

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС

№1 (117) январь-февраль 2018



Тема номера: повышение квалификации

printech

4-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

ОБОРУДОВАНИЯ,
ТЕХНОЛОГИИ
И МАТЕРИАЛОВ
ДЛЯ **ПЕЧАТНОГО**
И РЕКЛАМНОГО
ПРОИЗВОДСТВА

26-29 ИЮНЯ
2018

МОСКВА, МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»

Получите билет
printech-expo.ru

Организатор



Генеральный
информационный партнер

publish
ДИЗАЙН | ВЕРСТКА | ПЕЧАТЬ

Всесезонные голландские краски



экономичность



надежность



точность



скорость



сервис

- практически любые условия печати и запечатываемые материалы
- оперативность печати и передачи в послепечатную обработку
- соответствие любой задумке дизайнера из цветовых вееров PANTONE®
- высокоглянцевый и матовый лаки для сплошного/выборочного нанесения в линию

телефон: +7 (343) 312 1210



www.yam.ru



Дорогие друзья!

Мы всегда стремимся достичь большего в максимально короткие сроки. Для этого крутимся, как белки в колесе. Иначе никак – чтобы преуспеть, нужно быть в самом пекле полиграфического рынка. Это здорово, но порой, сосредоточившись на одном, мы упускаем из вида множество потенциально перспективных возможностей. Но мы не должны останавливаться на достигнутом. Поэтому пусть в этом году основным направлением работы станет наш профессиональный рост – знаний, умений и показателей компании. Тогда и успех будет притягиваться.

Движение вверх – тема, которая проходит по всем страницам журнала. Не за горами весна – время пробуждения и расцвета. Растите, развивайтесь, тянитесь к новому и не игнорируйте наработанный опыт. Желаем вам работать с широко открытыми глазами и с открытым сердцем. Как говорил Стив Джобс, сделай шаг, и дорога появится сама собой. Доказательство – герои этого выпуска.

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

Учредитель: ООО «Цифровые решения». **Главный редактор:** Трошина Л.С. **Журналист:** Семейкина М.В., Ушакова М.А. **Дизайн и верстка:** Кузнецов Г.М. **Корректура:** Семейкина М.В. **Адрес редакции и издателя:** 620142, г. Екатеринбург, пер. Трактористов, 4. **Телефон редакции:** (343) 286-01-28, e-mail: ural-pb@yandex.ru, сайт: 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: №1 (117) январь-февраль 2018. **Подписано в печать:** 20.02.2018. **Выход в свет:** 27.02.2018. **Печать:** типография «ДАММИ» (г. Курган, пр. Машиностроителей, 13А). **Тираж:** печатная версия — 1000 экз., электронная рассылка — 17 000 адресов. Цена свободная. Перепечатка материалов из журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама» только по согласованию с редакцией. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях. © 2018 «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама».



16+

Читайте в номере:

НОВОСТИ

- 4 «Гейдельберг-СНГ»: итоги работы в 2017 году
- 5 Уральский полиграфический форум – значимое событие не только для региона
- 10 KBA Rapida 75-5+L установлена в типографии «РАСТР» в Перми
- 14 Итоги первого на Урале конкурса квартальных календарей

БЛИЦ-ОПРОС

- 8 Уральский полиграфический форум: московский взгляд

ТОП

- 12 14 оригинальных календарей

ГОСТЬ НОМЕРА

- 15 Генеральный директор компании «ЯМ Интернешнл Урал» Нина Светличная

ТЕМА НОМЕРА

- 18 Импортзамещение в сувенирной отрасли
- 21 Вебинары для полиграфистов: оцениваем эффективность
- 24 Текучка кадров

ЮБИЛЕЙ

- 26 Типографии «ДАММИ» 25 лет

ОБОРУДОВАНИЕ

- 28 Horizon StitchLiner Mark III – новое поколение брошюровочных машин
- 32 RicohPro C7100X: имидж качественной типографии
- 44 Современное автоматизированное послепечатное оборудование

