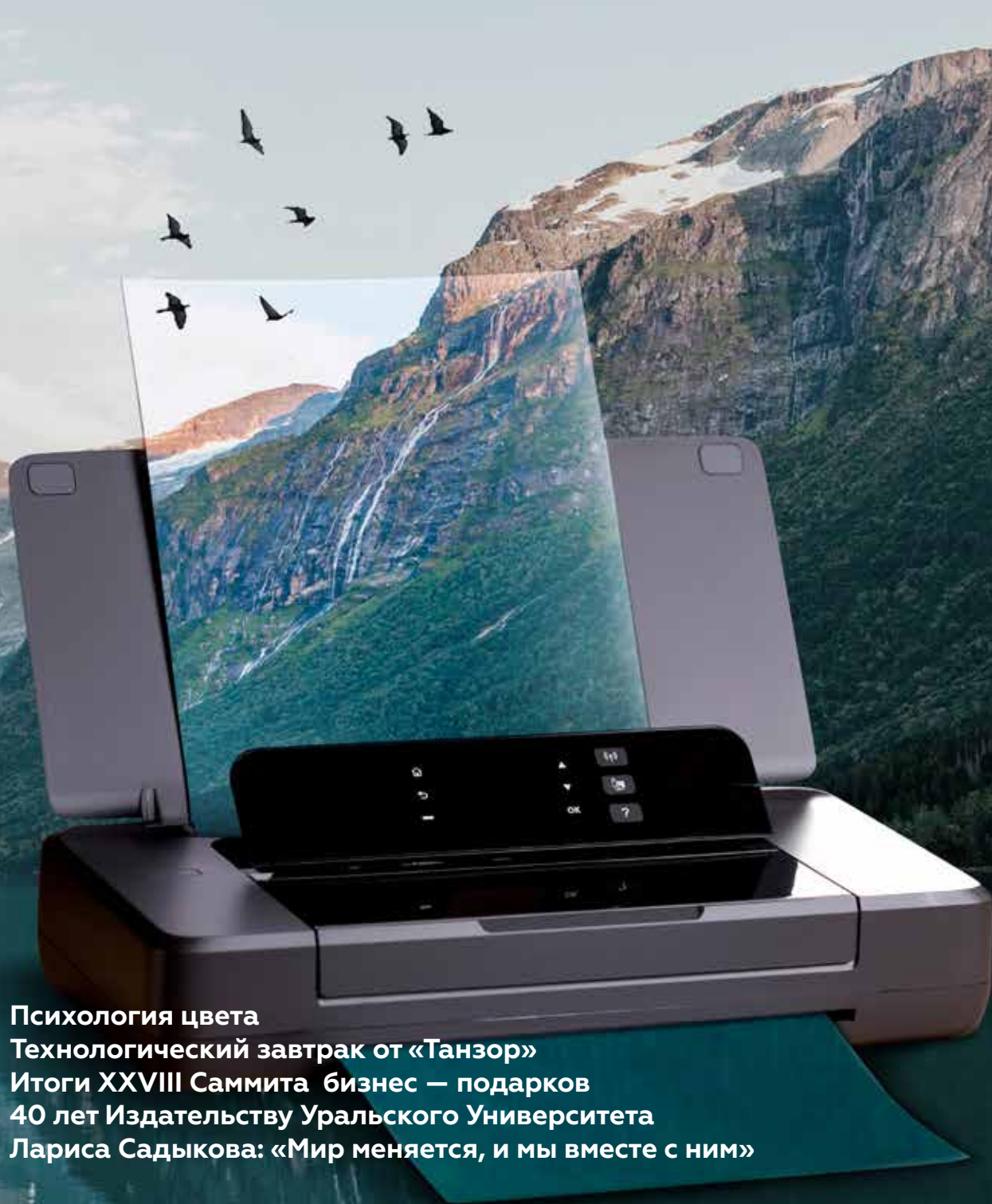


Печатный БИЗНЕС

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

№5 (169) сентябрь-октябрь



Психология цвета
Технологический завтрак от «Танзор»
Итоги XXVIII Саммита бизнес — подарков
40 лет Издательству Уральского Университета
Лариса Садыкова: «Мир меняется, и мы вместе с ним»

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ

WWW.FORMATLTD.RU

- Для офсетной печати
- Для глубокой печати
- Для увлажнения любого типа
- Для УФ-печати и лаков
- Для фальцовок и ламинаторов (силикон)
- Валы с рильсановым покрытием и насечкой
- Разгонные (ширительные) валы

ООО «ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ»

152900, Россия, Ярославская обл., г. Рыбинск,
ул. Луговая, 7, тел.: 8 800 250 02 12, rezina@formatltd.ru



МОСКОВСКИЙ СКЛАД, 141069, Россия, Московская обл.,
г. Королев, пос. Первомайский, ул. Советская, 39в
тел./факс: 8 (495) 223-63-47



8 (800) 301 - 84 - 64
www.poligraph.club

БУМАГОРЕЗАТЕЛЬНЫЕ МАШИНЫ GUOXIN

В НАЛИЧИИ
НА СКЛАДЕ

Цена
2025 года



NINGDE GUOXIN
PRINTING MACHINERY CO. LTD



K92S



K115D

ЧИТАЙТЕ В НОМЕРЕ:

НОВОСТИ

- 2 Технологический завтра от «Танзор»
- 3 «Танзор»: подберём решения под ваши задачи
- 4 «Форт Диалог-Исеть»: Цифровое производство 2026
- 5 «Полиграф Клуб» на выставке в Шанхае
- 6 Итоги XXVIII Саммита бизнес-подарков

ВНУТРЕННИЙ ПОРТРЕТ

- 10 Лариса Садыкова: «Мир меняется, и мы вместе с ним»

АКТУАЛЬНО

- 12 «Девятка» знает, зачем нужна полиграфия
- 13 Календарный сезон в «ГРС»

ТЕМА НОМЕРА

- 14 Психология цвета

ОБЗОР

- 16 Бумагорезальные машины Guoxin от «Полиграф Клуб»

ДЕТАЛИ

- 18 «ОктоПринт Сервис»: Проверяем и очищаем!
- 22 «Сантай», «Печатник», «Мимаки-Урал»

ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО

- 20 Книги, которые создают историю

ВЫСТАВКА

- 23 «По Великому Шёлковому пути»
- 24 Printech-2027

ОБЛОЖКА

«Формат» полиграфические валы, «Полиграф Клуб», «Передовые Системы Печати», «Т-СИСТЕМЫ»



Дорогие полиграфисты!

Лето с его суетой и короткими ночами прошло. Сентябрь приносит с собой не только прохладу, но и удивительную ясность мысли. Это время, когда природа подводит итоги года, щедро демонстрируя плоды долгого труда. Кажется, самое время сделать то же самое и нам.

Осень — это традиционный старт делового сезона. Мозг отдохнул, батарейка заряжена, а впереди целых четыре месяца до новогоднегo затишья. Это самый продуктивный период, настоящий спринт перед финишной прямой года. И сейчас идеальный момент, чтобы остановиться на минуту, выдохнуть и провести ревизию.

Даже самые маленькие победы заслуживают признания. Они — топливо для будущих свершений. Сложите их в свою личную копилку достижений. Эта опора понадобится вам в моменты усталости.

Когда вы найдёте эту главную цель, отсеки те всё лишнее. Осень — время концентрации. Как деревья сбрасывают листву, чтобы сохранить силы для весны, так и нам стоит избавиться от балласта второстепенных дел, которые лишь создают видимость занятости.

Впереди лучшее рабочее время года. Время собирать камни, которые мы разбрасывали весной, и закладывать фундамент для будущего. Используйте его по максимуму.

Берегите себя и тех, кто вам дорог.
Пусть в вашей жизни будет больше ясности, тепла
и внутренней опоры.
Здоровья и мира всем нам!

С уважением, Людмила Трошина, главный редактор
журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама»

Учредитель: ООО «Цифровые решения». Главный редактор: Трошина Л.С. (ural-pb@yandex.ru). Журналист: Трошина Л.С. Дизайн и верстка: Кузнецов Г.М. Корректурa: Трошина Л.С. Адрес редакции и издателя: 620058, г. Екатеринбург, ул. Шварца, 2/1. Телефон редакции: (343) 286-17-44. www.ural-pb.ru. Журнал зарегистрирован в Управлении Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Уральскому федеральному округу. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ66-01647 от 22 февраля 2017 г. Номер журнала: №5(169) сентябрь-октябрь. Подписано в печать: 23.10.2026. Выход в свет: 28.10.2026. Печать: типография «ГрафТекс» (г. Екатеринбург, ул. Студенческая, 34, цокольный этаж). Тираж: печатная версия — 1 000 экз., электронная рассылка — 17 000 адресов. Цена свободная. Перепечатка материалов из журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» только по согласованию с редакцией. Редакция не несёт ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях. ©2026 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».

