

ГАРТ®

ЕЖЕМЕСЯЧНОЕ ИЗДАНИЕ | НОМЕР 11 (77) ■ 2006

ЦИФРОВОЙ
МАРЗАН

с. 12



РАССТАНОВКА

Обучение сегодня может стать реальным бизнесом, если его грамотно организовать и учить «по-взрослому»

А. Романов (с. 3)

С экономикой производства происходило странное. Люди получали премии, а продукция ложилась на склад и через полгода списывалась

В. Корягин (с. 4)

В любом случае, готовых схем здесь нет. Хороший специалист — это «штучный продукт»

Р. Фаттахетдинов (с. 9)



Вячеслав Александрович КОРЯГИН
«Советская Сибирь»
Генеральный директор
(Новосибирск)

ГАРТ: Вячеслав, этот номер посвящен кадрам. Расскажите, как Вы попали в полиграфию?

В. К.: Я по образованию историк. В начале 90-х создал свое издательство — «Вояж». Мы издавали одноименные газету и журнал, выпускали даже телепрограмму.

В те времена ниша была очень хорошая: бум на туристическом рынке при отсутствии других изданий подобной тематики. Дальше — больше. В 1993 г. купили первое в городе среди частных типографий фотывыводное устройство. Сначала использовали его для собственных нужд, потом стали оказывать услуги на сторону. А в 1997 г. приобрели действующую типографию. Ее владельцы были прекрасными технологами, но экономика страдала.

(Продолжение на с. 4)



Ренат ФАТТАХЕТДИНОВ
Начальник отдела одной крупной телекоммуникационной компании

ГАРТ: Ренат, Вы недавно закончили бизнес-школу MBA. Телекоммуникационный бизнес сейчас на подъеме и образованию сотрудников, видимо, уделяется большое внимание?

Р. Ф.: Не уделяется. Компания обучила в MBA региональных директоров, но я думаю, что это больше PR. Я учился для себя. И за свои деньги.

ГАРТ: Не разочарованы?

Р. Ф.: Нет. Правда, иногда создавалось впечатление, что несколько рановато. Со мной учились, например, пара управляющих некрупных банков.

ГАРТ: Этот номер нашего издания посвящен кадрам в полиграфической промышленности. Вот, захотелось понять, на что способен выпускник современной бизнес-школы и может ли он взять на себя пусть не руководство предприятием, но хотя бы управление

(Продолжение на с. 8)

мелованная бумага из Китая

PRO
MEGA
COAT



Комус
П С Б К

Москва (495) 729-54-64
Санкт-Петербург (812) 325-51-21
Екатеринбург (343) 377-73-93
Новосибирск (3832) 27-66-84
Казань (843) 518-54-54

Нижний Новгород (8312) 69-37-28
Самара (8462) 70-75-10
Омск (3812) 40-17-78
Краснодар (861) 274-62-48
Челябинск (351) 799-20-55

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.gart.ru

E-mail: gart@kursiv.ru

Учредитель: издательство «Курсив»

Главный редактор: Андрей РОМАНОВ
andrei@romanov.ruВедущий редактор: Екатерина ГЖИМАЛО
kat@kursiv.ru

Адрес редакции:

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

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

Телефон/факс: (495) 725 6001, 950 5324

Подписано в печать: 08.01.2007

Отпечатано в ОАО «Типография «Новости»,

Москва, ул. Фридриха Энгельса, 46

Телефон: (495) 265 6108, 265 5553

Заказ № 143

Печать офсетная. Тираж 4500 экз.

© Издательство «Курсив», 2006

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

**ДА, ДА, ДА...**

Если честно, то дежурная тема про кадры уже несколько утомила. ДА, есть соответствующие учебные заведения. ДА, они не всегда справляются со своими функциями. ДА, учебные заведения, занимающиеся подготовкой кадров для других отраслей, с этой самой подготовкой тоже не справляются.

Что можно с этим поделать? Взять практиков со знанием русского языка и заставить писать книги? Но им придется заплатить существенных денег. Положиться на интернет-тусовки в надежде, что там молодым специалистам все объяснят? Но там люди тоже не готовы делиться знаниями бескорыстно, а те, кто делится, совершенно не обязательно корректно и правильно отвечают на заданные вопросы. Получается некая «групповуха», в которой участвуют и те, кто понимает, и прочие, которые добавляют свои «пять копеек».

Не хочу опять приводить в качестве примера своих детей, которые учатся в заведениях, к полиграфии отношения не имеющих. Но, повторюсь, проблемы везде одинаковые. Это проблемы системы образования, а совсем не нашей конкретной отрасли. Слишком быстро прогрессирует «прогресс», а государственная или какая она там сегодня система образования со всеми ее тормозами как тот ээстоонский спринтер — никогда не сможет успеть за этим прогрессом. Проблема сегодня, на самом деле, оказывается неразрешимой.

Вернемся к полиграфии, но забудем на минуту про «просто печатников» и «просто технологов», которых тоже не очень-то у нас готовят. Сегодня на рынке нужны специалисты, которые, например, имеют опыт работы с листовой УФ-печатью или с комбинированной узкоролонной. Сколько таких людей в нашей индустрии? Ну, первых — человек 50. Вторых — 100. А спрос на них растет существенно быстрее, чем на веб-мастеров или программистов баз данных. Ну и как такого специалиста можно подготовить? Установить в МГУП УФ-печатную машину? Тогда к

ней придется приставить технолога (одного из упомянутых пятидесяти, итого 49) с практическим опытом печати и выбора расходных материалов. А еще — найти спонсора, который будет поставлять пластик, на котором студенты будут тренироваться.

Сейчас все скажут, что я о каких-то теоретических перспективах и что УФ-печать нужна не каждой типографии. А на самом деле обучение таких специалистов сегодня может стать реальным бизнесом, если его грамотно организовать и учить «по-взрослому». Ведь время, потраченное персоналом на освоение новой УФ-машины, обходится хозяину типографии в десятки тысяч долларов. И все именно из-за того, что нет специалистов. А тут — заплати заранее «всего десятичку» и обучи своих.

