

# Доступный максимализм

«Если есть две типографии, предлагающие одинаковые цены, но в одной из них стоит, например, немецкое оборудование, а в другой – китайское, будет неправильно, если клиент выберет вторую», – убежден генеральный директор рекламно-производственной компании «Максиму'С» Сергей Ключев. **Текст: Екатерина Атрошкина**

Если вы когда-либо посещали производственные площадки, на которых стоят широкоформатные принтеры, то согласитесь со мной в том, что чистым процесс их работы не назовешь. Проходя через цех «Максиму'Са», понимаешь, что исключения все-таки бывают. «Не должно широкоформатное производство быть в грязи и краске, куда и без респиратора не зайдешь, – воодушевленно доказывает Сергей Ключев, подтверждая мои наблюдения. – Это как с автомобилями. Допустим, у Volkswagen есть машины премиум-класса. Но люди, серьезно относящиеся к своему статусу, все равно ездят на “мерседесах”. Есть определенная этика, нормы. То же и с полиграфическим оборудованием». Выработать такую позицию генеральный смог еще до основания компании, длительное время занимаясь рекламным бизнесом и размещением заказов на печать в типографиях. Его знакомство с полиграфией началось в кризис 1998 г., когда многие получили шанс заняться чем-то новым. Для Сергея этим новым делом стала офсетная типография друга, и производство увлекло его. «К моменту дефолта у меня было накоплено около 10 тыс. долл., которые за три-четыре месяца превратились в 5000. Я понял, что сейчас все равны, так почему же мне не попробовать самостоятельно позаниматься полиграфическим бизнесом? – вспоминает он. – Снял 20 м офиса и стал заниматься поиском заказов для типографии моего друга. За этим занятием прошло года два, а потом случилось так, что судьба свела меня с фирмами – продавцами

**“Если я буду пытаться сэкономить 10–15 центов, то, считаю, это не бизнес”**  
Сергей Ключев, «Максиму'С»

рекламы в Московском метрополитене и я стал размещать и их заказы. Постепенно клиентов становилось все больше. Производственной базы у меня тогда еще не было, зато были хорошие партнеры, дававшие эксклюзивные условия на изготовление такой продукции». Именно сотрудничество с Московским метрополитеном позволило Ключеву уже в 2001 г. получить эксклюзивные права на размещение щитовой рекламы, а соответственно, и доступ к серьезным заказчикам. «Мировыми торговыми марками нас не удивишь. За счет того что мы работали с Московским метрополитеном, нет такого бренда, который бы мы не обслуживали», – вскользь бросает Сергей, перебирая всем знакомые названия: Chanel, Pepsi, Aqua Minerale. Собственно, и компания «Максиму'С» создавалась для размещения заказов этих компаний и несколько лет работала только как посредник. А где же все-таки производство? А производство впереди.

## Технологичная фундаментальность

Стоимость размещения рекламы в метро – одна из самых высоких. При этом доля расходов на печать таких рекламных носителей крайне мала. Впрочем, скромность суммы на взыскательности клиента никак не отражается. «Вся рекламная кампания может стоить 100 тыс. долл., изготовление – 700 долл., но напечатанное за 700 должно выгладеть на 100 тыс.!» – делится опытом Сергей. Именно эти высокие запросы подтолкнули его к созданию собственного производства. Занимаясь на тот момент исключительно оф-

сетом, он тем не менее решил не останавливаться только на этой технологии. «Ежедневно сталкиваясь с проблемами попадания в цветопробы в заказах, которые я размещал, я устал от офсетной печати, – признается он, – и начал понимать: изготовление листовой продукции должно быть цифровым, чтобы выпускать качественные вещи легко. Но когда я стал подыскивать оборудование для своего парка, не смог найти листовую цифровую машину, которая удовлетворяла бы моим требованиям к печати, например, по непитывающим поверхностям». Поэтому последовал неожиданный поворот в сторону иного типа машин, как сейчас признается Ключев, совершенный скорее по наитию, чем на поводу у рыночных тенденций. Широкоформатный рынок привлек его своей новизной, и было решено рискнуть: в 2004 г. компания приобрела свой первый принтер, VUTEk UltraVu 3360. К своему оборудованию Сергей относится как к любимому автомобилю: с гордостью владельца. «Машины VUTEk – самые лучшие на рынке! Множество техники стоит в три раза дешевле, но ведь не потому же, что у VUTEk золотые детали. Нет, ее цена подкреплена кропотливой работой производителя, который сделал это оборудование надежным до безобразия», – распаляется Ключев, проводя меня по цеху. Сейчас там работают уже четыре принтера этой марки, в том числе первый и единственный в России VUTEk PressVu UV 200/600 W+ с возможностью печати на неровных поверхностях. Две других машины – восьмикрасочные – «Максиму'С» пару лет назад приобрела у конкурентов, ухо-



