

# ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 11 (52) | НОЯБРЬ 2004

**ЕСТЬ МЭТРЫ  
В ПОЛИГРАФИИ!**

с. 12



**КАДРЫ**

## В НОМЕРЕ:

ТРИ ВАРИАНТА	<b>3</b>
НОВЫЙ ПРАЗДНИК	<b>7</b>
ГЛАВНОЕ СОБЫТИЕ ГОДА	<b>12</b>
CREO: СЛУХИ ОКАЗАЛИСЬ ПРЕУВЕЛИЧЕНЫ	<b>13</b>
БОЛЬШАЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ НЕДЕЛЯ	<b>14</b>

**Календари на 2005 г. придется перепечатывать, как всегда, полиграфия — в полной зависимости от нашего государства ;-)**

А. Романов (с. 3)

**Сегодня прибыльность практически любого полиграфического бизнеса не превышает 15%**

Н. Терехов (с. 6)

**Мы очень внимательно относимся к запросам типографий, регулярно проводим опросы и на их основе предлагаем новые учебные программы**

Е. Микушина (с. 10)



**Николай  
Анатольевич  
ТЕРЕХОВ**  
«Альфа-Дизайн»  
Генеральный  
директор

**ГАРТ:** Николай Анатольевич, этот номер ГАРТ посвящен кадрам в полиграфии. С кадрами есть проблемы?

**Н. Т.:** Вопрос сложный, ведь хорошие специалисты в очереди на бирже труда не стоят. И типографии вынуждены работать в этих условиях. Есть большой дефицит операторов машин: печатных, ниткошвейных, резальных, ВШРА и пр. Техникумы и училища готовых специалистов не выпускают, их необходимо доучивать. Поэтому у типографии есть два пути: переманить грамотного оператора или поставить хорошего рабочего к опытному наставнику и через месяц получить специалиста. Причем, месяца-двух хватит, за исключением печатников, конечно. Мы идем по второму пути, но возникает проблема — не каждый профессионал обладает даром обучать других.

(Продолжение на с. 4)



**Константин  
АНДРЕЕВ**  
МГУП  
Студент

**ГАРТ:** Константин, на страницах нашего издания постоянно возникают дискуссии о подготовке кадров для полиграфии. Мы решили поговорить с тем, кого сейчас учат на полиграфиста. Как Ваши дела?

**К. А.:** Все замечательно! В настоящий момент я учусь на пятом курсе факультета «Технологии полиграфического производства» МГУП. А после его окончания в следующем году планирую поступить в аспирантуру.

**ГАРТ:** Иначе, видимо, придется служить в армии?

**К. А.:** Да, такой вариант вероятен. Правда «откос» от армии — одна из причин, причем не самая главная. Важно то, что знания, полученные в аспирантуре, не только не будут лишними, а окажутся серьезным подспорьем в карьерном росте.

(Продолжение на с. 8)

мелованная бумага

# Galerie Art

**ФОРМАТЫ НА ЛЮБОЙ ВКУС!**



115 130 150 170 200 250 300 г/кв.м



47x65  
50x70  
62x94  
64x90  
70x100  
72x104  
и др.

**Комус**  
П С Б К

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ДИСТРИБЬЮТОР В РОССИИ  
[www.bumaga-komus.ru](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**Адрес редакции:**

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

**Для писем:** 107140, Москва, а/я «Курсив»**Телефон/факс:** (095) 725 6001**Подписано в печать:** 30.11.2004**Отпечатано** в ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (095) 265 6108, 265 5553

Заказ № 3401

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

**ТРИ ВАРИАНТА**

Ну вот, опять попали. Календари на 2005 г. придется перепечатывать, ведь теперь красные дни будут другие. Как всегда, полиграфия — в полной зависимости от нашего государства;-) Государственные же органы еще и считают статистику по нашей отрасли. Если верить данным, то в 2003 г. у нас был спад на 2% по сравнению с 2002 г. И это с учетом прошедших в прошлом году выборов. А в этом году будет рост на 4%.

Мы уже не раз обращались к этой теме, и я в который раз позвонил в «Федеральную службу статистики» с вопросом, как же они считают эти цифры. Центральная справочная дала мне один номер телефона, там дали другой и т. д. По пятому номеру я дозвонился в «Управление статистики предприятий и других хозяйствующих субъектов». Мне объяснили, что по телефону они не сообщают информацию о том, как считается статистика. Необходимо приехать с официальным письмом от организации, тогда, может быть, мне что-нибудь расскажут. Напомню, что два года назад мне рассказали, что статистику по объемам полиграфического производства предоставляет «Книжная палата»(!). Но представители последней эту информацию опровергли.

Итак, я с готовностью согласился приехать через часик с официальным письмом. Но тут выяснилось, что зам. начальника управления прямо сейчас уезжает в командировку и не сможет уделить мне даже пяти минут.

В общем, еще через пару минут меня пожалели и рассказали все по телефону. Статистику в «Федеральную службу» предоставляют региональные статистические органы, которые получают данные из отчетов предприятий, где есть, видимо, объемы производства по определенным кодам. Федеральный орган лишь обобщает полученные из регионов данные. Остается вопрос: как можно оценивать по квартальным отчетам ежемесячные изменения объемов производства, которые приводит «Федеральная служба»? Но это вопрос уже второй. Главное, что годовой объ-

ем производства можно оценить очень точно. Но в том-то и дело, что статистические результаты не сходятся с нашими оценками и противоречат логике. Есть разные варианты. Первый (с моей точки зрения, наиболее вероятный) — они на самом деле ничего не считают, а определяют объемы производства по направлению дрейфа айсбергов в Северном Ледовитом океане. Второй (менее вероятный вариант) — у нас в полиграфии действительно все плохо, и данные статистики характеризуют реальную ситуацию. Есть, правда, еще и третий вариант — они все считают правильно, просто объем работ, выполняемых типографиями «в белую», фактически фиксирован и не зависит от года и месяца. Надеюсь, это не так, и рынок с каждым годом становится все более цивилизованным.

А вообще, этот номер посвящен кадрам в полиграфии. И если год назад мы общались с людьми, которые отвечают за их подготовку, то на этот раз решили поговорить просто со студентом МГУП. Молодой человек оказался интересным собеседником.

**Андрей Романов**  
главный редактор**ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ  
ТЕМЫ  
БЛИЖАЙШИХ  
НОМЕРОВ ГАРТ****ДЕКАБРЬ 2004:**  
БУМАГА**ЯНВАРЬ 2005:**  
ЗАКАЗЧИКИ ПЕЧАТНОЙ  
ПРОДУКЦИИ**ФЕВРАЛЬ 2005:**  
ТЕХНОЛОГИИ СТР**МАРТ 2005:**  
ЭТИКЕТКАВывод пластин  
на устройстве СТР и печать:  
ОАО «Типография «Новости»Бумага мелованная матовая  
Galereie Art Silk плотностью  
130 г/м<sup>2</sup> предоставлена  
фирмой «Комус»

**Николай Анатольевич ТЕРЕХОВ**  
(Продолжение. Начало на с.1)

Не зря раньше на заводах были отделы технического обучения, где работали мастера-наставники, которые умели это делать.

Кроме того, есть юридические нюансы. Обученного нами специалиста тут же начинают сманивать в другую типографию на большую зарплату. Есть, конечно, учебные договоры, но не каждый обучаемый такой договор подпишет — ему же придется выплатить определенную сумму денег, если он уволится до истечения оговоренного срока. Так что проблемы есть.

Выход из сложившейся на московском рынке ситуации есть — владельцы типографий должны договориться о единой политике. И в этом направлении есть уже сдвиги. Постепенно формируется альянс, члены которого обязуются не принимать на работу специалистов, которые «перебегают» из других типографий-членов альянса. Типографии-члены «Гейдельберг Клуба» уже давно сотрудничают таким образом. Теперь к ним присоединяются и другие.

**ГАРТ:** Все больше муссируют слухи о необходимости создания некоей ассоциации коммерческих типографий...

**Н. Т.:** Да, и это отличная идея. Такая ассоциация де-факто существует. Нужно только юридически ее оформить. Если десять лет назад владельцы частных типографий встречались только для того, чтобы отдохнуть, то теперь они во время встреч обсуждают проблемы развития отрасли.

**ГАРТ:** В «Альфа-Дизайн» сегодня большой коллектив?

**Н. Т.:** В типографии работают 238 человек. На декабрь этого года есть еще 24 вакансии. А в январе загрузка многократно сократится, и будет стоять очередь специалистов, ищущих работу. И

они будут согласны практически на любые деньги.

