

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 7 (49) ■ ИЮЛЬ 2004

ПОСЛЕДСТВИЯ
СОЛНЕЧНОЙ
АКТИВНОСТИ

с. 22



РЕГИОНАЛЬНАЯ

Дороги в России строят по-разному. Где-то в объезд между холмами, а где-то напрямую. Так, видимо, и полиграфия развивается

А. Романов (с. 3)

Конечно, все можно сдать в аренду, но как быть с производствами, где население может зарабатывать?

М. Оленичева (с. 10)

Специализация — вообще серьезный риск, а для региональной типографии этот риск существенно возрастает

О. Николаев (с. 20)



Анатолий Федорович КРЮКОВ

Городская типография
Директор
Курск

ГАРТ: Анатолий Федорович, что сегодня представляет собой «Городская типография»?

А. К.: Я руковожу этим предприятием с 1997 г. Типография была создана в 1951 г. Сначала подчинялась Облисполкому, потом была передана в подчинение Москве, а затем, в 1994 г., стала муниципальным предприятием, подчиняющимся городской администрации Курска.

Когда я пришел, типография «лежала на боку». Работало всего 45 человек. Заказов практически не было, и на первом этапе мне пришлось самому заниматься их поиском, но на большинстве предприятий Курска положение было не лучше, чем у нас. Картина была безрадостная. Сегодня в штате уже более 90 человек, появились стабильные заказы. В общем, стало гораздо лучше.

(Продолжение на с. 8)



Владимир Дмитриевич ГРЫГИН

Липецкое издательство
Директор
Липецк

ГАРТ: Владимир Дмитриевич, «Липецкое издательство» — государственное предприятие?

В. Г.: Да, но в мае этого года мы реорганизовались — четвертыми из 63 предприятий, входивших в структуру МПТР. Вместо ГУП «Липецкое издательство» появилось ОАО «Полиграфический комплекс «Ориус», пока со стопроцентным государственным пакетом акций.

ГАРТ: Предприятие довольно крупное?

В. Г.: Наши производственные площади составляют 9 тыс. м² плюс еще 7 тыс. м² — административный корпус. Работают в издательстве около 220 человек.

ГАРТ: Расскажите, пожалуйста, как идет работа.

В. Г.: Надо сказать, что я руковожу «Липецким издательством» не так давно.

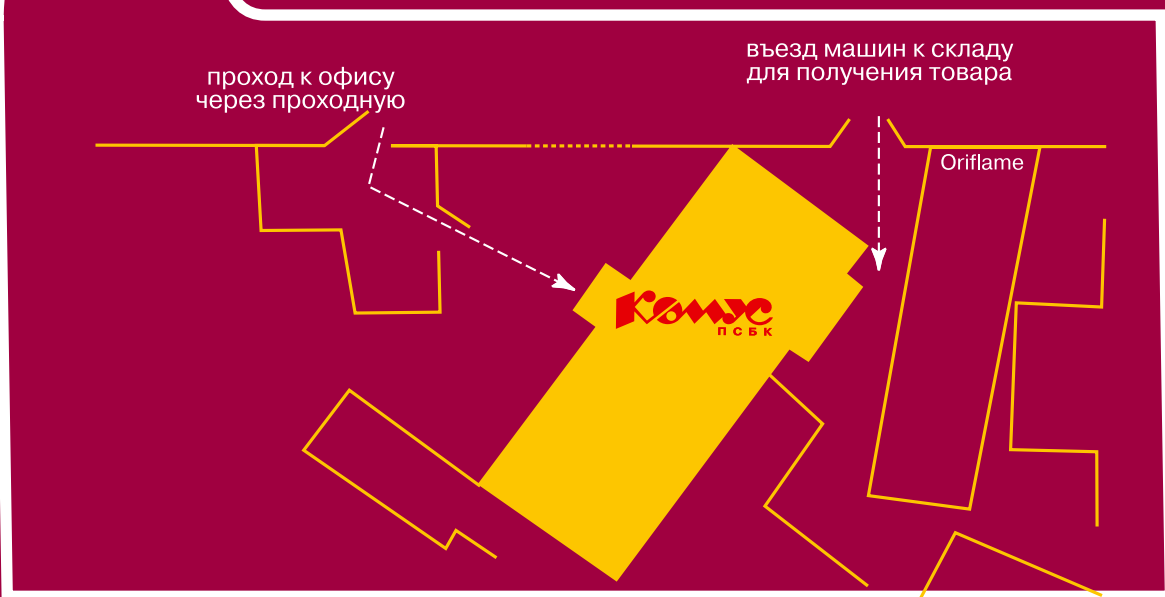
(Продолжение на с. 16)



МЫ ПЕРЕЕХАЛИ!

НАШ НОВЫЙ ОФИС - В СОКОЛЬНИКАХ

НОВЫЙ АДРЕС ЦЕНТРАЛЬНОГО ОФИСА В МОСКВЕ:
ул. Маленковская, 32, стр. 3



тел.: (095) 729-5464
(многоканальный)

<http://www.bumaga-komus.ru>

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.kursiv.ru/gart**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. Электрозаводская 37/4, стр. 7

Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (095) 725 6001**Подписано в печать:** 30.07.2004**Отпечатано в** ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (095) 265 6108, 265 5553**Заказ №** 2066**Печать офсетная. Тираж** 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2004

Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства. За содержание рекламы редакция ответственности не несет

**ЗА МКАД
И ГОРАЗДО ДАЛЬШЕ...**

На этот раз рейд по региональным типографиям оказался существенно менее экстремальным. Автомобиль вел себя практически безукоризненно, дороги были неплохие, сотрудники ГАИ — вполне доброжелательные, за исключением Орловской области, где нашего водителя «оштрафовали» сразу на 500 руб. Всего за пять дней мы проехали более 2 тыс. км. Нам удалось ни разу не заблудиться и посетить шесть типографий.

Интересно то, что в разных областях России дороги строят по-разному. Где-то в объезд между холмами, а где-то напрямую, так что приходится сначала преодолевать крутой подъем, а потом резко спускаться. Так, видимо, и полиграфия российская развивается. Везде по-разному. Двух одинаковых типографий мы за время путешествия не встретили. Разное оборудование и разные планы по развитию. Но несмотря на это, ответы на наш основной вопрос «А не проще ли все оборудование выкинуть и сдать помещения в аренду?» оказались совершенно одинаковыми. Не проще!

К вопросу об универсализации и специализации. Если в Туле новые супермаркеты стоят без посетителей, то вот в Ярославле попасть в магазин крупнейшей сети оптовой торговли в день его открытия можно было лишь отстояв огромную очередь. И в этот же день в магазине закончились все (достаточно большие) запасы водки и сахара. Видимо, кроме этих продуктов там больше ничего и не покупали. Что там весь западный менеджмент против нашего русского менталитета! Может, и не нужно было делать магазин площадью 10 тыс. м², завозить весь ассортимент товаров? Просто снять большой сарай и продавать в нем водку и сахар...

А вот в Москве ситуация развивается совсем по другому сценарию. Здесь проще сдать в аренду. Ведь даже очень хорошая большая типография «снимает» в год не больше 500–600 долл. прибыли с квадратного метра. При этом

нужно иметь 300–400 сотрудников, постоянно обновлять парк оборудования, бороться со всеми возможными инспекциями и надзорами. Цены на полиграфическую продукцию снижаются, на бумагу — растут. Более или менее крупные московские типографии потихоньку выезжают за пределы Садового кольца. Потом будет третье транспортное кольцо, а там уже и до кольцевой недалеко. И не раз высказывавшаяся идея создать эдакий полиграфический технопарк за МКАД, который территориально объединил бы несколько больших типографий и большое послепечатное производство, становится, видимо, все более актуальной.

В условиях снижающихся цен одним из самых важных для московских типографий является сегодня вопрос расчета реальной себестоимости продукции. С этой точки зрения, несмотря на скептицизм многих, опыт больших государственных типографий оказывается неоценимым, поэтому рекомендую обратить внимание на ту часть интервью с тульскими типографиями, где А. Алябьев рассказывает о работающей у него системе управления производством.

**Андрей Романов
главный редактор****ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ
ТЕМЫ
БЛИЖАЙШИХ
НОМЕРОВ ГАРТ****АВГУСТ 2004:
РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ****СЕНТЯБРЬ 2004:
ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ****ОКТАБРЬ 2004:
ОТДЕЛКА ПРОДУКЦИИ****НОЯБРЬ 2004:
КАДРЫ
В ПОЛИГРАФИИ**Вывод пластин
на устройстве СТР и печать:
ОАО «Типография «Новости»Бумага мелованная матовая
Galerie Art Silk плотностью
130 г/м² предоставлена
фирмой «Комус»



Слева направо:

Александр Иванович АЛЯБЬЕВ

ИПО «Лев Толстой»

Директор

Нина Николаевна БУТРИНА

Тульская типография

Директор

Игорь Александрович ЗОЛОТОВ

«Шар»

Генеральный директор

Михаил Борисович ТЕНЦЕР

«Борус»

Директор

Тула

ГАРТ: Многие полиграфисты из Москвы считают, что сейчас активнее развиваются регионы, а московский рынок, наоборот, уже совсем не тот, каким был еще несколько лет назад.

А. А.: Могу сказать, что в Туле производство растет, но не такими высокими темпами, как хотелось бы. А ситуация на московском рынке связана, по всей видимости, с избыточными полиграфическими мощностями в столице. Нас, кстати, с этого рынка потихоньку вытесняют. Цены на нем уже «тульские».

М. Т.: Не «тульские», а даже ниже.

И. З.: Если бы мы работали только на тульский регион, то давно уже все четверо объединились бы в одну маленькую типографию.

Полиграфический рынок получил избыточные инвестиции. Об этом можно судить по крайней мере по лизинговым компаниям. Если три года назад они гонялись за типографиями, предлагая им выгодные условия на приобретение техники, то теперь уже клиентам приходится бегать за ними. А лизинговые компании очень четко чувствуют конъюнктуру рынка.

Если говорить о Туле, то уже две государственные типографии находятся

в процессе акционирования. Так что, видимо, грядут перемены.

ГАРТ: Александр Иванович, как с акционированием? Были ведь какие-то парламентские слушания по этому вопросу?

А. А.: Да, слушания были, и уже далеко не первые. Проблема в том, что депутаты очень часто меняются, и каждый раз им приходится объяснять все заново. А конкретная ситуация заключается в том, что у наших предприятий теперь новая форма собственности. Они преобразованы в открытые акционерные общества.

ГАРТ: В Москве полиграфическое предприятие в центре города уже, видимо, никогда не будет рентабельным. Выгоднее просто сдавать площади в аренду под офисы. А в Туле?

И. З.: У нас тут тоже был случай с небольшой государственной областной типографией. Ей принадлежало старинное здание в центре города, рядом с которым располагалось казино с номерами. Теперь здание типографии больше не принадлежит.

М. Т.: Кстати, до революции там был дом терпимости. Видимо, все возвращается на круги своя.

Н. Б.: Мне понравилась фраза представителя администрации: «Типографий в городе много, а гостиниц нет». В Туле, кстати, сейчас мода на открытие универмагов и торговых центров. То, что люди в них не ходят, никого не останавливает.

ГАРТ: А население в Туле большое?

М. Т.: Около 600 тыс. жителей.

ГАРТ: А сколько стоит аренда приличного помещения для типографии?

Н. Б.: Если говорить о производственных площадях, то в центре, на Проспекте Ленина — около 70 долл. за м² в год.

М. Т.: Ну, а в торговом центре может быть и в три, и в десять раз больше.

А. А.: А на окраине города можно и снять, и купить существенно дешевле. Например, мои знакомые приобрели хорошее здание — бывшую котельную площадью 500 м² со всеми коммуникациями и газом — за 60 тыс. долл.

ГАРТ: То есть создавать и развивать полиграфические предприятия можно?