дивших с рынка. Впрочем, такой солидный парк техники еще не свидетельствует о том, что бизнес шел гладко с самого начала. После покупки первой единицы оборудования Сергей понял: его надежды на собственную известность в рекламных кругах и хорошие отношения с клиентами Московского метрополитена были несколько преувеличенны. «Мне казалось, что, имея лучшие в мире машины и предоставляя лучшие цены, я без проблем пойду в гору. Но этого не произошло. На словах все говорили, что хотя-то со мной работать, а на деле

никто не был готов. Заказы шли, но их было мало, поэтому выживать было тяжело, и это притом что мы зарабатывали пять-шесть долларов с квадратного метра баннера или пленки и весь рынок считал это жутким демпингом, – с усмешкой вспоминает Ключев. – Кому бы сейчас это рассказать: теперь зарабатывается доллар-два, и это уже не демпинг!». Именно в те непростые времена родилась философия бизнеса, которую до сих пор исповедует Сергей: работа на качественном оборудовании по приемлемым ценам. «Мы перестали брать

**Сергей Ключев: «Экономика бизнеса достаточно примитивна: дай народу то, что он хочет, и не навязывай свои условия»**

## ВИЗИТКА

- Ключев Сергей Андреевич**, генеральный директор рекламно-производственной компании «Максиму'С»
- **Родился** – 12 ноября 1970 г.
  - **Образование** – МГЮА, неоконченное высшее
  - **Стаж в полиграфии** – 12 лет
  - **Семейное положение** – женат
  - **Любимый афоризм** – «И последний станет первым»
  - **Хобби** – рыбалка (нахлыст)

деньги за то, что надо сделать красиво и сложно, – объясняет он свою позицию. – Мы сказали рынку: “За те же цены, что и у других, мы дадим вам максимум того, что можем сделать”. И дело пошло».

## Поход на китайскую стену

Чего действительно не любит Сергей Ключев, так это китайскую технику. «Ну вы посмотрите, как печатают наши станки, – кипит он, показывая один из своих VUTEk'ов в работе. – Разве “китаец” так может? Да он умрет, но так не сделает!». Бурный десятилетний рост небольших игроков на рынке широкоформатной печати, как правило, не блещущих парком оборудования, Сергей называет периодом «подвальной» печати, развалившей рынок. «Люди стали покупать корейские и китайские машины и ломать рынок, который, к сожалению, не был готов к этому и начал расплываться. Естественно, мы стали прикладывать титанические усилия, для того чтобы этого не произошло. Если в “подвале” можно было напечатать за пять долларов, а не за восемь, то мы тоже выполняли работу за пять, только на своей отнюдь не “подвальной” технике. Мало того, мы могли предложить и за четыре, и за три за счет профессионального производства и огромного оборота», – рассказывает он и жалуется на отсутствие сильных конкурентов, ведь в итоге страдает потребитель. Еще в начале нашего разговора Сергей признался, что в производстве его больше всего привлекает мощь, фундаментальность и стабильность, поэтому он не жалеет денег на оригинальные расходные материалы. «Если я буду пытаться сэкономить 10–15 центов, то, считаю, это не бизнес. А ровно

**ВИЗИТКА ПРЕДПРИЯТИЯ**

«Максиму'С» (Москва) основана в 2001 г.  
**Услуги/продукция** – интерьерная печать, широкоформатная печать, печать на неровных и твердых поверхностях, оперативная полиграфия.  
**Штат** – 35 чел.  
**Оборудование:**  
 • **prepress:** Mac, PC;  
 • **press:** широкоформатные принтеры EFI VUTEK UltraVu 3360 (четыре краски), EFI VUTEK UltraVu 3360 (восемь красок) – 2 шт., EFI VUTEK PressVu UV 200/600 W+, Mimaki JV5; цифровая печатная машина Xerox iGen3.  
 • **Площадь** – 1000 м².