Конечно, можно лучших студентов отправлять на практику в ведущие типографии или даже за границу. Можно. Но сегодня производственный процесс на современной печатной машине в хорошей типографии не располагает печатника к объяснениям. Нужно делать все спокойно и быстро. Все. А на объяснения времени не хватит.

Получается такая расстановка: ДА — проблема есть, ДА — все это понимают, ДА — высказываются разные идеи. Только кадров по-прежнему НЕТ.

Андрей Романов,
главный редактор

ПРЕДПОЛАГАЕМЫЕ ТЕМЫ БЛИЖАЙШИХ НОМЕРОВ:

ГАРТ № 12–2006:ДЕЛА
БУМАЖНЫЕ**ГАРТ № 1–2007:**ЗАКАЗЧИКИ
В ПОЛИГРАФИИ**ГАРТ № 2–2007:**

ТЕХНОЛОГИИ СТР

ГАРТ № 3–2007:

ЭТИКЕТКА



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



Бумага мелованная матовая
Galerie Art silk плотностью
130 г/м² предоставлена
фирмой «Комус»

Вячеслав КОРЯГИН

(Продолжение. Начало на с. 1)

Парк печатного оборудования был не самый большой — двухкрасочная Рапида и однокрасочная СТО. Но в результате у нас сложилась структура, имеющая полный цикл производства издательской продукции. Потом было приобретено в собственность здание, куплено дополнительное оборудование, включая печатную машину MAN Roland 206.

ГАРТ: Неновую?

В. К.: Да, но это была первая в Новосибирске шестикрасочная печатная машина с секцией лакирования. Работает, кстати, до сих пор.

После этого продолжали развитие. Приобрели пятикрасочную машину Рапида 105 с секцией лакирования, Komori Lithrone, рулонную машину КБА Компакта. Сейчас монтируются две журнальные машины heatset Rotoman. «Вояж» сегодня, насколько я знаю, печатает около сорока наименований журналов. Это неплохо для региональной типографии.

ГАРТ: Но Вы теперь руководите другой типографией. «Советская Сибирь» — одно из крупнейших российских полиграфических предприятий...

В. К.: Да, так получилось. Можно сказать — случайно. В конце 2000 г. проходил конкурс на замещение вакантной должности генерального директора. Я решил попробовать, и из восьми кандидатов выбрали меня. После этого я вышел из состава учредителей «Вояжа». Как и положено руководителю ГУП.

Исторически «Советская Сибирь» специализировалась на производстве газет и журналов, хотя к 2000 г. растеряла своих заказчиков. Когда я вступил в должность, она занимала 38-е место по производству газет. На имевшихся машинах печаталось около восьмидесяти наименований красоч-

ностью 2+1. Из работающего оборудования — восемь башен газетных машин двойной ширины Рондосет, две старенькие Планеты и один Speedmaster 102. С закрытием направления глубокой печати производство журналов и обоев этим способом было прекращено, хотя еще 20 лет назад в день отгружалось по вагону обоев. Сегодня этот рынок, к сожалению, уже потерян.

Никакого допечатного оборудования за исключением стоявшего у связистов фототелеграфа и старенького DC 360 не было. Из послепечатного были четыре линии ВШРА, одна — бесшвейного скрепления Salbu, и линия «Книга» для твердого переплета.

ГАРТ: Производственные площади традиционно находятся в центре Новосибирска?

В. К.: Нет, на окраине, в промышленном районе. Поэтому с точки зрения недвижимости типография представляет собой не самый привлекательный объект. Это производственная площадка, склады и большой гаражный комплекс. Всего около 100 тыс. м². В довольно изношенном состоянии, что постоянно отвлекает средства на ремонт.

ГАРТ: И перечисленные Вами машины занимали 100 тыс. м²?

В. К.: Я перечислил РАБОТАЮЩЕЕ оборудование. Очень большие площади занимали металлолом, пустующие помещения и непрофильные службы. С экономикой производства происходило странное. Печаталась бумажно-беловая продукция: амбарные книги и перекидные календари. Люди получали премии, а продукция ложилась на склад и через полгода списывалась. Был такой локальный коммунизм. Средняя зарплата — 2300 руб.

Сегодня все несколько изменилось, пустующих площадей больше нет. Те-

перь штат «Советской Сибири» составляет 620 человек. В 2001 г., когда я пришел на должность генерального директора, их было 800, а в начале 90-х гг. — около 1400. И это при том, что объемы производства в листах по сравнению с 2001 г. выросли более чем в два раза!

В первые полгода пришлось сократить около 300 человек. С остальными

Для начала пресекали воровство готовой продукции, материалов и вторсырья. Изменили технологию отгрузки. Только учет и реализация вторсырья дали предприятию сразу полмиллиона рублей в месяц. Они были направлены в фонд заработной платы

начали поднимать предприятие. Это было непросто. Не все вовлекались в процесс. Доходило до того, что мне писали заявления со словами: «Прошу уволить, так как мастер заставляет меня работать». Но постепенно люди вспомнили, что они умеют делать. Ведь когда-то типография еженедельно печатала 6 млн экз. журналов «Огонек», «Работница» и «Крестьянка», и эта нагрузка считалась нормальной.

Многих руководителей подразделений пришлось заменить. С управленческими кадрами возникла очень большая проблема. Например, начальника цеха офсетной печати нашли только с четвертой попытки.

ГАРТ: Ну и как же удалось переломить ситуацию?

В. К.: Для начала пресекали воровство готовой продукции, материалов и вторсырья. Изменили технологию отгрузки. Не поверите, только учет и реализация вторсырья дали предприятию сразу полмиллиона рублей в месяц. Они были направлены в фонд заработной платы.

Потом установили два фотовыводных устройства — Primesetter и Hercules. Это уже была революция, ведь не нужно стало монтировать пленки. Потом два устройства СТР. Одно из них не имеет аналогов в России. Ну и главное — последовательный запуск четырех Uniset 70 и печатной машины с газовой сушкой КВА Альберт А101.

ГАРТ: А упомянутый выше «Огонек» печатался, видимо, глубокой печатью?

