

ГАРТ

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 7 ■ ИЮЛЬ 2002

**ИНТЕРЕСНАЯ
СТАТИСТИКА**

с. 14



В НОМЕРЕ:

МЕЖДУ МАЛЫМ И БОЛЬШИМ	3
НОВОСТИ	8
БУМАЖНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ	13
НЕ НАДО ТОРОПИТЬСЯ С ВЫВОДАМИ	14

Если бы в полиграфии была такая рентабельность, мы все давно бы уже летали на собственных самолетах

О. Сагитова (с. 4)



Ольга
САГИТОВА
«Домино»
Генеральный
директор



Руслан
ОСТРОВСКИЙ
print space
Коммерческий ди-
ректор

То, что может сделать маленькая печатная машина, не может большая. И наоборот

С. Рачков (с. 6)

Вероятность проблем необходимо минимизировать, а бывшая в употреблении машина — это всегда элемент неопределенности

Р. Островский (с. 10)

ГАРТ: Ольга, полтора года назад в своем интервью ГАРТ Вы обещали купить малоформатный Heidelberg Speedmaster, а приобрели полуформатный Komori Lithrone. Специально вводили конкурентов в заблуждение?

О. С.: Нет, я никого в заблуждение не вводила. Более того, за Heidelberg Speedmaster SM 52-4 я даже внесла аванс. После этого необходимо было решить две проблемы: найти лизинговую компанию или кредит под разумный процент и найти помещение, где машина будет работать. Для лизинга и кредита необходимо серьезное технико-экономическое обоснование, и мы стали его делать со специалистами отдела консалтинга «Гейдельберг СНГ».

Некоторые из получившихся цифр меня несколько насторожили. Пришлось самой во всем разбираться. Если
(Продолжение на с. 4)

ГАРТ: Руслан, Ваша типография постепенно развивалась от малого офсета к полноформатному. Расскажите, зачем?

Р. О.: Начинали мы в 1993 г. с двух маленьких однокрасочных машин фирмы AB Dick с «приставными» секциями для печати второго цвета. Печатали визитки, конверты, самокопирующие бланки. В те времена это был очень хороший, прибыльный бизнес.

Мы постепенно меняли технику, оставаясь в малом формате. Пытались брать заказы на цветную продукцию, но их легче было отдать в дружественную типографию на «Доминант», чем печатать самим. Все-таки американские, современные по тем временам, машины были предназначены для производства двухкрасочной продукции. Я к ним отношусь как к полупрофессиональным.
(Продолжение на с. 10)

ШВЕДСКАЯ МЕЛОВАННАЯ БУМАГА СО СКЛАДА В МОСКВЕ

ARCTIC

90
115
130
150
170
200
г/м²

62x94
64x90
70x100
см



ПОСТАВЩИК

Комус

Москва, Аптекарский пер., д. 4
тел.: (095) 234-33-04
234-33-05
234-33-06
234-33-07

Санкт-Петербург (812) 320-63-20
Волгоград (8442) 97-13-66
Екатеринбург (3432) 78-70-40
Казань (8432) 18-54-54
Краснодар (8612) 64-07-14

Нижний Новгород (8312) 69-37-28
Новосибирск (3832) 27-66-84
Омск (3812) 23-66-25
Пермь (3422) 21-12-51
Ростов-на-Дону (8632) 90-22-20

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

HAFRESTROMS

Самара (8462) 70-70-47
Саратов (8452) 27-70-00
Уфа (3472) 31-53-21
Челябинск (3512) 65-76-72

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:

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

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

Телефон/факс: (095) 264 3708

Подписано в печать: 31.07.2002

Отпечатано в типографии

ИПК ИТАР-ТАСС

Москва, Звездный бульвар, 17

Телефон: (095) 283 8015, 282 1321

Заказ № 541

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2002

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

**МЕЖДУ МАЛЫМ И БОЛЬШИМ**

Мне показалось, что год пролетел незаметно. Вроде бы совсем недавно мы делали номер про малый офсет, где представители типографий с малоформатными машинами рассказывали о своих проблемах и достижениях. Все говорили о том, что заказов много, но цены на рынке очень низкие. Цены на полиграфическую продукцию растут, но только с подорожанием бумаги и расходных материалов, вызванным ужесточением таможи и ростом евро.

После прошлогоднего номера меня записали в противники малого офсета, и не без оснований.

Я считаю, что у малых машин — формата 52х36 см и меньше — достаточно невеселые перспективы. Типографии, парк которых состоит только из малоформатных машин, даже высокого класса, находятся сегодня между нескольких огней. С одной стороны, подступает цифровая печать — хоть и не так активно, как могла бы, но тем не менее. С другой стороны, эти типографии «поджимают» всевозможные «левые» варианты, по которым малоформатный заказ сегодня можно отпечатать по цене дешевле некуда. Качество, правда, будет не самым высоким, но кого это волнует?

Наконец, такие типографии всегда будут проигрывать по цене тем, где есть и малые, и полуформатные машины. Не потому, что завтра закончатся заказы на листовки формата А4 4+1 тиражом 500 шт. Да, на рынке есть очень много разнообразных заказов для малоформатных машин, но некоторые из них на машине большего формата печатать гораздо эффективнее. Поэтому в ситуации, когда идет борьба за конкретный заказ, победителем станет тот, у кого больше возможностей.

Типографий-обладателей машин разного формата в Москве уже много. Часто это «выросшие» из малого офсета, но уже достаточно крупные фирмы. В этом номере мы решили поговорить с представителями двух из них.

Предложений по печати сегодня намного больше, чем в прошлом году. Количество типографий растет, а коли-

чество заказов по сравнению с прошлым годом, как ни печально, сокращается, по крайней мере в летний период. Борьба за заказчика происходит самым простым методом — снижением цены, и про это мы говорим практически в каждом номере ГАРТ. К чему приведет такая борьба? Все прекрасно понимают — к тому, что печать станет бизнесом бесприбыльным. Так постепенно и происходит.

Видимо, многие читатели слышали о том, что на Западе самым модным считается сегодня занятие CRM (Customer Relationship Management) — технологии борьбы за клиентов. Давно хотелось сделать номер про эти технологии в полиграфии, и мы представим его вашему вниманию в ноябре.

Кстати, если раньше все показывали пальцами на финские, турецкие и другие неблизкие типографии, то сегодня основным источником демпинговых цен становятся полиграфические предприятия из стран СНГ — Украины и Беларуси. Удивляет количество приобретаемых тамошними типографиями современных печатных машин. Рассчитывают все, видимо, на то, что будут печатать для России.

Например, наше издательство одна из минских типографий буквально атаковала предложением своих услуг. У них там, между прочим, восьмикрасочная печатная машина полного формата. Такой ГАРТ, как этот, можно печатать за один прогон. А печать тиража в 5 тыс. экз. стоит меньше, чем 1 тыс. экз. А4 4+4 в нормальной московской малоформатной типографии.

Андрей Романов,
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

АВГУСТ 2002:
РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

СЕНТЯБРЬ 2002:
РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИГРАФИЯ

ОКТАБРЬ 2002:
ОТДЕЛОЧНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

НОЯБРЬ 2002:
БОРЬБА ЗА ЗАКАЗЧИКА

Спуск полос, вывод фотоформ
и печать: ИПК ИТАР-ТАСС

Комус

Бумага Arctic 130 г/м²
предоставлена фирмой «Комус»

Ольга САГИТОВА

(Продолжение. Начало на с.1)

бы в полиграфии была такая рентабельность, которая получалась в соответствии с этим бизнес-планом, то мы все давно бы уже летали на собственных самолетах.