16+



Сайт издания

Технологический завтрак от «Танзор»

Екатеринбург в очередной раз стал интересным местом встречи для единомышленников. 23 октября 2026 года в столице Урала прошёл VII Технологический завтрак «Поставщики для флексо типографий. Сделано в России. Преимущества, эффективность, новинки».



Мероприятие прошло в партнёрстве с компаниями «Танзор», JustCut, «Моноритм», «Галилео Новаролл», «ЛИКК» и «Пресс77». Представители компаний вместе с приглашёнными специалистами флексо типографий обсудили материалы, оборудование и технологии для производства этикетки, поделились практическим опытом и актуальными решениями для отрасли.

Программа оказалась насыщенной и достаточно интересной.

На встрече активно обсуждались практические вопросы, с которыми ежедневно работают производители этикетки и поставщики решений для флексографской печати. Основной темой, которая на сегодняшний день является одной из актуальных в отрасли, стала тема трансформации рынка самоклеящихся материалов в России.

Участники обсуждали возможности автоматизации учёта на флексографском производстве, говорили

о комплексных решениях. Коллеги дискутировали о необходимости цифровых технологий и экономически обосновывали их применение, обсуждали преимущества и недостатки LED-красок и многое другое. Отдельной темой стал обзор рынка подержанного оборудования для производства этикетки.

Компания «Танзор» представила три доклада:

— «Комплексные решения для флексо типографий: краски





и лаки российского производства» (**Владимир Непогодин**, главный технолог «Танзор»);

— «LED: преимущества, недостатки, перспективы» (**Анна Перова**, заместитель генерального директора по маркетингу и продажам «Танзор»);

— «Зачем флексо типографиям цифровые технологии: экономическое обоснование» (**Дмитрий Токманцев**, директор по развитию «Танзор»).

Дмитрий Поляков, операционный директор «Галилео Новаролл», выступил с докладом «Трансфор-

мация рынка самоклейки в России» и рассказал, как не испортить километры материалов.

От компании «ЛИКК» выступила **Анастасия Аширбекова**, начальник испытательного центра. Она рассказала о тестировании и испытаниях самоклеящихся материалов, что является основой эффективных исследований и повышения качества продуктов.

Евгений Гаркуша, коммерческий директор JustCut, представил интересный доклад «Высечка: искусство или регламентированный процесс?».

О возможностях автоматизации учёта на флексографском производстве говорил **Сергей Селезнёв**, генеральный директор «Моноритм».

От компании «Пресс77» выступил **Алексей Ермохин**. Его доклад был на тему «Обзор рынка подержанного оборудования для производства этикетки».

Формат завтрака с практическими нотками предусматривает не только деловое, но и личное общение с коллегами по отрасли. Поэтому и гостей, и участников было много.

Людмила Трошина



РЕШЕНИЯ ДЛЯ СТАБИЛЬНОЙ И ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОЙ ПЕЧАТИ

- БОЛЕЕ 30 ЛЕТ НА РЫНКЕ
- СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО И ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ ПОСТАВЩИКИ
- КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ОФСЕТНОЙ И ФЛЕКСОГРАФСКОЙ ПЕЧАТИ
- ОФИС ПРОДАЖ, СТАНЦИЯ СМЕШЕНИЯ И СКЛАД В ЕКАТЕРИНБУРГЕ
- ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДДЕРЖКА ЗАКАЗЧИКОВ

ПОДБЕРЁМ РЕШЕНИЯ ПОД ВАШИ ЗАДАЧИ

- +7 (343) 319-00-84
- www.tanzor.ru
- ekb@tanzor.ru



«Форт Диалог-Исеть»: Цифровое производство 2026

9–10 сентября в Екатеринбурге, на базе нашего демо-зала, прошла практическая выставка «Цифровое производство 2026: упаковка, этикетка, промо», организованная компанией «Форт Диалог-Исеть» совместно с «Нисса Дистрибуция», г. Москва и технологическим партнёром компанией «Технопринт», г. Москва. За два дня мероприятие посетили около 80 специалистов — представители типографий, рекламных производств и предприятий, развивающих собственные участки печати.



Главная идея выставки — не рассказывать о технологиях по каталогам, а показать производственные процессы «в живую». Всё запланированное оборудование было установлено и работало: посетители увидели печать, изготовление упаковки, этикеток и стикеров, DTF- и UV-DTF продукции, прямую печать по пакетам и коробкам, а также цифровое облагораживание полиграфии.

Отдельная часть мероприятия была посвящена решениям SAGA. Мы показали, как цифровая резка позволяет отказаться от вырубных штампов в малых тиражах, быстрее переналаживать производство и выпускать этикетки, упаковку, POS-материалы и стикерпаки. Были представлены автоматические листовые системы, оборудование с вакуумной подачей, планшетные плоттеры и рулонные решения. Их общая задача — превратить отпечаток в готовый продукт с минимумом ручных операций.

Большой интерес вызвала прямая печать по упаковке. Оборудование TechnoPack позволяет наносить полноцветное изображение на бумажные и картонные пакеты, коробки и другие изделия, быстро менять дизайн без печатных форм и работать с короткими персонализированными тиражами. Также были представлены UV-DTF, технологии изготовления 3D-патчей и гибридная UV-печать.

Ещё одна тема — цифровой финиш. На примере Infiniti UV Finishing мы обсудили выборочный УФ-лак, объёмные 3D-эффекты и цифровое фольгирование. Для коротких и средних тиражей такие технологии позволяют без форм и клише придать упаковке, этикетке, открыткам и другой полиграфии более дорогой

визуальный и тактильный эффект — и увеличить добавленную стоимость продукта.

Отдельно говорили о малотиражной цифровой этикетке. Один из главных выводов: для запуска этого направления не всегда требуется покупать новую линию. У многих типографий уже есть цифровая печатная машина, ламинация и клиентская база. Часто достаточно добавить одну-две операции — автоматическую резку, удаление обложки и перемотку — чтобы предложить существующим заказчикам новый продукт. На выставке были показаны решения от простого листового старта до полноценного рулонного производства.

Мероприятие стало площадкой для обсуждения реальных задач. Посетители могли сравнить технологии, задать вопросы специалистам, увидеть качество готовой продукции и понять, как новое оборудование встроить в производство. Главный вывод: новые технологии должны не просто заменять старые машины, а создавать новые продукты, сокращать ручной труд и приносить дополнительную прибыль.

Большой интерес вызвала прямая печать по упаковке. Оборудование TechnoPack позволяет наносить полноцветное изображение на бумажные и картонные пакеты, коробки и другие изделия, быстро менять дизайн без печатных форм и работать с короткими персонализированными тиражами. Также были представлены UV-DTF, технологии изготовления 3D-патчей и гибридная UV-печать.

Спасибо всем, кто провёл эти два дня вместе с нами. Если вы были на выставке — сейчас самое время вернуться к заинтересовавшим технологиям, провести дополнительный тест и обсудить конфигурацию и экономику проекта.

Если вы не смогли приехать, следите за нашими анонсами. Мы продолжим проводить в Екатеринбурге практические мероприятия, где оборудование можно увидеть не на слайдах, а в работе. Большинство представленных решений можно протестировать в нашем демо-зале на ваших материалах и макетах.

*По материалам компании
«Форт Диалог-Исеть»*

«Полиграф Клуб» на выставке в Шанхае

Компания «Полиграф Клуб» приняла участие в международной выставке All in Print China, которая проходила 12–16 октября 2026 года в г. Шанхай.

Специалисты компании работали на стендах партнёров, консультировали посетителей и знакомили гостей с современными решениями для полиграфического производства.

На стенде Zhejiang Guoxin Printing Machinery Co., Ltd. посетители познакомились с оборудованием и увидели демонстрацию работы машин.

Компания Guoxin — производитель послепечатного оборудования, который объединяет разработку, проектирование, производство и сервисное обслуживание. Компания выпускает автоматические линии резки, компьютеризированные бумагорезательные машины различных форматов и другие решения для предприятий разного масштаба. На стенде Guoxin были представлены модели: K67S-P, K92S-P, K115D-PM.