В. К.: Да, производственные мощности глубокой печати в «Советской Сибири» были одними из самых больших в бывшем СССР — 11 рулонных машин. Но она была закрыта по экологическим причинам еще задолго до моего вступления в должность. Все это «железо» занимало два этажа журнального комплекса, нам приходилось их отапливать и т. д. Делать было нечего, мы сдали машины в металлолом, а на полученные средства сделали реконструкцию помещений и запустили их в процесс нового производства.

А вот книжное производство мы сохранили, и оно сегодня работает в рамках областной программы по изданию учебников. Финансирование из бюджета получает наше предприятие, а потом мы договарива-

емся с издателями о размещении у нас заказов на печать.

ГАРТ: Тем не менее, часть площадей «Советской Сибири» сегодня находится в аренде?

В. К.: Да, около 30%. Но мы подходим к выбору арендаторов достаточно избирательно. Издателям (нашим заказчикам) мы предложили льготные условия и даже специально сделали для них перепланировку некоторых помещений. Сегодня среди арендаторов 32 редакции. Это наши клиенты, они обеспечивают загрузку производства.

Еще одна группа арендаторов — поставщики оборудования и полиграфических материалов. Их много, и они теперь в Новосибирске сгруппированы на территории «Советской Сибири». За редким исключением, все расположены у нас.

Третья группа арендаторов — компании, занимающиеся оказанием различных услуг. Например, всех, кто работает на площадке, надо кормить. Для этого мы предоставили помещения в аренду компании, которая специализируется на бизнес-ланчах. Они установили две итальянские линии, и теперь кормят до 700 человек в день. Своим работникам установлена дотация на питание. Сдаем помещения и строительным организациям — ведь их услуги нужны постоянно. Мы покупаем новое оборудование, а машины большие. Каждый раз приходится заниматься реконструкцией: делаем фундамент, пол, стены. Когда под рукой есть две компании, можно легко выбрать. Никаких торговцев «валенками» у нас нет.

ГАРТ: Интересно, сколько стоит аренда?

В. К.: Базовая ставка — до 400 рублей за м² в месяц.

ГАРТ: То есть около 170 долл. за м² в год?

В. К.: Да. Но это если мы говорим об офисных помеще-

ниях. Стоимость аренды производственных и складских — ниже. В любом случае, для Новосибирска это не очень дорого. В центре города стоимость аренды в три раза выше. Еще нам очень удобно иметь в качестве арендаторов поставщиков бумаги. Мы предоставляем им офисы и склады, а они поставляют нам бумагу, да еще и конкурируют между собой.

ГАРТ: А что с рулонными бумагами?

В. К.: По газетным работаем с «Соликамскбумпром». Все остальные отечественные производители ему проигрывают просто из-за цены доставки.

ГАРТ: У вас же Китай близко?

В. К.: Газетная бумага оттуда в Западную Сибирь не доходит. Мы закупаем в Китае рулонную легкомелованную бумагу. В Новосибирске есть представительства фабрик, и мы работаем с ними напрямую. Бумага получается существенно дешевле — на 17–20%. Но и похуже, чем финская. Кроме того, длинный маршрут транспортировки. Сначала морем, потом железной дорогой...

ГАРТ: Интересно, почему нельзя ее просто возить вагонами?

В. К.: В Китае другая ширина колеи, надо менять платформы. И на станции под Иркутском такие очереди... Они не справляются, что, кстати, сильно сдерживает товарооборот с Китаем, потенциал которого огромен.

ГАРТ: Из-за такой логистики листовую меловку возить из Китая получается невыгодно?

В. К.: Почему же, бумага финских производителей стоит в Новосибирске на 5% дороже, чем в Москве. Корейская немного дешевле. Китайская — тоже. Правда, бумаги сильно отличаются от фабрики к фабрике. Но, видимо, скоро все изменится, и бумажным оптовикам из Европы будет нечего

Flint Group: Краски и лаки для всех основных способов печати

- Краски для глубокой печати и офсетной печати с сушкой
- Газетные краски
- Краски для упаковочных материалов
- Краски для листового офсета

Flint Group Printing Plates: Фотополимерные пластины, растворители

и оборудование для изготовления форм для флексографии и высокой печати

Flint Group Pigments: Пигменты и дисперсии, добавки и лаки

XSYS Print Solutions: Краски для узкорулонной печати этикеток



FlintGroup

www.flintgrp.com

делать за Уралом. Можно сказать, что мы тут уже китайский язык потихоньку изучаем. (смеется)

ГАРТ: В Китае, видимо, и другие расходные материалы для полиграфии производятся?

В. К.: Конечно. Я, например, был на трех китайских заводах по производству офсетных пластин. Так вот, один из них меня просто поразил. Новая немецкая линия, японский алюминий. Полная автоматизация, включая разрезку на форматы. Упаковка только производится вручную. Я полагаю, что не у каждого из крупнейших мировых производителей пластин есть такие заводы. Для начала мы закупили у них аналоговые пластины. Правда, сразу они не пошли. Потом китайцы прислали вторую партию — оказалось существенно лучше. Заключение большой контракт, с тех пор и работаем.

ГАРТ: Вячеслав, в какую сторону надо развиваться такому предприятию, как «Советская Сибирь»?

В. К.: Мы имеем программу развития, нацеленную на несколько сегментов полиграфического рынка. Приоритетным, конечно, является газетное направление. В обороте предприятия (а это 100 млн руб. в месяц) доля печати газетной продукции составляет сегодня 59%. Годовой рост объемов производства газет в 2003–2005 гг. составлял 25–30%. Сейчас он замедлился — сказывается насыщение рынка оборудованием.

К 2010 г. мы планируем, что производство газет будет составлять около 40% от выручки предприятия, это произойдет за счет более активного развития журнального, книжного и упаковочного направлений. Первые шаги мы уже сделали: заключили контракты на поставку новой термоклеевой линии и четырехкрасочной печатной машины пол-

ного формата. В первом квартале 2007 г. планируем заключить контракт на поставку еще одной полноформатной машины — пятикрасочной, с секцией лакирования. Ставка делается на новое оборудование.

