



В НОМЕРЕ:

САМОКРИТИКА	3
РЫНОК ПЕЧАТНОЙ ПРОДУКЦИИ	6
ЧТО ПОСМОТРЕТЬ НА «РОСУПАК»?	7
НОВОСТИ	9
ДОПЕЧАТНЫЙ КОМПЛЕКС ДЛЯ ОАО «ПРЕССА-1»	12
В ИНТЕРНЕТЕ НОВЫЙ ПРОЕКТ	14

Производство газет происходит в очень быстром ритме
В. Грибков (с. 4)



Владимир Андреевич ГРИБКОВ
ИПК «Московская правда»
Генеральный директор

Периодика — банальное производство. Ведь нельзя делать гениальные вещи ежедневно
В. Черный (с. 10)



Василий ЧЕРНЫЙ
Технологический директор
Издательство «Семь Дней»

Сайты — это рекламные буклеты, которые типографии для себя сделали
К. Игнатов (с. 14)

ГАРТ: Владимир Андреевич, этот номер ГАРТ посвящен периодике, а предприятие, которое Вы возглавляете, является одним из крупнейших производителей газет. Расскажите нашим читателям о своем производстве.

В. Г.: Да, «Московская правда» — второе по величине предприятие после «Прессы-1». Приблизительно в два раза меньше по производственным мощностям. Если там работают теперь 2 тыс. человек, то у нас — 1100, и производственные площади около 100 тыс. м². Тем не менее, производственные мощности — это одно, а реальный объем производства — совсем другое. Мы перерабатываем в сутки 60–70 т бумаги, производя от трех до четырех млн экземпляров газет. Наши мощности по производству черно-белых газет, кстати загружены не на 100%.

(Продолжение на с. 4)

ГАРТ: Василий, издательство «Семь Дней» — одно из самых больших среди чисто российских. Расскажите, как все начиналось.

В. Ч.: Все начиналось с газеты «Сегодня», которая была создана в феврале 1993 г. Я пришел в нее в апреле 1993. Допечатное оборудование было неплохое, достаточное для производства полноцветных изданий, и первые эксперименты проводились с цветными тематическими приложениями к газете. На этом же оборудовании мы довольно продолжительное время занимались производством журнала «ТВ-Парк». Потом было создано издательство, появились «7 дней», «Итоги» и «Караван Историй». В связи с известными событиями газету «Сегодня», как неприбыльный проект, было решено закрыть.

(Продолжение на с. 10)

самые нефигтивные мероприятия

объединенные рассылки

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



DIRECT BASIC

\$ **100***

ЗА РАССЫЛКУ
ОДНОГО ЛИСТА А4**
В КОНВЕРТЕ GART DIRECT
ВСЕМ ПОЛУЧАТЕЛЯМ ГАРТ



DIRECT PRO

\$ **300***

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

специальные рассылки

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ



DIRECT EXCLUSIVE

\$ **0,5***

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



DIRECT VIP

\$ **1,5***

ПЕЧАТЬ И РАССЫЛКА
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННЫХ
VIP ПРИГЛАШЕНИЙ.
НЕ МЕНЕЕ 300 АДРЕСОВ

Мы предлагаем Вам самый эффективный канал доставки Ваших маркетинговых материалов. Это персональная почтовая рассылка по базе данных журнала ГАРТ. Издание существует уже год. База данных постоянно обновляется и на середину мая включает 4190 персональных получателей.

GART DIRECT



107140, Москва, Верхняя Красносельская, 15, офис 217

Телефон/факс:
(095) 264 3708
(095) 264 9722

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

ГАРТ

Всемирные полиграфические новости

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:

107140, Москва, Верхняя Красносельская, 15, офис 217, издательство «Курсив»

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

Телефон/факс: (095) 264 3708

Размещение рекламы: агентство AAGA

Подписано в печать: 30.05.2001

Отпечатано в типографии «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (095) 265 6108, 265 5553

Заказ № 1241

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2001

Все права защищены. Перепечатка возможна только с письменного разрешения издательства

За содержание рекламы редакция

ответственности не несет



САМОКРИТИКА

ГАРТ — тоже периодическое издание, так что этот номер и о нас тоже. «Курсив» издает четыре журнала, в среднем 2,5 номера в месяц. Самый «периодичный» из них — ГАРТ, но он не самый большой по объему. Тем не менее я полностью согласен с В. Черным. Даже в нашем случае выпуск журналов — аврал. Несмотря на то, что работают в издательстве около 20 человек. В ГАРТ основной аврал я бы назвал бардаком. Главный редактор позволяет себе расслабиться неделю после сдачи очередного номера, хотя каждый раз полагает, что следующий-то номер будет непременно сдан вовремя и без аврала. Конечно, хотелось бы установить какую-нибудь «навороченную» издательскую систему, чтобы все получалось «почти автоматом», набрать большой штат журналистов и редакторов, поставить во главе бизнеса бизнесмена. Возможно, когда-нибудь так все и будет.

В анкетах, которые мы получаем, часто содержатся жалобы на то, что ГАРТ приходит поздно. Я хотел бы пояснить: ГАРТ всегда сдается в печать в конце соответствующего месяца. Этот номер (пятый), например, будет сдан в среду 30 мая (ну в крайнем случае — утром в четверг). Типография выводит пленки и печатает его три-четыре рабочих дня. Служба рассылки два дня рассылает его. На все это накладываются выходные (а иногда и продолжительные праздники), поломки автотранспорта и другие проблемы. Это приводит к тому, что ближайшие адресаты получают номер не раньше, чем в понедельник 11 июня.

Надо напомнить, что на самом деле по счету этот номер двенадцатый. В июне мы отмечаем первую годовщину ГАРТ, так что приглашаем читателей на стенд издательства «Курсив» в павильоне 4 на выставке «Росупак». С подарками, конечно.

Вернувшись опять к вопросу о выставках, упомянем еще одну не самую успешную. По отзывам, в связи с тем, что газетная отрасль сидит без денег и

развитие ее остановилось, в этой когда-то весьма популярной выставке не участвуют многие ведущие фирмы-производители. Один из основных игроков принял решение участвовать только в одной выставке в году. Площади пустовали, посетителей было намного меньше, чем в прошлые годы: в связи с сокращением бюджетов на командировки из крупнейших типографий приехало только по одному человеку, хотя всегда приезжали двое-трое. Конкуренция в продажах обострилась настолько, что по рассказам одного из поставщиков оборудования, когда он прилетел в другой конец страны в типографию, заинтересованную в покупке на сумму «всего около 60 тыс. долл.», он встретил там представителей двенадцати других фирм-поставщиков. Ничего не напоминает? Как Вы думаете, о какой выставке идет речь? Так описывает Seybold Report прошедшую недавно в США специализированную выставку, посвященную газетным технологиям.

И еще одно событие. В июне мы начинаем новый проект — GART Direct. Ведь судя по анкетам, многих читателей интересует ценовая информация и более подробные характеристики оборудования и материалов. Поэтому основное назначение проекта — рассылка новостной, ценовой и другой информации читателям ГАРТ. Мы полагаем, что основными участниками GART Direct станут поставщики расходных материалов и бумаги, типографии, а также компьютерные и другие фирмы. Конверты GART Direct будут приходить также раз в месяц. Сначала они, конечно, будут не самыми толстыми и содержательными, но к осени, я надеюсь, Direct станет полноценным и полезным источником информации для читателей ГАРТ. По крайней мере, мы приложим для этого максимум усилий.

