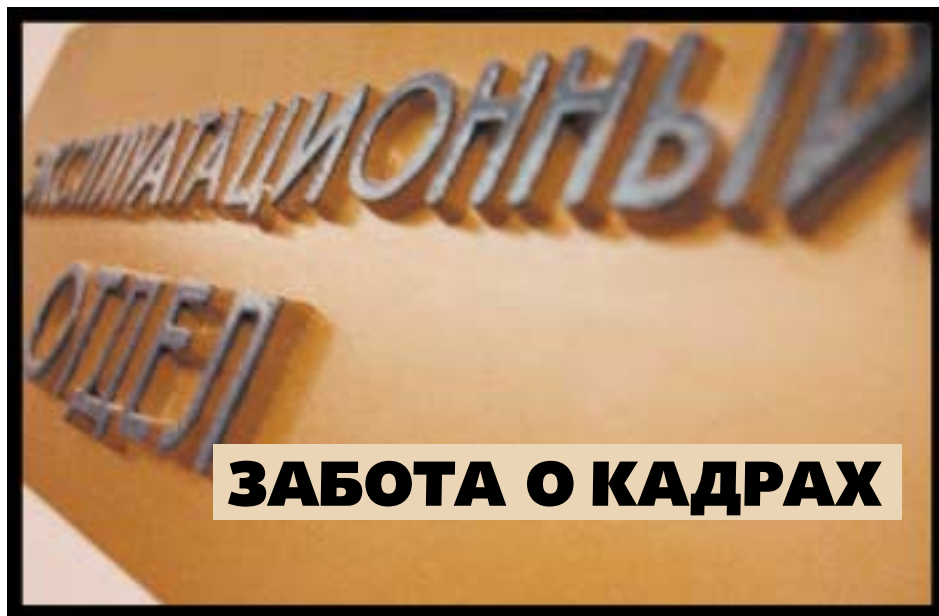


ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 11(41) | НОЯБРЬ 2003

Хрустальные
марзаны
вручены

с. 8



В НОМЕРЕ:

В ТИПОГРАФИЮ ТРЕБУЕТСЯ РЕПЕТИТОР	3
ХРУСТАЛЬНЫЙ МАРЗАН	8
DRUPA 2004	14
ЗАКОНЫ БИЗНЕСА	16
РЫНОК ПЛАСТИН	18
РАЦИОНАЛЬНОЕ ПИТАНИЕ	22

На данном этапе развития полиграфических технологий надо больше внимания уделить переподготовке кадров

А. Романов (с. 3)

Чтобы целенаправленно развивать молодежь и не позволять застаиваться преподавателям, что-то делать нужно

А. Цыганенко (с. 5)

В государственной системе образования накоплен огромный опыт, и нельзя допустить, чтобы он пропал даром

В. Кузьмин (с. 6)



**Александр
Максимович
ЦЫГАНЕНКО**
Московский
государственный
университет печати
Ректор

ГАРТ: Александр Максимович, мы беседуем с полиграфистами на разные темы, но очень часто разговор переходит на актуальную для всех проблему кадров. Мы решили посвятить ей отдельный номер и выяснить, что же все-таки происходит с подготовкой специалистов для полиграфии и почему их не хватает?

А. Ц.: Подготовка идет, хотя, конечно, сегодня в сфере полиграфического образования все не так хорошо, как хотелось бы.

Проблем здесь достаточно много, и источником большинства из них является недостаток средств. Количественный выпуск специалистов должен напоминать пирамиду, в основании которой находятся рабочие профессии: печатники, операторы и т. д. В первую очередь, их и не хватает.

(Продолжение на с. 4)



**Борис
Александрович
КУЗЬМИН**
Межрегиональная
ассоциация
полиграфистов
Президент

ГАРТ: Борис Александрович, поделитесь своими соображениями о проблеме кадров в полиграфии.

Б. К.: Проблема эта существует уже давно и неоднократно обсуждалась на разных уровнях, но почему-то только в одном аспекте «МГУП и отрасль». А ведь вуз никогда не ставил перед собой задачу выпустить готовых специалистов! В зависимости от интересов, студентам давалась введение в специальность, а дальше обучение закреплялось практикой на производстве. Был также институт молодых специалистов, который защищал выпускников вузов юридически и создавал определенные условия для того, чтобы человек мог продолжить специализацию. А в дальнейшем предполагалось еще и повышение квалификации. Сегодня же все хотят получить готовые кадры.

(Продолжение на с. 6)

САМАЯ БЕЛАЯ БУМАГА



UPM finesse 700
мелованная глянцевая

UPM finesse 300
мелованная матовая

UPM finesse 220
чистоцеллюлозная
книжно-журнальная матовая

UPM

finesse

47x62	62x94
47x65	64x90
50x70	70x100
52x74	72x104

и др. форматы



ПОСТАВЩИК

Комус
П С Б К

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:** 28.11.2003

Отпечатано в типографии «Август Борг»

Москва, ул. Верхняя Первомайская,
д. 47, корп. 11

Телефон: (095) 965 0319, 965 0320

Заказ № 4697

Печать офсетная. Тираж 5000 экз.

© Издательство «Курсив», 2003

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



В ТИПОГРАФИЮ ТРЕБУЕТСЯ РЕПЕТИТОР

Мне кажется, что раскрыть заданную тему в этом номере не удалось. Не удалось в том смысле, что мы не предложили читателям рецепт поиска специалистов для полиграфии.

Обращаться в кадровое агентство — можно. Вопрос в том, сколько времени оно будет искать специалиста, который вас устроит. Можно обратиться и в МГУП, но пока студент учится, у него не очень много времени для полноценной работы, а когда он заканчивает университет, то за шлагбаумом его уже ждут представители военкомата. Остается искать специалистов в соседних типографиях, но они могут легко убежать и от вас при первом удобном случае.

Так что если воровство у соседей претит, рота молодых специалистов покинула типографию строевым шагом, а агентство только разводит руками, ничего не остается, как готовить кадры самостоятельно. От этого никуда не деться. Здесь есть риск, но его можно свести к минимуму.

Вообще, мне кажется, на данном этапе развития полиграфических технологий, когда они становятся все более автоматизированными и компьютеризированными, надо больше внимания уделить переподготовке кадров. Набирать выпускников обыкновенных инженерных вузов и учить их, скажем, полгода, без отрыва от производства. Оператор фотовыводного устройства может и не знать наизусть формул для пересчета цвета из одних координат в другие. Этих формул может не знать и специалист по обработке изображений. Ведь есть Photoshop, который знает все. Но для того чтобы грамотно использовать возможности того же Photoshop, специалисту нужен опыт. Причем учиться он должен не методом проб и ошибок! Должен быть опытный наставник, который грамотно объяснит, в чем заключается ошибка, почему она возникла и как ее исправить. Естественно, «прикладная» поли-

графия не должна служить заменой фундаментальной полиграфической науке, но и перевес в обратную сторону до добра не доводит.

Поговорим теперь о прошедшей выставке «ПолиграфИнтер». Она еще раз подтвердила, насколько важен российский рынок для зарубежных производителей оборудования и расходных материалов. Поставщики оборудования продемонстрировали некоторые новинки, которые европейские специалисты увидят только на выставке drupa в мае 2004 г. в любимом русскими Дюссельдорфе. Посетителей было очень много, а это значит, что интерес к полиграфии не пропал, как могло показаться после посещения других выставок схожей тематики. «ПолиграфИнтер» снова доказал свое право считаться самой главной и самой успешной полиграфической экспозицией года.

В этом номере мы опять возвращаемся к теме СТР и приводим интервью с представителями всех четырех крупнейших производителей пластин. А статистику публикуем финскую, потому что в России тоже будет так. Через некоторое время.

Андрей Романов,
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ ГАРТ

ДЕКАБРЬ 2003:
БУМАГА

ЯНВАРЬ 2004:
ЗАКАЗЧИКИ
ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ
ПРОДУКЦИИ

ФЕВРАЛЬ 2004:
ТЕХНОЛОГИИ СТР

МАРТ 2004:
ЭТИКЕТКА

AUGUSTBERG

Спуск полос, вывод фотоформ
и печать: типография
«Август Борг»



Бумага мелованная матовая
UPM Finesse 300 Silk плотностью
130 г/м² предоставлена фирмой
«Комус»



Конверты для рассылки
предоставлены фирмой «Берег»

Александр Максимович ЦЫГАНЕНКО

(Продолжение. Начало на с.1)

Такие профессии должны давать ПТУ, а их технологическая база, к сожалению, находится в плачевном состоянии. Даже в училищах СПб стоят линотипы и машины высокой печати. Только Москва немного по-другому смотрится.

Мы же занимаемся подготовкой специалистов с высшим образованием в различных областях полиграфии и издательского дела. Каждый год к нам приходит свыше 1200 первокурсников. Это не меньше, чем во всех восьми полиграфических колледжах. Мы не снизили прием по сравнению с советским периодом.

Иногда нас обвиняют в том, что мы готовим кадры недостаточно хорошо или не в том количестве. Но мы же не можем выпускать одновременно рабочих, техников и инженеров для всех регионов России. Конечно, мы понимаем, что у нас еще много нерешенных проблем, и прислушиваемся к советам.

ГАРТ: Давайте поговорим о кадрах, которые выпускает МГУП.

А. Ц.: Сегодня мы готовим специалистов по 14 направлениям. Еще 10 лет назад их было восемь. Экономисты, дизайнеры, бухгалтеры и технологи — это традиционные специальности, которые были у нас всегда, с 30-го года. В последние годы появились новые, связанные с информатизацией и автоматизацией в области упаковки, в следующем году мы открываем прием на специальности «Материаловедение» и «Управление качеством».

Ведем подготовительную работу по открытию еще одной специальности — «Логистики», ведь сегодня на предприятии материально-техническое снабжение должно обеспечиваться грамотными специалистами. Думаем также заняться подготовкой мастеров и преподавателей для профтехобразования. Такой специальности в номенклатуре пока нет, но мы пытаемся смотреть вперед.

Кроме того, мы стараемся, чтобы обучение стало доступным даже для тех, у кого нет возможности приезжать на учебу в наш университет. Например, ранее прямо на предприятии учились специалисты «Московской правды», а сейчас — Чеховского полиграфкомбината. Наши преподаватели выезжают к ним на производство. Появилось у нас и дистанционное обучение через Интернет.

Еще одна задумка, которая пока находится в стадии проработки — откры-

тие специальности в области информационных технологий в медиаиндустрии. Мы не планируем идти в область телевидения и радиовещания, но цифровая обработка информации для последующего вывода на разные носители (включая бумагу), передача по каналам — это наша сфера.

Ну а «хребет» нашего заведения — это, конечно, специальность «Технология полиграфического производства».

ГАРТ: А кем становится выпускник по этой специальности? Не может же он сразу стать технологом цеха офсетной печати в крупной типографии?

А. Ц.: Понимаете, мы готовим не grossмейстеров, а разрядников. В grossмейстеры потом вырастают лишь некоторые из них. Но это везде так, не только в полиграфии.