ГАРТ: Да, видимо, производственные мощности выросли с Вашим приходом многократно.

В. К.: Если говорить о печатных машинах — да. Но у нас достаточно слабым местом является послепечатная обработка. Печатали, например, газету объемом 256 полос тиражом 35 тыс. экз. Собиралась она потом из 64-страничных тетрадей вручную. А соответствующая машина для вкладки будет стоить больше миллиона евро. На одной газете окупить такое оборудование нельзя. Но люди тоже стоят денег. Причем это не только растущая зарплата, но и решение всех остальных проблем, что тоже накладно.

ГАРТ: А китайские производители в плане оборудования не спасут?

В. К.: Мы покупаем иногда послепечатное оборудование китайского производства, изначально понимая, что его ресурс ниже, чем у европейского. Просто в некоторых случаях этот вариант оказывается экономически оправданным. Но, я считаю, что лет через пять китайские рулонные машины будут не сколько не хуже, чем европейские. Клонирование у них — отлаженный процесс. Причем зарубежные компании создают в Китае производства на основе оборудования закрытых в США или Европе заводов, а китайцы (тот же Beigen) оснащают сборочные производства новым оборудованием под ключ.

ГАРТ: В заключение еще один вопрос по теме номера: МВА заканчивали?

В. К.: Нет.



H₂SO₄ В РОЗЛИВ

Что-то в последнее время часто приходится заглядывать в химико-технологический словарь. Мы писали о том, что производство офсетных пластин дело, в общем-то, не самое сложное, но произошел тут интересный случай. Один небольшой американский производитель офсетных пластин имел в Штатах две линии, каждая в отдельном здании. На одной делались аналоговые пластины для газетной печати, на другой — пластины для СТР. И на первой произошла утечка серной кислоты. Она не просто вытекла, образовалось облако паров, были эвакуированы оба производства и еще 80 окрестных жилых домов. Вызвали местную МЧС, ликвидировали последствия, вернули жителей в дома и даже разрешили через несколько дней включить вторую производственную линию.

Произошла авария 30 октября. Но самое интересное случилось несколько позже. 29 декабря местная служба по контролю за чистотой окружающей среды выступила с заявлением о том, что она не даст разрешения на включение первой линии потому, что до сих пор не ликвидированы дефекты, которые могут вызвать утечку кисло-

ты в дальнейшем. Теперь — внимание. 2 января руководство компании-производителя объявило о том, что производство аналоговых пластин в связи с сокращающимся спросом на них закрывается. Существующим клиентам будет оказана помощь в переходе к другим поставщикам. Вот так. Не только у нас, но и в Америке есть свои службы, которые занимают вполне принципиальные позиции. Видимо, дешевле оказалось закрыть производство, чем обеспечить его соответствие требованиям охраны окружающей среды. Вот вам еще одна причина глобализации бизнеса. Пройдет пара месяцев, и эту линию переправят в Китай или продадут все производство кому-нибудь из трех крупнейших, чтобы он его закрыл навсегда. Agfa-Fuji-Kodak (AFK) уже должны создать совместный фонд по покупке и закрытию мелких производителей. Зачем они нужны, только под ногами болтаются. Да и осталось-то их — всего ничего. В Европе, скажем так, полтора. В Бразилии — один. С ними разобратся? Нет никаких проблем. А рынок-то растет. И зачем отдавать даже крохи? Правда, есть еще Китай. С ним проблемы есть точно, и разобраться будет существенно сложнее.

СИМВОЛ УДАЧИ

福

У Д А Ч А

ПОЕТ ТЕТИВА
СЕРДЦЕ ЛЕТИТ ЗА СТРЕЛОЙ
ЗДРАВСТВУЙ, УДАЧА

FFEI LUXEL V8 HS

Самое высокоскоростное устройство СТР с оптической системой High Speed и быстрой автоматической загрузкой-выгрузкой. Оптимально для применения в типографиях, выпускающих смешанную продукцию, включая высококачественную коммерческую, книжно-журнальную и газетную



www.yam.ru

FUJIFILM

Японская корпорация, мировой лидер в разработке технологий, производстве оборудования и расходных материалов для полиграфической промышленности

YAM
YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ: (495) 234 9000, 332 6420
E-mail: info@yam.ru

С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 710 8097
НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (383) 22 77 007

КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700

МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 287 2970

АЛМАТЫ, ТЕЛ: (3272) 67 3203

Ренат ФАТТАХЕТДИНОВ

(Продолжение. Начало на с. 1)

на каком-то из его уровней. Скажите, что дало Вам это обучение и смогли бы Вы теперь, скажем, стать одним из топ-менеджеров среднего по масштабам полиграфического предприятия?

Р. Ф.: Я работаю совсем в другой отрасли. Наверное, мог бы поменять сектор, но, в любом случае, никакое образование не дает готового рецепта, как работать. Поэтому перед тем, как принимать решение, я бы постарался получить детальное представление о том, что такое полиграфия.

ГАРТ: Тогда небольшое предисловие. Так получилось, что директора и владельцы многих типографий сегодня — люди, более грамотные технологически, нежели в области бизнеса. Получили когда-то самое разное высшее образование — как профильное, так и далекое от

полиграфического. Они — самые главные технологи своих предприятий и на самом деле очень хорошо разбираются в производственных процессах.

Масштабы предприятий — самые разные. Обороты от 5 тыс. долл. в месяц до десятков миллионов в год.

Р. Ф.: Но если директора большинства типографий погружены в технологические проблемы, то получается, что на руководство как таковое времени у них практически не остается? Подозреваю, что это общая проблема не только полиграфической, но и многих других отраслей — руководители не успевают отслеживать финансовые потоки и не занимаются стратегическим планированием.

На самом деле, многим владельцам было бы гораздо удобнее нанять кого-то на эту должность и просто получать прибыль, принимая участие лишь в неко-

торых вопросах руководства.

ГАРТ: Но ведь любой хозяин беспокоится за свой бизнес.

Р. Ф.: А как он беспокоится, если у него нет времени на стратегические вопросы? Сейчас наступает момент, когда нужно четко понимать, для чего развивать предприятие: для последующей его продажи или для получения стабильного дохода.