Андрей Романов,
главный редактор



Спуск полос, вывод фотоформ
и печать: типография «Новости»

* ЦЕНЫ ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫ НА ПЕРИОД МАЙ-АВГУСТ 2001 Г. КАЖДЫЙ СЛЕДУЮЩИЙ ЛИСТ В ОДНОЙ РАССЫЛКЕ СТОИТ \$100. СКИДКА ДЛЯ ЧЕТЫРЕХ И БОЛЕЕ ЛИСТОВ — 25%

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

Владимир Андреевич ГРИБКОВ
(Окончание. Начало на с. 1)

ГАРТ: Известно, что производство периодических изданий, и особенно газет, имеет свою специфику. В чем она заключается?

В. Г.: Безусловно, это специфическое производство. Основная причина — жесткий график. Ведь напечатать ежедневную газету можно только вовремя. Нельзя сказать: сегодня не получилось, но завтра все напечатаем. Завтра такая газета уже не будет нужна никому. Отсюда и происходит специфика. Если газета будет подписываться в печать очень рано, то она не будет содержать самых свежих новостей, будет проигрывать конкурентам.

Главное — необходимо иметь парк соответствующего оборудования, но и совсем немаловажно — иметь соответственно подготовленный персонал. В свое время мы были издательством ЦК КПСС, оснащались печатными машинами по общей программе, поэтому оборудование наше — традиционные машины Rondoset, которые есть в каждой бывшей областной партийной типографии. Оборудование, конечно, далеко от 100-процентной надежности, поэтому в случае проблем необходимо

очень быстро принимать решение о том, что делать — решать проблему с этой машиной или перебрасывать формы на другую, ведь главная задача — выдержать сроки производства.

Особенность газетного производства еще и в неравномерности загрузки в течение суток. Ежедневные издания печатаются в дневное время, а ежедневные газеты — с семи вечера и до трех-четырёх часов ночи. Все производство происходит в очень быстром ритме, вроде как «на бегу». Не потому что все опаздывают — ритм производства очень высок. В этом ритме очень важна организация. Работа в таком газетном ритме помогает нам и в журнальном производстве, где уже не так критично сдать журнал к назначенному часу. Тем не менее, у ежедневных журналов тоже есть свой ритм, и многие типографии могут в таком ритме печатать. Мы можем.

ГАРТ: А у Вас есть и журнальное производство?

В. Г.: Задумывалась и развивалась «Московская правда» как газетная типография, поэтому приоритет в развитии всегда отдавался газетам, но журнальное производство у нас тоже есть. Оснащено оно рулонными машинами Solna, Zirkon, Cromoset. Для печати об-

пользу определенной типографии. Лишние полчаса перед подписанием в печать дает издательству преимущества перед конкурентами. Мы очень хорошо это понимаем, поэтому приняли решение приобрести устройство СТР. Правда, закупка эта получилась неудачной. Фирма-производитель — Krause — и ее российский дилер так и не смогли привести устройство в работоспособное состояние. Жалко, конечно, за такие деньги можно было рассчитывать и на большее внимание. Работает СТР крайне нестабильно, можно сказать, на энтузиазме наших сотрудников.



Владимир Андреевич ГРИБКОВ
«Примеров, когда наши специалисты выручали предприятие, очень много»

ГАРТ: И как же Вы теперь выходите из положения?

В. Г.: В качестве резервного мы приобрели фотывыводное устройство FujiFilm Luxel F9000. Теперь, в связи с проблемами с СТР, резервное устройство стало основным, и на него легла вся нагрузка. Покупали мы его в «ЯМ Интернешнл» и не ошиблись. Все произошло строго в оговоренные сроки: поставка, установка и теперь — работа. Я бы сказал, что ритм работы этой фирмы, ее сотрудников соответствует ритму нашего производства.

ГАРТ: А что Вы можете сказать о рынке производства газетной продукции? Насколько он стабилен?

В. Г.: В принципе, он стабилен, хотя испытывает колебания, как и любой другой рынок. Сказать, что на него не оказал влияния кризис 1998 г., нельзя, но после кризиса ситуация достаточно быстро выправилась. Рынок стабилен потому, что люди привыкли читать, когда у них есть на это время. Ослабевает интерес к политике — начинают активно развиваться коммерческие и досуговые газеты. Тираж ежедневной газеты со сканвордами, которую мы печатаем, достигает сотен тысяч экземпляров. А когда приближаются выборы — появ-

ляются новые издания, которые после выборов исчезают. Жизнь идет...

ГАРТ: Вы печатаете много известных газет?

В. Г.: Да, это наши традиционные клиенты: «МК», «Московская правда», «Вечерняя Москва». Кроме них: «Известия», «Ведомости», «Коммерсант», «Россия», Moscow Times и другие.

ГАРТ: А кто конкуренты «Московской правды»?

В. Г.: Их много. Только в Москве кроме «Прессы» есть еще несколько производств, печатающих газеты, но на данном этапе нас больше беспокоят региональные типографии, которые предлагают более низкие цены. Основная причина — низкая себестоимость продукции за счет меньших расходов на заработную плату. Мы же ничего не можем сделать и вынуждены платить более высокую зарплату, потому что работаем в Москве. Не так давно у нас «увели» хорошего клиента. Когда мы посчитали, то оказалось, что за предложенную регионалами цену мы должны будем работать ради удовольствия.

ГАРТ: Кадровый вопрос. Как Вам удается его решать?

В. Г.: Когда-то он решался за счет лимита иногородних, которые приезжали

работать в Москву... На сегодняшний день этот вопрос решения практически не имеет. На те деньги, которые мы имеем возможность платить, найти в Москве печатника-газетчика высокого класса нельзя.

Вообще же, вопрос кадров один из самых важных в нашем производстве. Ведь люди должны быть тоже «специальными», чтобы работать в нашем ритме. Они должны понимать, что цель работы предприятия — производство строго в срок всех изданий, и делать для этого все возможное.

Я могу привести много примеров, когда наши специалисты помогли получить нового заказчика. Газета «Ведомости», например — каждый номер ее печатается на двух разных бумагах. И немцы, и рыбинские специалисты предлагали нам переделку наших машин под производство такой газеты, приблизительно одинаково оценивая эту процедуру в несколько сот тысяч долларов и несколько месяцев работы. А нужно было решить эту проблему за несколько недель. Наши специалисты поэкспериментировали и придумали нужную схему проводки бумаги. Потребовалось буквально несколько доделок типа «здесь поставить такую

скалку, здесь — такую, там два раза кувалдой ударить, а здесь сваркой поработать». И получилось. Мы стали на тот момент единственной типографией, которая могла печатать эту газету.

Для нас очень важен каждый новый клиент. Люди это понимают и стараются помочь. Без их помощи нам бы не удалось получить, например, «Коммерсант». Ведь у этого издательства очень высокие требования и к качеству печати, и к соблюдению сроков выдачи.