Бумагорезы Guoxin K92S и K115D доступны на складе в РФ. У «Полиграф Клуба» есть успешный опыт инсталляций и запуска этого оборудования на российских предприятиях.

На стенде Beijing Graphic International Trade Co., Ltd. (Graphica) были представлены биговальные матрицы всех типов, посетителям предоставлялась возможность подобрать подходящее решение для конкретной технологии высечки, материала и задачи производства. Компания Beijing Graphic International Trade Co., Ltd. специализируется на поставках расходных материалов, оборудования и запасных частей для полиграфии и высечки. В ассортименте компании — покрытия для высекальных цилиндров, биговальные матрицы, пневматические системы удаления облоя и другие расходные материалы. Решения Graphica предназначены для эффективной обработки, печати и высечки широкого спектра материалов и позволяют подобрать оптимальное оснащение для различных производственных задач.

*По материалам
компании «Полиграф Клуб»*



Итоги XXVIII Саммита бизнес — подарков «Прагматика» открыла сезон корпоративных сувениров

Начало осени в индустрии корпоративных сувениров традиционно является стартом делового сезона. И компания «Прагматика» встретила его масштабно — в начале сентября в столице Урала стартовал XXVIII Саммит деловых подарков.



По словам **Игоря Чижова, генерального директора компании «Прагматика»**, интерес к Саммиту уже давно вышел за пределы Свердловской области и на сегодняшний день мероприятие уверенно входит в разряд общероссийского масштаба.

В этом году площадкой для встречи профессионалов отрасли стал Музей архитектуры и дизайна Уральского государственного архитектурно-художественного университета — пространство, где история и современность соединяются в едином творческом импульсе, как нельзя лучше соответствующем духу мероприятия.

Наряду с местными заказчиками участие в мероприятии приняли представители компаний из разных регионов России — география гостей

подтверждает, что «Прагматика» давно стала точкой притяжения для всей отрасли.

На приглашение откликнулись более 15 экспонентов. Среди них — проверенные партнёры «Прагматики», крупные игроки российского рынка бизнес-сувениров, иностранные производители, а также локальные подрядчики. Такое разнообразие позволило гостям увидеть весь срез индустрии: от глобальных трендов до уникальных региональных решений.

Каждый участник-экспонент представил публике самое актуальное: новинки каталогов, хиты продаж, эксклюзивные позиции с сайтов. Гости могли не просто увидеть продукцию, но и оценить её качество вживую — это то, что всегда остаётся главным преимуществом офлайн-встреч.

Особый интерес у заказчиков вызвал мастер-класс по росписи фарфора, организованный «Серским фарфоровым заводом». Участники Саммита могли самостоятельно расписать чайную пару и забрать с собой уникальное авторское изделие — живой пример того, как корпоративный подарок становится личной историей.

Поставщик текстильной продук-

ции организовал для гостей интерактивную зону: все желающие могли попробовать свои силы в нанесении принта на ремувку прямо на месте. Для этого использовался мобильный станок, который позволял увидеть процесс в действии и создать уникальный сувенир своими руками.

Дополнительным приятным бонусом для гостей стала дегустация натуральных чаёв от одного из партнёров «Прагматики» — атмосферный нюанс, который добавил встрече теплоты и расположил к неформальному общению.

Успех Саммита более чем очевиден. И это не просто слова. Его подтверждают цифры: более 100 компаний посетили мероприятие. Но главное — не количество, а реакция гостей. Представители бизнеса остались довольны программой и организацией, заинтересованы увиденным и, что особенно ценно, воодушевлены полученной информацией и новыми деловыми контактами.

А это значит, что сезон бизнес-подарков начинается с правильного настроя, новых идей и укрепленных партнёрских связей. «Прагматика» благодарит всех участников и гостей XXVIII Саммита и ждёт новых встреч!







Мы пообщались с гостями и участниками Саммита и попросили их рассказать, что понравилось большее всего, насколько продуктивным оказалось мероприятие и удалось ли найти полезные контакты?



Екатерина Корсакова, руководитель отдела маркетинга «ЙО!каталог» (Москва)

Впечатление от мероприятия исключительно положительное. Город Екатеринбург и мероприятия компании «Прагматика»

всегда вызывают у меня особый интерес, и я с удовольствием приезжаю сюда снова. В этот раз особенно хочется отметить площадку: светлое, просторное помещение в историческом здании с хорошим видом создало комфортную рабочую атмосферу. Отдельно выделю высокий уровень вовлечённости клиентов. Наш продукт эксклюзивен, а компания ещё не так широко представлена на рынке. Именно это вызвало живой, неподдельный интерес аудитории к нашей продукции. И это радует!

Да, многие участники мне уже знакомы лично или заочно, однако мероприятие подарило и новые знакомства. Для меня это

всегда большая ценность: расширение контактов и появление свежих лиц в профессиональном кругу напрямую влияют на развитие и открывают новые возможности для сотрудничества.



Сергей Кудрицкий, менеджер по продажам компании «Маркли» (Минск)

Мероприятие в Екатеринбурге было организовано на высшем уровне! Нам, приглашённым поставщикам из Республики Беларусь, очень понравилась сама локация! Она выбрана в исторической части города, что добавляет Саммиту дополнительную значимость. Город очень впечатлил своими красотами! Всё было отлично: красивые люди и самый классный мерч!

Если выбирать три слова, чтобы описать само мероприятие, то это будут три понятия: чёткость, организованность и теплота. Даже не знаю, что я хотел бы изменить, так как всё было очень круто организовано.

Нашей команде удалось пообщаться и познакомиться с новыми интересными людьми! Будем рады, посетить ваш чудесный город ещё раз!

Людмила Трошина





Лариса Садыкова: «Мир меняется, и мы вместе с ним»



Лариса Садыкова,
генеральный директор
типографии «Альфа»

Лариса, добрый день! Принято считать, что каждая типография, появившаяся на современной полиграфической карте, начинала свой путь с копировального центра. Расскажите, как появилась «АЛЬФА»? Кто был инициатором?

Вы правы, стереотип о «копировальном центре в подвале» живуч, но наша история началась гораздо раньше и была совсем иной. Основателем и идейным вдохновителем был мой муж. Впервые в полиграфический бизнес он вошел ещё в 2001 году вместе с компаньоном. Это был долгий путь: компания меняла названия, масштабы, переживала взлёты и падения. Мы шли к этому дню четверть века.

Толчком к рождению именно бренда «АЛЬФА» стал момент истины, когда нужно было решить: остановиться на достигнутом или начать всё заново, но уже со своим видением, своими правилами и своей душой. Мы рискнули и не проиграли. Так, пять лет назад, появилась компания «АЛЬФА».

Как вы стали полиграфистом?

Я всегда была рядом с мужем, поддерживала его, помогала, но сейчас я стою у руля одна. «АЛЬФА» сегодня — это не просто бизнес. Это реализация наших с мужем планов и мечтаний, которую мы вынашивали годами.

Современную полиграфическую индустрию не удивишь новыми услугами. Казалось бы, что может предложить очередной игрок рынка? Все ниши заняты, все направления проработаны. Но, тем не менее, новые компании появляются. Появляются и остаются. 21 июля исполнилось 5 лет типографии «Альфа». Мы встретились с Ларисой Садыковой, генеральным директором и попросили рассказать (и вспомнить!), какими были эти пять лет.

Поэтому для меня важно не просто «печатать», а делать это так, чтобы можно было гордиться результатом. Я пришла в этот бизнес через любовь к человеку, который создал этот бизнес, и через ответственность перед командой, которая в нас верит.

Почему именно типография? Ведь нас по сути захватывает цифровизация?

Цифровизация — это наш инструмент. Новое оборудование и краски ускорили процессы и расширили возможности нанесений. Технологии позволяют дизайнерам быстрее создавать макеты, а нам — гибко подстраиваться под запросы. Главный итог: мы перешли от массового конвейера к индивидуальному подходу, где каждый заказ уникален и точен.

Не было страха при открытии новой компании? Особенно на рынке, где активно действуют монополисты-гиганты, занявшие свое поле деятельности десятки лет назад?

Честно говоря, страха не было. Рядом со мной был мой муж — невероятно расчётливый бизнесмен и умный мужчина. Его уверенность, аналитический подход и опыт давали мне ощущение абсолютной защищённости. Когда знаешь, что каждое решение взвешено, а партнёр рядом — профессионал высочайшего класса, страх отступает. С ним ничего не было страшно, мы просто знали, что делаем общее дело.

Какие были ваши первоначальные цели и задачи? Получилось их достичь на сегодняшний день, выполнить?