**ГАРТ:** А откуда Вы берете, например, технологов? Из МГУП?

**Н. Т.:** У нас есть технологи, которые вообще не имеют полиграфического образования — только большой опыт работы в полиграфии. И прекрасно справляются. Что касается МГУП, то его выпускники могут работать технологами, а закончившие экономический факультет — хорошими менеджерами. Правда, не все, а только те выпускники, которые имеют голову на плечах.

**ГАРТ:** Есть сегодня и перекосы в системе оплаты труда. Существует культ печатников, и они подчас получают больше, чем начальник производства в нормальной типографии.

**Н. Т.:** Начальник производства должен получать зарплату больше, чем печатник. Иначе это на самом деле перекоп. Но такую ситуацию с зарплатами мы создали сами. Что теперь поделаешь...

Вообще, с точки зрения владельца типографии, сотрудники должны получать зарплату, соответствующую объему месячного производства. Но несмотря на сезонность нашего бизнеса, у нас зарплаты высокие, есть еще бонусы по результатам года. Думаем и о том, что станет со специалистами, когда те выйдут на пенсию. Например, ведем переговоры со страховыми компаниями для того, чтобы обеспечить людям достойную старость.

**ГАРТ:** А можно снизить влияние фактора сезонности?

**Н. Т.:** Можно, но это непросто. Придется работать в различных секторах производства печатной продукции. А реально одна типография так работать не может. Холдинг, состоящий из нескольких типографий — другое дело.

Конечно, в «спокойные» месяцы мы занимаемся производством полуфабрика-

тов, которые потребуются в четвертом квартале, — печатаем блоки ежедневников и календарей. Это позволяет иметь более равномерную загрузку, но требует вложения денег в материалы, особенно в импортную бумагу, которую приходится покупать вагонами напрямую у производителя. В 2004 г. пришлось арендовать недалеко от типографии дополнительный склад площадью около 1 тыс. м<sup>2</sup>.

**ГАРТ:** Ну, а под Новый Год загружено именно послепечатное оборудование?

**Н. Т.:** Да, у нас очень много различных машин, и было бы еще больше — если не проблемы с производственными площадями. Напечатать листовую продукцию для нас сегодня не составляет проблем. Мы справимся с этой задачей и в декабре. А вот сделать даже простые блокноты до Нового Года можем не успеть. В прошлом году мы прекратили принимать заказы 10 декабря, а в этом — уже в середине ноября. Заказы со стороны на золочение обреза мы прекратили принимать еще в июне. Станок работает в три смены и с трудом справляется со своей загрузкой.

**ГАРТ:** Если все так, то, может, имеет смысл перерасмещать заказы?

**Н. Т.:** Заказчикам очень важны сроки. Все нормальные производства сегодня загружены, а на «ненормальном» мы перерасмещать не станем. Потом может выйти «себе дороже».

**ГАРТ:** То есть заказчики продолжают приходить в последний момент?

**Н. Т.:** Ситуация с каждым годом улучшается, однако некоторые продолжают. Несмотря на то, что мы их предупреждаем, делаем рассылки и предлагаем заказывать продукцию заранее. Так что мы вынуждены сегодня отказывать своим клиентам или предлагать сроки производства в январе-феврале. В этом году, мо-

жет быть, наложился еще и банковский кризис. Все лето клиенты молчали. И мы были этим очень обеспокоены — ведь весь склад был забит заготовленными полуфабрикатами.

**Наше преимущество — действительно индивидуальный подход к клиенту. «Альфа-Дизайн» — типография, готовая удовлетворить практически любые потребности заказчиков. И этим она в корне отличается от подавляющего большинства других типографий, ориентированных на производство серийной продукции**

**ГАРТ:** У Вас в основном прямые заказчики?

**Н. Т.:** Мы много работаем с рекламными агентствами, но основной оборот приходится на наших постоянных прямых клиентов, которые работают с нами уже много лет.

Наше главное отличие и преимущество — действительно индивидуальный подход к клиенту. «Альфа-Дизайн» — типография, готовая удовлетворить прак-

тически любые потребности заказчиков. И этим она в корне отличается от подавляющего большинства других типографий, ориентированных на производство серийной продукции. У нас практически каждый заказ индивидуальный. С простыми заказами к нам не приходят. Наши цены на листовки и журналы неконкурентны. А при сегодняшней конъюнктуре нам просто невыгодно заниматься производством такой продукции. Правда, ситуация постепенно меняется в лучшую сторону. Цены начинают расти. За ценой в долларах подчас скрывается рублевый курс, соответствующий евро.

**ГАРТ:** Кроме печатной продукции выпускаете сувенирную?

**Н. Т.:** Да, она составляет у нас не менее 30% оборота.

**ГАРТ:** Но, кажется, когда-то ее доля была существенно больше?

**Н. Т.:** Сейчас конъюнктура этого рынка сильно изменилась. Мы не стали продавать меньше, просто станки для тампонной печати стоят у многих на дому, и те же ручки с логотипами такие домашние типографии могут делать в большом количестве. Так что наш сувенирный бизнес сегодня заключается в продаже сувениров без нанесения логотипа. А наше производство — для удовлетворения нужд постоянных клиентов.

**ГАРТ:** А еще, как мы писали в предыдущем номере ГАРТ, «Альфа-Дизайн» делает лучшие ежедневники...

**Н. Т.:** Мы делаем ежедневники премиум-класса с использованием только импортных материалов и только с шитыми нитками блоками. Не занимаемся недорогой продукцией, классом ниже, предложений по которой сейчас очень много.

На самом деле, рынок ежедневников, сделанных в России, не самый большой. По некоторым оценкам, всего в несколько миллионов

евро. Многие крупные российские предприятия и банки заказывают их за рубежом. Причем заказывают в больших количествах дорогую, эксклюзивную и навороченную продукцию. Потому что все должно быть круто — так, как еще ни у кого не было. Стоимость одного такого заказа может доходить до 1 млн. евро.

Мы такие ежедневники сделать можем, но ограниченным тиражом. Ставить оборудование для производства в больших объемах такой продукции нет смысла, да и площадей. А немцы и итальянцы могут сделать любое количество, потому что там существует кооперация.

Мы делаем очень много ежедневников для российских представительств зарубежных компаний. Но типично русский снобизм заставляет российские компании искать западных производителей.

**ГАРТ:** Кроме снобизма есть, видимо, и преимущества по себестоимости продукции? Если будут реализованы очередные реформы, то цены на импортные расходные материалы существенно вырастут.

**Н. Т.:** Да, у нас к лучшему ничего не меняется. Неразбериха в законодательстве очень большая. Если вырастут цены на материалы — мы будем вынуждены поднять цены на печатную продукцию. Заказчики, для которых важна оперативность, останутся, а остальные уйдут опять за границу. Хотя мы в минус работать не будем. «Альфа-Дизайн», по моей информации — единственная типография, где реально работает система управления производством. И я могу в реальном времени получать все необходимые отчеты. Так что мы все очень хорошо просчитываем.

**ГАРТ:** Делали свою систему управления или покупали готовую?

# гармония развития

Офсетные краски  
Тепал для рулонной  
печати

ITRACO  
(812) 329 2900

Краски для  
узкоролновых  
печатных машин

ARTMARK  
LABEL SYSTEMS  
(095) 935 8556

Жидкие краски  
для печати на  
упаковке

FLEXHOUSE  
(095) 782 1382  
БИК  
(812) 322 6466

Офсетные краски  
для листовой  
и рулонной печати

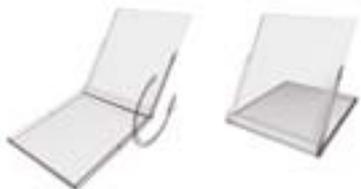
PRINTHOUSE  
(095) 937 5151

Московское  
представительство  
ANT PRINTING INKS  
Ленинградское ш.  
16, стр. 9,  
(095) 775 1760

ANI  
FROM THE FIRST IMPRESSION



## КОМПАНИЯ АЛЬФА-ДИЗАЙН ПРЕДЛАГАЕТ ПЛАСТИКОВЫЕ ПОДСТАВКИ ДЛЯ НАСТОЛЬНЫХ КАЛЕНДАРЕЙ



! размер подставки в сложенном виде 125x140x8 мм

## А ТАКЖЕ ПОЛНУЮ КОЛЛЕКЦИЮ КАЛЕНДАРЕЙ В CD-БОКСАХ ПОД ТАМПОННУЮ ЗАПЕЧАТКУ



место на подставке  
для логотипа

ВСЮ КОЛЛЕКЦИЮ КАЛЕНДАРЕЙ  
ОТ АЛЬФА-ДИЗАЙН  
ВЫ МОЖЕТЕ ПОСМОТРЕТЬ  
НА [WWW.ALFA-DESIGN.RU](http://WWW.ALFA-DESIGN.RU)

# 450-50-01



Николай Анатольевич ТЕРЕХОВ  
(Продолжение. Начало на с.1)

**Н. Т.:** Готовых нормальных систем нет. Мы делаем свою, она построена на базе «1С». Два программиста постоянно работают над ее развитием. Достаточно сказать, что рабочее место одного из них — непосредственно в бухгалтерии. Никто уже не хочет заполнять бланки от руки. Есть, конечно, еще над чем работать — пока нет пооперационного учета отделочных операций, но все остальные рассчитываются как нужно, с учетом всех факторов, включая логистику и расходы на хранение.