ГАРТ: А откуда Вы берете менеджеров среднего звена?

В. Г.: Мы их готовим. Наши специалисты заочно обучаются в МГУП по схеме, которую мы разработали вместе с ректором университета. Таким образом, ключевые сотрудники получают экономическое образование и становятся начальниками цехов и отделов. В этом году будет уже второй выпуск.

ГАРТ: Вы, видимо, работаете «кузницей кадров» для коммерческих типографий?

В. Г.: Да, и к этому уже привыкли. Правда, из тех, кто уходит, некоторое количество возвращается. Для людей очень много значит социальная защищенность, а у нас она лучше.

КОНВЕРТЫ СДЕЛАНО В РОССИИ



www.konvert.ru

ПОЗВОНИТЕ

279-4402, 279-6888
279-3995, 279-3957
279-5543, 279-1790

- Конверты стандартных размеров
- Конверты с окном
- Конверты с отрывной лентой (самоклей)
- Конверты с печатью логотипов
- Полноцветные фирменные конверты



ОАО «МОСКОВСКАЯ ТИПОГРАФИЯ №11»

ложек есть листовые Heidelberg Speedmaster SM 102. Все оборудование тех же времен, что и газетное. Современным его назвать сложно, тем не менее мы печатаем много ежедневных журналов. Кроме того, на этом же оборудовании мы печатаем цветные газеты. Правда, ограниченного объема. **ГАРТ:** На сегодняшний день типографии борются за клиентов, им предлагаются дополнительные услуги. **В. Г.:** Да. И в газетном производстве эти услуги могут оказывать решающим фактором в

БОЛЬШЕГО НЕ ПОТРЕБУЕТСЯ!

Оптимальный формат
559x370 — 130x930 мм

Чемпион по скорости
до 58 полос максимального формата в час

Высшее качество вывода
линиатура раstra до 400 lpi

Расширение возможностей
Luxel F-4080 формата B2 модернизируется до Luxel F-9000 формата B1

Легкость в управлении
двухкассетная подача
автоматическое распознавание кассеты
удобный интерфейс пользователя
сенсорный дисплей

ФОТОВЫВОДНЫЕ УСТРОЙСТВА LUXEL

FUJIFILM
FUJIFILM ELECTRONIC IMAGING LTD.

YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ: (095) 234 9000, 332 6420
EMAIL: INFO@YAM.RU
HTTP: WWW@YAM.RU

КИЕВ, ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОЕ ШОССЕ, 57
ТЕЛ: (044) 254 5254
EMAIL: INFO@YAM.RU

Рынок печатной продукции

Известно, что прогнозы — дело очень неблагодарное, но их продолжают делать. Есть пример исследования американского рынка упаковки, сделанного в середине 90-х. В нем прогноз объема производства на 2000 г. расходится с фактическим объемом больше, чем на 30%.

Многочисленные источники, включая ведущих производителей полиграфического оборудования, утверждают, что развитие интернета не стало поводом для снижения объема производства печатной продукции. В качестве показателей исследователи выбирают, например, объем продаж красок для различных способов печати. По информации MAN Roland, в результате исследований стало ясно, что рынок печатной продукции растет, а особенно стабильный рост наблюдается в секторе рекламной продукции. Объяснение этому — эффективность комбинированных рекламных компаний, когда реклама в интернете дополняется рассылкой печатных материалов. Причем

в этом же материале упоминается, что персонализированные рассылки, которые могут печататься на цифровых печатных машинах, повышают эффективность в три раза. Кстати, по результатам этого же исследования доли различных видов печатной продукции в ближайшее время сохранятся за исключением сектора упаковки, доля которого слегка увеличится.

Недавно завершившееся в США другое исследование показало, что не менее половины издателей книг с очень большим оптимизмом смотрят на собственные перспективы. Предыдущие 12 месяцев были достаточно успешными, и еще более успешными будут для них следующие 12 месяцев. Причина в том, что одно из самых успешных интернет-приложений — торговля книгами, и именно ее успех определил рост объемов продаж книг — отличие от издателей журналов и каталогов, которые в большинстве своем никак не могут начать каким-нибудь образом получать прибыль в связи с развитием интернета. Технология электронных книг (eBooks) будет дополнять печатные книги, а не замещать их — так считают американские книгоиздатели.

Что посмотреть на «Росупак»?

Выставка пройдет в Сокольниках с 19 по 23 июня. Это будет последняя возможность для поставщиков оборудования и материалов обеспечить себе более или менее нормальную работу в летний период. Следующим событием такого масштаба станет уже «ПолиграфИнтер». Понимая это поставщики материалов и оборудования, а также производители упаковки занимали места заранее. Директор выставки Л. П. Архипова характеризует спрос на выставочные площади в этом году как ажиотажный. Судя по предварительным схемам, все места заняты. Кроме традиционных павильонов добавились еще три, среди которых один — летний — построен на месте автомобильной стоянки, а два других — где-то еще. К моменту выхода номера далеко не все участники прислали нам информацию о том, что они будут показывать на выставке. Тем не менее, кое о чем можно рассказать.

По количеству печатных машин будет выделяться стенд фирмы ХГС в па-

вильоне 4А. Поставщик печатных машин фирмы MAN Roland представит полный цикл оборудования для производства упаковки в формате 70x100 см. Пятикрасочная офсетная машина Roland 705 с секцией лакирования, полуавтоматическая кашировальная машина Stock и высекальная машина Kama. Кроме них, на стенде будут демонстрироваться еще две полуформатные листовые машины: Roland 304 с секцией лакирования и Roland 202. Партнер ХГС, один из крупнейших поставщиков бумаги фирма «Регент-Арт» предоставит для демонстрации поставляемые ею сорта бумаги. Отдельный стенд ГК «Регент» в павильоне 11 будет посвящен новому проекту — производству упаковочной стретч-пленки.

Напротив ХГС, на стенде «ЯМ Интернешнл» будут представлены две полуформатных листовых печатных машины фирмы Komori: пятикрасочная Lithrone 528 с секцией лакирования и двухкрасочная Sprint S 228. Большое внимание будет уделено расходным материалам для офсетной печати и флексографии. Кроме того, впервые будет представлена информация о новых для российского рынка рулонных машинах марки Flexcell.

В павильоне 4 на стенде фирмы «Итрако» будет представлена традиционная уже модель флексографской машины Nilpeter FA-3300-UV, будет демонстрироваться допечатное и отделочное оборудование, а также расходные материалы.

На стенде фирмы «Вариант» снова будет демонстрироваться флексографская машина Mark Andy Scout, на этот раз оборудованная УФ-сушками на каждой печатной секции.

На стенде фирмы «Апостроф» можно будет познакомиться с флексографской машиной Combat итальянской компании GiDue.

Флексографскую машину Chromas и малые листовые машины Hamada будет демонстрировать в павильоне 4 фирма «Нисса». На стенде этой фирмы будет представлено также послепечатное оборудование, тампонные и трафаретные печатные машины.