Вести бизнес — это колоссальный, невидимый со стороны ежедневный труд. А удержать его на плаву и не дать развалиться, — это настоящее испытание на прочность. То, что «АЛЬФА» не просто выжила в эти непростые годы, но и продолжает работать, развиваться, нести ответственность за наших сотрудников и выполнять обязательства перед клиентами, — это и есть моя главная победа.

Полиграфический рынок безусловно изменился за последние пять лет. Что вы принимаете и что категорически не принимаете?

Я принимаю всё. Мир меняется, и мы обязаны меняться вместе с ним. Это касается и появления новых законов, регулирующих бизнес, — это данность, которую нужно просто грамотно интегрировать в рабочие процессы.

Что касается клиентов, то они стали другими, и это хорошо: они стали осознаннее. Во-первых, клиенты следят за новинками, требуют больше индивидуальности и персонализации. Во-вторых, прагматичность. Люди хотят полезных сувениров и продукции, а не просто «пылесборников». В-третьих, финансовая дисциплина. Клиенты очень внимательно считают свои деньги. Поэтому их главные требования к нам теперь предельно



чёткие: безупречное качество и строгое соблюдение сроков. Они платят за результат и надёжность, и мы это ценим.

Кстати, о клиентах: что сейчас на самом пике востребованности?

Прямо сейчас у нас самый горячий сезон — подготовка к Новому году! Это всегда пик активности. В топе заказов: корпоративные подарки для сотрудников и партнёров, Welcome-паки (приветственные наборы) для новых сотрудников — тренд на заботу о команде только усиливается.

Кроме того, наш город известен как центр деловых событий и конференций. Сейчас идёт активная подготовка к этим мероприятиям: печать программ, бейджей, раздаточных материалов и брендированной продукции для участников.

Пять лет — возраст молодой, но для предприятия — серьёзный. Были ли какие-то переломные моменты, когда хотелось всё закрыть и начать жизнь с чистого листа?

Конечно, такие моменты были. Думала: «А справлюсь ли я одна? Получится ли у меня вести это дело так, как он?» Бывали дни, когда хотелось просто всё закрыть и начать жизнь с чистого листа. Что меня остановило? Поддержка. Поддержка моих близких, которые верили в меня, даже когда я сама сомневалась. И, конечно, моя команда. Взаимная поддержка дала

мне силы выстоять и двигаться дальше.

Как изменилась ваша команда за эти годы?

Команда не поменялась, работают все те же ребята. И это радует.

Какие планы и цели у вашей компании на ближайшие годы?

Наша главная цель — развитие во всех направлениях. Делаем акцент на профессиональный рост: повышение квалификации сотрудников и совершенствование наших процессов. Ну и численный рост, конечно: необходимо стремиться к расширению штата, чтобы справляться с увеличивающимся объёмом заказов. Плюс техническое оснащение: закупка новых, более современных машин. Мы хотим расти устойчиво, сохраняя то качество и отношение к клиенту, которые стали нашей визитной карточкой.

Что придаёт вам силы в работе?

Конечно же, люди! Я человек, который постоянно учится. Мне нравится посещать мероприятия, знакомиться с новыми людьми. Часто эти знакомства перерастают в дружбу. Мне приятно быть тем человеком, к которому обращаются за советом.

А что поддерживает вас лично?

Чтобы держать баланс, я занимаюсь йогой. А в последнее время полюбила бег. Пока бегаю короткие дистанции, но в моей копилке уже есть несколько медалей, чем я очень горжусь! Также я состою в различных бизнес-клубах — это помогает быть в курсе трендов и общаться с единомышленниками.

Самое главное: мне нравится моя работа. Да, иногда возникают трудности. Когда смотришь на результат, всегда хочется видеть довольных клиентов, своё оформление на конференциях и выставках, замечать свои вывески, которые делают наш Екатеринбург ещё краше, чувствовать себя частью истории города. Это и есть настоящее счастье! В бизнесе важно сохранять легкость, радость и человечность!



БЛИЦ

1. Ваш лидерский стиль в трёх словах?

Справедливость. Требовательность. Поддержка.

2. Как вы определили успех для вашей команды?

Успех — это когда сотрудник уходит домой не выгоревшим, а с чувством выполненного профессионального долга, и когда клиент возвращается к нам снова, рекомендуя друзьям.

3. Расскажите о талисмане вашей команды?

Наш талисман — бишон-фризе, порода собак, по имени Жорик! Настоящий сотрудник офиса, который разбавляет рабочую атмосферу и поднимает всем настроение. Для меня он стал личной опорой и поддержкой в самые сложные моменты.

4. Как относитесь к ИИ?

Как к мощному инструменту-помощнику, но не как к замене человека. ИИ помогает нам считать и планировать, но творчество и финальное решение остаются за людьми.

Людмила Трошина

«Девятка» знает, зачем нужна полиграфия

Избыточность цифровой среды

Стремительное развитие цифровых технологий в первые десятилетия XXI века привело к фундаментальной трансформации способов передачи информации. Электронная почта, мессенджеры и социальные сети создали среду «гиперкоммуникации», характеризующуюся мгновенностью и низкой стоимостью передачи данных. В этих условиях может показаться, что полиграфия утрачивает свою актуальность, уступая место «бесбумажным» технологиям. Актуальность заказа полиграфической продукции сегодня определяется не требованием тиражировать информацию, а потребностью общества в материальных носителях.

Информационная перегрузка и феномен «клипового мышления»

Современное общество функционирует в условиях колоссального информационного шума. В этой среде цифровой контент приобретает свойство эфемерности: баннеры, посты и рассылки исчезают из поля зрения пользователя за доли секунды, не оставляя следа в памяти.

В противовес этому, полиграфия выступает инструментом «медленной коммуникации». Физический носитель — брошюра, визитка или плакат — обладает свойством значительного постоянства. Он занимает определенное место в физическом пространстве, требуя от получателя физического взаимодействия.

Тактильность как фактор доверия и социального капитала

Печатная продукция, особенно в официальном и деловом сегменте, выполняет функцию социального маркера серьезности



намерений. Обмен печатными документами, каталогами или корпоративными подарками это норма, подтверждающий статус и надёжность субъекта коммуникации. Например, в сфере образования и культуры полиграфия выполняет функцию сохранения культурного кода. Учебники, художественные альбомы, научные монографии в печатном виде продолжают многовековую традицию человечества по сохранению информации в печатном виде, поддерживают культуру библиотек.

Маркетинговые аспекты: борьба за внимание

Да, рынок полиграфических услуг трансформируется, но не сокращается. Рекламный рынок перенасыщен цифровыми форматами, что приводит к снижению их эффективности. В этих условиях наблюдается возрождение прямых почтовых рассылок и POS-материалов.

Заказ полиграфии становится инструментом целевого воздействия. Персонализированная печать, переменные данные, нестандартные форматы и фактуры бумаги позволяют создать уникальный пользовательский опыт.

Социокультурная функция: локальные сообщества и события

Актуальность полиграфии ярко проявляется в контексте развития локальных сообществ и событийного маркетинга. Афиши, приглашительные билеты, программы мероприятий продолжают быть материальными «артефактами», формирующими чувство сопричастности. Кроме того, развитие технологий цифровой печати сделало полиграфию доступной для малого бизнеса и частных лиц.

Полиграфия пробивает информационный шум

Актуальность заказа полиграфии в текущее время не только сохраняется, но и приобретает новые смысловые оттенки.

Полиграфия сегодня — не просто способ размножения текста, а более сложный культурный инструмент. Она выполняет функции, недоступные цифровым аналогам: обеспечивает тактильный контакт, гарантирует верификацию, создаёт эмоциональную привязанность и структурирует информационное пространство.

Заказ полиграфической продукции является рациональным ответом на вызовы цифровой эпохи. Для бизнеса это способ пробить информационный шум и выстроить доверительные отношения с клиентом. Для общества — механизм сохранения культурной идентичности. Полиграфия трансформируется в доступный, качественный, технологичный и социально значимый канал коммуникации, востребованность которого в обозримом будущем будет оставаться стабильно высокой.

