков расходных материалов для высечки. По каким критериям Вы выбираете европейских производителей?

**В. К.:** Этих критериев много. Производственные мощности, культура производства и инвестиции в него, менеджмент и т. д. — все это является га-

**Частично требования  
к упаковке в России  
уже выше,  
чем в Европе,  
и ее качество ничем  
не уступает. Ведь  
многие мульти-  
национальные компа-  
нии производят свою  
продукцию  
на территории стран  
СНГ и, естественно,  
упаковку для них хо-  
тят получать там же.  
Требование этих  
компаний к качеству  
упаковки — очень  
жесткие, и они  
одинаковы  
по всему миру**

рантией стабильности производимых продуктов. Важным является и желание работать вместе с нами на рынке СНГ, а именно посещать клиентов — и не только для устранения возникших проблем, но и для помощи в поиске решений новых задач.

**ГАРТ:** Насколько велика разница между высококачественными и недорогими расходными материалами с технологической точки зрения? Наблюдается ли в этом секторе, как и в остальных, экспансия Китая?

**В. К.:** На сегодняшний день, за счет низкого качества китайских материалов, она незаметна, но расслабляться нам нельзя. Когда китайские производители дотянутся до сегодняшнего уровня качества европейских продуктов, мы должны уже стоять на более высокой ступени.

**ГАРТ:** Складывается впечатление, что каждый производитель оснастки для высечки работает с одним конкретным поставщиком расходных материалов. Так ли это?

**В. К.:** Не совсем так. Производители оснастки сотрудничают и поддерживают отношения со всеми поставщиками.

**ГАРТ:** Скажите, а удастся ли полностью удовлетворить требования клиентов по ассортименту материалов?

**В. К.:** В настоящее время мы способны полностью удовлетворить большинство требований любого клиента по ассортименту.

**ГАРТ:** Как Вы полагаете, как соотносятся доли простой оснастки для ручных прессов и сложной, предназначенной для высокоскоростной высечки в линию?

**В. К.:** И для высокоскоростных линий, где, как правило, используется сложная оснастка, может применяться очень простая. Главное, что на этих линиях производится основной объем упаковки. А для того, чтобы использовать полный ресурс такого оборудования, оснастка должна быть высококачественной. К тому же, от качества высеченной упаковки зависит и скорость работы упаковочной линии.

Кроме того, в связи с тем, что требования к качеству упаковки и самих товаров постоянно растут, при ее изготовлении и защите от подделок используются самые сложные современные технологии — конгрев, горячее тиснение, ламинирование и т. д.

**ГАРТ:** Насколько востребованы секции удаления облоя и разделения заготовок?

**В. К.:** Это также связано со скоростью изготовления. Ведь современные автоматические линии высечки работают с производительностью до 12 тыс. листов в час. Если это оборудование имеет три секции — высечку, удаление отходов и разделение заготовок — то отсюда следует, что во всех трех секциях должна быть единая скорость.

Надо сказать, что и сегодня многие предприятия все еще пытаются сэкономить на оснастке для второй и третьей секций. Однако за последние годы стоимость ручного труда значительно выросла. Востребованность

секций удаления облоя и разделения заготовок постоянно растет, и инвестиции в эти секции предприятиям придется делать.

**ГАРТ:** Какие новинки в этой области приходят на наш рынок из Европы?

**В. К.:** Все новинки появляются на рынке России и СНГ одновременно с появлением в Европе. Как пример можно назвать использование металлических контрплит с фрезерованными биговальными каналами.

**ГАРТ:** Российский рынок оснастки уже можно назвать цивилизованным? Что можно сказать о нем в сравнении с рынками европейских стран?

**В. К.:** Частично требования к упаковке в России уже выше, чем в Европе, и ее качество ничем не уступает. Ведь многие мультинациональные компании производят свою продукцию на территории стран СНГ и, естественно, упаковку для них хотят получать там же. Требования этих компаний к качеству упаковки — очень жесткие, и они одинаковы по всему миру.

**ГАРТ:** Сегодня во многих секторах рынка расходных материалов наблюдается тенденция к повышению цен. Затрагивает ли она сектор оснастки для высечки?

**В. К.:** Да. Это связано с тем, что при изготовлении оснастки используется сталь и продукты нефтепереработки. Растущий во всем мире спрос на это сырье создает закономерный дефицит и, как следствие, повышение цен.

**ГАРТ:** Поделитесь своими оценками рынка автоматического оборудования для изготовления штампов.

**В. К.:** Инвестиции в это оборудование будут нарастать высокими темпами, так как только такое оборудование позволит получить стабильность качества и повторяемость упаковки как для малых, так и для больших тиражей.

**ГАРТ:** Ваши клиенты — производители оснастки для высечки, кто они?

**В. К.:** Все. В большей или меньшей степени.

**ГАРТ:** Как клиенты распределены по регионам, масштабам? Наблюдается ли количественный и качественный рост?

**В. К.:** Естественно, в основном они сконцентрированы в центральной части России и на Северо-Западе — там, где находится основная часть полиграфических производств. И, конечно, в основном это Москва и Санкт-Петербург.

Количественного роста производителей мы не наблюдаем, так как для производства оснастки, а тем более

качественной, нужны большие инвестиции и накопленный опыт. Ну, а качественный рост и совершенствование клиентов можно видеть на любом отрезке времени.

**ГАРТ:** Вилли, а сколько производителей картонной упаковки сегодня производят оснастку самостоятельно?

**В. К.:** По нашим оценкам, их осталось не так уж много. Точное число назвать невозможно, но могу гарантировать, что оно постоянно уменьшается.

Основная причина в том, что специализированные фирмы по производству оснастки для высечки делают это дешевле, качественнее и быстрее. Они используют, как правило, автоматическое и полуавтоматическое оборудование, лазеры и т. д. У них работают высококвалифицированные специалисты с большим опытом работы и высоким уровнем знаний. А маленькие и средние предприятия не имеют всего этого.

Западные фирмы давно отошли от самостоятельного изготовления оснастки. Сейчас эта тенденция характерна и для рынка СНГ.