столько позволяют экономить «левые» чернила», – утверждает он. «Максиму'С» уже четвертый год является сертифицированным партнером крупнейшего в мире изготовителя расходных материалов для широкоформатной и интерьерной печати компании 3M. Партнерские условия подразумевают полную гарантию на совместимость всех компонентов производства и защищают права как типографии, так и заказчика. «По сути, сейчас 3M – единственная фирма в России, которая дает гарантию на свои материалы. При работе с любыми другими поставщиками пленок и бумаг спросить не с кого: они не производят их сами. Если, например, на пленку дают годовую гарантию и она столько не прослужила, нужно писать письмо изготовителю за границу, отсылать туда образцы... Это утопия. Еще один плюс сотрудничества с 3M в том, что они сертифицируют фирмы-поклейщики. А в нашей работе поклеить – это половина дела, если не больше. На сегодняшний день есть два предприятия, которые выполняют это профессионально. И комплекс печати и поклейки является гарантией

**“Я не хочу получить много денег – у меня есть цель иметь стабильный бизнес”**  
**Сергей Клюев, «Максиму'С»**

3M для конечного потребителя. Если мы напечатали продукцию, а другие сертифицированные партнеры 3M ее поклеили и гарантия на данный вид пленки составляет пять лет, значит клиент тоже получает гарантию, что его баннер провисит пять лет. И если через год-два он отлетает или деформируется, 3M проводит экспертизу, объявляет причину и в случае своей вины возмещает убытки всем участникам процесса производства», – объясняет Сергей и с гордостью добавляет, что 3M никогда не сертифицирует типографию, оборудованную пресловутыми «китайцами». Для того чтобы пройти процедуру оценки перед сертификацией, нужно не только работать на материалах производителя, но и обладать надежной техникой.

Еще один весомый плюс от обладания сертификатом 3M – возможность использовать эксклюзивные материалы на особых условиях. «Я видел, как клеят пленки для нанесения на неровные поверхности. Такое ощущение, что изображение выполнено трафаретным способом! Недавно у нас был проект по оклейке автомобилей для Volvo Cars Russia, который прошел просто замечательно: пленку на машине нельзя отличить от аэрографии», – радуется Сергей, но тут же с грустью замечает, что, как с любой крупной и, как следствие, неповоротливой компанией, с 3M бывает тяжело. Наш же герой – сторонник максимализма лишь в производстве, в то время как в кадровой политике он предпочитает обратное.

**На все руки мастера**

В большом цехе необычно пусто: нет спящих печатников, лишь рядом с последним приобретением, Xerox iGen3, работает оператор. При этом все принтеры печатают текущие заказы, просто нет. «Наше оборудование не требует постоянного присутствия рядом с ним, поэтому один человек спокойно может управлять несколькими машинами. Два сотрудника могут обслуживать три-четыре единицы техники, а если есть работа, то и все пять», – объясняет загадку Сергей. Учить своих работников возможностям Цезаря – его стандартная политика, поэтому в фирме трудятся всего 35 чел. «Зачем раздувать штат? – удивляется он. – Например, у одной компании, нашего конкурента, есть дизайнер прессы и риповальщик. У меня

печатник и рипует, и печатает, у него на это времени более чем достаточно. Моих специалистов рынок отрывает с руками, потому что они могут совмещать две, три, четыре должности. Мои требования к повышению квалификации бесконечны: человек всегда может учиться. Среднестатистический менеджер “Максиму'Са” занимается и отгрузками, и счетами, и заказом материалов, работает с дизайнерскими программами, знает все технические процессы и может порекомендовать клиенту тот или иной способ печати или материал. Есть у меня печатник, который один управляет пятью машинами. А во многих фирмах сотрудники знают свой узкий “коридорчик” обязанностей и у них нет никакого желания посмотреть влево-вправо». Увидев менеджера, несущего пакетик с пятью постоянно звонящими телефонами и отвечающего то на один, то на другой звонок, в способности работников Сергея Клюева начинаешь верить. По его словам, именно сотрудники сейчас помогают компании держаться бодро, несмотря на экономические катаклизмы: «У нас нет такой уж аховой ситуации, но мы сделали все для того, чтобы ее не было. У меня менеджеры выходят отсюда в 10–11 вечера, я сижу допоздна. Возможностей привести новых клиентов на самом деле сейчас немало: то тут, то там произошли кадровые перестановки, пришли новые люди, или сами руководители отделов занялись поиском типографии и вдруг удивились, почему они до сих пор с нами не работают». Но и отношение к персоналу должно быть соответствующим: Сергей признается, что хоть зарплату теперь и приходится задерживать, но не больше, чем на две недели. «Сейчас у нас есть задержки, но я стараюсь объяснить каждому, почему это происходит, и сделать все, чтобы погасить долги максимально быстро. Вот сегодня день зарплаты, – вздыхает он, – а я могу выплатить только 50%, но у меня есть уверенность, что через неделю еще 50% будут выданы. И мои сотрудники это тоже знают».

