

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 7 (73) ■ 2006

РЕАЛЬНЫЙ РЫНОК II

с. 16



РЕЦЕПТЫ

В НОМЕРЕ:

РЕЦЕПТЫ НАШЕЙ КУХНИ	3
СМЕНА РУКОВОДСТВА	12
ВСЕ ТОЧНО	14
РЕАЛЬНЫЙ РЫНОК	16
ВСЕ — В ОБЛАСТЬ!	20

Б. А. прав, никакой «дядя» для нашей полиграфии уже ничего хорошего не сделает. Отрасль должна заниматься всем самостоятельно

А. Романов (с. 3)

Нам не хотелось бы торговать энергоресурсами следующих поколений

А. Филатов (с. 6)

В самой полиграфии конкуренция жесткая, а в производстве полиграфических материалов ее просто нет!

О. Балан (с. 9)



Сергей
Владимирович
РАДВАНЕЦКИЙ
«Multiprint
Северо-Запад»
(СПб)
Генеральный
директор

ГАРТ: Сергей, первый вопрос к Вам. Сегодня на рынке наблюдаются серьезные изменения, связанные с приходом зарубежных производителей упаковки. Одно из них — продажа Multiprint австрийцам. Расскажите, как развивалась ситуация.

С. Р.: Начать надо, видимо, с того, что Multiprint — совместное предприятие, 80% в котором принадлежит финской компании. Мы проработали на российском рынке картонной упаковки три года. В определенный момент стало ясно, что надо либо расширять производство и инвестировать дополнительные средства в оборудование, как это делает, например, Алексей Филатов, либо прекращать заниматься печатью упаковки. Финны на дополнительные инвестиции не согласились, и начался поиск потенциального покупателя.

(Продолжение на с. 4)



Борис
Александрович
КУЗЬМИН
«Межрегиональная
ассоциация
полиграфистов»
Президент

ГАРТ: Борис Александрович, давайте поговорим о том, что происходит сегодня в российской полиграфии.

Б. К.: По большому счету в отрасли наблюдаются все признаки системного кризиса. Это касается и издательского бизнеса, и полиграфии, и распространения.

ГАРТ: Но эти признаки существуют уже достаточно давно. Тем не менее, компании продолжают работать и развиваться.

Б. К.: Сейчас все усугубляется. Яркий тому пример — книжная отрасль. Сегодня много внимания на самом высоком уровне уделяется рынку издательской продукции, например, книг. По инициативе Российского книжного союза будущий год объявлен в России годом чтения. А о том, на чем эти книги будут печатать, никто не задумывается.

(Продолжение на с. 10)

Galerie Art

47 x 62

47 x 65

64 x 90

62 x 94

70 x 100

72 x 104

БУМАГА,
способная передавать
ИСКУССТВО



Москва,
ул. Маленковская, 32, стр. 3
тел: (495) 729-54-64

Санкт-Петербург	(812) 325-51-21	Самара	(8462) 70-75-10
Екатеринбург	(343) 377-73-93	Саратов	(8452) 45-60-45
Новосибирск	(3832) 27-66-84	Омск	(3812) 51-27-83
Нижний Новгород	(8312) 69-37-28	Уфа	(3472) 38-37-52
Казань	(8432) 18-56-50		

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:** 12.09.2006**Отпечатано в** ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (495) 265 6108, 265 5553**Заказ №** 2405**Печать** офсетная. Тираж 4500 экз.

© Издательство «Курсив», 2006

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

Все знают, что некоторые ингредиенты конкретного блюда могут оказаться не очень вкусными, если попробовать их до приготовления. Сырой лук, конечно, вполне допустим, например, с соевым огурцом, салом и водкой (если, конечно, нет особых планов на вечер), но сырой картофель мало кому понравится. С другой стороны, правильно приготовленные, эти овощи составляют неотъемлемую часть очень многих блюд. Правда, рецепты приготовления и специи могут быть совсем разными.

Сегодня единого рецепта успеха российского полиграфического предприятия, мне кажется, нет. Мы не раз говорили о том, что главное, чтобы владелец и ключевые менеджеры представляли себе, из чего складывается реальная себестоимость производства.

Вот Б. А. Кузьмин говорит, что наша отрасль помощи от государства не дожидается. А мне тут попался на глаза документ про позаказный учет плановой и фактической себестоимости на полиграфических предприятиях. Он подготовлен тульской компанией, специализирующейся на разработке систем управления полиграфическими предприятиями. Подготовлен в соответствии с «Государственным контрактом №...». Значит наше государство заботится все-таки о предприятиях — оплачивает выполнение научно-исследовательских работ.

В числе прочего в производстве тульских «умельцев» фигурируют примеры таблиц. Я посмотрел пару. Понятно, что «программисты», занимавшиеся подготовкой документа, могли не знать, что сверстать произвольный 16-полосный полноцветный журнал плюс обложка за 27 минут нельзя. Нет, конечно, в теории все возможно, но верстальщик, который с этим справится, за 5 рублей 76 копеек (!) такую работу делать никогда не станет. Ладно, читаем дальше... После такого энергичного старта почти 10 часов (!) потребуется на фотовывод. Ну, а следующим промежуточным успехом

будет считаться 18 часов (!) на монтаж пленок.

Ну, думаю, ладно. Это они в одном примере напортачили. Нет. Оказывается, «программистам» совершенно невдомек, что напечатать работу форматом 60х40 см на листовой машине 52х36 нельзя. Ну ладно, что с программиста взять, но почему их гениальная «система» не отлавливает такие тупые ошибки, мне не понятно.

На этом я устал знакомиться с гениальным документом. Ладно, если бы такие плюхи были в документации по «системе». Тогда нормальный человек сразу бы понял, что покупать ее не нужно. Но не в официальных же методических указаниях, которые лежат на сайте агентства и которые может взять на вооружение, например, налоговая... Это все равно что написать для ресторана документ о типовом расчете себестоимости приготовления вареной картошки: «В 200 мл воды добавьте два килограмма клубней картофеля и 10 кг соли». Но такой-то документ ни одно агентство или министерство не пропустит. А полиграфия — это так.

Нет, Борис Александрович прав. Никакой «дядя» для нашей полиграфии уже ничего хорошего не сделает. Рецепт один — отрасль должна всем заниматься самостоятельно. А для этого необходимо уметь готовить...

Андрей Романов,
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ:

ГАРТ № 8–2006:
РАСХОДНЫЕ
МАТЕРИАЛЫ

ГАРТ № 9–2006:
ОФСЕТНАЯ
ПЕЧАТЬ

ГАРТ № 10–2006:
ПОСЛЕПЕЧАТНОЕ

ГАРТ № 11–2006:
КАДРЫ



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



Бумага мелованная матовая
Galerie Art silk плотностью
130 г/м² предоставлена
фирмой «Комус»

**С. РАДВАНЕЦКИЙ,
А. ФИЛАТОВ**

(Продолжение. Начало на с. 1)

Договорились в конце концов с австрийцами — Mayr-Melnhof.

ГАРТ: Интересно, насколько быстро удалось это сделать?

С. Р.: Переговоры шли два года, несмотря на то, что интерес был обоюдным.

ГАРТ: Долго торговались... А продавались все 100% предприятия, или только чья-то доля?

С. Р.: Нет, речь с самого начала шла о продаже предприятия целиком.

ГАРТ: Сергей, а чем Вы теперь занимаетесь?



**Алексей
Геннадьевич
ФИЛАТОВ**

«Санкт-Петербургская
образцовая
типография»
(СПб)

Генеральный
директор

**Сегодня
в Питере есть
типографии,
которые нахо-
дятся на грани
разорения
или уже разо-
рились. Кто-то
сливается,
кто-то пытаят-
ся выжить
в одиночку.
С этим ничего
не поделаешь**

С. Радванецкий

С. Р.: На полученные деньги мы опять совместно с финнами приобрели оборудование для новой типографии — две печатные машины, самый разнообразный финиш. Но упаковкой не занимаемся. Да оно и к лучшему.

ГАРТ: А что печатаете?

С. Р.: Самую разную, в основном, рекламно-коммерческую продукцию. Например, просто как тема — путеводители для туристов.

ГАРТ: «Альбомная тема» похожа на «чисто-питер-

скую». Туристический город. В Москве нет такой тусовки?

А. Ф.: Почему же, есть. «Август Борг», «Локус Станди»...

ГАРТ: Ну да, а ведь в Питере один из основных игроков этого рынка — «Иван Федоров» — был недавно преобразован в офисный центр?

С. Р.: Именно так. С одной стороны, это знаковое событие. С другой — сегодня в Питере есть и другие типографии, которые находятся на грани разорения или уже разорились. Кто-то сливается, кто-то пытается выжить в одиночку. С этим ничего не поделаешь.

А. Ф.: Большая часть оборудования «Ивана Федорова», включая новые печатные машины, перевезена в Калининград. Часть купили питерские типографии.

ГАРТ: Короче, шутки закончились?

С. Р.: Да, закончились.

ГАРТ: Сергей, интересно, а австрийцы после покупки Multiprint установили дополнительное оборудование?

С. Р.: Насколько я знаю, поставили в дополнение к имевшимся еще одну автоматическую высечку и одну линию фальцесклейки. Были планы установить еще две листовые офсетные машины очень большого формата и ламинатор, но до настоящего момента все это так и осталось в планах. Еще хотели привезти машину глубокой печати под сигаретную пачку, но тоже пока не привезли.

ГАРТ: Ну, в секторе сигаретной упаковки бороться уже практически не за что. Alcan строит большое производство под Питером, видимо, под Phillip Morris. Он поделит объем с новгородским Amcor, который, кстати, потребляет более 50 тыс. т мелованного картона в год, и еще заберет часть импорта. Но импортируется сегодня всего 26 тыс. т сигаретной пачки. Причем импорт все равно останется, потому что пачки для некоторых марок сигарет делаются за границей. Для еще одного производства уже ничего не остается.

А. Ф.: Но объем импорта все еще очень большой. Кроме того, многое могут решить корпоративные связи, ведь Mayr-Melnhof — один из крупнейших европейских производителей картонной упаковки.

ГАРТ: По нашим данным, их объемы продаж существенно меньше, чем у Alcan и Amcor. Может быть, у них хорошие позиции именно в картонной упаковке? А по складной коробке они со своими «корпоративными связями» клиентов нашли?