ГАРТ: Да, в Россию приходят крупнейшие глобальные сети, и самый простой способ выхода на рынок для них — покупка действующих российских компаний. Но только единицы из руководителей сегодня признаются, что готовят свои типографии на продажу.

Р. Ф.: Тем не менее, этот момент надо для себя определить, ведь через несколько лет бизнес может стать неконкурентоспособным вообще. Может быть, его надо срочно подготовить и продать уже через год? Я не знаю особенностей полиграфии, но бывают разные проблемы: закончится льготная аренда, выберут другого мэра и т. п.

Если возможность продажи не исключается, то надо понять, какими параметрами будет оперировать западный аудитор. Например, существуют оценки стоимости компании сходя из финансовых потоков, которые она «сгенерит» в ближайшие пять лет, прогноз оборотов, прогноз затрат... Они зависят от многих факторов, о которых нужно иметь представление.

ГАРТ: В МВА учат продавать предприятия?

Р. Ф.: Нет, этому не учат. Учат об этом подумать. Один из моих одноклассников, владелец не очень большой фирмы, специализирующейся на услугах по логистике, оценив жесточеские меры по борьбе с серым импортом понял, что через два года его бизнес «загнется». Сейчас мода на разные

высокотехнологичные штучки. За счет их внедрения он значительно поднял цену своего предприятия, после чего успешно продал его. Какие «штучки» существуют в полиграфии — я не знаю, но они наверняка есть.

ГАРТ: Интересно, а чем теперь занимается тот экс-владелец логистической фирмы?

На Западе тоже есть образование разного качества. Да и сфера применения знаний там совсем другая. Кстати, интересно, что многие люди с Запада едут работать сюда. Там все уже слишком правильно

Р. Ф.: Пока он не видит ниши, где бы можно было создать новый бизнес. Просто пошел работать в одну из крупных компаний. Я считаю, это разумный подход.

ГАРТ: Выпускник МВА — в некотором роде универсальный специалист?

Р. Ф.: Это идеальное представление. Все зависит от конкретного человека и его предыдущего опыта. Многого, о чем нам рассказывали, я уже знал. Только подавалось все это, может быть, более структурировано. Тем не менее, есть вещи, которые являются общими для всех сфер бизнеса.

ГАРТ: Так на что нужно обратить внимание тем, кто продавать свое предприятие не планирует?

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ СКЛАД ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ

СОСТАВЛЯЮЩАЯ ВАШЕГО УСПЕХА

ПОЛНЫЙ СПЕКТР РАСХОДНЫХ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ:

Офсетные краски, пленки для ламинации, проволока для ВШРА, пластины для СТР, химия для обработки, переплетные материалы, офсетные пластины, фототехнические пленки, офсетная резина.

125424, Россия, Москва, Сходненский тупик, д. 20
Тел: +7 (495) 221-84-64, 491-22-23, 491-22-88, +7 (499) 740-80-96, 740-81-93, 740-84-79
E-mail: inform@poli-mat.ru, http://www.poli-mat.ru

Р. Ф.: Один из самых важных моментов — это стратегический менеджмент. Сегодня уже нельзя планировать сбыт, как во времена Генри Форда. Надо самим формировать потребности клиентов. Для этого должны быть продуманы и правильно поделены функции сотрудников. Если у предприятия нет четко отлаженной структуры, то ничего не получится.

ГАРТ: Поверьте, у многих получается.

Р. Ф.: Видимо, пока получается. И то только потому, что у других все еще хуже. И это еще раз доказывает, что в компании необходим человек, который будет свободен от текучки и сможет заниматься вопросами развития. Ведь если директор погружен в технологию, то должен быть кто-то, кто в нужное время задаст ему правильные вопросы: а что у нас с этим и с этим?

Возьмем, к примеру, управление персоналом и мо-

тивацию. Зачем человек работает? Деньги? Не всегда. Карьерный рост? Только один из возможных стимулов. Чтобы сложилась команда, нужно понимать, что нужно каждому конкретному работнику.

А есть еще атмосфера в коллективе. На это тоже надо обращать внимание. В случае с отделом, которым я руковожу, помогло банальное утреннее чаепитие. Пришлось отвести на него целых полчаса рабочего времени, но это реально объединило людей. Ну а параллельно обсуждались общие вопросы и проблемы.

ГАРТ: Чем еще помогают полученные знания?

Р. Ф.: Стало проще взаимодействовать.

ГАРТ: С другими выпускниками МВА?

Р. Ф.: Просто с другими людьми. С выпускниками тоже приходилось общаться, и я понимаю Вашу иронию. Действительно, встречаются

полностью «отформатированные». Один, например, при обсуждении какого-то маркетингового вопроса нарисовал воронку. Потом подумал и переделал на пирамидку. (смеется) Видимо, для него это очень важно. Но если идей нет, пирамидки не помогут. Все это смешно, конечно.

ГАРТ: Смешно, как любая «калька» с западных методик.

Р. Ф.: На Западе тоже есть образование разного качества. Да и сама сфера применения этих знаний там совсем другая. А у нас в последнее время школ появилось очень много, а число нормальных преподавателей при этом, к сожалению, не увеличилось.

Кстати, интересно, что многие люди с Запада едут работать сюда. Там все уже слишком правильно.

ГАРТ: Наши компании приглашают западных менеджеров в надежде, что те

смогут правильно объяснить зарубежным партнерам специфику российского бизнеса.

Р. Ф.: Мне приходилось сталкиваться с западными менеджерами. Многие из них — действительно очень грамотные люди с большим опытом работы. Есть интересные сочетания. Одна нефтяная компания (кстати, единственная, которой удалось внедрить систему ERP в запланированные сроки) пригласила работать бывшего эмигранта, который уехал в Израиль, потом в Штаты. У него было знание специфики западного бизнеса плюс умение «строить» нефтяников здесь. Ходил по коридорам, ругался матом, когда нужно.

В любом случае, готовых схем здесь нет. Хороший специалист — это «штучный продукт».