Технолог — это универсальная специальность. Для начала он может, например, поработать на приеме заказов, а потом перейти на производство. Как показывает практика, со временем многие из таких специалистов вырастают до уровня руководителей.

ГАРТ: Выпускники пользуются спросом?

А. Ц.: Да, почти 100% из них идут на производство. Если человек хочет что-то получить в жизни, чего-то добиться, то он, как правило, трудоустраивается. С третьего года обучения студенты уже стараются совмещать работу с учебой.

Мне кажется, что практическая подготовка, которая идет параллельно обучению, очень полезна. Благодаря ей у студентов появляется интерес к определенным дисциплинам. Кто-то старается более глубоко изучать область допечатных процессов, кого-то интересует печать. А это очень хорошо!

ГАРТ: Но типографиям нужны, в первую очередь, специалисты среднего звена, а зачастую получается, что ваши выпускники работают печатниками.

А. Ц.: Да, и это объяснимо — там сразу появляется практический опыт и предлагают хорошую зарплату. А вот хорошими технологами становятся не сразу.

Я считаю, что процесс освоения рабочих специальностей бесполезен. Мы стараемся обучить студентов хотя бы их азам, однако это не всегда удается, потому что на практике такие навыки усваиваются значительно легче и быстрее. Возможно, если бы к нам поступало больше выпускников профтехучилищ, то нам было бы легче готовить кадры, и они были бы более профессиональными.

ГАРТ: А кстати, как у вас самих с кадрами?

А. Ц.: Пожалуй, пополнение преподавательского состава — наше самое большое место. Оплата труда преподавателя сегодня находится на уровне выпускника вуза. С производства для работы в университете мы никого не можем взять. Молодежь в стенах вуза долго не задерживается. Даже оставшиеся в аспирантуре не всегда готовы к тому, чтобы двигаться дальше. А ведь учебный процесс не может строиться без науки. Необходимо выстроить такую цепочку кадров, которые могли бы овладеть новейшими достижениями техники и передать их студентам. Преподаватели большей частью имеют солидный возраст. С учебными мастерами и лаборантами тоже сложности — на этих должностях, как правило, работают студенты, а как только получают диплом, сразу уходят, потому что слишком мала зарплата. Это, пожалуй, самая главная проблема. Как ее решить, я, например, не знаю.

ГАРТ: Видимо, деньгами?

А. Ц.: Но это приличные деньги! У нас порядка тысячи работающих — преподавателей, сотрудников. Чтобы платить им достойную зарплату, необходимо миллионы долларов в год.

ГАРТ: А крупнейшие зарубежные производители оборудования не помогают?

А. Ц.: Помогают, и мы очень благодарны им за это. Без них пришлось бы совсем трудно. Но забота о кадрах — не немецкая, а российская, поэтому надеяться надо, в первую очередь, на себя.

ГАРТ: Видимо, в России найдется около ста типографий, готовых помочь...

А. Ц.: Даже если они и помогут, то сумма будет не очень большой, так как оснащение учебного процесса дорого. А потом, наше законодательство мало способствует тому, чтобы такая помощь шла. Спонсор ты или нет, а налоги остаются все теми же. На Западе же с той помощи, которая оказывается учебным заведениям, налоги не берут.

ГАРТ: А как с учебной литературой?

А. Ц.: Последние учебники выпущены издательством «Книга». Теперь его нет, и литературу по полиграфии и издательскому делу никто не выпускает. Приходится заниматься этим самим. Совсем недавно вышла из печати «Энциклопедия по печатным средствам массовой информации» Г. Киппхана. Работая над переводом этой книги на русский язык, мы столкнулись с большими проблемами, потому что материал очень объемный и разноплановый. Пришлось навалиться «всем миром», поэтому труд в нее вложен

немалый. Но результат, я думаю, того стоит.

ГАРТ: Это очень хорошая энциклопедия, но не учебник.

А. Ц.: Здесь можно выделить несколько моментов. Во-первых, у нас есть курс «Введение в полиграфию», и эта книга — как раз для такого курса. Во-вторых, не всегда между отдельными дисциплинами прослеживается четкая связь, а эта книга дает видение всех процессов, включая экономику, в комплексе. Имея общие представления, легче осваивать дальнейший материал.

Мы выпускаем учебники, пособия, практикумы — порядка 2 тыс. учебно-издательских листов в год. Есть книги по печатным машинам, технологии, электронным изданиям, программным средствам. Сейчас в стадии подготовки находится, например, учебник по формным процессам. Издаем литературу и для себя, и для коллег из других учебных заведений. Так что не подумайте, что мы сидим, сложа руки.

ГАРТ: Ну а какие планы на будущее?

А. Ц.: Россия вступила в Болонский процесс, а он подразумевает двухступенчатую систему обучения: четыре года — на бакалавра, потом защита квалификационной работы и еще два года

обучения до получения степени магистра. Это требует серьезной подготовки. Здесь важно не выплеснуть с водой ребенка, ведь за рубежом за четыре года человек становится специалистом, а у нас еще нет. Как мы возьмемся в это со своей традиционной системой — большой вопрос.

Кроме того, в России, судя по всему, скоро начнется деление учебных заведений на ведущие и просто вузы. Естественно, они будут по-разному финансироваться. И здесь нам надо сохранить те позиции, которые, по моему, мы в последние годы завоевали. Например, в прошлом году конкурс у нас на дневном отделении был в среднем 10,5 человек на место. Это не только свидетельство развития полиграфии, но и заслуга Университета печати.

Очень важно возродить науку. Вопрос, как? У нас есть аспирантура по четырем направлениям: техника и технология полиграфии, экономика, книговедение и издательское дело, автоматизация. Есть еще две специальности, которые мы ввели для того, чтобы фундаментализировать полиграфическую составляющую науки — физическая химия и полупроводники. По-

чему полупроводники, думаю, понятно — это электрофотография, светодиоды и т. д. Ну а физическая химия — фундаментальная основа и материалов, и многого другого. Принимаем в аспирантуру порядка 40 человек в год.

Исследовать традиционные процессы, создавать новые материалы или краски можно и сегодня, но мне кажется, надо идти в направлении цифровых технологий, как это делается на Западе. Конечно, там мощнейшие научные коллективы, и в науку вкладываются огромные деньги. Но все равно, нельзя опускать руки. У физического института Академии наук есть прекрасные патенты. Мы планируем создать с ними некий союз. Есть научно-исследовательский институт цифровой печати, открытый год назад — мы там соучредители. Вот вам хороший пример.

Это же касается и материалов. Не все же мы должны ввозить, есть смысл пытаться что-то делать самим. Я не говорю, что мы будем соревноваться с западными компаниями, но чтобы целенаправленно развивать молодежь и не позволять застаиваться преподавателям, что-то делать нужно.

Blumer

Atlas — непревзойденная точность высечки

- Разделение пачек и обандероливание MaxiPack
- Технология высечки с противоштампом
- Модульная концепция
- Устройство загрузки полос
- Устройство поперечной резки полос
- Подключение к резальной машине on-line



Atlas D-18.M

Atlas 110

Atlas 115

Atlas 120

Atlas 125

Atlas 140

Atlas 200

HGS
GROUP

www.hgs.ru

Москва 117292 ул. Дмитрия Ульянова, д. 6
тел.: (095) 737 6270, факс: (095) 125 2240

В СЛОВАРЬ ПОЛИГРАФИСТУ

MaxiPack. Дает возможность формировать и обандероливать пачки толщиной до 49 см (около 5000 этикеток). На современных этикетировочных линиях скорость достигает 60 тыс. бутылок/час. Для таких линий требуются пачки не по 1000 или 1250 этикеток, а гораздо больше.

Борис Александрович КУЗЬМИН

(Продолжение. Начало на с.1)

Молодые специалисты никому не нужны. Это то, что касается высшего образования.

ГАРТ: А что со среднеспециальным образованием?

Б. К.: Разрушена система перехода от подготовки рабочих кадров к специалистам среднего и высшего звена, а ведь любая типография начинается с высококвалифицированных рабочих, в первую очередь, печатников. Раньше, когда на вооружении типографий было однотипное оборудование, а учебные заведения имели необходимую материальную базу, подготовка универсальных печатников сложностей не вызвала.

Современная же техника требует совсем другой системы обучения. Она развивается очень высокими темпами, и научить обращению с ней в тех же лицах не могут — не позволяет ни материальная база, ни уровень преподавательского состава. В настоящее время готовить печатников заново гораздо легче, чем переучивать тех, кто печатал, например, на машинах «Планета» — их ставят на современную машину, а они по привычке начинают «учить» ее печатать. И это не просто отдельное мнение, это уже тенденция. К такому выводу приходит любое предприятие, проводящее перевооружение.

Более того, считается, что печатник, поработавший на машинах фирмы «МАН Роланд», не может работать на машине фирмы «Гейдельберг» и наоборот. Поэтому задача подготовки печатников ложится на плечи поставщиков оборудования.

Думаю, при соответствующей реорганизации лицеи могли бы готовить высококвалифицированные кадры с опытом эксплуатации современной техники. Но это сложный вопрос, и проблема поддержки среднего профессионального образования в целом по стране. Без государственного реше-

ния с места ее сдвинуть нельзя, так же, как продолжает оставаться открытым вопрос с высшим образованием. Однако я считаю, что в государственной системе образования накоплен огромный опыт, и нельзя допустить, чтобы он пропал даром. Его можно эффективно использовать и сегодня.

ГАРТ: Именно поэтому МАП стал инициатором проекта по созданию учебного центра в Чехове?

Б. К.: Да. Мы знаем, как оснащены центры всех ведущих производителей печатных машин, как методически построена эта подготовка, но пока на рынке существует некоторая разобщенность. Конкуренция и «перетягивание одеяла на себя» не позволяют спокойно обсудить возможность создания общего учебного центра, хотя, наверное, другого пути для этого нет.

Созданный при поддержке производителей и поставщиков полиграфического оборудования, учебный центр должен давать базовые знания и навыки, необходимые для работы на современной печатной машине. Важно только, чтобы была методическая и материальная база, кадровый состав.

ГАРТ: Давайте поговорим об этом подробнее. Откуда, например, возьмутся преподаватели такого центра?

Б. К.: Я долгие годы проработал в системе образования, и мне кажется, для человека нет ничего более значимого, чем передавать свои знания другим, видеть и оценивать результаты. К сожалению, сейчас уровень заработной платы преподавателей совсем невысокий. Будь по-другому — это привлекло бы огромное количество хороших специалистов, которым по каким-либо причинам сложно работать в ритме современного производства. Жизнь ведь сурова, и не все могут выдержать такой напряженный график в сочетании с высокой ответственностью. А бывает, что человек испытывает потребность в творческой работе, в реализации своих идей, а на это не хватает времени из-за загрузки на работе. Огромный опыт

этих людей мог бы принести пользу, и проблема образования решалась бы совсем по-другому.