А. Ф.: Нашли, насколько я знаю. После выхода на наш рынок они за счет демпинговых цен получили контракт с одним из крупных потребителей упаковки. Но обязательства по поставкам не выполняют. В прошлом ме-

сяце недопоставили значительную часть объема. Сразу было ясно, что на имеющемся оборудовании они такой объем сделать не смогут, и существенную долю придется импортировать.

ГАРТ: Может, они и рассчитывали дозагрузить свои европейские производства?

**Производители
машин и сушек
уже раз пять
приезжали, все
фотографиро-
вали, фотогра-
фировали...
Ведь вариант,
который они
нам предлага-
ли, стоил бы
в десятки раз
дороже**

А. Филатов

А. Ф.: Не исключено. Но я уверен, что по таким ценам этот заказ убыточен, где бы он ни выполнялся — в России, в Европе...

ГАРТ: Кстати, эти же австрийцы приобрели после Multiprint еще и существенную долю в картонном производстве «Полиграфоформления»?

С. Р.: Да. А теперь, насколько я знаю, ведут переговоры о покупке типографии в Казахстане.

ГАРТ: Сегодняшняя ситуация на нашем упаковочном рынке со стороны выглядит очень интересной. Алексей, «СПб Образцовая» — одно из крупнейших российских производств упаковки из картона. Интересно, Вы тоже развиваете этот бизнес под продажу?

А. Ф.: Нет. Твердое нет! Ведь потом будет скучно жить. Хотя... в жизни много интересного и неизведанного.

ГАРТ: То, что мы видели на новом производстве, очень впечатляет. И инвестиции для этого Вам необходимы немалые. Как жизнь-то?

А. Ф.: Инвестиции, конечно, потребовались, но они вполне «подъемные» для нормально работающего полиграфического производства. У нас теперь есть листовая УФ-машина уникальной конфигурации. Кроме картонной, печатаем много упаковки из пластика.

Чтобы эффективно работали сушики, пришлось спроектировать и построить установку для выделения азота из воздуха. Она же еще и как противопожарная система работает. Причем немцы за ее проектирование не взялись. А у нас с ребятами из «Курчатовского» института получилось. Производители машин и сушек уже раз пять приезжали, все фотографировали, фотографировали... Ведь вариант, который они нам предлага-

ли — покупать сжиженный азот — стоил бы в процессе эксплуатации в десятки раз дороже.

ГАРТ: Все ясно с вами, хитрыми физиками...

А. Ф.: Да, есть некоторые хитрости. Приобрели к трем имеющимся еще два автоматических прессы для высечки со всеми опциями, включая секции разделения заготовок. Правда, особой хитростью это назвать нельзя.

ГАРТ: Но таких в России не больше десятка. А мы видели еще разные секретные машинки...

А. Ф.: Да, есть и такие. Только не рассказывайте о них никому. Это, например, линия для получения высокого глянца на отпечатанной упаковке. В ней используется горячее каландрирование после предварительной запечатки специальным лаком.

ГАРТ: Но эффект потрясающий! Честно. И ламинатор тоже впечатляет.

А. Ф.: Да, делаем упаковку, ламинированную пленкой с голографическим эффектом. Взял клиент в магазине коробку в руки — и сразу может понять, что она оригинальная.

ГАРТ: А как дела на рекламном рынке? Ведь у вас два производства.

А. Ф.: Все хорошо. Я даже не знаю, как сегодня эти рынки разделить. Просто есть очень большие заказы на рекламную продукцию от потребителей упаковки. Объемы такие, что печатные машины полного формата трудятся несколько суток. А потом все это еще фальцуется и режется.

ГАРТ: Вы имеете в виду различные вкладки?

А. Ф.: Да, именно их. Часто есть некий элемент, который традиционные производители упаковки сделать не могут. У них нет, скажем, серьезных фальцевальных машин. Но куда эти вкладки относить, к упаковке или к

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

НА «БУМАЖНЫЕ»
ГАРТ и
ГАРТ digital

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

рекламной продукции? А мы печатаем и то, и другое. Нам проще.

ГАРТ: И как живет при наличии двух производственных площадок?

А. Ф.: На самом-то деле, они реально в 10 минутах езды друг от друга, поэтому особых проблем нет. Другое дело, что завод на Черной речке, у которого мы арендуем помещения для «рекламного производ-

Офсетные пластины для CTP

От бюджетных до элитных решений

NISSA | CENTRE

«НИССА Центр»
www.nissa.ru
Москва (495) 956-7719
Санкт-Петербург (812) 320-1420/22
Екатеринбург (3432) 166-906
Новосибирск (383) 216-3026
Ростов-на-Дону (863) 255-1248
Киев (38044) 490-3460
Алматы (3272) 980-298

ва», по плану будет перестроен в офисный центр. Придется оттуда съезжать. Но мы к этому подготовились. Пристроили еще один корпус на новой площадке. Сейчас там заканчивается внутренняя отделка. Будем переезжать.

ГАРТ: Но Старая деревня, где располагается ваша «упаковочная» площадка, тоже становится потенциально привлекательным объектом для «девелоперов»?

А. Ф.: Нет, эта площадка находится в промышленной зоне. Там есть различные объекты, которые это предназначение определяют. Кроме того, мы здесь владельцы, а не арендаторы. Да, есть проблемы: например, электричество. Я вообще не могу понять, почему в Китае местная компания за «отвод» нашего же российского киловатта платит 200 долл., а мы здесь должны платить больше тысячи. Но это проблемы наших чиновников.

Тем не менее, нам не хотелось бы торговать энергоресурсами следующих поколений. Лучше уж, задействовав все жизненно важные органы, конкурировать с серьезными участниками нашего непростого рынка. Для этого желаем им всем крепкого здоровья!

НОВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПЛОЩАДКА «ОБРАЗЦОВОЙ»



УНИКАЛЬНАЯ УФ-ПЕЧАТНАЯ МАШИНА



СКЛАД МАТЕРИАЛОВ И ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ



РУЛОННЫЕ МАШИНЫ ДЛЯ ПЕЧАТИ ЦВЕТНЫХ ГАЗЕТ



MANUGRAPH

Technology in Print

ЛИНИЯ ПРОГРЕССА CityLine Express

Выбор уже более сорока типографий России и стран СНГ

- Скорость 35 тысяч оттисков в час
- Управление происходит с одной сенсорной панели
- Четыре бригады сервисных инженеров, в том числе специалисты завода-изготовителя
- Склад запасных частей
- Постоянно действующий демонстрационный зал и центр обучения.



Офис в Москве: 123007, Москва, Хорошевское шоссе, 38, оф. 520
Телефоны: (495) 940-26-00, 941-22-63, 232-14-93
Факс: (495) 940-19-40, vmg@vmg.ru, www.vmg.ru

Офис в Алматы: Тел/факс: (3272) 95-27-44, vmg@webmail.kz
Представитель в Киеве: Тел/факс: + 38 (067) 405-49-70
Компания «МакХаус»



ЧИТАТЬ СТАЛИ МЕНЬШЕ

Интересно, что все-таки происходит с нашей книжной отраслью? Что мешает ей развиваться нормально, как, например, в Италии? Там сегодня создаются новые производства, а существующие обновляют оборудование. Значит, и читатели находятся. А у нас 2007 г. объявлен Годом чтения. Для непосвященного звучит непонятно. Все равно, что год скалолазания, например. Кто не лазил, тот вряд ли и полезет.

Председатель Книжного союза С. Степашин заявил, что сегодня наша страна входит в первую пятерку по количеству издаваемых книг, хотя первые места по этому показателю, а также по количеству прочитываемых

книг, занимают Китай и Индия. Конечно, население последних многократно больше, чем в нашей стране, но читать у нас действительно стали меньше. Это может означать, что кроме чтения у людей появились и другие варианты времяпрепровождения.

Когда-то нам рассказывали, что СССР — самая читающая страна в мире. Возможно, так и было. Но вот сегодняшние показатели, почерпнутые из Интернета: 37% россиян вообще не читают книг, 52% никогда их не покупают, и только 23% считают себя активными читателями. Одной из причин здесь выступает, видимо, сам Интернет, а где-то в числе прочих находится перераспределение свободного времени в пользу телевизора, шоппинга, активного отдыха и т. п. Хотя многие по-прежнему считают одной из основных причин падение платежеспособности населения. Издатели давят на типографии в стремлении снизить себестоимость. Типографиям деваться особо некуда, ведь работать-то нужно...

Если тенденция сохранится, то резко возрастает вероятность кризиса книжного рынка. О серьезности положения свидетельствует хотя бы тот факт, что агентство «Роспечать» уже подготовило

проект антикризисной программы, в соответствии с которым собирается выкупить нереализованные книги по льготным ценам и передать их в библиотеки. Однако издатели сильно сомневаются в успехе разовой акции, а кроме того, из программы не совсем понятно, что именно можно будет считать неликвидом.

Кризис в издательском деле тут же отразится и на полиграфической отрасли. Ведь мощности многих книжных производств и так загружены далеко не на 100%. И разовые тиражи, которые заказывают издатели, существенно сокращаются — чтобы не было тех самых «неликвидов».

Но обвинять во всех бедах неплатежеспособность населения, видимо, все-таки неправильно. Есть еще и несовершенство системы продаж, особенно в регионах, и часто издателям приходится организовывать собственные сети магазинов и системы дистрибуции, искать новые каналы распространения: книжные отделы в супермаркетах, лотки с прессой, Интернет.

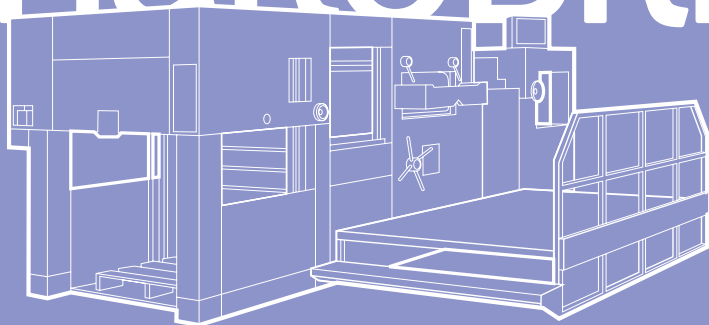
А еще есть, возможно, главная причина — несоответствие содержания самой книжной продукции читательским ожиданиям.