РУЛОННЫЕ МАШИНЫ ДЛЯ ПЕЧАТИ ЦВЕТНЫХ ГАЗЕТ



MANUGRAPH

Technology in Print

ЛИНИЯ ПРОГРЕССА CityLine Express

Выбор уже более сорока типографий России и стран СНГ

- Скорость 35 тысяч оттисков в час
- Управление происходит с одной сенсорной панели
- Четыре бригады сервисных инженеров, в том числе специалисты завода-изготовителя
- Склад запасных частей
- Постоянно действующий демонстрационный зал и центр обучения.



Офис в Москве: 123007, Москва, Хорошевское шоссе, 38, оф. 520
Телефоны: (495) 940-26-00, 941-22-63, 232-14-93
Факс: (495) 940-19-40, vmg@vmg.ru, www.vmg.ru

Офис в Алматы: Тел/факс: (3272) 95-27-44, vmg@webmail.kz
Представитель в Киеве: Тел/факс: + 38 (067) 405-49-70
Компания «МакХаус»



Юрий
ЗАХАРЖЕВСКИЙ

Причин возникновения проблемы с кадрами для полиграфии несколько, и главная из них, конечно, вопрос образования. Не секрет, что от современных требований оно отстает, как бы сказать помягче... уже почти что навсегда.

КВАЛИФИКАЦИЯ

То, что в вузах и колледжах обучают по устаревшим планам — это само собой. Ну к чему, скажите, сейчас учить работе с PageMaker? Да, кое-где он еще применяется, так и «свинцовый» шрифт еще в ходу.

Но качество обучения даже по этим учебным программам часто оставляет желать лучшего. К нам как-то пришел устраиваться на работу выпускник полиграфического колледжа. Меня потрясло даже не то, что он ничего не знал о СТР (хотя такая техника есть буквально по соседству с его колледжем). Но человек, имеющий специальность «сменный мастер», оказывается, не имел представления о том, что такое фотоформа! Ну ладно, двоечники везде бывают. Но как он получил диплом?

Положение с профессиональным обучением плачевное, но так ли уж это трагично? В конце концов, не только у нас в стране типографии сами выращивают кадры. И не только у нас самыми ценными сотрудниками считаются те, кто сам прошел все ступени карьерного роста на реальном производстве. Проблема в

том, что при современных темпах развития науки и техники практически любой (не только полиграфический) диплом через несколько лет обесценивается, если его владелец не занят постоянным самообразованием. И тут-то и возникает второй вопрос: а что, собственно, может заставить людей заниматься самообразованием, повышением квалификации?

МОТИВАЦИЯ

Часто приходится слышать, что современные работники (и выпускники вузов — в частности) не любят трудиться.

**«Новые»
работники
не хорошие
и не плохие.
Они, как те-
перь принято
выражаться,
«адекватные».
Их поведение
соответствует
тому, как мы
живем**

Думают не о работе, а только о зарплате. Но к чему сетования по этому поводу? Все мы ходим на работу не для морального удовлетворения. «Новые» работники не хорошие и не плохие. Они, как теперь принято выражаться, «адекватные». Их поведение соответствует тому, как мы живем. А главный закон нашей жизни, к сожалению, тот самый закон джунглей, который признавали Шерхан и Табаки: «Каждый — сам за себя».

С одной стороны, работник видит, что компания стремится всячески на нем сэкономить: сократить отпуск, урезать больничный и т. п. Да и работает он зачастую даже без трудовой

книжки, поэтому, если завтра с ним что-то случится, он не будет нужен никому: ни компании, ни государству. С другой стороны, с увеличением количества типографий в некоторых больших городах появилась возможность легко поменять место работы. Более того: компании еще и переманивают кадры друг у друга. Вот сотрудник и делает логичный вывод: пока я работаю на этом месте, надо брать от фирмы все. И если для этого надо пожертвовать интересами фирмы — тем хуже для нее. После этого можно сколько угодно обвинять молодежь в финансовой нечистоплотности. А с чего бы им быть чистоплотными? Если работа с помощью откатов становится в какой-то организации нормой, если результат достигается не качеством печати и не скоростью, то и сотрудники, волей-неволей, начинают задумываться о том, какой путь в жизни наиболее эффективен. И приходят к выводу, что от трудов праведных не наживешь палат каменных. А упираться на работу — зачем? Медаль все равно не дадут.

КОМАНДНЫЙ ДУХ

В общем, по части корпоративной этики нам далеко как до Америки или Европы (где, в случае чего, профсоюз поддержит или уж государство не даст умереть с голоду), так и до Японии (где человек всю жизнь работает на одну корпорацию и подъем по служебной лестнице соблазняет даже больше, чем высокая зарплата).

Знаю случай, когда хозяин американской типографии пообещал своему печатнику, что, если он доработает у него до пенсии, то получит 100 тыс. долл. Неплохая сумма, даже для США. Как вы думаете: будет этот печатник заботиться о конечном результате своей работы и о благополучии

СВОЕЙ фирмы? Или только о том, как смену отстоять? Вопрос риторический.

Есть еще и организация процесса наставничества непосредственно в типографии, которая позволяет успешно решать проблему кадров, не ожидая милости от государства. Но опять же — заинтересованность. У наших рабочих очень своеобразная трудовая этика. Да, они не будут объяснять начальству, где их коллега допустил брак (сегодня он допустил, а завтра ты — «круговая порука»). Но и помогать этому коллеге он никогда не станет: это ЕГО опыт, который он зарабатывал годами. И с какой стати он должен им делиться?

Между тем, на Западе уже давно разработаны действенные методы мотивирования. Например, совет директоров Heidelberg Druckmaschinen AG предоставил своим сотрудникам возможность выкупа 5% акций... Так у рабочих будет больше общих интересов с владельцами концерна. А теперь давайте прикинем, много ли у нас в России предприятий, где человек понимает, «что за ним стоит компания»?

