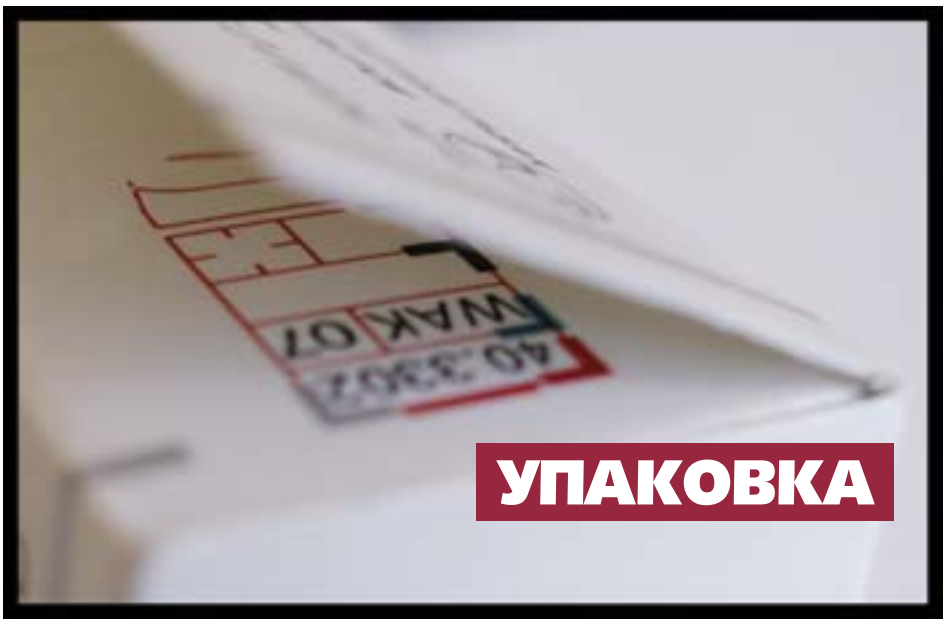
НОВОСТИ. РЕГУЛЯРНО И КОМПЕТЕНТНО
GRAPHIC ARTS NEWS
ГАРТ®
ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 6 (48) ■ ИЮНЬ 2004

ОСНАСТКА **для высечки**
с. 16



В НОМЕРЕ:

ПРОМЫШЛЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО 3
ЗАКАЗЧИК—ГОСУДАРСТВО 10
КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО 12
ЮБИЛЕИ 14
РОСУПАК: КТО ДЕЛАЕТ ПОГОДУ? 22

У каждого производителя упаковки — свои заботы, но ключевыми для всех являются оборудование, клиенты и кадры

А. Романов (с. 3)

Коммерческую службу надо было менять в первую очередь, ведь она — двигатель предприятия

С. Койнов (с. 5)

Этикетки мы печатаем очень мало, а вот объем упаковки — большой, и он растет достаточно высокими темпами

С. Тарубаров (с. 7)

Сергей КОЙНОВ
«Черноголовка типография»
Директор

ГАРТ: Сергей, «Черноголовка типография» специализируется на производстве этикетки и упаковки. Расскажите, как в последнее время развивается ситуация на этих рынках.

С. К.: Ситуация довольно напряженная. Мы, как продавец-оптовик, который покупает вагон и перепродает его, зарабатывая на этом 1%. Перерабатываем сотни тонн картона и бумаги в месяц, а прибыль не так уж высока. Рынок практически «убит», и доходность на нем низкая. Тем не менее, анализируя динамику продаж, мы четко видим их стабильное увеличение. Резерв для развития есть.

ГАРТ: В чем же он заключается?

С. К.: Конкуренция на сегодняшний день — очень жесткая, и победит в ней тот, кто будет грамотно считать и так же грамотно расходовать.

(Продолжение на с. 4)

Сергей ТАРУБАРОВ
Группа POL.S.TAR
Президент

ГАРТ: Сергей, Группа POL.S.TAR занимается различной упаковкой. Интересно узнать, как у вас обстоят дела с производством сигаретных пачек, ведь это не совсем обычный рынок.

С. Т.: Проект с производством сигаретной упаковки мы начали три года назад. Чтобы попробовать, купили неновую рулонную линию глубокой печати фирмы ATN. Потихоньку тренировались печатать, пытались договориться с потенциальными клиентами, но без особого успеха. Был такой момент полтора года назад, когда даже подумывали продать машину. Но потом ситуация изменилась, и теперь уже можно говорить о том, что мы сделали верную ставку. Сейчас POL.S.TAR выпускает около 30 млн пачек в месяц, перерабатывая около 250 тонн картона.

(Продолжение на с. 6)

МЕЛОВАННАЯ БУМАГА

Galerie Art

ФОРМАТЫ НА ЛЮБОЙ ВКУС

47 x 65

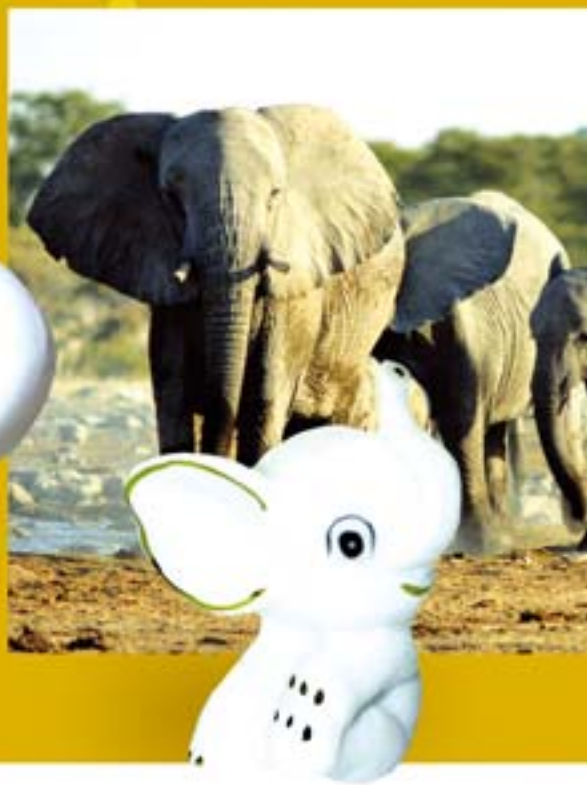
50 x 70

62 x 94

70 x 100

72 x 104

и др.



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР
(095) 729-54-64

Комус ПСБК

ГАРТ
Новости. Регулярно и компетентно.
Ежемесячная газета для руководителей
и ведущих специалистов издательских
и полиграфических предприятий России

Издание зарегистрировано Министерством РФ
по делам печати, телерадиовещания и средств
массовых коммуникаций
Свидетельство о регистрации: ПИ №77-5307
Адрес в Интернет: www.kursiv.ru/gart
E-mail: gart@kursiv.ru
Учредитель: издательство «Курсив»
Главный редактор: Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ru
Ведущий редактор: Екатерина ГЖИМАЛО
kat@kursiv.ru

Адрес редакции:
Москва, ул Электрозаводская 37/4, стр. 7
Для писем: 107140, Москва, а/я «Курсив»
Телефон/факс: (095) 725 6001
Подписано в печать: 30.06.2004

Отпечатано в ОАО «Типография «Новости»,
Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46
Телефон: (095) 265 6108, 265 5553
Заказ № 1668
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

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ
ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

ИЮЛЬ 2004:
РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

АВГУСТ 2004:
РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

СЕНТЯБРЬ 2004:
ОФСЕТНАЯ ПЕЧАТЬ

ОКТЯБРЬ 2004:
ОТДЕЛКА ПРОДУКЦИИ

ПРОМЫШЛЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

У каждого производителя упаковки — свои заботы, но ключевыми для всех являются оборудование, клиенты и кадры. Но мы сегодня не об этом. Нас интересует один вопрос: какое производство упаковки можно считать промышленным?

На Западе все понятно, там Industrial packaging подразумевает крупную компанию, специализирующуюся исключительно на этом виде продукции. Но как быть с Россией, где полиграфические предприятия не так велики и печатают все что угодно — от ежедневных газет до коробок для котлет? Особенно это относится к регионам, куда мы скоро отправляемся в уже ставший традиционным летний автопробег.

Так с чего же начинается именно промышленная упаковка? С покупки автоматической машины для высечки или с выполнения заказа на 100 тысяч коробок для чего-либо? Нужна ли для промышленной упаковки автоматическая фальцевально-склеивающая линия или можно в тех же объемах собирать коробки вручную?

Для этого номера мы выбрали два российских предприятия, которые, на наш взгляд, занимаются именно промышленным производством упаковки. Типография «Черноголовка», очевидно, в представлении не нуждается. Это один из безусловных лидеров российского рынка. Думаем, всем будет интересно узнать, как строится работа этого предприятия и на что в «Черноголовке» обращают особое внимание.

Второй участник номера — группа POL.S.TAR. Она примечательна тем, одно из входящих в нее производств сумело «прорваться» на специфический во всех отношениях рынок сигаретной пачки и стало одним из трех ее производителей, имеющих линии глубокой печати. Конечно, развитие этого рынка в нашей стране тормозят проблемы законодательства и таможенного регулирования, но отрадно то, что это реальный прецедент, когда локальный производитель сумел встать в один ряд с иностранными.

Мы, кстати, знаем еще одного производителя упаковки, который уже давно работает с «Макдональдсом», «Марсом», «Данoном» и другими крупнейшими потребителями упаковки для пищевых продуктов. Эта типография переехала в новое здание, приобрела современное оборудование, но в процессе этих преобразований сама была приобретена крупным зарубежным производителем упаковки, и теперь в качестве примера российского промышленного производства приводиться, увы, не может.

Возможно, промышленным следут считать производство, к которому обращаются за услугами международные брэнды? Но конкурировать с транснациональными производителями упаковки непросто. Есть много факторов, которые работают против. Не последним из них является то, что они закупают картон в несравнимо больших объемах, договариваясь с бумажными фабриками на минимальную цену, а некоторые имеют и собственные производства картона.

Словом, все неоднозначно, но промышленные производства в России, безусловно, существуют и, надеемся, их будет становиться все больше.

Мы в очередной раз уделили внимание рынку оснастки для высечки, поскольку это — неотъемлемая часть промышленного производства упаковки. Слова производителей штампов подтверждают общие тенденции — рынок почти стабилизировался, но перспективы для развития есть.

Андрей Романов
главный редактор

НОВОСТИ

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

Комус ПСБК

Бумага мелованная матовая
Galerie Art Silk плотностью
130 г/м^2 предоставлена
фирмой «Комус»

Сергей КОЙНОВ

(Продолжение. Начало на с.1)

По моему мнению, необходимым условием конкурентоспособности и залогом процветания являются грамотная организация производства, передовое оборудование, современные технологии и квалификация персонала, которые позволят типографии выпускать этикеточную и упаковочную продукцию на уровне мировых стандартов.

ГАРТ: Давайте начнем, например, с организации производства. Как она построена в вашей типографии?

С. К.: Как правило, мы стараемся подписывать долгосрочные контракты с клиентами. Благодаря этому, работает типография по месячному плану, где определен порядок распределения заказов по всем участкам и машинам и утверждено два основных бюджета — бюджет отдела продаж фиксирует отгрузку товара и поступление средств, а бюджет отдела снабжения отвечает за сырье и материалы. Такой подход дает возможность поставлять полиграфическую продукцию, строго соблюдая оговоренные сроки.