SBL один из мировых лидеров по производству оборудования для изготовления упаковки. Техника SBL пользуется заслуженным доверием у полиграфистов по всему миру

благодаря высокой производительности, точности и надежности работы. С начала 60-х годов компания специализируется на выпуске автоматических прессов для тиснения и высечки, фальцевально-склеивающих линий, лакировальных, кашировальных и листорезальных машин.

Производство картонной упаковки



1050SE — автоматический штандцевальный пресс с модулем удаления облоя и передней кромки

NISSA | CENTRE

«НИССА Центр»

www.nissa.ru

Москва (495) 956-7719

Санкт-Петербург (812) 320-1420/22

Екатеринбург (3432) 166-906

Новосибирск (383) 216-3029

Ростов-на-Дону (863) 255-1248

Киев (38044) 490-3460

Алматы (3272) 980-298



TS-1000NMS — автоматическая фальцевально-склеивающая линия со спреющей системой нанесения клея



KMAUW-106 — автоматическая машина для нанесения лаков на водной основе и УФ-отверждаемых



ST-1100 — кашировальная машина с автоматической подачей материала



Ольга БАЛАН

«Выражайтесь печатно»

Генеральный директор

ГАРТ: Ольга, в предыдущем интервью мы уже говорили о том, что ваше преппресс-бюро предлагает клиентам не только услуги по фотовыводу, но и экспонирование пластин для СТР. Плюс комплекс различных проб.

О. Б.: Да, как раз о них мы и хотели рассказать подробнее, потому что в настоящий момент у нас, наверное, самое широкое предложение по пробам.

ГАРТ: С чего начнем?

О. Б.: Если расставить в хронологическом порядке, то сначала будет Agfa DryProof. Начинали мы с нее, а через некоторое время приобрели Cromalin. Эти две системы работали в паре, и различались только по цене. Но в прошлом году материалы для Agfa выпускать перестали. Мы использовали все до последнего пигмента, после чего из аналоговых цветопроб у нас остался только Cromalin.

ГАРТ: Но уже была цифровая Agfa Grand Sherpa.

О. Б.: Да, ее мы купили два года назад. Третья — спусковая, приобреталась вместе с СТР. Это широкоформатный принтер Epson 9600, на который мы отправляем отрастрированные файлы. Кроме того, около полугода назад мы предложили клиентам еще одну услугу — удаленную экранную пробу.

ГАРТ: Как «прижилась» цифровая цветопроба?

О. Б.: Поначалу эта услуга очень тяжело пробивала себе дорогу на рынок.

ГАРТ: Сомнения клиентов можно понять: реально ли получить на цифровом и аналоговом устройствах адекватные, одинаковые результаты?

О. Б.: Вполне. Наш префлайт-инженер добился полного их соответствия. Sherpa калибровалась под аналоговый Cromalin. Если люди приходят со своими профилями, то они получают цветопробу, изготовленную с учетом их профиля. Но это более характерно для флексопечати. «Офсетные» заказчики профили, как правило, не приносят. Выводим обычно с профилем Cromalin, и результаты получаются очень похожие. Во всяком случае, в пределах стандарта нашей отрасли.

ГАРТ: А насколько оперативно все это происходит? Предположим, я в три часа ночи сорвался к вам — мне надо сделать Cromalin. Когда я его получу?

О. Б.: Через час, то есть в четыре часа ночи. Потому что операторы фотовывода и цветопроб в это время находятся на рабочих местах. А вот спусковую, цифровую и экранную пробу, к сожалению, не получите, потому что префлайт-инженер работает до 24:00.

ГАРТ: Ночные смены рентабельны?

О. Б.: Да, потому что основной поток заказов начинается в 4 часа дня, и вечерняя смена с ним не справляется.

А вот непосредственно ночных заказов становится меньше. Это раньше был «кураж» от вступления в капита-

Появилось огромное число клиентов, которые хотят воспользоваться нашими услугами. Это, конечно, приятно с одной стороны, но настораживает — с другой

лизм, когда люди работали по ночам. Сейчас все уважают свое время. До восьми вечера клиентов еще много, а с 8 до 12 — единицы. Скорее, придут рано утром — часов в семь. Но и то редко. Обычно поток клиентов начинается с 9:00. А в выходные вообще приходят всего 5–10 клиентов за целый день.

ГАРТ: Вы оказываете и услуги по фотовыводу. А остались еще клиенты, которые приходят просто за цветопробой?

О. Б.: Конечно, причем на аналоговую пробу спрос очень высокий. Постепенно растет и объем заказов на цифровую. Спусковую пробу мы обычно делаем перед выводом пластин на СТР, но иногда ее просят и заказчики пленок. Просто в свое время они выводили пластины, потом по каким-то причинам от этого отказались, а к спусковым пробам уже привыкли, они очень удобны для проверки.

ГАРТ: Пленки вы выводите здесь, а спусковую пробу делаете в типографии?

О. Б.: Это не страшно. Наш курьер все доставит клиенту.

ГАРТ: А как же разные растровые процессоры? Может не получится соответствия.

О. Б.: Стараниями нашего префлайт-инженера все получается. Но заказы на фотовывод и спусковые пробы — это все-таки единичные случаи.

ГАРТ: Мы издаем ГАРТ уже 6 лет, и давно перестали делать спуски самостоятельно. Поэтому я был очень удивлен узнав, что многие предпочитают делать спуски вручную, не доверяя преппресс-бюро. А у вас как?

О. Б.: Все наоборот. Клиенты говорят, что только мы можем делать нормальные спуски. Просто наличие своей типографии позволило приобрести богатый опыт электронного монтажа полос.

Кстати, в июле у нас была непростая ситуация, когда целый день не было материалов на Screen DT-R 3100, а в проявке Screen Tanto сгорела плата, остался только фотонаборный автомат AGFA Accuset. Наша типография часть заказов выводит на пленки, и там все привыкли, что мы делаем спуски. А тут необходимо что-то монтировать. Нонсенс! Они давно ушли от этого. Считают, что мы все сделаем более тщательно и аккуратно. И это — правда.

К хорошему все привыкают быстро. Поэтому мне кажется, что самой популярной со временем станет услуга экранной пробы. Не надо никуда ехать, не надо ничего возить: мы сделали, отправили — и все. Сейчас об экранной пробе много пишут, она очень актуальна. Пока у нас всего несколько клиентов на эту услугу, но система уже отработана, и все готово.

Работа через Интернет — это действительно удобно. Совсем недавно был случай: у нас что-то делали с электричеством, включали-выключали электроэнергию и довыключались до того, что не смог «подняться» сервер. Его реанимировали часов пять. Мы буквально уговаривали клиентов: «Пожалуйста, приезжайте и привезите диски» — не хотят. Отвыкли.

ГАРТ: Но они же все равно приезжают за пленками?

И ЦИФРОВЫЕ, И АНАЛогоВЫЕ



О. Б.: Зачем? Ведь есть курьерская доставка. Особенно оперативно получается летом, когда подрабатывают студенты.

ГАРТ: Ну а как бизнес с выводом пластин для СТР, о котором мы беседовали в предыдущем интервью?

О. Б.: Число клиентов растет. Конечно, основной объем идет от нашей типографии, но даже в июле сторонних заказчиков было 10–12. Правда, в основном небольшие типографии с малоформатными печатными машинами.

ГАРТ: О конкурентах еще не слышали?

О. Б.: Слышали, но их масштабы не позволяют говорить об этом всерьез.

ГАРТ: Видимо, бизнес по оказанию препресс-услуг постепенно будет трансформироваться. В Москве из 400 типографий осталось только 300, у которых нет СТР. Из них половина выводит пленки самостоятельно. Значит, рынок существенно сокращается по сравнению с тем, что было 5 лет назад?

О. Б.: Да, многие репроцентры закрылись. Появилось огромное число клиентов, которые хотят воспользоваться нашими услугами. Это, конечно, приятно с одной стороны, но пугает истораживает — с другой. Вот буквально на этой неделе за один день зарегистриро-

валось 11 компаний, и половина из них сразу сделала заказы. Тем не менее, рынок существует, и наше преимущество на нем — в комплексном подходе.

ГАРТ: Ольга, рассказывая о форс-мажоре в июле, Вы упомянули про ситуацию с отсутствием материалов для фотывыводного устройства. Следующий номер ГАРТ будет посвящен расходным материалам, поэтому хотелось бы узнать, что Вы, как потребитель, об этом думаете.

О. Б.: Ситуация с материалами в последнее время такая, что хочется выражаться нецензурно. Мы работали на пленке пять лет, и перебоев практически не было. Началось все в апреле, когда возникли проблемы на таможне. Не было ничего. Я купила материалы у всех известных поставщиков — не смогла уже ни на цену, ни на формат. Лишь бы не останавливались фотонаборы. Экспонировали даже пленку, не предназначенную для нашего лазера. Оказывается, можно. Правда, лазер подкручивали на максимальную мощность. А что делать! Хорошо еще, что работало СТР и была возможность выводить на пластинах.

ГАРТ: С пластинами проблем больше не возникает?

О. Б.: С ними лучше, не считая того, что цены постоянно растут. Вообще, меня удивляет, что у нас на рынке материалов не предлагают пластины и химию российских производителей. Почему 20 литров раствора щелочи я должна покупать за 100 долл., когда цена ей 5 долл. «в базарный день»?

ГАРТ: Но даже в Германии химия для пластин стоит недешево.

О. Б.: В Германии рабочая сила дорогая. Почему у нас такое производство не организовать? Ведь Россия считается химически развитой страной.

ГАРТ: Проблема в объемах производства сырья. Они недостаточно большие, чтобы химической промышленности было интересно за это браться.

О. Б.: Значит, для космических кораблей тот же алюминий производить умеем, а для полиграфии — нет? А вот в Китае есть около 10 производителей пластин. Не боятся, открывают.

Мне, например, обидно, что единственный российский материал, который мы используем — бумага «Славич» на спусковой пробе. В самой полиграфии конкуренция жесткая, а в производстве полиграфических материалов ее просто нет!

ЦВЕТОПРОБА — все под КОНТРОЛЕМ!

Аналоговая

DuPont Cromalin StudioSprint A2

получение цветопроб с цветоделенных пленок. Форматы до A2.