Мы долго считали и пересчитывали окупаемость нового Speedmaster, но после того, как в плане были учтены все реальные параметры, выяснилось, что в условиях, в которых мы работаем, эта машина не позволит начать возврат вложенных денег в первые полтора года работы. Никакой инвестор на такую большую отсрочку не пойдет.

ГАРТ: Может быть, это связано с тем, что в малом офсете вообще кризис?

О. С.: Нет никакого кризиса! Заказов для малого офсета вполне достаточно, поскольку печатать на полуформатной машине малотиражную продукцию невыгодно. Кон-

кретно сейчас в полиграфии, правда, «не сезон». Половину мая страна вообще не работала, теперь лето, июнь-июль — клиенты в отпусках, но придет август и все будет нормально.

ГАРТ: Итак, Вы все-таки не отказались от мысли приобрести машину?

О. С.: Нет. Тем не менее, несколько месяцев было потеряно. Можно было пойти к руководству «Гейдельберг» и попросить скидку, но не на половину же цены! Возможно, четырехкрасочная ГТО окупилась бы быстрее, но у нас уже были две ГТО, и еще одна не дала бы серьезного роста производительности.

Возник вариант купить неновую машину. Я съездила в свою любимую фирму «ЯМ Интернешнл» и поговорила с ее руководством.

ГАРТ: Почему в «ЯМ»?

О. С.: Очень просто: я давно знакома с ее владельцами и благодарна им за то, что

всегда можно приехать и посоветоваться. В «Гейдельберг» не поехала, потому что уже чуть-чуть разозлилась. Я люблю эту технику и пыталась купить у них машину в четвертый раз, но каждый раз что-то не складывалось.

ГАРТ: Но Вы все еще вели разговор о малоформатной машине?

О. С.: Когда речь зашла о неновой машине, то в «ЯМ» мне сказали, и вроде бы логично, что нужно покупать полуформатную. Я боялась переходить на больший формат, понимала, что тогда придется менять имеющееся оборудование на новое. Но мне сказали, что если уж неновая машина, то пусть она хотя бы будет большего формата.

Пришлось снова искать лизинговую компанию, и я нашла «Московскую лизинговую». Это уникальная, по моему мнению, компания. Лизинг дается на период до четырех лет. «Московская лизинговая» работает только в рублях, и рублевая цена оборудования фиксируется. Правда, мне пришлось долго уговаривать их дать лизинг на неновую машину, но в конце концов мы пришли к соглашению.

ГАРТ: Но Вы купили новую машину. Как это получилось?

О. С.: «ЯМ» не специализируется на торговле поддержанными машинами, и поэтому когда дошло до дела и лизинговая компания перевела деньги, мне предложили исключительно выгодные условия на покупку новой машины. Я, конечно, согласилась. Так и получилось, что я купила новую машину Komori Lithrone 428.

ГАРТ: Кроме того, вместо малоформатной купили машину в два раза большего формата?

О. С.: Да. Конечно, она получилась не в самой «навороченной» конфигурации, тем не менее, я полностью удовлетворена ее техноло-

гическими возможностями. По экономике тоже очень хорошее положение: первый год работы запланирован с нулевой прибылью, но в последующие годы все уже будет нормально. В апреле, когда машина приехала, начался тот самый полиграфический «не сезон». Но даже сейчас, когда оборот в два раза ниже расчетного, мы справляемся с выплатами. Не без труда, но справляемся.

Поскольку сделка прошла без единой проблемы, а я аккуратно делаю все выплаты, то мы уже прорабатываем с лизинговой компанией условия развития этого проекта. Я не хочу останавливаться.

ГАРТ: Как Вы решили проблему с помещением?

О. С.: Это отдельная история. Я искала только «прямую аренду», но оказалось, что производственные помещения по разумной цене можно найти только на окраине Москвы или за окружающей дорогой. Меня это никак не устраивало. Несколько месяцев мы искали разные варианты, и в конце концов, нашли. Арендовали 500 м² в типографии №2 на проспекте Мира, 105. Перевезли туда и три имевшиеся у нас печатные машины, а также все отделочное оборудование.

ГАРТ: Как ваши опасения по поводу перехода на большой формат? Подтвердились?

О. С.: Я много чего опасалась, но теперь все позади. Наверное, сильнее всего пе-



Рулонные ламинаторы GMP для полиграфии



GMP РуссКом

107082, Москва, Рубцовская наб., д.2, корп.5
Телефон/факс: (095) 785-58-05
www.russcom.ru e-mail: info@russcom.ru

GMP Санкт-Петербург

197101, Санкт-Петербург, ул. Мира, д. 10
Телефон: (812) 232-20-22, 232-93-60, 232-08-96

**БЕСПЛАТНАЯ
ПОДПИСКА**

НА «БУМАЖНЫЕ»
ГАРТ и
ГАРТ digital

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ

реживала, когда поднимали Lithrone на шестой этаж, где находится наше новое помещение. Занимались этим профессионалы, тем не менее, одна из частей машины весом 8 т несколько часов провисела на большой высоте. Зато теперь, когда я все прошла, уже ничего не боюсь.

Что касается дополнительного оборудования, то пришлось купить процессор для форм, новую линию для листоподборки и брошюровки.

ГАРТ: Наверное, лучше было сразу ВШРА?

О. С.: Конечно, лучше всего было купить сразу все, но на это нужно очень много денег. Мы постепенно докупали те вещи, без которых нельзя нормально работать. Очень важно не ошибиться, все очень аккуратно просчитывать, ведь нужно выплачивать и лизинговые платежи. Сейчас собираемся покупать фотовыводное устройство.

ГАРТ: Но это-то зачем, ведь можно прекрасно выводить пленки на стороне?

О. С.: Безусловно, но с этим возникает очень много проблем. Я люблю, чтобы все было у себя. Мы делаем много работ по кооперации, есть старые, налаженные связи. Два совсем недавних примера: отдали на тиснение — там не обеспечили совмещение, а отдали на печать полноформатной продукции — не попали в цвет. Теперь переделывают, но перед заказчиком-то отвечаем мы... Вот так.

Фотовывод нам нужен, чтобы избежать монтажей. Вывел пленки с отверстиями под штифты — и быстро сделал формы.

ГАРТ: А как печатники осваивали новую машину?

О. С.: Я переводила туда тех, кто имеет богатый опыт работы на листовых машинах большого формата. Поэтому освоили легко. Сначала, конечно, работали медленно.

Недельку-полторы, пока привыкали. Потом стали уже нормально работать. Делают до 12 полных приладок в смену, что очень неплохо.

ГАРТ: «Домино» уже не назвешь небольшой типографией?

О. С.: Производственные мощности с покупкой новой машины выросли в четыре раза.

ГАРТ: А как с заказами? У Вас теперь снизились цены?