М. Т.: В общем — да. А вот как в Москве типографии ухитряются работать по таким ценам при московских зарплатах и арендных ставках — мне совершенно непонятно.

ГАРТ: Но демпингуют в Москве как раз те, кто не имеет такой печатной машины, как у Вас. Работают на недорогом оборудовании и арендуют помещения не по 300 долл. за м².

А. А.: В чем наша экономика? При одинаковой цене на бумагу мы платим очень умеренные деньги за помещения и, грубо говоря, в три раза меньшую зарплату. Реальная себестоимость у нас существенно ниже.

ГАРТ: Александр Иванович, «реальная себестоимость» — ключевые слова. В московских типографиях нет таких систем управления, какая есть у Вас. Я думаю, для большинства владельцев предприятий сегодня это проблема номер один. Расскажите, как используете вашу систему.

А. А.: Все просто. Менеджер вводит параметры заказа и тут же получает цену, которую нужно предложить клиенту.

Если бы мы работали только на тульский регион, то давно уже все четверо объединились бы в одну маленькую типографию

И. Золотов

ГАРТ: Вы хотите сказать, что, к примеру, брошюра с некротной полосностью, 8 черно-белых и 40 полноцветных полос в обложке с УФ-лаком рассчитывается автоматически?

А. А.: Конечно. Можно еще добавить припрессовку фольги на обложку. Я хочу сказать, что главное в системе — ядро. Когда оно нормально функционирует, можно написать приложение, которое будет рассчитывать цену абсолютно любого заказа.

ГАРТ: Но при этом сначала рассчитывается себестоимость его производства?

А. А.: Да, вычисляется производственная часть себестоимости, к ней добавляется плановая рентабельность — получается цена.

Потом я могу «разбавить» рентабельность общезаводскими затратами — это та часть себестоимости, которой я управляю: накладные расходы, моя зарплата, премии административным работникам типографии и т. п.

ГАРТ: Допустим, менеджер объявляет клиенту цену, а клиент говорит, что это очень дорого. Что делать?

А. А.: Что же тут поделаешь. Значит, не договоримся. Менеджер не дает никаких скидок. У нас есть совершенно открытые фиксированные цены, которые рассчитываются один раз в месяц и публикуются на нашем Интернет-сайте.

М. Т.: Наверное не только мы, но и все присутствующие часто сверяются с этими ценами и, надо сказать, они находятся на правильном уровне.

ГАРТ: Интересно, какова доля мелованной бумаги в стоимости заказа?

А. А.: Все зависит от объема. К примеру, в стоимости 144-полосного журнала с хорошим тиражом стоимость бумаги может составить 70%, а в стоимости простых и малотиражных заказов — около половины.

ГАРТ: Расскажите, как считается, например, себестоимость сплошного УФ-лакирования?

А. А.: Очень просто. Плановая себестоимость включает все прямые затраты: расходные материалы, зарплаты всех сотрудников, непосредственно участвующих в процессе, амортизацию оборудования и электроэнергию. С первой статьей все понятно. Например, известно, что расход лака должен составить 2,9 г/м². Зарплаты тоже считаются на основании конкретных нормативов. Последние два значения определяются на основе годовой загрузки оборудования, которая составляет 2,5 смены. Сумма и является плановой себестоимостью операции.

ГАРТ: На основе данных прошлого года можно успешно прогнозировать загрузку в текущем году?

А. А.: Да, конечно. Вообще, у нас 70% — это плановая загрузка, постоянный пакет заказов. Остальные 30% составляют заказы, которые приносят дилеры. Если где-то начинают появляться существенные расхождения — можно скорректировать параметры так, чтобы себестоимость все равно считалась правильно.

ГАРТ: Нужно еще и нормировать каждую операцию?

А. А.: Да, но у нас есть очень большой опыт. Раньше нормированием операций занимался комитет по печати. У него были научно-исследовательские институты. Существовало целое управ-

ТУЛА

Первый региональный номер вышел два года назад — в сентябре 2002 г. Тогда мы посетили Тулу в первый раз, и местные типографии нам очень понравились. В этом году мы решили снова ненадолго заехать в Тулу, чтобы посмотреть, что изменилось за это время.

Беседа проходила в форме круглого стола, каждый из участников которого имел возможность рассказать о своих проблемах и успехах. Очень порадовало то, что это был разговор не конкурентов, а единомышленников.

ление по нормированию. Мы получали от них эту информацию.

Сейчас все процессы остались теми же самыми, повысилась лишь скорость машин. Поэтому для любой операции мы можем самостоятельно сделать «фотографию рабочего дня», чтобы получить объективные данные для нормирования. Например, у меня печатник должен делать 62 тыс. листов в смену. В среднем на семи приладках. Это норматив. Есть те, кто делает больше и получает за это большую зарплату.

ГАРТ: Но заказ от заказа часто существенно отличается?

А. А.: Отличается. Эта проблема решается за счет коэффициента сложности. Технолог или менеджер задает коэффициент сразу же при приеме заказа, и цена корректируется автоматически.

ГАРТ: Как в систему вводятся данные о выполнении операций?

А. А.: Их вводит каждый мастер раз в смену. Мне такой оперативности вполне достаточно.

Я провожу в системе по два часа ежедневно. Мне доступно все, включая бухгалтерию, кадры и состояние складов. Смотрю, какие заказы мы получили, анализирую объемы производства и проверяю соответствие плановой и реальной себестоимости. Реальная — та, которая получилась по факту выполнения. Когда они существенно отличаются — что-то произошло, и необходимо проверить, что именно. Может, заказчик приехал на приладку и она затянулась, может, привез свою краску или фольгу и процесс пришлось отлаживать, а может, кто-то пытается сжульничать и приписать себе лишние 10 минут.

Я не хочу сказать, что наша система идеальна и работает с точностью до де-

ТЕМА ДЛЯ РАЗМЫШЛЕНИЯ

№ 12070

**КОГДА ПРИХОДИТ
ПОНИМАНИЕ,
ЧТО МЫ СТОИМ
НА ПОРОГЕ
ОТКРЫТИЯ?**



OPEN! →

**ОТКРЫТО ДЛЯ
СОТРУДНИЧЕСТВА!**

**Альфа-Дизайн предлагает
вниманию типографий**

— каширование

— высечка

— твердый переплет

— позолота обреза

— тиснение фольгой

— блинтовое тиснение

— полноцветная печать
на крашеной
в массе бумаге

450-50-01



www.alfa-design.ru

**БЕСПЛАТНАЯ
ПОДПИСКА**

НА «БУМАЖНЫЕ»

**ГАРТ и
ГАРТ digital**

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

вятого знака. Но она позволяет все четко контролировать и мгновенно рассчитывать себестоимость.

ГАРТ: Но все-таки основой расчета являются нормативы выполнения всех операций. Они есть, видимо, только в старых государственных типографиях, ведь у частных пока нет достаточного опыта в этом деле?

Н. Б.: Организовать этот процесс не очень просто, зато в результате все будет получаться эффективно и рентабельно. На ключевых позициях должны работать профессионалы, тогда все будет нормально. А когда возникают подозрения — достаточно один раз выборочно проверить, чтобы обнаружить несоответствие.

А. А.: Мы, кстати, часто обсуждаем этот вопрос на встречах «Гейдельберг-Клуба». Недавно дело продвинулось — мы получили немецкие нормативы на выполнение отдельных операций в полиграфическом производстве, разработанные с учетом выполнения требований контроля качества по ISO 9000. Немецкий Союз полиграфистов ежегодно утверждает эти нормативы. Это минимум, который должен выполняться в типографии. Если ты его не выполняешь, то тебе нечего делать на рынке. Есть нормы для одно-, двух-, четырех- и шестикрасочных машин. Все послепечатные процессы тоже нормированы. Существует и методика расчета себестоимости продукции. Есть, о чем подумать.

ГАРТ: Михаил, в «Борусе» тоже есть своя система?

М. Т.: Да, это наша собственная разработка. Но у нее несколько другое предназначение. Это система контроля и управления прохождением заказов. В ней есть калькулятор для расчета цены заказа, но функции расчета себестоимости нет.



А. А.: Возвращаясь к опыту частных и государственных типографий: почему, например, практически нет частных типографий, которые занимаются производством книг?

ГАРТ: Потому, что в России и так избыточные мощности, а линия для автоматического производства стоит очень больших денег.

А. А.: Не только. Главная проблема в том, что это еще и достаточно сложная технология и соответствующая организация производства.

ГАРТ: Нина Николаевна, книги сегодня — не самая рентабельная полиграфическая продукция?

Н. Б.: Почему же? Мы, например, несмотря на обвинения в демпинге, не просто работаем, но и развиваем производство — приобретаем новую автоматическую линию.

ГАРТ: Интересно, а как Вам удается получать заказы издательства, которое владеет собственной крупнейшей книжной типографией?

Н. Б.: Объясняется это просто. Нам отдают в основном малорентабельные книги, а свою типографию загружают нормальными заказами.

ГАРТ: Игорь Александрович, а у Вас как дела? Удастся работать нормально на упаковочном рынке?

И. З.: Что касается упаковки, то в Туле производителей, которым она нужна, не так много, причем основное потребление — недорогая упаковка из низкокачественного картона. Заказы не очень рентабельные. Конечно, есть те, кто переходит на более дорогую упаковку, однако процесс этот идет, если можно так сказать, с провинциальной медлительностью.

Но я бы не сказал, что мы специализируемся исключительно на упаковке. Печатаем не только ее, но и самую разнообразную продукцию. Недавно, кстати, приобрели маленькую цифровую печатную машину — Canon CLC 3200. Пока довольны.

М. Т.: Мы тоже подумываем, но пока еще не выбрали, что покупать.

ГАРТ: Михаил, Вы ведь тоже не так давно приобрели новую полуформатную пятикрасочную машину с секцией лакирования. Удалось загрузить ее?

М. Т.: В мае было достаточно много заказов, а с наступлением лета загрузка, конечно, снизилась. Но мы не жалеемся.

ГАРТ: Как у вас в Туле все сложилось органично: ни одна из четырех типографий практически друг с другом не конкурирует, тишь да гладь, вы встречаетесь и общаетесь. Александр Ива-

нович раз в месяц выкладывает на сайте цены, по которым надо печатать. Прямо мафия какая-то полиграфическая.

М. Т.: «Борус» и «Шар», конечно, работают в одной нише, но мы много общаемся, поэтому и разногласий не возникает. Вы правы — работается хорошо. Но такая атмосфера на тульском рынке сложилась не случайно, а только благодаря нашим совместным усилиям.

Н. Б.: Хотелось бы пожелать, чтобы и в других регионах все полиграфические производства работали так же слаженно, вместе решая все возникающие проблемы.



ПОКАЗАТЕЛИ РАСТУТ

За шесть месяцев текущего года типография «Нижполиграф» отпечатала 6 млн 700 тыс. книг, или пять книг на каждого нижегородца. Из них порядка 70% — издания в твердой обложке, 675 наименований. Более 900 тыс. экземпляров составляют учебники. Рост производства книжной продукции во втором квартале составил 13% по отношению к первому и 63% — к аналогичному периоду прошлого года.

За прошедшие полгода напечатано 35 млн экземпляров газет 80 наименований тиражами 1–300 тыс. экз. Их производство увеличилось на 3,5% по отношению к первому кварталу 2004 г.

Рост общего объема производства (в денежном выражении) составил 10% по сравнению с первым кварталом 2004 г. и 47% по сравнению с прошлым годом.

«Нижполиграф» выпускает также широкий ассортимент бумажно-беловых товаров. Их производство во втором квартале увеличилось на 3%. К началу учебного года в магазинах появятся красочные тематические тетради, дневники, тетради для нот и другие канцтовары — ежедневники, записные книжки, календари.

Битва с ценами. Победа будет за Вами!