ITRACO

НОВЫЕ ВЫСОТЫ

**Краски J+S**

для ЛИСТОВОЙ ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ

Светостойкие

Универсальные



Новая серия **AS Color** — универсальная, для самых различных бумаг и конфигураций машин.  
 Серия **Offset Alu Spezial** — специального применения для бумаг с алюминиевым напылением.  
 Серия **Ancor Affichen** — с повышенной свето- и щелочестойкостью, для печати афиш, плакатов, дисплеев.



ПОСТАВКА ОБУЧЕНИЕ СЕРВИС

Компания ITRACO

Санкт-Петербург, тел: +7 (812) 329-2900, факс +7 (812) 329-2901  
 e-mail: [russia@itraco.ru](mailto:russia@itraco.ru), [www.itraco.ru](http://www.itraco.ru)

Представительства в городах: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Краснодар, Нижний Новгород, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Тверь, Алматы, Минск, Киев, Рига, Ереван.



**Владимир  
КОПЫЛОВ**  
«Лазерпак»  
Генеральный  
директор

**ГАРТ:** Владимир, не так давно Вы заявили о решении организовать производство ротационной оснастки. Расскажите об этом подробнее.

**В. К.:** Высокопарно выражаясь, история не оставляет нам другого шанса. Мы пробуем использовать этот шанс сейчас.

**ГАРТ:** Но ведь попытки составить конкуренцию производителю-монополисту уже предпринимались...

**В. К.:** Возможно, все дело в том, какие шаги компания делает на рынке. Это касается, в том числе, и кадровых вопросов, и позиционирования... Мы изначально установили себе высокую планку, и у нас большие амбиции.

Мы понимаем, что начиная фактически новый бизнес (а именно так нужно рассматривать производство ротационной оснастки для высечки по сравнению с плоской), приходится вкладывать сразу и много. Причем вкладывать не только в оборудование, площади и складские запасы с полумуфтами и ножами, но и в «мозги». В эксперименты. Это тоже деньги, причем серьезные.

**ГАРТ:** Еще и организационные вопросы.

**В. К.:** Да. Конечно, мы ожидали, что они будут, но по мере приближения их становится все больше и больше. Я считаю, что мы сдела-

ли в этой ситуации правильный ход: пригласили бывшего руководителя одного из ведущих немецких производств. Не сомневаюсь, квалификация российского инженерного персонала в разы превосходит квалификацию

**Клиенту  
приходится  
выбирать:  
либо ждать,  
либо заказывать  
оснастку  
в Германии или  
Польше. Значит,  
это рынок  
продавца,  
и второму-третьему  
производителю место  
на нем тоже  
найдется**

сотрудников любой европейской компании, но есть элементарный фактор времени. Если человек занимался этим 15–20 лет, ему не составит труда организовать процесс.

**ГАРТ:** Придется переориентировать и продавцов?

**В. К.:** Да, и я понимаю, что это тоже непростой момент. Но ведь любой крупный производитель гофротары хочет иметь альтернативного поставщика оснастки! Предварительные переговоры это подтверждают.

**ГАРТ:** А сколько сегодня таких вот крупных производителей?

**В. К.:** Не больше одного-двух десятков...

**ГАРТ:** Придется побороться, если не собираетесь оставаться «вторым эшелон».

**В. К.:** Да, наш конкурент — безусловный лидер, причем, я думаю, не только в России. Уровень квалификации — высочайший. Но при

этом есть очевидные проблемы: с оборудованием, загрузкой, очередностью выполнения заказов, логистикой.

**ГАРТ:** То есть, все то же самое, что будет у Вас. Оборудование — такое же, транспортные вопросы — те же.

**В. К.:** Но очередь в пике загрузки у них доходит до нескольких недель. Клиенту приходится выбирать: либо ждать, либо заказывать оснастку в Германии или Польше. Значит, это рынок продавца, и второму-третьему производителю место на нем тоже найдется.

**ГАРТ:** А если первый «продавец» увеличит производственные мощности?

**В. К.:** Если мощности будут удвоены, нам станет сложнее. Но бизнес — это всегда конфликт между желаниями собственника вложить деньги в развитие существующего производства или создание нового бизнеса и потратить их на что-то другое. Так что шанс есть.

**ГАРТ:** Может быть, Вы просто очень оптимистично смотрите на вещи? Или поставщик оборудования нарисовал радужные перспективы?

**В. К.:** Ну, ни один поставщик уже давно не может оказать влияние на мое «мировосприятие». (смеется) А что касается оптимизма, то по мере увеличения долгов компании (а в связи с ростом мы, естественно, кредитуемся, работаем с лизинговыми компаниями), я становлюсь «консервативным оптимистом». Деньги — такая штука, что их всегда надо отдавать, и здесь все приходится просчитывать более аккуратно. Мой консервативный прогноз: еще год мы будем просто осваивать ротационную оснастку как продукт, отрабатывать технологию и т. д.

**ГАРТ:** И при этом платить зарплату немецкому управляющему?

**В. К.:** Ну, его мы не будем держать здесь целый год.

be converted  
ИЗМЕНЯЙСЯ

Компания LASERPACK  
Год основания — 1998  
выпускает оснастку —  
для высечки (штампформы)  
для вырезки (шаблоны) из картона, бумаги,  
пластика и других материалов

1 2 3 4 5

**Вырубная оснастка  
(штампформы) для высечки**

141190, Фрязино, Заводской проезд, д.3  
http://www.laserpack.ru  
info@laserpack.ru  
+7 495 7771317; +7 495 2217988; +7 496 5658611

Converting tools for diecutting;  
Software for packaging design;  
Equipment for production of corrugated

tools for diecutting  
for packaging design  
for production of corrugated



# СИМВОЛ УДАЧИ

福

УДАЧА

ПОЕТ ТЕТИВА  
СЕРДЦЕ ЛЕТИТ ЗА СТРЕЛОЙ  
ЗДРАВСТВУЙ, УДАЧА

## FFEI LUXEL V8 HS

Самое высокоскоростное устройство СТР с оптической системой High Speed и быстрой автоматической загрузкой-выгрузкой. Оптимально для применения в типографиях, выпускающих смешанную продукцию, включая высококачественную коммерческую, книжно-журнальную и газетную