9print.ru

По материалам типографии
«Девятка»



2027



**Календарный
сезон в разгаре -
ВСЕ ПУТИ ВЕДУТ В ГРС!**

г. Екатеринбург, пер. Трактористов, 4
+7 343 28 601 28, www.grs1.ru, www.calendar66.ru

ПСИХОЛОГИЯ ЦВЕТА



Зара Мусс — предприниматель, эксперт в дизайне и полиграфии, руководитель рекламно-печатного цеха «Запуск»

Цвет работает раньше, чем аргументы

Клиент ещё не прочитал оффер, не разобрался в характеристиках и не дошёл до цены, но первое решение уже начинает формироваться. Тёмный фон может дать ощущение веса и статуса, яркий контраст — энергии и доступности, сложная спокойная палитра — уверенности. Но эти реакции не живут отдельно от носителя. Один и тот же бордовый на плотной матовой бумаге и на тонком глянце — психологически два разных продукта.

Поэтому «психология цвета» в реальном производстве — не набор универсальных значений, а управление контекстом. Цвет считывается вместе с фактурой, белизной материала, размером поля, освещением, отделкой и соседними оттенками.

Иногда достаточно заменить бумагу, чтобы макет перестал выглядеть дорогим. Иногда, наоборот, простой двухцветный дизайн на правильном материале воспринимается сильнее макета, в котором дизайнер пытался показать весь доступный арсенал.

Экран не врёт — он просто показывает другой объект

Фраза «на мониторе было по-другому» знакома любой типографии. Но сводить проблему только

Цвет в полиграфии — это обещание. Дизайн его формулирует, а производство либо подтверждает, либо разоблачает. Поэтому разговор о психологии цвета для типографии начинается не с «красный бодрит, синий успокаивает», а с гораздо более практичного вопроса: что человек увидит в готовом изделии и совпадёт ли это с тем, что бренд хотел ему сказать?

к RGB и CMYK слишком просто.

Экран сам светится, бумага отражает свет. У монитора одна белая точка, у материала — другая. На результат влияют профиль печати, конкретная машина, бумага, ламинация и освещение, при котором потом будут смотреть изделие.

Поэтому профессиональная работа начинается не с обещания «попадём один в один», а с управления ожиданиями. Если фирменный оттенок критичен, нужна проверка на реальном носителе. Если планируется большая тёмная заливка, нужно оценивать не только цифры в файле, но и то, как поверхность поведёт себя в печати и после отделки. Если цвет важен для сети точек или регулярных тиражей, вопрос повторяемости становится не менее важным, чем красота первого экземпляра.

В «Запуск» мы часто сталкиваемся с ситуацией, когда макет уже утверждён, но именно на этапе подготовки к производству обнаруживается: ламинация заметно затемнит фон, тонкие линии потеряют характер, а выбранный материал изменит восприятие фирменного цвета.

В этот момент ценность производства — не в том, чтобы молча вывести файл, а в том, чтобы вовремя показать, где экранное ожидание расходится с физическим результатом.

Чёрный — хороший тест на профессионализм

С чёрным особенно легко попасть в ловушку.

Для мелкого текста и тонких элементов важны стабильность и чёткость; для крупной плашки задача

уже другая — получить визуально плотную, ровную поверхность. Здесь нельзя рассуждать одним рецептом для всех машин и всех материалов. Состав цвета, площадь заливки, тип печати и последующая ламинация меняют результат.

Именно поэтому фраза «сделайте просто глубокий чёрный» на производстве превращается в серию конкретных решений.

Насколько большая заливка? Что за бумага? Есть ли мелкий выводный текст? Будет ли ламинация? Как поведёт себя поверхность под углом?

Для клиента всё это по-прежнему называется одним словом — «чёрный». Для полиграфиста это уже технология.

Та же история с бордовым, тёмно-синим и глубоким коричневым. Их любят использовать в премиальном сегменте, но дорогим продукт делает не сам оттенок.

Если на большой тёмной площади видна неровность, если мелкий светлый текст теряет читаемость, если материал слишком тонкий или покрытие быстро царапается, цвет начинает работать против бренда.

«Золотой» цвет и металл — не одно и то же

Запрос «добавьте золота» сегодня снова звучит часто.

И здесь хорошо видно различие между дизайном и производством. В обычной полноцветной печати можно получить золотистый оттенок — тёплый, убедительный, иногда очень красивый. Но он не становится металлом. У него нет



отражения, смены блика и физической глубины металлической поверхности.

Если задача — именно металлический эффект, нужны другие инструменты: фольга, металлизированный материал, специальные краски, тонеры или иные технологии отделки.

Но и здесь важен не сам факт наличия «золота», а его дозировка.

Когда металлик занимает половину макета, он быстро перестаёт быть акцентом. Премиальность часто строится на дефиците эффекта: небольшой элемент работает сильнее, потому что ему есть с чем составлять контраст.

В практике рекламного производства полезно сначала выяснить не «какое золото вы хотите», а «какое впечатление должно остаться». Иногда нужный эффект даёт фольга. Иногда — хороший материал и тёплый печатный оттенок. А иногда золото вообще оказывается лишним.

Когда заказчик просит «сделать заметнее»

Ещё одна типичная производственная ситуация: макет кажется заказчику недостаточно ярким, и начинается борьба за внимание — добавить красный, увеличить плашку, сделать обводку, усилить градиент, поставить ещё один акцент.

Внутри файла каждый новый элемент выглядит как улучшение. В реальном рекламном поле они начинают конкурировать между собой.

Для наружной рекламы это особенно очевидно. У человека нет времени разбирать композицию. Сначала он считывает крупное цветное пятно, затем форму и только потом текст.

Если равноправных сигналов пять, сообщение не становится в пять раз сильнее. Оно становится медленнее. То же работает в листовках, меню, каталогах и упаковке.

Минимизация цветов — не признак экономии и не модный минимализм ради минимализма. Это способ выстроить приоритет. Иногда лучший профессиональный совет — не «добавить, чтобы стало интереснее», а убрать то, что мешает первому сообщению дойти до человека.

Типография — это не финальная кнопка

У рекламно-печатного производства есть редкая возможность увидеть макет в момент перехода из виртуального мира в физический.

Именно здесь обнаруживаются вещи, которые невозможно полноценно оценить в презентации: слабый контраст, слишком близкие оттенки, неудачный выворотный текст, чрезмерно тёмная фотография, конфликт материала и дизайна.

Поэтому мне ближе модель, в которой типография не просто принимает файл, а становится последним профессиональным фильтром перед тиражом.

В «Запускай» мы стараемся смотреть на задачу именно так: не «сможем ли мы это напечатать», а «получит ли клиент тот эффект, за который он платит».

Иногда ответ требует цветопробы. Иногда — смены материала. Иногда — другой технологии. А иногда самое полезное решение состоит в том, чтобы ничего не добавлять.

Для бизнеса это важная разница. Хорошее производство не обещает магию цвета. Оно понимает ограничения процесса и умеет использовать их так, чтобы итоговый продукт выглядел цельно и предсказуемо.

Цвет как стратегия

Если цвет первым формирует впечатление, то его количество, сочетание и способ воспроизведения — уже не вопрос личного вкуса. Это часть стратегии бренда.

Но стратегия здесь проявляется не в поиске «идеального оттенка», а в согласованности всех решений: от макета и материала до технологии печати и условий, в которых готовое изделие увидит человек.

Поэтому профессиональная работа с цветом часто выглядит неожиданно сдержанно.

Не пять эффектов, а один. Не максимально насыщенный оттенок, а тот, который стабильно воспроизводится. Не «дорогой чёрный» сам по себе, а связка цвета, бумаги и отделки, где каждый элемент поддерживает другой.

Психология цвета в полиграфии начинается с эмоции, но заканчивается технологией. И именно на стыке этих двух вещей появляется результат, которому человек верит — даже если никогда не задумывается, почему.

Фото предоставлено
РПЦ «Запускай»

Бумагорезательные машины Guoxin: классические технологии резки в современном исполнении

Одноножевые бумагорезательные машины остаются одним из базовых видов оборудования современной типографии. Они используются как на небольших цифровых предприятиях, так и на крупных полиграфических производствах. Изменение экономической ситуации и рост стоимости европейской техники заметно повысили интерес к оборудованию китайских компаний, способных обеспечить сопоставимый уровень качества.

Одним из таких производителей является **Ningde Guoxin Printing Machinery (GX)**. Компания Guoxin была основана в 2018 году и специализируется на производстве одноножевых резальных машин и вспомогательного оборудования. За сравнительно короткий срок производитель сформировал широкую линейку оборудования для предприятий разного масштаба — от компактных цифровых типографий до производств, работающих с крупноформатной печатной техникой.

Технология точного и плавного реза

В основе машин Guoxin лежит классическая конструкция промышленной гильотины, дополненная современной системой программного управления. Все резальные машины производителя оснащаются встроенным компьютером, позволяющим программировать последовательность операций и задавать размеры реза в цифровом виде.