10%

BR622



Суперцены на полиграфическое оборудование со склада в Москве:

SBK 1150-GM4	копировальная рама
CB600-G4	прокаточный процессор офсетных форм
PZ1470	одноцветная листовая офсетная машина
YP1B3A	одноцветная листовая офсетная машина
BR622	двухцветная листовая офсетная машина
QZYK-780L1	программируемая бумагорезальная машина
QZYW-920L3	программируемая бумагорезальная машина
JBB50	профессиональный полуавтоматический термобиндер
BBQH-40/4	профессиональный автоматический термобиндер
ML-750	полуавтоматический пресс для высечки
TYMB720	полуавтоматический пресс для высечки и тиснения фольгой
PYQ-203C	полуавтоматический пресс для высечки

До 31 августа 2004 года компания "Бейрен Европа" объявляет скидку **10%** на перечисленное оборудование.

Быть первым? Быть с Бейрен!



YP1B3A



L3



JBB50



BBQH-40/4

Анатолий Федорович КРЮКОВ

(Продолжение. Начало на с. 1)

ГАРТ: А что, в основном, печатаете?

А. К.: Один из основных видов нашей продукции — газеты. Мы печатаем более 60 районных и городских изданий для Курской области — тиражами от 3 до 10 тыс. экз.

ГАРТ: Газеты цветные?

А. К.: Они бы с радостью согласились перейти на цвет, но только денег больше платить не будут.

Вообще, наш оборот на производстве газет составляет сегодня около 700 тыс. руб. в месяц. Вроде бы, неплохо, но расплачиваются издательства очень нерегулярно. Приходится ждать месяц-два. При таких условиях у нас рентабельность производства газет больше, чем 5–7%, не составляет. Так что районные газеты — определенно не самый перспективный бизнес.

Кроме того, многие издатели — люди необязательные и не могут вовремя предоставить макет. А если макет задерживается, то и нашим сотрудникам из службы доставки приходится работать в неурочное время. Масса неудобств!

Можно, конечно, прекратить печать газет, но это будет как в «Истории одного города» у Салтыкова-Щедрина — случай «неразумного кредитора». Кроме того, это социальный заказ, и если не мы их будем печатать, то кто?

ГАРТ: За счет чего же вы живете?

А. К.: У нас есть производство бумажно-беловой продукции. Делаем для Москвы достаточно большой объем альбомов для рисования и книжек-раскрасок. Грубо говоря, раз в неделю в Москву уезжает КАМАЗ с готовой продукцией, а возвращается с давальческой бумагой. Объем производства составляет около 200 тыс. руб. в месяц, что позволяет выплачивать нормальные зарплаты людям, занятым на этих заказах.

Кроме того, мы успешно работаем в секторе малотиражных книг. Однако его необходимо развивать. Думаю, в первую очередь нужна малоформатная четырехкрасочная офсетная машина, чтобы не ставить такие заказы на «Планету».

ГАРТ: Машина типа Speedmaster?

А. К.: Нет, мы бы предпочли что-нибудь попроще, чтобы не так сильно рисковать. Ведь рекламных заказов в Курске не очень много, а пробиться на высоту, достаточную для того, чтобы обслуживать потребителей малотиражных книг в Москве, очень тяжело.

ГАРТ: Есть ли еще какие-то планы по развитию производства?

А. К.: Здесь нужно исходить из реальных заказов, которые нам приносят. На мой взгляд, нужна была бы небольшая цифровая печатная машина, чтобы иметь возможность удовлетворить спрос на малотиражные полноцветные заказы. У нас достаточно развиты ручные отделочные операции, можно было бы делать оригинальную продукцию ограниченными тиражами. Сейчас клиента ничем не удивить, но с помощью технологий цифровой печати удивить можно даже очень искушенных людей.

ГАРТ: Многие москвичи думают, что регионы развиваются, и здесь растет спрос на полиграфическую продукцию, особенно на упаковку.

А. К.: Мне кажется, это как в пословице: «Хорошо там, где нас нет». Что касается нас, то мы для себя не видим в этом смысла. Для упаковки нужно нормальное послепечатное оборудование. Пытаться делать эту продукцию «на коленке», высекать на переделанных машинах высокой печати — дело, по моему, бесперспективное. Крупные специализированные производители упаковки со временем задавят.

ГАРТ: У вас ведь еще и Железногорск под боком?

А. К.: Вот именно. Есть, конечно, небольшие производители самой разнообразной продукции, и им нужна малотиражная упаковка, но пока они раскachaются! Мы прорабатывали проект с ускоренной флексографской машиной, но как-то он не пошел...

ГАРТ: Не пробовали убедить крупного производителя, например, местный кондитерский комбинат, что им выгоднее размещать заказы на упаковку у вас?

А. К.: Дело в том, что Курский кондитерский комбинат принадлежит теперь украинской компании. Они где-то эту упаковку заказывают. С точки зрения влияния на них — ничего не получается, хотя я хорошо знаком с его руководителем.

Однако должен сказать, что даже при наличии местных клиентов и их готовности платить нормальные деньги, загрузить машину только курскими заказами все равно не получится.

ГАРТ: А производственные площади у типографии большие?

А. К.: Около 3 тыс. м². Во времена правления Руцкого приезжали сюда разные люди, видимо, с целью приспособить здание типографии под что-то другое. Смотрели на все это, оценива-

ли, цокали языками и говорили: «Нет! Слишком много денег нужно вложить в реконструкцию». С тех пор, конечно, многое изменилось, мы отремонтировали здание, навели порядок.

ГАРТ: Типография расположена в центре города. А сколько стоит аренда в Курске?

А. К.: Да, это центр — улица Ленина, но во дворах. Для типографии, на самом деле, не самое лучшее географическое положение: когда приезжает грузовик с бумагой, особенно зимой, то ему заехать сюда во двор и выехать — проблема. Однако приходится работать здесь. Аренда стоит около 500 руб. за м² в месяц, но мы ведь государственное муниципальное предприятие, и сдать помещение нам никто не позволит.

ГАРТ: Ни о какой приватизации пока разговор не идет?

А. К.: Нет, никому ничего не нужно.

ГАРТ: Неужели в Курске нет инвесторов? Ведь остаточная стоимость у типографии, видимо, не самая высокая, а «крутых» автомобилей мы видели в городе достаточно много...

А. К.: Да, остаточная стоимость типографии составляет всего 3,5 млн руб. По московским масштабам — вообще ничего. Курск, конечно, не самый богатый город. Если сравнивать, например, с Белгородом, то мы победнее будем. Бюджет Белгородской области в два раза больше.

Тем не менее, Вы правы — местный бизнес развивается и богатых людей достаточно. Вопрос в том, заинтересует ли кого-то из них вложение денег в полиграфию? Ведь кроме того, что надо выкупить типографию, придется еще и существенные деньги вложить в новое оборудование. Пока выход у нас один — работать и развивать производство, не надеясь на чью-либо помощь.

ГАРТ: И городская администрация не помогает?

А. К.: Я бы не сказал, что помощи нет совсем, но до недавнего времени городская и областная администрации предпочитали конфликтовать между собой вместо того, чтобы заниматься реальными делами. Правда, не так давно избран новый глава администрации. Надеюсь, наметится сдвиг в лучшую сторону.

Аккуратно и точно...

Как сделать склеивание быстрым
и надежным?

Как высвободить время и рабочие руки
для выполнения других заказов?

Как освободить площади из-под сохнувшей
после обычной склейки продукции?

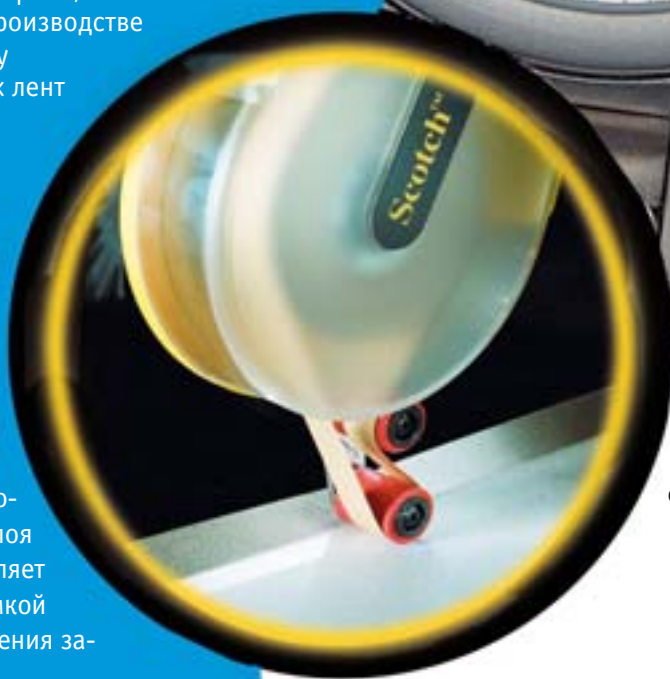
Вы найдете ответы на эти вопросы,
если попытаете на своем производстве
полуавтоматическую систему
нанесения клеепереносящих лент
3M Scotch™ ATG

Система ATG — это серия
клеящих лент и ручных апп-
ликаторов, предназна-
ченных для аккуратного и точ-
ного нанесения ровных по-
лос клеевого слоя. Аппли-
каторы ATG сконструиро-
ваны так, что при нанесении
ленты одновременно происхо-
дит сматывание защитного слоя
внутри устройства, что позволяет
избежать достаточно трудоемкой
операции поддевания и удаления за-
щитного слоя.
В отличие от обычных клеев, склеивание при
помощи клеепереносящих лент происходит
моментально.

**Выпускается несколько видов самоклеящихся
лент для использования
в аппликаторах Scotch™ ATG:**

924 — для всех видов бумаг и картона;
976 — для ламинированных, лакированных
поверхностей, синтетических бумаг, пленок и кожи;
969 — премиум лента для «трудных» поверхностей.

Доступные ширины
клеепереносящей ленты — 6, 12 и 19 мм.



ВНИМАНИЕ!

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ!

При покупке у дистрибьютора **3М**
одной коробки (72 рулона) любой
из лент, **АППЛИКАТОР** выдается
БЕСПЛАТНО на месте

Время действия
предложения **ОГРАНИЧЕНО**.

По вопросам проведения акции,
а также по всем техническим вопросам
обращайтесь в компанию **«3М Россия»**



Список дистрибьюторов 3М, принимающих участие в программе:

Москва **Формарол** (095) 748-52-79
Формос ТК (095) 780-28-34
Мона (095) 125-40-05
Санкт-Петербург **Буборг** (812) 118-56-91
Формос ТК (812) 911-74-82
Екатеринбург **Брайтэк** (343) 243-89-88
Казань **Технология** (8432) 65-88-76
Краснодар **Югрос** (8612) 73-48-48
Нижний Новгород **Соло** (8312) 78-01-66
Новосибирск **Пауэр-Сиб** (3832) 26-54-88
Ростов-на-Дону **Зенон-Ростов** (8632) 954-555
Самара **Мегapolis-Дизайн** (8462) 95-92-92

3M Новые решения



Мария Михайловна ОЛЕНИЧЕВА
ФГУИПП «Курск»
Директор
Курск

ГАРТ: Мария Михайловна, расскажите, чем сегодня живет ваша типография?

М. О.: Я руковожу этим предприятием недавно, всего полгода, и досталось оно мне в плачевном состоянии — с долгами на сумму 27 млн рублей. Еще по крайней мере год мы будем расхлебывать эту ситуацию и расчищать завалы. С приватизацией пока тоже ничего

не ясно. Мы подготовили и сдали все необходимые документы, и теперь ждем решения. А пока не имеем возможности даже взять кредит для покупки оборудования.

ГАРТ: А областная и городская администрации хоть чем-то помогают?

М. О.: Ничем. Вообще, такое впечатление, что областная администрация до моего прихода не замечала, в каком положении находится предприятие. А как только я стала директором, тут же объявились люди из самых разных ведомств. Предложили срочно расплатиться с долгами, но денег нам сегодня реально взять неоткуда.