Интересное устройство будет представлено на стенде Supplyland — это биговально-перфорационная машина с интегрированной струйной системой печати переменных данных.

flexoplus.ru

сайт,
посвященный
флексографии.
конференция.

заходите!

Если Вы пока не получаете ГАРТ, но хотели бы получать его регулярно — заполните и пришлите в редакцию эту анкету.

Ваша фирма — это:

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

прочее

Основные виды продукции:

- Рекламно-коммерческая
- Газетная
- Бланочная
- Этикеточная
- Картонная упаковка
- Книжная
- Журнальная
- Беловая
- Гибкая упаковка

прочее

Сколько человек работают в Вашей фирме?

- менее 10
- от 10 до 50
- от 50 до 100
- от 100 до 300
- более 300

Какое оборудование установлено у Вас?

- Допечатное
- Малоформатные офсетные машины (до 36x52 см)
- Полуформатные машины (до 52x74 см)
- Машины большого формата (70x100 см и больше)
- Рулонные офсетные печатные машины
- Узкорулонные флексографские машины (до 60 см)
- Широкоформатные флексографские машины

прочее

Как адресовать Вам ГАРТ?

Фамилия:

Имя:

Отчество:

Должность:

Название фирмы:

Адрес:

КТО всегда ПРАВ? Заказчик!

ОН хочет КОНГРЕВ

ГРАВИРОВАЛЬНО-ФРЕЗЕРНЫЕ СТАНКИ фирмы CIELLE

Более 30 моделей:

- Alfa • Epsilon • Beta • Gamma • Delta
- Подробнее см. www.ciellecnc.com/eng

Дополнительные опции:

- 3D лазерное сканирование
- гравировка на валах
- гравировка на криволинейных поверхностях

Специальная оснастка, программное обеспечение, режущий инструмент
Пуско-наладка, обучение, сервисные центры в регионах

Наши партнеры и клиенты:

- HEIDELBERG Москва
- DELCAM Москва
- СОФРИНО Софрино
- СТЕЗЯ Йошкар-Ола
- ПОЛИГРАФИСТ Ханты-Мансийск
- ВОЕНЗНАК Мытищи
- ОМЕГА ТЕГИ Тбилиси
- и др.

 **Фирма ЛИР®**

Москва, 113105, Варшавское шоссе, 33
Тел.: (095) 363-6790, 795-3990,
факс: (095) 958-4990, E-mail: mail@ler.ru
<http://www.ler.ru>



Что нового?

В мае второй по величине производитель печатных машин — MAN Roland — объявил о результатах работы за первые 4 месяца 2001 г. Они оказались очень многообещающими, по крайней мере загрузка производства рулонных печатных машин обеспечена на весь год и начало 2002 г. Фирма ожидает дальнейшего роста объема продаж.

В качестве главных причин успеха выдвигаются: ориентация на клиента, его специфические потребности и переход на комплексные поставки не только печатного, но и других видов оборудования, а также расходных материалов. Не менее важными причинами руководство MAN Roland признает расширение своего международного присутствия и эффективную совместную работу всех подразделений и представительств в разных странах.

В мае о своих успехах сообщила и фирма XGC — партнер MAN Roland в России и других странах СНГ. За период чуть более трех лет годовой объем продаж техники MAN Roland вырос с 4 до 15 млн долл. (в 2000 г.) Только по прямым контрактам фирмой XGC было

продано более 180 секций полуформатных машин серий Roland 200 и 300, а также 90 секций полноформатных машин серии Roland 700. Ежегодный прирост объема продаж составляет около 50%. В 2000 г. фирма XGC получила право продавать не только листовые, но и рулонные машины MAN Roland.

Самым интересным, на наш взгляд, стало то, что за первые 4 месяца этого года заключены контракты на сумму более 10 млн долл. Самым большим стал, конечно, контракт с ОАО «Пресса-1» на поставку двух рулонных газетных машин Uniset и листовой машины Roland 305. Кроме этого, шестикрасочные машины Roland 706, оснащенные двумя лакировальными секциями, будут поставлены в Саратов и Санкт-Петербург. Еще одна машина — пятикрасочный Roland 705 с секцией лакирования — продана Чеховскому полиграфкомбинату. Кроме этих машин, фирма XGC продала еще четыре полуформатных MAN Roland.

Крупнейший производитель полиграфического оборудования — фирма Heidelberg — по предварительным результатам 2000/2001 финансового года достигла объема продаж в 5,3 млрд

евро, что на 15% больше по сравнению с предыдущим годом. К нашему удивлению оказалось, что наряду с другими рынками самый высокий рост наблюдается в Восточной Европе. Он составил 53%, что позволило достичь объе-

МАГАЗИН HEIDELBERG

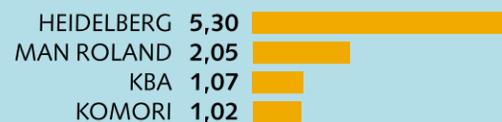


ма продаж в 291 млн евро. Мы уже рассказывали о том, что продажи «Гейдельберг СНГ» в этом же финансовом году составили 65 млн долл. Так же, как и MAN Roland, фирма Heidelberg ожидает дальнейшего роста продаж.

В один из дождливых майских дней в Москве прошло открытие магазина расходных материалов, поставляемых фирмой Heidelberg Digital. Представители немецкой фирмы считают, что дождь стал хорошей приметой. Мы также пожелаем успехов новой инициативе, ведь предыдущие попытки открытия такого магазина другими поставщиками расходных материалов не увенчались успехом.

Также в начале мая в Ташкенте прошло несколько церемоний, включая празднование трехлетней годовщины открытия представительства Heidelberg в Средней Азии. За эти годы общий объем продаж представительства составил более 11 млн евро, из которых

ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ ВО ВСЕМ МИРЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ С 01.04.00 ПО 31.03.01, млрд евро (ОЦЕНКА ГАРТ)



* Объем продаж фирмы KOMORI пересчитан в евро, исходя из среднего соотношения иены к евро, которое составило за рассматриваемый период 100,4

НОВОСТИ

ТОРЖЕСТВА В ТАШКЕНТЕ



более 4 млн — это продажи рулонных машин. Установлено 36 печатных секций листовых машин и две газетные рулонные машины. К празднованию были приурочены церемонии открытия новых производств, оборудованных, как и следовало ожидать, техникой фирмы Heidelberg. В находящемся в 30 км от Ташкента г. Янгиюль установлены допечатное оборудование и четырехкрасочный Speedmaster SM 102-4+L. На Ташкентском полиграфическом комбинате завершена установка четырехкрасочного Speedmaster SM 102-4, двухкрасочного SM 74-2, резальной машины Polar 115, а также допечатного комплекса, включающего полноформатное фотывыводное устройство Primesetter 102.

В торжествах по поводу открытия новых полиграфических производств участвовали председатель Госкомпечати республики Узбекистан Р. Шагулямов, управляющий Heidelberg East Europe В. Альбрехт, а также более ста руководителей и специалистов из Узбекистана и Казахстана.