О. С.: На работах, которые выполняются на втором формате, цены, конечно, снизились. Понятно, что сразу мы загрузить машину не смогли, опять же «мертвый сезон» на дворе. Но сейчас маркетинг работает, и со временем все наладится. Мы просто не можем позволить себе установить цены на продукцию новой машины на уровне самых дорогих типографий, и на сегодня по ценам на второй формат «Домино» где-то среди недорогих типографий.

Я сама против демпинга и не люблю, когда кто-то откровенно демпингует. Тем не менее, некоторое время нам придется поддержать эти не очень высокие цены.

Вообще, мы делаем мониторинг цен двадцати полиграфических предприятий, которые могут дать нормальное качество. Их цены постоянно изменяются, есть, например, ряд тех, которые держат строго одинаковые цены, подстраиваясь друг под друга.

Я уже много лет в полиграфии, но до сих пор не знаю, что такое «хорошая цена» применительно к полиграфической продукции. Основная идея — просчитать такую цену, которая устраивала бы клиентов, позволяла оправдать все затраты и иметь прибыль. Удается постепенно эту цену поднять — очень хорошо. Не удастся — все равно плохо.

КАЧЕСТВО И НАДЕЖНОСТЬ ВЫШЕ ЦЕНЫ



Легендарная
офсетная машина

KOMORI LITHRONE 28

- Формат листа до 520 x 720 мм
- Толщина материала до 0,8 мм
- Скорость печати до 15000 листов/час
- Различные комплектации для любых задач

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБУТОР

YAM
YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ: (095) 234 9000, 332 6420
EMAIL: INFO@YAM.RU
HTTP: WWW.YAM.RU
С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 110 8097
КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 254 5254
ТАШКЕНТ, ТЕЛ: (99 871) 132 0660



**Сергей
Васильевич
РАЧКОВ**
«Трансмедиа»
Директор

ГАРТ: Сергей Васильевич, у Вас небольшая типография с малоформатными машинами. Как Вам удастся конкурировать на сегодняшнем московском рынке?

С. Р.: Есть грузовики маленькие, есть средние, есть очень большие. И каждый работает на своем месте — перевозит мелкие грузы или работает в карьере. Так и в полиграфии. То, что может сделать маленькая печатная машина, не может большая. И наоборот.

Я пока не вижу спада в заказах на малоформатную продукцию — всевозможные буклеты, листовки, бланки и конверты. На большой машине заказ на двести открыток сделать можно, но это займет много времени и обойдется очень дорого. А мы сделаем быстро и эффективно.

ГАРТ: Но в случае с большой машиной можно накопить несколько заказов, а потом напечатать.

С. Р.: В том-то и дело, что необходимо накопить, вывести пленки, сделать монтажи... А задача заключается в том, чтобы сделать заказ очень быстро. Подчас клиенты приходят утром, а готовую продукцию хотят забрать вечером. Когда им объясняешь, что она не высохнет, говорят, что у себя в офисе все разложат, подсушат — и в дело. Большой формат предполагает некоторую размеренность жизни, там все по плану, постепенно. А мы можем снять один заказ, поставить другой. При этом никто не пострадает. Конечно, если есть возможность, то хорошо иметь и малоформатные машины, и полноформатные.

ГАРТ: 200 открыток — это заказ для ЦПМ. Помогает Quickmaster DI?

С. Р.: Это офсетная машина. Он не помогает, а просто работает. Пленки, правда, делать не надо. А так — обычный офсет.

ГАРТ: Интересно, а цифровую печать Вы считаете своим конкурентом?

С. Р.: Я внимательно слежу за тем, как идут дела в этом секторе, как там борются Indigo с Xerox. Не исключаю, что через некоторое время цифровые типографии станут нашими конкурентами,

но пока — нет. Еще далеко не все работы можно сделать цифровой печатью.

ГАРТ: Вы арендуете помещение в центре. Это наверняка стоит дорого. Насколько все-таки важно географическое расположение?

С. Р.: До центра с любого конца Москвы легко добраться как на общественном, так и на личном транспорте. Это очень важный момент.

ГАРТ: У Вас очень большая площадь для типографии с тремя печатными машинами. А сколько человек у Вас работает?

С. Р.: В штате — 22, но когда загрузка большая, мы приглашаем на отделочные операции дополнительных работников.

ГАРТ: Вы работаете как сервис-бюро, у Вас много заказчиков-непрофессионалов. Значит, многим требуется дизайн?

С. Р.: Да. У нас дизайнер не скучает, и я бы при случае взял еще одного или даже двух. Ищем, но пока настоящие профессионалы не попадают.

ГАРТ: Как в этом году с заказами?

С. Р.: В прошлом году спада не было вообще, типография не останавливалась ни на минуту, а в этом наблюдается не большой спад. Может быть, это мы виноваты? Не очень активные, недостаточно занимаемся маркетингом...

ГАРТ: Вы приобрели недавно еще одну печатную машину?

С. Р.: Начиналась «Трансмедиа» пять лет назад с двухкрасочной малоформатной машины Heidelberg Quickmaster QM 46–2. Где-то через год мы приобрели Quickmaster DI 46–4, а в этом году купили двухкрасочную Heidelberg GTO 52–2. Дело в том, что Quickmaster не может нормально «выкатывать» плашки. Поэтому решили взять еще одну машину, на которой можно печатать сложные заказы. Наряду с комплексом отделочного оборудования (тиснение, вырубка и др.) типография «Трансмедиа» оснащена полным комплектом оборудования для быстрого изготовления качественной малоформатной продукции.

В ПОМЕЩЕНИИ ТИПОГРАФИИ



НОВОСТИ МАЛОГО ФОРМАТА

Компания «Гейдельберг СНГ» организовала для своих клиентов, работающих в формате А3, VIP-тур в немецкий город Гейдельберг. В поездке участвовали 15 фирм — коллег и партнеров «Гейдельберг СНГ».

Началось все с посещения Print Media Academy, после чего собравшихся поприветствовал председатель правления концерна Heidelberg Druckmaschinen AG Бернхард Шрайер. Затем состоялась демонстрация оборудования.

На следующий день участники посетили семинары по печатным машинам Printmaster QM 46, Printmaster GTO 52, Speedmaster SM 52, Printmaster 74 и Speedmaster SM 74. Была организована поездка на завод Heidelberg в г. Вислох. Гости посетили также типографии Stolinski, Raab Druck, Bohl и фирму Polar.

Была предусмотрена и культурная программа: экскурсия по г. Гейдельберг, посещение музея Гутенберга и многое другое.

Еще одно событие — презентация компании «Гейдельберг СНГ» — произошло в Красноярской типографии «РИПШ». Сначала деятельность «РИПШ» базировалась на подержанных машинах GTO 52. Сегодня в типографии работает полный комплекс оборудования от Heidelberg: фотонаборный автомат Duosetter, печатные машины Speedmaster SM 52–5+L и SM 52–4, резальные — Polar, а также автомат для тиснения фольгой.

Приглашенные увидели оборудование в действии и приняли участие в нескольких семинарах.