На сегодняшний день наше предприятие имеет межрегиональный статус, среди заказчиков присутствуют предприятия ближнего зарубежья. Есть и международные контакты, обусловленные выходом наших клиентов на зарубежные рынки.

ГАРТ: Сергей, а что можно сказать от требованиях самих заказчиков к продукции типографии?

С. К.: Вообще, сегодня многие компании очень жестко подходят к приемке полиграфической продукции и даже проводят у потенциального поставщика технический и экономический аудит. Российские контрагенты к такому еще не привыкли, а вот для иностранных компаний это норма. В настоящее время «Черноголовка типография» проходит аттестацию на сертификат ISO 9001 и вскоре должна его получить. Наличие международного сертификата качества позволит нам привлечь новых клиентов, в том числе — с мировым именем. Для нас самих высокий уровень продукции остается одним из приоритетов, поэтому со многими крупными клиентами уже подписаны стандарты качества, по которым происходит сдача-приемка заказа.

Теперь, когда коммерческий отдел работает на самом высоком уровне, я вплотную займусь техническими специалистами

ГАРТ: Вторая составляющая успеха — современное оборудование?

С. К.: Совершенно верно. За последние два года мы приобрели достаточно много нового оборудования: начала работать еще одна автоматическая высекальная машина, две новые фальцевально-склеивающие линии, машина для вклейки окошек, две машины для тиснения. Могу сказать, что все это оборудование сегодня загружено.

ГАРТ: Ну и последнее — кадры. Давайте поговорим об эффективной организации производства в этом ключе.

С. К.: После того как предприятие стало финансово-стабильным, мы стали уделять все больше внимания обучению собственных кадров. Посылаем людей на курсы, проводим учебу у себя.

От работников, занимающих ведущие должности на предприятии, мне нужно, чтобы они не только были грамотными специалистами и выполняли свои должностные обязанности, но и, по возможности, учили других, что всегда достойно оценивается нами в материальном плане. Если руководитель не «подтягивает» подчиненных, значит, он недовыполняет свои функции. У нас есть хорошие примеры, когда люди растут и в должностном, и в финансовом направлении, и это очень важно.

ГАРТ: Сколько человек сегодня работает в вашей типографии и что это за специалисты?

С. К.: На сегодняшний день в штате 467 человек и около 20 вакантных мест. До моего прихода на должность руководителя типографии два года назад штат был существенно меньше — около 350 человек.

Мы сформировали ряд подразделений, которых раньше не было. Главное из них — экономическая служба. Одной из моих основных задач было грамотно построить управленческий учет, чтобы понять, какие из заказов на самом деле рентабельны. Ведь на первый взгляд существует достаточно много выгодных заказов. Однако если внимательно посчитать, оказывается, что половину из них придется делать «в минус». Вот для понимания эффективности работы предприятия и необходима экономическая служба.

В штате появились не только экономисты, но и нормировщики, диспетчеры. Наличие этих специалистов позволяет типографии работать по месячному плану, где определен порядок распределения заказов по всем участкам и машинам. У нас разработаны и выполняются нормативы на отдельных операциях. Теперь есть возможность как принять оперативное решение, так и оценить перспективы на год.

Кроме экономической, мы создали и сервисную службу. В ней работают механики и электронщики.

ГАРТ: Черноголовка находится не так далеко от Москвы, от сервисных служб поставщиков оборудования. Оправдано ли создание собственного сервиса?

С. К.: Я предпочитаю, чтобы он был. Наши специалисты отвечают за работоспособность машин и проведение еженедельных и ежемесячных профилактических работ на всем оборудовании, выполняют замену быстроизнашивающихся частей и оперативный ремонт. Если профилактические работы на оборудовании выполнены, есть тестовые оттиски и технологи дают заключение, что все в порядке, то печатник на такой машине должен в установленное нормами время отпечатать тираж с высоким качеством.

Кстати, ввод в строй нового оборудования также потребовал дополнительных специалистов — не только операторов, но и мастеров, управленцев среднего звена. Я считаю, что необходимо иметь на определенных участках нескольких специалистов, дополняющих друг друга, чтобы не создавать узких мест на производстве. Тогда можно не опасаться, что в какой-то момент человек уволится и какая-либо линия встанет. Например, когда от нас ушел один из ведущих специалистов, мы подумали и перегруппировали силы так, чтобы его уход не нанес вреда производству.

ГАРТ: Сманили конкуренты?

С. К.: Нет, просто устал, я думаю. Ведь работать у нас нужно очень интенсивно. Не все к этому готовы. Необходимо быстро принимать решения и контролировать их выполнение. И ответственность за принятые решения очень большая.

У нас есть текучка кадров, и это естественно. Люди, которые хотят просто работать в теплом месте,

уходят на какую-нибудь тихую работу.

Вообще, в Москве и области ситуация с кадрами для полиграфии складывается следующим образом — на рынке труда имеется большой спрос на квалифицированных специалистов, и параллельно существует контингент людей, которые переходят из типографии в типографию, не задерживаясь надолго ни в одной из них. Пока работодатель разберется, кто из себя что представляет, проходит от трех до шести месяцев.

Понимая это, мы для людей умеющих и, самое главное, желающих работать стараемся создать все условия. Например, в типографии для каждого работника обеспечивается полный социальный пакет. Казалось бы, что в этом такого? Но далеко не на всех предприятиях Подмосковья это есть.

ГАРТ: Вот уволился один из ведущих специалистов, и надо искать ему замену. Кто этим занимается?

С. К.: Людей на ключевые посты я стараюсь подбирать сам. По крайней мере, делаю первичный отбор. С этим нельзя торопиться, ведь главная задача состоит в том, чтобы подобрать хорошего человека, который был бы достоин работать с нами в одной команде.

ГАРТ: Ищете через кадровое агентство?

С. К.: Мой опыт общения с кадровыми агентствами — не самый успешный. Я работал с одним, которое утверждало, что специализируется на кадрах для полиграфии. Это игра, похожая на рулетку. Агентство не может заглянуть в душу к человеку, оценить его способности. Реально на нашем предприятии сейчас работают всего два человека, которых подобрало агентство. Остальные не прижились.

ГАРТ: Говорят, зарплаты в типографии «Черноголовка» практически московские?

С. К.: У нас они даже выше, чем в среднем по Москве. Три года назад был «задан тон» в этом деле. «Черноголовка типография» тогда предложила специалистам очень высокие зарплаты, такие, которых и в Москве тогда не было. А я сегодня пожинаю плоды ошибок.

Вообще же из Москвы к нам добираться каждый день непросто, поэтому мы все больше делаем ставку на местных жителей и тех, кто живет в ближайших населенных пунктах.

ГАРТ: Но все-таки у вас работает много москвичей?

С. К.: Рабочие и среднее звено — местные. Но есть люди, которые мне нужны, в которых я уверен. Они живут в Москве, и типография обеспечивает для них автотранспорт.

ГАРТ: А кадры для коммерческой службы?

С. К.: В ней все сотрудники — местные, москвичей нет. Я лично общаюсь с каждым, слежу за их работой, и они меня не разочаровывают.

Вообще, на каждом предприятии есть свои проблемы. У кого технологические, у кого — коммерческие. Когда я пришел в «Черноголовку», здесь были и те, и другие. Но коммерческую службу надо было менять в первую очередь, ведь она — двигатель предприятия. Необходимо было создать мотивацию для сотрудников, чтобы они работали еще эффективнее. Теперь, когда коммерческий отдел работает на самом высоком уровне, я вплотную займусь техническими специалистами. Они тоже должны иметь мотивацию, чтобы повышать эффективность производства и стремиться к снижению себестоимости продукции.

гармония развития

Akzo Nobel Inks
FROM THE FIRST IMPRESSION

Офсетные краски для листовой и рулонной печати
PRINTHOUSE
(095) 937 5151

Краски для флексо и глубокой печати
FLEXOHOUSE
(095) 782 1382
БИК
(812) 322 6466

Краски для узкорулонных печатных машин
ARTMARK
LABEL SYSTEMS
(095) 935 8556

Московское представительство
AKZO NOBEL INKS
Ленинградское ш.
16, стр. 9.
(095) 775 1760

самые
нефиктивные
мероприятия

объединенная
рассылка
ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ **ГАРТ**

DIRECT **PRO**

$**300***

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

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

GART DIRECT

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

Телефон/факс:
(095) 725 6001

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

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

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

Сергей ТАРУБАРОВ

(Продолжение. Начало на с.1)

С одной стороны, для одной линии это не так уж и много, но с другой — мы уже запланировали приобретение второй машины.

ГАРТ: То есть с «сигаретчиками» все-таки можно договориться?

С. Т.: На самом деле, договориться с такими заказчиками очень тяжело. Особенно трудно сделать это в первый раз, поскольку все решения у них, как правило, принимаются иностранным менеджментом и за границей. Это главная проблема, на фоне которой остальные, возникшие за прошедшие три года, кажутся совсем незначительными.

Конечно, мы набили определенное число шишек, в том числе и с нюансами технологии, хотя, казалось бы, что там может быть сложного? В конце концов, подобрали расходные материалы, разобрались с производством цилиндров, отработали логистику.

ГАРТ: Формные цилиндры делаете в России?

С. Т.: Нет, в Германии. В принципе, цилиндры для простых работ с некоторыми оговорками можно делать и в России, но пока мы все-таки заказываем их в Германии. Это не снобизм. Просто когда мы начинали делать цилиндры, я очень много времени проводил в Германии, разбираясь, как лучше их сделать. Это непростой процесс, требующий определенных знаний и опыта. Достаточно сказать, что часто при производстве формных цилиндров для высококачественной пачки на одном цилиндре используются две технологии: и травление, и лазерная гравировка, и только в этом случае достигается необходимое качество печати.

ГАРТ: У Вас машина еще и с ротационной высечкой. А для нее цилиндры где делаете?

С. Т.: Тоже за границей. Мы пробовали делать их в России, на одном из крупных авиационно-космических предприятий. Кое-что получается, но пока только самые простые вещи. Правда, мне нравится то, что люди

Несмотря ни на что, это пока еще «непаханный» рынок. А загрузка и прибыльность сильно зависят от того, как организован поиск заказов

там хотят работать, стараются и отвечают за свои слова. Причем это одно из немногих предприятий оборонной промышленности, где сохранилось не только оборудование, но и высококвалифицированные кадры.

На самом деле, в Европе есть всего три производителя оснастки, которые могут сделать на высоком уровне цилиндры для высечки — такие, чтобы могли сделать несколько миллиардов сигаретных пачек. Поэтому каждый комплект оснастки для высечки стоит более 100 тыс. долл.

ГАРТ: Но такой комплект требуется, видимо, не на каждую пачку?

С. Т.: У крупных производителей сигарет пачки унифицированы, и нам достаточно одного комплекта оснастки. Но есть те, у которых разные линии по упаковке сигарет, и используется несколько кроев пачки.

А для нас каждый комплект означает вложение около 150 тыс. долл. во всю необходимую оснастку. Это достаточно большой риск,

который приходится брать на себя.

ГАРТ: Может быть, надо было покупать машину с секцией плоской высечки, ведь для нее оснастка существенно дешевле?

С. Т.: Но у ротационной высечки существенно выше качество. У нас три отдельные ротационные секции биговки, конгрева и высечки. А чтобы коробка хорошо работала в автомате, необходимо, чтобы линия биговки перекрывалась высечкой. Это очень важно.