Через две недели после того, как мы получили эту информацию, стало известно, что Вернер Альбрехт (Werner Albrecht) назначен президентом и управляющим одного из подразделений фирмы Heidelberg — Web Systems. Оно занимается производством рулонных офсетных машин, а также финишного оборудования этого немецкого производителя. Подразделение имеет несколько производств на территории США и является одним из ключевых в программе развития Heidelberg. Достаточно поздно выйдя на рынок газетных ротаций, немецкий гигант старается наверстывать упущенное. Если В. Альбрехт поставит дело так, как ему удалось это сделать в Восточной Европе, то конкурентам придется очень нелегко.

Информация из московского офиса KVA также касалась Ташкента. Компания Polispектр — эксклюзивный представитель этой немецкой фирмы в Узбекистане — сообщила о продаже четырехкрасочной машины Rapida 105

крупнейшему полиграфическому предприятию республики — ИПК ШАРК. Это вторая Rapida 105 в Узбекистане, первая пятикрасочная была установлена в прошлом году в принадлежащей Polispектр одноименной типографии.

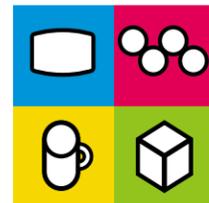
По информации ГАРТ, перевооружение трех узбекских типографий произошло за счет кредита, предоставленного в рамках программы по производству учебников для Узбекистана. Кстати, в рамках этой же программы, общий бюджет которой 20 млн долл., перевооружаются и другие типографии республики Узбекистан.

Возвращаясь к фирме KVA, необходимо сказать, что она ведет последнее время активные действия на рынке. ГАРТ уже рассказывал о том, что фирма полностью взяла на себя заботы о проекте Karat, приняв решение о выкупе у фирмы Scitex ее доли. Теперь совершен новый шаг, связанный с сектором ценных бумаг, а проще говоря — денег. По заявлениям фирмы, 90% купюр в мире печатается способом металлографии на оборудовании с длинным названием Koebau-Giori-DeLaRue. В этом альянсе фирма KVA занималась производством оборудования, а швейцарская компания Giori-DeLaRue разрабатывала технологии защиты от подделки. Теперь фирма KVA приобрела Giori-DeLaRue для того, чтобы упрочить свои позиции в этом не самом большом, но, без сомнения, важном для нее секторе.

ДЕНЬГИ, МНОГО ДЕНЕГ



Дизайн | Полиграфия | Сувениры | Спецпроекты



ВКУС И ЦВЕТ

Вкус лета и солнца,
Свежий, Чуть тепленький,
С кисло-сладкими нотами.

cyan	12%
magenta	100%
yellow	100%
black	0%

Активные ингредиенты

- Профессионалы**
Хорошо подготовленные, опытные и квалифицированные специалисты
- Оптимально подобранное оборудование**
Качественные расходные материалы
- Единая технологическая цепочка**
Оперативный контроль за качеством на всех этапах производства
- Внимание к мелочам**
Применение новейших достижений полиграфической науки



Т.: (095) 450-5001, Ф.: (095) 913-9850

www.alfa-design.ru

российская стретч-пленка
РЕГЕНТ-СТРЕТЧ
СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ПОЛИГРАФИСТОВ НА ВЫСТАВКЕ «РОСУПАК-2001»!

первое широкомасштабное производство

- современная высокопроизводительная линия
- возможность производства любых типоформатов
- короткие сроки выполнения заказов
- вся продукция сертифицирована
- гибкая ценовая политика
- опытные специалисты

Регент
группа компаний
www.regentgroup.ru

Оптовые продажи в Москве: (095) 362-0141
Поставки в регионы: (095) 956-6623, 956-6624
Региональные филиалы: Алматы: (3272) 44-1117 Екатеринбург: (3432) 55-5190 Казань: (8432) 92-2068
Киев: (044) 441-8749 Краснодар: (8612) 59-4027 Нижний Новгород: (8312) 31-3100 Новосибирск: (3832) 11-9800
Ростов-на-Дону: (8632) 67-8797 Самара: (8462) 35-3741 Санкт-Петербург: (812) 320-7170 Тверь: (0822) 55-1116
Уфа: (3472) 32-9888

Василий ЧЕРНЫЙ
(Окончание. Начало на с. 1)

Часть сотрудников перешла в редакцию «Итогов». Таким образом, на сегодняшний день у нас два еженедельных издания: «Итоги» и «7 дней», а также ежемесячный журнал «Караван историй».

ГАРТ: А что Вы считаете самым важным для издательства?

В. Ч.: Руководство, правильная структура издательства и самое главное — люди. Во главе бизнеса должен стоять бизнесмен. Сделать главного редактора бизнесменом нельзя, как и бизнесмена главным редактором.

Особенно важно подобрать руководителей ключевых отделов: рекламы, распространения, маркетинга, технологий (скромно так). Что будет написано в издании — важно, но без правильно работающей издательской структуры коммерческие вопросы обязательно будут страдать.

Тем не менее, периодика — это базовое производство. Ведь нельзя делать гениальные вещи ежедневно. А главные требования к хорошему производству периодики — надежность, масштабируемость и оперативность. Видит издатель, что появилась ниша, например, на рынке изданий об автомобилях — делает новый проект и занимает эту нишу. В качестве иллюстрации можно привести наш «Караван историй». Именно такого издания не было. Фактически была придумана новая ниша, которой не существовало и на Западе. Сейчас конкуренты пытаются запустить похожие издания, но пока у них не очень получается.

Очень важно предугадывать, что нужно читателю. Только так делаются успешные издания. Для этого наше издательство, например, постоянно оплачивает социологические исследования — именно для получения обратной связи от читателей.

Я считаю, что в издательстве должно быть несколько изданий, потому что сделать один журнал успешным можно, но очень сложно. Если же выпускать несколько изданий, то есть возможность для маневра. Вышли на рентабельность с одним — можно запускать другое. Правда, это все мои рассуждения о бизнесе, хотя на самом деле я — не бизнесмен.

ГАРТ: А что сложнее делать — ежедневную газету или еженедельный журнал?

В. Ч.: Я не могу сказать, что сложнее. У того и у другого разные сложности, раз-

ная организация производства, задачи и критерии оценки продукции. Можно сказать, что периодика — это в принципе тяжело. Человеку постоянно приходится расслабляться и собираться. Кажется, что с опытом этот процесс должен становиться легче, но почему-то этого не происходит.

Люди не должны работать в ритме выпуска издания. Даже при издании ежемесячного журнала. Как этого добиться? За счет наличия полутора- или двукратного штата сотрудников и правильной организации труда. Люди должны работать над перспективными материалами, иначе говоря, «в портфель». Для журналов это принципиально.

На практике, правда, в два раза больше сотрудников не имеет, я думаю, ни одно издательство. Поэтому издание периодики — это постоянный аврал.

ГАРТ: Расскажите о структуре технологической части Вашего издательства.

В. Ч.: Это несколько отделов: верстки, допечатной подготовки, компьютерного обеспечения и дизайна. Они обслуживают редакции всех изданий.

ГАРТ: Ваше издательство — один из трех пользователей Quark Publishing System (QPS) в России. Без нее было бы сложнее?

В. Ч.: Пять лет назад другого пути не было: хочешь делать издание — покупай систему. На Западе любое издательство — а я был в NewsWeek, Time, Sports Illustrated, в крупнейших финских газетах — такую систему имеет.