726 руб. – A4 (с готовых пленок)

Цифровая

AGFA Grand Sherpa 50

получение цветопроб непосредственно с файла. Форматы до A0.

270 руб. – A4 из ps-файла

300 руб. – A4 из верстки

ВЫРАЖАЙТЕСЬ ПЕЧАТНО

Работаем круглосуточно, без выходных

www.printoffice.ru

739 11 00

Экранная удаленная проба

технология удаленного подтверждения экранных спусковых проб

перед выводом CtP-форм через интернет. Услуга предоставляется бесплатно.

Спусковая проба

принтерная распечатка спускового макета.

Максимальный формат A0.

120 руб./кв.м при выводе CtP-форм

330 руб./кв.м без вывода CtP-форм

Заказ цветопроб через интернет
PRINTOFFICE.RU
автоматизированная система обслуживания клиентов

Информирование о готовности заказа по e-mail и через SMS-сообщения.

Курьерская доставка готовых заказов по Москве.

**Борис Александрович
КУЗЬМИН**

(Продолжение. Начало на с. 1)

В газетном секторе происходит то же самое, несмотря на существенный скачок в качестве и прирост мощностей.

ГАРТ: Это понятно. Новые мощности нужны, в основном, для печати бесплатных газет с цветными объявлениями и телепрограммой. Растет поколение людей, которые ничего не читают. Да и читать за исключением десятка изданий сегодня особенно нечего. В журналистике проблема с квалифицированными кадрами стоит еще острее, чем в полиграфии.

Б. К.: На всемирном газетном конгрессе в Москве Россию представлял издатель газеты бесплатных объявлений. Какая там журналистика!

Но проблема полиграфии не в этом. Система уп-

равления, которая существовала по крайней мере в некоторой достаточно большой части отрасли, разрушена совсем. И в Агентстве, и в Министерстве полиграфистов осталось мало. Формальное государственное управление и регулирование отсутствует, и теперь можно окончательно констатировать, что полиграфической отрасли как таковой у нас нет, несмотря на то, что есть рынок, предприятия, технологии, люди.

ГАРТ: И на этом фоне идет приватизация полиграфических предприятий. При чем всем понятно, что это борьба за «здания и сооружения».

Б. К.: Да, существует противостояние между несколькими ведомствами, предлагающими различные концепции построения системы и «сохранения единого информационного пространства». Окончательное решение по этому вопросу

пока не принято. Но вообще-то это, конечно, передел, если называть вещи своими именами. Что получится, прогнозировать очень сложно.

ГАРТ: Все идет к переводу полиграфических производств в другие, менее привлекательные места. Но перевод — это в лучшем случае. В худшем — просто сдача оборудования в металлолом и создание офисных центров. Нет смысла даже обсуждать судьбы «Образцовой», «Красного Пролетария» или «Детской книги».

Б. К.: Этот процесс уже идет. Вы могли заметить, что производится реконструкция корпуса «Первой образцовой» на Садовом кольце. Естественно, не под полиграфическое производство. Конечно, все крупные московские типографии будут выводить за МКАД.

ГАРТ: В других городах государственные типографии тоже имеют очень хорошее географическое положение. И на их здания найдется немало претендентов.

Б. К.: К нам обращались представители очень крупной финансовой структуры. Решили, что мы можем посодействовать. Они были готовы приобрести крупнейшие полиграфические предприятия в нескольких городах России, одновременно беря на себя обязательства построить для них новые здания, но уже не в центре.

ГАРТ: Не самый плохой вариант.

Б. К.: Возможно. Но где гарантия, что все предприятия найдут именно таких инвесторов? А ведь за полиграфическими комплексами федерального подчинения наступит очередь городских и областных, которые часто также располагаются в центрах больших городов.

ГАРТ: Да, «Московская правда», например. Но вся эта ситуация складывается из-за перегретого рынка не-

движимости в Москве и крупных городах.

Б. К.: Возможно, ведь еще два-три года назад земельные участки и здания можно было приобрести по разумной цене.

ГАРТ: Придет время, и этот «девелоперский» мыльный пузырь лопнет. Собственник будет сидеть несколько лет

**Парадокс
в том, что
мы — отрасль,
связанная
и с культурой,
и с промышленностью.
Но в министерствах, которые
занимаются
промышленностью, нас пони-
мают намного
лучше, чем
в Министерстве культуры**

и ждать, когда придут арендаторы, а они могут и не прийти. В нашей стране, как известно, и дефицит соли, и банковский кризис, могут возникнуть в любой момент. Со всеми вытекающими последствиями. Сегодня издалека виден новый корпус на территории «Прессы», на котором огромными буквами написано одно слово — «Аренда».

Б. К.: Да, построили еще один офисный центр. После этого на территории все парковки стали платными. Вы знаете, я начинал свою трудовую деятельность на «Правде» 51 год назад. Корпус офсетно-глубокой печати площадью 65 тыс. м², оснащенный самым современным оборудованием — гордость советской полигра-

ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ПРОДАЖА • СЕРВИС

HEIDELBERG

GLUNZ & JENSEN

POLAR

wohlenberg



KONICA MINOLTA

stahl

Böttcher

THEIMER

TECHKON

BEIL
GERMANY

InitPress

(495) 204-4253
www.initpress.ru

info@initpress.ru

фии! В нем делалась вся журнальная продукция Советского Союза. Теперь его тоже постепенно переделывают в офисный центр. Половину уже перестроили.

ГАРТ: И это логично. Нельзя иметь такое производство в центре Москвы.

Б. К.: Да, наверное. Причем из корпуса, в котором наша Ассоциация арендует помещения, все съехали после повышения цен. Площади пустуют.

ГАРТ: Судя по всему, наличие недвижимости у государственных полиграфических предприятий некоторое время создавало иллюзию рентабельности, позволяло не заниматься развитием производства и при этом иметь нормальные финансовые показатели.

Б. К.: Нет, я бы так не сказал. Конечно, часть доходов приносила сдача помещений в аренду, но и производства тоже работали. Другое дело, что отсутствие

единой системы не позволяло оценить масштабы этого явления. Ведь исследованиями полиграфического рынка никто сегодня всерьез не занимается.

ГАРТ: Мы, например, пытаемся...

Б. К.: Посчитать объем потребления красок или пластин — это еще не значит получить полную информацию о рынке. Вот Вы можете сказать, сколько у нас типографий? А сколько на сегодня в нашей полиграфии занято людей и каков рынок труда?

ГАРТ: Не знаю. Можно, конечно, судить по разным косвенным признакам, но оценка будет очень грубой.

Б. К.: Вот. И я не знаю, и никто не знает. А проблема кадров, а ГОСТы? Последние еще я подписывал в 1991 г. С тех пор в них ничего не менялось. Ни одной организации, которая могла бы этим заниматься, сегодня нет.

ГАРТ: Борис Александрович, а сколько человек работало

в Госкомиздате, когда Вы были его зампредом?

Б. К.: Четыреста. Плюс еще республиканские Госкомиздаты. Плюс заводы и НИИ. Парадокс в том, что мы — отрасль, связанная и с культурой, и с промышленностью. И надо сказать, что сегодня в министерствах, которые занимаются промышленностью, нас понимают намного лучше, чем в Министерстве культуры. Но в любом случае от государства ждать нечего. Централизованное управление уже невозможно, делается ставка на саморегулирование.

Сейчас МАП работает над отменой пошлин. Но просто так пытаться всем объяснять необходимость их отмены не имеет смысла. Нужно подготовить соответствующие документы, которые будет рассматривать комиссия. По бумаге мы активно сотрудничали с СБО. Процесс идет. По пе-

чатным машинам вопрос уже практически решен.

ГАРТ: Кстати, к вопросу о раздробленности отрасли: в отличие от типографий, поставщики оборудования и расходных материалов — вполне компактная группа.

Б. К.: Да, этот рынок вполне сложившийся, и новый российский игрок на него так просто не выйдет. Большинство зарубежных производителей представлены, и всех, видимо, такая ситуация устраивает.

Завтра я уезжаю в Рыбинск на сдачу двух первых (после возобновления производства) печатных машин. Окончательное решение еще не принято, но потенциальные инвесторы оказались вполне разумными людьми. Никто им с нашей стороны золотых гор не обещал. Наоборот, мы сразу предупредили, что придется приложить усилия, чтобы вернуть утерянные за два года позиции. Но они — ма-

Насегод-
няшний
день, с
фиоле-
товым
лазером
— это
самая
быстрая
система
в мире:
до пла-
стин в час
формата
на и до
42 пла-
стин в
час фор-
мата на
8! При
этом,
системы
являют-
ся од-
ними из
самых
доступ-
ных на
рынке.
На день,
с ла-
зером — это
самая
быстрая
система
в мире:
до пла-
стин в час
формата
на и до
42 пла-
стин в
час фор-

ИЩУ РАБОТУ

В ТИПОГРАФИИ

RYOBI 755 – SD
Офсетная печатная машина (Япония)

образование высшее техническое,
лучший выпускник в своем классе,
опыт работы 46 лет в 160 странах мира

авторитетна • исполнительна • коммуникабельна • трудолюбива • привлекательна

APOSTROF RYOBI
www.apostrof-print.ru

Москва: (495) 781-38-38
Санкт-Петербург: (812) 449-21-42
Ростов-на-Дону: (8632) 58-97-78
Екатеринбург: (343) 371-51-40
Новосибирск: (383) 212-00-14

Тр
Ра

тел.: (4

СРО
ИЩ
РЕА

тел./

шиностроители, и понимают все с полуслова. Посмотрим, как пойдут дела дальше, но этот завод необходимо сохранить. Иначе, с его закрытием, от российского полиграфического машиностроения ничего не останется. Это последние островки нашей инфраструктуры. Что там еще? Торжокский завод красок скоро тоже задавят импортные производители.

ГАРТ: По нашим сведениям, пока в Торжке все нормально. Объемы существенные, а рынок газетных красок растет.

Кстати, недавно мне звонили из Зарайска, звали в гости. Оказывается, там планируют установить новую линию по производству офсетных пластин.