ГАРТ: Получается, что на сегодняшний день в России есть всего три производителя сигаретных пачек, работающих способом глубокой печати. Два принадлежат международным производителям, и Вы — третьи?

С. Т.: Получается так.

ГАРТ: Как Вы оцениваете долю импорта готовых пачек?

С. Т.: Она очень велика. Я думаю, как минимум 80% пачек на сегодня импортируется.

ГАРТ: В России производятся только самые простые пачки?

С. Т.: Видимо, да. Но что касается нас, то именно благодаря ротационной высечке мы можем без проблем производить восьмигранные пачки и пачки со скругленными гранями.

Нам повезло в том, что первым заказчиком стал «Флагман», и их пачка использовала все возможные «навороты». Пока отладили ее производство, разобрались со многими технологическими проблемами. Это была хорошая школа. Мы отпечатали около 10 млн таких пачек. Обидно, что эти сигареты не пошли.

ГАРТ: Видимо, в борьбе за заказчиков помогло и то, что у вас есть офсетная печать?

С. Т.: Да, конечно, у любого заказчика возникает потребность сделать что-то «вчера», и наши возможности позволяют с этим помочь.

Вообще, на сегодняшний день в состав POL.S.TAR входит производство рекламной продукции, оснащенное полуформатной машиной с секцией лакирования Speedmaster SM 74-5 LX, производство упаковки с двумя листовыми машинами с лакировальными секциями Speedmaster SM102-6 L, CD102-5 L и одной машиной Roland Rekord 5+L, направление глубокой печати упаковки, производство журналов, на котором установлены листовая машина с секцией лакирования Speedmaster SM 72-5 LX, две рулонные машины с газовыми сушками Heidelberg Web — восьми- и шестнадцатистраничная.

Кроме того, в группу входит типография в Курске, там теперь три печатные машины Planeta, машины для высечки и тиснения, фальцевально-склеивающая линия.

ГАРТ: Заметен уклон в производство упаковки?

С. Т.: Да, заметен. Этикетки мы печатаем очень мало, а вот объем упаковки — большой, и он растет достаточно высокими темпами. Мы развиваем это направление, приобрели на выставке drupa новый автоматический пресс для высечки.

ГАРТ: Фирмы Bobst?

С. Т.: Нет, ведь SP 102 теперь делаются в Бразилии. Мы купили японскую машину фирмы Iijima. У нас есть успешная история по эксплуатации бывших в употреблении машин этой фирмы. Они надежны и работают бесперебойно. Когда встал вопрос, какую машину брать — выбрали эту.

ГАРТ: Все говорят, что на этом рынке уже совсем плохо в смысле прибыльности?

С. Т.: Я хочу сказать, что несмотря ни на что это пока еще «непаханный» рынок. «Сливки» с него сняли, а потенциал еще очень большой. Загрузка и прибыльность сильно зависят от того, как организован поиск заказов. Простейший при-

Сергей ТАРУБАРОВ

(Продолжение. Начало на с.1)

мер: в одном из городов центральной России на расстоянии больше 1 тыс. км от Москвы есть приличная кондитерская фабрика с хорошим потреблением упаковки. Но менеджеру туда, возможно, ехать лень, лень связываться с организацией доставки продукции. Зато вот тут крупнейший международный производитель продуктов питания объявляет тендер, это интересно и в нем нужно поучаствовать.

Но периферийная фабрика может вовремя платить и покупать упаковку по хорошей цене, а организатор тендера «выбьет» самую низкую цену, да и платить будет нерегулярно. Нормальному упаковочному производству нужно работать и на том, и на другом рынке и активно искать новых, «неизбалованных» клиентов.

ГАРТ: На журнальном рынке тоже все хорошо?

С. Т.: Вроде, все нормально. Конечно, производство у нас небольшое, не сравнить с типографией «Алмаз-Пресс», но мы много печатаем, планируем в скором времени поставить третью машину, тоже шестнадцатистраничную.

ГАРТ: Сколько же площадей Вам приходится арендовать под все свои проекты?

С. Т.: Очень много. В Москве и Химках в общей сложности более 7 тыс. м^2. А работают во всех подразделениях на сегодняшний день около 500 человек. Основная задача, которая перед нами стоит — строительство собственного здания. Оно будет размещаться в Сходне. Предполагаемая площадь — 15 тыс. м^2. Хочется не стоять на месте, привезти еще что-нибудь из оборудования, «попробовать» другие направления. Но, конечно, весь комплекс будет строиться постепенно.

ГАРТ: Большой секрет, что планируется «пробовать»?

С. Т.: Есть множество направлений, которые в России пока не так хорошо развиты, даже на вполне успешном, казалось бы, упаковочном рынке. Например, можно было бы приобрести оборудование для промышленного производства упаковки из микрогофрокартона.

Вообще, мы пробуем разные вещи. Например, самая большая проблема российских типографий — мелованная бумага. Будь она российского производства и по нормальной цене, объемы печати и денег в полиграфии существенно выросли бы. Если бы кто-то пришел и поставил бумагоделательную машину, то начался бы новый этап развития рынка, все стало бы совсем хорошо.

Мы пытаемся экспериментировать и на существующих мощностях. В результате уже получалась мелованная бумага, качество которой было удовлетворительным для некоторых журнальных заказов. Будем экспериментировать и дальше, надеюсь, результат будет.

ГАРТ: Суммарный объем перерабатываемой бумаги по всем предприятиям группы, видимо, очень большой. Импортируете ее сами?

С. Т.: Да, импортируем сами. Всего получается около 800 т в месяц. Но это тоже проблема — то у таможни меняются правила, и они перестают выпускать грузы, пока не поступит указание, то выпадет снег и большегрузные автомобили просто перестают ездить... А у нас заказы на печать журналов жестко привязаны к срокам, и штрафные санкции за неисполнение обязательств — немалые.

ГАРТ: Сергей, какие еще планы на будущее?

С. Т.: Мы создали некоторую группу, которая будет заниматься сервисным обслуживанием печатных машин Heidelberg. С моей точки зрения, это не конкуренция, а помощь производителю машин. Мы часто даже на себе ощущаем то, что машин установлено уже очень много, а возможности сервисной службы «Гейдельберг СНГ» не безграничны. Такая услуга, мне кажется, будет востребованной на рынке.

ГАРТ: Как решаете кадровые вопросы?

С. Т.: Как и все — готовим специалистов собственными силами. Те, кто приходит наниматься на работу, знают только одно: зарплата должна быть 1 тыс. долл. Приходит человек устраиваться на работу печатником, подходит к машине и тут выясняется, что он даже бумагу зарядить не умеет...

Проблема в том, что уже опытных людей сманивают подчас на деньги в три раза большие, чем они получают у нас. Удержать их очень сложно. Но мы, конечно, работаем в этом направлении. Стали даже подумывать о том, чтобы построить в Сходне на том же участке жилой дом для сотрудников. Возможно, это тоже послужит своего рода дополнительной мотивацией.

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

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

Ваша фирма — это:

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

Как адресовать Вам ГАРТ?

Фамилия:

Имя:

Отчество:

Должность:

Название фирмы:

Адрес:

Полиграфическое оборудование

BEIREN EUROPE

Москва, ул. Илимская, 7 тел.: (095) 741-0758 www.beiren.ru info@beiren.ru

Битва с ценами.
Победа будет за Вами!

10%

BR622

Суперцены на полиграфическое оборудование со склада в Москве:

SBK1150-GM4	*копировальная рама*
CB600-G4	*проявочный процессор офсетных форм*
PZ1470	*однокрасочная листовая офсетная машина*
YP1B3A	*однокрасочная листовая офсетная машина*
BR622	*двухкрасочная листовая офсетная машина*
QZYK-780L1	*программируемая бумагорезальная машина*
QZYW-920L3	*программируемая бумагорезальная машина*
JBB50	*профессиональный полуавтоматический термобиндер*
BBQH-40/4	*профессиональный автоматический термобиндер*
ML-750	*полуавтоматический пресс для высечки*
TYMB720	*полуавтоматический пресс для высечки и тиснения фольгой*
PYQ-203C	*полуавтоматический пресс для высечки*

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

Быть первым? Быть с Бейрен!

YP1B3A

L3

JBB50

BBQH-40/4

ДОЛГОЖДАННОЕ ОЖИВЛЕНИЕ

В своем выступлении перед общим собранием акционеров Koenig&Bauer AG (КБА) председатель правления Альбрехт Больца-Шюнеманн заявил о заметном оживлении спроса после трех тяжелых для всего полиграфического машиностроения лет. В первом полугодии прирост потока заказов концерна КБА в области листовых и рулонных офсетных машин составил около 33% (720 млн евро), и дело здесь не только в выставке drupa.

Приносит успехи программа по снижению расходов и повышению эффективности, которая была начата на заводах по выпуску рулонных машин весной 2003 г. Организация была сосредоточена на главном, иерархия реструктуризирована, и даже число членов правления уменьшено на пять человек.

Председатель правления КБА рассчитывает, что в 2004 г. оборот концерна составит порядка 1,4 млрд евро. Это будет самый высокий показатель за всю 187-летнюю историю КБА. Тем не менее, Альбрехт Больца-Шюнеманн указал на напряженную ценовую ситуацию на рынке печатных машин, высокие экспортные цены, вызванные стоимостью стали, растущей заработной платой и курсом евро. Вследствие этого основной целью правления будет закончить 2004 г. с положительным финансовым результатом.

Завершившая выставка drupa привела концерн КБА к выводу о необходимости сконцентрироваться не на всеобъемлющей и богатой рисками системной стратегии, а на разработке техники и технологий для важных сегментов рынка (рекламная и издательская печать, печать упаковки) и специальных рыночных ниш (техника для маркировки, печать на металле и т. п.)

Кстати, свой вклад в увеличение портфеля заказов концерна КБА внесли и российские полиграфисты — в ходе drupa подписан ряд договоров на поставку печатных машин.

ЗАКАЗЧИК — ГОСУДАРСТВО

В конце мая Президент Туркмении С. Ниязов и руководитель концерна Heidelberger Druckmaschinen Б. Шрайер торжественно открыли в Туркменабаде областную типографию. Оснащение этой типографии — одна из частей большого государственного проекта Туркмении по созданию в областных центрах республики полиграфических комплексов. В качестве поставщика оборудования выступает концерн Heidelberg в лице Группы компаний «Гейдельберг СНГ».

Полиграфический комплекс в Туркменабаде — типография «под ключ» на базе рулонной офсетной печатной машины Mercury и листовой машины Printmaster 74-4, оснащенная полным комплексом допечатного и послепечатного оборудования (Primesetter 102, Polar, Stahlfolder и Eurobind). В настоящее время завершается работа по установке оборудования в других типографиях Туркмении: в городах Ашгабаде, Мары, Дашагузе и Балканабаде. При этом в трех случаях речь идет о создании абсолютно новых полиграфических комплексов, оснащенных рулонными и листовыми печатными машинами.

«Государственная программа Туркмении по созданию новых полиграфических предприятий — один из самых крупных наших проектов за последние годы. Он важен для нас и с точки зрения большой комплексной поставки оборудования, и как проект, заказчиком в котором выступает целое государство», — подчеркнул генеральный директор Группы компаний «Гейдельберг СНГ» В. Бабаев.

УПАКОВКА ДЛЯ УПАКОВКИ

18 июня на Сегежском ЦБК вступила в строй новая автоматическая транспортно-упаковочная линия производства компаний Saimatec (Финляндия) и Trancel (Швеция), которая позволит крупнейшему в России производителю крафт-бумаги поставлять на экспорт продукцию, упакованную по международным стандартам.