Конечно, можно сослаться на то, что «с волками жить — по волчьим выть» и не только отдельные компании, но и вся Россия всюду проигрывает именно по причине отсутствия солидарности. Но все же хотелось бы думать, что постепенно что-то изменится к лучшему... Нет, я не хочу сказать, что в российской полиграфии все так плохо. Если сравнивать ситуацию с тем, что было в середине 90-х, то, право же, грех жаловаться: все чаще выдается «белая» зарплата, официальные сотрудники имеют медицинскую страховку, бывает и бесплатное питание, и транспорт до работы... Но зачем все время сравнивать ситуацию с «1913-м годом»?

СИМВОЛ МЕЧТЫ

夢

LITHRONE 20

Печатная машина формата 375x520 мм с идеальными возможностями для работы с широким диапазоном материалов: от очень тонкой бумаги до картона и пластика. Превосходное качество печати при выполнении самых сложных работ

МЕЧТА

СОЛНЦЕ ВОСХОДИТ
ТОТ, КТО ИДЕТ ЗА МЕЧТОЙ
ТИГРУ ПОДОБЕН



www.yam.ru

KOMORI

Корпорация KOMORI основана в 1923 г. и является мировым лидером в производстве печатного оборудования. На ее заводах в Японии производится широкий модельный ряд листовых офсетных машин с форматами от 360x520 до 820x1130 мм, а также рулонные журнальные машины

YAM

YAM INTERNATIONAL

МОСКВА, ПРОФСОЮЗНАЯ, 57
ТЕЛ: (495) 234 9000, 332 6420
E-mail: info@yam.ru

С-ПЕТЕРБУРГ, ТЕЛ: (812) 710 8097
НОВОСИБИРСК, ТЕЛ: (383) 22 77 007
КИЕВ, ТЕЛ: (38 044) 286 7700
МИНСК, ТЕЛ: (37 517) 287 2970
АЛМАТЫ, ТЕЛ: (3272) 67 3203

самые нефигтивные мероприятия



объединенная
рассылка

ПО БАЗЕ ДАННЫХ
ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГАРТ

DIRECT PRO

\$450*

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 пяти лет. База данных постоянно обновляется.



GART DIRECT

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

Телефон/факс:
(495) 725 6001

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

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

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



Еще один «Марзан»

14 декабря в «Президент-Отеле» прошла торжественная церемония подведения итогов конкурса «Цифровой Марзан 2006», организованного издательством «Курсив». «Хрустальный Марзан», который проводится издательством «Курсив» с 1998 г., в полиграфических кругах достаточно известен, а вот относительно его «цифровой» версии, видимо, требуются некоторые пояснения.

Принимая решение о проведении «Цифрового Марзана», организаторы ставили перед собой цель определить наиболее перспективные виды «цифровых» технологий и оборудования для российского рынка коммерческой печати и информировать специалистов отрасли об их возможностях. Цифровая техника развивается, и начинает оказывать заметное влияние на полиграфический рынок. Различные цифровые устройства используются на

всех этапах издательского и полиграфического производства. Однако относительно критериев их выбора все еще возникает достаточно много вопросов.

Эксперты издательства «Курсив» провели тестирование цифровых устройств, предоставленных производителями, и определили лидеров в 16 номинациях, которые, на наш взгляд, отражают потребности различных сегментов издательско-полиграфического рынка. Победителя в 17-й номинации определяло жюри профессионалов, в которое вошли владельцы, директора и ведущие специалисты цифровых типографий.

Из сферы интересов конкурса были исключены устройства, разработанные специально для решения узкоспециализированных задач. Несмотря на это ограничение, было протестировано свыше 60 типов устройств, что позволило охватить более 75% области представленных на рынке профессиональных цифровых систем, а также приблизительно половину устройств домашнего и офисного класса.

По традиции, победители получили дипломы и фирменные призы издательства «Курсив» — «Хрустальные Марзаны». Официальные результаты конкурса таковы:

Номинация: «Новая технология».

Критерий оценки: новизна, оригинальность и перспективность. Технология должна быть воплощена в реальном работающем устройстве.

Победитель: электрографические технологии компании Ose, реализованные в Ose CPS900 Platinum.

Номинация: «Лучший малоформатный цветопробный принтер».

Критерий оценки: принтер формата до 50x70 см для печати цветных изображений в издательствах и рекламных агентствах. Хорошая цветопередача, легкость в работе и настройке.

Победитель: серия принтеров HP DesignJet.

Номинация: «Лучший цветопробный принтер большого формата».

Критерий оценки: принтер формата более 50x70 см для печати цветных изображений в издательствах, рекламных агентствах и типографиях. Хорошая цветопередача, развитые возможности настройки и калибровки.

Победитель: Epson Stylus Pro 9800.

Номинация: «Лучший цветопробный принтер для спецвидов продукции».

Критерий оценки: принтер, помимо основных цветов CMYK воспроизводящий цвета Pantone. Широкий цветовой охват. Хорошая цветопередача, развитые возможности настройки и калибровки, точное воспроизведение дополнительных цветов.



Победитель: Epson Stylus Pro 4800 + EFI ColorProof XF.



Номинация: «Лучший принтер для спусковой цветопробы».

Критерий оценки: принтер формата более 70x100 см для печати цветных спусков полос в типографиях. Возможность быстрой печати в черновом режиме, качественная печать с точной цветопередачей.

Победитель: HP DesignJet 5500.



КРАСКИ HUBER

СТАНЦИЯ СМЕШЕНИЯ



huber
group

Hostmann-Steinberg RUS

125212, Россия, г. Москва,
Головинское шоссе, д-5, стр.6

телефон:
+7 495 221 6058

факс:
+7 495 221 6068

e-mail:
info@hostmann-steinberg.ru
www.hostmann-steinberg.ru

Номинация: «Лучший универсальный широкоформатный принтер».

Критерий оценки: универсальный широкоформатный принтер, позволяющий делать цветопробы, печатать плакаты на различных материалах, спусковые пробы, выполнять различные виды отделки. Качественная печать, максимум дополнительных функций.

Победитель: Roland SolJet Pro III XC-540.

Номинация: «Лучший принтер для фотоотдела редакции».

Критерий оценки: принтер небольшого формата для печати цветных фотографий и, при необходимости, полос целиком в фотоотделе издательства или редакции СМИ. Качественная печать фотографий, доступность.