# FUJIFILM

Японская корпорация, мировой лидер в разработке технологий, производстве оборудования и расходных материалов для полиграфической промышленности



**YAM INTERNATIONAL**

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57  
ТЕЛ.: (495) 234 9000, 332 6420  
E-MAIL: [INFO@YAM.RU](mailto:INFO@YAM.RU)

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 495 5552

НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (383) 22 77 007

ЕКАТЕРИНБУРГ, ТЕЛ: (343) 234 4493

РОСТОВ-НА-ДОНУ, ТЕЛ: (863) 223 2155

КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700

МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 287 2970

АЛМАТЫ, ТЕЛ: (727) 317 7981, 317 7982

[www.yam.ru](http://www.yam.ru)



**ОБОРУДОВАНИЕ FUJIFILM НА ПОЛИГРАФИНТЕР 2007**

ЭКСПОЗИЦИЯ

ЗАЛ

СТЕНД

ПЛОЩАДЬ

м<sup>2</sup>

**YAM INTERNATIONAL**

**12**

**B1041**

**1200**



Он будет работать «вахтовым методом». Попробуем сами, набьем шишек, и уже когда у людей появится способность задавать вопросы, призовем на месяц этого руководителя.

**ГАРТ:** Все вы — романтики этого бизнеса, и ваши романтические настроения приводят к тому, что вы продолжаете вкладывать деньги и кормить банки и лизинговые компании.

А сколько этажей в своем здании вы освоили?

**В. К.:** Освоили первый этаж и подвал. Сейчас делаем ремонт второго этажа. К середине сентября придет оборудование, и нам надо успеть часть производства с первого этажа перенести на второй.

В общем, нам еще строить и строить. Но это нужно делать сейчас, потому что очевидно, что скорость удорожания рабочей силы — катастрофическая, как и скорость падения рентабельности производства в России. Надежды на то, что курс будет стабильным в среднесрочной перспективе — тоже никакой. Это очевидные вещи. Они не зависят от наших желаний, но ясно, что через два-три года надо будет «слить» курс, иначе страна станет слишком дорогой, и мы не сможем отправлять на экспорт ничего.

Сейчас рубль растет, и деньги можно отдавать достаточно легко. Рентабельность высокая. Конкуренции — просто нет.

**ГАРТ:** Как это?

**В. К.:** Так исторически сложилось, что у каждого производителя оснастки есть свой круг клиентов. При этом работаем мы сейчас по немецким ценам, а итальянцы, в нашем понимании, просто «страшно демпингуют».

И еще такой момент: реальных инвестиций в оборудование сейчас российские игроки не делают. Есть вложения в восстановление изношенных фондов. Все, кто

купил лазерные станки, не увеличили мощности, а фактически заменили устаревшее оборудование новым. А это значит, что еще по крайней мере год будет сохраняться дефицит, и мы (производители оснастки) сможем диктовать цены. Кстати, осенью планируем повышение. Не удивлюсь,

**Ясно лишь  
одно: в будущем нас  
ожидает этап  
усиления  
конкуренции,  
разорений  
и слияний —  
вот тогда можно  
будет вернуться к этой  
теме и поговорить о том,  
кто продал  
бизнес и почему. И кто купил**

если все остальные последуют нашему примеру.

Но мы отвлеклись. Вся эта цепочка рассуждений говорит о том, что пока есть восходящий тренд, и можно и нужно вкладываться в оборудование.

**ГАРТ:** Оборудование МКПК покупать не хотите?

**В. К.:** Если бы мы обсуждали эту тему лет 5–7 назад, может быть, это было бы интересно. Теперешнее состояние этого оборудования нас не устраивает.

**ГАРТ:** Но оно, наверное, и стоит недорого...

**В. К.:** Это не имеет значения. Зачем заниматься ненужной работой? В силу исторических причин мы сами разрабатывали множество разных вещей, но сейчас

стараяемся свернуть все эти направления.

В свое время сделали четыре лазерных станка — они успешно работают. А два плоттера для фрезерования контрматриц использовали до той поры, пока не купили немецкий. Теперь он перекрывает все, и смысла в наших уже нет. Но как дублирующие они остаются, потому что и немецкое оборудование имеет свойство ломаться, вставать на регламент и т. д. А самостоятельностью мы уже наелись. На каком-то этапе это было выгодно, сейчас — нет.

**ГАРТ:** Для ротации покупаете импортный лазер?

**В. К.:** Да. Лазерная установка — такая же, как для плоских штампов, просто добавляется опция — барабан с вращением. Даже особых нюансов в проектировании нет.

Меня поначалу все это пугало. Когда лет пять назад на семинаре рассказывали об особенностях проектирования ротационной оснастки, я не понял ни единой фразы. Потом, вникая в тему, пришлось почитать «научно-популярные» руководства о ротационной оснастке. Оказалось, что на уровне здравого смысла все понятно.

**ГАРТ:** В чем же тогда подвох?

**В. К.:** Как я себе представляю, он кроется в мелочах, касающихся внедрения. Повышаются требования к квалификации операторов оборудования, разработчиков — от них требуется некая совокупность знаний: какую резину, как наклеить, как убедить клиента, что пора поменять бандаж, перетачивать их почаще и т. п. Нужно быть большим технологом в части оборудования.

**ГАРТ:** Наверное, специалисты по автоматическим прессам для высечки у вас не хуже, чем в типографиях?

**В. К.:** Не хуже, а лучше! В этом году ввели должность

главного технолога. До этого знания передавались verbally, а это означает полное отсутствие технологических требований. Потому что все, что из уст в уста — это «металлоремонт», то есть ремесленничество. Но уже есть понимание того, что нужно работать над подготовкой кадров, которая требует определенной технологии. Их знания должны нанизываться на некий стержень, а этим стержнем может быть только более или менее четко прописанный технологический процесс. Только когда кадры воспроизводятся, технологический процесс прописан, а качество контролируется, можно говорить о более или менее четкой регламентации, стандартизации, ввести добровольную сертификацию и позиционировать компанию на ее основе.