Б. К.: Боюсь, что они опоздали. Но иметь такое большое потребление пластин и не иметь собственного производства — смешно. Я помню, как мы в 1990 г. заключали контракт на оборудование для «Зарайского офсета». В советские времена можно было по правильным каналам «нажать» на наших производителей алюминия и добиться того, чтобы они делали нам ленту для основы пластин. Я тогда много времени провел в Самаре. Мы (Госкомиздат) даже приобрели для самарского алюминиевого завода часть линии по производству ленты. Но потом наступила перестройка, и производство в Самаре нормально так и не заработало. Пришлось Зарайску покупать алюминий в Германии, а это уже совсем другая себестоимость.

ГАРТ: Получается какая-то полная безысходность.

Б. К.: В будущем году мне исполняется 70 лет, но я все-таки хочу инициировать процесс создания Российской ассоциации полиграфистов. Не под себя, все это должны понимать. Мне при светлом будущем жить уже не придется (смеется). В октябре этого года мы плани-

руем провести конференцию, на которую будут приглашены владельцы и руководители полиграфических предприятий. Рассказать о наших мыслях и послушать, что скажут люди. А во время «ПолиграфИнтер 2007» можно будет собрать уже съезд полиграфистов, чтобы на нем учредить ассоциацию и избрать достойных лидеров. Эта организация и будет решать все вопросы нашей отрасли.

**Такая
организация
в России
может быть
только одна.
И только она
сможет выступать
от лица
всей отрасли.
Другого пути
нет**

цию и избрать достойных лидеров. Эта организация и будет решать все вопросы нашей отрасли.

ГАРТ: Но сегодня полиграфических ассоциаций и союзов уже и так достаточно.

Б. К.: Я говорю сейчас об Организации, которая реально объединит полиграфические предприятия. Сегодня работает Федеральный Закон «Об объединениях работодателей». В соответствии с ним и нужно действовать. Это будет уже не МАП, МПС или Союз полиграфистов СПб, а своего рода всероссийский отраслевой профсоюз владельцев и руководителей полиграфических предприятий, обладающий реальными правами. Если хотите, попытка создания капитализма в отдельно взятой отрасли.

ГАРТ: Но, если все так серьезно — начнутся интриги, политические проблемы и борьба за власть. В конце концов все как обычно переругаются, и на этом конструктив закончится.

Б. К.: Андрей, такая организация в России может быть только одна. И только она сможет выступать от лица всей отрасли. Другого пути нет. Есть опыт аналогичных зарубежных ассоциаций, и они работают.

Я объясню, почему мы не торопимся. Первая причина — непонятно, чем закончится процесс приватизации, а это все-таки отраслеобразующие предприятия. Вторая — такой организации необходимо лобби в органах власти, а у нас в будущем году парламентские выборы, после которых, по прогнозам, состав депутатов существенно изменится.

Кроме того, есть еще организационная проблема. Пока мы прошли только этап формальной регистрации. Российская отраслевая ассоциация должна включать в себя региональные отраслевые ассоциации, которые работают более чем в половине российских регионов.

При нашей поддержке был создан Сибирский полиграфический союз. Он уже приобрел форму объединения работодателей. Теперь планируем на собственные средства открыть отделения в нескольких крупнейших городах России. Чтобы не начинать разговор с местными полиграфистами с вопроса о членских взносах. Начнем работать, а люди, глядишь, постепенно подтянутся.

ГАРТ: Но Вы представляете, какая ответственность ляжет на такую структуру?

Б. К.: Да, очень хорошо представляю.

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ

Обсудим?
www.kursiv.ru/GART



СМЕНА РУКОВОДСТВА

Концерн «Кениг & Бауэр АГ» сообщает о том, что 31 августа прокурор и директор по сбыту д-р Петер Яргсторф ушел на пенсию. С 1987 по 1989 гг. он занимал должность директора по координации, а в 1990–91 гг. являлся членом правления по вопросам персона-

ла, права и социального обеспечения на заводе «Планета АГ». После того как завод «Планета» вошел в состав концерна «Кениг & Бауэр АГ», д-р Яргсторф занял должность директора по сбыту в бывших социалистических странах, республиках бывшего СССР, а также в странах Азии. Деятельность господина Яргсторфа на этом посту способствовала активному формированию и росту сбыта печатной техники КБА в этих регионах.

С 1 сентября 2006 г. новым директором по сбыту назначен Свен Стржельчик. Господин Стржельчик начал свою деятельность в отделе сбыта на «КБА-Планета» в 1991 г. в качестве дипломированного переводчика со знанием русского и английского языков. С 1992 г. он работал инженером по сбыту, с 1999 г. руководил представительством в Москве, а позднее был назначен генеральным директором ООО «КБА РУС».

Параллельно с должностью директора по сбыту по странам СНГ, Восточной Европы и Прибалтики, Свен Стржельчик продолжит занимать пост генерального директора ООО «КБА РУС» и будет постоянно работать в Москве.



НОВАЯ СТРУКТУРА UPM

Мы неоднократно писали о том, что крупнейшие мировые производители бумаги занимаются реструктуризацией бизнеса. Теперь волна изменений докатилась и до России.

Концерн UPM, входящий в тройку крупнейших компаний, занимающихся деревообработкой и производством бумаги, объединил все свои российские подразделения.

Несмотря на то, что компания с названием UPM-

Куммене появилась только в 1996 г., вошедшие в нее компании работают на российском рынке еще с XIX века (еще бы, ведь в те времена Финляндия была частью России).

В настоящий момент, помимо офисов продаж в Москве и Санкт-Петербурге, компания владеет двумя заводами: фанерным «Чудово-RWS», 100% акций которого были приобретены в июне 2005 г., и лесопильным в Пестово, построенным в 2004 г. Кроме того, в

ноябре 2005 г. UPM приобрела ЗАО «Тихвинский комплексный леспромхоз». На предприятиях заняты свыше 1500 человек. Теперь все российские подразделения UPM объединены в общество с ограниченной ответственностью «ЮПМ-Куммене». Новая структура позволит сократить затраты, повысить эффективность и улучшить координацию работы подразделений.

Жаль, что основной объем производства UPM в России составляют фанера и шпон, 80% которых экспортируется за границу. Добыча леса тоже является мало-важным элементом бизнеса, ведь доля российского леса составляет 15% в общем объеме добычи UPM.

Тем не менее, хотелось бы надеяться, что в ближайшие годы у нас возникнут информационные поводы для того, чтобы рассказать о развитии UPM и на российском бумажном рынке.



НОВЫЕ СИСТЕМЫ СТР ОТ HEIDELBERG

В конце сентября в городе Гейдельберге прошла пресс-конференция, посвященная новым термальным системам СТР — экономичным мало- и полуформатным моделям SupraSetter. В достаточно плотный график мероприятия входило и посещение завода в Вислохе, где производятся термальные системы СТР Heidelberg. Удалось увидеть много интересного. Подробности — в следующем номере.

2006
офсет

ПРЕПРЕСС
•
ПЕЧАТНЫЕ
МАШИНЫ
•
ФИНИШНОЕ
ОБОРУДОВАНИЕ

СОВРЕМЕННЫЕ ПЕЧАТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

вариант

**ДРУГИХ
ВАРИАНТОВ НЕТ**

Марсель Шарифуллин — Руководитель подразделения офсетного и финишного оборудования
Светлана Сторожкева — Заместитель руководителя подразделения офсетного и финишного оборудования
Денис Смирнов — Ведущий менеджер по офсетному и финишному оборудованию

ВАРИАНТ поставляет в Россию первоклассное оборудование

Новое и восстановленное, обеспечивая их лучшим в стране сервисом.
За каждым контрактом наша репутация, которую мы зарабатывали много лет!

**СДЕЛАЙТЕ
ВАШИ ОТНОШЕНИЯ
С КЛИЕНТАМИ
И ПАРТНЕРАМИ
ТЕПЛЕЕ**



**И
БЛИЖЕ!**



**ОРИГИНАЛЬНЫЕ И ТРАДИЦИОННЫЕ
СУВЕНИРЫ
для
ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ
КОМПАНИЙ**

- кружки и бокалы
- зонты и шотландские пледы
- рулетки и увеличительные линзы
- футболки и свитера
- портфели, саквояжи и дорожные сумки
- наборы для кабинетного гольфа и многое другое

**Всего более 10 000 наименований
со склада в Москве и под заказ**

ЛЮБЫЕ ВИДЫ БРЕНДИРОВАНИЯ:
трафарет, тампон, деколь, термодеколь,
доуминг, вышивка, гравировка

450-5001



www.alfa-design.ru | e-mail: info@alfa-design.ru



ВСЕ ТОЧНО

Талант заключается в том, чтобы, действуя «на глазок», сделать все правильно. Профессионализм означает умение повторить это.

В «Санкт-Петербургской Образцовой типографии» (СпбОТ) установлено новое оборудование для контроля качества сырья и готовой продукции. Теперь специалисты службы качества смогут определять стойкость лакового и красочного слоя к истиранию (Ink rub test); продольную и поперечную жесткость картона (Stiffness MD/SD); измерять жесткость картона при сгибе по линии бига, рיצовки или перфорации (этот параметр особенно важен при производстве пачек для автоматических линий фасовки); тестировать влагостойкость картона (Cobb test); определять различные жесткостные характеристики готовой упаковки (Box crash test). Важно, что, в отличие от субъективной оценки специалиста (пусть даже супер-профессионала в своей области), лабораторные исследования дают объективную оценку, что позволит типографии гарантировать заказчикам параметрический контроль в соответствии с действующими стандартами, повторяемость тестов и корректность результата.

Сотрудники лаборатории уже осваивают приобретенную технику и методики измерения, на основе которых будут разрабатываться таблицы эталонов качества. В ближайшее время комплект измерительного оборудования пополнится электронным толщиномером; палочками Денисона для определения прочности мелованного слоя картона и бумаги и стойкости к выщипыванию; глянецметром; сканером для выходного контроля читаемости штрих-кода.

В первую очередь, лаборатория будет работать на нужды «Образцовой типографии», а в перспективе можно рассматривать и более широкие возможности — например, создание на ее базе независимого центра экспертизы упаковки.