Возможно, в России до сих пор дешевле нагнать побольше наборщиц, корректоров и верстальщиков (благо зарплата не западная) для чтения на бумаге, сокращения и дописывания на ней же и т. д. и организовать бумажный процесс с так называемой «собачкой». Однако хорошо управляемый, эффективный, прозрачный процесс подготовки материалов для различных медиа без автоматизированной системы не создать.

Мы купили QPS для газеты. Одним из побочных, но очень важных результатов являлась практически полная автоматизация обновления интернет-сайта газеты (включая иллюстрации). Теперь же с приходом людей из газеты в «Итоги» мы смогли в течение недели полностью перевести эту редакцию на QPS.

Существуют разные подходы к разделению функций между редакциями и технологической службой. В каждом издании есть свои дизайнеры, которые делают дизайн разворотов. Пока они

не сидели сами за компьютерами, верстка логично была выделенной технической частью процесса. Работа велась с бумажными макетами. Теперь времена изменились, и представить дизайнера без компьютера нельзя.

Мы разработали целую систему, одним из составных элементов которой является использование QPS. Это позволяет логично разделить и распараллелить труд редактора, дизайнера и верстальщика. Дизайнер может делать макет по готовности фоторяда и «рыбного» заголовка. Для этого ему не нужен готовый текст. Макет, в котором используются изображения с низким разрешением, утверждается. Затем выполняется «вгонка» текста в размер.



Василий ЧЕРНЫЙ
«Никакая система не обеспечивает полной автоматизации, всегда остается доля ручной работы»

«Вгоняет» текст редактор, не используя возможности верстки и не меняя дизайн. Дизайнер в этом не участвует, он уже занимается другими темами или номерами. Текст после этого корректируется, проверяется и оказывается готовым к верстке. Верстка в фактически оказывается заливкой текста, подстановкой изображений с высоким разрешением и подрисовочных надписей. Выполняется эта работа непосредственно перед сдачей издания.

ГАРТ: И все получается практически автоматом?

В. Ч.: Никакая система не обеспечивает полной автоматизации, всегда остается доля ручной работы. Система просто помогает сделать так, чтобы люди занимались своим делом. Ведь намного выгоднее, например, чтобы дизайнер занимался дизайном, а не стоял за спиной у верстальщика.

Я дважды посещал редакцию NewsWeek. В первый раз они рассказали, что подумывают о частичном сокращении верстальщиков. Тогда это было модной темой. У них работает серьезная система, более «навороченная»,

чем QPS, и все получается «практически автоматом». Но когда я приехал к ним через год и поинтересовался, сколько сократили, в ответ услышал, что никакого сокращения делать не стали. В NewsWeek делают пять региональных версий — из одних и тех же материалов, но надо перекомпоновать номер, поставить другую рекламу, переставить колонтитулы... Это работа, и кто-то ее должен делать.

ГАРТ: Вы печатаете все издания в Финляндии?

В. Ч.: Да, «Итоги» и «Караван историй» — офсетом, а «7 дней», тираж которого около миллиона — глубокой печатью.

ГАРТ: А сдаете пленки?

В. Ч.: Нет, мы давно уже перешли на «цифру». Сначала стали давать цифровые файлы для глубокой печати. Потому, что там производство форм цифровое и наши пленки им все равно приходилось сканировать. Офсет тоже перевели на «цифру», но позже. Причем мы уже несколько лет не отправляем носители, а пересылаем файлы по каналам связи.

ГАРТ: А если приходит рекламодатель с пленками?

В. Ч.: Их приходится сканировать. Мы приобрели для нашего сканера Scitex опцию для сканирования пленок, но так как пленки сейчас сдают очень редко, мы предпочитаем отправлять их в типографию. Там специализированный Eskofot, который делает это лучше.

ГАРТ: То есть современному издательству фотывыводные устройства не нужны?

В. Ч.: Я считаю, что нет, однако это зависит от оснащенности типографий, с которыми работает издательство.

Ежедневную газету мы печатали в Москве, и типография предлагала нам передавать «цифру», однако в этом случае по ряду объективных причин мы предпочитали давать типографии пленки. А за цену фотонабора сегодня нужно организовать коммуникационные каналы, причем их должно быть не менее двух, и желательно от разных операторов.

ГАРТ: Переходим к отделу допечатной подготовки.

В. Ч.: Да, одна из основных его задач — это сканирование. Начинать мы со сканера ScanView, потом купили Scitex, потом еще один. В этом году планируем их поменять на новые. Когда нужно самое высокое качество, мы используем барабанный Screep. Кроме перечисленных есть и много других сканеров. Чтобы использовать все возможности

оборудования, включая пакетное сканирование, допечатная подготовка издания проводится в очень сжатые сроки. Очень большой объем работ приходится на ретушь, которую я бы назвал художественной. Некоторые изображения требуют цветопробы. Для этого мы использовали аналоговый Cromalin и цифровой IRIS, а недавно приобрели цифровой Cromalin и довольны им.

ГАРТ: А чем еще занимается отдел допечатной подготовки?

В. Ч.: Прием и проверка рекламы — очень важная работа, которую этот отдел выполняет. Мы всю принятую рекламу переводим в отрастрированный PostScript, чтобы с ней уже ни при каких обстоятельствах ничего не случилось. Я вообще считаю работу с рекламой одной из самых важных. Расценки на нее высокие, и ответственность тоже. Идет очень много рекламы парфюмерии и, соответственно, «тела». Нельзя ошибиться, необходимо обеспечить строгое соответствие утвержденной заказчиком цветопробе. А заказчик присылает обычно пробы, сделанные не под нас. Добавляется лишняя итерация, мы делаем пробу у себя, утверждаем опять у заказчика...

ГАРТ: А другие отделы?

В. Ч.: Отдел дизайнера занимается нужными всему издательству вещами — изготовлением промоушн-продукции, рекламных макетов для тех рекламодателей, кто не имеет уже готовых и т. п.

Отдел компьютерного обеспечения — компьютерами, сетями программным обеспечением и всем остальным. В любом большом издательстве возникает банальная задача автоматизации офиса. У нас несколько этажей, несколько сот сотрудников.

Отдел также занимается нашим интернет-представительством. У нас был сайт газеты, теперь мы развиваем сайт «Итогов». Техническая подготовка для большого интернет-присутствия проведена, и я считаю, что сейчас правильное время для занятий интернетом, но деньги из этого пока получаться не будут. Вообще об интернете можно долго разговаривать. Большие перспективы, например, обещают эксперименты по созданию кросс-медийных издательств, когда используется одна корреспондентская сеть и одна редакция публикует информацию сразу для различных медиа. Например, печатное издание, сетевые и телевизионные новости...