**ГАРТ:** Интересно, что получается в графе «Итого»?

**Н. Т.:** Сегодня прибыльность практически любого полиграфического бизнеса не превышает 15%. Даже в типографии, которая занимается рекламно-коммерческой продукцией.

**ГАРТ:** Но все ведут и считают бизнес по-разному?

**Н. Т.:** «Вести и считать» сегодня можно только «в белую». При условии этого, на нашем рынке для большинства типографий, производящих рекламно-коммерческую продукцию, затраты на расходные материалы составляют от 30 до 40% от объема продаж.

**ГАРТ:** То есть бумага, умноженная на три, а не на два?

**Н. Т.:** В производстве упаковки, книжной или журнальной продукции доля материалов может быть больше, но у нас именно такая. Другой существенной компонентой себестоимости являются арендные и коммунальные платежи, доля которых достигает 10% от оборота типографии.

Ну, а основная компонента — заработная плата и выплаты, с ней связанные. Их доля может достигать 50% от оборота.

**ГАРТ:** Но это слишком много, может быть, все-таки, на зарплате и налогах на нее стоит немного сэкономить?

**Н. Т.:** Мы на этом не экономим. Я не скрываю — у нас получается прибыльность в районе 13%.

Нужна еще, кстати, «мелочь» для обеспечения инфраструктуры, которая тоже обходится недешево. Система логистики (а развозных машин у нас сейчас девять, из них четыре — грузовые), всевозможная компьютерная техника, принтеры и пр. У нас 132 сотрудника используют в работе компьютер. Мы, кстати, приобрели официальные версии продуктов фирмы Microsoft. Это «удовольствие» стоило ни много ни мало — 20 тыс. долл.

Из оставшейся прибыли мы еще и инвестируем в оборудование. Печатные машины покупаем, конечно, не каждый год, а раз в пять лет. Но даже по мелочам за год набегает около 400 тыс. долл. на приобретение необходимого дополнительного оборудования. Все началось 10 лет назад со станка для тампонной печати, а превратилось в то, что есть сегодня. Это как ремонт — его нельзя закончить, можно только прекратить.

Взять, например, производство POS-материалов. Приходилось иногда ставить на ручную приклею до ста человек, чтобы успеть вовремя сделать тираж 400 тыс. Конечно, можно повесить объявление на входе в общежитие «Кто хочет подработать в ночную смену...», и студенты подтягиваются. Но это все-таки напрягало, и на выставке drupa удалось найти автомат по нанесению двусторонней самоклеящейся ленты. Вроде и стоит, по полиграфическим меркам, немного — менее 20 тыс. долл., но позволяет оперативно решать проблемы.

**ГАРТ:** Как Вы считаете, полиграфические мощности в Москве избыточные?

**Н. Т.:** Я считаю, что у нас проблема не избыточных мощностей, а недостатка клиентов. Почему мне так кажется? Мы год назад ездили в Бразилию, знакомимся с их полиграфией. Страны достаточно похожие, правда Россия все-таки побогаче. Одинаковое население, но полиграфических предприятий там в несколько раз больше — 18 тыс. Причем это не наши районные типографии, а современные предприятия, оснащенные многокрасочными машинами (хотя обороты у бразильских типографий в несколько раз меньше, чем у наших). Видимо, благодаря тому, что все расходные материалы у них местные, включая отличную мелованную бумагу и картон. Бразильцы печатают очень много продукции на экспорт.

**ГАРТ:** А вот нашу полиграфию опять посчитала наша же «Федеральная служба статистики». Получилось, что в этом году объем производства печатной продукции вырастет на 4%. Видимо, сильно недооценивают развитие рынка?

**Н. Т.:** Я могу сказать, что у нас в этом году рост объема производства продукции составил 12%. В денежном выражении объем вырос существенно больше. Мы доукупили послепечатное оборудование, расширили номенклатуру и увеличили объем производства.



### НОВЫЙ ПРАЗДНИК

День рождения бумаги отметили 17 ноября полиграфисты многих ведущих типографий Москвы на вечере, который организовал «Комус» ПСБК.

Собравшиеся единодушно решили основать новую традицию — ежегодно праздновать день рождения основного полиграфического материала и отмечать годовщину за годовщиной изготовлением бумажного листа вручную.

Вначале ударным трудом отличились хозяева вечера. Немного целлюлозной массы, миксер, утюг, металлическое сито, материал для удаления воды — и работа закипела. Каждое движение мастеров фиксировалось видеочкамерой и в режиме он-лайн демонстрировалось на большом мониторе, чтобы каждый мог рассмотреть все подробности. Для чего? Для того, чтобы вслед за представителями «Комус» ПСБК свои возможности в отливке бумаги вручную испытали добровольцы-полиграфисты. Если лист представителей «Комуса» был просто белым, то команда гостей на ходу изобрела бумагу с вкраплениями из ярко-красного овоща, обозначив тем самым дизайнерскую родословную своего детища.

После чего директор Дивизиона «Полиграфические сорта бумаги и картона» «Комус» М. Журавлев вручил памятные дипломы полиграфистам, принявшим участие в создании красно-белой эксклюзивной дизайнерской бумаги. Дипломы получили Н. Земляных («Ви-ва Стар»), Л. Кузьмина («Полипринт»), О. Умеренкова

(«Немецкая фабрика печати»), Л. Раппо («Август Борг») и А. Колесниченко («Синержи»). Остальные участники вечера получили в качестве сувенира фрагменты вручную изготовленной бумаги, на каждом из которых был памятный отпечаток «День рождения бумаги».

Вечер продолжила викторина, на которой было разгадано много загадок с «бумажным привкусом». Призы турнира распределила «рулетка». Как на любом дне рождения, не обошлось без танцев, тостов, новых знакомств и всего того, что можно назвать теплой атмосферой. В стране (или в мире?) на один праздник стало больше, с чем Вас и поздравляем!

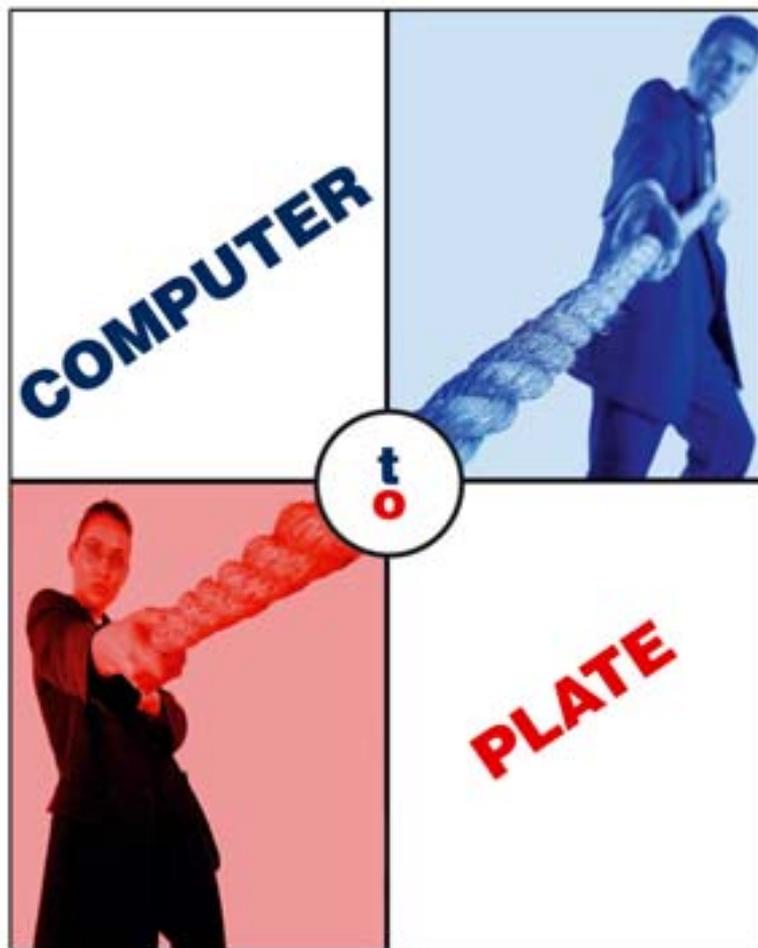


### КРАСОК СТАНЕТ БОЛЬШЕ

На российском рынке продолжают появляться зарубежные производители. Так, одним из новичков стала входящая в группу Huber компания Hostmann-Steinberg GmbH — один ведущих мировых производителей печатных красок. В ассортименте Hostmann-Steinberg как краски для офсетной, так и для флексографской печати.