ГАРТ: Ну а учебная литература? Можно ли использовать при обучении наших студентов переводные методические и учебные материалы?

Б. К.: Однозначного ответа я бы давать не стал. С одной стороны, на выставке GraphExpo в Чикаго я видел огромное количество учебно-методической литературы! Там масса центров и издательств, которые на ней специализируются. Причем это не описания общего характера, а литература, адаптированная к определенным полиграфическим профессиям, технологиям, оборудованию. Она бы нам очень пригодилась. Ведь у нас студенты МГУП до сих пор учат химию по Глинке, а потом, зная учебный курс, вынуждены адаптироваться к конкретным полиграфическим технологиям.

Но с другой стороны, зарубежная литература — не панацея. Она написана для другой школы. В ней используется описательный принцип. Там нет ни обоснования, ни анализа каких-то процессов — только фиксация. Все книги, которые издаются за рубежом, просто «фотографируют» современное состояние и переносят на бумагу. У нас же всегда давалось хотя бы сравнение: можно делать так, а можно по-другому, с достоинствами и недостатками каждого метода. Не хотелось бы это потерять. И люди, способные писать, у нас есть, но сейчас им это не нужно, потому что цена времени слишком велика. Ведь хорошая книга — это продукт не одного года.

ГАРТ: Но самое важное — это современное оборудование?

Б. К.: Да. В Чехове дело остановилось на стадии оснащения — предлагали, как правило, китайское оборудование, а это не то. Проблема ведь надо решать комплексно. Ставить и печатную машину, и допечатное оборудование, готовить механиков, печатников, технологов. Но эту идею мы не оставляем, ведь Чехов — традиционный межрегиональный центр. Правда, на помощь государства в этом вопросе рассчитывать не приходится.

ГАРТ: Оно совсем не заинтересовано в подготовке кадров для отрасли?

Б. К.: Министерство печати было последним «оазисом» государственной полиграфии. В последние годы в этом секторе мы наблюдали все большую концентрацию власти в руках центра и урезание прав высшего менеджмента предприятий. Видимо, это делалось

Продается печатная машина

Man Roland 202 TOB

25 000 000 оттисков, 2000 г. выпуска.

Стоимость 150 000 EUR, возможен торг.

(095) 783-9793.

ВСЕГДА СВЕЖИЙ НОМЕР
АРХИВ НОМЕРОВ
КОНФЕРЕНЦИЯ

Обсудим?
www.kursiv.ru/GART

для того, чтобы продемонстрировать нерезультативность такой формы управления. Мне кажется, что общая система была разрушена сознательно. Министерство ее не поддерживало.

ГАРТ: Что же дальше?

Б. К.: Хотя в подчинении министерства было всего 65 предприятий, за ним оставалось общее руководство отраслью. Теперь идет приватизация этих предприятий, и еще не известно, останутся ли они типографиями. Мы стоим перед вопросом, что собой будет представлять полиграфическая отрасль и останется ли она в том виде, который имеет сейчас? Ведь просто набор предприятий отрасли еще не является. Да и вообще, надо понять, самостоятельная ли это отрасль, а если нет, то частью ка-

кой из отраслей она является? Ведь полиграфическая продукция очень разнообразна: газеты, журналы, этикетка, упаковка, реклама и т. п. А четкой специализации сегодня не существует, потому что есть очень много предприятий, где делается и то, и другое, и третье. Невозможно «оторвать» полиграфию и от издательского бизнеса. Но ведь издательскому бизнесу не интересны проблемы производства упаковки! Что же тогда нас объединяет? Рынок оборудования, технологии, кадры?

ГАРТ: Как Вы считаете, что можно сделать в такой ситуации?

Б. К.: Сейчас нужно сохранить накопленный опыт корпоративного движения и решить несколько задач.

Первая — это создание информационно-аналитического центра, потому что с каждым днем потребность в анализе рынка, тенденций его развития растет. Почему мы не можем решить вопросы налогов и импортных пошлин? Потому что у нас нет статистических данных. Вернее, они есть, но только по 65 предприятиям, которые по удельному весу на рынке составляют всего около 15%.

Вторая задача — создание крупных отраслевых предприятий и структур,

потому что из одних мелких отраслей состоять не может. Должна быть какая-то база.

Третье — необходимо создать в отрасли более представительную, чем МАП, организацию. Ее основой должны стать региональные ассоциации, которые затем может объединить союз. Нужна мощная организация, какие есть во всех развитых странах. Она будет и ассоциацией работодателей, а в дальнейшем и саморегулирующимся объединением. Такой союз будет способен принимать участие в решении законодательных вопросов, осуществлять защиту бизнеса и его продвижение, сумеет объединить и издательско-полиграфические комплексы, и упаковочные предприятия в одну систему в интересах развития рынка печатной продукции и полиграфических услуг.

ГАРТ: Что же мешает?

Б. К.: Конечно, на это нужны деньги, но не только. Нужны и новые люди. Не лидер, так хотя бы несколько, которые работают по определенным направлениям и заинтересованы в решении вышеперечисленных вопросов. Если они найдутся, лет через пять все может измениться.

Листовая офсетная печатная машина Hamada B452A-IKC Серия «В»-BEST

Короткие тиражи — большие дивиденды



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

Технология партнёрства

- Цельнолитая резонансно-устойчивая станина с толщиной стенок — 35 мм
- Устройство быстрой смены форм (EPS)
- Автоматическое устройство смывки офсетного полотна
- Тройные роликовые подшипники
- Захваты с алмазным напылением
- Выводной противотмаривающий цилиндр
- Система оперативной настройки бумагопроводящей системы при переходе с тиража на тираж
- Окружная, боковая и диагональная приводка
- Система самодиагностики

Фирма «НИССА Центр» — эксклюзивный представитель Hamada в России

Москва
тел.: (095) 956-7719, факс: (095) 259-9589
<http://www.nissa.ru>, E-mail: nissa@nissa.ru
Екатеринбург (3432) 469-947

Бизнес-партнер:
«НИССА-Сибирь» Новосибирск
тел./факс: (3832) 106-035

nissacentre

**КОГДА ПРИХОДИТ
ПОНИМАНИЕ,
ЧТО МЫ СТОИМ
НА ПОРОГЕ
ОТКРЫТИЯ?**



OPEN! →

**ОТКРЫТО ДЛЯ
СОТРУДНИЧЕСТВА!**

**Альфа-Дизайн предлагает
вниманию типографий**

каширование

—

высечка

—

твёрдый переплет

—

позолота обреза

—

тиснение фольгой

—

блинтовое тиснение

—

полноцветная печать
на крашеной
в массе бумаге

450-50-01



www.alfa-design.ru



Хрустальный Марзан

Как признался на церемонии вручения наград полиграфического конкурса главный редактор журнала «Курсив» А. Амангельдыев, шесть лет назад, когда «Хрустальный Марзан» проводился в первый раз, отдавать предпочтение тому или иному экспонату выставки было гораздо проще. Сегодня же техника большинства производителей находится на одинаково высоком уровне, а на российских выставках демонстрируется в работе самое современное высокотехнологичное оборудование. Тем не менее, призы присуждены, и жюри убеждено, что их получили действительно самые интересные и значительные экспонаты выставки.

«Новая торговая марка в России».

«Марзан»: широкоформатные принтеры HP DesignJet (Hewlett-Packard).

Дипломы: широкий ряд нового полиграфического оборудования из Китая (Beiren Group Europe); система CTP Plate-Driver 8 Auto фирмы Esko-Graphics (VIP-Systems); система CTP Luescher Xpose! фирмы Luescher («ЯМ Интернешнл»);

КОНКУРС

система CTP-Cobalt-8 фирмы Escher-Grad («Легион Групп»).

«Лучшее вспомогательное и измерительное оборудование».

«Марзан»: программируемая счетно-разделительная машина для точного подсчета числа листов в стопе и отсчета их требуемого количества Vicount 2 фирмы Vacuumatic («Нисса»).

Диплом: система оптимизации и контроля увлажняющего раствора Optimizer фирмы Ecografica («ИНА-Поли»).

«Лучшее допечатное оборудование».

«Марзан»: система автоматизации издательской деятельности K4 Publishing System фирмы SoftCare («Терем»).

Диплом не вручался.

«Лучшее печатное оборудование».

«Марзан»: цифровая офсетная печатная машина 74 Karat с красочным аппаратом Gravuflex (КБА).

Диплом: газетная рулонная офсетная машина Cityline Express фирмы Manu-graph («Внешмалтиграф»).

«Лучшее послепечатное оборудование».

«Марзан»: машина клеевого бесшвейного скрепления BQ 460 фирмы Horizon («Апостроф-Принт»).

Диплом: серия фальцевальных машин FoldMaster производства Multigraf («Терра Принт»).

«Лучшее оборудование для специальных видов печати».

«Марзан»: автоматическая листовая трафаретная печатная машина Cyberpress CP2 фирмы SPS Rehmus («Нисса»).

Диплом: совместная разработка фирм Nilpeter и Stork Screen — вставная кассета трафаретной печати Nilscreen («Итрако»).

«Лучшее флексографское оборудование».

«Марзан»: флексографская машина Ko-Pack Euroflex 250 Super, с двумя планетарными группами, предназначенная для печати на рукавной пленке с двух сторон («ЯМ Интернешнл»).

Диплом: флексографская машина Plex-tor SC-01 («Токио Бозки»).

«Лучшее оборудование для цифровой печати».

«Марзан»: цифровая печатная машина Xerox iGen 3 («Ксерокс Россия и СНГ»).

Диплом: цифровая печатная машина Canon CLC 3200 («Нисса»).



«Новая технология в России».

«Марзан»: система термического изготовления флексографских форм Cyrel FAST (DuPont).

Диплом не вручался.

«Лучшая демонстрация возможностей технологии».

«Марзан»: комплекс систем управления печатными и допечатными процессами DISO-PECOM-Trueflow (ХГС).

Диплом: демонстрация печати перламутровыми красками и перламутровым лаком фирмы MERK на листовой офсетной печатной машине Roland 305 (ХГС).

«Лучший расходный материал».

«Марзан»: ракельные ножи марки Doctor Blades MDC Longlife («МДС Детвилер»).



Дипломы: двусторонние клейкие ленты для монтажа флексографских форм Cushion-Mount Plus E1020 (ЗМ); фотополимерные пластины марки nyloflex AFC фирмы BASF («Тампомеханика»); серия клейких лент Sleeve-master для монтажа флексографских форм на полиуретановые рукава (Beiersdorf tesa).

«Лучшее полиграфическое оборудование в целом».

«Большой Хрустальный Марзан»: офсетная цифровая машина Speedmaster SM 74-5-P+L DI фирмы Heidelberg («Гейдельберг СНГ»).

Дипломы не присуждаются.

«Приз полиграфической прессы».

Награда присуждена рулонной газетной печатной машине Mercury совместного производства Heidelberg и КПЦ

«Полиграфмаш» (г. Рыбинск) в рамках проекта «Спутник».

«Лучший экспонат российского производства».