Победители: Canon Pixma Pro 9000; HP PhotoSmart 8753.

Номинация: «Лучший принтер для издательской полосной корректуры».

Критерий оценки: лазерный цветной принтер формата А4 для распечатки полос будущего издания. Хорошее качество воспроизведения текста и мелких элементов оформления, быстрота, доступность.

Победитель: Konica Minolta magicolor 5450.

Номинация: «Лучший принтер для отдела приема заказов типографии».

Критерий оценки: лазерный цветной принтер формата А3 для распечатки поступивших заказов. Хорошее качество воспроизведения, особенно текста и мелких элементов, скорость печати, доступность.

Победитель: HP ColorLaserJet 5550.

Номинация: «Лучший универсальный принтер».

Критерий оценки: принтер формата А3+, представляющий максимум возможностей (печать на разных бумагах, полимерах, двусторонняя печать, печать небольших тиражей и т. п.) Универсальность, широкие возможности калибровки, хорошее качество печати.

Победители: OKI C9800; Xerox Phaser 7760.

Номинация: «Лучшее качество полиграфического воспроизведения» (специальный приз).

Критерий оценки: наилучшее качество печати, достигнутое на цифровом тиражирующем устройстве.

Победитель: Presstek 34 DI.

Номинация: «Лучшее цифровое устройство для специальных видов продукции».

Критерий оценки: специальные возможности для изготовления упаковки,



ЖЮРИ ПРОФЕССИОНАЛОВ. СЛЕВА НАПРАВО: Г. БОЕВ (ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ), М. ВОРОБЬЕВ (NEXPRINT), А. МАНУКЯН (ВОВРЕМЯ), О. КАЗЬМИН (СИДИ-ПРЕСС), Ю. ЗАХАРЖЕВСКИЙ (МОЛОПАК), А. ВЕСЕЛОВСКИЙ (24_PRINT)

этикетки, пластиковых карт, дисков и т. д. Хорошее качество воспроизведения.

Победитель: HP Indigo press ws4050.

Номинация: «Лучшее тиражирующее устройство малой производительности».

Критерий оценки: цветное тиражирующее устройство со скоростью печати до 30 стр./мин. Хорошее качество воспроизведения, универсальность, двусторонняя печать, большой выбор бумаг и т. д.

Победитель: Canon imagePRESS C1.

Номинация: «Лучшее тиражирующее устройство средней производительности».

Критерий оценки: цветное тиражирующее устройство со скоростью печати 30–80 стр./мин. Хорошее качество воспроизведения, универсальность, двусторонняя печать, большой выбор бумаг и т. д.

Победитель: Konica Minolta bizhub PRO C6500e.

Номинация: «Лучшее тиражирующее устройство высокой производительности».

Критерий оценки: цветное тиражирующее устройство со скоростью печати свыше 80 стр./мин. Хорошее качество воспроизведения, уни-

версальность, двусторонняя печать, большой выбор бумаг и т. д.

Победитель: Xerox iGen.

Номинация: «Лучшее устройство для цифрового полиграфического производства».

Критерий оценки: наиболее удачное устройство, которое можно рекомендовать типографиям для вхождения в «цифровую среду». Возможность совместного использования «цифры» и офсетной печати.

Победитель: Xerox DocuColor 250.

Номинация: «Приз профессионалов».

Победитель: Xerox DocuColor 12.

Издательство «Курсив» выражает благодарность компаниям, принявшим участие в конкурсе и предоставившим свои модели для тестирования и детального рассмотрения.

Подробные результаты тестирования с комментариями экспертов будут опубликованы в журналах издательства «Курсив», а также на сайтах:

www.marzan.ru,
www.kursiv.ru.

ДОРОГО!

На такой плашке в ГАРТ публикуются
объявления ТИПОГРАФИЙ
о продаже оборудования, поиске новых
сотрудников, смене координат и т. п.
Стоимость публикации 100\$

Заявки на публикацию и тексты можно присылать
по факсу 725-6002 или по e-mail: gart@kursiv.ru

От изобретателя печатной машины



Новые идеи для профессионалов печати

От первой цилиндрической печатной машины Фридриха Кенига, созданной в 1811 году, до высокотехнологичной листовой офсетной машины Рапида 105, до ротации глубокой печати шириной 4,32 м TR 12B и до ротации сухого офсета КБА Кортиня был пройден длинный путь. Но все эти машины имели нечто общее. Они все соответствовали самому современному технико-технологическому уровню печатной техники. Это было и остается нашей основной миссией. Прогрессивные печатные машины с инновационными и рентабельными решениями в соответствии с Вашими индивидуальными требованиями. Для этого мы используем идеи наших 7900 высокомотивированных сотрудников и многочисленные ноу-хау, охватывающие все полиграфическое машиностроение.

000 «КБА РУС»: 119313 Москва, Ленинский проспект, 95а
Многоканальный тел.: (495) 782-13-77, факс: 937-52-45
e-mail: kba@kba-print.ru Internet: www.kba-print.ru
Сервисное бюро в Москве: (495) 936-21-22
service@kba-print.ru

Филиал 000 «КБА РУС» в Санкт-Петербурге: тел./факс: (812) 764-45-00, 575-74-26
e-mail: spb@kba-print.ru

Представительство в Сибири: (383) 218-14-66, 8-913-202-5537, e-mail: gavrilchik@kba-print.ru



KBA

Koenig & Bauer AG



Воплощение вашего успеха - Speedmaster SM 52.

Все конструктивные разработки машины Speedmaster SM 52, такие как высечка, удаление облоя и одновременное лакирование в линию направлены на решение повседневных задач и многостороннее использование. Heidelberg Speedmaster SM 52 в конфигурации от 1 до 8 красочных секций оснащен системой увлажнения Vario и способен работать с запечатываемыми

материалами толщиной до 0,6 мм или обеспечить рентабельную печать тиражей красочностью 4+4 за один прогон. Выбирая Speedmaster SM 52, вы делаете ставку на высокие технологии, обеспечивающие высокие качественные и количественные показатели в самых разнообразных вариантах применения. Загляните в будущее вместе со Speedmaster SM 52.