Этим летом Европейский союз производителей оснастки введет в действие требования по стандартизации производства. Есть там — будет и у нас. Это нормально. Профессиональные сообщества должны устанавливать определенные регламенты, к которым на добровольной основе все члены этого сообщества вольны присоединяться либо не присоединяться. Это честно по отношению к потребителю, потому что он должен покупать продукцию «с открытыми глазами». Скажем, мы делаем гарантированный второй сорт, подтвержденный сертификатом, потому что у нас есть вот такой технологический процесс, контрольное оборудование.

**ГАРТ:** Точность ведь можно измерять только на высечке, видимо?

**В. К.:** У нас есть плоттер с видеокамерой, с помощью которого можно отслеживать точность изготовления. Микронная точность не требуется. Нужны сотки, но в некоторых случаях можно ограничиться и десятками.

Ведь только держа качество продукции под контролем, мы можем что-то гарантировать клиенту.

**ГАРТ:** Но сегодня этого ни у кого нет.

**В. К.:** Нет, потому что это сейчас не является востребованным. Но это будет необходимо для определенного рода продукции через некоторое время.

**ГАРТ:** Определенный продукт — это мелкая упаковка?

**В. К.:** Да, фармацевтика, а может быть и рынок табачной продукции, если мы в перспективе на него выйдем. Ведь если раньше все эти технологии «сэндвичей» и «дурамаров» казались какими-то заоблачными чудесами, то сейчас эти требования нас уже не смущают. Качество продуктов вполне сопоставимо.

Точные штампы нужны везде, где используются стальные биговальные пли-

ты с фрезерованными каналами. В том числе и на длинных тиражах. Этот рынок только формируется, и я не знаю, есть ли еще кто-то кроме нас, кто делает штампы на фанерной основе в комплекте с фрезерованной плитой. Пока возим плиты из Швейцарии.

Мне очень нравится фраза «сопутствующий продукт». Это услуги, на которых не делаются деньги, но которые являются неотъемлемой частью продуктовой линейки, предлагаемой крупному клиенту.

**ГАРТ:** А много у вас таких крупных клиентов?

**В. К.:** Недавно смотрели статистику: 85% выручки приносят простые фанерные штампы. Никаких иллюзий.

**ГАРТ:** А какая в основном объеме доля оснастки для автоматических машин?

**В. К.:** Думаю, порядка половины. В прошлом году, когда пакет заказов у нас оказался

больше, чем мы реально могли сделать, для работы с клиентами были введены статусы А, В, С. Компании группы А — те, которые дают 50% прибыли. Их около 40. Еще 30% — это порядка 100 компаний. Ну, и оставшиеся 200–300 компаний принадлежат к категории С. А всего заказы размещают порядка 300 компаний ежемесячно.

**ГАРТ:** Владимир, как Вы думаете, что будет с рынком оснастки лет через пять?

**В. К.:** Предугадать, куда подует ветер через 3–5 лет не так просто. На мой взгляд, в получении контроля над производством оснастки так или иначе должны быть заинтересованы либо производители оборудования, либо производители упаковки (я имею в виду объединения).

**ГАРТ:** То есть, надо понимать так, что Вы готовите компанию на продажу?

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР  
АРХИВ НОМЕРОВ  
КОНФЕРЕНЦИЯ

**Обсудим?**  
[www.kursiv.ru/GART](http://www.kursiv.ru/GART)

**В. К.:** Нет ничего непродávаемого. Дело лишь в цене вопроса. (смеется) Если цель продажи — фиксация прибыли, то эту меру не надо откладывать. Наоборот, делать это надо в ближайший год, на восходящем тренде. Но это не про «Лазерпак».

Ясно лишь одно: в будущем нас ожидают этапы усиления конкуренции, разорений и слияний — вот тогда можно будет вернуться к этой теме и поговорить о том, кто продал бизнес и почему. И кто купил.



## УСПЕШНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

визитная карточка партнера

ОАО ИПП «Уральский рабочий» является одной из крупнейших и старейших типографий в Уральском Федеральном округе и в России. В прошлом году типография отметила свое 80-летие. Взятый курс на модернизацию основных фондов, позволил значительно обновить оборудование, уйти от проблемных участков в производстве, довести выпуск книг в твердом переплете до 350,0–450,0 тыс. в месяц, брошюр до 250,0 тыс., газет около 12,0 млн. экз., приведенных к формату А-2.

Говорит главный инженер типографии **Гулак Александр Васильевич**: «Понятно, что наращивание производственных мощностей происходило с дальнейшим углублением технологических процессов, использованием все новых материалов в производстве, расширением спектра технологических возможностей предприятия. Одним из таких направлений было использование офсетных красок Flint Group серии Lito-Star SPX для печати на мелованных бумагах и SPX-BOARD для печати на мелованных картонах, поставщиком которых является компания PrintHouse. При оперативном реагировании поставщика на все нюансы возникающие при использовании этих материалов, мы смогли значительно снизить риски работы на мелованных бумагах и добиться хорошего качества печатной продукции. Наши партнерские отношения установились с 2002 года и с тех пор продолжают активно развиваться».



МОСКВА

Тел.: (495) 937-5151

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Тел.: (812) 449-2141

КАЗАНЬ

Тел.: (843) 542-4516

СИБИРЬ

Тел.: (383) 212-0124

УРАЛ

Тел.: (343) 355-9026

ЮГ

Тел.: (863) 252-4102

КАЗАХСТАН

Тел.: (3272) 49-1878



РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПОЛИГРАФИИ

• [www.printhouse.ru](http://www.printhouse.ru)



# самые нефигтивные мероприятия



объединенная  
рассылка  
ПО БАЗЕ ДАННЫХ  
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ

DIRECT PRO

\$450\*

ЗА РАССЫЛКУ  
ОДНОГО ЛИСТА А4\*\*  
В КОНВЕРТЕ С ЖУРНАЛОМ  
ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ

Мы предлагаем Вам самый эффективный канал доставки Ваших маркетинговых материалов. Это персональная почтовая рассылка по базе данных журнала ГАРТ. Издание существует более пяти лет. База данных постоянно обновляется.