**Чистящее средство для рынка**

Все (до сих пор несмолкающие) дискуссии о влиянии экономического кризиса на полиграфический бизнес дали нам, по-



ФОТО: МИХАИЛ ЕФИМОВ

жалуй, только две точки зрения: кто-то говорит об эффекте катарсиса, а кто-то – о разорвавшейся у них под печатной машиной бомбе. Клюев безоговорочно принадлежит к первой категории. «Я ждал кризиса, – признается он. – Естественно, я хотел, чтобы он случился, когда у меня будут деньги. Он случился раньше, денег у меня нет. Это плохо, но с другой стороны, я смог пересмотреть свои статьи расходов, свое отношение к бизнесу вообще». Насчет отсутствия денег он явно скромничает: в конце зимы фирме удалось заключить ряд контрактов с серьезными клиентами, заказы от которых позволили если не выровнять упавшие в три раза после Нового года объемы производства, то хотя бы приблизить их к докризисной отметке. Генеральный говорит, что это тоже заслуги кризиса: кадровые перестановки в компаниях привели к тому, что многие менеджеры, сидевшие на откатах, покинули свои места. А дальше – дело техники. «Мы беремся за проекты, которые

печатаем в ноль с перспективой дальнейшей прибыли от этих клиентов. Сейчас живем по принципу максимальной экономии, и у нас есть мощности, чтобы зарабатывать объемами, а не большой ценой. Зато пока конкуренты рвут на себе волосы, мы имеем возможность платить сотрудникам зарплату. Все наши пять машин работают. А если сидеть на стуле, будет работать только одна», – высказывает свою точку зрения Клюев. Он убежден, что сейчас не время думать о «больших деньгах», нужно зарабатывать на поддержание стабильной жизни предприятия, а гонка за лакомым куском пирога может стать стартом в пропасть. «Передо мной не стоит цель получить много денег, – говорит он. – У меня есть цель иметь стабильный бизнес, который приносит стабильный доход и обеспечивает зарплату моим сотрудникам и возможности развития для фирмы. Сейчас многие сильные игроки постепенно умирают, потому что у них несколько руководителей и у каждого свое

**Сергей Клюев: «Два сотрудника могут обслуживать три-четыре единицы техники, а то и все пять»**

**“Мои требования к повышению квалификации штата бесконечны: учиться можно всегда”**  
**Сергей Клюев, «Максиму'С»**

видение бизнеса. А экономика бизнеса в принципе достаточно примитивна: дай народу то, что он хочет, и не навязывая свои условия, для него неприемлемые. Большинство не может этого предложить». Кризис, к радости директора, еще и «почистит» рынок от столь не любимых им «подвальных» компаний, потому что клиенты начали гораздо тщательнее считать свои деньги и сопоставлять их с качеством продукта. Учитывая невысокие цены в типографии и внушительный парк оборудования, генеральный, естественно, надеется, что поумневшие заказчики придут к нему. И идут! «Оперативная полиграфия в момент кризиса стала более востребована: люди уже не заказывают 5000 визиток, выполненных офсетным способом, впрям. Теперь они покупают, например, 500, а это наша ниша, так мы загружаем iGen3. На рынке можно ставить крестики, кто закрылся. Соответственно, их клиенты тоже идут к кому-то другому, – рассказывает Сергей и хитро улыбается. – А у нас для них уже все готово». ■