Особое внимание производитель уделяет механике ножевого при-

вода. В машинах применяется мощный **гидравлический привод**, обеспечивающий плавное движение ножа. Давление реза создается гидравлической муфтой в сочетании с червячным редуктором. Такая конструкция обеспечивает мягкий подвод ножа к бумажной стопе без ударных нагрузок. В большинстве моделей используется двойная гидравлическая муфта, предназначенная для повышения плавности и ровности движения ножа.

Рабочие столы машин имеют цельную хромированную конструкцию. Это решение помогает избежать деформации нижних листов стопы, а воздушная подушка облегчает перемещение бумаги по рабочей поверхности. В электронной части используются компоненты известных международных производителей, в частности, низковольтное оборудование ABB и Omron. Для защиты оператора применяется инфракрасная оптическая система.

Таким образом, концепция Guoxin строится не на принципиально новой схеме резки, а на сочетании хорошо зарекомендо-

вавшей себя механики промышленной гильотины с современным программным управлением и автоматизацией.

От компактной K67N до крупноформатной K176D

Линейка Guoxin позволяет подобрать оборудование в зависимости от формата продукции и производительности предприятия.

Guoxin K176D — наиболее крупноформатная из представленных моделей. Максимальный размер листа составляет **200 × 176 см**, высота стопы — **16,5 см**, а скорость работы достигает **45 циклов в минуту**. Машина оборудована электромагнитным прижимом с регулировкой давления и гидравлическим приводом ножа. Для программирования используется большой сенсорный экран с визуальными подсказками.

Guoxin K137D рассчитана на листы размером до **145 × 137 см** при высоте стопы 16,5 см. Максимальная скорость также достигает 45 циклов в минуту. Управление машиной осуществляется с большого экрана высокого разрешения и внешней клавиатуры.





Особое место занимает **Guoxin K115D** — машина распространенного в полиграфии формата 115 см. Она поддерживает экранное программирование сложных режимов резки с анимацией отдельных этапов и хранение программ. Предусмотрены дистанционная настройка и диагностика, японский серводвигатель заднего стола, регулируемая скорость до 30 циклов в минуту и автоматическая смена ножей.

Для предприятий, которым не требуется столь крупный формат, предлагается **K92S** — базовая модель для форматов 92 и 74 см. Она оснащается контроллером программирования, 10,4-дюймовым экраном и внешней клавиатурой. Еще компактнее **K67N**, ориентированная прежде всего на цифровые типографии. Она выполнена без боковых столов и имеет ножной привод прижима, но при этом сохраняет программное управление и гидравлический привод ножа.

Не только отдельные машины, но и резальные комплексы

Для крупных производств **Guoxin** предлагает уже не просто отдельные гильотины, а **комплексные системы резки**. В их состав могут входить сама бумагорезательная машина и интеллектуальное загрузочное оборудование, выполняющее операции загрузки, перемещения, транспортировки и выгрузки бумаги.

Программное обеспечение таких комплексов предусматривает различные режимы программирования, специальный режим безопасности оператора, расчет параметров резки и набор оптимизированных программ. Кроме того, **Guoxin** может проектировать бумагорезательные комплексы индивидуально, исходя из производственных задач заказчика. В линейку вспомогательного оборудования входят также подъемники бумажной стопы и оборудование для разгрузки бумаги.

Сервис и присутствие в России

Важный вопрос при выборе импортного оборудования — доступность запасных частей и технического обслуживания. «Полиграф Клуб» является официальным дилером Ningde Guoxin Printing Machinery с 2022 года. У компании есть успешный опыт инсталляций и запуска этого оборудования на российских и белорусских предприятиях.

В 2026 году «Полиграф Клуб» принимает участие в международной выставке **All in Print China**, которая проходит в Шанхае с 12 по 16 октября. Специалисты компании будут работать на стенде **Guoxin** и смогут познакомить посетителей с оборудованием производителя и проконсультировать по подбору решений для резки.

Наиболее востребованные модели K115D и K92S находятся на складе «Полиграф Клуба» и готовы к установке.



Материалы и сервис для стабильной резки

Важная составляющая стабильной работы бумагорезальной машины — правильно подобранные расходные материалы и своевременное обслуживание режущего инструмента. «Полиграф Клуб» предлагает бумагорезальные ножи для гильотинных машин, включая ножи TKM / IKS Klingelberg из инструментальной, быстрорежущей и порошковой стали, а также твердосплавные решения.

Для эффективной работы системы резки «Полиграф Клуб» поставляет марзаны Hagedorn различной твердости: серые подходят для всех основных классов ножей, а белые особенно рекомендуются для HSS и твердосплавных ножей, поскольку медленнее изнашиваются и способствуют сохранению режущей кромки.

Помимо поставки оборудования и расходных материалов, «Полиграф Клуб» оказывает услуги по профессиональной заточке бумагорезальных и других промышленных ножей. Работы выполняются на высокоточном оборудовании Reform с использованием охлаждающей жидкости, предотвращающей «пережог» режущей кромки; технология позволяет работать в том числе с ножами с твердосплавными вставками. Специалисты компании также помогают подобрать углы заточки под конкретные материалы.

*По материалам компании
«Полиграф Клуб»*

ПРОВЕРЯЕМ И ОЧИЩАЕМ!

Аудит качества воды, регулярный контроль параметров увлажняющего раствора и очистка системы циркуляции являются основой качественной офсетной печати.



Система увлажнения листовой или ролевой машины требует особого внимания именно в межсезонье. Снижение качества технической или скважинной воды часто приводит к отклонению рабочих параметров увлажняющего раствора от рекомендуемых значений. В результате из-за более длительных приладок и переналадок машины о стабильной печати остаётся только вспоминать. Для исключения влияния осенней и весенней погоды на рабочие процессы в цехе необходима ревизия качества воды и увлажняющего раствора.

Дефекты на печати

Вместе с краской и запечатываемым материалом увлажняющий раствор является одним из трёх «китов» офсетной печати. Использование даже самых лучших бумаг, картонов, триадных и смесевых красок не поможет избежать проблем, возникающих из-за некачественного увлажнения.

Основной причиной появления дефекта тенения (перехода частиц краски на пробельные элементы печатной формы) является нарушение уровня кислотности увлажняющего раствора. При печати на спиртовом увлажнении недостаток или

избыток изопропанола в растворе приводит к чрезмерному эмульгированию краски. Как итог, тенение усугубляется недостаточным закреплением краски на оттиске и «отмарыванием» в стопе.

Именно из-за комплексного влияния на качество офсетной печати разбор процессных дефектов рекомендуется начинать с аудита увлажняющего раствора.

Параметры для контроля

Объективными критериями качества увлажнения являются рекомендуемые для офсетной печати значения основных рабочих параметров раствора:

- водородный показатель pH-4.8 ... 5.2 (масляные краски) или 4.6 ... 5.0 (ультрафиолетовые краски);
- электропроводность LF, мкСм/см — 800 ... 1500 (спиртовое увлажнение) или 1500 ... 2200 (печать без изопропилового спирта);
- температура в системе циркуляции — +12 ... 14 °C (летом) или +10 °C (зимой);
- содержание изопропилового спирта — 8 ... 12%.

Отклонение результатов фактических замеров на печатной машине от вышеприведенных зна-

чений сигнализирует о необходимости замены раствора.

Общих универсальных рекомендаций по периодичности замены увлажняющего раствора нет. Срок использования увлажняющего раствора зависит от типа увлажнения (спиртовое или бесспиртовое), уровня пыльности запечатываемых бумаг и картонов, режима работы оборудования и объёмов тиражей. Таким образом, регулярный контроль является единственным способом поддержания параметров увлажнения на стабильном рабочем уровне.

Качество увлажняющего раствора постоянно снижается при его циркуляции в системе из-за накопления частиц краски, бумажной пыли, противоотмарывающего порошка и остатков смывочных средств, а также роста микроорганизмов и грибов.

Изменение прозрачности или цвета увлажняющего раствора, а также появление грязной пены и специфического запаха в холодильнике офсетной печатной машины явно указывают на необходимость профилактической очистки системы циркуляции.

Полная очистка за 2 часа

Высокая эффективность специализированных вспомогательных растворов способствует простой и быстрой очистке системы циркуляции увлажнения. В каталоге расходных материалов «ОктоПринт Сервис» представлены два таких продукта:

- **ALKAKLEEN** для очистки обычных загрязнений;
- **WATER SYSTEM CLEANER SET** для глубокой очистки.