РАЗРАБОТКА ЦЕНА ЗА ОДИН ПЯТНАСЯТОК ОТПЕЧАТОК ФОРМАТА А4
ТИРАЖ (ЭКЗ.) 5
ЦЕНА (У.Е.) 6,30 3,90 1,36 1,08 0,85 0,76 0,53 0,46 0,44 0,43 0,38
*ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ЦЕНЫ НЕ ВКЛЮЧАЮТ НАДЕВКУ ЗА СРОЧНОСТЬ

Цифровая печать 500
двухсторонних А3 4+4 за 1 час, включая допечатную обработку*

ЦИФРОВАЯ ПЕЧАТНАЯ МАШИНА **ХЕΙΚОН DCP/32D**
2100 ДВУХСТОРОННИХ ЛИСТОВ А4(4+4) В ЧАС
СРОК ИСПОЛНЕНИЯ ОТ ОДНОГО ЧАСА
ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

Ещё можно успеть!

В МАЕ И ИЮНЕ ДЛЯ ЧИТАТЕЛЕЙ ГАРТ

СКИДКА 10%

цифровая служба спасения

сидипресс

Тел: (095) 230 6069
(095) 195 0670
ул. Зорге 15, вл 9
www.digitalprint.ru
info@digitalprint.ru



Анатолий Николаевич НОВОЖИЛОВ
ХГС
Заместитель генерального директора

ГАРТ: Анатолий Николаевич, в предыдущем номере Я. Г. Соскин рассказывал нашим читателям о программе развития ОАО «Пресса-1». По нашей информации ХГС — один из основных поставщиков оборудования для этой программы.

А. Н.: Да, наша фирма выиграла тендер на поставку печатных машин для нового газетного производства «Пресса-1». В тендере, кстати, участвовали все основные поставщики полиграфического оборудования на российском рынке. И нам как поставщикам печатных машин было предложено курировать закупку допечатного комплекса для этого производства. Курировать, поскольку ХГС поставляет допечатное оборудование японской фирмы Screen, которая не производит специализированных газетных систем СТР, поэтому выбор необходимо было сде-

лать из предложений других производителей.

ГАРТ: А в чем отличие газетных СТР?

А. Н.: В скорости работы, возможности работы с низким разрешением, специализированном программном обеспечении, ориентированном на производство газет. Такие системы СТР делаются обычно на заказ под конкретный размер пластин.

Выбор типа пластин был за заказчиком, и прежде чем остановить свой выбор на какой-нибудь технологии, специалисты «Прессы-1» объехали все выставки и побывали во многих зарубежных типографиях. Очень важным был вопрос цены и доступности пластин в России. Только остановившись на конкретных пластинах, заказчик начал рассматривать различные устройства СТР. Фотополимерные пластины — естественный выбор для газетного производства, потому что только они обеспечивают разумное соотношение цены и производительности.

ГАРТ: Как выбирали фирму-производителя?

А. Н.: Немецкая фирма Eurografica, которая ведет проект перевооружения ОАО «Пресса-1» в целом, обратилась с запросом к производителям систем для газетных производств. Мы ездили

представителя в России. Выход был найден: ХГС подписал дистрибьюторское соглашение с Autologic и контракт на поставку допечатной системы в «Прессу-1».

ГАРТ: Какие требования предъявлялись к производительности комплекса?

А. Н.: Начну с того, что газеты бывают разные, ежедневные и еженедельные, например. Вся загрузка газетного производства хорошо спланирована. Формы для ежедневных газет могут готовиться заранее, за исключением новостных полос, которые необходимо делать в последний момент. В соответствии с техническим заданием на первом этапе максимальный суточный объем производства будет составлять несколько сотен пластин. Для системы с производительностью 100 пластин/ч — это немало. Максимальная производительность требуется только во время пиковой нагрузки — всего 40 мин в день.

ГАРТ: А требования к надежности?

А. Н.: Это одно из главных требований при реализации проекта. Ясно, что необходимо резервное экспонирующее устройство, и мы долго думали о его выборе. Можно было поставить два устройства СТР, но эта технология как раз сейчас имеет неопределенное будущее. Имеется в виду, что через год могут начать быстро развиваться системы с фиолетовым лазером, а могут стать вполне пригодными для газетного производства системы для экспонирования традиционных пластин. Было принято решение на этом этапе в качестве резервного выбрать высокоскоростное фотовыводное устройство. А если появятся недорогие и быстрые системы СТР, построенные на других технологиях, то мы на втором этапе докупим или поменяем одно на другое.

ГАРТ: Расскажите о применяемом программном обеспечении.

А. Н.: Это программное обеспечение фирмы Autologic — система управления заданиями (Workflow), ориентированная на газетное производство. Она отличается тем, что первая операция, которая выполняется с файлом PostScript или PDF в черно-белый bitmap, над которым потом и выполняются все необходимые операции, включая спуск полос и пробную печать. В состав системы входит модуль PagePair для выполнения газетного спуска полос. В системе два одинаковых растровых процессора, что обеспечивает возможности распределения нагрузки и повышения производительности.



ПРОД УПАК

МОСКВА, павильон №69 Всероссийского Выставочного Центра (бывшая ВДНХ)

Международная выставка упаковки, упаковочного оборудования и материалов для пищевой упаковки Одновременно с Российской агропромышленной выставкой

«Экскурс-сервис»
тел.: (095) 264 9722
e-mail: info@excourse.com

Компания «М-ЭКСПО»
тел.: (095) 956 4822
e-mail: produpack@comail.ru





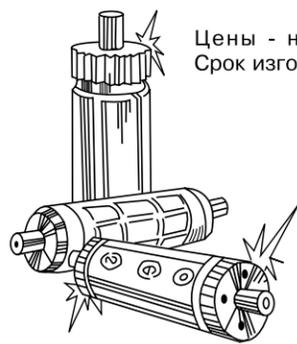
- **Материалы и полуфабрикаты** для изготовления упаковки: бумага, картон, гофрокартон, пергамент, фольга, пленки и др.
- **Упаковочное оборудование:** упаковочные машины, оборудование для розлива жидкостей, машины для фасовки, оборудование для конвертинга и др.
- **Готовая упаковка:** коробки, пакеты, гибкая упаковка, банки, бутылки, тубы, ведра, ящики и др.
- **Транспортная тара:** ящики, мешки, бочки, контейнеры, ведра, а также специализированное оборудование
- **Оборудование для изготовления упаковки:** термопластавтоматы, оборудование для выдува, оборудование для склеивания коробок и др.
- **Дизайн упаковки и полиграфия**

Клише и штампы для флексографских печатных машин !!!



Теперь, кроме традиционных клише для всех видов тиснения на плоскочечатных машинах, мы изготавливаем:

- латунные цилиндрические клише для тиснения на флексо-прессах,
- цельнолатунные "солиды" для вырубки,
- гибкие "рубашки" для тиснения под магнитные валы,
- формные алюминиевые валы,
- приводные, в том числе, косозубые дюймовые шестерни



Цены - ниже импортных на 20%,
Срок изготовления - до 5 рабочих дней.

Интересно? - звоните:
(+7 095) 125-3539/7888/7473
E-mail: info@printco.ru

Скоро читайте подробности на
www.printco.ru



ЗНАКОМСТВА ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

Типографиям, сервис-бюро — новые заказчики. Результативно. Без агентского процента. Первым 20 участникам — скидка 50%.