На самом деле, краски Huber для офсетной печати достаточно хорошо известны российским полиграфистам — долгое время их поставками занималась фирма «Интрако».

Представительство Hostmann-Steinberg будет работать совместно с компанией «ОктоПринт Сервис», используя единую инфраструктуру. Возглавляет представительство О. Красноборов.



**ЭФФЕКТИВНАЯ**  
поддержка!



LASTRA / PLURIMETAL / PLATE  
**together to print**

**СтР-пластины**

### Расходные материалы для полиграфии



**МОСКВА**  
Тел.: (095) 937-5151, 937-5156  
**САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**  
Тел.: (812) 449-2141  
**КАЗАНЬ**  
Тел.: (8432) 99-7820, 99-7821  
**СИБИРЬ**  
Тел.: (3832) 12-5155, 12-0125

**УРАЛ**  
Тел.: (343) 355-9026, 371-0267  
**ЮГ**  
Тел.: (8632) 52-6704, 56-9778  
**УКРАИНА**  
Тел.: +380 (44) 212-2619  
**КАЗАХСТАН**  
Тел.: (3272) 96-0154, 50-3741

**Константин АНДРЕЕВ**

(Продолжение. Начало на с.1)

**ГАРТ:** Совмещаете учебу с работой?

**К. А.:** Да, сейчас я работаю дизайнером в полиграфическом центре 2Print. Надо сказать, что начинал с должности дизайнера-верстальщика. Теперь — дизайнер.

**ГАРТ:** Давно работаете?

**К. А.:** В 2Print — почти 3 года. Но это уже четвертое место работы, а начинал работать еще в 1999 г. в небольшой типографии Argo2000. Там был полный комплекс допечатного оборудования (включая фотывывод), ризограф, одно-красочная малоформатная офсетная машина и послепечатное оборудование. Там же я узнал суть большинства технологических операций: вывода фотоформ, монтажа и копирования, изготовления печатных форм, кроме того, печатал на ризографе, работал с резальным и другим послепечатным оборудованием. Единственное, чему не довелось там научиться — печатать на офсетной машине.

**ГАРТ:** А что Вас привело в типографию?

**К. А.:** Это длинная история. Вкратце так: сначала закончил колледж при Российском медицинском университете, много занимался дополнительно. А в 1998 г. поступил и в сам медицинский. И вот случайно на выставке «Комтек-98» я выиграл компьютер Macintosh. Просто заполнил анкету на стенде компании DPI и получил главный приз.

Стало интересно, начал разбираться и изучать возможности, и через какое-то время решил, что медицина мне уже не так интересна, как полиграфия. Поэтому после трех месяцев учебы в медицинском университете я решил оставить науку Гиппократу и забрал документы.

**ГАРТ:** А как отнеслись к такому поступку Ваши родители?

**К. А.:** Мне очень повезло с родителями. Они сказали: ты лучше знаешь, какое решение будет для тебя верным, если решил — забирай.

**ГАРТ:** Радикально. А как все-таки случилось, что Вы со способностями дизайнера оказались именно на технологическом факультете МГУП? Может, нужно было поступать на факультет графики?

**К. А.:** К сожалению, у меня нет ни опыта рисования, ни таланта владения кистью, который необходим для учебы на этом факультете. Хотя на компьютере уже тогда я мог сделать многое.

**ГАРТ:** Вы будете поступать в аспирантуру. Но дизайнеру углубленные знания полиграфических технологий вряд ли сильно помогут в карьерном росте!

**К. А.:** В будущем, вполне возможно, сложится так, что я сменю сферу деятельности (как когда-то раньше было с медициной — в жизни ничего нельзя исключить). Сейчас мне очень интересен дизайн, к тому же он прекрасно позволяет самовыражаться. Мои работы можно найти в различных каталогах Index Design и Фестиваля рекламы.

Что касается технологии, то хороший дизайнер всегда должен представлять, как технологически можно выполнить то, что он разрабатывает. В большой степени это относится именно к печатной продукции. Вот я писал курсовой проект по цветоделиению и печати по технологиям Hi-Fi. Это, с одной стороны, очень интересные технологии сами по себе, а с другой — они предоставляют новые возможности для нестандартных дизайнерских решений.

**ГАРТ:** А в чем сегодня заключается Ваша работа в качестве дизайнера?

**К. А.:** Мы решаем самые разные задачи. Разработкой концепции рекламной кампании занимается креативное подразделение группы NFQ. Задача нашего дизайн-бюро, и в том числе моя, — донести основную идею этой концепции через дизайн. Но у нас есть и такие работы, задания на которые приходят в виде «брифов». Объявляется внутренний тендер на выполнение заказа, несколько дизайнеров разрабатывают свои варианты, после чего выбранный заказчиком вариант дорабатывается с учетом конкретных пожеланий. Иногда бывают и совсем простые работы — технические, когда, например, необходимо подобрать иллюстрации или же сделать макет в издание для постоянных клиентов.

**ГАРТ:** Чем интереснее заниматься?

**К. А.:** Конечно, интересно заниматься именно дизайном и при этом решать различные задачи — и простые, и самые сложные.

**ГАРТ:** Если взять выпускника технологического факультета, который за время учебы поработал технологом в хорошей типографии, и дизайнера, который тоже имел большой опыт работы за время учебы. Вам не кажется, что технолог, приходящий после окончания обучения на производство, получает более высокий оклад?

**К. А.:** У меня нет опыта работы именно технологом. Возможно, Вы правы, но для того, чтобы нормально «порабо-

тать технологом», в типографии нужно находиться «от и до». Ведь печатную машину дома не установишь. А у меня сегодня формально фиксированный график работы с 10 до 19, но фактически я имею возможность корректировать свой график по согласованию с руководством и работать в удобном режиме. Естественно, при условии выполнения всего объема поставленных задач вовремя.

Так что технологом никак не проще, а размер заработной платы, на мой взгляд, сильно зависит от способностей. Мне кажется, работая дизайнером, сегодня я зарабатываю существенно больше, чем мог бы зарабатывать технологом. Ведь иногда меня приглашают и в качестве freelance-дизайнера на отдельные проекты. Еще я сотрудничаю с издательством в качестве научного редактора, которое занимается изданием переводной литературы. Мы уже совместно выпустили две книги по Macintosh.

**ГАРТ:** Создается впечатление, что Вы постоянно занимаетесь тем, чему Вас как раз не учат в университете. Дизайн, редактирование...

**К. А.:** Я стараюсь заниматься теми вещами, которые интересны и приносят эмоциональное удовлетворение. И если мне что-то интересно, и есть возможность этим заниматься, то почему бы не попробовать? Опыт и знания — вопрос времени и желания.

**ГАРТ:** А цель в жизни уже есть? Кем хочется стать, скажем, через пять лет?

**К. А.:** Не скажу точно, что будет через 5 лет — этого не знает никто. Но я не думаю, что цель жизни связана непосредственно с работой. Скорее, напротив — работа для полноценной жизни. Вполне возможно, что через какое-то время решу сконцентрироваться на чем-то определенном, но пока хочется попробовать свои силы в разных областях. Я, например, занимаюсь еще и фотографией, имею международный диплом фотохудожника. Это тоже весьма интересно, да и с должностью дизайнера коррелируется хорошо.