КОНФЕРЕНЦИЯ МПС

Московский Полиграфический Союз проведет конференцию «Состояние и перспективы развития полиграфического бизнеса в Москве и в России» в рамках Форума «Москва полиграфическая». В числе основных тем: совершенствование механизмов развития предпринимательства в полиграфической отрасли; современные потребности издателей и возможности отечественной полиграфии; кадровая политика. К конференции приурочено также общее собрание МПС, одна из задач которого — выработать предложения по дальнейшему развитию отрасли. Эта информация найдет отражение в стратегии развития полиграфии, разрабатываемой в настоящий момент государственными структурами.

Конференция состоится в 19 октября 2006 г. в Центральном доме предпринимателя по адресу: ул. Покровка, д. 47/24. Начало в 11: 00.



ГОЛУБЫЕ ОЗЕРА

Компания «Александр Браун» подвела итоги творческого конкурса «Голубые озера Финляндии». В номинации «Счастливая открытка» победителем признана компания «Арт дизайн +», которая сумела наглядно продемонстрировать, что картон Galerie Vision можно использовать не только для упаковки, но и для презентационных целей.

В номинациях «Оригинальная упаковка» и «Удачная реклама» лучшими были признаны работы, представленные типографиями «Полиграфические системы» и «Принтко» соответственно.

Во всех видах отделки чистоцеллюлозный картон с двуслойным мелованием лицевой стороны и беленым оборотом Galerie Vision продемонстрировал отличные печатные характеристики и хорошие механические свойства. «Александр Браун» благодарит всех участников конкурса, работы которых позволили еще раз убедиться в высоком качестве этого материала.

ЗОЛОТОЙ ОБРЕЗ

Компания «Вариант» начала поставлять оборудование швейцарской фирмы Ochsner для золочения обреза книжных блоков сравнительно недавно. Однако число заключенных контрактов уже подтвердило его востребованность на российском рынке. Например, в прошлом месяце такая машина установила в типографии издательства «Известия».

Модель GM type FL с ручным управлением предназначена для работы с небольшими партиями продукции. Золочение производится специальной фольгой с помощью силиконового валика. Машина оснащена специальными зажимами для быстрого переворота блока, имеет стальной стол с полками и системой крепления зажимов с изменением углов. Кроме того, она укомплектована специальным устройством для зачистки и шлифования обреза перед золочением. Подвижный узел нагрева имеет модуль контроля и настройки температуры.

Это не первый опыт сотрудничества «Варианта» с «Известиями». Ранее были установлены: машина для бесшвейного скрепления JuniorBinder и ниткошвейное оборудование Smyth Fressia 130.

CUT-TEC+CIP4

Модные возможности CIP3/CIP4 становятся стандартом не только для печатных машин, но и для послепечатного оборудования. По информации фирмы «Нисса», компания Wohlenberg начала поставки новых модификаций резальных машин серии cut-tes. Модели 76 ptc и 92 ptc получили новую систему управления. Она аналогична устанавливаемой на устройствах серии pro-tes и впервые была продемонстрирована на дрира 2004. Встроенный компьютер с сенсорным экраном обеспечивает функции интерактивного управления с цветной трехмерной графикой. Система полностью совместима с протоколами CIP3/CIP4, имеет интерфейсы USB и Ethernet. Сама конструкция машин не претерпела изменений. Новые модели уже доступны к продаже на территории России и СНГ.

Насколько актуальной для российских типографий может стать поддержка этими устройствами протоколов CIP3/CIP4, предположить сложно. Но потенциальные возможности использования этих резальных машин вкуче с системой управления рабочими потоками очевидны.



ЛАМИНАТОР

Парк послепечатного оборудования типографии ИТАР-ТАСС пополнился ламинатором Autobond Compact 76x102 TP. Высокоскоростное промышленное устройство производства английской компании Autobond может осуществлять как одно-, так и двустороннюю ламинацию. Его производительность достигает 100 м/мин. Ламинирование осуществляется под давлением 6 т, что дает возможность получать матовую и гляцевую ламинацию очень высокого качества.

Диапазон плотностей используемых пленок составляет 25–150 мкм, с возможностью ламинирования бумаги и картона от 60 до 600 г/м². Диапазон форматов ламинируемых поверхностей — от 200x200 до 760x1020 мм.



Rely on us.SM

Вы здесь? Мы с Вами!

В какой бы точке мира Вы ни находились, компания Flint Group всегда рядом с Вами, готова к выполнению Ваших пожеланий по расходным материалам для печати, изготовлению упаковки, пигментам. Мы своевременно предоставим Вам продукты высокого качества и высокопрофессиональный сервис из более, чем 140 отделений компании, расположенных на 5 континентах. Когда бы Вы ни нуждались в нас, где бы Вы ни были, лучшие решения для Вас всегда предоставят наши эксперты — представители лидирующего поставщика материалов для полиграфии и упаковочной индустрии

Flint Group: Краски и лаки для всех основных способов печати

Flint Group Printing Plates: Фотополимерные пластины, растворители и оборудование для изготовления форм для флексографии и высокой печати

Flint Group Pigments: Пигменты и дисперсии, добавки и лаки

XSYS Print Solutions: Краски для ускоренной печати этикеток

Jettrion LLC: Чернила для цифровой печати, оборудование и интеграционный сервис



**Открытый конкурс в области
полиграфического искусства
«Мэтр полиграфии – 2006»**

**Вы готовы к признанию успехов?
Вас интересует мнение коллег?**

**15 номинаций конкурса
профессионалов полиграфии
ожидают лауреатов.
Приём заявок на конкурс 2006 г. начался.**

Официальный
спонсор



Спонсоры
конкурса



Спонсоры
номинаций



Информационные
партнеры



Информационные
спонсоры



Организационная
поддержка



Работы принимаются
до **15 сентября 2006 года**.
Подробности на сайте **www.metrpoligrafii.ru**
и по телефону **629 44 97**



Реальный рынок II

Покер — вещь серьезная. Это игра для тех, кто понимает. Существуют разные правила, но в большинстве вариантов игры участник, если обстоятельства складываются не в его пользу, может сбросить карты. Причем соперник их не узнает. Торговаться можно начинать при наличии пары семерок, но если по раскладу можно предположить, что соперник строит flash, то иногда лучше «припаснуть».

Напомним, что первая организованная нами встреча поставщиков полиграфических материалов прошла в июне. Ее целью была оценка объема российского рынка печатных красок. Второй круглый стол, посвященный рынку расходных материалов, прошел в конференц-зале издательства «Курсив» в августе. На этот раз темой дискуссии стал сектор офсетных пластин. В беседе принимали участие восемь поставщиков, поэтому обсуждение объемов потребления пластин на нашем рынке немного затянулось и приняло не очень управляемый характер.

ИГРОКИ

На самом деле, было изначально ясно, что больше всего собравшихся интересует рынок пластин для СТР. Именно этому вопросу и была посвящена основная часть дискуссии, причем говорили не о результатах прошлого года, а о сегодняшних объемах потребления. Среди участников круглого стола были представители трех основных поставщиков пластин для СТР. Остальные больше слушали, чем рассказывали о собственных успехах.

Может, аналогия не-сколько неожиданная, но получилось что-то похожее на партию в покер (отсюда и эпиграф). Выражаясь «карточным» языком, можно описать сложившуюся ситуацию следующим образом: один из основных игроков рынка предложил вскрыть карты, два других предпочли сказать «пас». Менее крупные поставщики в дискуссию не вступали, хотя свои объемы продаж готовы были предоставить.

Да, рынок этот становится все более конкурентным. Другими словами, идет игра на серьезные деньги. Возможно, типографиям от этого будет только лучше, но жизнь поставщиков явно усложняется.

ДОГОВОРИЛИСЬ

Теперь о результатах. После долгих споров сошлись на том, что рынок пластин для СТР в 2006 г. предположительно составит 2,5 млн м². Это очень большой объем для имеющейся на сегодняшний день базы установленных устройств СТР. По поводу числа устройств споры также были нешуточные. Оценки разнились от 210 до 233 и даже 250. Это лишний раз подтверждает простой факт, что наш рынок остается неконтролируемым и существенно менее исследованным, чем рынки цивилизованных стран. Но при том, что к концу 2006 г. в российских типографиях будет установлено более 250 устройств СТР, получается, что средний объем вывода на одном устройстве составит 700–800 м² в месяц. Такая оценка может быть близка к истине.

Доли крупнейших производителей пластин, а это

Agfa, FujiFilm и Kodak (в алфавитном порядке), у нас пока не соответствуют долям на мировом рынке. Единственное, в чем все собравшиеся оказались единодушны — так это в долях пластин для СТР разных технологий.

ИМПОРТ И ПОТРЕБЛЕНИЕ

Если честно, то целью встречи, в которой участвовали представители «Гейдельберг СНГ», «Иприс», «Нисса», «ОктоПринт-Сервис», «Реалайн», «Терем», «Центральный склад полиграфических материалов» и «ЯМ Интернешнл» (в алфавитном порядке), была попытка получить более или менее реальную картину нашего рынка. Причем именно потребления, то есть продаж, а не объемов импорта пластин (последние могут существенно колебаться с приходом на рынок новых игроков). Получилось, правда, несколько

Истории известны случаи, когда у крупнейших производителей была продукция первого и второго сорта. Просто одни пластины делались в Германии или Англии, а вторые — в несостоявшейся шестнадцатой республике бывшего СССР Болгарии

другое. Стало ясно, что крупнейшие российские поставщики очень внимательно следят за объемами пластин, которые импортируются основными конкурентами, при этом общий объем продаж, особенно традиционных пластин, остается секретом. Причем тенденции 2006 г., которые озвучили поставщики, разнились от сокращения на 20% до роста на 40%. По всей видимости, рынок традиционных пластин для поставщиков расходных материалов становится менее интересным.

КИТАЙ И НЕКИТАЙ

Многие полагают, что китайские производители всех «задают». Есть много сплетен и историй. Кое-кто из российских компаний отказался от европейских пластин и начинает поставлять материалы, произведенные в Азии. И доля их, предположительно, будет расти.