(095) 922 0747; mng@printme.ru

повышение эффективности работы менеджеров
готовый электронный прайс-лист
оперативные средства общения с заказчиком
статистика заказов, оценка работы менеджеров
настоящая свобода печати



www.printme.ru



Константин ИГНАТОВ
printme.ru
Руководитель

ГАРТ: Константин, Вы занялись интернет-проектом. И это — после известных высказываний по поводу интернета. Как это получилось? Устали заниматься обычными издательскими делами?

К. И.: Своего мнения об интернете я не изменил. Но в области, которая мне близка, я решил попробовать эту попойку структурировать. Чтобы проверить, действительно ли это такое дерьмо, даже если им занимаются нормальные люди, к которым я себя отношу.

ГАРТ: Но ведь цель у проекта — не просто «проверить». Проект коммерческий, и Вы планируете зарабатывать на нем деньги?

К. И.: Конечно, планирую. А почему занялся именно проектом, в котором участвуют типографии — это идея, которая неоднократно обсуждалась в редакции «Курсива». Я решил проработать ее. В процессе этого от идеи не осталось практически ничего, кроме первоначального замысла. Но в результате проработки у меня сложилось мнение, что идея может принести столько денег, чтобы обеспечить жизнь небольшой компании. Вот я и решил этим заняться.

ГАРТ: И в чем же суть проекта?

К. И.: У многих типографий по нынешним временам есть www-сайты. Каждая типография этим страшно гордится и считает, что чем сайт более крутой и навороченный, тем больше клиентов придет печатать продукцию. На самом деле все не так. Сайты — это практически рекламные буклеты, которые типографии для себя сделали. А дальше они сложили эти буклеты в углу своей переговорной и ждут, когда придет клиент, чтобы вручить ему буклет. А если клиент не придет, то и буклет он не получит. Идея проекта printme.ru заключается в том, чтобы собрать эти электронные буклеты и вручить их клиентам.

ГАРТ: То есть это информационная система, содержащая сведения о типографиях?

К. И.: Абоненты — это не только типографии, но и сервис-бюро и другие поставщики полиграфических услуг.

Система позволяет покупателю описать свой заказ и получить информацию о том, кто его может выполнить, в какие сроки и за какую цену. Получает он это от конкретных типографий даже без участия их менеджеров. Информация предварительная, только для оценки. Выбрав по ней несколько подходящих исполнителей, покупатель может изучить их более подробно (вот где абонентам пригодится хороший web-сайт). Затем система посылает в каждую выбранную заказчиком типографию запрос, содержащий состав заказа, его стоимость по прайс-листу именно в этой типографии и срок исполнения в ней.

Здесь только и начинается работа менеджера — принятие правильного решения о реальной цене и реальном сроке для конкретного заказа в данный момент времени, он не должен выступать в роли калькулятора или говорящего прайс-листа.

ГАРТ: А кого Вы видите покупателями в системе?

К. И.: Начинаем мы, конечно, с профессионалов, но впоследствии основная целевая аудитория — непрофессионалы, которые заказывают полиграфическую продукцию для себя и нерегулярно. Очень важно, чтобы система могла адекватно общаться с таким покупателем, которому бесполезно задавать вопросы о красочности заказа. В ответ получишь «цветной» или «красивый». Поэтому основная идея printme.ru состоит в том, что общение с покупателем происходит на понятном ему языке. И предполагается, соответственно, использование двух разных интерфейсов: профессионального и непрофессионального.

ГАРТ: Для участия в проекте типография должна иметь отлаженную систему электронной почты?

К. И.: Совсем не обязательно. Абонент, конечно, должен иметь подключение к Интернету, но обмен информацией между заказчиком и исполнителем происходит в своего рода мини-конференциях на сайте printme.ru. Мы решили работать именно так, потому что электронная почта сама по себе является вещью очень необязательной. Ее можно не включать, не читать, не печатать и т. д. Кроме того, поступление заказа будет дублироваться по какому-нибудь оффлайновому каналу: sms, pager, fax или просто звонок голосом, который будет также делать компьютер. На первом этапе, правда, будет только sms, но мне кажется, этого будет достаточно. Сотовые телефоны в

ИНТЕРНЕТ

столице есть практически у всех. Но я не собираюсь ограничиваться Москвой, и остальные средства дублирования заказов тоже будут реализованы.

ГАРТ: Типографии не преминут воспользоваться системой для проверки конкурентов.

К. И.: Да. И чтобы упростить им, а прежде всего покупателям эту задачу, на предварительный запрос сразу выдается минимальная, средняя и максимальная цена и сроки выполнения заказа. Эта же информация посылается и типографиям вместе с описанием заказа.

ГАРТ: Это аукцион? Вы не боитесь обвинений в пособничестве демпингу?

К. И.: Они, наверное, будут. Но ведь система — не более чем инструмент для размещения заказов. С ее помощью это делать удобнее и быстрее (надеюсь), но она не может повлиять на поведение участников рынка. Есть типографии, сознательно выбравшие своей тактикой демпинг, а есть работающие по прайс-листу. Есть покупатели, которые ищут самого дешевого исполнителя, другие ориентируются на цену «чуть ниже средней», а некоторым давай как можно дороже. Через Интернет все будут придерживаться своих методов точно так же, как они это делают сейчас по телефону. Чем виновата printme.ru — тем, что облегчает каждому достижения его целей?

Кстати, никаких аукционных моделей в систему не заложено. Решение принимается только покупателем, и он может руководствоваться разными мотивами — например, рейтингом абонента.

ГАРТ: Интернет-проекты во многих случаях прекращают свое развитие, когда люди, их создавшие, понимают, что деньги, на которые они рассчитывали, не зарабатываются. А проект, как робот из фантастики, продолжает жить. Таких справочных и поисковых систем очень много. Не боитесь сделать следующую?

К. И.: Я прекрасно понимаю, что сделать систему — только полдела. Предполагается, что printme.ru будет жить за счет абонентской платы, которая будет составлять от 50 до 100 долл. в месяц. Поэтому надо заинтересовать множество покупателей в ее использовании. Если эту задачу удастся выполнить, то проект удался. А нет — он следует за другими неудачными.



Мы можем ПОМОЧЬ!

WEB-САЙТЫ

для ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Разработка

Регистрация

Размещение

Раскрутка

по РАЗУМНЫМ ЦЕНАМ



GART DIRECT

107140, Москва,
Верхняя Красносельская, 15
Телефон/факс: (095) 264 9722
www.kursiv.ru/gart
E-mail: gart@kursiv.ru



Glen Adamo

Interweb, Toronto

Newspaper Solutions
Решение от Heidelberg

PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

Оперативное газетное

Системные решения для газетного производства включают в себя уникальные рулонные машины различных форматов

производство – это сегодняшний день

и модификаций, совершенные системы упаковки и экспедирования готовой продукции. Объединение комплекса

с технологиями Heidelberg

оборудования в единый рабочий поток – Workflow – позволяет добиться эффективного контроля качества продукции,

высшей производительности и максимального качества.

«Гейдельберг СНГ»
Россия, 127550 Москва, ул. Прянишникова, 2а
тел.: (095) 742 34 54; факс: (095) 742 34 56
E-mail: hoc@ru.heidelberg.com, www.ru.heidelberg.com

HEIDELBERG