**GART DIRECT**

Москва,  
ул. Электrozаводская  
д. 37/4 стр. 7

Телефон/факс:  
(495) 725 6001

www.gart.ru  
E-mail: gart@kursiv.ru



**Максим  
ФИЛАТОВ**

Полиграфспецнаб  
Генеральный  
директор

**ГАРТ:** Максим, ваша компания занимается сразу несколькими направлениями бизнеса, связанными с рынком оснастки для высечки. А что главное?

**М. Ф.:** На самом деле, наши объемы продаж оборудования и материалов для высечки практически равны, поэтому одинаково интересно и то, и другое.

**ГАРТ:** И еще производство?

**М. Ф.:** Да, мы оказываем услуги по изготовлению упаковки с высечкой, сложной отделкой и клейкой. Есть свое отделочное производство: тигельные и трафаретные машины, прессы для припрессовки фольги...

**ГАРТ:** Вы поставляете китайское оборудование для изготовления упаковки. А материалы?

**М. Ф.:** Китайские — не поставляем. Нет смысла. Ни для нас, ни для потребителей. Допустим, даже получится разница в цене линеек на 50%. Но она практически не повлияет на стоимость оснастки. А вот ответственность за то, что коробки потом не складываются или недорублены, может оказаться существенной. Китайские линейки не исправят положения с себестоимостью, а брака при высечке могут наделать очень много.

**ГАРТ:** Почему же тогда вы продаете китайские тигельные машины?

**М. Ф.:** А вот это уже совсем другая история. Когда машина стоит в четыре раза

меньше, чем европейская, но при этом имеет аналогичные характеристики — зачем платить больше?

Можно купить две-три. У нас есть вся необходимая структура для их обслуживания. Есть сервисная служба, склад запасных частей. Запчасти из Китая при необходимости можно получить службой экспресс-доставки.

Ну, сломается китайская машина. Простоит день, пока мы не справимся с проблемой. Но ее простой обойдется владельцу в десять раз дешевле, чем простой маши-

## С точки зрения эффективности китайское оборудование может дать фору многим европейским моделям

ны европейского производства. Спорить с этим фактом не сможет никто. С точки зрения эффективности китайское оборудование на сегодняшний день может дать фору многим европейским моделям. Года три назад надежность и качество были существенно повышены.

Мы продаем 5–7 тигельных машин в месяц. Кроме того, фальцевально-склеивающие линии, кашировальные машины, станки для трафаретной печати... Кстати, поставляем и итальянское автоматическое оборудование для производства оснастки.

**ГАРТ:** Вернемся к материалам для изготовления оснастки. Что сегодня происходит на этом рынке?

**М. Ф.:** Ситуация нормализуется. Есть небольшие игроки, которые пытаются заняться поставками материалов для производства оснастки, но я сомневаюсь, что у них есть какие бы то ни

\* КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ \$150.  
СКИДКА ДЛЯ ЧЕТЫРЕХ И БОЛЕЕ ЛИСТОВ — 25%

\*\* ЛИСТЫ МЕНЬШЕ А4 ПРИРАВНИВАЮТСЯ К А4. ПЛОТНОСТЬ БУМАГИ ДО 150 г/м².  
ПРИ БОЛЬШЕЙ ПЛОТНОСТИ БУМАГИ ВОЗМОЖНЫ НАЦЕНКИ

было перспективы. Можно, конечно, съездить в Европу, купить две три упаковки линеек и пытаться их здесь потом продать...

**ГАРТ:** А Вы-то как «ввязались» в этот бизнес?

**М. Ф.:** Подловили! (смеется) Именно так и ввязался, только это было много лет назад. Тогда заниматься этим бизнесом было достаточно легко, если с умом подходить. Легко и интересно. Постепенно пришли к тому, что имеем сейчас. Нет таких производителей оснастки, которые нас не знают, и нет такого производителя оснастки, которого не знаем мы.

**ГАРТ:** «Узок круг этих людей...»?

**М. Ф.:** Да. Если сравнивать, например с Францией, то один дилер нашего производителя линеек продает там 2 млн м. А мы все в России пытаемся «вымучить» 1 млн.

**ГАРТ:** Число поставщиков не растет?

**М. Ф.:** Пока нет. Есть, конечно, вероятность появления нового поставщика, но она не так уж велика. Хотя я такого варианта не исключаю.

**ГАРТ:** Придет кто-то новый? Но все основные производители материалов уже «разобраны». Как же?

**М. Ф.:** Да нет, наверное, можно договориться с дилерами заводов в других странах и завести единоразово партию «серого» товара — такие попытки есть. Но это не бизнес. Здесь нельзя говорить о стабильности, а стабильность — это главное, что ценят клиенты.

**ГАРТ:** Максим, а каким Вы видите рынок производителей оснастки для высечки?

**М. Ф.:** Это интеллектуальный бизнес. И еще семейный. Даже самый крупный производитель штампов в Европе — семейная фирма.

**ГАРТ:** Но это очень большая компания...

**М. Ф.:** Большая среди производителей оснастки. Но по

сравнению с производителями линеек те, кто забывает их, существенно меньше.

Недалеко от Милана есть небольшой городок, в котором 17 компаний, производящих оснастку. И всем хватает работы. Есть крупные, с числом сотрудников 70 человек, а есть и те, где работают трое.

**ГАРТ:** Крупные выходят и на российский рынок.

**М. Ф.:** Ну, от того, что приходят иностранные игроки, ничего не изменилось. Они сегодня делают оснастки — как небольшая московская компания. И это хорошо. Я думаю, что российские производители набрали достаточную силу для того, чтобы не пустить на наш рынок иностранные компании. В крайнем случае, всегда есть возможность объединиться для борьбы с интервентами. И еще: приходя в Россию, западные компании очень слабо себе представляют, что такое русские рабочие. Ду-

маю, это могут вынести только русские директора, и бояться западных производителей нам не стоит.

**ГАРТ:** Но на смежных рынках они наступают.

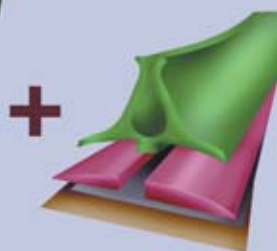
**М. Ф.:** Что Вы имеете в виду? Гравирование валов для глубокой печати? Этот рынок существенно отличается от нашего. Он требует серьезного оборудования. Наш же похож, скорее, на рынок производства клише.