«Хрустальный Марзан»: рулонная офсетная машина ПОГ2-84Б-221 (КПЦ «Полиграфмаш»).

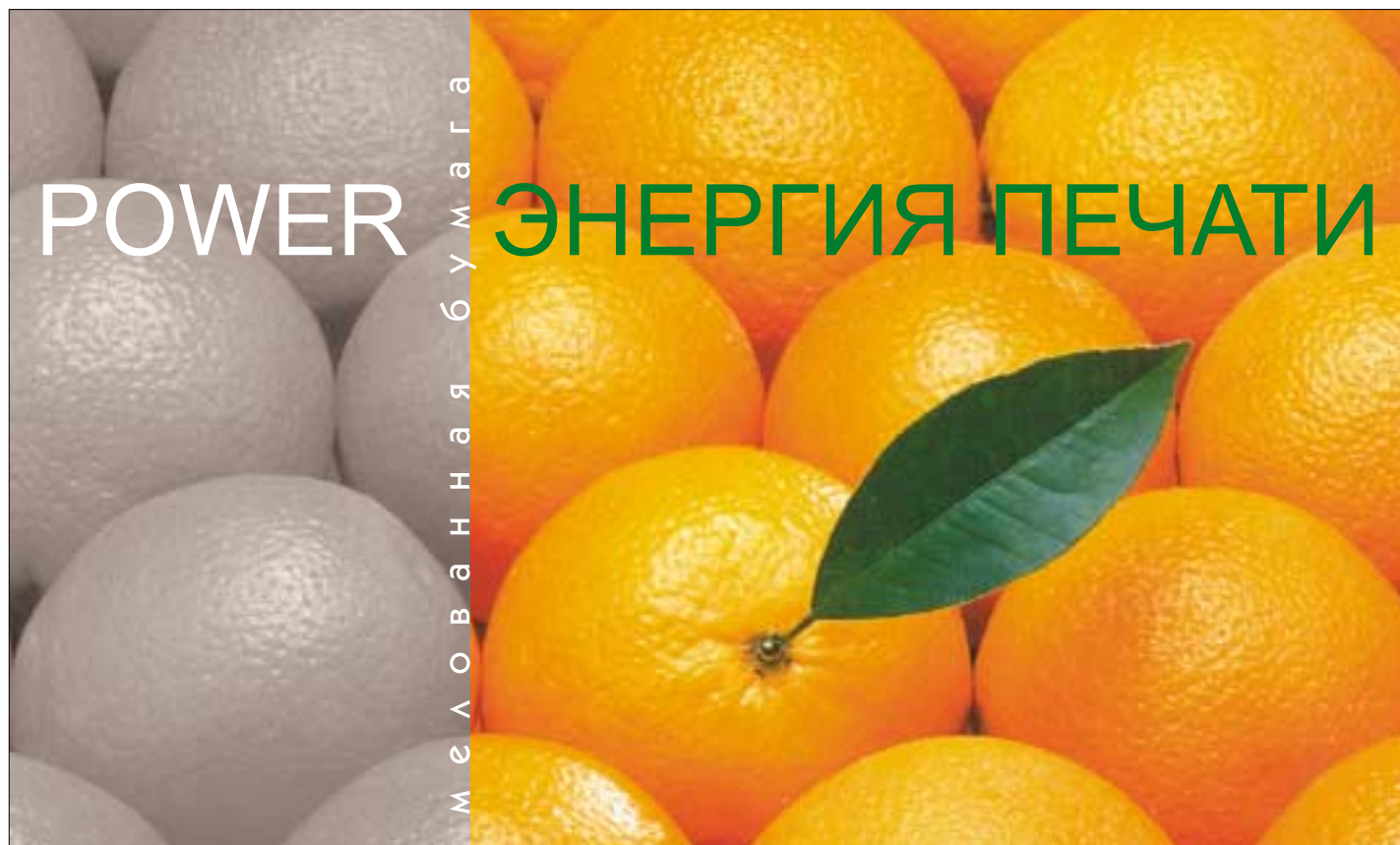
Диплом: ротационная нумерационная машина PS 10 (Solid PS).

«Приз профессионалов».

Эту награду по традиции присуждает жюри, состоящее из руководителей полиграфических предприятий. На этот раз ее получил довольно неожиданный экспонат выставки — «Энциклопедия по печатным средствам информации» Г. Киппхана, выпущенная совместно МГУПечати и компанией «Гейдельберг СНГ» при участии типографий «Линия График» и «Новости». Книга посвящена памяти В. Аппалонава.

Таковы результаты конкурса «Хрустальный Марзан 2003».

Жюри и организаторы, редакторы издательства «Курсив», намереваются в будущем году внести изменения в правила конкурса и его концепцию в целом. Следите за нашими сообщениями!



Торговая система «Регент-Арт»: Москва: (095) 789-8034, 924-0117 Поставки в регионы: 970-1394, 970-1395 Филиалы ГК «Регент»: Алматы: (+7 3272) 74-2424 Екатеринбург: (3432) 56-1235 Казань: (8432) 12-1641 Киев: (+38 044) 458-2965 Краснодар: (8612) 22-7294 Минск: (+37 517) 228-7374 Н.Новгород: (8312) 31-3100 Новосибирск: (3832) 12-5800 Ростов-на-Дону: (8632) 33-9522 Самара: (8462) 35-3741 Санкт-Петербург: (812)320-7170 Саратов: (8452) 45-9669 Тверь: (0822) 55-1116 Тула: (0872) 35-573 Уфа: (3472) 32-9888

www.regent.ru



ПРЕССА: ВСЕ ПОД КОНТРОЛЕМ

Компания ХГС организовала для полиграфистов и журналистов отраслевых изданий экскурсию в типографию «Медиа-Пресса». Перед гостями выступил председатель совета директоров ОАО «Пресса-1» Я. Г. Соскин. Он рассказал, что поскольку «Медиа-Пресса» представляет собой коммерческую типографию, не принадлежащую ни одному издательству, одной из главных задач, которые ставили перед собой ее владельцы, было построение высокоэффективного и прибыльного производства. И хотя процесс этот завершенным считать нельзя, результаты есть, и они обнадеживающие. В условиях действующего производства проведена реорганизация, включавшая установку системы СТР, двух современных газетных машин, а также внедрение комплексной системы управления производством.

Об установке машин MAN Roland рассказал представитель концерна М. Байер, а ключевым докладом, несомненно, стал рассказ представителя компании SSB д-ра Нэгеле о системе управления полиграфическим предприятием DISO. По словам докладчика, использование этого программного продукта позволяет учитывать все нюансы заказа, уже на начальном этапе определять себестоимость изготовления тиража, расход бумаги и краски, следить за прохождением заказа на производстве, вовремя отслеживать технические сбои и т. п. Система значительно упрощает работу персонала, а также практически исключает возможность ошибки, что в конечном итоге обеспечивает более четкий контроль за всеми этапами производства и дает значительную экономию времени и средств, что очень важно для напряженного графика производства, выпускающего восемь ежедневных газет.

В заключение гости посетили впечатляющие своими размерами цеха ли-

стовой и рулонной печати и участок вывода форм, где работает система СТР, производящая 500–700 форм в сутки.

НЕМЕЦКАЯ ФАБРИКА ПЕЧАТИ

На выставке «ПолиграфИнтер 2003» «Гейдельберг СНГ» представил проект «Немецкая Фабрика Печати», в рамках которого осуществляется создание принципиально нового для России типографского комплекса коммерческой печати полноцветных журналов, буклетов, рекламной продукции. За короткое время своего существования (с 2000 г.), «Немецкая Фабрика Печати» стала одним из передовых российских печатных производств.

В 2003 г. был введен в строй новый полиграфический комплекс, доречатное, печатное и послепечатное производства которого оснащены всем необходимым для высокопроизводительной и качественной работы. Немецкая фабрика печати — первое в России коммерческое предприятие, установившее восьмикрасочную машину Speedmaster SM 102 8-P-S. Кроме того, парк печатного оборудования типографии включает машины Speedmaster SM 74-4, SM 52-4 и SM 52-1.

Новая система СТР, единая информационная и технологическая сеть, тщательно отработанная процедура принятия и обработки заказа, высокие технологии, реализованные на самом современном полиграфическом оборудовании, позволяют типографии выпускать продукцию 24 часа в сутки.



ГОРОД МАСТЕРОВ

Неожиданным для многих стало участие в выставке «ПолиграфИнтер» одного из лидеров в области систем печати и обработки изображений — Hewlett-Packard. Раньше эта компания в полиграфических выставках участия не принимала. Активизация деятельности вызвана, в первую очередь, расширением спектра решений в области широкоформатной печати.

На стенде, который представители компании окрестили «Городом мастеров НР», были представлены решения для специалистов в области графического дизайна, доречатной подготовки, а также для компаний, предоставляющих услуги широкоформатного сканирования и печати.

Стенд был концептуально разделен на четыре секции, в каждой из которых было представлялись законченные решения для определенных групп пользователей: специалистов в области доречатной подготовки, дизайнеров, компаний, предоставляющих услуги широкоформатной печати.



10 ЛЕТ ТЕРЕМУ

В начале ноября компания «Терем» отпраздновала свое десятилетие. После короткой официальной части гостей порадовали очень веселым концертом самодеятельности, в котором приняли участие все, включая руководителей и владельцев компании. И если смех действительно удлинит жизнь, то «Терему» долголетие обеспечено.

Во время выставки «ПолиграфИнтер» стало известно, что компания «Терем» подписала дилерское соглашение с «Гейдельберг СНГ». В соответствии с ним, «Терем» становится дилером Heidelberg по продаже малоформатных печатных машин Quickmaster 46. По словам исполнительного директора «Терем» А. Шарафатдинова, компания давно подыскивала производителя малоформатных офсетных печатных машин для оснащения ими салонов цифровой печати, ведь спрос на одно-двухкрасочную продукцию в России все еще достаточно высок.

Еще одной интересной новостью стало то, что «Терем» передал «Гейдельберг СНГ» права на принадлежавший ему домен heidelberg.ru. Теперь российские пользователи Интернета смогут использовать этот домен для доступа к корпоративной информации фирмы Heidelberg.

Полиграфическое оборудование
BEIREN EUROPE

Москва, ул. Илимская, 7

тел.: (095) 741-0722

www.beiren.ru

info@beiren.ru



Великое
множество
заманчивых
предложений

\$ \$ \$

BEIREN



ИТОГИ ВЫСТАВКИ

В последний день «ПолиграфИнтер 2003» компания «Гейдельберг СНГ» подвела итоги своей работы. Главной темой всей выставки стала премьера рулонной печатной машины Mercury для производства цветных газет, сделанной в рамках проекта «Спутник» на предприятии КПЦ «Полиграфмаш».

На выставке компания впервые анонсировала некоторые новинки выставки drupa 2004 — машину Speedmaster CD 102-6+LX с новым самонакладом Preset-Plus и новыми опциями лакирования. Впервые в России были представлены ма-

шины Speedmaster SM 74 DI, SM 52-5-D, фальцевально-склеивающая линия Jagenberg ECO 105-2, автоматическая переплетная машина Euro-Bind 445 PRO, система контроля качества Print Color Management.