Монтаж новой линии проведен в рамках проекта комплексной модернизации и реконструкции потока бумагоделательной машины (БДМ) №10. Сопровождение проекта осуществляла фирма «Бумтехно» (СПб) — официальный представитель Saimatec в России.

Для Сегежского ЦБК установка новой линии — не только возможность удовлетворить запросы потребителей, но и сокращение издержек, рост эффективности производства: два (вместо нынешних семи) оператора в смену смогут упаковывать уже не 20, а до 90 рулонов в час. При этом максимальные параметры упакованных рулонов возрастают более чем в полтора раза.

Срочно продается полиграфическое оборудование:

Листоподборочная машина Muller Martini, модель 1571, 12 секций (2000 г. в.)
Термоклеевая машина Muller Martini Baby Pony (1984 г. в.)
Устройство для переворота палет с бумагой Rotek-2000 (1995 г. в.)

Цены и условия договорные

тел.: (812) 560-47-42, 974-56-02

ДЕТАЛИ БОЛЬШОГО ПРОЕКТА

Мы уже писали в предыдущем номере ГАРТ о достаточно амбициозном проекте ИД «Комсомольская Правда» по созданию в городах России и СНГ сети современных производств, рассчитанных на высококачественную печать многоцветной периодики и книжной продукции. В этом номере приводим неизвестные ранее детали.

24 мая 2004 г. представители «Новой Типографии» (партнера крупнейшего российского издательского дома «Комсомольская правда»), компании Creo и ее основного российского партнера — Группы «Нисса» воспользовались встречей на выставке drupa 2004, чтобы заключить соглашение о запуске совместного издательского проекта, уникального для российской, да и мировой полиграфии. В рамках компании «Новая Типография» будут объединены 22 типографии в региональных центрах России. Этот проект является одним из крупнейших достижений компании Creo — участки допечатной подготовки каждой из типографий новой компании будут полностью оснащены цифровыми системами Creo, от workflow Prinergy Evo до высокопроизводительных CTP Trendsetter News.

По плану, две первых типографии сети — в Самаре (Поволжье) и Красноярске (Сибирь) — начнут работать уже осенью 2004 г., а остальные 20 войдут в строй в течение ближайших лет.

ВЕСНА В ЛАПЛАНДИИ

Три четверти территории Суоми занимают леса, а в экспорте продукции лесной промышленности более половины стоимости приходится на высококачественную бумагу.

В мае 2004 г. группа представителей рекламных агентств и типографий Петербурга и Москвы по приглашению фирмы «Берег» и концерна StoraEnso посетила фабрику StoraEnso в Оулу, где производится хорошо известная в России бумага LumiArt. Гости увидели две бумагоделательные машины, выпускающие бумажное полотно шириной 8,4 и 9 м со скоростью 100 км в час, и узнали об особенностях, влияющих на печатные свойства бумаги. На заготовке древесины им продемонстрировали специальный агрегат, заменяющий 15 лесорубов.

Но клиенты «Берега» знакомились с природой Лапландии не только на лесных делянках. Российские полиграфисты проявили недюжинную силу и мужество на рафтинге, сплавляясь на плотах по порожистым рекам. Весна в Лапландии произвела чудесное впечатление на представителей обеих столиц.

Наибольшее количество удачных технологических решений на 1 м² занимаемой площади | Самые высокие экономические показатели на коротких тиражах | Комфорт в работе | Срок гарантийных обязательств до 18 месяцев | Технологическая поддержка в течение всего срока эксплуатации

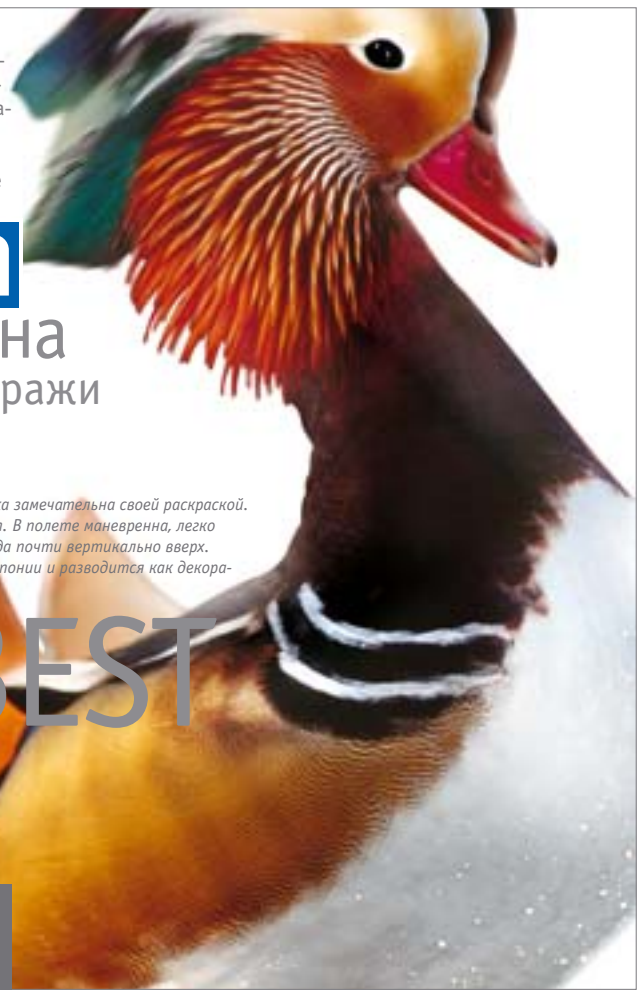
HAMADA

Листовая офсетная машина

HAMADA B452A-IKC

Короткие тиражи – большие дивиденды

СЕРИЯ «B» – BEST



Утка-мандаринка замечательна своей раскраской. Хорошо плавает. В полете маневренна, легко взлетает, иногда почти вертикально вверх. Одомашнена в Японии и разводится как декоративная птица.

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

Екатеринбург
(3432) 469-947
Новосибирск
(3832) 106-035
Ростов-на-Дону
(8632) 277-405

Санкт-Петербург
(812) 320-1420/22

«НИССА» Казахстан, Алматы
(3272) 716-014

nissa centre

МНОГООБРАЗИЕ ВИДОВ

«ЖАРКОЕ» ЛЕТО

Для многих полиграфических предприятий летние месяцы — сезон затишья. А вот в типографии «Уральский рабочий» в июне — устойчивый рост объема заказов. Такая тенденция впервые была отмечена два года назад, после покупки машины Speedmaster SM 102. Тогда типография начала активную работу в новом направлении — печать представительской и юбилейной книги. На сегодняшний день это единственная книжная типография на Урале, у которой есть возможность печатать полноцветную книгу любых форматов, вплоть до альбомного.

За два года работы в этом направлении удалось выяснить, что представительская и юбилейная книга — практически незакрытый сегмент, объем которого довольно внушителен. В последнее время в крупных компаниях формируется внимание к корпоративной политике и мода на создание собственного имиджа «нетленными» средствами. Представительская книга эксклюзивна, выполняется на дорогой бумаге с использованием новейших отделочных процессов и с годами становится только дороже для владельца.

В июне типография «Уральский рабочий» отпечатала шесть представительских книг, среди которых «Малахитовая шкатулка» — книга для выпускников школ Свердловской области.

ИСТОРИЯ ОДНОЙ БИБЛИОТЕКИ

Всем известно, что московские библиотеки переживают сегодня не лучшие времена. Тем не менее, библиотечные фонды нуждаются в постоянной реставрации. И если раритетные издания еще можно восстановить вручную, то число обычных книг, стоящих в очереди на реставрацию, слишком велико. В московской Центральной городской публичной библиотеке им. Некрасова нашли решение этой проблемы. После посещения ее руководством и сотрудниками последней выставки «ПолиграфИнтер» было принято решение об организации собственного отдела реставрации на основе линейки пооперационного оборудования немецкой фирмы Schmedt.

Специалисты Группы «Нисса» установили в библиотеке станок для срезки корешковых фальцев и вырубки шлицев Pracut HHS 65, машину для загибки кантов переплетной крышки Prakant HHS 6 E, устройство для прессования готовой крышки Prakasch HHS 15/II, устройство для сушки корешков Blockeimpresse и устройство клеевого бесшвейногоскрепления книжных блоков.

Уже сейчас отдел реставрации успешно эксплуатирует это оборудование, причем, не только для восстановления фондов «Некрасовки» и других районных библиотек Москвы, но и для оформления результатов научной и редакционно-издательской работы, которая активно ведется в библиотеке.

В настоящий момент директор ЦГПБ им. Некрасова Светлана Николаевна Просекова вместе со специалистами Группы «Нисса» работает над программой дальнейшего оснащения редакционно-издательского и реставрационного отделов библиотеки полиграфическим оборудованием. В ближайшее время в «Некрасовку» будут поставлены: листоподборочно-брошюровальная линия Duplo, машина клеевого бесшвейного скрепления SBL 39 A, позолотный пресс.

В дальнейших планах развития редакционно-издательского и реставрационных отделов — приобретение офсетной печатной машины.

КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Предприятие «А-Гриф» — крупнейшая частная типография Ивановской области. Именно с нее в 1991 г. в городе Иваново началось развитие полноцветной полиграфии и внедрение компьютерных издательских технологий для ивановской прессы.

Сейчас в Иваново уже существуют и развиваются несколько полиграфических предприятий, оснащенных современной техникой. Но с возрастающей конкуренцией «А-Гриф» справляется вполне успешно.

Недавно у ивановской типографии появилось новое конкурентное преимущество — в ее цехе заработала пятикрасочная печатная машина Heidelberg Speedmaster SM 52-5-P.

По словам директора типографии Э. Мошкарина, необходимость в новом оборудовании возникла, прежде всего, из-за увеличения объемов заказов. Другой причиной послужило то, что на имеющихся двухкрасочных машинах — Heidelberg GTO 52+ и S-offset стало сложно конкурировать по срокам изготовления продукции.

После тщательного анализа портфеля заказов было принято решение приобрести пятисекционную машину Heidelberg формата А3 у официального дилера Heidelberg, компании Init Press, с которой типография сотрудничает не первый год. Ранее специалисты Init Press установили в «А-Гриф» допечатный комплекс, и на этот раз их предложение снова оказалось самым выгодным. В комплекте с печатной машиной был приобретен второй резак — Polar 92.

Поскольку в Ивановской области развита текстильная промышленность, большая часть заказов «А-Гриф» связана именно с этой спецификой. Типография выпускает упаковку для текстильной продукции, регулярно печатает рекламные выставочные буклеты.

Кроме того, здесь производят почти всю этикетку области и издают региональную газету. Помимо типографии, предприятие обладает мощным препрессом и профессиональной дизайн-студией. Теперь, когда новая печатная машина запущена, типографии «А–Гриф» гораздо легче справляться с требованиями своих многочисленных заказчиков.

НЕЗАМЕНИМЫЙ ТРАФАРЕТ

«Омега-Принт» — одно из крупнейших полиграфических предприятий Ростова-на-Дону, специализирующееся на изготовлении буклетов, журналов, книг, календарей, представительской продукции, упаковки и POS-материалов. На производственных площадях предприятия работают современные печатные машины и послепечатная техника, позволяющие качественно и быстро выполнять самые сложные заказы.