ГАЗЕТНО-ЖУРНАЛЬНЫЕ КОМПЛЕКСЫ

ПОДДЕРЖКА

- Гибкие финансовые схемы
- Лизинг
- Технологическая поддержка
- Проектирование производства
- Обучение издательским технологиям
- Типографии "под ключ"
- Склад запасных частей
- Пуско-наладочные работы
- Гарантийное и сервисное обслуживание

русская линия полиграфической техники

ПЕЧАТНЫЕ МАШИНЫ



- Надежность, гарантированная российским качеством металлообработки
- Использование комплектующих Siemens, FAG, SKF, INA, Emerson, Festo
- Модульный принцип построения
- Разнообразие моделей:
 - серия ПОГ – для производства газет
 - серия ПОК – книго-журнальная продукция
 - серия ПОУ – универсальные машины

НОВОМАШ

Фирма «НОВОМАШ»
Россия, 123290, Москва, Мукомольный проезд, 4А/2
тел.: (095) 956-5525
факс: (095) 956-5516
<http://www.novomach.ru>



Фирма «НОВОМАШ» – член ассоциации Ifra



НОВЫЙ ЗАВОД

В июле 2002 г. состоялось целых два события, связанных с компанией «Гейдельберг»: торжество по случаю трехлетия ростовского филиала компании и открытие завода по восстановлению оборудования в Ейске. На день рождения филиала 10 июля приехали партнеры и друзья «Гейдельберг СНГ» со всей России.

На пресс-конференции, посвященной этому событию, было сказано много теплых слов в адрес ростовского филиала «Гейдельберг СНГ», деятельность которого стала существенным звеном в работе как «Гейдельберг СНГ», так и всего концерна: 80 единиц установленного оборудования, 22 партнерские типографии.

Отмечалось также активное развитие отрасли в ростовском регионе, одним из свидетельств которого стала реализация огромного проекта — завода восстановленного оборудования «Гейдельберг» в Ейске, торжественное открытие которого состоялось днем позже — 11 июля 2002 г. Завод, гостеприимно открывший свои двери для

многочисленных гостей, продемонстрировал огромные возможности — на площади в 2020 м² уже ожидает восстановления 61 единица оборудования. Проектная мощность предприятия — 240 условных печатных секций в год. Для сравнения: завод «Гейдельберг Ремонт» в Москве восстанавливал 120 условных печатных секций.

Продумана и кадровая политика: на предприятие придут специалисты с давно не действующего завода листовых офсетных машин «Ейскополиграфмаш». Для Ейска это означает новые рабочие места, а для «Гейдельберг» — подготовленные кадры. Их наличие и стало одной из основных причин выбора этого курортного города в качестве места для строительства. Кроме того, открытие завода должно внести вклад в создание российского рынка вторичного оборудования — важнейшую задачу отрасли.



С НИМИ НЕ СОСКУЧИШЬСЯ

11 июля состоялось очередное заседание Академии «Золотая Пыль». Компания «Александр Браун», инициатор и организатор программы семинаров под этим необычным названием, со-

брала в помещении «Ru-design центра» более 50 дизайнеров, печатников и журналистов. Темой обсуждения стали «Секреты технологий и рекомендации в работе с дизайнерскими бумагами». Поговорили о том, что было бы неплохо заказывать большие партии бумаг заранее, посмотрели образцы, в том числе корпоративные визитки «Александр Браун», отпечатанные на картоне цвета «Золотая пыль» из коллекции «Перламутр».

Выступления А. Реуцкого («Линия График»), Д. Алексеева («ЛБЛ Принт-Сервис») и Н. Зубченко («Александр Браун») вызвали бурю эмоций. После докладов «академики» обменивались мнениями и пили пиво.

Уже через два дня стартовал ежегодный праздник для любителей экстремального отдыха — «Александр Браун-Трофи», на который компания пригласила своих клиентов и партнеров. Участники мужественно боролись с трассой триал, пролегающей по живописному бездорожью Ногинского района неподалеку от всем известной Черноголовки. Зрители тоже получили свою порцию адреналина.

Сложно предположить, какие еще испытания придумает компания «Александр Браун» для своих клиентов. Ясно одно: с ними не соскучишься.



ЖИЗНЬ ДОРОЖАЕТ

По мнению членов Содружества бумажных оптовиков, в августе произойдет повышение цен на некоторые сорта бумаги и картона. Причин для повышения цен две: рост евро по отношению к доллару и рост цен на целлюлозу и макулатуру.

Учитывая все эти обстоятельства, Члены СБО (компании «Александр Браун», «Комус», «Петробумага», ГК «Регент» и ГК «Дубль В») будут вынуждены повысить цены на европейские бумагу и картон, так как покрывать издержки за счет своих средств с учетом низкой рентабельности бизнеса по реализации этих полиграфических материалов не представляется возможным.



МОМЕНТ

ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ФИРМА

Скорая помощь
полиграфическим предприятиям по обработке листовой продукции

Изготовление журналов, брошюр и книг в мягком переплете

Термоклеевое скрепление надежное скрепление любых бумаг

Шитье ниткой, проволокой

Подборка, Фальцовка

Обрезка на трехножевой машине

при необходимости произведем печать обложек на плотных бумагах и картоне

Биговка, Перфорация пунктирная и марочная

Ламинация, Скругление углов

Нумерация позиционная и ротационная

тел./факс:
570 11 74, 570 53 57

КРУПНЕЙШИЙ ПО PANTONE

В июле Россию с посетил Детлев Просс (Detlev Pross), менеджер Pantone Europe по маркетингу. Это первое посещение России представителями Pantone за последние 5 лет, что позволяет говорить о повышении интереса компании к российскому рынку. Целями визита стали знакомство с рынком и представление новейших решений Pantone в области стандартизации и контроля цвета.

На семинаре, организованном компанией «Терем», Д. Просс рассказал о целях и стратегии фирмы, представил новую продукцию: справочники Pantone Color Guide и колориметрическое оборудование, а также отметил, что «Терем» является крупнейшим дистрибутором продукции Pantone в Восточной Европе.

ГОРИЗОНТЫ

Компания «Нисса-Регион» (Волгоград) совместно с фирмой «Нисса Центрум» провела в Ростове-на-Дону выставку-презентацию полиграфического оборудования под названием «Полигоризонты вашего бизнеса».

Клиенты познакомилась с работой офсетной машины Hamada B 252A, большой интерес вызвала линия трафаретной печати — многокрасочная машина Saturn Platinum 2538 американской фирмы M&R с системой автоматического вывода листа и туннельная УФ-сушка фирмы Aerotherm.

Переплетно-брошюровочный и отделочный комплекс включал линию для изготовления книг в твердом переплете Schmedt; кассетную фальцевальную машину GUK и бумагорезальную машину Wohlenberg 76. Кроме того, была представлена новая термоклеевая машина Jud Esamo MR 500.

В рамках презентации специалисты компаний «Нисса Центрум» и «Нисса-Регион» провели ряд семинаров, посвященных различным направлениям полиграфического производства. За два дня работы выставку-презентацию посетило более 200 человек.

КОНФЕТТИ УЖЕ ЕСТЬ

В демозале ТС «Регент-Арт» состоялось подведение итогов третьего конкурса «Лучшее полиграфическое воплощение на бумагах Gmund». В этом году было представлено свыше 100 работ от 20 компаний. Победителями были признаны: рекламное агентство «Солист» — за мастерство полиграфического исполнения, типография «Ли-

ния График» — «за дизайнерское решение» и рекламное агентство «Роден» — за оригинальный подход к использованию дизайнерских бумаг.