А оснастку для плоской высечки можно сделать на кухне лобзиком. И таких производителей немало. Когда небольшой клиент приезжает к нам из Сибири, он покупает линейки не на один заказ...

Но вообще-то у нас есть клиенты, которые, покупая понемногу, по суммарному потреблению опережают крупнейших производителей оснастки. Seriously! Хотя конкуренты не верят.

## Все для производства картонной упаковки:

оборудование,  
расходные материалы  
и технологии



- Тигельные прессы
- Ламинаторы
- Кашировальные машины
- Линии склейки
- Трафаретные машины
- Прокатные станки для гофротары

- Оборудование для производства штанц-форм
- Режущие, биговальные и перфорационные линейки
- Эжекторные резины и полиуретаны
- Приправочные материалы
- Биговальные матрицы и многое другое...

[www.iadd.ru](http://www.iadd.ru)

ЗАО «ПОЛИГРАФСПЕЦНАБ»

Москва, Ярославское шоссе, д.5 Тел./факс: (495)188-5897, 188-2556, 182-3329, 182-6410, 107-6267, 109-9667



**Сергей  
ШЕВЦОВ**  
«Регул-Т»  
Генеральный  
директор

**ГАРТ:** Сергей, в этом номере мы решили поговорить о рынке оснастки для высечки. Ваша компания — один из ведущих поставщиков расходных материалов для этого сектора.

**С. Ш.:** Совершенно верно. Оборудование и материалы для изготовления оснастки с 1998 г. являются одним из основных направлений бизнеса. Кроме того, мы представляем на российском рынке итальянское оборудование Agnati и Castaldini для производства гофрокартона и упаковки из него.

**ГАРТ:** А есть сегодня в России рынок для дорогих машин?

**С. Ш.:** Да, есть. И динамика у него хорошая, поскольку в этой отрасли как раз назрела необходимость в обновлении парка оборудования. И на сегодняшний день к нам обращаются очень серьезные клиенты — крупнейшие отечественные и иностранные производители. Мы участвуем в тендерах. Без этого сегодня уже не обойтись.

Свою нишу на рынке занимает и китайское оборудование, прежде всего, в силу его дешевизны, но если говорить об уровне качества, то вопросов ни у кого не возникает. Итальянское же оборудование стоит значительно дороже, оно более технологичное и намного производительнее.

**ГАРТ:** Наверное, не каждый может себе такое позволить?

**С. Ш.:** Да, пока гофроагрегаты, которые мы предлагаем на российском рынке, работают у крупнейших производителей упаковки. Но я полагаю, что через некоторое время клиентами станут и не самые крупные региональные производители.

**ГАРТ:** Странно, что какой-нибудь крупнейший потребитель гофротары из Липецка импортирует ее из Европы, если все можно сделать здесь.

**С. Ш.:** Вот мы сейчас сидим и пьем кофе. В Европе он мог бы обойтись нам существенно дешевле, чем в Москве. При сравнимом уровне качества заведения. Есть некоторые специфические факторы. И мне кажется, что сектор гофроупаковки не может идти вразрез с общеэкономическими тенденциями.

**ГАРТ:** Но мы же делаем все, что необходимо для гофры. Ну, разве что клей можно импортный купить...

**С. Ш.:** Видимо, существуют другие подводные камни. Например, ограниченные технические возможности имеющегося оборудования. Тем не менее, число производств гофротары растет, и среди них есть как бюджетные проекты, так и производства европейского класса.

**ГАРТ:** Давайте перейдем к рынку оснастки. Вы же поставляете и лазеры?

**С. Ш.:** Да, поставляем оборудование марки Lasercomb.

**Наличие лазера в производстве оснастки для ротационной высечки не так важно. Можно лобзиком. А вот грамотных разработчиков, знающих специализированные программы, технологию, размещение ножей не хватает. Хороших сборщиков — тоже. Здесь нужен персонал с инженерным складом ума. Человек должен подумать и сделать все правильно, оптимальным способом**

**ГАРТ:** Но ведь все наши производители оснастки — из «лазерных» НИИ. И все они когда-то пытались конструировать собственные лазерные установки.

**С. Ш.:** Тем не менее, через семь лет работы все крупные производители оснастки стали постепенно переходить на импортную технику. Те лазеры, сделанные в НИИ, оказались медленнее.

**ГАРТ:** Интересно, а в чем заключается принципиальная разница между лазерами ведущих европейских производителей?

**С. Ш.:** На мой взгляд, ее практически не существует. Пытаться искать прин-

ципальные отличия технологического исполнения, конечно, можно: логика, программное обеспечение, передача и все остальное. Но, по сути, все лазерные установки — одинаковые, потому что сами лазерные головы почти все ставят от одного производителя. Если ты пришел на рынок зарабатывать деньги, то нужно выбирать цену устройства и сервис поставщика.

**ГАРТ:** От поломок никто не застрахован?

**С. Ш.:** Да. Причем ломаются и новые, и старые. А так как мы далеко от Европы, то по причине таможенных барьеров запасную часть можно ждать и не пару недель.

**ГАРТ:** Сергей, Ваши клиенты — производители оснастки для высечки. А каким Вы видите этот рынок?

**С. Ш.:** Он идет по накатанному пути. Мы занимаемся поставкой материалов уже 10 лет. Тенденции понятны, клиенты — известны. Честно, ничего не меняется. Есть производители оснастки, есть производители упаковки, которые также делают оснастку. Есть клиенты, которые работают и с хром-эрзацем, и с гофрой. Парки оборудования для высечки у них — вполне впечатляющие. И ротационная, и плоская...

**ГАРТ:** У производителей оснастки есть некоторая уверенность, что рынок растет.

**С. Ш.:** Исходя из общения с нашими клиентами, я могу сказать, что рост есть. Существуют, конечно, некоторые моменты, которые мне не нравятся. Это вопросы отсрочек, которые требуют клиенты, неплатежи производителей упаковки, названия которых на слуху у всех.