Для проведения демонстрационных печатных работ компанией «Гейдельберг СНГ» было израсходовано более 30 тонн бумаги.

Павильон «Гейдельберг» и стенд проекта «Спутник» посетило более 30 тыс. человек. Подписаны соглашения о поставках двух машин Speedmaster CD 102, четырех Speedmaster CD 74, шести Printmaster PM 74, десяти Speedmaster SM 52, десяти GTO 52, семи Quickmaster 46, двух Quickmaster DI, семи систем CTP, 15 резальных машин Polar, 32 единиц послепечатного оборудования. Общий объем сделок, совершенных компанией «Гейдельберг СНГ» в ходе выставки, превысил 30 млн евро.



СЕМИНАРЫ И КОЛЛЕКЦИИ

ГК «Регент» совместно с Европейским деловым клубом и Международным клубом PR-управляющих «Pr-офесионал» провела в октябре серию семинаров в рамках единой темы: «Представительская печатная продукция в системе корпоративной идентификации компании».

Выступавшие на них докладчики — директор дизайн-студии «Дизайн-Депо», главный редактор журнала «КАК» П. Банков, заместитель директора типографии «Линия График» Д. Череповский, ведущий менеджер «Регент-Арт» Т. Генерозова — осветили такие вопросы, как основные требования к представительской печатной продукции, возможность экономии рекламного бюджета при ее производстве, улучшение визуальной идентификации с помощью использования дизайнерских бумаг. Проиллюстрировать слова докладчиков и подтвердить профессионализм и качество работы российских печатников и дизайнеров помогли образцы представительской продукции на бумагах из ассортимента ГК «Регент». Особый интерес у представителей крупных компаний и банков вызвали коллекции дизайнерских бумаг «Конкуэрор», «Гавана», «Гмунд Колорс», «Гмунд Колорс Контакт».

Еще одну линию дизайнерских бумаг, носящую название «Золотая коллекция», представил на семинаре «Золото в дизайне», проходившем в рамках Московского Международ-

ного Фестиваля Рекламы, Ф. Келер — владелец фабрики Gmund.

Кроме того, ГК «Регент» сообщила о том, что уже известная российским полиграфистам влагостойкая этикеточная бумага с двухслойным мелованием «Каубиллпринт 300» теперь представлена и тиснением «лен». «Каубиллпринт 300 тисненный» характеризуется высоким показателем белизны, специальная обработка оборотной стороны гарантирует экономичное потребление клея, а также предотвращает скручивание при печати и этикетировании. Бумага подходит для этикетирования пластиковой, стеклянной и металлической тары.

ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ VIP

Компания VIP-Systems провела на выставке пресс-конференцию, на которой поделилась последними новостями. Новости действительно заслуживали внимания.

Главной из них было то, что VIP-Systems стала эксклюзивным представителем Esko-Graphics и теперь полностью отвечает за маркетинг, продажи и сервис допечатного оборудования производства этой компании в России. Присутствовавшие на пресс-конференции представители Esko-Graphics подтвердили, что полностью доверяют своему российскому партнеру и уверены, что он достойно справится с задачей.

На пресс-конференции выступил также заместитель типографии №13 М. Коновалов. Он рассказал о том, что типография заключила с VIP-Systems соглашение о генеральном партнерстве в области преппресса.

Представители и партнеры VIP-Systems рассказали также о сотрудничестве с Heikon, Akiyama International, китайским заводом Purple Magna Machinery и компанией Edale.

Now! Print
digital papers

...без проблем!

Б У М А Г А  К А Р Т О Н

Москва [095 232..26..10] Петербург [812 329..91..91]
и еще более чем в 50 городах России и стран СНГ
информация в Internet: <http://www.bereg.net>



SNOW ART

Новый взгляд на бумагу

Качественная мелованная бумага



ДОСТУПНАЯ ЦИФРА

СРАВНИТЕ САМИ.

Наименование	Xerox Phaser 7700	Ваш вариант
Макс. формат	A3+	
Макс. объем печати	100 000 в месяц	
Скорость	22 стр./мин (A4)	
Технология	Однопроходная, лазерная, IBT	
Стандарты	PANTONE, CIE	
Поддержка систем управления цветом	ICC, Apple ColorSync	
Разрешение	1200x600 dpi Halftone 600x600 dpi Contone	
Тонер	Восковой	
Подача бумаги	500 -2500 листов	
Плотность бумаги	стандартно 220 г/м ²	
Дуплекс	стандартно	
Финишер	стандартно (для DX)	
Жесткий диск	стандартно 5 Гб	
Память	128 - 512 Мб	
Интерфейсы	Ethernet 10/100BaseT, USB, IEEE 1284B	
Стоимость	от 7300 у.е.	

РЕШЕНИЯ ДЛЯ ПОЛНОЦВЕТНОЙ ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ

CopyShop

группа компаний

www.copyshop.ru

Увидеть отпечатки и получить информацию:
заполните купон и пришлите его по адресу
sales@copyshop.ru или по факсу 928-80-85, 925-09-87

Фамилия:

Имя:

Отчество:

Должность:

Название фирмы:

Адрес:

Телефон:

E-mail:

DRUPA 2004

В конце октября в московском отеле «Савой» компания «Мессе Дюссельдорф» провела презентацию выставки drupa 2004, которая пройдет в мае будущего года. Эта выставка является крупнейшей и наиболее значительной в мировой полиграфии и проводится с 1951 г. раз в 4-5 лет в Дюссельдорфе. Практически все производители, поставщики оборудования и материалов, специалисты полиграфических предприятий считают своим долгом посетить эту выставку. Она отражает тенденции в мировом полиграфическом машиностроении, демонстрирует самые новые полиграфические технологии. Это выставка, определяющая, как будет развиваться полиграфия в ближайшие годы.

На презентации Моника Кислинг, секретарь прессклужбы выставки, назвала drupa «Олимпийскими играми полиграфической и медийной отраслей». Она сделала предположение о том, что в 2004 г. должен начаться долгожданный всеобщий экономический подъем в полиграфической и издательской отраслях, и не последнюю роль в этом процессе будет играть drupa.

В 13-й drupa будет участвовать более 1800 экспонентов, стенды которых займут весь выставочный комплекс — 161 тыс. м². Ожидается рекордное число посетителей. Напомним, что выставочная площадь drupa 2000 составляла 158 тыс. м², а участие в ней принимало 1900 компаний. В 2000 г. выставку посетило 400 тыс. человек, более тысячи из которых были российскими полиграфистами. В целом из России и СНГ прошлую выставку drupa посетили около 3 тыс. человек. Видимо, в 2004 г. их будет гораздо больше.

Вице-президент drupa Мартин Вайкенмайер рассказал собравшимся, что ос-

новными темами выставки будут: цифровые данные, автоматизация различных способов печати, производство на основе систем управления рабочими потоками (workflow).

В области печатных машин среди ключевых направлений будут: машины, реализующие несколько способов печати; отделка продукции в линию; УФ-технологии.

Большое внимание будет уделено специальным видам печати — выставка покажет полный спектр имеющихся на рынке и разрабатываемых машин и устройств. Много новинок ожидается в области брошюровочно-переплетных, отделочных процессов, технологиях изготовления упаковки.

В своем выступлении Б. А. Кузьмин, президент МАП, подчеркнул, что drupa имеет огромное значение для российских полиграфистов, которые многие годы черпали необходимую информацию о новых технологиях и оборудовании, заключали самые перспективные контракты именно в Дюссельдорфе. Предстоящая выставка будет знаменательной: впервые на ней будет организован большой коллективный стенд российских производителей оборудования. Среди его участников — КПП «Полиграфмаш» (Рыбинск).

Глава Московского представительства фирмы «Мэссе Дюссельдорф» Михаэль Мандель пообещал всем российским полиграфистам, отправляющимся на drupa, информационную и визовую поддержку.

БЕСПЛАТНАЯ ПОДПИСКА

НА «БУМАЖНЫЕ»

GART и GART digital

www.kursiv.ru/GART

РАСПРОСТРАНЕНИЕ
ТОЛЬКО
НА ТЕРРИТОРИИ РФ



БЛИЖЕ К ЗАКАЗЧИКАМ

30 октября концерн Koenig & Bauer AG объявил о создании «КБА РУС» — 100-процентной дочерней фирмы КБА, которая берет на себя функции сбыта и сервиса листовых и рулонных машин в Российской Федерации. Кроме того, «КБА РУС» будет напрямую работать с Белоруссией.

Фирма, головной офис которой находится в Москве, образовалась в результате расширения и реструктуризации представительства КБА.

Генеральным директором «КБА РУС» стал В. А. Мельниченко, который в течение многих лет работал в министерстве печати, а затем в сфере продажи рулонных машин. В числе задач, которые он ставит перед вновь образованной компанией — значительное усиление рыночной позиции КБА, в первую очередь, в области газетных и акцидентных ротаций.

Директором по продажам назначен Глава представительства в Москве С. Стрельчик.

Б. Руманн остается директором по сервису и руководителем филиала в Санкт-Петербурге. Под его руководством будет проводиться расширение отдела монтажа и сервиса машин за счет увеличения штата печатников, электриков и механиков. Помимо этого, должны быть созданы дополнительные филиалы на юге и востоке страны для обеспечения максимальной близости к заказчикам.

Для справки: за период 2000–2003 гг. объем продаж листовых печатных машин

КБА в России вырос более чем в четыре раза. В мировой статистике продаж листовых офсетных машин, выпускаемых КБА в Радебойле, страны СНГ, среди которых лидируют Россия, Украина и Казахстан, находятся сегодня на пятом месте.



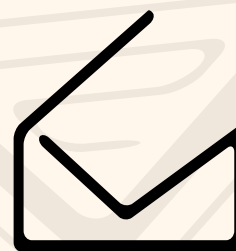
ВАЖНАЯ КНИГА

Вышла в свет «Энциклопедия по печатным средствам информации» — совместная работа Московского государственного университета печати и компании «Гейдельберг СНГ». Этот фундаментальный труд охватывает широкий спектр вопросов, связанных с современным состоянием сферы производства и технологии выпуска печатной продукции.

Автор «Энциклопедии» — немецкий профессор Г. Киппхан. Перевод книги и подготовка ее к изданию выполнены коллективом студентов, сотрудников и преподавателей Московского государственного университета печати. В производстве издания принимали участие типографии «Линия График» и «Новости».

Есть еще один факт, о котором нельзя не упомянуть, рассказывая об этой книге. В мае 2003 г., когда работа по ее подготовке была близка к завершению, ушел из жизни один из самых уважаемых и авторитетных полиграфистов России, директор типографии «Линия График». По единогласному решению тех, кто принимал участие в работе над российским изданием, а также автора книги профессора Киппхана, «Энциклопедия по печатным средствам информации» посвящается памяти Владимира Аппалона.