сегод-
шний
нь, с
ноде-
в м
вером -
самая
истрая
тема в
ре: до
астив в
фор-
та на
до 42
астив в
фор-
та на 8!
и этом,
стемы
ляются
амн из
дых до-
упных
рынке.
день, с
вером -
самая
истрая
тема в
ре: до
астив в
фор-
та на

ИЩУ РАБОТУ В ТИПОГРАФИИ

Screen CtP PlateRite 4300
Термальное устройство CtP
(Япония)

образование высшее
техническое,
лучший выпускник
в своем классе,
опыт работы 20 лет
в 8500 типографий мира



уникален
уравновешен
аккуратен
коммуникабелен
стрессоустойчив

APOSTROF
www.apostrof-print.ru



Москва: (495) 781-38-38
Санкт-Петербург: (812) 449-21-42
Ростов-на-Дону: (8632) 58-97-78
Екатеринбург: (343) 371-51-40
Новосибирск: (383) 212-00-14

Тр
Ра

тел.: (4



СРО
ИЩ
РЕА

тел./фа

Нам неоднократно рассказывали о том, что в Китае есть много производителей пластин. Оно и понятно — крупнейший рынок, на котором есть за что побороться. Что интересно, есть там и производства трех мировых лидеров. По мнению автора, в Китае пока еще не могут стабильно делать высококачественные пластины для СТР, хотя кое-кто из собравшихся готов был с этим поспорить.

Есть просто такие слова, как целесообразность и себестоимость... Истории известны случаи, когда у крупнейших производителей была продукция первого и второго сорта. Просто одни пластины делались в Германии или Англии, а вторые — в несостоявшейся шестнадцатой республике бывшего СССР Болгарии. Даже у любимой автором японской фирмы были в свое время «двойные стандарты». На производствах в Японии и Западной Европе процессы зернения алюминия были разными. Правда, стабильность качества при этом оставалась японской, что выгодно отличало эти пластины от продукции конкурентов.

ЧТО ТАМ ПРОИЗВОДИТЬ?

На первый взгляд, производство пластин — дело не самое сложное. Использует-

ся своеобразная рулонная печатная машина. На ней в линию выполняется сначала зернение алюминия (несколько этапов), затем нанесение копировального слоя и разрезка полотна в листы. Линии делятся на небольшие (узкорулонные) и широко-рулонные, длина которых достигает 150 м.

Сегодня можно купить поддержанную линию на каком-нибудь закрываемом заводе в Италии. Проблема лишь в том, что вот так взять и создать производство пластин нельзя. Специалистов-технологов во всем мире единицы, и встает проблема режимов, рецептур и всего прочего. Можно приобрести рецептуру для «полива» у небольшой американской фирмы, но нет гарантии, что она для этой самой линии подойдет. При этом продавцы рецепта легко могут заявить, что это линия плохая, а продавцы линии выскажут все, что думают о небольшой американской фирме и их неправильных рецептурах. Все это похоже на покупку вслепую бывшей в употреблении печатной машины: может заработает, а может и нет.

О необходимости создания наших, российских полиграфических материалов говорится сразу в двух интервью этого номера. Видимо, думают об этом многие, а вот надеются на то, что все получится — единицы. А вдруг?..

Р. С. К моменту сдачи этого номера прошел третий круглый стол, на котором собрались основные поставщики офсетных полотен и химии для полиграфии. Что интересно, он оказался самым успешным с нашей точки зрения. Удалось составить четкую картину рынка, которая, надеюсь, будет интересна не только поставщикам материалов, но и типографиям. Но об этом — в следующем номере ГАРТ.

**ВОТ ТЕПЕРЬ
МОЖНО И...
ПООБЩАТЬСЯ!**

Новые форумы
на **www.kursiv.ru**

ГАРТ, digital
КУРСИВ
ПАКЕТ
ФЛЕКСО ПЛЮС
ФОРМАТ
а также: работа, куплю,
продам и пр.

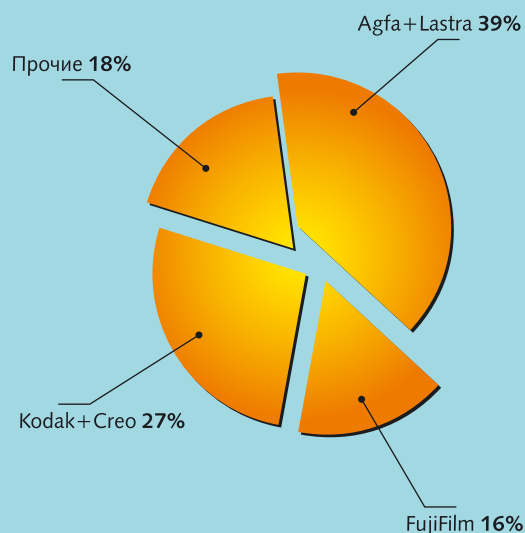
**ЖДЕМ
В ЛЮБОЕ ВРЕМЯ,
ПОСТАРАЕМСЯ
ВСТРЕТИТЬ
ЛИЧНО!**

ДОЛИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ОФСЕТНЫХ ПЛАСТИН В ОБЪЕМЕ ИМПОРТА В РОССИЮ В 2005 г.

Общий объем
импорта 10 млн м²

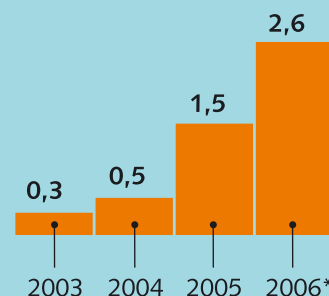
РОСТ ИМПОРТА
ПО СРАВНЕНИЮ
С 2004 г.

16%



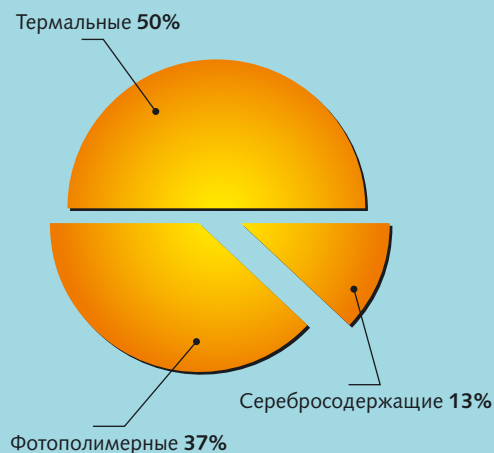
ИСТОЧНИК: ГАРТ

ПОТРЕБЛЕНИЕ ПЛАСТИН ДЛЯ СТР НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ (млн м²)



ИСТОЧНИК: РЕЗУЛЬТАТЫ «КРУГЛОГО СТОЛА ПОСТАВЩИКОВ»

ДОЛИ ПОТРЕБЛЕНИЯ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ СТР-ПЛАСТИН ДЛЯ РАЗНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В 2006 г.*



* ПРОГНОЗ



ЮБИЛЕЙ ДРЕЗДЕНА

В конце августа концерн КБА вместе с 200 VIP-клиентами из Германии, Австрии, Великобритании, Италии, России и Скандинавии отпраздновал 800-летний юбилей саксонской столицы Дрездена.

Гости КБА получили возможность наблюдать за праздничным шествием, иллюстрирующим 82 отдельных исторических сюжета: церковный хор, рождественский базар, изобретение европейского фарфора и т. д. Самой впечатляющей ча-

стью трехчасового шоу был парад саксонских правителей и королей, который стал живой моделью всемирно известного дрезденского шествия правителей — настенной мозаики размером 957 м², выполненной из 24 тыс. изразцов майсенского фарфора.

Приглашающая сторона уверена, что, несмотря на то, что печатная техника не была главным символом этих выходных, у полиграфистов было множество возможностей для обмена опытом.

КОНЦЕПЦИЯ РАСПРОСТРАНТЕЛЕЙ

Делегаты десятой юбилейной Конференции Ассоциации распространителей печатной продукции рассмотрели концепцию развития рынка печатных СМИ. В принятой резолюции отмечено, что рынок развивается динамично и имеет неплохие перспективы. В нашей стране зарегистрировано более 52 тыс. периодических печатных изданий, в том числе около 28 тыс. газет, порядка 18 тыс. журналов и 3,5 тыс. альманахов, сборников, бюллетеней и т. д. За последние годы число печатных СМИ увеличилось более чем на 15 тыс. наименований. Тиражи российских журналов исчисляются сотнями миллионов, а газет — миллиардами.

Вместе с тем, отсутствует единая нормативная база, регламентирующая государственную политику в области распространения печат-

ной продукции, развитие инфраструктуры и внедрение новых стандартов обслуживания населения.

С учетом этого Конференция признала необходимым внести на рассмотрение Президента, Правительства, Федерального собрания и всего медиасообщества «Концепцию развития рынка распространения периодической печати в Российской Федерации на период до 2015 г. и дальнейшую перспективу». Принятие данного документа на федеральном и региональном уровнях будет способствовать разработке единой государственной политики в сфере распространения печатной продукции, унификации механизмов нормативно-правового регулирования, формированию единого информационного пространства на территории РФ, повышению качества информационного обслуживания.

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
www.hostmann-steinberg.ru



Все — в область!

Нет, что бы там ни говорили, а Россия — страна аграрная. Автомобилисты знают, что в выходные летом и осенью улицы столицы пустеют, потому что по крайней мере

половина жителей мегаполиса еще в пятницу начинает чувствовать необъяснимую тягу к земле. Наверное, аэрофотосъемка могла бы четко зафиксировать эту «взрывную волну», расходящуюся кругами от Центра и забивающую многочасовыми стоячими пробками все съезды с Кольцевой, а затем

заполняющую собой все эти ивантеевки, тарасовки, павловы и сергиевы посады. С точки зрения логики поведение москвичей объяснить сложно. Вроде бы, перебоев с продовольствием нет — свежие фрукты, овощи и прочие корнеплоды «растут» на полках супермаркетов круглый год 24 часа в

сутки. Видимо, здесь другое: включается древний инстинкт, нашептывающий горожанину, что на дворе осень — время сбора урожая и заготовки запасов на зиму. Ну, если, конечно, весной что-то посадил...

Есть в аграрной науке такая единица измерения — центнер с гектара. Смысл



мелованная бумага

SUPER KOTE

в стремлении к совершенству

Москва:

115201, Москва,
Котляковская, д.3, стр.10
(заезд со 2 Варшавского пр.),
тел.: (495) 232 2610.

Санкт-Петербург:

191186, С.-Петербург,
Б.Конюшенная 29,
тел.: (812) 329 9191

...и еще более чем в 50
городах России и стран СНГ
www.bereg.net



размерности прозрачен: она означает урожайность угодья или культуры. Правда, при ближайшем рассмотрении оказывается, что эта величина находится в зависимости от множества факторов: всхожести семян, погоды, наличия минералов в почве и отсутствия колорадских жуков на ее поверхности и т. п. От многого зависит. У кого-то гектара нет, к которому ее можно приложить, а у кого-то руки не из того места.