Все второе полугодие полиграфисты заняты заказами на новогоднюю и представительскую продукцию. Для ее изготовления предназначена и очередная новинка от «Регент-Арт» — коллекция дизайнерских бумаг «Конфетти» от английского производителя James Cropper PLC. Структура бумаг содержит вкрапления разноцветных кусочков настоящего конфетти. Коллекция включает в себя бумаги пастельных цветов в плотностях 100 и 280 г/м², формат листа — 70x100 см. Бумага пригодна для любых печатных технологий и не требует использования специальных красок.



ПОРАБОТАТЬ САМОСТОЯТЕЛЬНО

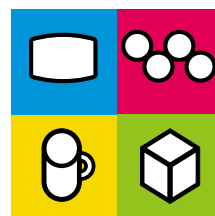
В Ростове-на-Дону состоялась закрытая конференция «Оперативная полиграфия», организованная ростовской фирмой T&K и компанией «Нисса» (Москва) при участии Департамента по печати и ТРВ по Ростовской области.

Основная цель мероприятия заключалась в том, чтобы показать приглашенным специалистам законченный цикл работы оборудования — от процесса тиражирования до выпуска готовой печатной продукции.

Печатные комплексы, ключевое место в которых занимает цифровой дупликатор Duplo, могут быть собраны, словно конструктор, в линии любой степени сложности. На конференции демонстрировались дупликаторы Duplo форматов A4 и A3, степлер-фальцовщик Duplo DBM 120, листо-подборочные машины Duplo DC10 mini, термоклеевая машина Duplo DB-200, а также электрические степлеры Rapid 106 и резак Ideal.

Организаторы конференции решили, что одной только демонстрации работы оборудования недостаточно для осознания его достоинств, и дали участникам возможность поработать и попробовать свои силы самим.

Дизайн | Полиграфия |
Сувениры | Спецпроекты



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

Руслан ОСТРОВСКИЙ

(Продолжение. Начало на с.1)

Через пару лет с ними начали происходить разные неприятности, вплоть до полного выхода из строя. А вот перейдя с двухкрасочной машины легкого класса на однокрасочный Heidelberg Speedmaster SM 52-1, мы повысили эффективность производства в четыре раза!

ГАРТ: Но на Speedmaster не очень-то попечатаешь визитки и бланки на «самокопирке»?

Р. О.: Конечно, для этого мы до сих пор и сохраняем одну из машин AB Dick. На ней можно делать визитки для тех корпоративных клиентов, которым мы просто не можем отказать. Но, честно говоря, мы для себя давно уже приняли решение бизнес по производству такой продукции закрыть.

ГАРТ: Почему?

Р. О.: Стали развивать производство полноцветной

рекламной продукции. В этом увидели перспективы и в этом направлении продолжаем развиваться до сих пор.

Правда, только высококачественной печатью в Москве уже мало кого можно удивить — типографий с хорошими машинами много.

ГАРТ: Что у Вас теперь из печатных машин?

Р. О.: Тот парк, к которому мы сегодня пришли, составляют немецкие машины, хотя я ничего плохого не хочу сказать про технику японских производителей — просто не имею опыта ее эксплуатации.

На сегодня у нас два малоформатных Heidelberg Speedmaster SM 52-1 и SM 52-4, четырехкрасочный Roland 204 и недавнее приобретение — пятикрасочный Speedmaster SM 102-5. Все машины — разного возраста, их необходимо «держат в форме», своевременно обновлять парк оборудования, поскольку машины

должны печатать, и печатать одинаково качественно.

Если заказчики начнут просить поставить какой-то заказ на конкретную машину из-за того, что она лучше печатает, то это приведет к неразберихе и обидам, станет причиной потери клиентов.

ГАРТ: Много отделочного оборудования?

Р. О.: Да, просто печатью много денег не заработаешь, а заплатит заказчик за послепечатную обработку — глядишь и печатные машины будут окупаться быстрее.

В частности, у нас есть две автоматических линии для навивки пружин, кашировальная машина, машина для производства папок-скоросшивателей, автоматическая линия для ламинирования продукции.

С покупкой большой печатной машины пришлось перейти к другим технологиям в послепечатной обработке. Раньше мы делали буклеты с помощью листоподборочной машины формата А3. Не быстро, но нас в то время это устраивало. Теперь купили новое оборудование совсем другого класса: ВШРА и машину бесшвейного скрепления Müller Martini, фальцевальные машины Stahl, промышленный ламинатор.

Есть свой полуформатный тигельный пресс для высечки, ведь всегда удобнее небольшие тиражи рекламной продукции делать у себя, чем везти куда-то.

У нас, кстати, есть и свое препресс-бюро. Правда, до последнего времени там было фотывыводное устройство формата А2, но сейчас мы покупаем большой фотонабор.

ГАРТ: И Вы покупаете только новое оборудование?

Р. О.: Мы стараемся не связываться со старой техникой. Это принципиальная позиция. В связи с тем, что продавать час работы той же печатной машины на нашем

рынке приходится по очень невысокой цене, окупить машину можно только при очень интенсивной загрузке.

Нам приходится работать с загрузкой, даже более высокой, чем принято, например, в Германии. Когда при такой загрузке возникает проблема с оборудованием, потерять можно тоже очень много. Вероятность проблем необходимо минимизировать, а бывшая в употреблении машина — это всегда элемент неопределенности. То есть, покупать надо новое современное оборудование с гарантией поставщика, имеющего здесь хорошую сервисную службу.

Правда, на российском рынке достаточно жесткая конкуренция. Если бы у нас за спиной не было стабильно работающей типографии, начинать новый проект с приобретением большой печатной машины и дополнительного отделочного оборудования, я полагаю, мы бы не стали. Когда есть оборудование, за которое уже никому не надо платить, когда оно имеет стабильную загрузку, приносит деньги, тогда можно начинать новые проекты.

ГАРТ: Теперь Вы стали уже вполне крупной типографией.

Р. О.: Да, у нас около 1,5 тыс. м² производственных площадей, работают более 170 сотрудников, но я считаю, что print space — еще не большая полиграфия. Если бы мы были владельцами какой-нибудь старой типографии с большим машинами, которые были бы фундаментом (или балластом) всего производства — вот тогда нас можно было бы назвать большой типографией. Кроме оборудования, которое может быть уже и совсем не новое, там работают опытные люди.

Для нас, например, люди — проблема. Мы их ищем. Приходится много работать, чтобы создать

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»

собственное производство с нуля.

Наша позиция такова: лучше покупать современную технику и иметь меньше сотрудников, но высокой квалификации и с достойной зарплатой. Если есть какая-то операция, которая делается вручную, и на ней работают пять человек, то выгоднее купить машину и оставить одного человека.

ГАРТ: Как с загрузкой в этом году?

Р. О.: Нормально, вот только лето отличается от прошлого тем, что заказов меньше. Возможно, у клиентов и так дела идут хорошо, рекламная продукция не требуется.

ГАРТ: Кто они, Ваши клиенты?

Р. О.: Появление все более профессиональной техники приводит к тому, что состав клиентов изменяется. Сторонники к нам просто не приходят. Клиенты в подавляющем большинстве — профессионалы.

Рекламные агентства, просто посредники, сотрудники отделов рекламы крупных компаний — специалисты, которые разбираются, какой тираж можно печатать листовым офсетом, а какой лучше на рулонной машине, и не будут по поводу абстрактной задачи устраивать тендер, морочить голову.