самые нефигтивные 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.

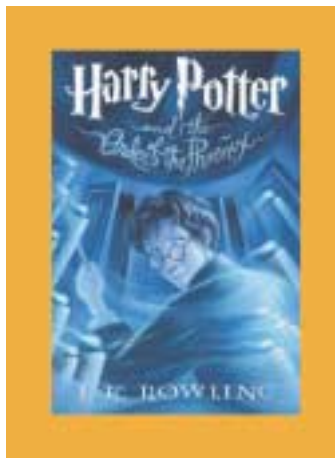


GART DIRECT

107140, Москва,
Верхняя
Красносельская, 15,
офис 217
Телефон/факс:
(095) 264 3708
(095) 264 9722
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



ЗАКОНЫ БИЗНЕСА ИЛИ БИЗНЕС ПО ЗАКОНУ?

Еще в мае с. г. фрагменты двух экземпляров нового романа о Гарри Поттере были найдены в чистом английском поле недалеко от типографии Clays. Выход книги в свет планировался только через полтора месяца — в июне. По подозрению были арестованы четверо работников типографии, один из которых, 44-летний води-

тель погрузчика, приговорен к 180 часам общественно-полезных работ. В суде он сказал, что нашел отдельные тетради книги на парковке, когда уезжал с работы. И это происходит несмотря на серьезную охрану, которую нанял издатель книги!

Перенесемся в Америку. Раньше рекламный бизнес со всеми своими атрибутами был достаточно закрытым, а возникавшие внутри него проблемы разрешались, не выходя на свет. Теперь же в прессу просачивается все больше и больше информации о коррупции среди деятелей американской рекламной индустрии. Так бывший руководитель производственного подразделения и исполнительный вице-президент одного из крупнейших сетевых рекламных агентств Grey Worldwide, видимо, отправится в тюрьму на 70 месяцев.

Кроме того, ему придется выплатить от 130 до 650 тыс. долл. компенсации

за взятки, которые он получал в 1991–2000 гг. Общий объем взяток достиг за этот период 1,2 млн долл. Можно сказать, что масштаб побочного бизнеса был не самым большим и скандал возник практически на пустом месте (120 тыс. долл. в год).

Получали взятки различные сотрудники Grey за то, что завышали для своих клиентов цены на полиграфические услуги в одной из нью-йоркских типографий. Бывший владелец этой типографии, который непосредственно давал «откаты» сотрудникам Grey, был осужден на 38 месяцев тюрьмы.

И снова Америка. Были признаны виновными два работника типографии Perry Judd. Выяснилось, что в 1997–1999 гг. за суммы от 50 до 500 долл. в неделю они предоставляли двум заказчикам информацию из колонки Inside Wall Street печатавшегося в этой типографии журнала Business Week. По общему мнению, после начала продаж очередного номера журнала содержание этой колонки существенно влияет на ситуацию на биржах. Возможность получения такой информации заранее была расценена судом, как нарушение закона. Все четверо, и заказчики, и исполнители были признаны виновными. Рабочие, кстати, на бирже не играли, и получили «всего» по 8800 долл. А вот заказчики информации совершили благодаря ей большое число сделок с ценными бумагами на общую сумму более 40 млн долл. Они покупали акции по еще низким ценам, а продавали их на следующий день, после выхода журнала, уже по существенно более высоким, и заработали на этом около 1,5 млн долл.

Четверо обвиняемых уже согласились возместить ущерб в 1,9 млн долл., но, несмотря на это, каждому из них «светит» еще по пять лет тюрьмы.



САМАЯ КРУПНАЯ ТИПОГРАФИЯ

В октябре с. г., после принятия решения о приобретении Moore Wallace, сеть полиграфических предприятий RR Donnelley стала крупнейшей в мире. Ее суммарный оборот теперь составит более 8 млрд долл., а число сотрудников по всему миру приблизится к 50 тыс. чел.

Сумма сделки оценивается в 2,8 млрд долл., причем RR Donnelley примет на себя обязательства по долгам Wallace, которые составляют 900 млн долл. Объединенная компания будет называться RR Donnelley, ее штаб-квартира останется в Чикаго. Экономия, связанная с объединением полиграфических предприятий, составит не менее 100 млн долл. в год.

Кстати, 20 ноября компания RR Donnelley открыла новый Центр Premedia в России. Центр предлагает связанные единой системой управления и самые современные решения в области цифровой фотографии, цветокоррекции и обработки изображений, предпечатной проверки и подготовки материалов, услуги по удаленному подтверждению макетов, а также производству цифровых цветопроб.

Для RR Donnelley увеличение присутствия на российском рынке носит еще и стратегический характер. Центр Premedia в России дополняет существующие производственные мощности RR Donnelley в Кракове, которые обеспечивают потребности рынка как Западной, так и Восточной Европы.

ПЕРЕПЛЕТНЫЕ МАШИНЫ

ДЛЯ БРОШЮРОВКИ КАЛЕНДАРЕЙ
И СКРЕПЛЕНИЯ ДОКУМЕНТОВ ПРУЖИНОЙ



Компания «ПОЛИМАТ» (группа «Август Борг») предлагает ручные, полуавтоматические и автоматические машины для перфорации и переплета металлической и пластиковой пружины календарей, тетрадей, блокнотов и документов.

Большой ассортимент, выгодные условия.



105264, г. Москва, ул. Верхняя Первомайская, д.47, корп. 11
Тел.: (095) 105-1112 (многоканальный)
факс: (095) 965-0365
E-mail: polimat@augustborg.ru





**ПРОИЗВОДСТВО ЭТИКЕТОК
ВСЕ ДЛЯ ЭТИКЕТИРОВАНИЯ
И МАРКИРОВКИ
ФЛЕКСО-, ТАМПО-
И ТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ**

www.labelshow.ru



ЭТИКЕТКА/ LABEL EXPO

10-я Международная специализированная выставка



LABEL EXPO
MOSCOW, RUSSIA
www.labelexpo-russia.com

ТЕМАТИКА ВЫСТАВКИ:

**МАТЕРИАЛЫ, МАШИНЫ, ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ
ЭТИКЕТОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ, ЭТИКЕТИРОВАНИЕ И НАНЕСЕНИЕ МАРКИРОВОЧНЫХ
ЗНАКОВ НА УПАКОВКУ И ИЗДЕЛИЯ. ФЛЕКСО-, ТАМПО -
И ТРАФАРЕТНАЯ ПЕЧАТЬ**

МАРТ
23.03 - 26.03
2004

Выставка:	ЭТИКЕТКА - 2004
Организаторы:	MVK - Международная выставочная компания TARSUS GROUP PLC / Великобритания
Почтовый адрес:	107113 Москва, Сокольнический вал, 1, павильон 4
Директор выставки:	Вишневская Валентина Михайловна, тел.: (095) 268-14-07, 268-99-15, 269-42-62, 105-34-13; факс: (095) 105-34-89, 268-99-03, 268-08-91; e-mail: v_v@mvk.ru
Проезд:	м. «Сокольники», парк Сокольники, от метро до выставочного центра - бесплатный автобус

РОССИЯ, МОСКВА, КУЛЬТУРНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР «СОКОЛЬНИКИ»

При содействии:

При поддержке:

Главные информационные спонсоры:

Министерства промышленности, науки и технологий РФ

Торгово-промышленной палаты РФ

Московской торгово-промышленной палаты



Журнал "ТАРА И УПАКОВКА"

ТАРА И УПАКОВКА



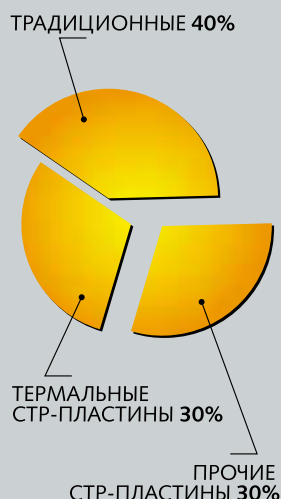
Передовая страна

Главному редактору ГАРТ приходится часто бывать в Финляндии. Там самые лучшие черный хлеб, колбаса салями и свежеекопченая рыба. Это самая некорруптированная страна, еще там делают отличную бумагу, но сейчас — не об этом. Оказалось, что Финляндия идет впереди всей Европы по уровню «ситипизации» (СТР) полиграфии. На сегодня там установлено около 130 систем СТР. Туда приезжают из других развитых европейских стран, чтобы понять, какой будет полиграфия в этих странах через пару лет.

Мы решили привести здесь статистику финского рынка пластин, чтобы показать нашим читателям, к чему движемся мы. Вопрос в том, когда мы дойдем, но дойдем наверняка. А еще во время выставки «Полиграф-Интер» нам удалось обсудить эту тему с очень серьезными людьми, которые отвечают в фирмах-производителях пластин и пленки за российский рынок.

ФИНСКИЙ РЫНОК ОФСЕТНЫХ ПЛАСТИН

Общий объем 2,7 млн м²



ИСТОЧНИК: ГАРТ



**Бруно
ВЕЛЕНС**

Менеджер по экспорту
подразделения Graphic Systems
AGFA

ГАРТ: Бруно, скажите, пожалуйста, насколько широко технологии СТР используются в Европе в настоящий момент и каковы перспективы этого направления?

Б. В.: Если говорить о секторе производства газет, то СТР-пластины составляют здесь более половины потребления. Например, в Бельгии СТР — это практически 100%. В скандинавских странах эта доля составляет 90–95%.

В области коммерческой печати доля СТР-пластин в Европе приближается к 30%.

Если ситуация будет в дальнейшем развиваться так же, то через пять лет потребление традиционных пластин практически прекратится. Именно по этой причине AGFA уделяла и уделяет большое внимание развитию производства пластин для СТР.

ГАРТ: Поэтому были перебои с поставками традиционных пластин AGFA? Ходят слухи, что эти пластины теперь делаются в Италии...

Б. В.: Одно время мы действительно заказывали часть работ по производству пластин в Италии, на заводах фирмы Lastra, которая имеет очень большие мощности по производству традиционных пластин. Потом необходимость в кооперации отпала, и теперь мы делаем все пластины сами.

Рынок традиционных пластин все больше захваты-

вают итальянские производители, но мы планируем снова увеличить свою долю на нем, и для этого имеются все возможности. В июне начало работать производство традиционных и СТР-пластин AGFA в Китае, мы увеличили мощности по производству пластин в Америке. Благодаря этому у нас появились свободные мощности в Германии, и теперь мы можем поставлять на европейский рынок больше пластин — как традиционных, так и для СТР. Я полагаю, доля AGFA в вашем исследовании российского рынка скоро существенно возрастет. Если судить по нашим данным, то уже в сентябре она составила 8–9%.

ГАРТ: А как дела с продажами пленки?

Б. В.: Во всем мире продажи фототехнической пленки на протяжении последних трех лет сокращаются на 10–12% в год. Можно предположить, что общий объем продаж сократится к концу этого года на 35–40% по сравнению с 2000 г., когда был достигнут максимальный его показатель.