ГАРТ: Извините за бестактный вопрос, но, может быть, проще переоборудовать 25 тыс. м² в офисные и складские помещения и сдать их в аренду вместе с 2,6 Га земли?

М. О.: Может быть, в Москве, где-нибудь на Цветном бульваре помещения типо-

графий и можно сдавать за большие деньги, тем более, что проехать туда МАЗу с бумагой очень сложно. Но это Москва. У нас же есть всего два арендатора, которые платят 60 долл. за квадратный метр в год, да и то недовольны «высокой» ценой.

Кстати, мы судимся с редакцией газеты «Курская правда», которая сидит на наших площадях и никому ничего не платит, кроме платы за электричество. Судимся за четырехэтажное административное здание, юридически закрепленное за нами на праве хозяйственного ведения. При этом территориальное управление агентства имущественных отношений ничего не делает по защите федеральной собственности, хотя, казалось бы, там должны блюсти интересы государства, которое недополучает деньги.

Конечно, все можно сдать в аренду, но как быть с производствами, где население может зарабатывать? В Курске на 500 тыс. жителей приходится уже четыре больших торговых центра. Само по себе это и неплохо, но одним из них стала громадная швейная фабрика в центре города, другим — фабрика трикотажа... А что же дальше? Есть, конечно, и крупные предприятия, которые пока «торговыми центрами» не стали.

Ну закроем еще одно предприятие, выгоним на улицу 420 работающих у нас людей, а дальше-то что? Может быть, это и проще, но моя задача — совершенно противоположная. Нужно развивать полиграфию. Курск — не самый полиграфический город, а таких мощных книжных типографий и в соседних областях нет. Так что, мне кажется, есть смысл заниматься производством.

ГАРТ: Основная специализация ФГУИПП «Курск» — книги?

М. О.: Да, хотя мы делаем и достаточно много бумажно-

беловой продукции: ежедневники, тетради, дневники, календари, беловые товары для детей... Выпускаем около 1 млн альбомов для рисования в месяц, а мощности позволяют делать в четыре раза больше. Кроме того, печатаем одну областную газету и несколько рекламных.

ГАРТ: У вас ведь есть еще и глубокая печать?

М. О.: Да, две машины. Но надо сказать, что мы с ними скорее экспериментируем, чем работаем. Пока основные заказы — обои, этикетки и упаковка. Наши мощности позволяют печатать обои в шесть красок.

ГАРТ: Есть ли у Вас планы по дальнейшему оснащению?

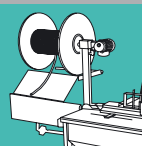
М. О.: Безусловно, поскольку, вопреки всем сложностям, о которых я говорила ранее, развивать типографию нужно. Соответственно, есть два варианта: наращивать книжное производство, или, сохраняя его, начать двигаться еще и в другом направлении. Не помешала бы, например, хорошая листовая машина — просто для того, чтобы клиенты не отворачивались от нас, узнав, что мы печатаем на «Планетах».

Конечно, нужна еще одна линия по производству книг, но о новой можно только мечтать, да и новую в хорошем состоянии за разумные деньги купить тоже непросто. Пока же мы отремонтировали одну «Планету» и одну из ролонных книжных машин — поменяли подшипники, восстановили валы. Теперь можем обеспечивать совершенно другое качество печати, которым заказчики уже довольны.

ГАРТ: Но на книжном рынке сегодня не самая лучшая конъюнктура: цены — низкие, прибыли никакой...

М. О.: Да, с прибыльностью, конечно, не так хорошо, но работать все еще можно.

ГАРТ: Большинство книжных издательств находятся



КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ ПОСТПЕЧАТНОЙ ОБРАБОТКИ



Москва,
Чермянский проезд., д. 7., офис 331
Тел.: (095) 797-42-53, 363-17-52
E-mail: mail@lobachevsky.ru

Производство всей линейки оборудования для навивки спирали Wire-O. Комплексные решения для небольших, средних и крупных типографий. Оборудование всегда со склада: перфораторы 3:1, 2:1, обжимщики, автоматы-брошюровщики, машины для резки Wire-O, установки "пикколо", вырубки углов, марочной перфорации.



ЛОБАЧЕВСКИЙ и Ко
проектирование и производство оборудования для полиграфии



в Москве. Какой смысл клиентам ехать в Курск, когда вокруг столицы есть много книжных типографий с серьезными производственными мощностями? Но даже если заказчик и собрался отъехать от Москвы, то на полдороге в Курск есть книжная типография в Туле.

М. О.: Основной смысл, конечно, в более низкой цене. У нас есть заказчики и из Москвы, и из регионов. Это не самые крупные издательства, но у них достаточный объем. Примерно половину загрузки нам дает издательство из Ростова-на-Дону.

Другое дело, что долгое время типография теряла заказчиков по своей вине. Грубо говоря, могла «подставить» их и по срокам, и по качеству. В производственном отделе могли рассчитать заказ, а потом сказать клиенту, что ошиблись в два раза. Какой заказчик после этого придет печататься? Теперь мы уделяем организации производства самое серьезное внимание, и заказчики стали потихоньку возвращаться, как только поняли, что с нами можно иметь дело.

ГАРТ: Московским типографиям очень мешают украинские, а вам?

М. О.: Если говорить об упаковке и этикетке, то здесь мы с украинскими предприятиями конкурировать не можем. То есть, услуги наши стоят сравнимых денег, но цена бумаги на российском рынке существенно выше. Нашим региональным предприятиям выгоднее завозить все с Украины. Несколько наших кондитерских фабрик, кстати, и принадлежат теперь украинской компании.

А вот на книжном рынке украинские типографии совсем не мешают. Один из наших заказчиков — харьковское издательство, которое здесь печатает книги для России.



ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ

Еще весной в типографии «Алмаз-Пресс» было установлено устройство СТР сверхбольшого формата Trendsetter VLF Quantum. В условиях ежедневного круглосуточного производства журналов принципиально важной для типографии была надежность системы, а СТР Creo Trendsetter сконструированы именно для длительной бесперебойной работы, что и определило выбор марки. Кроме того, немаловажным аргументом в пользу техники Creo послужила «открытость» с точки зрения расходных материалов — СТР этой компании работают с традиционно используемыми на подобных производствах пластинами Kodak и FujiFilm.

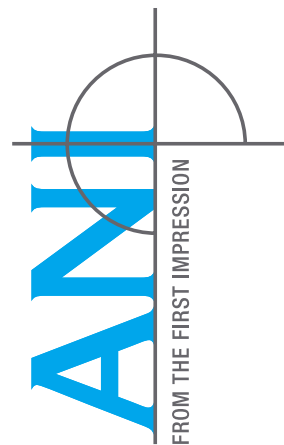
Все эти факторы и определили выбор Creo Trendsetter VLF Quantum, когда нужды производства потребовали установки второго устройства СТР очень большого формата. Сейчас, по прошествии нескольких месяцев, уже можно говорить о том, что выбор себя оправдал.

Группа «Нисса», официальный дистрибутор Creo в Москве, поставила в «Алмаз-Пресс» не только СТР, но и полный комплекс оборудования участка допечатной подготовки: систему управления Brisque фирмы Creo и оборудование Glunz&Jensen Interplater 135HD для обработки пластин.

Недавно в типографии установлено и программное обеспечение Creo Synapse Insite, предназначенное для работы с постоянными заказчиками по Интернет в режиме реального времени.

гармония развития

Офсетные краски для листовой и рулонной печати	Жидкие краски для печати на упаковке	Краски для узкоролочных печатных машин	Московское представительство
PRINTHOUSE (095) 937 5151	FLEXHOUSE (095) 782 1382	ARTMARK LABEL SYSTEMS (095) 935 8556	ANI PRINTING INKS Ленинградское ш. 16, стр. 9. (095) 775 1760
	БИК (812) 322 6466		





ДВОЙНОЙ ПРАЗДНИК

9 июля московская «Офсетная типография 21» отмечала сразу два праздника — свое трехлетие и пуск в эксплуатацию новой четырехкрасочной листовой офсетной машины формата 52х74 см Rapida 74-4 L концерна Koenig & Bauer.

Мероприятие началось с перерезания ленточки и торжественного пуска машины — сервисные специалисты «КБА РУС» произвели монтаж оборудования в очень сжатые сроки специально для того, чтобы в день юбилея она смогла отпечатать свой первый тираж.

После того как машина закончила печать плаката, гости переместились в находящийся неподалеку ресторан, где отметили событие праздничным ужином. Сотрудникам, которые работают на производстве с момента его создания, были вручены памятные подарки, прозвучало много теплых слов в адрес руководства и коллектива типографии, пожелания дальнейших успехов и процветания.

СЕМИНАРЫ SPS

Компания SPS Rehmus и ее официальный дистрибутор в России — Группа «Нисса» организовали и провели в июне ряд встреч и семинаров с российскими полиграфистами. Для участия в них Москву посетил управляющий директор SPS Ян Ван Шайк. Тематами семинаров стали: области использования цилиндровых машин SPS; технология цилиндрической трафаретной печати; особенности стоп-цилиндровых и цилиндровых машин; печать на различных

типах материалов; сушка красок и лаков в скоростной трафаретной печати; конфигурации печатных линий SPS для выпуска полиграфической, рекламной и промышленной продукции; направления развития цилиндрической трафаретной печати. Особый интерес участники семинаров проявили к использованию печатных линий SPS для УФ-лакирования, отделки печатной продукции и печати деколей для керамики, в том числе и УФ-красками.



В КРАСНОМ

В коллекции дизайнерских бумаг «Ривс» от Argo Wiggins пополнение. Теперь к 12 цветам подколлекции «Ривс Традишн» добавился и красный. Презентация нового цвета состоялась на заседании клуба 2D. Его символом стали «Алые паруса», и вечер был оформлен в морской тематике: демонстрировался одноименный фильм, звучал судовой колокол, а зал украшали силуэты кораблей и морские звезды. Члены клуба убедились, что красный «Ривс» открывает широкие просторы для дизайна полиграфической продукции — от визиток до упаковок.

На вечере были также подведены итоги конкурса «Улететь во Францию!» В номинации «Продуманная конструкция» победила типография «Колев». За «Яркий дизайн» отмечена «Контри-Принт», а за «Большой объем» — компания «Пони». Их представители отправятся в путешествие на родину «Ривс».



ВРЕМЯ СОЗДАВАТЬ ТРАДИЦИИ

В июле в полиграфическом комплексе «Пушкинская площадь» проходили индийские дни. Клиентов и партнеров типографии встречали сотрудницы в национальной одежде, прошла вечеринка с блюдами и напитками индийской кухни и соответствующим музыкальным сопровождением. Заказчиков в эти дни ожидала широкая бонусная программа — в июле они могли рассчитывать на дополнительные скидки и другие приятные сюрпризы.

«Для Индии, страны с богатейшей культурой, характерно одновременное существование давних традиций и современных технологий», — отметил первый заместитель генерального директора типографии А. Сулейков. — Наш комплекс находится только в начале своего пути, оборудование у нас уже одно из самых лучших в стране, теперь пришло время для формирования традиций!» В дальнейшем предполагается постоянное проведение дней различных национальностей на территории комплекса.

В июле произошло еще одно знаменательное для типографии событие — награждение лауреатов национальной Премии «Медиа-менеджер России 2004». В категории «Распространение» награду получил А. Сулейков, который является также генеральным директором экспедиционного комплекса «Московский союз печати» (МСП), входящего в структуру полиграфического комплекса.

Экспедирование прессы посредством независимого оператора, а не оптового продавца или розничной сети, стало основным преимуществом этого проекта. Для открытия МСП удалось привлечь серьезные инвестиции, что позволило закупить высокотехнологичное экспедиционное оборудование, программное обеспечение, собственный парк машин и обучить персонал. Разработанная технология экспедирования позволяет сопровождать движение тиража на любом этапе производства и доставки и тем самым усложняет попадание на рынок контрафактной продукции.