**ГАРТ:** А что является для Вас в жизни определяющим? Деньги или интерес?

**БЕСПЛАТНАЯ  
ПОДПИСКА**

НА «БУМАЖНЫЕ»

**ГАРТ и  
ГАРТ digital**

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

**К. А.:** Во всем важен разумный подход и баланс. Однозначного ответа не дам, но к оголтелым «фанатам» дизайнера бы себя не отнес. Работа должна приносить доход, но при этом быть еще и интересной. Пока в этом отношении удается находить компромисс, а как будет дальше — посмотрим...

**ГАРТ:** Не проще было поступить в технический вуз с военной кафедрой?

**К. А.:** Нет, я совершенно не жалею, что поступил в МГУП. Мой практический опыт позволяет без особых проблем сдавать экзамены и зачеты, а теоретические знания, полученные в университете, часто помогают в работе.

Учись я в простом техническом вузе, мне пришлось бы тратить намного больше времени на изучение ненужных и неинтересных дисциплин. А здесь много интересных вещей, которые получается «попробовать на зуб» прямо на работе.

**ГАРТ:** А в МГУП есть неинтересные дисциплины?

**К. А.:** Для меня интересны предметы, которые имеют отношение к практике, такие, с которыми приходится сталкиваться в работе. У нас же было очень много чисто теоретических предметов, которые зачастую оказывались не столь увлекательными.

**ГАРТ:** Химия?

**К. А.:** С химией никогда не было больших проблем — у меня есть очень хорошая основа, полученная при подготовке в медицинский университет.

Я полагаю, что студентам в процессе обучения необходимо преподавать больше тех вещей, с которыми они столкнутся, когда придут на работу. К чему углубляться в детальное объяснение технологических процессов, которые были характерны для полиграфии лет двадцать, а то и двести назад? Основы, несомненно, важны, и преподавать их нужно обязательно. Но практическая сторона и современное состояние дел более актуальны. Процесс обучения будет значительно интереснее для студентов, если преподавание устаревших технологий сократить до необходимого минимума без большого ущерба и говорить о насущных вещах. Что касается меня, то, наверное, так и останутся непостижимыми физика и электротехника с электроникой.

**ГАРТ:** Но без электроники, без компьютеров сегодня дизайн невозможен!

**К. А.:** Без компьютеров невозможен, а без электроники вполне! У меня есть очень большая практика допечатной подготовки. Знаний, полученных за это время, хватает с лихвой! Хотя их полу-

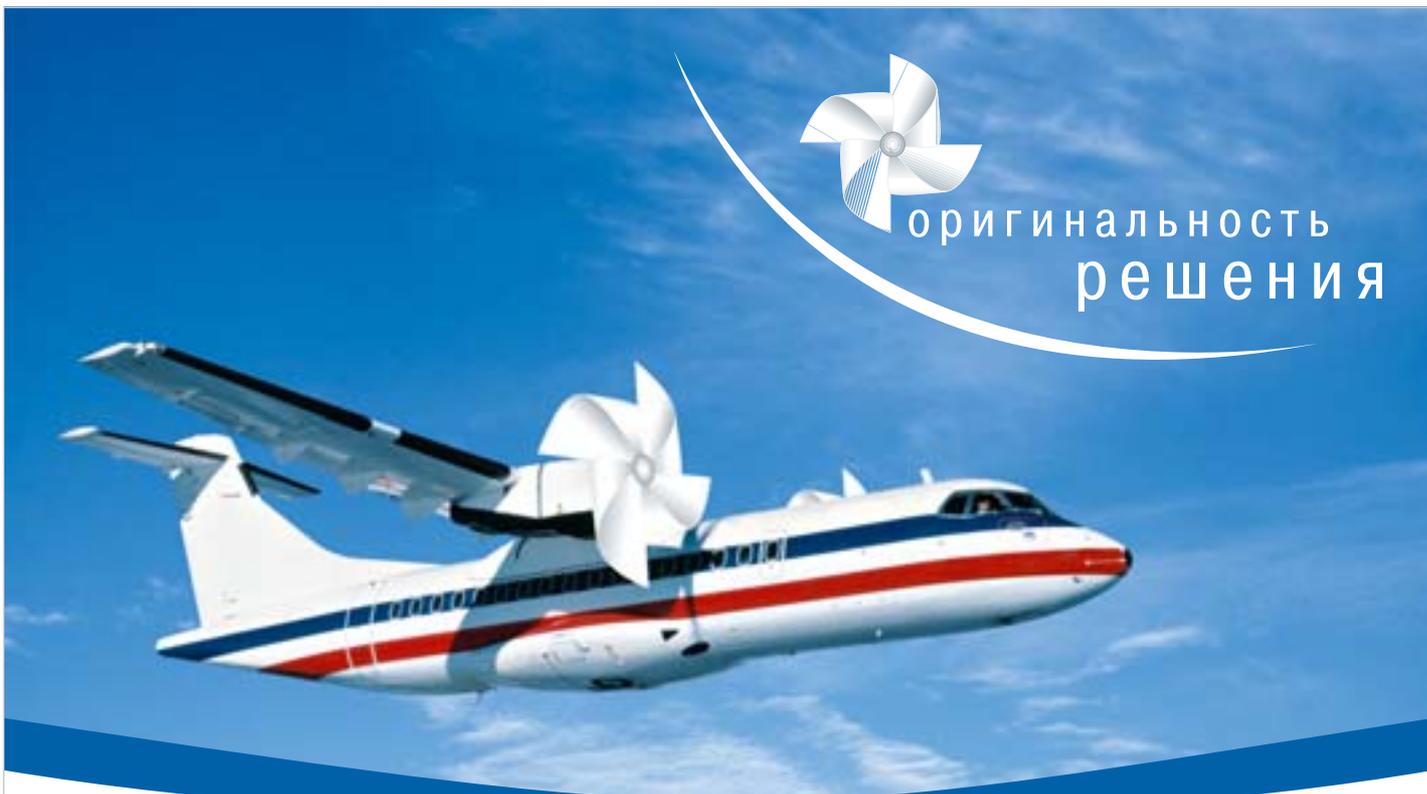
чение — процесс увлекательный и непрерывный, не прекращающийся ни на минуту. Я прекрасно разбираюсь и в компьютерах — для этого сегодня нет необходимости быть «теоретиком-электронщиком».

**ГАРТ:** А при наличии гибкого графика работы прогуливать приходится?

**К. А.:** Иногда приходится, но я думаю, учеба от этого не страдает. Я приведу простой пример: для одной из курсовых работ необходимо в течение семестра изучить программы QuarkXpress, Illustrator и Photoshop. И в итоге сверстать 8–12-ти полосную газету или брошюру. В условиях реального производственного графика такая работа делается за два дня, а с учетом «горящих сроков» бывает и за ночь — в зависимости от сложности верстки. Но никак не за полгода!

**ГАРТ:** Сокурсники тоже работают?

**К. А.:** До четвертого курса преподаватели часто повторяли, что работать студенты дневного отделения не могут по определению, и если они об этом узнают, то не одобряют. Поэтому многие пошли работать только после 4-го курса. Но, честно признаться, я не знаю, где работают многие мои сокурсники.



Москва: 115201, Москва, 2-й Варшавский проезд 6,  
тел.: (095) 232 2610

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

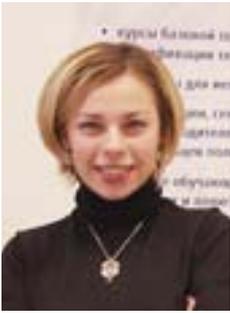
... и еще более чем в 50 городах России и стран СНГ



www.bereg.net

**БУМАГА И КАРТОН**





**Екатерина  
МИКУШИНА**

«Гейдельберг СНГ»  
Центр развития  
Менеджер по обучению

**ГАРТ:** Екатерина, расскажите об образовательных программах, которые предлагает «Гейдельберг СНГ».

**Е. М.:** Руководство концерна Heidelberg приняло решение о создании «Принт Медиа Академии» (Print Media Academy) в 2000 г. На сегодняшний день открыты восемь филиалов в разных странах. Московский филиал «Принт Медиа Академии Гейдельберг» (ПМА) предлагает программы, адаптированные к условиям российского рынка полиграфии. Это курсы базовой подготовки и повышения квалификации технических специалистов; специальные программы, форумы для руководителей полиграфических предприятий, а также семинары для менеджеров среднего звена.

**ГАРТ:** Какие специальности сегодня наиболее востребованы?

**Е. М.:** Мне кажется, что самые дефицитные кадры — квалифицированные технологи и печатники. По крайней мере, чаще всего к нам обращаются в поисках именно таких специалистов. Сегодня есть два варианта: специалист с хорошей теоретической подготовкой, но без опыта работы на современном оборудовании либо имеющий солидный стаж, но не владеющий необходимой теоретической базой.