Много заказов у нас от коллег из других типографий, как на печать, так и на послепечатные работы. На ламинирование, например. Машина у нас стоит недавно, но уже сейчас загрузка составляет более 50%.

ГАРТ: Вы считаетесь дорогой типографией?

Р. О.: Видимо да, к сожалению. Мы изначально развивались как печатный салон и полностью уйти от этого пока не смогли. Все было как в печатном салоне: и организация производства, и ценообразование. Когда выходишь на новый уровень, необходимо иногда в корне

изменять все, в том числе и систему ценообразования. Оказывается, даже на дорогом оборудовании выгодно печатать по достаточно невысоким ценам.

ГАРТ: Неужели Вы хотите сказать, что цены надо снижать?

Р. О.: Да. Тогда профессиональные заказчики получают «честные» цены, а наши менеджеры перестанут задумываться, сколько накинуть на конкретный заказ...

Все упростится. Правда, останутся конечные клиенты, которым нужен дизайн и производство. Они должны получать более высокие цены на печать и все остальное. Для них у нас есть собственная дизайн-студия, которая решает задачи по подготовке оригинал-макетов, реализует довольно интересные проекты.

Репутация же дорогой типографии среди профессионалов — очень плохо. Ведь все самые интересные работы приносятся посредниками. Все относительно, конечно. Цены меняются, но когда я говорю об их снижении, то не имею в виду демпинг.

Сейчас, например, будем рассчитывать новые цены — к началу сезона. Это непростая процедура. Мы хотим печатать больше брошюр, и это тоже должно отражаться на ценах. Как вообще должны рассчитываться цены? С одной стороны, исходить нужно из стоимости часа работы машины, но не всегда получается продавать час по той цене, по которой хочется. Учет времени на приладку: сколько должно уходить? 40 минут? Час? Больше?

Но мы никогда не станем дешевой типографией, не сможем работать по слишком заниженным ценам на печать. Качество, которое требуется многим нашим клиентам, нельзя получить просто «повесив» формы и начав печать.

Наши серьезные заказчики приезжают на приладку и тут можно потратить и два

часа и больше, чтобы обеспечить необходимое им качество. Ведь у наших строгих

заказчиков, в свою очередь, тоже строгие заказчики.

Однокрасочный AB Dick. С таких машин и начиналась в 1993 г. типография print space



Печатный цех print space сегодня



реальна только бумага



sappi

magno star
magno satin



115201, РОССИЯ, Москва, 2-й Варшавский проезд, 6
тел. (095) 232 2610, факс (095) 232 2602

www.bereg.net



191040, РОССИЯ, С.-Петербург,
Лиговский пр. 43/45, литер "Б"
тел. (812) 329 9191, факс (812) 329 9199
информация в Internet: <http://www.bereg.net>



Ахмед ГОРНИК
Koehler
Директор по продажам

ГАРТ: Господин Горник, расскажите, пожалуйста, о Вашей компании.

А. Г.: Сейчас группа предприятий Koehler занимает одну из лидирующих позиций на рынке бумаг специального назначения, но когда-то, три века назад, это было небольшое семейное предприятие. В начале 17-го столетия в средней части Шварцвальда работало несколько бумажных мельниц.

Одну из них и приобрел предприниматель Отто Кёлер. Сегодня компанией руководят его потомки в седьмом поколении.

ГАРТ: Сколько фабрик принадлежит Koehler в данный момент?

А. Г.: Пять производств в разных городах Германии. Особое значение имеет г. Кель, где на одной площадке находятся три крупные фабрики по производству самокопирующей, декоративной и термобумаги.

ГАРТ: Какое из направлений сегодня наиболее сильное?

А. Г.: Наверное, самой известной на сегодняшний день является самокопирующая бумага «Реакто». Производство этого материала началось еще в 60-х гг. Сегодня Koehler входит в тройку крупнейших производителей самокопирующих бумаг в Европе и может предложить широкий ассортимент ролевой и форматной самокопирующей бумаги разных

цветовых оттенков и плотностей для различных областей применения.

ГАРТ: А что еще выпускает Koehler?

А. Г.: На фабриках Koehler выпускается также термобумага, весь ассортимент которой основан на наших собственных разработках. В 1996 г. на заводе в Келе была запущена в эксплуатацию машина для нанесения специального покрытия, которая на сегодняшний день является крупнейшей из машин такого класса. Еще одна суперсовременная линия, введенная в строй в начале 2002 г., позволит нам расширить это направление и занять одну из лидирующих позиций в мире по термобумагам. На наших фабриках выпускается и множество сортов полиграфических бумаг, а также декоративная бумага для мебельной промышленности.

ГАРТ: Чем отличается ваше производство от других бумажных фабрик?

А. Г.: Бумаги специального назначения, которые являются основным направлением нашей деятельности, требуют работы в тесном контакте с заказчиком и мы уделяем этому серьезное внимание.

Производство уникально, поскольку вся бумага изготавливается в соответствии с индивидуальными запросами клиентов. На фабриках постоянно ведутся исследования материалов, испытываются и внедряются новые сорта. Кроме того, для клиентов очень важно, чтобы поставки были бесперебойными. На этих двух моментах и основана философия всех предприятий, входящих в группу Koehler.

ГАРТ: Высока ли конкуренция на рынке самокопирующих бумаг?

А. Г.: Она довольно жесткая, но у Koehler хорошие позиции. Об этом свидетельствует и то, что нам принадлежит более половины российского рынка.

Мы работаем здесь уже 10 лет. Само решение о торговле в России было довольно авантюрным, поскольку десять лет назад это был еще совсем дикий рынок. Однако мы не жалеем о принятом решении, поскольку считаем, что эта страна перспективна. Мы изучали ситуацию в Венгрии и Польше и считали, что в России рынок будет развиваться аналогичным образом. Однако выяснилось, что здесь все происходит не такими быстрыми темпами. Например, население Венгрии соизмеримо с населением одной только Москвы, однако там потребляется больше самокопирующей бумаги, чем в целом по России. Если говорить об объемах, то в Россию мы продаем сейчас около 2,5 тыс. т, в то время как в Польшу — 35 тыс. т.

Однако продажи в России имеют ярко выраженную положительную динамику, поэтому российский рынок для нас — приоритетный, в нем чувствуется большой потенциал. Сегодня Россия потребляет около 3% самокопирующей бумаги в Восточной Европе. Это очень мало, но годовой рост в Восточной Европе составляет 10%, а в России — около 20%. Таким образом, в 2006 г. ее доля может возрасти уже до 12–14%.

ГАРТ: Как построена система продаж ваших бумаг?

А. Г.: Мы торгуем через представительство в Москве и очень довольны его работой. В ближайших планах — налаживание новых контактов: напрямую с типографиями, реселлерами, фирмами, которые могут оказывать клиентам услуги по нарезке рулонов.

Важно понимать, что мы не просто продавцы: продавая бумагу, интересуемся, как идут дела, считаемся с пожеланиями заказчика. Мы убеждены, что партнерам надо помогать.