Недавно установленная специалистами Группы «Нисса» печатная линия компании SPS Rehmus (Германия) обеспечивает скоростную автоматическую трафаретную печать, сушку и укладку отпечатанных листов в стопу с производительностью 4,2 тыс. отт./час.

Линия работает с различными бумагами, картоном, пластиком и самоклеящимися пленками и широко используется типографией «Омега-Принт» для сплошного и выборочного УФ-лакирования, печати календарей, двусторонних наклеек, лотерейных билетов, POS-материалов и др.

Один из буклетов, выполненный типографией на печатной линии SPS, был выдвинут на конкурс «Золотой трафарет 2004» и получил призовое место.

КАРТОН МЕНЯЕТ ПЛОТНОСТЬ

С июня 2004 г. произошло изменение технических характеристик картона Galerie Vision производства концерна M-Real. Кроме полного изменения линейки производимых плотностей, увеличились также толщина и жесткость материала.

Galerie Vision — чисто-целлюлозный картон с двухслойным мелованием лицевой стороны и белым оборотом — обладает высокой пухлостью, что позволяет использовать меньшие плотности. Спектр применения этого материала достаточно широк — от упаковки кондитерских изделий, сигарет, фармацевтических препаратов до печати открыток, календарей, постеров и т. п.

Одной из первых обновила ассортимент поставляемых плотностей картона Galerie Vision компания «Александр Браун». Все желающие могут ознакомиться с новыми техническими характеристиками картона на ее сайте.

БРОНЗЫ СТАНЕТ БОЛЬШЕ

Недавно в московской типографии «Интеллект» установлена бронзировальная машина Dreissig 2500. Машина позволяет осуществлять отделку упаковки и этикетки за счет нанесения на запечатываемый материал специального порошка.

Стандартная скорость обработки для бумажной продукции плотностью от 80 г/м^2 составляет от 5,5 до 6 тыс. листов/час, картона — от 6 до 7,5 тыс. листов/час.

Бронзировальная машина установлена и запущена в эксплуатацию сервис-инженерами компании «ВИП-Системы» при участии представителей завода-изготовителя.

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА
НА «БУМАЖНЫЕ»
ГАРТ и
ГАРТ digital
www.kursiv.ru/GART
РАСПРОСТРАНЕНИЕ ТОЛЬКО НА ТЕРРИТОРИИ РФ

Весомые аргументы!
ОФСЕТНЫЕ КРАСКИ
И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
PRINTHOUSE – МОСКВА
Тел.: (095) 937-5151, 937-5156
PRINTHOUSE – САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Тел.: (812) 449-3794, 449-3795
PRINTHOUSE – СИБИРЬ
Тел.: (3832) 29-9380, 29-9381
PRINTHOUSE – УРАЛ
Тел.: (343) 355-9026
PRINTHOUSE – ЮГ
Тел.: (8632) 52-6704, 58-9778
PRINTHOUSE – КАЗАНЬ
Тел.: (8432) 99-7820, 99-7821
PRINT HOUSE
Akzo Nobel Inks
FROM THE FIRST IMPRESSION

УЖЕ ДЕСЯТЬ. ВСЕГО ДЕСЯТЬ

В середине июня отметил свой десятилетний юбилей «Александр Браун» — заметная фигура среди бумажных оптовиков. Празднование проходило практически на лоне природы — в ресторане «Рыбацкая деревня» на ВВЦ. Поздравить «юбиляра» с круглой датой собрались клиенты и партнеры компании.

Несмотря на переменчивую и не полетнему прохладную погоду, обстановка вечера была теплой и непринужденной. Например, речь генерального директора компании Татьяны Мосиной, повествовавшей об основных вехах в развитии компании и планах на будущее, совершенно неожиданно завершилась зажигательной цыганочкой, исполненной под аккомпанемент артистов знаменитого театра «Ромэн». Этот озорной танец и задал тон всему мероприятию. Музыка, смех и поздравления не смолкали весь вечер. Гости, поделившись на команды, с большим азартом соревновались в рыбной ловле, и надо сказать, что рыба (исключительно благородных пород) в честь юбилея клевала хорошо.

Словом, праздник состоялся. «Александр Браун» сделал символический шаг в новое десятилетие — к новым достижениям и победам. Пусть их будет еще больше!

ЗАСЛУЖЕННАЯ НАГРАДА

Российское издание книги профессора Г. Киппхана «Энциклопедия по печатным средствам информации» награждено Ассоциацией книгоиздателей России (АСКИ) Почетным дипломом конкурса «Лучшие книги России 2003». Главная цель этого конкурса — популяризация, сохранение и развитие культуры книгоиздания, поддержка новаторских творческих поисков издательских коллективов.

«Московский государственный университет печати и «Гейдельберг СНГ» стремились к тому, чтобы российское издание книги Г. Киппхана стало не только ценнейшим источником информации, но и образцом высокой издательской культуры. При помощи наших партнеров — ведущих российских полиграфических предприятий «Линия График» и типографии издательства «Новости» мы добились этой цели, продемонстрировав и российским читателям, что книги, становящиеся образцами издательской культуры, можно и должно выпускать при участии наших отечественных полиграфистов. Рады, что наши совместные усилия были признаны авторитетным и независимым жюри конкурса «Лучшие книги России», — прокомментировал это событие Генеральный директор Группы компаний «Гейдельберг СНГ» В. Бабаев.

Продается двухкрасочная печатная машина POLLY-266 AH

Формат А2, 1998 г. выпуска, 30 млн оттисков, **в отличном состоянии**.

Машину можно увидеть в работе
(в настоящее время используется для печати рекламной продукции)
в городе Перми.

Стоимость 1 500 000 рублей

Тел.: 8-902-47 45 190; 8-902-47 36 175

ЮБИЛЕЙ ПРАВДЫ

2 июня крупнейший российский издательско-полиграфический комплекс ООО ОИД «Медиа-Пресса», ранее носивший название «Правда», отметил свой семидесятилетний юбилей.

Все годы своего существования типография была признанным лидером отрасли, выпуская ведущие периодические издания страны. На сегодняшний день, благодаря реорганизации предприятия и приведению его в соответствие с мировыми стандартами, «Медиа-Пресса» также сохраняет лидирующие позиции на полиграфическом рынке. Перспективное направление развития Объединенного издательского дома — возрождение глубокой печати. Соответствующее оборудование уже установлено на производстве, его внедрение начнется в сентябре с. г.

На пресс-брифинге, посвященном юбилею, Председатель Совета директоров ОАО ПО «Пресса-1» Яков Григорьевич Соскин отметил, что богатый профессиональный опыт в сочетании с современным оснащением и налаженной системой управления позволяют «Медиа-Прессе» работать с европейским качеством, а внедрение метода глубокой печати, которое состоится в ближайшее время, откроет перед типографией и ее клиентами множество новых перспектив.

После пресс-брифинга состоялся торжественный концерт «Ровесники правды». Свои поздравления издательско-полиграфическому комплексу принесли известные деятели культуры и искусства, общественно-политические деятели, бизнес-элита России.

После завершения торжественной части, за коктейлем, гости смогли побеседовать с «ровесниками «Правды» в непринужденной обстановке.

ОТВЕТ НА КАДРОВЫЙ ВОПРОС

На выставке drupa 2004 был подписан четырехсторонний договор о сотрудничестве между «Рыбинским полиграфическим колледжем», «Московским издательско-полиграфическим колледжем им. И. Федорова», MAN Roland и «Центром HGS». Согласно договору, компании «Центр HGS» и MAN Roland будут осуществлять интенсивную поддержку учебных заведений в вопросах внедрения современных форм обучения; подготовки новых методических учебных материалов; проведения курсов повышения квалификации преподавательского состава; выплаты повышенных стипендий студентам.

Все стороны, подписавшие договор, рассматривают его как становление нового этапа в развитии партнерских отношений. Уже начата совместная работа по подготовке к новому учебному году.

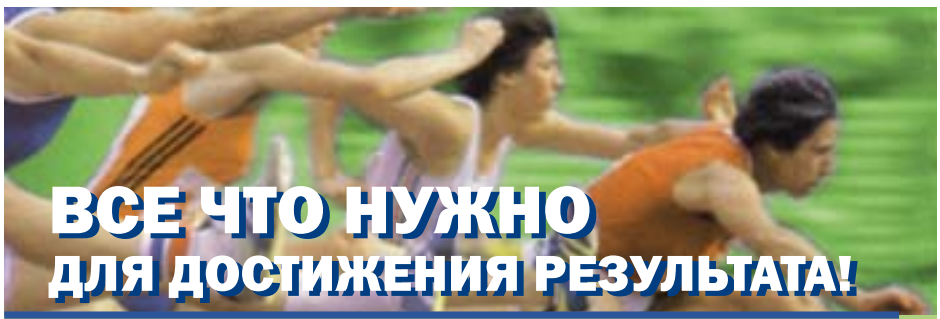
ВТОРАЯ ОЧЕРЕДЬ

В «Полиграфическом комплексе «Пушкинская площадь», входящем в структуру производственного комплекса «Печатники», готовится ко вводу в эксплуатацию вторая очередь журнально-газетной типографии, включающая две рулонные печатные машины Heidelberg Sunday 4000 и самый современный комплект допечатного и брошюровочного оборудования. Запуск намечен на осень 2004 г. Первая очередь типографии была запущена осенью 2002 г., и по состоянию на июнь с. г. парк основного оборудования работает в круглосуточном режиме семь дней в неделю с загрузкой 80% от проектной мощности.

Представители «Пушкинской площади» убеждены, что печатная продукция должна изготавливаться там, где предполагается ее распространять. Доказательством служит то, что такие зарубежные издательские дома, как Axel Springer, Burda, Independent Media и др. уже давно размещают заказы на печать своих изданий в России. Это позволяет руководству типографии рассчитывать на приход российских издателей, в настоящий момент размещающих заказы в Финляндии.

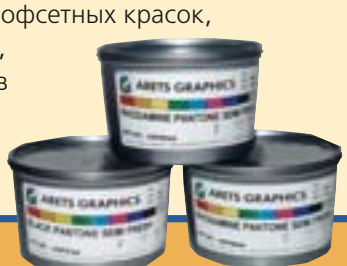
Помимо полиграфических услуг, «Печатники» смогут предложить клиентам экспедиционный комплекс «Московский Союз Печати» (логистический центр обработки и доставки печатной продукции) и «Медиа-Центр» (отраслевой бизнес-центр для издателей и распространителей печатных СМИ). В состав акционеров типографии входят город Москва (82,8%), ЗАО «Пресс-Магнат» (15,9%) и ОАО «Издательский дом «Пушкинская площадь» (1,3%). Инвестиционный проект осуществляется при активном участии Правительства Москвы и Банка Москвы. Общий объем инвестиций составляет около 8,5 млрд руб.

Но для создания в России действительно конкурентоспособной полиграфической среды необходима поддержка государства. В ходе недавних парламентских слушаний на тему «Проблемы законодательного обеспечения приватизации издательств и полиграфических предприятий в России» Председатель думского комитета по информационной политике В. Комиссаров высказался за отмену таможенных пошлин на новые полиграфические машины, бумагу и картон, которые не производятся в нашей стране, а экспортируются из-за рубежа. Такая мера, считает депутат, поможет развитию полиграфической деятельности в России.