**ГАРТ:** Каким образом специалисты повышают квалификацию в ПМА?

**Е. М.:** Мы предлагаем обучение в Германии, а также в Москве. Понимая, что не каждая российская типография может отправить за границу своих специалистов (которые должны еще владеть и иностранным языком), Академия в союзе с типографией «Линия График!» и «Полиграфическим лицезем №314» предлагает адаптированные программы обучения. Естественно, на русском языке. Причем, если стоимость обучения в Академии в Германии составляет 2–3 тыс. евро за пятидневный курс (без перелета и проживания), то мы предлагаем российским типографиям двух- и трехнедельные курсы по цене 900–1600 евро.

В месяц обычно проходят обучение две группы. В каждой — максимум 4 человека. Для нас приоритетом является качество обучения, поэтому мы формируем небольшие группы, где к каждому слушателю будет индивидуальный подход. Главное — чтобы специалист получил максимум теоретических знаний и практических навыков. Одной из самых востребованных учебных программ является базовый курс подготовки печатника «с нуля» или имеющего опыт работы менее года. За три недели слушатели получают необходимые теоретические знания, знакомятся с реальным полиграфическим производством и приобретают практический опыт работы на машинах Heidelberg GTO и Quickmaster.

Для опытных печатников наши курсы повышения квалификации являются практически индивидуальными. Преподавателями разрабатывается программа с учетом опыта и требований слушателя, которая включает теоретическую часть в объеме 40 академических часов, а также практическую — 60 академических часов на оборудовании Heidelberg Speedmaster 74 и 102.

**ГАРТ:** Кто проводит занятия?

**Е. М.:** Преподаватели лица, специалисты-практики типографии «Линия График!», а также инструкторы-преподаватели «Гейдельберг СНГ».

**ГАРТ:** Преподаватели — большая проблема?

**Е. М.:** Это одна из основных проблем отраслевого образования. «Принт Медиа Академия Гейдельберг» ведет активную и планомерную деятельность по взаимодействию с учебными заведениями и их поддержке. Наши специальные проекты в помощь преподавателям: повышение квалификации, издание учебной литературы и методических пособий. Для преподавателей создан информационный интернет-портал «Учи и учишь» на сайте «Принт Медиа Академии», где они могут бесплатно получать учебные материалы по новейшим технологиям и основам печатных процессов.

В рамках выставки «ПолиграфИнтер 2005», ПМА организовала круглый стол для преподавателей российских полиграфических учебных заведений, где рассказала о своих проектах в поддержку отраслевого образования. Представители каждого учебного заведения получили бесплатные комплекты учебной литературы и пособий на DVD и CD.

Вообще, для эффективной системы обучения требуются три составляющие: преподаватели, современная учебно-производственная база и спрос на подготовленные кадры. Парадоксально, но в России пока есть только спрос. С преподавателями и техническим обеспечением дела обстоят намного хуже.

**ГАРТ:** Спрос на кадры, конечно, очень высокий. А много ли желающих пройти курсы повышения квалификации?

**Е. М.:** Мы получаем очень много запросов. Причем, ес-

ли раньше интерес проявлялся, в основном, крупные государственные и частные типографии, то теперь к нам обращается много частных лиц, которые хотят повысить квалификацию за свой счет.

Кстати, у нас есть еще одна форма обучения — выездные учебные сессии. Одна из них прошла недавно для региона Средней Азии в Алматы, где мы организовали одновременно обучение печатников и семинары для технологов. Мероприятие оказалось очень успешным. Поэтому, если руководители типографий по каким-либо причинам (финансовым или из-за отрыва от производства) не могут отправить своих специалистов на обучение в Москву, Академия может приехать с учебной программой к ним в регион.

**ГАРТ:** Но мероприятие в Алматы было «за деньги»?

**Е. М.:** Да, конечно. Мы просто сэкономили участникам средства на перелет и проживание в Москве.

**ГАРТ:** А какие планы на будущее?

**Е. М.:** Мы очень внимательно относимся к запросам типографий, регулярно проводим опросы и на их основе предлагаем новые учебные программы. В октябре прошёл очень успешный семинар, посвященный стандартизации офсетной печати на основе ISO 12647-2. На нем выступил специально приглашенный эксперт из Австрии.

Но просто так «немецкий семинар» проводить в России не имеет смысла, даже несмотря на то, что у нас есть типографии, ничем не уступающие немецким. Надо учитывать российскую специфику: налогообложение и законодательство.

**ГАРТ:** То есть в Германию можно будет уже не ездить?

**Е. М.:** Почему же? Я полагаю, руководителям российских полиграфических предприятий будет интересно участие в специальных менеджмент-программах ПМА,

которые проходят два раза в год в разных странах. Такие форумы дают уникальную возможность общения с зарубежными коллегами со всего мира, обмена опытом и знаниями.

**ГАРТ:** Но все-таки эти мероприятия для нескольких десятков крупных и хорошо оснащенных российских типографий. Для остальных они или неинтересны, или бесполезны в связи со слабой технической оснащенностью.

**Е. М.:** Это ситуация сегодняшнего дня, однако российская полиграфия развивается, и в ближайшем будущем современных полиграфических предприятий станет намного больше. Heidelberg понимает это и уже сегодня предлагает решения для развития российской полиграфической отрасли. «Гейдельберг СНГ» имеет четкую позицию и также призывает отрасль к активному участию в решении кадровой проблемы. Ведь мировой опыт полиграфии в развитых странах показывает, что забота о квалификации будущих кадров ложится на плечи и учебных заведений, и полиграфических предприятий. В США, Германии, Финляндии, других странах Европы отраслевое образование поддерживают промышленные союзы и ассоциации, союзы работодателей, активную роль играют профсоюзы. Также эти организации ведут активную деятельность по лоббированию интересов отрасли на государственном уровне, участвуют в законодательном процессе. Мы должны стремиться к созданию сильного отраслевого союза, как, например, в Германии. Сегодня Heidelberg, как крупнейший поставщик оборудования, демонстрирует пример реальной деятельности. Участники рынка должны видеть, что проблемы, несмотря на сложившуюся ситуацию, можно решать.

**ГАРТ:** Но создать некую ассоциацию — еще не означает решить все проблемы?

**Е. М.:** Конечно. На мой взгляд, для решения вопроса подготовки кадров на данном этапе необходимо наладить конструктивный диалог между типографиями и учебными заведениями. Отрасль, как основной работодатель, должна определять требования по подготовке кадров, участвовать в разработке государственных образовательных стандартов. Радует то, что многие типографии, особенно крупные (и не только в Москве), уже серьезно задумываются над решением проблемы кадров, готовы принимать финансовое участие в процессе подготовки, чтобы через некоторое время получить готовых специалистов.

В России около 30 учебных заведений, которые готовят кадры для полиграфии. Конечно, оснастить их все современной техникой невозможно. Необходимо построить схему, которая эффективно работает в других странах, где учебные заведения дают хорошую теоретическую подготовку, а практическую студенты получают при прохождении производственной практики. Вот тут-то и должны принять участие типографии, заинтересованные в грамотных специалистах. Мы готовы курировать вопросы организации производственной практики.

Кстати, в начале 2005 г. выходит наш новый продукт в помощь типографиям — «Квалификационный тест печатника». Компьютерная программа позволит определить уровень подготовки печатников и в соответствии с результатами разработать план повышения их квалификации. В данный момент программа проходит тестирование в ряде типографий.



Когда нужны Scratch-панели,  
обратите внимание на

## ЗАЩИТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

компании **tesa AG**

Любые виды защитных scratch-наклеек, как серийных, так и изготовленных по спецзаказу



- Любые формы и размеры
- Надсечки для идентификации попыток отклейки
- Традиционные, дифракционные и голографические материалы для защиты от подделки
- Однотонная и многоцветная печать
- Термочувствительные краски (термохромы)
- Многие другие способы защиты

**Уникальные защитные самоклеящиеся этикетки компании tesa AG являются в настоящее время самым надежным способом защиты информации от несанкционированного доступа.**



Звоните нам: (095) 258 4024  
или пришлите факс: (095) 792 32 45

Московское представительство Байерсдорф АГ, tesa (Германия)



### ГЛАВНОЕ СОБЫТИЕ ГОДА

Вот и закончилась первая выставка «ПолиграфИнтер», которая прошла не в привычных «Сокольниках», а на 66-м километре МКАД, в «Крокус Экспо». Перед ее началом было много споров: а доедут ли посетители, а соберутся ли экспоненты. Теперь есть ответы на все вопросы.