Использование слабощелочного раствора ALKAKLEEN позволяет всего за 1 час удалить все биологические загрязнения (грибки, водоросли, микроорганизмы), на-



слоения бумажной пыли, частиц краски и мелованного слоя бумаг и картонов. При выполнении цикла очистки увлажняющий раствор предварительно сливается из системы циркуляции. После очистки на машинах рулонной печати в свежий увлажняющий раствор необходимо добавить антибактерицидную добавку для предотвращения роста бактерий, водорослей и грибов.

Для удаления серьезных загрязнений рекомендуется двухкомпонентное средство **WATER SYSTEM CLEANER SET**. Продолжи-

тельность цикла глубокой очистки системы циркуляции составляет 2 часа. При этом, не требуется предварительно сливать увлажнение из печатной машины. Компоненты средства поочередно добавляются прямо в загрязненный увлажняющий раствор. Их циркуляция позволяет размягчить и растворить даже твердые частицы загрязнений. После чего старый увлажняющий раствор сливается, и система циркуляции промывается чистой водой.

Увлажняющие валики

Как правило, валики увлажняющих аппаратов не рассматриваются как часть системы увлажнения. Но их одновременная очистка позволяет повысить эффективность профилактики для достижения наилучшего качества печати.

Для очистки увлажняющих валиков технологи «ОктоПринт Сервис» рекомендуют использовать специализированные средства **ОКТО 1000** (масляные и УФ-краски) и

MRC OKTO NEW (масляные краски):

- обезжиривание и очистка резиновой поверхности от наслоений краски;
- восстановление гидрофильных свойств резины;
- сохранение ресурса резины.

Печатная машина ставит задачи по увлажнению? Обращайтесь к опытному и надёжному поставщику: +7495 150 50 88 / info@oktoprint.ru

Вместе делаем мир ярче!

По материалам компании
«ОктоПринт Сервис»



www.oktoprint.ru

Расходные материалы для полиграфии

ВМЕСТЕ ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!



КНИГИ, КОТОРЫЕ СОЗДАЮТ ИСТОРИЮ: 40 лет Издательству Уральского университета



**Ирина Юрьевна
Плотникова,
заведующий редакционно-
издательским отделом
ИПЦ УрФУ**

Весной 1986 года в Уральском государственном университете произошло событие, значение которого вышло далеко за пределы вуза. 15 апреля приказом ректора на основе хозрасчёта было создано уставное Региональное межвузовское издательство — старейшее и крупнейшее на сегодняшний день издательство Екатеринбурга и Свердловской области¹. Сегодня, спустя 40 лет, Издательство Уральского университета (с 2011 года Издательско-полиграфический центр УрФУ) остаётся ведущим центром академического книгоиздания на Урале, ежегодно выпуская до 400 книг².

История вузовского книгоиздания началась задолго до 1986 года³. Традиции книгопечатания в Уральском университете складывались с первых дней его основания: уже осенью 1920 года вышел первый номер журнала «Известия Уральского государственного университета», а в 1921 году студенты химико-металлургического факультета организовали стеклографию — прообраз современной ризографии. Среди первых книг были конспекты

лекций по теории металлургического процесса профессора И.А. Соколова и теории пламенных печей профессора В.Е. Грум-Гржимайло.

В 2000 году Издательство Уральского университета было преобразовано в Издательско-полиграфический центр «Издательство УрГУ», объединивший все издательские и полиграфические мощности университета. Издательский цикл замкнулся: от рукописи до твёрдого переплёта. В 2011 году, при создании Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, центр был переименован в ИПЦ УрФУ и объединил издательские мощности двух крупнейших вузов Екатеринбурга — УрГУ и УГТУ-УПИ — что дало новый импульс развитию издательской деятельности.

Сегодня ИПЦ УрФУ — предприятие полного цикла. В его составе — крупнейшее на Урале Издательство Уральского университета, современная типография, цех рекламной продукции и вспомогательные отделы⁴. Типография оснащена оборудованием для цифровой и офсетной печати, выполняет полный спектр послепечатных работ и способна выпускать продукцию от

листовок до книг в твёрдом переплёте. Возглавляет издательство Алексей Васильевич Подчинёнов, много лет отстаивающий высокие стандарты редакторской подготовки и полиграфического исполнения.

Тематический репертуар издательства широк и разнообразен. С самого основания оно специализировалось на научной и учебной литературе, но не только. В тематических планах 1980 — начала 1990-х годов — книги М. Цветаевой, В. Брюсова, А. Грина, Ю. Олеши, О. Уайльда, А. Прево, Ф. Ницше, Н. Бердяева. Сегодня в каталоге более 8000 монографий, учебников, хрестоматий, словарей, энциклопедий, сборников научных трудов, альбомов и др.

Среди наиболее заметных изданий последних лет — «Красная книга Среднего Урала», «Красная книга Ямало-Ненецкого автономного округа», справочник-определитель «Птицы Урала, Приуралья и Западной Сибири» В.К. Рябицева, «Энциклопедия читателя» в 7 томах, «Бажовская энциклопедия», «Екатеринбург: энциклопедия» в 2-х томах, серия из 50 монографий, учебников и учебных пособий по приоритетному национальному

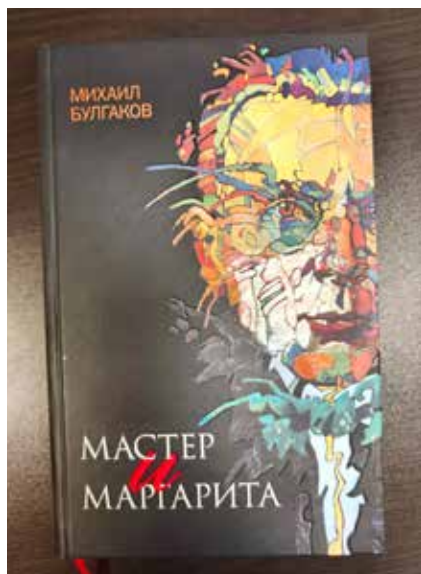


¹ Издательско-полиграфический центр УрФУ // Уральский федеральный университет. — URL: <https://print.urfu.ru/ru/> (дата обращения: 16.09.2026).

² Открылась ретроспективная выставка к 35-летию издательства вуза // Уральский федеральный университет. — 2021. — 16 апреля. — URL: <https://rtf.urfu.ru/ru/news/36126/> (дата обращения: 16.09.2026).

³ Подчинёнов А. В. Издательство Уральского университета: страницы истории: к 25-летию юбилею Издательства Уральского университета // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. — 2011. — № 4 (95). — С. 283–290.

⁴ Издательско-полиграфический центр УрФУ // Уральский федеральный университет. — URL: <https://print.urfu.ru/ru/> (дата обращения: 16.09.2026).



Автор фото: Родион Нарудинов.

URL: <https://soc.urfu.ru/ru/index/news/?news=51760&cHash=e07ab8c812cf468f7818396f3c69ff78>

проекту «Образование», а также впервые полностью переведённые на русский язык с латинского и греческого «Сатурналии» позднеантичного автора Макробия⁵, с английского — эссе сэра Томаса Брауна, третий роман Д. Дефо о Робинзоне Крузо. В 2018 году при поддержке Эндаумент-фонда университета учрежден проект «Уральская гуманитарная инициатива», в рамках которого вышло полтора десятка высокохудожественных изданий: «Гомер в переводе П. А. Шуйского», басни Ж. Лафонтена, книга о знаковом для уральской неофициальной культуры Б. У. Кашкине по материалам музея УрФУ его имени, романы А. С. Пушкина «Евгений Онегин» и М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита» с иллюстрациями екатеринбургского художника А. Выгалова, уникальный альбом «Леонид Шварцман: искусство иллюстрации» — с ранее не публиковавшимися рисунками народного художника России, создателя образа Чебурашки⁶. Четыре года существует «Библиотека Издательства Уральского университета», презентующая творчество уральских

авторов, связанных с УрФУ. Среди первых — Ю. Казарин, Е. Касимов, О. Дозморов, И. Сахновский.

Основные направления работы Издательско-полиграфического центра: качественное редактирование и вёрстка книжных и электронных изданий, художественное оформление книжной и рекламной продукции, разработка и изготовление сувенирной продукции (ручки, папки, календари и др.), упаковка (коробки, пакеты, конверты и пр.), реклама (листовки, плакаты, буклеты, каталоги и др.), печать любой полиграфической продукции.