**ГАРТ:** Но клиенты самих производителей упаковки тоже требуют отсрочек.

**С. Ш.:** Возможно, это так. У меня такое впечатление, что производитель упаковки в первую очередь расплачивается за картон, а потом уже за все остальное.

**ГАРТ:** Ну, а что Вы скажете про рынок ротационной оснастки?

**С. Ш.:** Возможно, в нем есть некоторые особенности, но мне кажется, от оснастки для плоской высечки этот рынок не отличается. Он открыт, и на него может выйти любой производитель.

Компании, производящие ротационную оснастку, можно пересчитать по пальцам одной руки. Что касается поставок расходных материалов для ее изготовления, то здесь мы имеем существенное преимущество: наш немецкий партнер — производитель лине-



ек — может отгружать совсем небольшие объемы. В ротации ведь важен еще и конкретный диаметр ножа. Другие же производители предпочитают работать с большими заказами.

**ГАРТ:** Интересно, а есть разница в качестве между европейскими производителями этих самых ножей?

**С. Ш.:** Ответ простой: европейские материалы для изготовления оснастки полностью аналогичны. Есть, конечно, заказчики, которые требуют только конкретную марку. Это компании, которым нужны определенные параметры штампа.

**ГАРТ:** Так значит, материалы все-таки влияют на качество оснастки?

**С. Ш.:** Влияет все в совокупности. Важны технологии и современное оборудование, которое обойдется в сумму порядка 1 млн. евро. Но вообще-то даже наличие лазера в производстве оснастки для ротационной высечки не так важно. Можно лобзиком. А вот грамотных разработчиков, знающих специализированные программы, технологию, размещение ножей не хватает. Хороших сборщиков — тоже. Здесь нужен персонал с инженерным складом ума. Человек должен подумать и сделать все правильно, оптимальным способом.

**ГАРТ:** Но для этого на производстве должен существовать технолог?

**С. Ш.:** Да, должен, но нюансы остаются. Я, конечно, больше теоретик. Могу только рассуждать по этому поводу. Тем не менее, компании существуют и развиваются. Объем выручки большинства из российских изготовителей оснастки не меньше, чем у ресторана, в котором мы сейчас сидим.

**ГАРТ:** В Европе так же?

**С. Ш.:** Есть одна крупная компания, есть еще несколько поменьше. А вообще, может показаться, что производство оснастки там практически в каждой деревне. От наших они несколько отличаются. Например, экзотические для нашей страны водорезки там уже есть почти на каждом производстве.

Ну и, конечно, еще квалификация сотрудников, в том числе и сборщиков, намного выше. Ведь это, в основном, семейные компании с численностью 5–10 человек. Дедушка «бил» штампы, теперь внук «бьет». Производство оснастки — это «кулибинский» бизнес, где очень важны руки.



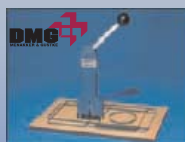
## GENERATION II

Этой осенью в России состоится дебют новейших цифровых офсетных машин HP Indigo второго поколения (Series II). Линейка печатных машин пополнилась новыми моделями — HP Indigo 5500 и 3500.

Это событие «Нисса Центр» совместно с компанией HP отмечает началом акции HP Indigo — Generation II, во время проведения которой клиентам будут предложены специальные условия приобретения, оснащения и обслуживания машин. Акция приурочена к выставке «ПолиграфИнтер 2007» и будет интересна не только типографиям, работающим на рынке коммерческой печати, но и производителям этикетки и гибкой упаковки. Тем, конечно, которые интересуются технологиями цифровой печати. Этим неблагодарным бизнесом (прим. ред.)



## ОБОРУДОВАНИЕ И МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА КАРТОННОЙ И ГОФРОКАРТОННОЙ УПАКОВКИ

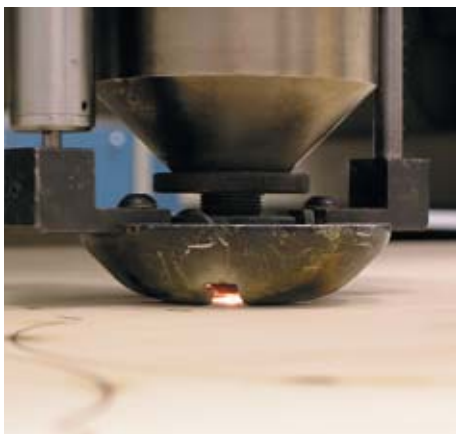


Оборудование: Гофроагрегаты, прессы для плоской высечки с листовой автоподачей, комплексные линии для изготовления гофроящиков, автопитатели, транспортные системы, фальцесклейки, лазерные установки, автоматы для обработки линеек, фрезероувальные машины, плоттеры, устройства водоструйной резки.

Расходные материалы: Биговальные матрицы, все виды линеек для плоских и ротационных штампов, эжекторные профили и резина, плоская и ротационная фанера, оснастка для удаления отходов, ручной инструмент, стальные контрштанцплаты, материалы для приправки, полиуретановые бандажы и ролики, ножи для поперечной и продольной резки, слоттерные ножи, индустриальные масла и смазки.

127287, Москва, Петровско-Разумовский пр-д, 29  
тел.: (495) 612-26-27, 612-06-59/67/76 факс: (495) 614-99-62  
http://www.regult.ru, e-mail: info@regult.ru

Региональные представительства: Санкт-Петербург, Краснодар, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Чернигов (Украина)



### ТЕРМИНЫ, ТЕРМИНЫ...

Мы обращаемся к теме оснастки для высечки уже пять лет, но при подготовке этого номера вдруг задумались: а что если не все наши читатели понимают, о чем речь? Ведь и нам несколько лет назад язык, на котором говорят производители оснастки, казался иностранным. Чтобы пояснить некоторые вещи тем, кто «присоединился к нам позже», приводим выдержки из материала, опубликованного в ГАРТ 6–2002.

Для обозначения процесса получения заготовок на современных высокоскоростных машинах чаще всего применяется термин «высечка» (если речь идет об изготовлении упаковки из картона, гофрокартона и др. материалов) или «надсечка» (если говорят о прорезании самоклеящегося материала до подложки).