Краски, лаки и вспомогательные материалы фирмы
Arets Graphics (Бельгия)

- Универсальные триады: **All Round, Nature Set, Fast Fresh IR**
- Триада повышенной интенсивности: **Nature Intensive**
- Триады, стойкие к истиранию: **2002 MAT, Nature Board**
- Краски по системе смешения **PANTONE**
- Фолиевые краски
- Флуоресцентные краски для видимой и невидимой области спектра
- Металлизированные краски
- Защитные краски
- УФ-краски
- Лаки: масляные лаки, дисперсионные лаки, УФ-лаки
- Вспомогательные материалы: большой ассортимент различных добавок для традиционных офсетных красок, УФ-красок и лаков, а также материалов для оптимального ведения печатного процесса.



РеаЛайн

Москва, ул. Лапина, д. 17а, офис 608, тел.: (095) 787-5905, факс: (095) 362-5142, e-mail: sales@realine.ru **www. realine.ru**

Санкт-Петербург, ул. Звенигородская, д. 11, тел.: (812) 325-8365, факс: (812) 325-8366, e-mail: realine_spb@hotbox.ru

Ростов-на-Дону, ул. Фрунзе, д.3, офис 21, тел./факс: (8632) 20-3742

Анатолий Федорович ГОРБАЧ

«Растр-Технология»

Технический директор

Руководитель направления ротационных штанцевых форм

Виктор Николаевич ИКОННИКОВ

«Растр-Технология»

Руководитель направления плоской штанцевальной оснастки

ГАРТ: Ваша компания — один из лидеров среди производителей оснастки. Скажите, как развивается российский рынок штампов для плоской высечки в последние годы?

А. Г.: Если говорить об объемах продаж, то они продолжают расти, хотя и не такими темпами, как до 2003 г. По нашим оценкам, за прошедший год рост составил около 20%.

ГАРТ: Московский рынок плоских штампов — самый емкий в России?

В. И.: Смотря что понимать под московским рынком. Да, в Москве принимается и выполняется самый большой объем заказов, но сделанная здесь оснастка работает потом по всей стране и ближнему зарубежью.

Хотя, если говорить об оснастке для высечки из гофрокартона, то большинство крупнейших потребителей действительно располагаются в Московской и близлежащих областях.

ГАРТ: Скажите, а оценка российского рынка в 50 км ножей в месяц является приблизительно правильной?

В. И.: Возможно, если считать только по плоским формам. Но общая проблема производителей оснастки состоит в том, что никто из них точный объем рынка не знает. Посчитать его — задача некой ассоциации производителей оснастки, но пока таковой в России не существует.

ГАРТ: Ну а сколько, по Вашему мнению, на сегодня производителей оснастки для высечки?

В. И.: Тех, кто занимается производством штампов на продажу — несколько десятков.

ГАРТ: Но есть всего две компании, способные производить плоскую оснастку, которая может работать на высокоскоростных автоматических машинах?

В. И.: Сегодня, конечно, уже больше. И в Москве, и в СПб есть фирмы, которые имеют все необходимое оборудование, чтобы делать оснастку для плоской высечки с качеством на уровне европейского. Кроме своей компании, к основным игрокам мы бы отнесли «Лазерпак», «Лазерформ» и «Лазерлайн» — в Москве и Подмосковье и «Политроник», «Лэнси», ДШС — в СПб. Состав этот практически не меняется, поскольку входной барьер для нашего рынка достаточно высок.

ГАРТ: Составляют ли конкуренцию российским производителям зарубежные компании?

В. И.: Практически нет, так как качество оснастки среднего уровня за последние годы «подтянулось» к европейскому, а условия поставки остаются гораздо более привлекательными. Я имею в виду цены (с учетом отсутствия таможенных барьеров) и оперативность, обусловленную близостью к клиенту. Исключение составляет сектор hi-tech инструмента — штампы типа «сэндвич» и стальные контрплиты, которые в России пока никто не производит. По большей части они потребляются производителями упаковки для таких табачных гигантов, как BAT и Philip Morris, которые давно наладили свои связи с поставщиками инструмента в Европе.

ГАРТ: Скажите, а каковы перспективы расширения вашего бизнеса в регионы? В страны СНГ?

А. Г.: Мы активно работаем в регионах через филиалы в СПб, Новосибирске, Снежинске и Самаре. Вторым по объему после московского является рынок СПб, где наш филиал работает уже год.

А вот с расширением бизнеса в страны СНГ все обстоит проблематичнее. Сложности возникают из-за наличия местных производителей, которые, делая оснастку не очень высокого качества, предлагают более выгодные цены, а также таможни. Тем не менее, мы работаем с заказчиками из Украины, Белоруссии, Молдовы, Казахстана, Узбекистана, Грузии и даже Литвы.

ГАРТ: Сколько всего у вас заказчиков?

В. И.: Полный список составляет около 2 тыс. компаний. Но 80% продаж приходится на 250 постоянных клиентов.

ГАРТ: Уровень требований растет или просто происходит расслоение заказчиков в зависимости от запросов (обычная и высококачественная оснастка)?

А. Г.: В любой развивающейся отрасли промышленности, а производство оснастки для высечки относится к таким отраслям, с ростом требований конечного потребителя, покупающего товар в картонной или гофрокартонной упаковке, растут и требования ко всем технологическим компонентам процесса производства этой упаковки.

В. И.: Конечно, большинство потребителей оснастки — те, кто сделал ставку на производство упаковки в промышленном масштабе — постоянно развиваются технологически, чтобы предложить своим клиентам упаковку высокого качества в самые сжатые сроки. Производителям оснастки приходится не отставать — оперативно поставлять качественный инструмент, чтобы исключить простои оборудования у клиента. А расслоение всегда было, есть и будет. Мы, например, специализируемся на сложных работах. Есть уникальные возможности, которые может предложить только наша компания. Когда другие производители отказываются делать, заказчики знают, что нужно идти в «Растр», там справятся.

ГАРТ: Интересно, Вы считаете, что ваши штампы самые лучшие на рынке?

В. И.: Я готов ответить за то, что они самые износостойкие. Я имею в виду технологию и ножи mpower от нашего партнера — немецкой фирмы Marbach, которыми в России мы пользуемся на эксклюзивных условиях.

ГАРТ: Но у Вас, видимо, и самые высокие цены?

В. И.: Я бы так не сказал, если сравнивать инструмент, изготовленный примерно из одинаковых материалов по схожему технологическому процессу. Вообще, все зависит от сложности работы. Другое дело, что мы, как и другие производители оснастки для высечки, продолжаем закупать все расходные материалы в Европе. Поэтому памятные всем дни, когда евро обогнал доллар, не принесли ничего хорошего ни нам, ни конкурентам. В связи с этим, в начале текущего года многие производители оснастки либо перешли на цены в евро, либо ввели свои условные единицы — где-то посередине между евро и долларом, пытаясь таким образом компенсировать потери. Но у нас, как и в целом по рынку, цены остались почти на том же уровне в рублевом эквиваленте или увеличились очень незначительно, несмотря на то, что мы постоянно совершенствуем производство, расширяем парк оборудования.

ГАРТ: Интересно, а нужно ли производителю оснастки самое современное оборудование и технологические возможности или можно на оборудовании десятилетней давности выпускать про-

РАСТР-ТЕХНОЛОГИЯ®

ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ для производства упаковки

Kombination TwinLas 1613-R DC-020

Самый прецизионный и скоростной комбинированный лазерный комплекс в штанцестроении Европы

(запущен в эксплуатацию в г. Обнинске 04.06.2004)

117485, Россия, Москва
ул. Профсоюзная, 84/32
тел.: (095) 232-3702
факс: (095) 339-2005
E-mail: info@r-tech.ru

249031, Россия, Обнинск
Калужская обл., Киевское ш., 15
тел.: (08439) 5-3860
тел.: (08439) 5-3779
E-mail: obninsk@rt.kiam.ru

443086, Россия, Самара
ул. Ерошевского, 3а, офис 205
тел./факс: (8462) 341711
E-mail: rastr@samtelefon.ru

456770, Россия, Снежинск
Челябинская обл., а/я 253
тел./факс: (35172) 5-5571
тел.: (35172) 5-4635
E-mail: r-tech@snezhinsk.ru

196006, Россия, Санкт-Петербург
ул. Цветочная, 6
тел.: (812) 961-0763
тел.: (921) 320-5623
E-mail: r-tech@peterstar.ru

630007, Россия, Новосибирск
ул. Фабричная, 10, офис 40
тел.: (3832) 12-0077
E-mail: info@matrix.nsk.su

www.r-tech.ru

«Растр-Технология»
(Продолжение. Начало на с.16)

дукцию, удовлетворяющую требованиям любого клиента?

А. Г.: Еще 10 лет назад почти никакого оборудования, кроме нескольких непрофессиональных лазерных комплексов и ручных станков для обработки линеек, в нашей сфере бизнеса в России вообще не было.

Насчет необходимости приобретения того или иного оборудования каждый решает сам. Мы, например, не видим для себя другого пути кроме постоянного улучшения качества оснастки и повышения производительности труда. Поэтому нам без современных станков никак не обойтись. Это характерно и для других компаний, которые позиционируют себя в группе лидеров. Прогресс, как известно, остановить нельзя.

В. И.: Но оборудование без людей не работает, и каким бы хорошим оно ни было, ошибка на этапе конструирования штампа приведет к тому, что он не будет нормально работать. Есть типографии, в которых очень много внимания уделяется проектированию упаковки, но очень часто дизайнеры-полиграфисты совершенно не представляют себе, как она потом будет производиться. Поэтому нашим конструкторам приходится исправлять ошибки клиента и проектировать штамп правильно.

А. Г.: Да, причем от того, насколько хорошо спроектирован штамп, правильно подобраны материалы и качественно выполнена сборка, зависит его тиражестойкость. А время на приладку вообще может различаться в несколько раз.

ГАРТ: А насколько важна технологическая поддержка клиента?

В. И.: Это обязательный компонент работы производителя оснастки. И требуется такая поддержка, в первую очередь, тем, кто производит упаковку в промышленных масштабах и считает буквально минуты простоя своего оборудования. Хотя, справедливости ради, отмечу, что и лучшие представители рекламной полиграфии работают в том же ритме.

Есть граница ответственности между производителем штампов и клиентом. Оператор пресса может испортить инструмент или не так его поставить. Есть же еще и третья сторона — поставщик оборудования. Поэтому у нас в штате есть квалифицированные сервисные инженеры как по плоскому, так и по ротационному инструменту, которые могут посоветовать клиенту, как поступить при возникновении проблемы. Мы сотрудничаем с представительством Bobst, проводим совместные семинары, наши специалисты присутствуют при установке нового оборудования. Кроме того, для предоставления сервиса российским потребителям hi-tech инструмента производства Marbach наша компания была сертифицирована по ремонту штампов для производства табачной упаковки.

ГАРТ: А многообразие машин для высечки доставляет много проблем?

В. И.: Если честно, то много. Появляется все больше китайских машин, на drupa мы еще раз в этом убедились. Проблема не в том, что они плохие, просто когда специалист оценивает возможности высекального оборудования, он, в первую очередь, уделяет внимание возможности быстрого перехода с тиража на тираж, удобству смены инструмента. А в китайских машинах порой встречаются такие решения, что смена тиража занимает несколько часов.

А. Г.: Вообще, производство оборудования в Китае развивается очень высокими темпами. Если несколько лет назад они делали только простейшие ротационные машины, то сегодня качество выросло. Учитывая цены, а также относительно небольшие размеры российских предприятий, можно предположить, что через некоторое время китайское оборудование составит серьезную конкуренцию европейскому. Однако с развитием рынка и ростом размеров компаний большее внимание будут уделять именно качеству.