На сегодняшний день экспедиционный комплекс работает с десятками крупнейших российских и зарубежных издательств, ведущими дистрибуторами печатной продукции, обслуживает около 800 торговых объектов, от розничных киосков и газетно-журнальных автоматов до крупных книжных супермаркетов.

Недавно появился очередной клиент: 13 июля состоялся тестовый запуск полного цикла по складированию и экспедированию тиражей ИД (game)land. Первоначально услуга будет оказываться для четырех журналов издательства, но в течение месяца планируется перевод всех 12 изданий (game)land на обслуживание в МСП.

В течение ближайших пяти лет (game)land планирует выпустить на рынок еще 20–30 новых изданий, поэтому издательскому дому необходим долгосрочный партнер, который взял бы на себя все вопросы, связанные с распространением продукции. По словам генерального директора (game)land Д. Агарунова, МСП на сегодняшний день — явный лидер на рынке подобных услуг в России, и премия «Медиа-менеджер России» подтверждает это.

УПРАВЛЕНИЕ ЦВЕТОМ

Группа «Нисса» подписала контракт с лидером в области создания систем управления цветом — немецкой компанией GMG Weihsing на поставку и сервисную поддержку решений для рынка доредакционной подготовки.

Основанная в 1984 г., компания GMG знаменита своими решениями в области систем управления цветом. Одна из наиболее известных ее работ — созданная в 1990 г. система управления цветом для цветопроб IRIS и струйных принтеров. Сегодня в рекламных агентствах, издательствах, типографиях с технологиями офсетной и глубокой печати работают более 2 тыс. систем GMG.

В период «цифровой революции» системы цветопробы GMG ColorProof стали стандартом для европейской индустрии печати, и компания нацелена на создание высокопроизводительных и экономически эффективных решений для рынка доредакционной подготовки.

В сегменте цифровой цветопробы усилия GMG направлены на расширение линейки продуктов: от относительно недорогих решений на основе струйных принтеров Epson, Canon и HP, до систем цветопробы Creo Iris и Veris. Решения GMG+Veris стабильно занимают высокие позиции в тестированиях.

Группа «Нисса», как прямой поставщик, будет предоставлять своим клиентам законченные решения. Например, по желанию клиента цветопробы Veris теперь будут комплектоваться самими современными системами управления цветом от GMG.

СВОБОДУ
ПОЛИГРАФИСТАМ!

В июне состоялся полиграфический круиз Digital Aqua Show, организованный компанией «Терем». Корабль с лозунгом «Свободу полиграфистам!» стартовал в Нижнем Новгороде и проследовал по Волге, останавливаясь в Казани, Самаре, Ульяновске, Саратове и Волгограде. Дружеские встречи с полиграфистами этих городов проходили на борту корабля и сопровождались информационными семинарами и развлекательными мероприятиями. Как показала практика общения, большинство руководителей-полиграфистов видят перспективу развития своих предприятий в повышении уровня технологичности. Особенно большой интерес у них вызывает цифровые технологии.

Приоритетной целью Digital Aqua Show было информирование полиграфистов о существующих сегодня высокотехнологичных решениях, а также о возможных финансовых условиях приобретения оборудования и ПО, включая лизинговые, кредитные и иные схемы. Эти и другие актуальные темы были подробно рассмотрены на прошедших семинарах. Знание своих возможностей, современных решений, нацеленность на успешное развитие и уверенность в достижении своей цели — именно это «Терем» подразумевает под «Свободой полиграфистов». В общей сложности в Digital Aqua Show приняли участие около 200 руководителей и специалистов полиграфических предприятий.

Отдыхай с ...
Xerox DC 6060

Беспрецедентная акция Компании ТЕРЕМ



Если Вы приобрели с 7 июня по 31 декабря 2004 XEROX DocuColor 6060, мы дарим Вам отдых

**НА МАЛЬДИВСКИХ
ОСТРОВАХ!**



Дополнительная информация
тел.: (095)956-0404, www.terem.ru



Москва: ул. Спартаковская 11
тел.: (095) 956-0404, факс: (095) 956-5518
e-mail: sales@terem.ru, www.terem.ru

Санкт-Петербург:
тел./факс: (812) 327-1031
www.terem.spb.ru

ГРУППА КОМПАНИЙ ТЕРЕМ



**Галина
Николаевна
ЛЕВИНА**
Областная
типография
Директор
Белгород

ГАРТ: Галина Николаевна, расскажите немного об истории развития вашей типографии.

Г. Л.: Раньше, до перестройки, мы делали школьные журналы — на всю страну. Еще печатали газеты, бланки, немного книг. Но всю эту продукцию, как Вы понимаете, высококачественной было назвать нельзя.

А вот за годы перестройки изменилось очень многое. Нам везло во все кризисы и дефолты. В 1998 г. все свободные деньги, которые были на тот момент, мы вложили в расходные материалы. Благодаря этому уже через месяц типография работала 24 часа в сутки.

ГАРТ: Наверное, это не только везение, но и умение предвидеть ситуацию, оценить ее и принять своевременно правильное решение?

Г. Л.: Может быть. Так или иначе, на фоне остановившегося рынка мы развивались, и развивались неплохо.

ГАРТ: А каков парк оборудования типографии на сегодняшний день?

Г. Л.: У нас есть рулонные машины для печати газет, есть полноформатная листовая машина «Планета». За послеперестроечные годы мы приобрели сначала одну, а потом еще две листовые машины Polly. У нас прекрасный цех допечатной подготовки, хорошие специалисты, компьютеры, полуформатное фотовыводное устройство.

Но главное не в этом. За счет своего желания, квалифицированного персонала и использования высококачественных материалов мы научились печатать на этих относительно недорогих машинах высококачественную полноцветную продукцию. Теперь уже, наверное, можно говорить о том, что мы создали себе имидж солидной и надежной типографии, и за счет этого на недорогом оборудовании делаем достаточно высокий оборот.

ГАРТ: А коллектив у вас большой?

Г. Л.: В штате 152 человека, 78% из них — женщины. Причем не только на отделочных операциях. Женщины у нас работают и печатниками, и хорошо справляются.

ГАРТ: Какая продукция составляет на сегодняшний день основной объем производства?

Г. Л.: Я даже не могу сказать — какая именно. Это самая разнообразная продукция, которую мы печатаем на листовых машинах.

ГАРТ: А газеты?

Г. Л.: Они для нас — не главная статья дохода. Газеты в нашем объеме производства имеют небольшую долю. Вообще, мы беремся за все, включая сувенирную продукцию. Постепенно «обросли» необходимым для этого оборудованием. Занимаемся также малотиражными высококачественными книгами. У нас есть заказчики из Москвы, Курска, Воронежа и даже Тюмени. Это о многом говорит.

С точки зрения производства полиграфия — это бизнес, и бизнес прибыльный. Правда, он должен быть еще и хорошо организованным

ГАРТ: За счет чего удастся получить московские заказы?

Г. Л.: За счет очень хорошего соотношения цены и качества. Бывает, приходит заказчик, приносит образец, отпечатанный в Москве на немецкой машине. Мы кладем рядом свои образцы, клиент видит разницу и приносит заказ к нам. Кроме того, наша типография принимает участие в тендерах разных министерств, и некоторые из них удается выигрывать. Так что с москвичами можно спокойно конкурировать. Конечно, бывает, что москвичи покупают местные предприятия, и они переводят заказы на ту же этикетку в Москву, а мы теряем хороших клиентов. Но это не повод, чтобы опускать руки. В противном случае мы давно бы уже сидели без заказов.

ГАРТ: Планируете приобрести еще что-то из оборудования, чтобы конкурировать с москвичами?

Г. Л.: Совсем недавно мы приобрели новую четырехкрасочную офсетную печатную машину, сейчас проходит ее освоение. Но моя мечта — пятикрасочная машина полного формата. Имея такую машину, мы могли бы серьезно работать на рынке этикетки. Но это, скорее, можно отнести к несбыточным мечтам.

ГАРТ: Ваша типография — государственная?

Г. Л.: Да, мы входим в структуру Министерства экономики, но на финансирование, достаточное для покупки машины, рассчитывать не приходится.

ГАРТ: А администрация города помогает?

Г. Л.: Конечно, у нас хорошие отношения с администрацией. Но нельзя сказать, что мы получаем от нее большие деньги. Есть небольшой объем заказов, которые мы выполняем и получаем за них оплату.

ГАРТ: А вообще в Белгороде много типографий?

Г. Л.: Да, в городе сегодня работают несколько типографий с многокрасочными машинами. Кстати, Белгород первый из городов Черноземья, где стали печатать высококачественную полноцветную продукцию.

Вообще Белгород — благоустроенный промышленный город с населением около 350 тыс. жителей. И между прочим, несмотря на удаленность от столицы, занимает второе место в России после Москвы по уровню развития предпринимательства, малого и среднего бизнеса.

ГАРТ: Несколько провокационный вопрос: в Москве помещения многих крупных полиграфических предприятий в центре города постепенно сдаются в аренду — так проще. Не думали, какой доход принесла бы сдача в аренду всех этих площадей в центре Белгорода?

Г. Л.: Весь мир живет за счет производства, а в нашей стране все проще сдать в аренду! Я никогда этого даже не просчитывала. У нас вся производственная площадь занята, она приносит доход, какой смысл задумываться об этом?

Предприятие развивается. В 2003 г., по сравнению с 2002 г., объем производства вырос на 48%. На производстве работают люди, которые получают достаточно высокую для Белгорода заработную плату и полный социальный пакет. У нас практически отсутствует текучесть кадров. Я 13 лет работаю директором, и хочу сказать, что с точки зрения производства полиграфия — это бизнес, и бизнес прибыльный. Правда, при одном условии: он должен быть еще и хорошо организованным. Нам удалось сделать именно организованный бизнес, такой, что коллеги из других городов приезжают и очень удивляются.

для перехода
к цифровой печати

**НЕОБХОДИМО
И ДОСТАТОЧНО**

(ацп)

ассоциация цифровой печати

Москва, ул. Электrozаводская д. 37/4 стр. 7
тел. (095) 725 6001

Владимир Дмитриевич ГРЫГИН

(Продолжение. Начало на с. 1)

В наследство от прежнего руководства получил жесточайший дефицит средств и коллектив с большим числом любителей выпить — квалифицированные кадры, которые всегда уходят первыми, если их специальность позволяет сделать это, давно покинули предприятие. С этого и пришлось начинать.

В 1998 г. здесь работало 250 человек, а объем производства составлял в среднем 600 тыс. руб. в месяц. Сегодня, даже с меньшим штатом, мы добились его увеличения в несколько раз. Я полагаю, в течение полугода будет рост еще на 50%.

ГАРТ: За счет чего?

В. Г.: Прирост появляется за счет появления у нас новых технологических возможностей. Продукция, которую мы могли выпускать до переоснащения, была мало кому нужна. Конечно, за исключением газет. Спрос — очень эластичный и зависит от предложения. Появилась многокрасочная машина — появились заказчики на рекламные материалы. Сделали ремонт двухкрасочных машин для книжной продукции, купили новую фальцевальную машину, устройство бесшвейного скрепления и трехстороннюю резальную машину — объемы производства брошюр выросли более чем в два раза.

Но локомотивом, который тянет за собой остальное производство, для нас всегда были газеты. Вроде бы, это социальный заказ, но за его счет потихоньку поднимается все остальное.

ГАРТ: Много газет печатаете?

В. Г.: Около ста наименований. Из них пока только две ежедневные: одна местная, другая — центральная. Скоро, видимо, будем печатать еще две центральные ежедневные газеты. Причем это даже не наша, а их инициатива.

ГАРТ: А сейчас они печатаются в Воронеже?