АКТУАЛЬНО

- 30 Промышленное производство с ErgoTronic AutoRun
- 42 Автоматизация работы с посредниками и корпоративными клиентами

РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

- 34 Сказание о картоне Invercote
- 36 Белые бумаги: удивительное рядом
- 38 Конрад Левандовски: «Развиваем рынок безопасной химии в России»
- 40 SENOLITH 360-559 LO: новый взгляд на качество

В ПОМОЩЬ ПОЛИГРАФИСТУ

- 46 Исследование микроструктуры бумаги

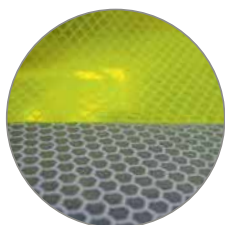
Здесь вы можете бесплатно взять свежий номер журнала «Печатный бизнес. Полиграфия & реклама»:

Екатеринбург		
Гейдельберг-СНГ	ул. Блюхера, 88, оф. 304	(343) 271-24-44
Гельветика-Урал	ул. Маяковского, 2А	(343) 287-60-60
Графические системы	пер. Трактористов, 4	(343) 28-601-28
Дубль В («Мир бумаги»)	ул. Мамина-Сибирияка, 85, оф. 1	(343) 355-12-35
Европапир	ул. Хомякова, 17	(343) 376-81-41
Интернет-склад подарков	ул. Решетникова, 22А, оф. 201	(343) 247-85-76
Мега-Риф	ул. Гурзуфская, 48Е	(343) 379-26-14
ОктоПринт Сервис	ул. Цвиллинга, д. 7Ч, оф. 201	(343) 243-52-16
Папирус-Столица	ул. Черняховского, 106	(343) 310-20-81
Ремэкс-Урал	ул. Вишневая, 1 (2Д)	(343) 204-77-20
РеаЛайн	ул. Тургенева, 13, оф. 204	(343) 221-29-06
Студия Черкасова	ул. Коминтерна, 16 оф. 315	(343) 379-47-58
Урал-Минольта	ул. Азина, 55	(343) 2-377-377
ЯМ Интернешнл Урал	ул. Московская, 54, оф. 101	(343) 312-12-10
Челябинск		
Дубль В	Комсомольский проспект, 10	(351) 210-21-71
РЕКПОЛ	ул. Лесопарковая, 7, к. 2, оф. 301	(351) 734-98-98
Техно-лидер	ул. Труда, 21	(351) 236-31-73
Тюмень		
Полиграфмаркет	ул. Мельникайте, 106, оф. 106, 107	(3452) 61-83-05
Курган		
ДАММИ	пр. Машиностроителей, 13А	(3522) 25-55-40

ПЛАНШЕТНЫЕ РЕЖУЩИЕ ПЛОТТЕРЫ
С ШИРОКИМИ* ВОЗМОЖНОСТЯМИ
ПРИЕЗЖАЙТЕ В НАШ ДЕМОЗАЛ НА ДЕМОНСТРАЦИЮ



Доступные размеры
рабочего стола:
от 610 x 815 мм
до 1230 x 2520 мм



Светоотражающие
материалы



Ткани, кожа



Вспененный ПВХ



Гофрокартон



Пенокартон

*Функции резки, перфорации, биговки, черчения за счет сменных режущих головок



«Гейдельберг-СНГ»: итоги работы в 2017 году



Офсетные печатные машины для производства упаковки

На выставке drupa 2016 компания Heidelberg представила новую концепцию печатного производства Push to Stop («Остается лишь нажать «Стоп»). Оборудование и решения в рамках данной концепции позволяют полиграфическим предприятиям выйти на новый уровень: процессы выполняются автоматически, а оператор лишь останавливает цепочку автономно идущих процессов при необходимости. В 2017 году офсетные печатные машины поколения drupa 2016 появились на ведущих российских полиграфических производствах.