Но есть страны, в которых потребление пленки пока еще растет. К ним относятся Китай, Индия и др. Это означает, что в Европе продажи пленки падают больше, чем на 12%. Возможно, на 18%.

Если говорить о России, то дела здесь пока идут хорошо. Наши дилеры очень активно продают пленку, и мы оцениваем общий рост российского рынка в 20%. Но хотя объем продаж в квадратных метрах растет, цены, к сожалению, снижаются.

ГАРТ: Как разворачивается конкуренция на рынке СТР-пластин?

Б. В.: Будет логично поделить его на две части. На рынке пластин для коммерческой печати наши позиции очень сильны, мы производим все виды пластин и полагаем, что перспективы у нас хорошие. На рынке пластин

для газетных СТР все также неплохо. У нас очень большая доля на рынке устройств СТР для этого сектора. На сегодня самыми перспективными здесь являются фотополимерные фиолетовые пластины, и мы начали их производство.

ГАРТ: AGFA позиционирует их только как пластины для сектора газетной печати?

Б. В.: С фотополимерными пластинами никогда нельзя будет добиться такого же качества, как при использовании серебрясодержащих или термальных. Эти пластины могут использоваться и для коммерческой печати, при условии, что клиент не предъявляет очень высоких требований к качеству.



**Олег
ЗДАН**

Менеджер по маркетингу
в Центральной
и Восточной Европе
FujiFilm

ГАРТ: Олег, ситуация на европейском рынке расходных материалов быстро меняется?

О. З.: Да, в большинстве стран Европы растет доля потребления СТР-пластин. Правда, кое-где она уже достигла максимума. В первую очередь это скандинавские страны. Полной статистикой по рынку не располагает ни одна компания, поэтому все оценки делаются с точностью 5–10%. Но по моей информации, доля СТР-пластин составляет там более 60%. В других европейских странах, таких как Германия

и Франция, она уже превышает 50%.

ГАРТ: Видимо, очень сильно падают продажи пленки?

О. З.: По нашим оценкам, потребление пленки в западноевропейских странах сокращается пропорционально росту рынка СТР. Но оно растет в Польше, Венгрии, на Украине и в России.

ГАРТ: Доля СТР-пластин в России только приближается к 5%. Правда, по некоторым оценкам, уже в следующем году будет установлено несколько десятков систем СТР, и тогда начнется нешуточная борьба за этот рынок.

О. З.: Не исключено. Я бы хотел сказать, что есть существенные отличия в продажах традиционных пластин и пластин для СТР — последним необходима серьезная сервисная поддержка. Я считаю, что наш эксклюзивный дистрибутор, «ЯМ Интернешнл», имеет очень хорошие перспективы на этом рынке благодаря высокому качеству пластин FujiFilm, а также наличию опытных и квалифицированных сервисных специалистов, которые могут решить любые проблемы. А проблемы неизбежны, поскольку технология новая — очень много разных систем СТР, типов пластин, режимов их обработки...

ГАРТ: Кстати, какая из технологий лидирует на сегодняшний день?

О. З.: В последнее время в Европе доля продаж систем СТР для серебросодержащих пластин существенно сократилась. Эта технология была хороша пять лет назад, а сегодня она не является оптимальной, в том числе с точки зрения экологии. Предпочтение отдается термальным СТР и системам для экспонирования фиолетовых фотополимерных пластин.

ГАРТ: Но считается, что фотополимерные пластины не обеспечивают такого качества, как серебросодержащие?

О. З.: Такое мнение существует. Но если рассматривать вопрос с точки зрения практики, то можно сказать, что большинство клиентов, использующих фотополимерные пластины, достигают сравнимого качества при более стабильном и экономичном процессе.

ГАРТ: Пластины СТР FujiFilm производятся сегодня в Японии?

О. З.: Термальные СТР-пластины уже давно производятся в Голландии. В скором времени там же начнется производство фотополимерных пластин.

ГАРТ: Видимо, ваши основные конкуренты на рынке пластин — это компании AGFA и Kodak? А чувствуется ли на европейском рынке пластин для СТР присутствие фирмы Lastra?

О. З.: Только в отдельных странах, где у нее есть хорошие дилеры по традиционным пластинам. Но и там эти пластины пока присутствуют в очень небольших объемах.

ГАРТ: Как Вы оцениваете свои позиции на российском рынке?

О. З.: Для нас основным показателем является доля, принадлежащая дистрибутору на конкретном рынке. Доля FujiFilm в России довольно существенна, и имеется хороший потенциал для дальнейшего роста.

ГАРТ: По нашим оценкам, на рынке традиционных пластин эта доля составляет 14%. Есть страны, где она выше?

О. З.: Доля пластин FujiFilm в Европе приближается к 25%. В отдельных странах она существенно больше, но там наши дилеры работают уже многие годы. «ЯМ Интернешнл» является дистрибутором FujiFilm всего пять лет, и мы рассматриваем такие результаты в России как большой успех нашего партнера.

Поработал... отдохни!

БЕСПЛАТНЫЙ Бенилюкс-тур



Если Вы приобрели в течение 10 месяцев (с 1 ноября 2003 до 31 августа 2004) полиграфические расходные материалы в компании ТЕРЕМ на сумму не менее 100'000 \$, мы дарим Вам экскурсионно-познавательный тур по странам Бенилюкса.

Узнайте подробности по тел.: (095)956-0404



Москва: ул. Спартаковская 11
тел.: (095) 956-0404, факс: (095) 956-5518
e-mail: sales@terem.ru, www.terem.ru

Санкт-Петербург:
тел./факс: (812) 327-1031
e-mail: sales@terem.spb.ru

ГРУППА КОМПАНИЙ ТЕРЕМ



**Бьорн
ВЕСТРЕМ**

Менеджер по развитию бизнеса
Европа, Африка и Ближний
Восток
Kodak

ГАРТ: Бьорн, как идут дела на рынке фототехнической пленки?

Б. В.: Мировой рынок фототехнической пленки в 2002 г. составил 300 млн м². Из них 85 млн м² приходится на Западную Европу. Вместе с тем, в Европе продажи пленки сокращаются приблизительно на 15% в год. Мировое же потребление — на 5–10% в год.

ГАРТ: Потому что есть Китай и Россия?

Б. В.: По нашим оценкам, объем китайского рынка не так уж велик, 18–20 млн м² в год.

ГАРТ: Всего в пять раз больше российского?

Б. В.: Видимо, да. Поэтому мы уделяем много внимания России и постепенно увеличиваем нашу долю на российском рынке пленки.

ГАРТ: А какова доля фототехнической пленки Kodak на европейском рынке?

Б. В.: По нашим оценкам, в 2002 г. в Европе доля Kodak составила не менее 30%.

**Инго
МЮЛЛЕР-ШТАЛЬ**

Член совета директоров,
руководитель подразделения
продаж
Kodak Polychrome Graphics

ГАРТ: Доктор Мюллер-Шталь, Вы руководите подразделением, которое отвечает за продажи в Австрии,

странах Бенилюкса и Швейцарии, а также за экспорт продукции Kodak Polychrome Graphics (KPG) за пределы Европы, в том числе и в Россию. Скажите, Вы согласны с нашим исследованием рынка?

И. М.: Я принципиально не согласен с тем, что в исследованиях рынка, публикуемых в ГАРТ, продукция KPG разделяется на болгарскую и остальную. Kodak Polychrome Graphics — единая компания, имеющая единую систему производства, единые стандарты качества продукции, поэтому для клиента не должно быть никакой разницы, продукцию какого завода он приобретает. Сделана она в Болгарии, Германии, Франции или Великобритании. С учетом этого делить пластины KPG на болгарские и неболгарские нельзя. Тем самым вы пытаетесь ввести в заблуждение своих читателей.

ГАРТ: Мы исторически делили пластины на болгарские и другие для того, чтобы продемонстрировать читателям доли рынка, в том числе и по ценовым категориям. Ведь болгарские и немецкие пластины KPG на российском рынке различаются по цене.

И. М.: Политика продаж KPG проста: сначала необходимо понять потребности клиента, а потом предложить ему решение, которое удовлетворит этим потребностям. Имея широкий диапазон пластин, мы можем предложить такое решение.

ГАРТ: Российский рынок имеет большое значение для KPG?

И. М.: Это крупнейший рынок пластин в Восточной Европе, и он является очень важным для KPG.

ГАРТ: У Вас на сегодня рекордное для российского рынка число дилеров: около десяти. Это не мешает развитию бизнеса?

И. М.: Так сложилось исторически. Были дилеры Polychrome, дилеры Kodak, потом был кризис... Мы ра-

ботаем над поиском оптимального решения для организации нашей дилерской сети в России, и именно по этой причине приехали на выставку «ПолиграфИнтер». Вероятно, в скором времени произойдут изменения.

ГАРТ: Kodak Polychrome — крупнейший производитель термальных СТР-пластин?

И. М.: Да. В разных странах доля у нас разная, но можно сказать, что в среднем по Европе она составляет 40–45%. Россия стала потребителем СТР-пластин достаточно поздно, но надо сделать скидку на то, что в вашей стране был кризис в 1998 г., который существенно замедлил развитие полиграфии. Учитывая это, можно предположить, что в ближайшее время в России будет существенный рост установок систем СТР и, соответственно, потребления пластин для них. Этот рост уже ощущается.

Какова, по Вашим оценкам, доля СТР-пластин в России на сегодняшний день?

ГАРТ: Если исходить из общего потребления, которое оценивается в 6 млн м² в год, то по состоянию на июль с. г. потребление пластин для СТР составляло менее 5%.

И. М.: Это совсем немного, даже по сравнению с другими странами Восточной Европы. Поэтому мы полагаем, что перспективы российского рынка очень хорошие.

ГАРТ: Есть неподтвержденная информация о том, что Kodak Polychrome в ближайшее время объявит о начале поставок фиолетовых фотополимерных пластин для СТР. Можете ли Вы прокомментировать ее?

И. М.: До предстоящей выставки drupa 2004 я бы не хотел делать по этому поводу никаких официальных заявлений.



**Игнацио
БИНЕТТИ**

Директор по экспорту
Lastra

ГАРТ: Игнацио, что происходит сегодня с рынком пластин для СТР и какая технология превалирует — термальная или фиолетовая?

И. Б.: Рынок пластин для СТР во всем мире растет день за днем. Несмотря на достаточно сложную экономическую ситуацию, на европейском рынке доля этих пластин составляет более 30%.

В общем объеме потребления преобладают термальные, но в странах, которые начали переходить на СТР позже, особенно в странах Восточной Европы, все больше растет потребность в фиолетовых фотополимерных пластинах.

В Европе же термальные устройства используются, как правило, в крупных и очень крупных типографиях, а фиолетовые — в средних и небольших.

ГАРТ: Мы уже писали о том, что Lastra открыла в Италии производство термальных пластин для СТР. Вы делаете и позитивные, и негативные пластины?