В. Г.: Да. Но при организованном нами для издательств сервисе не имеет значения, где находится типография — за стеной или в соседней области. У нас есть линия ADSL со скоростью 7,5 Мбит/с, входящий трафик ежемесячно составляет около 10 Гбайт. Макеты приходят в электронном виде, мы их принимаем, проверяем и печатаем, а потом нашим транспортом готовая продукция доставляется в Воронеж.

ГАРТ: Да, такая стойка с коммуникационным оборудованием и сервером Sun

есть только в редких московских типографиях...

В. Г.: Но мы все это покупали в условиях дефицита средств не для того, чтобы продемонстрировать московским журналистам. Это реально нужно, и возможности оборудования активно используются.

ГАРТ: Следующим шагом, видимо, должна стать покупка газетного СТР?

В. Г.: Сейчас практически все наши заказчики предоставляют макеты в электронном виде. Естественно, система СТР — самое логичное решение. Но более эффективным для нас будет СТР для традиционных пластин. Получится стабильный, технологически нормализованный процесс, не требующий поддержки нескольких технологий. Мы сможем делать на таком устройстве формы для всех машин, хотя, в первую очередь, конечно, нужно оперативное производство форм для газетной печати.

Полоса ежедневной газеты «Известия» принимается по Интернету за 1,5–2 минуты. А после этого почти два часа мы тратим на вывод пленок и производство форм. Это никуда не годится. Основная масса газет, которые мы печатаем — еженедельные. Они ждут телевизионную программу, которую получают вечером в понедельник. После этого все срочно хотят оказаться напечатанными. Получается гонка не хуже, чем с ежедневными газетами.

ГАРТ: Но СТР для традиционных пластин — устройства не самые быстрые.

В. Г.: Нам производительности такого устройства хватило бы. Главное — его универсальность и независимость от пластин для СТР. Грубо говоря, мы сможем покупать свои обычные пластины у нормального поставщика.

ГАРТ: Дальнейшее развитие парка печатного оборудования планируете именно в сторону газетного производства?

В. Г.: Ситуация такова: мы находимся между расположенными в соседних областях крупными производителями полиграфической продукции — книжной, газетной и упаковочной. Наша задача заключается в том, чтобы обеспечить потребности мелкого и среднего клиента по качеству и срокам. Именно исходя из этой задачи мы и должны развивать производство.

Если бы были финансовые ресурсы, то первым делом я приобрел бы рулонную машину для печати газет. Она позволит увеличить оборот по газетам более чем в два с половиной раза. Это не теоретические оценки, а результат рас-

чета на основании договоренностей с издателями.

ГАРТ: Машину индийскую или китайскую?

В. Г.: Лично я приобрел бы рыбинскую, поскольку считаю, что она лучше. Но здесь возникает проблема: я должен заплатить 80% стоимости и ждать год, пока ее сделают. А китайская, после существенно меньшей предоплаты, придет через два месяца.

ГАРТ: А кроме газетной машины?

В. Г.: Для того, чтобы нормально печатать рекламную продукцию с короткими тиражами, я купил бы малоформатную листовую пятикрасочную машину с лакировальной секцией или две китайские машины — четырех- и однокрасочную.

ГАРТ: Но это не совсем равноценные вещи. Многокрасочная машина с лакировальной секцией позволяет существенно ускорить производство продукции.

В. Г.: Нас пока еще заказчики сроками не душат, поэтому особая оперативность не требуется. В ближайшие два-три года этого будет достаточно. Просто нужно иметь гибкость, возможность оперативно и эффективно печатать небольшие тиражи, а не ставить их на «Планету» и работать «ради навару на яйцах, сваренных вкрутую».

ГАРТ: Значит, конкурентов в Липецке у вас нет?

В. Г.: Существенной конкуренции мы не ощущаем. Грубо говоря, если собрать остальных шестерых игроков липецкого рынка полиграфической продукции, то их суммарный оборот составит одну четверть нашего.

ГАРТ: Вы планируете работать и на упаковочном рынке?

В. Г.: Да, и для этого нам нужно дополнительное оборудование для производства упаковки и этикетки. Выбирая между этикеткой и упаковкой, я бы сегодня выбрал упаковку. Там пока ситуация несколько лучше.

ГАРТ: Но для того, чтобы стать на упаковочном рынке более или менее конкурентоспособным игроком, нужно приобрести автоматическое оборудование для высечки и фальцевально-склеивающую линию.

В. Г.: Сейчас мы приобрели под конкретного клиента машину для высечки, начинаем делать пачку «Примы». Объем у него небольшой — 500 тыс. пачек в день, но должен вырасти в два раза.

Для развития есть масса вариантов. У нас, кстати, практически пустует третий этаж производственного корпуса. Видимо, его займет флексографская

машина. По крайней мере, мы серьезно рассматриваем планы по ее приобретению.

С самой покупкой того или иного оборудования нет особых проблем — есть лизинговые компании, есть собственное имущество в качестве залога. Проблема в том, чтобы существовал стабильный спрос на упаковочную продукцию, который можно просчитать и сделать план. Если бы у меня за спиной стояло ликероводочное производство, мне совсем неинтересно стало бы печатать газеты. Но такой ситуации, как в Черногловке, у нас нет. Поэтому пока все, что мы можем сделать — постепенно выходить на рынок упаковки для региональных предприятий.

ГАРТ: Липецк известен своим Новолипецким металлургическим комбинатом. А есть ли здесь другие заказчики полиграфической продукции?

В. Г.: Есть, конечно. Полтора года назад мы вплотную занялись корпоративными заказчиками, поскольку установили пятикрасочную «Планету». На сегодня успешно сотрудничаем с заводом, выпускающим чугунные трубы. Он работает не только на российский рынок, но и экспортирует свою продукцию за рубеж. Есть еще заводы холодильников и стиральных машин. Мы

печатаем для этой техники паспорта, сертификаты.

ГАРТ: Но для некоторых из ваших клиентов достаточно типографии с одним «Ромайором»?

В. Г.: Нет, не достаточно. Возникает проблема пиковой производительности. Одних только холодильников «Стинол», например, производится 1,4 млн в год. Кстати, пока итальянцы не купили этот завод, он делал в два раза меньше при большей, тоже в два раза, численности работающих.

Трубный завод к каждой сделанной трубе прикладывает отпечатанный у нас полноцветный сертификат, содержащий защитные элементы.

Производителей много. Липецкая область профицитна, является донором экономики страны. В 2003 г. профицит бюджета составил несколько сотен миллионов рублей.

ГАРТ: Видимо, и уровень жизни здесь выше, чем в соседних областях. Зарплату сотрудникам приходится платить более высокую?

В. Г.: По мере возможностей. Приходится равняться на металлургический комбинат, который выплату зарплаты не задерживал ни разу.

ГАРТ: Областная администрация вам помогает?

В. Г.: Нет, золотых гор нам не достается. Всего достигаем собственным трудом. Интересно, что если посмотреть на наше офисное здание, то большинство кондиционеров принадлежит нашим арендаторам, которым как раз помогает администрация. Это редакции газет.

Мы общаемся с представителями администрации, объясняем им, что вкладываем деньги в развитие: приобрели печатную и фальцевальную машины, ВШРА, устройство бесшвейного скрепления. Но для развития газетного производства необходимы более серьезные инвестиции, иначе все это может в любой момент закончиться.

ГАРТ: Все-таки в регионах любое производство полиграфической продукции, кроме печати газет, является нестабильным и малоденежным. Или нет?

В. Г.: Возможно, вся региональная полиграфия нестабильна и малоденежна. Мы же не добываем полезные ископаемые, не занимаемся незаконными видами бизнеса... Но при этом наша продукция востребована!

ПРОДАМ ЛЕТО

Акция проводится с 1 июля по 30 сентября 2004 года

Главный приз - оплаченный двухнедельный отдых на двоих на одном из лучших курортов мира.

БЕРЕГ

ЕСЛИ ВАЖЕН РЕЗУЛЬТАТ

LUMI art silk

10 ЛЕТ В РОССИИ

подробности на сайте: www.bereg.net/leto



**Александр Павлович
АВДЕЕВ**
«Пролетарский
Светоч»
Главный инженер
Тамбов

ГАРТ: Александр Павлович, у типографии «Пролетарский Светоч» богатая история. А как вам живется сегодня?

А. А.: История действительно богатая, ведь наша типография — одна из старейших в России. Была основана в 1787 г. по указу тамбовского губернатора Гаврилы Романовича Державина. Здесь были напечатаны первая российская губернская газета и первый советский букварь.

В советские времена типография носила статус областной. Она была единственной в городе, если не считать заводских множительных участков, поэтому загрузка была распланирована на год вперед. Большой (около 30%) объем производства составляли багажные номерные бирки для «Аэрофлота». Работали в две смены.

Оборудование тогда получили централизованно через министерство по фондам, поэтому обновление производственных мощностей шло с трудом. Планировалось на базе нашей типографии создать издательско-полиграфический комплекс, как это делалось во многих других областях, однако местный комитет партии на это не пошел. Поэтому во время перестройки коллективу типографии пришлось самостоятельно решать все проблемы.

За последнее десятилетие сделано многое. В 1998 г. мы полностью отошли от старой технологии горячего линотипного и ручного шрифтового набора. В 1993 г. приобрели две ин-

дийские машины «Фаст-300», рыббинскую ПОГ-60 и немецкую «Циркон-6210» и перешли с высокой на офсетную печать областных газет. В настоящее время выпускаем более 40 наименований. Совсем недавно начали печатать «МК в Тамбове».

Еще печатаем качественную книжную продукцию, журналы, брошюры и т. п. Есть хороший переплетно-брошюровочный цех.

Территория типографии составляет 2,23 Га, и мы располагаем достаточными производственными площадями (более 4 тыс. м²), чтобы разместить новое полиграфическое оборудование, в том числе и газетные машины. Работают у нас на сегодня около 160 человек, в основном в одну смену.

ГАРТ: Основная продукция — газеты?

А. А.: Производство газет составляет около 30% нашего объема. И хотя «Пролетарский Светоч» печатает практически все газеты для Тамбовской области, большим бизнесом это назвать нельзя. Кроме того, что цены на работы невысокие, заказчики еще и расплачиваются очень плохо, и со временем ситуация только ухудшается.

ГАРТ: Но если судить по оборудованию, ваша типография — достаточно универсальная. Вы можете печатать не только газеты, но и другую продукцию, включая высококачественную рекламу.

А. А.: Наше техническое оснащение действительно позволяет делать многое. Не так давно установили еще и двухкрасочную машину Hashimoto 652. Проблема не с оборудованием, а с получением заказов. Дело в том, что многим клиентам удобнее работать с частными предприятиями. Типографий, достаточно хорошо оснащенных для производства рекламной продукции, в Тамбове несколько. Они частники, поэтому отличаются более гибким подходом, а мы — государственные. Правда, тоже скоро станем акционер-

ным обществом, по этому поводу уже есть решение областной администрации. Тогда многое может измениться.

ГАРТ: Если уж вспомнили об областной администрации: она как-нибудь помогает работать?

А. А.: Нет, все, что есть, мы зарабатываем своими руками. Теоретически можно, конечно, получить кредит под гарантии администрации для социального значимого проекта, но это только теоретически.

ГАРТ: Если бы все-таки удалось получить кредит, то что купили бы?

А. А.: Что необходимо в первую очередь — так это хорошая четырехкрасочная листовая печатная машина. Но стоит она очень больших денег.

ГАРТ: Но ведь недавно приобретенная машина пока не до конца загружена...

А. А.: Не все сразу. Мы будем искать заказы, чтобы загрузить машину и, я думаю, постепенно все наладится.

ГАРТ: А есть ли в Тамбове и области успешные производства, которым необходима печатная продукция?