Рынок производства картонной упаковки в России активно развивается, и «Гейдельберг-СНГ» вносит значимый вклад в это развитие. В компанию «Печатня. Полиграфические решения» (Санкт-Петербург, Колпино) поставлены печатные машины – Speedmaster XL 106-6+L и Speedmaster SX 74-2-P-H. «Печатня» – один из крупнейших в своем сегменте рынка и активно инвестирует в развитие парка оборудования. В прошлом

году на производстве также появилась флексографская Gallus ECS 340 для производства этикетки и печати на тубном ламинате, которая установлена специалистами «Гейдельберг-СНГ».

Возрастают требования к качеству продукции, повышается необходимость организации максимально рентабельного производства. Для этого Heidelberg в содружестве с Masterwork (МК), глобальным партнером компании, предлагает эффективные инспекционные машины Diana Eye 42. Модель впервые была показана в России на стенде «Гейдельберг-СНГ» на выставке Printech 2017 и вызвала высокий интерес полиграфистов. В 2017 году Diana Eye 42 запущена в Санкт-Петербурге в компании «ММ ПЭКЕДЖИНГ» (российское подразделение Mayr-Melnhof Packaging, часть Mayr-Melnhof Group). Еще одна инспекционная машина Diana появилась в «Московском Центре Упаковки», одном из самых современных и крупных полиграфических предприятий России.

В компании «ПРОМИС» (Нижний Новгород), одном из ведущих российских предприятий по производству складной картонной упаковки и бумажных инструкций для фармацевтической промышленности, установлена Diana Smart, фальцевально-склеивающая машина, разработанная на базе успешного модельного ряда Diana X. В крупной нижегородской полиграфической компании «АПД» появилась новая высекальная машина Easymatrix 106 CS. Данная модель в прошлом году запущена и на одном из ведущих полиграфических производств Твери – в «Мега-Принт».

Высекальный пресс Easymatrix 106 воплотил опыт компаний МК и Heidelberg. Эта модель была представлена в 2015 году, а уже к концу 2017 отгружена 100-я машина, которая направлена в США.

Офсетные печатные машины для производства коммерческой полиграфии

В типографии «А-Гриф» (Иваново) установлена первая в России машина с красочным аппаратом Anicolor 2 – Speedmaster XL 75-4+L. Запуск этого оборудования был отмечен торжественной презентацией, которая осенью прошлого года собрала на предприятии большое количество гостей.

Весной 2017 года в одной из крупнейших полиграфических компаний Южного региона России – «Проф-Пресс» (Ростов-на-Дону) – запущена новая 6-секционная Speedmaster XL 106 с лакировальной секцией. Она стала второй печатной машиной Heidelberg первого формата, работающей на производстве. Основная причина расширения парка оборудования в «Проф-Пресс» – необходимость увеличения мощностей, освоения печати на новых материалах и планы выхода на рынок производства упаковки.

В компании «Келла» (Санкт-Петербург) запущена новая печатная машина Speedmaster XL 106-5+L с технологией энергосберегающей УФ-сушки LE UV поколения drupa 2016. Машина оснащена пультом управления Prinect Press Center XL 2, экраном Wallscreen XL, новым программным обеспечением Intellistar 2 и другими опциями.

Новая печатная машина Speedmaster XL 106-5+L со спектрофотометрической системой контроля всего печатного процесса Prinect Image Control инсталлирована в холдинге «Курт» (Москва) крупнейшим в России производителем конвертов и пакетов для почтовых отправок, а также картонной упаковки.

Информацию об итогах работы по другим направлениям деятельности компании вы найдете на сайте heidelberg.ru в разделе «Пресс-релизы».

По материалам компании
«Гейдельберг-СНГ»

«Форум принес свои плоды»

Уральский полиграфический форум – значимое событие не только для региона

VIII зимний Уральский полиграфический форум объединил практиков, специалистов, студентов и других участников рынка. С каждым годом мероприятие только набирает обороты и выходит на новый уровень. 12 января в Екатеринбурге форум состоялся восьмой раз. Организатор – кафедра полиграфии УрФУ (секция полиграфии института радиоэлектроники и информационных технологий).