Книги издательства регулярно участвуют в международных, всероссийских и региональных выставках и конкурсах. С 2015 года оно неоднократно признавалось «Лидером университетского книгоиздания» на Общероссийском конкурсе «Университетская книга» — в 2015, 2018, 2020 и 2022 годах⁷. В 2024 году Издательство Уральского университета вошло в число обладателей Гран-при X Общероссийского конкурса «Университетская книга — 2024». В 2025 году издание о свердловских журналистах, участниках

Великой отечественной войны (сост. Р. Исхаков), было отмечено специальным дипломом на главном конкурсе страны «Книга года» Минцифры⁸. Положительные рецензии на издания можно найти не только в российской прессе, но и в периодике США, Великобритании, Швеции, Чехии, Болгарии, Украины и других стран. Издательство является постоянным членом Ассоциации книгоиздателей России (АСКИ).

40 лет — это не просто круглая дата. Это четыре десятилетия ежедневной работы редакторов, корректоров, дизайнеров, полиграфистов, благодаря которой научная мысль Урала обретает форму книги, а книги — дорогу к читателю. Издательство Уральского университета прошло путь от стеклогравии 1921 года до современного предприятия полного цикла, сохранив главное — верность академической традиции и уважение к слову. Впереди — новые проекты, новые серии, новые книги. И нет сомнений, что планка качества, заданная в 1986 году, будет держаться и дальше.

⁵ Подчиненов А. В. Издательство Уральского университета: страницы истории : к 25-летию юбилею Издательства Уральского университета // Известия Уральского государственного университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. — 2011. — № 4 (95). — С. 283–290.

⁶ Издательство УрФУ выпустило коллекционный альбом рисунков Леонид Шварцмана // Уральский федеральный университет. — 2025. — 22 августа. — URL: <https://magister.urfu.ru/ru/novosti/56084/> (дата обращения: 16.09.2026).

⁷ Издательство УрФУ признано лучшим в России // Издательско-полиграфический центр УрФУ. — URL: <https://print.urfu.ru/ru/novosti/15988/> (дата обращения: 16.09.2026).

⁸ В вузе наградили победителей конкурса «Университетская книга — 2024» // Уральский федеральный университет. — 2024. — 27 июня. — URL: <https://soc.urfu.ru/ru/index/news/?news=51760> (дата обращения: 16.09.2026).



Россия, 664014, г. Иркутск, ул. Толевая, 4
+7 (950) 123-78-45, +7 (3952) 709-272
e-mail: 709272@mail.ru, www.santai-val.ru



УСЛУГИ:

- Изготовление и обрезинивание полиграфических валов
- Изготовление и восстановление рильсановых валов

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ:

- Шлифовка резинового покрытия
- Ремонт посадочных мест
- Изготовление, ремонт металлических стержней
- Шлифовка металлических стержней

**Все о печати
и полиграфии
здесь**



<http://pechatnick.com>



тел. (343) 28-601-28, 8-922-60-31-657
e-mail: u.tretyak@grs1.ru

Мимакі-Урал

- ◆ UV-ПЛОТТЕРЫ
- ◆ РЕЖУЩИЕ ПЛОТТЕРЫ
- ◆ СОЛЬВЕНТНЫЕ ПЛОТТЕРЫ
- ◆ СУБЛИМАЦИОННЫЕ ПРИНТЕРЫ
- ◆ СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
- ◆ ЗИП И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

www.mimakiural.ru

XIV



КНИЖНАЯ И ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА

«ПО ВЕЛИКОМУ
ШЁЛКОВОМУ ПУТИ»

18-20
ноября
2026

Казахстан, Алматы
ВЦ «Атакент»

bookexpo.kz



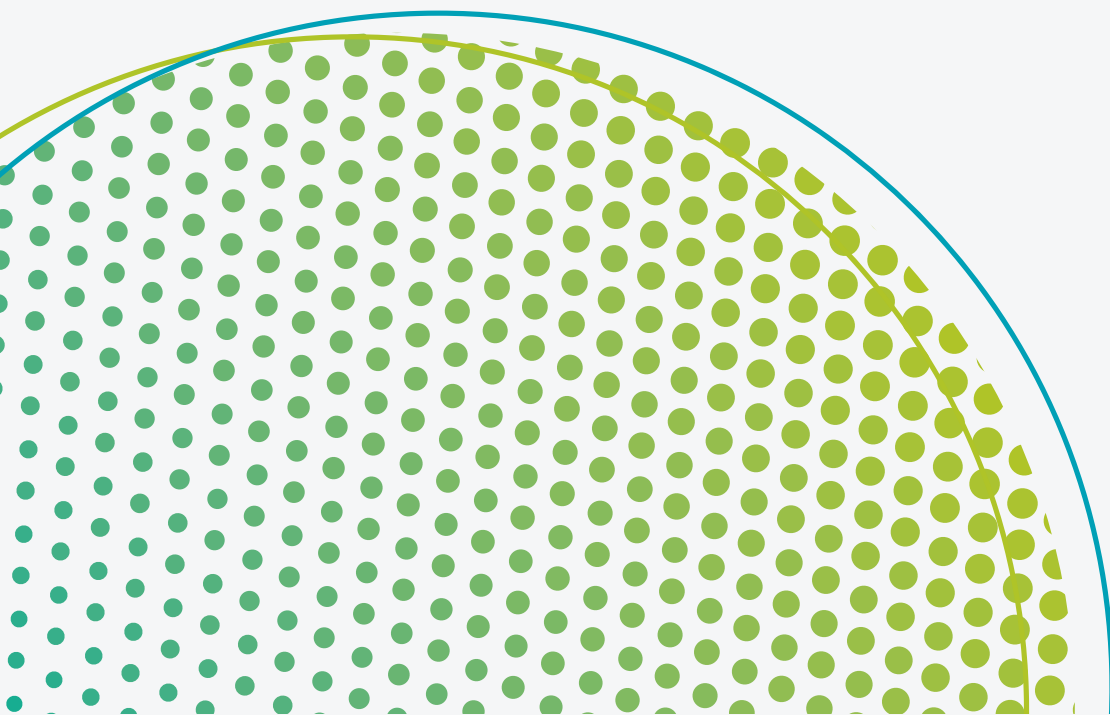
printtech



12-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИЙ
И МАТЕРИАЛОВ
для **ПЕЧАТНОГО**
И РЕКЛАМНОГО
ПРОИЗВОДСТВА

15–18 ИЮНЯ
2027
МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО



**БРОНИРОВАНИЕ СТЕНДОВ
2027!**

СТАНЬТЕ ЭКСПОНЕНТОМ ЕДИНСТВЕННОЙ
ОТРАСЛЕВОЙ ВЫСТАВКИ В СТРАНЕ

printtech-expo.ru



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER

Полный спектр промышленных чернил для струйной печати APS

Готовые решения и разработка
формулы под ваши задачи

Эко-Сольвентные
для головок Epson DX 5/6/7 и i3200
Универсальные UV
для головок Ricoh Gen 5/6 и KM1024
Пигментные на водной основе POD
для головок Kyocera
Совместимость с головками HP, Epson, Memjet,
Ricoh, Kyocera, Xaar, Konica, Seiko и др.
Высокая стойкость к свету, истиранию
и внешним воздействиям
Широкий спектр печатных материалов
Сертификаты ISO, China EcoLabel, CNAS
Лабораторная точность и стабильность формулы
Баннеры, интерьерная печать, упаковка,
маркировка, книги, реклама



Реклама

**Тонкая настройка
Стабильный результат**



ADVANCED
PRINT
SYSTEMS



ПЕРЕДОВЫЕ
СИСТЕМЫ
ПЕЧАТИ

Листовые офсетные печатные машины

RUYU RYS 92G/104G



БРЕНД №1
в Китае

- + Двусторонняя печать без переворота листа
- + Конфигурации печати: 2+2, 2+1, 2+0 и 1+1
- + Сервисная поддержка от дилера RMGT
- + Премиальные компоненты
- + Инспекционная система Luster
- + Международная сертификация

Компания Ruyu Machinery была основана в 2014 году, специализируется на производстве листовых офсетных печатных машин для одно- и двусторонней печати и занимает около 60% доли рынка Китая. Начиная с 2023 года Ruyu Machinery имеет стратегическое соглашение с компанией RMGT, что позволило ей за последние несколько лет выйти на лидирующие позиции на рынке Юго-Восточной Азии.



+7 (495) 120-27-82 | www.t-sys.ru

Компания «Т-Системы» — эксклюзивный поставщик
листовых офсетных печатных машин RUYU
на территории России и Беларуси.