А. А.: Сравнивать наш город, например, с Липецком, где работает такой гигант, как Новолипецкий металлургический комбинат, нельзя. Население Тамбова составляет всего около 300 тыс. жителей. Тем не менее, достаточно крупные заводы есть и у нас, правда, они практически ничего не заказывают. Проблема в том, что большинство наших предприятий всегда работали на оборонную промышленность. Раньше, даже при наличии собственных небольших типографий, они заказывали у нас достаточно много продукции, но потом для них наступили не самые лучшие времена. Сейчас ситуация потихоньку начинает меняться, заводы получают финансирование и со временем все должно наладиться.

ГАРТ: А газетное производство считаете совсем бесперспективным?

А. А.: Вовсе нет. Конечно, кроме листовой, нужно думать и о приобретении новой многокрасочной газетной машины. Двум нашим уже больше 10 лет, да и изначально они были не без дефектов.

Вообще же я хочу сказать, что даже при наличии кредита приобретать новое оборудование мы будем очень внимательно. Скорее всего, сначала найдем потенциальных заказчиков полиграфической продукции с нормальными объемами, а уже под них будем подбирать оптимальный комплект оборудования.

Срочно продается

**полный комплект оборудования для печати газетной продукции
красочностью 4+2 (в отличном состоянии)**

Рулонная ротационная офсетная машина Wifag OF 9.2 (Швейцария), 1989 г. выпуска, двойной ширины (1680 мм), скорость 30 000 об/час. Выработанный ресурс по л/отт. — 30%;

Линия транспортировки и упаковки газет фирмы Ferag (Швейцария);

Комплект оборудования для обработки пластин (Германия, Англия).

Цены и условия договорные
тел.: (095) 924-11-68, 200-24-35



**Олег
Викторович
МАТВЕЕВ**
«Пролетарский
Светоч»
Заместитель
директора
Тамбов

ГАРТ: Олег, работа по организации коммерческой службы в типографии возложена на Вас. Скажите, государственной типографии сложнее с поиском заказов, чем частной?

О. М.: Я хотел бы высказать то, что наболело. Возможно, это прозвучит слишком громко, но на самом деле нет никакой разницы между частной и государственной типографией. То, где эта типография находится, также не имеет большого значения. Например, я знаю частную типографию, расположенную в одном из поселков городского типа — она как-то ухитряется работать. Думаю, все дело в том, как организованы производство и система продаж.

ГАРТ: А с чего, по Вашему мнению, нужно начинать построение нормальной функционирующей системы?

О. М.: Очень важный вопрос — кадры для коммерческой службы. Их сложно найти, необходимо обучать, но они должны быть, иначе о получении коммерческих заказов не может быть и речи. Нужен полноценный отдел с квалифицированными сотрудниками и компьютерами, в типографии должна быть по крайней мере мини-АТС, чтобы клиент мог оперативно связаться с необходимым специалистом.

Мы пока только начинаем этим заниматься. Я принес из дома свой собственный компьютер, дал сотруднице задание создать базу данных предприятий — потенциальных клиентов. Она обзванивает их, но мгновенного результата это не дает.

ГАРТ: Может быть, надо не только обзванивать потенциальных клиентов, но и ездить к ним лично?

О. М.: Возможно, но пока наша первоочередная задача заключается в том, чтобы не потерять тех заказчиков, которые приезжают к нам сами. А вот здесь уже выходят на первый план упомянутые мной проблемы организации производства.

Да, мы установили двухкрасочную машину, которая может печатать полноцветную продукцию самого высокого качества. Но что дальше? Одна машина погоды не делает. Само производство должно измениться, люди должны начать работать по-другому. Чтобы заказы быстро обсчитывались, размещались, ну и, конечно, выполнялись и качественно, и в срок. Только тогда мы сможем привлечь нормальных постоянных клиентов на коммерческую продукцию.

Одна из самых главных проблем — наша экономическая служба. На то, чтобы просчитать определенный заказ, у нее может уйти целых три рабочих дня. Какой же нормальный заказчик после этого обратится к нам во второй раз?

Кроме того, пока мы делаем лишь те виды продукции, к которым привыкли. А если попробовать печатать что-то новое, то и с расчетом себестоимости, и с результатом могут получиться проблемы. Пока не отлажена вся система, мы

не можем считаться универсальной типографией.

ГАРТ: Неужели все так плохо?

О. М.: Нет, даже при всех этих недоработках все более или менее нормально. Типография имеет достаточно большой объем производства, чтобы платить вовремя зарплату всем сотрудникам. Но представьте, насколько все могло бы быть лучше!

Есть самые разные резервы, например, теплые склады, где можно хранить бумагу. Мы могли бы завозить ее из Финляндии, обеспечивать собственные потребности и еще продавать соседним типографиям. Почему бы и нет, ведь хранить на складах все равно нечего, а сдавать в аренду не имеет смысла.

ГАРТ: Идея понятна, но это уже не совсем бизнес по производству полиграфической продукции.

О. М.: Я бы назвал его вспомогательным. Это позволило бы нам сократить собственные издержки и получить дополнительную прибыль. И я знаю, что многие региональные типографии используют эти возможности.

Есть еще одна идея — установить здесь полуформатное фотовыводное устройство, которое работало бы и на нас, и на нужды окрестных типографий. Я полагаю, что окупилось бы оно достаточно быстро, но для его приобретения необходимо финансирование, которое взять пока неоткуда.

Вот когда будет организована эффективная работа имеющегося оборудования, можно будет заняться перспективными проектами.

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

Если Вы не получаете ГАРТ и ГАРТ digital, но хотели бы получать их регулярно — заполните и пришлите в редакцию по факсу или по почте эту анкету. Аналогичную анкету можно заполнить в Интернете на сайте www.gart.ru

Ваша фирма — это:

- ☐ Коммерческая типография
- ☐ Газетная типография
- ☐ Книжная типография
- ☐ Журнальная типография
- ☐ Предприятие флексографской печати
- ☐ Репроцентр, препресс-бюро
- ☐ Рекламное агентство
- ☐ Поставщик материалов или оборудования
- ☐ Издательство

☐ прочее

Как адресовать Вам ГАРТ?

Фамилия:

Имя:

Отчество:

Должность:

Название фирмы:

Адрес:



**Олег
Леонидович
НИКОЛАЕВ**
«Приз»
Генеральный
директор
Рязань



**Владимир
Капитонович
КАЛЬСИН**
«Приз»
Директор
производства
Рязань

ГАРТ: «Приз» — одна из самых известных в Москве региональных типографий. Многие, например, до сих пор помнят появившуюся еще в середине 90-х рекламную брошюру, где в форме сказки рассказывалось о технологических возможностях вашего производства. Тогда подобная реклама была редкостью даже для московских типографий.

В. К.: Да, такая брошюра была, и она сослужила нам хорошую службу.

ГАРТ: А сколько лет существует «Приз»?

В. К.: Началось все с того, что созданное в 1990 г. рекламное агентство, намучившись с типографиями, приобрело в 1992 г. свой собственный «Ромайор». На нем печатали самую разнообразную продукцию, в том числе полноцветную. Постепенно развиваясь, приобретали другие машины. После реорганизации в 1995 г. фирма стала называться «Приз». Было закуплено современное оборудование, построено собственное здание. Сейчас производственная площадь типографии — 1,9 тыс. м². В печатном цеху установлены две четырехкрасочные Heidelberg Speedmaster 74–4, а также GTO 52–4 и GTO 52–1, есть большой участок допечатной подготовки, полужформатное фототвыводное устройство. Переплетный цех делает книги в мягкой обложке, брошюры на скобу и термоклеевой переплет, переплет на спирали, высечку этикеток и упаковки, разнообразную отделку. Работают в типографии около ста сотрудников.

ГАРТ: Доходили слухи о том, что вы решили серьезно заниматься этикеткой...

О. Н.: Действительно, когда в 1998 г. закупался Speedmaster и другое оборудование, предполагалось, что основной объем работ на нем будет составлять этикеточная продукция. Но планировалось это еще до кризиса, а на сегодняшний день работать на этикеточном рынке непросто — рентабельность очень низкая практически по всем видам этой продукции. Заказчики пытаются выкручивать руки: говорят, что если мы не хотим печатать по такой це-

не, то есть украинские и белорусские типографии, которые хотят.

Таможенная политика в нашей стране, конечно, не способствует развитию полиграфии. Особенно это касается этикеток на металлизированной бумаге, на которых разница проявляется очень сильно. Так что доля этикеточной продукции в общем объеме производства у нас сегодня — всего лишь немногим более 20%. Основной объем составляет рекламная продукция.

На сегодняшний день приоритетными для нас являются заказчики из Рязани и ближайших регионов

О. Николаев

В. К.: А вообще, мы берем практически все заказы, с которыми к нам приходят. Что бы клиенту ни требовалось — стараемся ему помочь. Это помогает исключить фактор сезонности в загрузке типографии.

ГАРТ: Но «взять все заказы» все-таки очень сложно, ведь для выполнения некоторых, например, книг, у вас просто нет соответствующего оборудования.

О. Н.: Печатаем здесь, а переплет заказываем по кооперации в московских типографиях. Но постепенно мы решим проблему с послепечатным оборудованием. Например, в ближайшее время собираемся приобрести новую фальцевальную машину. Ведь мы должны оперативно обеспечивать местных клиентов, им кроме нас уже никто помочь не сможет.

ГАРТ: Стремление государственных региональных типографий к универсализации понятно. А частной типографии обязательно быть универсальной? Может быть, выгоднее специализироваться на каком-то одном виде продукции? Не обязательно на этикетке.

О. Н.: Для того, чтобы специализироваться на каком-то виде продукции,

нужна большая смелость. Ведь если случаются какие-то проблемы в одном секторе — есть возможность компенсировать их за счет активизации деятельности в другом. Специализация — вообще серьезный риск, который необходимо внимательно просчитывать, а для региональной типографии этот риск существенно возрастает. Конечно, если есть большой местный потребитель какой-то печатной продукции — легче. Иначе специализированной региональной типографии придется работать не на свой регион, а, грубо говоря, на всю страну, чтобы набрать заказы.

ГАРТ: Принимает ли какое-то участие в развитии вашего предприятия областная администрация?

О. Н.: Конечно нет. «Приз» — изначально коммерческая структура, мы никак не связаны с органами власти.

ГАРТ: В Рязани много типографий?

О. Н.: Несколько частных и «Областная».

ГАРТ: Некоторые московские производители упаковки считают регионы очень важным для себя рынком, ведь здесь пока еще можно продавать продукцию по нормальным ценам. А как с хорошими заказчиками в Рязани?

О. Н.: Естественно, в городе с населением 520 тыс. жителей есть крупные промышленные предприятия, но многие из них принадлежат московским финансовым структурам, поэтому и продукцию для своих нужд печатают все-таки в Москве. Так, например, поступают владельцы Рязанской кондитерской фабрики. Им дешевле заказывать упаковку централизованно. Но свою долю заказов мы получаем.

Есть еще режимные предприятия, которые потихоньку начинают просыпаться, но когда еще у них возникнет необходимость в нормальной полиграфической продукции!

ГАРТ: Весь бизнес ориентирован на Москву?

О. Н.: В 1998 г. 70–80% в объеме нашего производства составляли заказы для московских клиентов. На сегодняшний день эта доля существенно сократилась, и теперь приоритетными для нас являются заказчики из Рязани и ближайших регионов.

ГАРТ: Но московское представительство у вас есть?

О. Н.: Да, есть. Но мы за некоторые виды заказов для московских клиентов, которые раньше с успехом печатали, теперь вообще не беремся.

ГАРТ: А какой, по Вашему мнению, должна быть плановая рентабельность типографии?

О. Н.: В идеале — не менее 20%.

ГАРТ: У вас «слишком хорошее» для региональной типографии оснащение. Все возможности оборудования востребованы?

В. К.: Да, конечно. Клиенты, особенно если говорить о рекламных агентствах, требуют высокого качества печати. Прямых заказчиков оно, конечно, интересует меньше: они не настолько хорошо в этом разбираются. Но наша задача — обеспечивать стабильно высокое качество вне зависимости от того, нужно это клиенту или нет.