Отбросим фанатизм производителей, которые должны заниматься именно производством, и недальновидность топ-менеджеров, которые не очень хорошо умеют считать деньги

ЧТО ПОСЕЕШЬ?

Ну что, про урожай и жуков все понятно? Так вот, в полиграфии то же самое. Есть наша, как бы общая, земля. Период коллективизации канул в лету, основной хозяин в лице государства самоустранился по причине чрезмерной занятости. И остались натканные по этой земле разрозненные хуторские хозяйства. Но про это мы уже писали.

Суть в том, что перед владельцами «земельных угодий», а также полиграфических «грядок» стоит один и тот же вопрос: что делать, чтобы снимать с них максимальный урожай?

И получается, что универсального рецепта не существует. Можно, например, поставить самое современное

оборудование и сделать ставку на оперативность и качество. Правда, в этом случае конкурировать за счет цены уже не получится, а значит, и клиентов будет не так много, как хотелось бы. В качестве компромиссного решения предлагается оптимизация производства и сокращение издержек. У некоторых получается. Особенно, если это предприятия с иностранным менеджментом, который на этом, что называется, собаку съел.

Можно, наоборот, поставить в подвале старую двухкрасочную машину и «выжать» из нее максимум. Тоже своего рода сокращение издержек, только на другом уровне. От налогов укрываться, печатникам не платить — глядишь, и сверхприбыль появится. А там по обстоятельствам: либо строить бизнес по-новому, либо инвестировать в другой рынок, где «чернозем пожирнее».

Вообще, экономика — хитрая вещь. Потому что по логике должно быть так: чем больше площадь, тем больше прибыль. А на практике получается, что совсем не обязательно. Системе может едва хватать, чтобы прокормить саму себя — персонал, отопление, водоснабжение, газ и т. п. Ну а уж если это еще и не собственность, а аренда...

Аренда в Москве стоит дорого. Но для того, кто собственной недвижимостью обзавестись не сумел, других вариантов все равно нет. И получается в итоге, что квадратные метры недвижимости съедают деньги частного бизнеса. И аппетит у них в последнее время только увеличивается. Знакомые с высшей математикой легко представят себе оси координат, два графика и точку их пересечения. Дальше — пунктиром. Потому что объемы рынка коммерческой полиграфии ограничены, особенно если сравнивать с рынком не-

ВСЕ ЧТО НУЖНО ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТА



**POLICROM
SCREENS**
СМЫВОЧНЫЕ ПОЛОТНА И
ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

MAPP
SYSTEMS
ПЛАСТИНЫ ДЛЯ
ВЫСОКОЙ ПЕЧАТИ

LAstra
ОФСЕТНЫЕ ПЛАСТИНЫ

imaf
ХИМИЧЕСКИЕ
ПРОДУКТЫ
ARETS
GRAPHICS
КРАСКИ И ЛАКИ

VULCAN
ОФСЕТНАЯ РЕЗИНА

KRUSE
ПОЛОТНА ДЛЯ ЛАКИРОВАНИЯ
И ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

РeаЛайн

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. Звенигородская, д. 11
тел.: (812) 325-83-65
факс: (812) 325-83-66
e-mail: sales@realine-piter.spb.ru

РОСТОВ-НА-ДОНУ
ул. Фрунзе, д. 3, офис 21
тел.: (863) 220-37-42
факс: (863) 232-49-93
e-mail: realinedon@ultra-net.ru

движимости. Отсюда и массовая миграция полиграфических предприятий за пределы крупных городов. Но тут другая сложность: готовых зданий с инфраструктурой на всех по определению не хватит. Да и далеко не всегда они подходят для полиграфического производства. А строительство с нуля или переоборудование сопряжены с массой сложностей. Начиная от проектирования, за которое сегодня, при отсутствии навыков, мало какая организация возьмется, и заканчивая «непредвиденными расходами» на согласование проекта с местными властями в лице земельных комитетов, пожарных, представителей СЭС и других организаций. А есть еще оплата за «отвод» электроэнергии, которая может сегодня оказаться сравнимой со стоимостью строительства...

Всем типографиям надо переезжать в Бурятию. Там это стоит сущие копейки. Чубайс объяснил разницу в ценах тем, что в Москве желающих подключить слишком много. Видимо, «розеток» на всех не хватает.

Еще одно замечание по «аграрному вопросу»: надо знать, что сеять. В смысле,

понимать спрос. И еще понимать, как понимают этот спрос реальные или возможные конкуренты. А то получится, как с заводами по производству пленки, о которых рассказывал нам интервьюируемый из предыдущего номера. А если этих конкурентов еще и обильно «удобряют» с Запада, то тут с нашим, извините, навозом, вообще делать нечего.

СТАТЬЯ РАСХОДОВ

Ведущий редактор написала целую методичку садовода-любителя. Можете считать это «подводкой» к основной идее. Идея простая. В одном из предыдущих номеров ГАРТ мы рассказывали о том, что в капиталистических странах принято оценивать эффективность типографий по доле оборота, приходящейся на одного сотрудника. В Англии, например, нормальным показателем считается 100–110 тыс. фунтов в год. У нас таких предприятий я не знаю. Интересно рассмотреть эту ситуацию с другой стороны. Зарплата, конечно, составляет самую большую долю в себестоимости печатной продукции, если отбросить бумагу и расходные материалы. Но есть еще и другая, пока специфически-московская составля-

ющая — стоимость аренды. Кто-нибудь пробовал оценить свой оборот на квадратный метр площади? А прибыль?

Мало-мальски смыслящие в экономике читатели сейчас скажут, что показатели оборота-на-xxx объективными не являются. Даже если иметь оборот на сотрудника 200 тыс. долл., другие затраты могут съесть всю потенциальную прибыль предприятия. Но ключевое слово здесь «потенциальная». Ее «потенция» в том, что заработная плата теоретически составляет всего 10–15% от оборота. Для российской полиграфии — показатель фантастический.

АРЕНДА

Отбросим фанатизм производителей, которые должны заниматься именно производством, и недальновидность менеджеров, которые не очень хорошо умеют считать деньги. Если Вы не приобрели в прошлой жизни собственный «садовый участок», то пойдем простым логическим путем. Возьмем не самую большую типографию, которая печатает рекламно-коммерческую продукцию и арендует 300 м² где-нибудь около третьего транспортного кольца. (Никого конкретно не имею в виду).

Сколько нужно «снимать» с квадратного метра? Ну ни один здравомыслящий человек не станет брать в аренду, скажем, печатную машину за миллион долларов, чтобы зарабатывать на ней 100 долл. в месяц. Правильно? Какова должна быть доля арендной платы в обороте, если мы работаем в Москве, а не в Бурятии? От 2 до 5%? Если сегодня стоимость аренды 250 долл. в год за м² считается в приличном месте нормальной ценой, то за 300 м² придется отдать в год 75 тыс. долл. Ну, допустим, производственные площади и офисная

часть стоят по-разному. Если в среднем выходит 200 долл., то это все равно 60 тыс. в год. Пусть аренда составляет 5% оборота, тогда объем продаж такой типографии должен составлять 100 тыс. долл. в месяц. Или 4 тыс. долл. в год с одного м². Слишком много. Нереально...

Пришлось позвонить в разные хорошие московские типографии и поинтересоваться, а какова у них доля арендной платы в объеме продаж. Совершенно неожиданно для автора, четыре опрошенных владельца с уверенностью объявили одни и те же цифры — 8–8,5%. Значит, получается около 2 тыс. долл. в год с м². Вот это уже больше похоже на правду. А вот сколько составляет прибыль, которую получает владелец? Около 10%? **200 долл. в год?**

Но ведь еще необходимо вложить конкретные деньги в оборудование. На площади 300 м² можно расставить пару многокрасочных печатных машин, послепечатное оборудование, сделать небольшой склад бумаги и готовой продукции. Инвестиции в оборудование составят 500–600 тыс. долл. То есть 2 тыс. на м². Понятно, что есть лизинговые схемы, но они тоже бесплатными не являются. Плюс риск внезапного переезда, если у арендодателя возникнут новые идеи по использованию площадей.

СВОЕ

Если удалось вовремя прикупить недвижимость, то ее можно продать, сдать в аренду или создать собственную типографию. Первый вариант сегодня может оказаться самым выгодным. Перестройка под офисный центр обойдется всего в 200 долл. за м². Переоборудование помещения под полиграфическое производство потребует в 10 раз больших инвестиций. А прибыль увеличится всего вдвое.





ROLAND 200



- Компактность
- Пульт регулировки подачи краски, встроенный в приемку
- Шибберная подача краски
- Бесконтактная проводка листа
- Печатные цилиндры и передаточные элементы двойного диаметра
- Автоматизированная смена форм
- Толщина запечатываемого материала от 0,04 до 0,8 мм

Это только часть неоценимых преимуществ инновационных технологий MAN Roland. Узнайте о них больше!

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ УСЛОВИЯ

117292 Москва,
ул. Дмитрия Ульянова, 6
Телефон: (495) 737 6270
Тел./факс: (495) 125 2240

1199034 Санкт-Петербург,
9-я лин. Васильевского о-ва, д. 12
Телефон: (812) 328 0248
Тел./факс: (812) 323 2528

220034 Беларусь, Минск,
ул. Чапаева, д. 5
Телефон: (375172) 94 4912
Тел./факс: (375172) 17 0054

МЫ ДЕЛАЕМ ПОЛИГРАФИЮ УСПЕШНОЙ!

H.G.S.
<http://www.hgs.ru>



Speedmaster CD 74: печатная машина ориентированная на будущее.

Высокий уровень автоматизации печатной машины CD 74 делает ее универсальной, простой в эксплуатации, а также обеспечивает высокую рентабельность производства. Машина идеально подходит для печати упаковки и этикетки благодаря применению конструктивных инноваций,

обеспечивающих использование широкого диапазона запечатываемого материала: новый самонаклад и приемка, система бесконтактной листопроводки Air Transfer, печатные цилиндры двойного диаметра, а также устройство переворота для двухсторонней печати.