



За последнее время многое изменилось

На вопросы журнала отвечает директор ИПК ИТАР-ТАСС Игорь Константинович БАЛАН

— Как развивалась типография ИТАР-ТАСС?

— Изначально типография создавалась под ведомственные нужды ТАСС для выпуска периодических изданий. В то время печатались черно-белые брошюры формата А5.

В начале 90-х годов в типографию были инвестированы средства на приобретение необходимого полиграфического оборудования. Появился целый парк печатных машин: одно- и двухкрасочные «Доминанты», четырехкрасочные «Гейдельберги», фальцевальные машины, линии КБС, ВШРА, станок для тиснения. Этого было достаточно, чтобы выполнять коммерческие заказы. Однако слабый менеджмент не способствовал развитию типографии.

Только в 2000 году с приходом нового руководства была разработана стратегия по выводу типографии из кризиса. За это время многое изменилось: реконструированы цеха, модернизировано старое и закуплено новое оборудование, создан отдел по работе с клиентами.

Сейчас типография представляет собой успешное коммерческое предприятие, с высокой организацией труда, где каждый занимается своим делом и несет за него ответственность.

В производственных помещениях установлена приточно-вытяжная вентиляция и система увлажнения воздуха, осуществляющая климат-контроль и поддерживающая оптимальный баланс температуры и влажности, без которого невозможно обеспечить стабильное качество полиграфической продукции.

— Как вы попали на рынок производителей упаковки?

— Когда появился спрос на изготовление всевозможных POS-материалов, мы приобрели автоматическую каши-

ровальную линию шведской компании Lamina и высекальные прессы форматов А1 и А2.

Lamina с высокой точностью совмещения каширует печатные листы формата 1100 x 1050 мм на любой картон толщиной до 10 мм.

Упаковка из кашированного микрофрокартон сейчас очень востребованна и мы активно работаем на этом рынке. К нам поступают заказы на изготовление коробок для бутылок вина, шампанского, стеклянных и керамических изделий, а также медицинских приборов и различных технических деталей.

Последнее наше приобретение — это новый высекальный пресс Everest 46. Он позволяет высекать изделия в раскладке формата 1120x840 мм с максимальным усилием в 280 тонн.

— Какова ваша ценовая политика?

— Уровень технического оснащения нашей типографии и профессиональный уровень сотрудников — две основные составляющие, которые влияют на ценовую политику. Профессионалы должны получать высокую зарплату, а типография должна развиваться.

Бороться за клиента демпинговыми ценами — путь бесперспективный. Кроме того, такие клиенты лояльны к одной компании только до тех пор, пока не появится другая, с более низким ценовым предложением. Мы же стремимся построить долгосрочные отношения с клиентами. А они во многом зависят от качества наших услуг, сроков исполнения заказов и сервиса.

Что касается наших цен, то они конкурентоспособны. Наличие полу- и полноформатных машин дает нам возможность распределять заказы в соответствии с их экономической целесообразностью.

— Кто клиенты вашей типографии?

— Больше половины наших клиентов — это компании, работающие на рекламно-полиграфическом рынке: дизайн-студии, рекламные агентства, издательства, типографии. Как правило, рекламным агентствам и дизайн-студиям мы предоставляем услуги в комплексе. Но есть полиграфические компании, не имеющие своего послепечатного оборудования и нуждающиеся в дополнительных услугах: навивке календарей, тиснении, высечке, кашировании, ламинировании. Для них мы оказываем услуги дифференцированно.

В последнее время, например, у нас появились заказы от типографий, которые привозят нам готовые отпечатанные листы для изготовления бумажных пакетов.

— Сейчас многие типографии оснащаются цифровым оборудованием. Стоит ли в ваших планах приобретение СТР?

— Вопрос о приобретении СТР пока только рассматриваем. У нас есть преппресс-бюро, которое оперативно выполняет все наши заказы: делает спуски полос, выводит фотоформы и изготавливает цветопробы.

Сейчас совместными усилиями типографии и преппресс-бюро проводятся соответствующие мероприятия по построению профилей наших печатных машин для нового устройства цифровой цветопробы Agfa Grand Sherpa 50. Когда будет получен результат, имитирующий реальный печатный процесс, то мы будем работать не только с аналоговыми, но и цифровыми пробями.

— Вы были на выставке drupa-2004. Что больше всего впечатлило или заинтересовало вас как директора типографии?

— Выставка сама по себе масштабная, интересная. Я посещаю эту выставку уже не первый раз. Но чего-то принципиально нового в этот раз я не увидел. Произвело впечатление большое количество моделей СТР, представленных различными производителями. В процессе посещения выставки созрели некоторые планы. Но пока говорить о них считаю преждевременным.

Уровень технического оснащения типографии ИТАР-ТАСС и профессиональный уровень сотрудников — две основные составляющие

Новый пресс Everest уже в работе



Кашировальная линия Lamina вытянулась в длину на 10 метров



**Типография
ИПК ИТАР-ТАСС
129085 Москва,
Звездный бульвар, 17
www.printoffice.ru
Тел. (095) 790-74-66**