ГАРТ: Не бойтесь, что скоро в Рязани откроются представительства московских типографий, которые предложат вашим заказчикам более низкие цены?

О. Н.: И что они в результате получат?

ГАРТ: Получат дополнительный объем производства по более или менее нормальным, «немосковским» ценам.

О. Н.: На их месте я бы очень внимательно все просчитал. Мне кажется, это все равно будет для московских типографий делом невыгодным, ведь для того, чтобы выстроить взаимоотношения с заказчиком, требуется время, и цена здесь не всегда является решающим фактором.

Существует другая достаточно серьезная проблема, связанная со столицей. Дело в том, что «Приз» сегодня представляет собой «ПТУ по подготовке кадров для Москвы». Человек приходит работать к нам помощником печатника, мы его обучаем, а через некоторое время он начинает требовать высокую зарплату со словами «иначе я поеду в Москву». У нас самое современное оборудование, это готовый хороший специалист для московской типографии, а до Москвы недалеко.

ГАРТ: Но это общая проблема типографий. Московские тоже жалуются. На рынок приходят новые игроки, и им ничего не остается, как перекупать печатников у других.

В. К.: Когда уходят один-два печатника — это одно. А у нас за прошлый год в Москву уехали целых шесть человек.

ГАРТ: Не возвращаются?

В. К.: Лучшие печатники — нет.

ГАРТ: Как предполагаете развиваться?

О. Н.: Этот вопрос стоит достаточно остро. Мы много думаем о дальнейшем развитии производства, но получается, что какой сектор полиграфической продукции ни возьми, либо конкуренция очень высока, либо капиталовложения для выхода на этот рынок неподъемные.

Основная проблема в том, что необходима отработанная стратегия, как

такие капитальные вложения окупить. Пока у нас такой стратегии нет. Тем не менее, мы приобретаем сейчас новый двухкрасочный полуформатный Speedmaster с устройством переворота листа. Эта машина позволит нам более эффективно печатать определенные заказы. Присматриваемся также к послепечатному оборудованию для производства упаковки.

ГАРТ: Владельцы некоторых крупных московских типографий считают (по крайней мере, считали), что пятикрасочный Speedmaster 52 с секцией лакирования в структуре большой типографии может окупиться за год.

О. Н.: Я могу сказать совершенно уверенно, что машина, стоящая несколько сотен тысяч долларов, за год у нас ни при каких обстоятельствах не окупится. Объем заказов, на которых могут проявиться ее преимущества, у нас существенно меньше, чем в Москве. За два года — может быть.

ГАРТ: Возможно, стоит подумать о таком полезном дополнении к бизнесу, как цифровая печать?

О. Н.: Мы действительно подумываем купить маленькую цифровую машину. Пока выбираем.

ГАРТ: А сколько стоит аренда приличного помещения в центре Рязани и каковы здесь цены на цифровую печать?

О. Н.: Аренда помещения с евроремонтом обходится в 200 долл. за квадратный метр в год. И цены на продукцию пока нормальные — больше доллара за односторонний А3.

ГАРТ: То есть, перспективы у региональной полиграфии есть?

В. К.: Я считаю, что полиграфия будет планомерно развиваться и без работы мы никогда не останемся.

О. Н.: Может быть, я несколько самоуверен в силу небольшого стажа, но мне кажется, что перспективы полиграфии — вполне нормальные, да и у нашего предприятия не самые плохие.



ЦИФРОВАЯ ЦВЕТОПРОБА

В апреле в репроцентре ИД «Колесо» специалисты компании «Терем» установили программно-аппаратный комплекс на основе DuPont Digital Chromalin B2. Сегодня этот репроцентр — единственное предприятие Москвы, оказывающее коммерческие услуги вывода цветопробного оттиска на таком оборудовании. Клиент может заказать здесь персональный профиль, соответствующий производственному процессу типографии, в которой планирует печатать свой тираж. За несколько первых месяцев работы специалистами репроцентра было создано более 30 таких профилей. Вместе с цветопробой, клиенту предоставляется описание технических показателей, при соблюдении которых в печатном процессе будет получена заданная цветовая гамма. Это позволяет значительно сократить время на приладку оборудования под конкретный тираж.

Кроме того, руководство репроцентра приняло решение о приобретении высокопроизводительного фотовыводного устройства AGFA Phoenix. Клиенты получили возможность вывести цветопробный оттиск и получить готовые пленки для печати тиража, обеспечивающие заявленное цветопробой качество.

До 31 октября в «Тереме» действует маркетинговая программа «Цифропробуй... деньги потом!». Познакомиться с ее условиями можно на сайте компании.

ФОРМАТ

Новый журнал издательства «Курсив»
издание для заказчиков печатной продукции
о полиграфии и типографских услугах
Ознакомиться с журналом и оформить подписку можно на сайте
www.kursiv.ru или в редакции.

Наш адрес: Москва, Электrozаводская, д. 37/4 стр. 7
тел.: 725-6001

Последствия солнечной активности

Лето традиционно считается в полиграфии сезоном затишья — отправляются в отпуска сотрудники, снижается активность заказчиков, все замирает и наступает сиеста. Но в этом году что-то странное происходит не только с погодой, но и с рынком. Видимо, какие-то загадочные последствия солнечной активности...

Начнем с российского рынка рекламы, на котором за этот месяц случилось много интересного. Раньше мы часто приводили оценки его состояния, которые делались экспертным советом Ассоциацией коммуникационных агентств России (АКАР) и содержали, в том числе, и объем рекламы в печатных изданиях. Все было тихо и мирно, пока в процесс не вмешалась Гильдия издателей полиграфической продукции (ГИПП). Она, на основе данных своих участников — крупнейших издательств — тоже посчитала объем рекламы в прессе.

Две оценки 2003 г. расходятся больше, чем на 250 млн долл. (1 млрд и 745 млн)! Причем издатели говорят, что их цифра близка к истине, а рекламщики оправдываются тем, что оценка делалась на основе данных мониторинга рекламы в прессе, предоставленных известным агентством. Интересно то, что если издатели правы, реклама в печатных изданиях лишь немного уступает по объему рекламе на телевидении, объем которой, видимо, рекламщиками считается достаточно точно. Значит, наша страна не такая уж «телевизионная», как считают многие, и печатная реклама здесь обладает определенной силой.

Кстати, по оценке «РБК Рейтинг», в числе трехсот крупнейших производителей России на 257 месте фигурирует типография «Алмаз-Пресс». Интересно, что это не самое большое по обороту полиграфическое предприятие в рейтинге. Почти в два раза больший оборот имеет небольшая пермская типография. Типография «Гознак».

Выставка drupa для производителей оборудования была нелегкой, но она закончилась. Все отдышались, и на рынке начались изменения. Несмотря на то, что крупнейшие производители

печатных машин оценили drupa как очень успешную, для некоторых она оказалась последней. Так произошло, например, с американской компанией A. B. Dick — единственным американским производителем малоформатных офсетных машин. В начале июля она объявила о своем банкротстве. Но и это не самое интересное. Через некоторое время компания была куплена фирмой Presstek, специализирующейся на производстве систем экспонирования и расходных материалов для печатных машин с непосредственным экспонированием. Основным клиентом этой фирмы является Heidelberg — система экспонирования Presstek используется в Quickmaster DI 46–4. Другая машина с системой Presstek — производимая фирмой Ryobi модель 3404DI — продается также под марками KBA и Kodak Polychrome. Кстати, сама аббревиатура DI является зарегистрированной торговой маркой Presstek.

Так что, по всей видимости, смысл нового приобретения для Presstek — начать производство собственных машин с непосредственным экспонированием пластин. Однако A. B. Dick никогда не производил машин, которые подошли бы для этого. Вообще, в последнее время эта фирма предпочитала поставлять на основе OEM-соглашений офсетные машины японских производителей.

Очевидно, вслед за одним из главных своих конкурентов — канадской фирмой Creo — Presstek решил диверсифицировать свой бизнес. Налицо явное стремление повысить объем продаж оборудования, ведь на сегодня основную долю в обороте Presstek занимают расходные материалы. А у известного конкурента — фирмы Creo — бизнес с расходными материалами как раз только начинает набирать обороты.

Посмотрим, как будет развиваться ситуация. В фирме Presstek появился новый вице-президент по интеграции бизнеса. Именно он выступал советником руководства, когда принималось решение о покупке A. B. Dick. До этого она также занималась интеграцией в сфере большого бизнеса, правда, объединял компании, специализирующиеся на продаже программного обеспечения. Видимо, это не имеет большого значения, и в Америке интеграция — просто один из отработанных бизнес-процессов.

При этом могут возникнуть совершенно странные альянсы. Возможно, немногие знают о том, что главный

конкурент A. B. Dick — фирма AM Multigraphics, пережив череду различных событий, включая банкротство, в течение двух лет 1984–86 владела активами компании Harris — производителя рулонных офсетных машин. Потом Harris был куплен фирмой Heidelberg. Теперь Heidelberg продал бизнес по производству рулонных машин американской фирме Goss, которая 20 лет назад тоже претендовала на Harris. Все возвращается на круги своя.

Интересные новости приходят и из Европы. Ведущий немецкий производитель устройств СТР для традиционных пластин — basysPrint GmbH — был приобретен бельгийской фирмой Punch. В активах Punch уже значатся бельгийский производитель цифровых печатных машин Xeikon и производитель систем СТР — бельгийская же фирма Strobbe Graphics. Компания basysPrint стала первым «небельгийским» приобретением Punch.

Фирма знаменита тем, что первой разработала технологию экспонирования традиционных пластин с использованием, вроде бы, не имеющего отношения к допечатным технологиям микрочипа DLP фирмы Texas Instruments. Патент на эту технологию и торговая марка СТсР принадлежат basysPrint.

Существует проблема «медленных» и «быстрых» пластин и, соответственно, большей или меньшей производительности устройства, но существенная экономия на цене квадратного метра по сравнению с пластинами для СТР пока налицо. Перспективы устройств СТсР пока нельзя оценить как самые лучшие, в связи с существенно более низкой их производительностью. Однако фирма basysPrint уже установила более 500 устройств СТсР по всему миру. По крайней мере одно такое устройство СТР есть и в России.

**СВЕЖИЙ
НОМЕР
И ВСЕ ГАРТ
АРХИВ**
www.gart.ru

самые нефигтивные мероприятия

объединенная
рассылка
ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



DIRECT PRO

\$300*

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 трех
лет. База данных
постоянно обновляется.

специальные
рассылки
ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



DIRECT EXCLUSIVE

\$0,5*

ЗА ОТПРАВКУ ОДНОГО ЛИСТА
А4** ПО ВЫБРАННОМУ ИЗ БАЗЫ
ДАННЫХ АДРЕСУ. ВЫБОРКА
НЕ МЕНЕЕ 600 АДРЕСОВ.
НЕ ВКЛЮЧАЕТ ЦЕНУ КОНВЕРТА



DIRECT VIP

\$1,5*

ПЕЧАТЬ И РАССЫЛКА
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ
VIP ПРИГЛАШЕНИЙ.
НЕ МЕНЕЕ 300 АДРЕСОВ



GART DIRECT

Москва,
ул. Электровзаводская
дом 37/4 строение 7

Телефон/факс:
(095) 725 6001

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

* 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



PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

**Специальное
предложение**

Надежно и качественно –

"Гейдельберг СНГ" снижает стоимость входного билета в мир печатного бизнеса. Идеальное

не значит дорого!

стартовое решение для типографий стало доступным для всех. Высокое качество, надежность

и простота, широкие возможности применения и уникальные условия поставки, – все это печатные

машины GTO 52 и Printmaster QM 46.

ООО «Гейдельберг СНГ»

Тел.: (095) 775 80 20
775 80 21

Факс: (095) 775 80 22
www.heidelberg.ru

HEIDELBERG