ГАРТ: А что еще можно отметить из тенденций рынка?

В. И.: Мы наблюдаем вторую волну развития рынка гофротары. На первом этапе все устанавливали недорогие ротационные машины для высечки простой тары. Теперь требования клиентов растут, и все больше производителей упаковки приобретают и машины для плоской высечки, которые обеспечивают производство коробок более сложных конструкций с гарантированным качеством.

ГАРТ: Но по оснастке для ротационной высечки вы по-прежнему — единственные производители в России?

А. Г.: Есть несколько производителей упаковки, у которых собственное оборудование для производства ротационных штампов, но большинство делаем мы. Я не знаю о поставках оснастки других производителей.

ГАРТ: Давно работаете на этом рынке?

А. Г.: Когда стало появляться все больше машин для ротационной высечки гофротары, их владельцы были вынуждены пытаться производить оснастку самостоятельно или заказывать ее за границей. Поэтому в феврале 1999 г. мы изготовили первую ротационную форму для машины POTO 1600 производства «Флексопак». А уже через год производили формы для десяти различных диаметров валов ротационных машин. На сегодняшний день мы делаем оснастку уже для 26 диаметров, и это не предел.

ГАРТ: У вас теперь есть и новый лазер?

В. И.: Да, в начале июня в Обнинске введен в эксплуатацию новый комбинированный лазер, который может резать фанеру как для ротационных, так и для плоских штампов. Это очень хорошая модель, на сегодня — самый быстрый комбинированный лазер в Европе. Производитель комплекса — наш немецкий партнер, фирма Marbach.

Это приобретение очень важно для нас, поскольку сейчас многие западные компании открывают здесь производства упаковки, а это крупные потребители оснастки. По нашим оценкам, еще несколько лет рост рынка будет существенным, и теперь мы к нему готовы.

Типография в Москве срочно недорого продаст
скоростной качественный фотонабор формата B2 с online-проявкой

Fuji Film Luxsetter 5600V

в связи с модернизацией производства

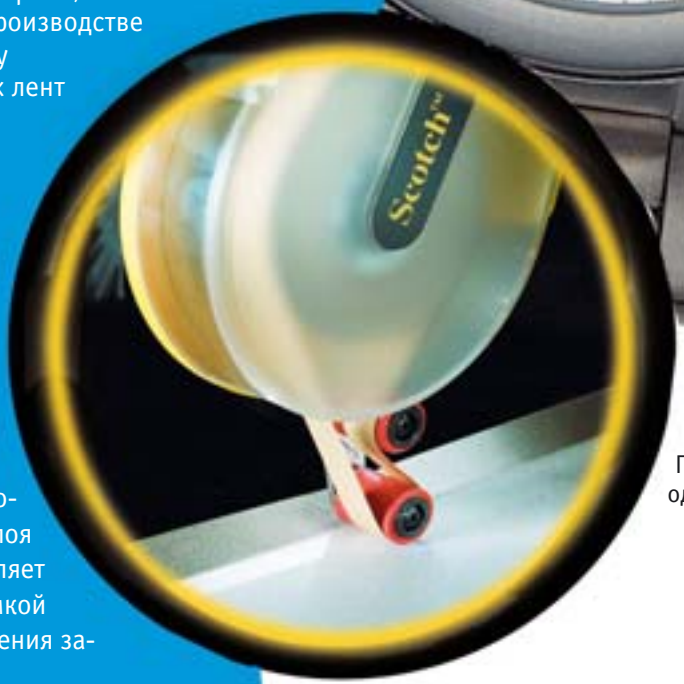
1998 г.в., экспонировано 10 000 м^2, в хорошем состоянии, одни руки,
формат до 508x820, разрешение до 3657 dpi, скорость
42 см^2/сек при 2438 dpi, лазер Ne-Ne 633 нм (уст. новый в 2003 г.),
штифты Bacher, геометрия без проблем, осмотр, тестирование

(095) 938 2215, 2381 ivanm@insight.ru Иван Медведев

Аккуратно и точно...

Как сделать склеивание быстрым и надежным?
Как высвободить время и рабочие руки для выполнения других заказов?
Как освободить площади из-под сохнущей после обычной склейки продукции?

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



Система ATG — это серия клейких лент и ручных аппликаторов, предназначенных для аккуратного и точного нанесения ровных полос клеевого слоя. Аппликаторы ATG сконструированы так, что при нанесении ленты одновременно происходит сматывание защитного слоя внутрь устройства, что позволяет избежать достаточно трудоемкой операции поддевания и удаления защитного слоя.
В отличие от обычных клеев, склеивание при помощи клеепереносящих лент происходит моментально.

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

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

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

3M Россия
(095) 784 7474

ВНИМАНИЕ!

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ!

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

Время действия предложения ОГРАНИЧЕНО.
По вопросам проведения акции, а также по всем техническим вопросам обращайтесь в компанию **«3M Россия»**

Список дистрибьюторов 3M, принимающих участие в программе:

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

3M *Новые решения*

Владимир Анатольевич КОПЫЛОВ
«Лазерпак»
Коммерческий директор

ГАРТ: Владимир, ваша компания занимается производством оснастки для высечки. Этот рынок сегодня стабилен или на нем что-то меняется?

В. К.: С одной стороны, рынок оснастки развивается уже не такими темпами, как раньше. Достигнут некий баланс между спросом и предложением. Но с другой, стабилизация рынка может послужить толчком к новому его переделу: наступает момент, когда каждый потребитель должен найти своего поставщика, а зачастую — и нескольких. В таких условиях компания должна чем-то выделяться, выбрать свой стиль конкуренции, свою специализацию.

ГАРТ: Все это понятно, но готовы ли к переосмыслению ситуации сами клиенты? Возможно, их все устраивает?

В. К.: Нет, уже не устраивает. Для меня поначалу было удивительно, что многие потенциальные клиенты, с которыми я безуспешно пытался вести переговоры два-три года назад, вдруг пришли сами. Просто должность главного инженера или руководителя производства занял человек со свежим взглядом. Ведь для того, чтобы проросло зерно, нужна подготовленная почва, и она появляется. Рынок все расставляет по своим местам. В крупных и средних компаниях стали появляться люди, которые начали думать, что можно изменить.

Я буду часто ссылаться на крупных корпоративных клиентов — потребителей высококачественной оснастки, потому что когда два года назад мы принимали решение, на кого же ориентировать маркетинговую политику, ставка в продвижении была сделана на эту целевую группу в расчете на то, что средние и небольшие подтянутся сами.

Возвращаясь к изменениям на рынке скажу, что стала более конкретной сегментация клиентов. Соответственно, и рынок оснастки для высечки начинает складываться по уровням качества и по комплексности подхода.

ГАРТ: Что Вы подразумеваете под комплексным подходом?

В. К.: Это не только выполнение заказов, но и проведение семинаров, технологическая поддержка. Я не думал, что консалтинг станет настолько востребованным. Мы видели в нем просто элемент продвижения оснастки — выезжали к клиентам, бесплатно проводили презентации, демонстрации по наладке. Но в прошлом году пришло понимание, что платные уроки ценят больше. Должен действовать «эффект входного билета». Сертификат слушателя лишает права на незнание.

ГАРТ: А чему вы учите? Регулировать оборудование для высечки?

В. К.: Для начала нам пришлось самим научиться запускать автоматические высекальные машины, определять проблемы и устранять их. Теперь мы готовы обучить наших клиентов.

ГАРТ: Но ведь это не так просто. Нужно держать штат специалистов, которые для изготовления оснастки не нужны. Это отдельный бизнес.

В. К.: Да, но он тесно связан с нашим. Пора уходить от того, что мы продаем штампы. Надо смотреть с другой стороны: у нас покупают результат. И проще решить проблемы клиента, чем бороться с огромным количеством рекламаций. Потому что только ленивый в случае неудачной высечки не пытается все валить на «некачественный» штамп.

ГАРТ: Есть еще какие-то составляющие комплексного подхода?

В. К.: Для нашей компании это модернизация оборудования. Вот конкретный пример: многие машины старых модификаций, да и современные — азиатских производителей, оборудованы одинарными дистанционными высечными плитами толщиной 4–10 мм. Сегодня большинство прессов европейских производителей комплектуется сменными плитами толщиной 1 мм, у которых есть несомненные преимущества — более высокое качество высечки, сменяемость, дешевизна в эксплуатации. Можно и нужно предлагать модернизацию машин, у которых подобная опция отсутствует. На drupa мы заручились гарантиями бесперебойных поставок этих материалов в Россию. Сам рынок плит сложится у нас в стране только через год-два, но быть первым, безусловно, выгодно.

ГАРТ: А сколько в России машин, для которых необходимы такие плиты?

В. К.: Если считать все машины, включая китайские, то оценочно — от 300 до 500. Но я имею в виду не только рынок России, но и Украину, Казахстан, Белоруссию и Узбекистан. Туда в последние годы продано много автоматического высекального оборудования.

ГАРТ: А каков вообще рынок оснасти для высечки на сегодняшний день?

В. К.: Моя оценка такова: «Лазерпак» и «Растр-Технология» контролируют приблизительно по 10% рынка каждый. И это крупнейшие производители.

Вообще же на сегодняшний момент на территории России тех, кто более или менее профессионально занимается изготовление штампов, наверное, более 50 компаний, включая участки в типографиях, которые практически не работают на внешний рынок. То есть, в каждом серьезном областном центре есть два-три производства. Только в Москве и области порядка 10–15 компаний, в СПб — пять-семь. Уже получается около 20. Много это или мало? Думаю, смотреть надо по сегментам.

ГАРТ: Но «Лазерпак», как один из ведущих производителей оснастки, в своем сегменте сильной конкуренции не ощущает?

В. К.: Почему же? И в нашем сегменте есть достаточно сильные компании. Достойный уровень качества продукции плюс агрессивная политика позволяют им «отвоевывать» целые регионы. Например, рынок СПб для нас сегодня практически закрыт, за исключением определенных вещей, которые мы можем делать просто за счет лучшего оснащения. Есть и компании, которые, обладая большим парком оборудования, пытаются конкурировать за счет снижения цен. Правда, дело тут, я думаю, не в более грамотной экономической политике, а в дополнительных источниках финансирования. И когда-нибудь им придется продемонстрировать инвестору, как это оборудование приносит деньги. Вот с этим могут возникнуть определенные проблемы.

ГАРТ: Давайте вернемся к вопросу о клиентах. Потребителями высококачественных штампов являются крупные производители упаковки?

В. К.: Да, они перестают заниматься самостоятельным изготовлением штампов и передают это дело профессионалам, оставляя у себя лишь участки ремонта. В конечном итоге это выходит дешевле, ведь очень сложно держать у себя всю технологическую цепочку и быть на уровне. Поэтому компании-производители картонной упаковки, самостоятельно производящие вырубную оснастку, являются исключением.

ГАРТ: Ну а если перейти к технологии, что-то меняется?

В. К.: Да, причем есть определенные сегменты, в которых конкуренции пока нет. Речь идет об изготовлении штампов, которые работают в комплекте с фрезерованными биговальными контрплитами. Это продукт определенного

уровня, для определенных компаний и определенных целей.

ГАРТ: То есть для производства сигаретной упаковки?