ДЕСЯТЬ ЛЕТ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ



Koehler

Мы приглашаем
к сотрудничеству
типографии
и бумажных
ОПТОВИКОВ

Термобумаги • самокопирующая бумага «реакто» • полиграфические «супервайс» и «мрамор» • картон для игровых карт
Новые продукты:
бумага для струйных плоттеров • бумага пониженной плотности • цветные картонки

Представительство в
Москве: «Целлштофф
унд Папир ГМБХ»
117607, Москва,
Мичуринский пр-т, 49а
Тел. (095) 231 44 64
Факс 231 44 65



Бумажный эксперимент

ГАРТ издается уже не первый год, и бумагу для его производства обычно предоставляют рекламодатели. Один из них, фирма «Комус», сейчас выводит на рынок новую шведскую мелованную бумагу «Арктик». В связи с этим, представители «Комус» обратились к редакции с просьбой: отпечатать несколько номеров наших изданий на новом материале и рассказать, что получилось из этой затеи.

О результатах судить читателям, мы же можем сказать, что не без опасений обратились к ИПК ИТАР-ТАСС, где печатается ГАРТ, с предложением попробовать новую для них бумагу. Серьезные типографии с неохотой идут на эксперименты с неизвестными расходными материалами. Однако нам не отказали, и один номер ГАРТ digital, а также два номера ГАРТ, один из которых Вы держите в руках, напечатаны на бумаге «Арктик». Нас результат вполне устроил, но мы решили дать слово представителю типографии и поставщику бумаги.



ПРИЛАДКА НЕ ЗАНЯЛА МНОГО ВРЕМЕНИ



ИДЕТ ПЕЧАТЬ ТИРАЖА



ВЛАЖНОСТЬ В ЦЕХУ ВСЕГДА В НОРМЕ



Евгений КОЗЛОВ

Типография ИПК ИТАР-ТАСС
Начальник производства

Откровенно говоря, нам нередко приходится печатать на материалах, предоставленных заказчиком. Часто при печати бумага начинает «пылить», с нее «сыплются марашки» или возникают другие проблемы. Необходимо останавливать машину для смывки офсетной резины.

Я полагал, что предложенный материал «Арктик» поведет себя точно так же, но этого не случилось. Весь тираж, а это 5 тыс. экз., был отпечатан без проблем.



Алексей ГОРОДКОВ

«Комус»
Менеджер по продажам

Это далеко не первый для нас тираж на мелованной бумаге «Арктик». Мы уже имеем хорошие отзывы об этой бумаге от многих известных типографий. Причем, не только о матовой, но и о глянцевой.

«Арктик» весьма уверенно входит на рынок благодаря своей высокой пухлости, непрозрачности и жесткости. Другие характеристики также на достойном уровне, поэтому мы уверены в успешном будущем «Арктика» в типографиях России.

Компания "ПринтКо"

КАШИРОВАНИЕ И ВЫСЕЧКА

Высекальное оборудование

Yawa PYQ 107 C **Yawa PYQ 401 A**

максимальный формат вышки: 1000x710 мм максимальный формат вышки: 640x470 мм
максимальное усилие вырубки: 120 тонн максимальное усилие вырубки: 60 тонн

Автоматическая кашировальная установка Lamina 1110 FA 800/500

максимальный формат листа: 1100x1050 мм
плотность верхнего лайнера: от 130 г/м²
толщина нижнего листа: до 10 мм

Изготовление упаковки и PDS-материалов

высокая точность совмещения
двухстороннее каширование
вырубка готовой продукции
параллельный картон
микрофракцион

lamina SYSTEMS

Коммерческие представители:
Издательско-полиграфический комплекс ИТАР-ТАСС
283.80.15 / 283.83.12 / 283.81.13
282.31.56 / 282.13.21
E-mail: press@printoffice.ru

Полиграфический комплекс "Вереск"
284.16.17 / 284.16.34
E-mail: veresk-print@mts-net.ru

Не надо торопиться с выводами

Мы снова получили результаты нескольких исследований рынка. Хотелось бы, чтобы наши читатели не воспринимали их совсем уж всерьез, ведь речь все-таки идет об американском и европейском рынках. Кроме того, вряд ли сами исследователи всегда могут правильно оценить все необходимые параметры.

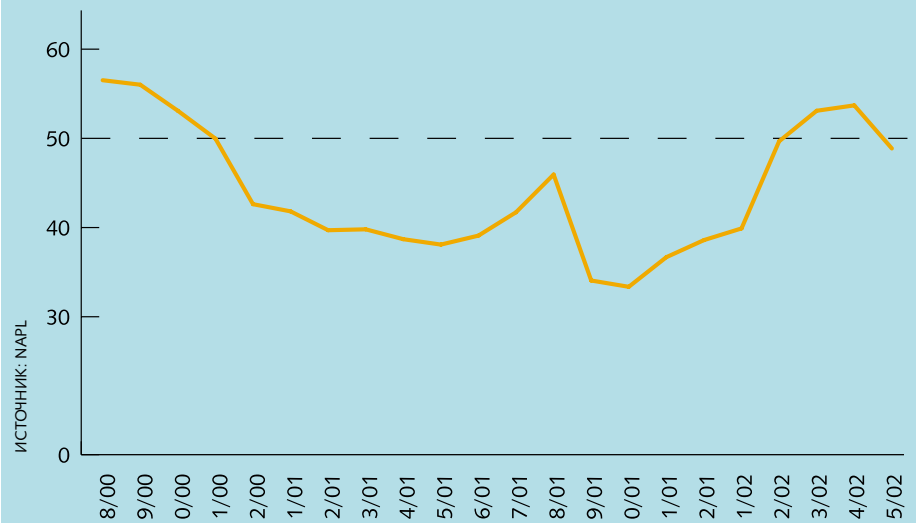
Например, в ГАРТ 3-02 мы приводили информацию о том, как чувствует себя полиграфия США. Ассоциация NAPL (National Association for Printing Leadership) в марте сообщила, что полиграфия вышла из кризиса. Сегодня эта же организация говорит, что этот выход затянулся, и публикует все более низкие значения своего индекса. Видимо, поторопились с выводами.

Мы не раз говорили, что статус типографий на Западе меняется: они берут на себя все больше задач, которые необходимо решать их клиентам. Та же самая ассоциация NAPL не отрицает, что роль типографий в будущем изменится, и что им уже сегодня необходимо диверсифицироваться. «Но диверсификация должна выполняться так, чтобы новые направления бизнеса были для типографии прибыльными», — предупреждает вице-президент NAPL Эндрю Папароци. Следовательно, в каждой типографии должна быть финансовая служба и отдел стратегического планирования. Кроме того, необходимо уделять самое серьезное внимание маркетингу, который должен быть агрессивным и целевым. Но не менее важной задачей считается обучение и более эффективное использование работающих в типографии специалистов. Наконец, ни в коем случае нельзя уделять меньше внимания основному бизнесу — печати.

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ

Обсудим?
www.kursiv.ru/GART

Индекс PBI (Printing Business Index)



Еще одно исследование. Были опрошены руководители сорока американских офсетных типографий. Тема опроса «Ваша типография в 2020 г.» Восемнадцать лет — очень большой срок для того, чтобы делать прогнозы. Тем не менее, более четверти опрошенных планируют, что около 30% дохода в 2020 г. типография будет получать от услуг цифровой печати. Еще 20% ответивших предполагают, что эта доля будет около 50%. Средний тираж, по мнению большинства, составит 5 тыс. экз., хотя более 20% опрошенных полагают, что он не превысит 1 тыс. Подавляющее большинство — 86,1% — считают, что никакие электронные системы продаж не смогут заменить на стоящих менеджеров.