Главный ответ — для российских полиграфистов пробки, путешествие в метрополитене и длинные очереди на автобус — не преграды. Хотя добраться до выставки из центра Москвы занимало ненамного меньше времени, чем перелет в Дюссельдорф.

Главный редактор ГАРТ был на выставке всего два дня: в понедельник и среду. Если в первый день посетителей было немного и по павильонам бродили, в основном, сами участники, то на третий день ситуация изменилась. Когда многочисленная делегация, посещавшая близлежащие типографии, вернулась около 17:30 в выставочный комплекс, все места на автомобильных стоянках были заняты. Столько машин в «Сокольниках» не разместилось бы никогда. Хотя в среду было максимальное количество посетителей.

Современный выставочный комплекс «Крокус Экспо» произвел очень хорошее впечатление. Безусловно, престижу «ПолиграфИнтера» это очень помогло. А ведь эта выставка на самом деле очень высоко котируется в Европе.

Решение основных поставщиков оборудования не участвовать в ней (Heidelberger, КБА) или участвовать, но без оборудования («Нисса», «ХГС», «ЯМ Интернешнл») сказало на «контенте» прошедшего мероприятия. Большинство посетителей покидали выставку с чувством неполного удовлетворения.

Интересную мысль высказал один из немцев, уже много лет приезжающий на выставку: «ПолиграфИнтер» сегодня не выставка, а социальное событие, которое позволяет встретиться и пообщаться российским полиграфистам». Ну, а поводов для общения было очень много.

### ЕСТЬ МЭТРЫ В ПОЛИГРАФИИ!

Одним из мероприятий, на котором собрались представители ведущих российских типографий стало подведение итогов конкурса «Мэтр Полиграфии». Несмотря на то, что организатором его стал «Гейдельберг Клуб», к участию в конкурсе приглашались все желающие, независимо от используемой марки оборудования. В конкурсе приняли участие 75 типографий из России и стран СНГ. Общее число присланных работ составило более 130. В жюри конкурса вошли профессиональные полиграфисты, известные дизайнеры и представители крупных западных сетей рекламных агентств.

Жюри оценивало представленные работы в совокупности: креативность, дизайн и полиграфическое исполнение. В качестве конкурсных работ рассматривались рекламно-информационные материалы (буклеты, брошюры и др.) о самих типографиях.

Торжественная церемония награждения состоялась 18 ноября 2004 г. в Екатерининском дворце (Москва). Председатель Оргкомитета конкурса, президент «Pol.S.tar» С. Тарубаров сказал: «Конкурс «Мэтр Полиграфии», по нашему мнению, должен стать открытым соревнованием среди российских типографий на лучший полиграфический продукт».

Гран-при конкурса и приз за «Лучшее полиграфическое исполнение» получила типография «Омега Принт» (Ростов-на-Дону), главными призерами стали: первое место — «Келла» (СПб), второе место — «Знак» (Москва), третье — «LBL» (Москва).

Победители конкурса по номинациям: «Лучшая реклама цифровых услуг» — награда от Оргкомитета конкурса присуждена типографии «24 Принт» (Москва), «Бумажный перформанс» — «Белорусский Дом Печати» (Минск), «Лучшие спецэффекты» — «Печатный дом «Формат» (Екатеринбург), «Лучший креатив» — «Харменс» (Новосибирск), «Лучший дизайнер» — «LBL» (Москва).

### НЕ УСТУПАЮТ ЕВРОПЕЙСКИМ

«Центр ХГС» организовал экскурсию в новую полиграфическую столицу Подмосковья, а может быть, и всей России — Красногорск. В этом городе на расстоянии пары километров находятся две самые современные, только на первый взгляд похожие типографии, оснащенные печатными машинами фирмы MAN Roland.

«Первый полиграфический комбинат» — подразделение издателя журналов, которые есть в каждом офисе: «Товары и цены», «Туризм и отдых», «Услуги и цены» и пр. В типографии идет установка двух рулонных газетных машин Uniset 70, каждая оснащена газовой сушкой для печати на мелованных бумагах. Еще одна рулонная машина Rotoman 60 с газовой сушкой предназначена для печати журнальной продукции. Обложки изданий будут печататься на листовой офсетной машине Roland 705 LV, для лакирования будет использоваться машина Colibri 72 фирмы Steinemann. На участке послепечатной обработки установлено оборудование фирмы Muller Martini. Первые тиражи планируются на начало 2005 г.

Вторая типография — полиграфический комплекс «Экстра М». Здесь машины уже печатают реальные тиражи газет. Типография предназначена для печати известной всем газеты «Экстра М», но планы по расширению клиентской базы очень большие.

В «Экстра М» установлены первые в России рулонные машины для газетной печати Geoman с тремя печатными секциями и четырьмя рулонными зарядками. Максимальная ширина рулона составляет 168 см. Послепечатные операции выполняются на оборудовании Ferag — «навороченная» система имеет длину транспортеров в несколько километров. Есть и устройства для автоматической вкладки в газеты рекламных материалов. Для печати таких вкладок в ближайшем будущем предполагается установка еще одной рулонной машины Rotoman 70 с газовой сушкой.



**CREO: СЛУХИ ОКАЗАЛИСЬ ПРЕУВЕЛИЧЕННЫМИ**

После того, как получила огласку «скандальная» история с ценой акций фирмы Credo и попытками миноритарных акционеров компании сместить теперешнее ее руководство, многие поставщики систем СТР постарались акцентировать внимание потенциальных покупателей на этой информации. Мы получили несколько пресс-релизов, в Интернете появились довольно скандальные материалы, а на некоторых сайтах развернулись бурные дискуссии о перспективах Credo.

Наша публикация в предыдущем номере ГАРТ была достаточно спокойной и основывалась на конкретных фактах. Прошел месяц, как мы и пред-

полагали, ситуация изменилась. Для Credo — в лучшую сторону. Миноритарные акционеры все еще требуют смещения руководства компании. Встреча акционеров Credo пройдет в начале февраля, и результаты ее предсказывать сегодня никто не станет. Правда, есть факт: начиная с октября стоимость акций Credo пошла вверх, а объемы торгов по ним существенно увеличились.

Видимо, положительное влияние оказало принятие программы по сокращению издержек и повышению прибыльности бизнеса, создание специального комитета из независимых директоров, который рассматривает различные варианты развития бизнеса Credo. Кроме того, в середине ноября были объявлены вполне оптимистичные результаты очередного финансового года.

Аналитики биржи NASDAQ, на которой торгуются акции Credo, относят их к вполне нормальным портфельным инвестициям, причем три аналитика из десяти предлагают приобретать эти акции, и ни один из них не предлагает их продавать. Да и динамика изменения цены акций также не наводит разумного человека на мысли об их продаже.

Недавно исполнился год с того момента, как фирма Credo начала производство термальных пластин для СТР. За прошедший финансовый год, а он у Credo заканчивается 30 сентября, объем продаж расходных материалов вырос на 63% и составил около 77 млн долл. Руководство компании считает это большим успехом и предполагает увеличить в два раза мощности по производству термальных СТР-пластин в США. Кроме того, запланировано строительство производства пластин Credo в Германии. В годовом отчете Credo сообщается о том, что для этого производства мощностью 20 млн. м<sup>2</sup> пластин в год уже приобретен участок земли в Германии. Работать новый завод начнет в конце 2006 г.

В ноябре поступили и другие интересные новости. Фирма Credo установила тысячное термальное устройство СТР очень большого формата. А официальный дистрибутор Credo в России объявил об еще одной установке системы СТР этой фирмы в московской типографии ИПК «ИТАР-ТАСС».

Рынок систем СТР и материалов для них развивается очень высокими темпами, и на нем хватает места всем производителям. Пока, правда, хватает.