В. К.: Мнение, что этот продукт — только для высоких тиражей, ошибочно. Он — для повторяющихся работ. Основным сдерживающим элементом здесь всегда была высокая стоимость комплекта оснастки, так как стальная плита с фрезерованным каналом, естественно, должна обеспечиваться штампом той же точности. До последнего времени это могли быть только металлические слоеные «сэндвичи» либо штампы типа Duramar. Мы же решили предложить для этого свои штампы на фанерном основании. Этот шаг потребовал пересмотра всей системы контроля качества. Но мы справились. Штампы делаем у себя (по стоимости они ненамного отличаются от обычных), а плиты изготавливаем у партнеров в Швейцарии, так как в России их никто пока не делает и в ближайшее время делать не будет из-за высокой стоимости необходимого фрезерного оборудования. Рынок этот пока небольшой, но очень перспективный.

ГАРТ: Но если штампы не сигаретные, то какие?

В. К.: Все типы коробочных штампов (чай, косметика, кондитерка…) Важно, чтобы сам клиент понимал, для чего это нужно и как с этим работать. Сейчас мы сотрудничаем с крупной компанией на юге России, входящей в международный упаковочный концерн. Проводили там семинар, тестировали оборудование. Квалификация персонала, обучение, подготовка — на высшем уровне, оборудование — в очень хорошем состоянии. Там этот продукт востребован. Убежден, что в ближайшее время он будет также востребован крупнейшими производителями упаковки московского и питерского регионов.

Конечно, предубеждения против работы с фанерными штампами есть, потому что обеспечить требуемый уровень точности при обычной лазерной резке невозможно. Но нам повезло — технология, которая сегодня реализована у нас, подходит для этого оптимальным образом. Фактически двухпроходная контурная резка — это аналог обработки фрезой, однако она дает возможность избежать натягов при посадке ножа, которые приводят к искажению размеров.

ГАРТ: Но ведь надо еще и контролировать качество изготовления?

В. К.: Да, при изготовлении высокоточной оснастки нужно более скрупулезно подходить к каждому технологическому переходу — резке, гибке и т. п. Вопрос измерительной базы — это больное место. Измеряем двумя способами — шкалой с шагом 0,05 мм и на станке с видеокамерой, который дает возможность контролировать размеры уже после сборки. После того, как удалось отработать производство высокоточных штампов, мы заявили об этом на выставке как об одной из новинок.

И еще одно новое направление, которое мы также представляли на «Росупаке» — технология изготовления штампов для пайки пластика токами высокой частоты (ТВЧ-пайка). Это штампы для изготовления обложек под паспорта, визитниц, сумочек и т. п. Там используются специальные латунные ножи-электроды с определенным профилем, которые отрезают или перфорируют пластик. Монтируются такие ножи, как правило, на токопроводящем алюминиевом основании. Этот рынок только начинает зарождаться. Он похож на рынок картонной упаковки пяти-десятилетней давности.

РОСУПАК: кто делает погоду?

Вот уже несколько лет подряд Международная специализированная выставка упаковки «Росупак» удивляла своих посетителей лишь одним — постоянством и стабильностью. Та же жара, те же огромные стенды поставщиков полиграфического и упаковочного оборудования в четвертом павильоне (порой на тех же местах), тот же перечень видов упаковки, вспомогательных средств, измерительного оборудования. Нет, конечно были и сенсации, и новинки, и интересные семинары — все то, чему и положено быть на любой солидной выставке. И тем не менее — думаем, многие с нами согласятся — припомнить заметные, сразу бросающиеся в глаза отличия, все же сложно.

В этом смысле «Росупак 2004» стал ярким исключением. Хотя бы потому, что впервые за несколько лет погода в дни его проведения стояла довольно прохладная, да к тому же дождливая. Неожиданно!

Но было и гораздо более серьезное отличие, которое сразу бросалось в глаза и участникам, и посетителям — в павильонах «Сокольников» практически не было поставщиков печатных машин. Наблюдать такую картину было по меньшей мере непривычно…

Возможно, все дело в недавно завершившейся выставке drupa, на которой побывали многие российские полиграфисты, демонстрировались самые свежие новинки и заключались самые крупные контракты? Кроме того, вполне вероятно, что свою роль сыграл и другой фактор — заметная уже и невооруженным глазом структуризация рынка. Так или иначе, поставщики печатных машин погоду на «Росупаке» в этом году не делали.

Видимо, с этой выставкой происходит то же, что и с «Этикеткой» — она становится местом, где конечные заказчики могут подобрать подходящую упаковку для своей продукции, а производители упаковки — продемонстрировать свой товар. Ничего лишнего.

Интересно, что несмотря на появление специализированных выставок «УпакКартон», «УпакСтекло» и «УпакПластик» виды упаковки, относящиеся к этим категориям, с «Росупака» не исчезли. Наоборот, их, кажется, стало еще больше. Одних только производителей всевозможной стеклотары, начиная от парфюмерных флаконов и заканчивая бутылками самых причудливых форм и расцветок, на выставке было никак не меньше десятка.

Как всегда, на «Росупаке» были в изобилии представлены и поставщики картона и бумаги, и надо отметить, что ассортимент каждого из них из года в год пополняется все новыми позициями, включая всевозможные дизайнерские сорта и картоны со специальными свойствами.

На выставке состоялась и еще одна премьера — был организован Первый международный алюминиевый салон «Алюмупак». Причем российские компании, работающие в этом секторе, поддерживает и EAFA (Европейская ассоциация алюминиевой фольги). Это позволяет предполагать, что «алюминиевый салон» не только прочно обоснуется на «Росупаке», но и может со временем перерасти в самостоятельную выставку — уж очень велика заинтересованность производителей и поставщиков алюминиевой тары и фольги в популяризации этих действительно уникальных во многих отношениях видов упаковки.

О производителях и поставщиках пленок и пластиков различного назначения нечего и говорить. Достаточно упомянуть, что на выставке было представлено просто какое-то рекордное количество действующих экструдеров. Добавьте к этому банки, флаконы, канистры, бочки… Что же тогда будет на вышеупомянутом «УпакПластике»?

Кстати, пытаясь приблизительно прикинуть соотношение упаковки из различных материалов, мы пришли к выводу, что пластик все-таки преобладают — наверное, это уже навсегда.

Хотелось бы отметить, что термоусадочные пленки, которым вот уже несколько лет пророчат блестящее будущее, завоевывают рынок. Медленно, но верно. На выставке их производителей было достаточно много.

Что касается старой доброй картонной упаковки, то представленные экспонаты давали потенциальным клиентам широкий простор для выбора. Многие типографии продемонстрировали действительно качественные образцы парфюмерных, кондитерских и др. коробок, а также POS-материалов и другой сопутствующей рекламной продукции. Причем надо отметить, что коробки становятся все более интересными по конструкции и дизайну, а грань между упаковкой класса «люкс», которой на выставке было отведено почетное место, и просто упаковкой становится все более размытой.

Кстати, в этом году в рамках «Росупака» впервые проходила акция «Росупак» выбирает дизайнера», где несколько студий представили очень любопытные работы. Возможно, подобные акции помогут дизайнерам и конечным заказчикам упаковки лучше понимать друг друга? К сожалению, в настоящее время такое взаимопонимание — большая редкость.

В целом же, на выставке было все, что необходимо для упаковки современного товара. Правда, некоторые виды, например, навивные банки прямоугольного сечения или впрессованные этикетки — только на стендах иностранных производителей. Но это не страшно. Российский рынок развивается, а новые технологии, при условии их востребованности, распространяются удивительно быстро.

На «Росупаке 2004» было многолюдно, разнообразно и интересно. А погода… погода наладилась!

для перехода
к цифровой печати

НЕОБХОДИМО И ДОСТАТОЧНО

[ap]

ассоциация цифровой печати

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

© 2003 Letterhead Studio

PREPRESS | PRESS | POSTPRESS

Отличное предложение

До 30 апреля клиенты любого уровня могут приобрести весь спектр расходных

и широкий выбор

материалов по ценам ниже среднерыночных. Краски BASF, пленки Kodak

и Ferrania, пластины Kodak, Lastra, резинотканевые полотна Phoenix

и Day international, материалы фирмы DuPont.

Мы предложим решение для любого клиента!

«Гейдельберг СНГ»
Россия, 127550 Москва,
ул. Прянишникова, 2а
Тел.: (095) 775 80 20
Факс: (095) 775 80 22
E-mail: consumables@heidelberg.com
www.ru.heidelberg.com

Станция Смешения:
Россия, 127550 Москва,
ул. Прянишникова, 2
Тел.: (095) 775 80 20 доб. 311
Факс: (095) 977 04 61

Выберите ближайший офис продаж:

"Хорс"
125565 Москва
ул. Талдомская, 5, корп. 1 (офис-магазин)
Ленинградское ш., 94, корп. 1 (магазин)
Тел./факс: (095) 540-81-84, 775-88-48
E-mail: info@xopc.info

"НТЦ Возрождение"
426057 Ижевск
ул. Красная, 122
Тел./факс: (3412) 51-09-63, 65-80-74
E-mail: stc@revival.udm.ru

"Солнечный Ветер"
690106 Владивосток
ул. Нерчинская, 10, оф.502
Тел.: (4232) 49-95-70
Тел./факс: (4232) 49-95-75
E-mail: elenvl@sovintel.ru

"МДМ-АРК"
450076 Уфа
ул. Аксакова, 58
Тел.: (3472) 51-73-55
Тел./факс: (3472) 51-17-75
E-mail: mdmark@ufacom.ru

"СолидАрт"
603022 Нижний Новгород
Окский съезд, 2а, оф.200
Тел.: (8312) 34-24-50
Тел./факс: (8312) 34-24-54
E-mail: pol@solid.nnov.ru

"ПолиграфСфера"
664047 Иркутск,
ул. К. Либкнехта, 107Д
Тел.: (3952) 20-53-57
Тел./факс: (3952) 29-11-58
E-mail: poligrafsfera@irk.ru

"Реалпринт"
620066 Екатеринбург
ул. Блюхера, 88, оф.202
Тел./факс: (3432) 79-11-59
E-mail: realprint@r66.ru

"Полиграфические материалы"
344007 Ростов-на-Дону
ул. 1-я Пролетарская,27/34
Тел.: (8632) 91-41-02
Тел./факс: (8632) 95-52-44
E-mail: poligraf@jeo.ru

ТД "Палитра"
394077 Воронеж
ул. Генерала Лизюкова, 2, оф.401
Тел./факс: (0732) 13-22-11, 51-92-13
E-mail: iac-palitra@vmail.ru

"Полиграф-Клуб"
196084 Санкт-Петербург
ул. Цветочная, 19
Тел.: (812) 327-45-57
Тел./факс: (812) 140-13-29
E-mail: polygraph-club@peterlink.ru

"Хорда"
614065 Пермь
ш. Космонавтов, 330а
Тел./факс: (3422) 69-52-47
Тел.: (3422) 42-77-45
E-mail: horda@permonline.ru

"Серебряный Свет"
170000 Тверь
п-к Вагжанова, 9
Тел./факс: (0822) 42-83-08
E-mail: stserv@rtkom.ru

"Внешпромиздат"
630001 Новосибирск
ул. Дуси Ковальчук, 75/1
Тел./факс: (3832) 28-25-23, 25-08-81
E-mail: vneshpromizdat@online.sinor.ru

"Граф-К"
420037, Казань
ул. Лукина, д.48
Тел: (8432)70-87-630
Тел./факс: (8432) 70-87-73
E-mail: graf-k@mi.ru

HEIDELBERG