Плоское или ротационное основание с ножами в зависимости от источника называется штанцформой, высекальным штампом или штампом для высечки. Чаще всего основание это изготавливается из фанеры, однако в ряде случаев в качестве материала используются специальные пластики. В настоящее время передовой разработкой признаны комбинированные основания, так называемые «сэндвичи», состоящие из двух металлических пластин, пространство между которыми заливается компаундной смолой.

В основании прорезаются сквозные пазы, повторяющие контур заготовки — в эти отверстия будут затем вставлены линейки (англ. — rule). Часто их называют ножами, но это слово применимо лишь к режущим линейкам, в то время как существуют также биговальные, перфорационные и др.

При высечке лист материала располагается между штампом и его ответной частью — контрштампом или контрматрицей, которая также может изготавливаться из разных материалов — пертинакса, стали и др. Кроме штампа для высечки и контрштампа в комплект может входить оснастка для удаления облоя и разделения заготовок.



### РАЗВИТИЕ

История холдинга «Экопак» началась в 2000 г. с изготовления полиграфической продукции для курской табачной фабрики «Новость». Дальнейшее развитие позволило типографии к 2002 г. стать лидером по производству папок и скоросшивателей. В августе 2003 г. руководство холдинга приняло решение развивать упаковочное направление. Сегодня «Экопак» специализируется на производстве картонной упаковки для фармацевтической промышленности.

В начале июля в типографии введена в эксплуатацию фальцевально-склеивающая линия Diana114 Pro. Оборудование работает на скорости до 650 м/мин. Одно из преимуществ линии состоит в способности осуществлять контроль каждой склеенной коробки с помощью интегрированной системы контроля качества готовой продукции. Быстрый переход от тиража к тиражу и удобство в обслуживании, а также удобная финансовая схема, предложенная компанией «Гейдельберг СНГ», стали основными аргументами при выборе модели. В дальнейшем машина может быть доукомплектована под возникающие задачи.

В ближайшее время «Экопак» планирует приобрести еще две аналогичные линии, три высекальных прессы, две резальных машины и устройство для тиснения фольгой. В более отдаленной перспективе — приобретение печатной машины Heidelberg XL 105-6+L и собственного оборудования для подготовки картона и фольги для тиснения.



### ...И СЪЕЛ

В этот раз веселиться не будем. Поговорим о серьезном. Компания X-Rite купила фирму Pantone. Реально, эти фирмы — главные игроки рынка (по крайней мере, после покупки компанией X-Rite основного конкурента). Правда, рынки у них до сих пор были разными. У одного — измерительные инструменты и идеология, у другого — рецептуры смешивания красок. Но исторически некоторый антагонизм между компаниями все-таки существовал. Просто клиенты брали прибор, измеряли им шкалки на оттиске и страшно удивлялись, что показания не соответствуют предыдущему тиражу.

Сегодня эти техники и технологии существовать отдельно уже не могут. Можно, конечно, иметь суперточные весы и очень аккуратного оператора станции смешивания, но контролировать процесс производства смесевых красок все равно необходимо. Для этого и существуют приборы. Альянс X-Rite и Pantone получается логичным, вполне соответствующим стратегии американской компании. Да и не только американской. И с точки зрения стороннего наблюдателя — это отличная идея.

Есть, конечно, одна тонкость. Компания X-Rite уже серьезно потратилась на покупку своего основного конкурента. Для покупки Pantone им придется опять взять некоторое количество денег в долг. Но они, видимо, очень хотят, потому что при годовом обороте Pantone в 40 млн долл. предлагают за эту компанию 180 млн. Долги X-Rite после этого приблизятся по информации «оценщиков» к полумиллиарду. Но это, видимо, капиталистическая модель развития бизнеса такая.



**ИЗДАТЕЛЬСТВО  
КУРСИВ**

107140, Москва, а/я «Курсив»  
Тел.: (495) 725-60-01  
E-mail: kursiv@kursiv.ru  
http://www.kursiv.ru



**Журнал о новых  
полиграфических  
технологиях**



**Журнал о флексографии  
и специальных видах  
печати**



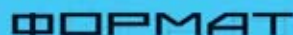
**Журнал для тех,  
кто заказывает  
или производит  
упаковку**



**Журнал о полиграфии.  
Новости, интервью,  
обзоры, аналитика**



**Журнал о цифровых  
технологиях  
в полиграфии  
и издательском деле**



**Журнал  
для заказчиков  
полиграфической  
продукции**

# ГАЛАКТИКА ФЛЕКСО



**ФЛЕКСО Плюс  
FLEXXO Plus**

Первый российский журнал о флексографии и специальных видах печати. Затрагивает все аспекты печати упаковки и этикеток, а также других видов «неиздательской» продукции. Самые последние события отрасли и новейшие технологические разработки в области допечатных, формных, печатных и отделочных процессов России и за рубежом; подробный анализ новейших зарубежных и отечественных разработок в сфере материалов, оборудования и технологий, их внедрения и первых применений — все это вы найдете на страницах журнала

**Ведущий редактор:** Александра Куликова

**E-mail:** flexo-plus@kursiv.ru

**Подписка:** Екатерина Журавлева





# HEI TECH

## Полиграфинтер 2007

Приглашаем посетить стенд Heidelberg  
16-20 октября, Москва  
ВЦ «КРОКУС ЭКСПО», павильон 12

Есть только одна компания, которая уже более 150 лет прочно ассоциируется с самыми высокими требованиями в полиграфии: Heidelberg.

Печатная машина Speedmaster SM 102 – один из ярких примеров нашего технологического лидерства. [www.heidelberg.ru](http://www.heidelberg.ru)

ООО «Гейдельбер СНГ» Центральный офис  
125550 Москва ул. Прянишникова, 2А. Тел.: +7 495 775 80 20 Факс: +7 495 775 80 22  
E-mail: [HD-CIS@heidelberg.com](mailto:HD-CIS@heidelberg.com) [www.heidelberg.ru](http://www.heidelberg.ru)

**HEIDELBERG**