И. Б.: На сегодняшний день потребность в негативных СТР-пластинах, требующих предварительного нагрева, практически сошла на нет. Все хотят использовать позитивные, которые не требуют нагрева.

Наши позитивные термальные СТР-пластины LT-2 отличаются от аналогичных пластин фирм AGFA и Kodak тем, что они на 20–30% бо-

лее чувствительные, и практически приближаются по чувствительности к негативным.

ГАРТ: А что Вы можете сказать о ценах таких СТР-пластин? Распространится ли на них агрессивная политика Lastra?

И. Б.: Этот вопрос интересует сегодня всех производителей пластин. Могу лишь сказать, что цены на наши пластины будут соответствовать ситуации на рынке. Приобретя подразделение Mitsubishi Chemicals, мы получили продукт очень высокого уровня. LT-2 сегодня — одни из лучших, если не лучшие пластины на рынке. Они прошли многократные тестирования в различных типографиях, есть образцы печати, демонстрирующие самое высокое качество.

ГАРТ: Кроме высокого качества пластин нужна еще стабильность этого качества от партии к партии?

И. Б.: Пластины LT-2 производятся на совершенно новой линии, поэтому проблемы стабильности качества просто исключаются. Но это же существенно повышает себестоимость их производства. Некоторые предполагают, что цена на термальные пластины в скором времени снизится до уровня традиционных, но при технологиях производства, которые используются сегодня, это невозможно. Именно поэтому цены на пластины СТР в ближайшее время останутся более высокими, чем на традиционные.

Кстати, в конце года в Италии начнет работать вто-

рая линия по производству термальных СТР-пластин LT-2, а в июне следующего года — третья. Наши мощности станут одними из самых больших в Европе и, я полагаю, доля наших пластин будет соответствовать этим мощностям.

ГАРТ: Это будут новые линии, или Lastra переоборудует под производство традиционных пластин уже существующие?

И. Б.: Это будут новые линии, предназначенные именно для производства термальных пластин, хотя на них можно без проблем производить и традиционные.

ГАРТ: А фотополимерные СТР-пластины LV-2?

И. Б.: Они будут производиться в США. Их тестирование уже завершено, и мы готовимся к началу производства. Планируется оно на январь 2004 г.

ГАРТ: Насколько важен для фирмы Lastra российский рынок?

И. Б.: Для нас это один из самых важных рынков в Европе. В среднем в мире наша доля составляет около 14%. Поэтому 39%, которые мы имеем в России — очень хороший результат, и мы планируем его развивать.

Это относится и к рынку СТР-пластин. По некоторым оценкам, в будущем году в России будет установлено 70 новых устройств СТР. Такое заявление звучит как фантастика, но это возможно. И тогда рынок пластин для СТР вырастет многократно.

КОЛЛЕКЦИЯ

РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ КАЧЕСТВЕННОЙ ПОЛИГРАФИИ



Компания ОктоПринт Сервис впервые на российском рынке предлагает **новое поколение офсетных резинотканевых полотен Carat фирмы Phoenix Xtra Print.**

В отличие от предыдущего поколения полотна серии Carat обладают улучшенным компрессионным слоем, вследствие чего уменьшение толщины полотна под нагрузкой сократилось до 1,3% (у полотен предыдущего поколения этот показатель был 1,5%).

Полотна имеют более равномерную толщину. Новые химические добавки в верхний резиновый слой улучшают краскопередачу и уменьшают растискивание растровой точки.

Поэтому офсетные резинотканевые полотна серии Carat рекомендуются для печати с пластин Computer-to-Plate, а также для печати стохастическим растром.

Полотна серии **Carat** Вы можете приобрести у нас, как у первых официальных поставщиков данного продукта.

Срок изготовления полотен в нашем сервис-центре 1–3 дня.

Компанию **Phoenix Xtra Print** связывают длительные партнерские отношения с немецким производителем вспомогательных средств для полиграфии — фирмой **Druckchemie**. Мы предлагаем Вам широкий спектр смывок и средств по уходу от ведущего немецкого производителя химии для полиграфии — фирмы **Druckchemie**, которые безупречно подходят к офсетным полотнам фирмы **Xtra Print**, но также рекомендуются к использованию другими ведущими производителями офсетных полотен, валиков и печатного оборудования.

Используя офсетные резинотканевые полотна Phoenix Xtra Print и вспомогательную химию Druckchemie, Вы делаете процесс печати эффективным, экономичным и высококачественным!

Офис: телефон (095) 730 78 80,
факс (095) 730 7881

Магазин: телефон (095) 152 67 22,
факс (095) 152 68 23

e-mail: info@oktoprint.ru

www.oktoprint.ru

**СВЕЖИЙ
НОМЕР ГАРТ
И ВСЕ
АРХИВ**

www.gart.ru

Рациональное питание

Фраза «Кормить надо лучше, они и не улетят», оброненная когда-то героем рекламного ролика, давно уже стала крылатой. Да, поиск кадров — это важная задача, которая на данном этапе не имеет простого и логичного решения. Но второй, не менее важной, задачей является создание на полиграфическом предприятии таких условий, чтобы эти кадры никуда не «улетали». И при всей кажущейся очевидности ее решения, здесь все еще более неоднозначно.

Простой и действенный способ — поднять работникам типографии зарплату — на практике оказывается источником массы других проблем. К примеру, выходит на первый план незаметный ранее вопрос нормирования. Если труд печаника еще можно оценить по количеству произведенной за единицу времени продукции, то по каким критериям оценивать, например, рабо-

ту специалиста по доредакционной подготовке? Словом, увеличение заработной платы — не панацея. Работник должен получить то, что называется «мотивацией», то есть совокупность материальных, социальных и, если можно так выразиться, моральных благ, позволяющих ему чувствовать себя комфортно на данном предприятии.

Финансовая сторона вопроса не обязательно является здесь на 100% определяющей. Мы приводим данные о заработных платах американских полиграфистов за 2002 г. По сравнению

со статистикой за 2000 г. суммы по основным позициям снизились в среднем на 10%.

Кроме того, простой экономический расчет показывает, что в некоторых случаях повышать зарплату сотрудникам нельзя, ведь прибыльность многих секторов полиграфического рынка снижается. На диаграмме видно, как оценивают условия ведения своего бизнеса упаковочные предприятия США. Даже в таком благополучном секторе, как упаковка, стабильности нет.

СКОЛЬКО ЗАРАБАТЫВАЮТ АМЕРИКАНСКИЕ ПОЛИГРАФИСТЫ

Популярный американский журнал Graphic Arts Monthly провел очередное исследование рынка, в котором участвовали руководители 358 типографий, работающих в США. Среди опрошенных полиграфических предприятий 24% — малые, 34% — средние и 17% — большие коммерческие типографии. В числе оставшихся 9% — специализированные и другие полиграфические производства.

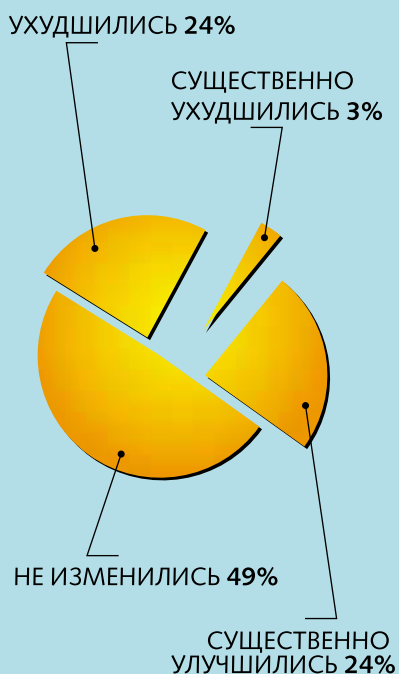
Результаты опроса приведены в таблице. Цифры означают базовую зарплату в долларах США за год.

	Средняя	Максимальная	Минимальная
Управление			
Председатель совета директоров	139,620	200,000	75,000
Владелец/Президент	103,696	450,000	0
Генеральный директор	74,945	450,000	10,000
Директор по производству	87,174	252,000	30,000
Финансовый директор	69,127	98,500	24,000
Директор по инф. технологиям	68,931	130,000	40,000
Директор по маркетингу	79,781	200,000	24,000
Начальник планового отдела	43,340	75,000	19,700
Офис-менеджер	41,315	85,000	17,680
Начальник отдела кадров	50,671	100,000	27,000
Начальник отдела закупок	42,117	74,000	30,000
Производство			
Директор типографии	63,670	135,000	18,000
Начальник производственного отд.	53,144	114,500	32,000
Начальник отд. контроля качества	45,773	68,000	20,000
Планировщик заказов	38,729	55,000	25,000
Начальники цехов, отделов и старшие специалисты			
Дизайн бюро	35,121	60,000	13,000
Отдел верстки	47,352	90,000	25,000
Цех доредакционной подготовки	47,047	85,000	23,000
Цех печати	52,678	82,500	25,000
Цех отделки и скрепления	42,546	72,000	16,640
Отдел технического обслуживания	61,354	120,000	35,000
Продажи и маркетинг			
Начальник отдела продаж	56,208	125,000	16,000
Представитель	42,969	88,000	0
Менеджер по работе с клиентами	46,198	75,000	25,000
Начальник отдела рекламы	42,200	83,000	25,000
Web-мастер	36,200	45,000	30,000

По материалам Cahners Printing & Converting Group

КАК ИЗМЕНИЛИСЬ УСЛОВИЯ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА ПО СРАВНЕНИЮ С 2001 г.

Опрос американских производителей упаковки, проведенный в 2003 г.



ИСТОЧНИК: TRENDWATCH GRAPHIC ARTS

ROLAND 200



Компактная машина.

H.G.S.
G R O U P



Profitability by Design.

Компактная полуформатная машина ROLAND 200. Множество «ноу-хау» на самой малой площади. Двух-, четырех- и пятикрасочные машины привлекательны благодаря соотношению цены, производительности и универсальности. Это просто идеал для начинающих, а также хорошее дополнение для тех, кто много печатает малыми тиражами. В приемку встроен пульт управления, включая систему регулирования подачи краски — RCI. Узнайте обо всех преимуществах ROLAND 200 по телефону: (095)737 6270, по факсу: (095)125 2240 или по адресу в Интернете: <http://www.hgs.ru>



PREPRESS

PRESS

POSTPRESS

Speedmaster 74 DI:

Будучи лидером в технологии прямого экспонирования, Heidelberg создал новое решение на базе проверенной

офсетная машина

Speedmaster SM 74 с технологией термального экспонирования. Speedmaster 74 DI обеспечивает полностью

со скоростью цифрового офсета

цифровое Workflow в типографии и гарантирует оперативное выполнение заказов в формате 50x70

с безупречным офсетным качеством.

ООО «Гейдельберг СНГ»

Тел.: (095) 775 80 20, 775 80 21

Факс: (095) 775 80 22

Hot Line сервис: (095) 920 47 63; (095) 997 77 51; (095) 765 06 17

www.heidelberg.com, E-mail: hoc@ru.heidelberg.com

HEIDELBERG