**Сканеры iQsmart, EverSmart**  
Формат оригиналов до 305 x 457 мм | разрешение до 10000 dpi по всему полю сканирования | развитые функции цветоделения, цветокоррекции, USM, UCR, размытие раstra | скорость — более 40 оригиналов в час (6x7 см, 250%, 300 dpi, СМУК)



**Фотонаборные аппараты Dolev 4PressV**  
Соответствуют форматам широко распространенных офсетных машин | производительность до 33 форм полного формата в час (2540 dpi) | линия раstra до 625 lpi | стохастическое растривание



**Системы СТР TrendSetter и Lotem**  
Развитые решения Computer to Plate (to Flexo), специальные модели, ориентированные на газетное производство | термическое экспонирование, ИК-источник излучения с длиной волны 830 nm | высокий уровень автоматизации



**Цифровые системы цветопробы Veris**  
Прецизионная струйная печать, имитация офсета и флексопечати | разрешение до 1500 dpi | точная передача геометрии и цвета объектов

# До- печатные комплексы

creo™

*Эдинбургский эмбриолог Бард обратил внимание на то, что полосы у зебр сильно различаются по форме, количеству и ширине. У зебр Гриви их восемьдесят и они узкие. У других видов — от 25 до 30, но очень широких*



**«НИССА Центр»**  
Москва  
(095) 956-7719  
nissa@nissa.ru  
www.nissa.ru

**Санкт-Петербург**  
(812) 320-1420/22  
**Екатеринбург**  
(3432) 166-906  
**Ростов-на-Дону**  
(8632) 277-405

**Новосибирск**  
(3832) 163-026  
**«НИССА» Украина, Киев**  
(38044) 490-3460  
**«НИССА» Евразия, Алматы**  
(3272) 980-298

nissa
centre
МНОГООБРАЗИЕ  
ВИДОВ



## БОЛЬШАЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ НЕДЕЛЯ

С 15 по 19 ноября 2004 г., в период проведения выставки «ПолиграфИнтер 2004», компания «Гейдельберг СНГ» предложила своим клиентам большое количество мероприятий, которые были объединены темой «Как успешно развивать бизнес в полиграфии». Стенд «Гейдельберг Клуба», впервые организованный на выставке «ПолиграфИнтер», был визитной карточкой успешной работы типографий-членов Клуба.

15 ноября прошел традиционный ежегодный Круглый стол «Предприятий-партнеров Heidelberg», на котором руководители 42 типографий, носящих это звание, обсуждали тему стратегического развития компании. Практический опыт и наработки «Гейдельберг СНГ», представленные на Круглом столе, вызвали много вопросов. Большой интерес вызвала тема применения в полиграфическом производстве системы сбалансированных показателей BSC (Balanced Scorecard) для постановки и контроля управленческих задач в типографии.

Не менее актуальной стали темы автоматизации процессов работы с заказчиками, в частности, применения CRM-систем (Customer Relationship Management), практические приемы для систематизации взаимоотношений с клиентами, сегментации клиентов, учета основных показателей работы с заказчиками.

Центральным событием недели стал Информационный форум Heidelberg «Тенденции развития и современные технологии в полиграфической отрасли», организованный «Гейдельберг СНГ» при участии МГУП и «Немецкого Союза Печатников».

16 ноября в «Московском Государственном Университете Печати» более 200 участников Форума, приехавших из самых разных городов России и стран СНГ, смогли познакомиться с текущим состоянием полиграфической

отрасли в мире и России, а также перспективами развития бизнеса. В основных докладах Форума были выделены глобальные тенденции и особенности развития полиграфии в нашей стране. Сегодня в России перспективы развития типографии на рынке зависят от успешного решения таких вопросов, как совершенствование производства и управления непосредственно в типографии, создание современной инфраструктуры отрасли в части норм и стандартов, подготовка высококвалифицированных кадров и совершенствование законодательной базы.

Девиз Форума — «К успеху каждого предприятия — на благо всей полиграфии!». Действительно, чем больше типографий будет выходить на высокий уровень организации производства, тем актуальнее станет вопрос объединения полиграфического сообщества в по-настоящему массовый союз типографистов, который сможет реально решать назревшие в отрасли вопросы. А вопросы, как выяснилось — немало.

Участники Форума познакомились также с сегодняшним состоянием дел по подготовке кадров и повышению квалификации в отрасли.

Судя по всему, Форум стал одним из самых интересных мероприятий во время выставки. Важно, что доклады и другие официальные мероприятия сопровождались неформальными перерывами для общения, а также посещением типографий, занимающихся производством самой разнообразной печатной продукции.

## УЖЕ ПЯТНАДЦАТЬ

Казалось бы, еще не так давно праздновалось десятилетие фирмы «ЯМ Интернешнл», а в этом году ей уже исполнилось 15. Праздник, посвященный этому событию, прошел 17 ноября в ресторане комплекса бутиков «Крокус Сити Молл». На него собрались многочисленные клиенты компании: как сегодняшние, так и те, кто приобретал оборудование в «ЯМ Интернешнл» 15 лет назад. Как всегда, официальная часть была короткой и продолжилась развлекательной программой и неформальным общением.

За 15 лет компания «ЯМ Интернешнл» прошла путь от небольшого продавца, в офисе которого работали три сотрудника, до одного из крупнейших в России поставщиков оборудования и расходных материалов. Редакция ГАРТ желает этой фирме оставаться такой же стабильной, какой она и была в течение последних 15 лет.

## ИНТЕРЕСНАЯ ВСТРЕЧА

Во время проведения выставки «ПолиграфИнтер» концерн КБА провел конференцию в «Центральном Доме Журналистов». Особенностью ее стало то, что слушателям был представлен объективный доклад о ситуации на рынке печатного оборудования без упора на успехи самой компании КБА, которые, кстати, заслуживают внимания. Разговор шел о листовых и рулонных машинах, а также о некоторых аспектах специальных видов печати.

На российском рынке у концерна есть интересные установки, среди которых листовая машина Rapida 205 в СПб. Этот контракт открывает новый для офсетного рынка производства наружной рекламы. Большое внимание было уделено цифровым машинам Karat и обновленной малоформатной машине Genius — альтернативе малоформатным многокрасочным офсетным машинам секционного построения.



## ЛЕТО В НОЯБРЕ

15 ноября в Екатерининском дворце состоялся торжественный бал, посвященный 10-ти летнему юбилею присутствия одного из ведущих брендов мелованной бумаги — «Веларт» — на российском полиграфическом рынке. Символ «Веларта» — ромашка, поэтому атмосфера вечера была пропитана теплотой лета. Ведущая, как и принцесса из сказки «12 месяцев», капризно требовала наступления лета в ноябре. И оно наступило: гостям было жарко от развлекательной программы, зажигательных танцев и веселого настроения.

Гостями стали представители производителя бумаги «Веларт» StoraEnso и российские полиграфисты, которые используют эту бумагу. Настоящей королевой бала стала Анастасия Высоткина: она доказала, что блистать можно не только в бизнесе, но и вальсируя на сцене.

# КБА Рапиды 105 – новинка в среднем формате



## Лидер в среднем формате

В среднем формате нет другой более производительной, универсальной и комфортной в обслуживании листовой офсетной машины, чем новая Рапиды 105. Непревзойденная скорость печати 18.000 листов в час, бескарданный самонаклад, наклад без вакуумной марки (опция), самая гибкая листопроводка, скоростной автомат для смены форм, все существующие программы смывки, пульт управления Ergotronic на базе Windows, система контроля листов Qualitronic 2, денситометрический или спектрометрический контроль качества, интеграция JDF с помощью Logotronic professional — новая Рапиды 105 заново определяет уровень развития техники в среднем формате. Если Вы хотите узнать подробности, просто позвоните нам.

### ООО «КБА РУС»:

117313 Москва, Ленинский проспект, 95а  
Тел.: (095) 132-59-55, 956-31-97, факс 937-52-45  
E-mail: kba@co.ru Internet: www.kba-print.de  
Сервисное бюро в Москве: тел. (095) 9362122, факс: (095) 937-50-67  
Филиал ООО «КБА РУС» в Санкт-Петербурге: тел. (812) 164-45-00,  
факс (812) 325-19-17



**KBA**

Koenig & Bauer AG



PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

## Модели Speedmaster 52 –

Heidelberg Speedmaster SM 52 предлагают качество и универсальность для самых взыскательных клиентов. Высо-

## технология Вашего успеха

чайшая степень автоматизации и интеграция в Workflow производства с пультом CP2000Center, а также скорость

15.000 оттисков в час при одно- и двухсторонней печати – позволяют выпускать большие тиражи. Speedmaster 52

устанавливает самые высокие стандарты в формате 35x50 см! Новые возможности лакирования и высечки в ли-

нию, УФ-печать и лакирования. Модели SpecialEdition с пультом ClassicCenter позволяют уменьшить инвестиции.

ООО «Гейдельберг СНГ»

Тел.: (095) 775 80 20

775 80 21

Факс: (095) 775 80 22

[www.ru.heidelberg.com](http://www.ru.heidelberg.com)

E-mail: [hoc@heidelberg.com](mailto:hoc@heidelberg.com)

**HEIDELBERG**