Ставшая достоянием общественности плохая новость дает тем не менее представление о крупнейшей в западном полушарии типографии. Авария, случившаяся в июле в типографии Quad/Graphics штата Висконсин, привела к тому, что на складе готовой продукции произошел пожар. Сгорела и обрушилась часть введенного в эксплуатацию несколько месяцев назад автоматизированного 10-этажного склада. Погиб один человек. Сгорело и было повреждено около 30 тыс. палет с находившейся в производстве продукцией. Типографии 17 лет, в ней работают около 1800 человек, а общая площадь производственных помещений составляет 200 тыс. м².

Фирма Vantage Strategic Marketing (VSM), занимающаяся исследованиями мирового полиграфического рынка, опубликовала результаты работы под названием «Технологии Direct-to-

2001–2006 гг.» В соответствии с ними, доля СТР в общем объеме потребляемых в мире пластин составила в 2001 г. 18%. По оценкам VSM, в 2006 г. эта доля превысит 40%.

По сообщениям других источников, фирмы-производители пластин наращивают свои мощности. В частности, компания Kodak Polychrome Graphics объявила о начале строительства завода по производству различных пластин для СТР в Китае, недалеко от Пекина. Открытие завода запланировано на середину 2003 г.

По данным VSM, объем продаж фотовыводных устройств на мировом рынке упал в 2001 г. по сравнению с 2000 г. на 30%. Причем, в Северной Америке на 44%, а в Западной Европе — на 26%.

К концу 2001 г. во всем мире было установлено около 10 тыс. устройств СТР, хотя, конечно, это намного меньше, чем 68 тыс. фотовыводных устройств. По типам пластин лидируют «термические» СТР, доля которых составляет 56%. Но предполагается, что СТР с фиолетовым лазером могут достаточно быстро догнать и обогнать «термические».

Кстати, по информации фирмы AGFA, всего за шесть месяцев с начала поставок было продано 150 единиц устройств СТР Palladio. Это полностью автоматизированная система с фиолетовым лазером для экспонирования полуформатных пластин, предназначенная для небольших и средних типографий, и успех ее продаж лишний раз подтверждают уверенный рост рынка.

Интересно, когда в России дела у СТР пойдут лучше?

Печатные машины нового поколения.

Рынок полиграфического оборудования постоянно растет и обновляется. Перед каждым предприятием, шагающим в ногу со временем, встает необходимость обновления и расширения парка полиграфического оборудования. А за последнее время наметилась возрастающая тенденция к увеличению рынка книжно-журнальной продукции. Но, то оборудование и те технологии, которыми оснащены в настоящий момент типографии, не позволяют брать заказы на выпуск книжно-журнальной продукции высокого качества. Одно из слабых мест типографий - устаревшее оборудование. Таким образом, основными проблемами, стоящими перед полиграфическими предприятиями в современных условиях, является несоответствие потенциала полиграфических предприятий потребностям рынка печатной продукции.

Выходя на качественно новый уровень производства, ОАО "КПЦ Полиграфмаш" представляет свою новую разработку - рулонные офсетные печатные машины для производства высококачественной книжно-журнальной продукции серийного ряда PREMIUM.

PREMIUM - печатная машина, в которой нашли отражение и самые передовые достижения науки и техники, и традиционно надежные, проверенные временем решения.

Главный и вспомогательный приводы осуществляются асинхронными двигателями с частотным преобразователем фирмы SEW EURODRIVE.

Включение натиска, отставка/приставка накатных валиков красочного и увлажняющего аппарата и другие технологические операции осуществляются с помощью высоконадежной гидравлической системы.

Распределенная система управления осуществляется на базе программируемых контроллеров фирмы LG.

Технологические и технические возможности в построении красочного и увлажняющего аппаратов поцвётной печати. Печатные секции сконструированы, чтобы обеспечить удобную эксплуатацию, легкое обслуживание и высокое качество печати. Штифтование печатной формы на формном цилиндре.

Печатные машины PREMIUM снабжены блокирующими устройствами, обеспечивающими точное позиционирование. Печать осуществляется с помощью целым комплексом автоматических и контрольно-обеспечивающих: строгое соблюдение технологического режима работы, безопасность в обслуживании. По желанию заказчика машины могут комплектоваться:

- * дистанционным пультом управления;
- * газовым сушильным устройством;
- * автоматической системой смывки красочных аппаратов;
- * охлаждающей секцией;
- * силиконовым аппаратом;
- * дистанционной системой управления зонной подачи красок (собственного производства или производства фирмы BST)
- * системой автоматического контроля приводов красок и полотна BST;
- * системой подготовки увлажняющего раствора Baldwin;
- * автоматической системой смывки офсетных полотен.

Отличительной чертой машин данной серии являются: высокая надежность, долговечность, простота конструкции. Мы открыты к взаимовыгодному сотрудничеству, готовы рассмотреть предложения и пожелания наших давних и новых потребителей!

Россия, Ярославская обл., 152900, г. Рыбинск, Луговая, 7
Тел./факс: (0855) 263 203, 267 722, 264 798
E-mail: marketing@polygrafmash.ru

Начальник службы маркетинга С.Ю. Лебедев.



ПОЛИГРАФМАШ
КОНСТРУКТОРСКО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ЦЕНТР

Основные технические характеристики Premium.

Формат машины по бумаге, мм	Premium 750	Premium 840	Точность совмещения красок, мм	0,1
максимальный	750x916	840x1092	Приводка формного цилиндра, мм	+ 3
минимальный	600x916	700x1092	окружная осевая	+ 3
Масса 1 ² применяемых бумаг, г	45...100		Толщина офсетной формы, мм	0,03+ 0,02
Ширина рулона, мм	600,700,750	700,750,840	Насыщенность оттисков иллюстрациями	до 60%
Максимальный диаметр рулона, мм	1000		Линиатура раstra, лп/см	до 80
Длина листа, отрубаемого в фальцаппарате	458	546	Равномерность наката красочного слоя	0,05-0,1Белл
Виды фальцовки, доли листа	1/8, 1/16, 1/32		Стабильность наката красочного слоя	0,12
Красочность продукции	от 1+1 до 4+4		Растягивание для оттисков выборки не должно превышать (по контрольной шкале)	15%
Максимальная скорость машины, оттисков/ч, при исп. газ. сушке	до 36000		Точность рубки, мм	+ 1,5
	до 50000		Точность фальцевания тетрадей на сгибе	+ 1,5

Hot Line сбыт
(095) 742 45 55

Packaging & Label
Решения от Heidelberg

PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

Новый Speedmaster CD 74

Благодаря наивысшей автоматизации и увеличенному формату листа – 60x74 – см производительность

специально разработан

Speedmaster CD 74 немногим меньше, чем у печатных машин формата A1. При этом стоимость часа работы

для производства упаковки

Speedmaster CD 74 на 50% ниже! С новым Speedmaster CD 74 становится рентабельным производство даже

и этикетки в формате A2

малых тиражей высококачественной упаковки на любых материалах: от тонких бумаг до картона 0,8 мм.