«В регионах слишком мало тематических мероприятий, недостаточное площадок для обмена мнениями. Тем самым Уральский полиграфический форум особенно ценен», – отметил директор компании **Pixlpark (Томск) Виктор Вахитов**. В этом году мероприятие вышло за рамки региона. Приняли участие несколько десятков человек из Кирова, Барнаула, Саратова, Ростова-на-Дону, Санкт-Петербурга, Москвы. «Форум в этом году отличился своей организацией: состоялся в здании администрации города, и это показатель масштаба. Гостей оказалось гораздо больше, чем на предыдущих форумах», – добавил региональный менеджер компании **Ricoh Rus Михаил Шахминский**. Помимо «бывалых» участников форум посетили и новые компании. Так, «Кировская областная типография» впервые открыла для себя форум. Генеральный директор типографии **Александр Журавлев** рассказал, что приятно поражен жизненностью происходящего, а география присутствовавших поначалу удивила, учитывая название форума.

«Затронули лишь верхушку айсберга»

Организаторы попали в точку, выбрав тему автоматизации. **Александр Журавлев** подчеркнул, что проблемы у всех похожи, неважно, участники из Санкт-Петербурга или Барнаула, коллективно обсудить вопросы всегда интересно и полезно. «Судя по участию всех компаний, занимающихся системами автома-

тизации, форум, безусловно, федеральное мероприятие», – добавил основатель компании **Printler и начальник отдела развития компании Fast Print Григорий Гольдман**. Тема оказалась более чем актуальна. По словам старшего преподавателя ИРИТ-РтФ УрФУ, соорганизатора форума **Дмитрия Тарасова**, вопросы автоматизации бизнес-процессов, приема-передачи заказов, диспетчеризации не только животрепещущие, но и имеют небольшое количество готовых решений. «Практика показывает, что чаще всего типографии разрабатывают собственные решения и не особо жалуют готовые «коробочные» продукты. Технологии web-to-print, напротив, очень широко распространены в нашей стране, и количество решений в самых разных ценовых сегментах способно удовлетворить практически любые запросы, даже сборку макета онлайн. Можно говорить о том, что в этой области мы впереди планеты всей», – объяснил **Дмитрий Тарасов**. Тот факт, что с темой попали в яблочко, подтверждает и **Анна Бережная, директор типографии «Рост» (Челябинск)**: «Для меня тема автоматизации оказалась очень полезной, поскольку в типографии «Рост» этот вопрос остается открытым».

Каждый регион обладает своей спецификой развития отрасли. Благодаря такому территориальному размаху форум становится площадкой для коллективного обсуждения специалистами различных вопросов, выявления путей решения проблем и обмена опытом. Организато-

ры идут в ногу со временем, следят за развитием отрасли и определяют, какие тренды и вопросы требуют внимания экспертов. Первым выступил **Дмитрий Тарасов** с провокационным докладом «Долой автоматизацию!». **Дмитрий** пояснил неверную трактовку термина и как необходимо грамотно интерпретировать значение автоматизации. Это задавало тон следующим спикерам и обсуждению идей, представленных докладчиками. Оптимизация расчетов для полиграфии, производство в период кризиса, проблемы региональных издательств, web-to-print – эти и другие актуальные вопросы раскрыли в своих докладах специалисты отрасли.

Руководитель проекта «On-line калькулятор для полиграфии» (Санкт-Петербург) Алексей Ковалев представил собственную разработку. Ее уникальность заключается в партнерской связи между компаниями. По словам **Алексея**, несколько человек уже заинтересовались проектом. «Исследования автоматизации интересны, даже были параллели с реальным производством. Но те проекты, которые были представлены на форуме, не являются полной системой автоматизации. Полная автоматизация – это совокупность программного обеспечения, интегрированного в производственный процесс, и оборудования. Такие системы мало кто может себе позволить», – добавил **Алексей Ковалев**. – В данном ключе смещение в сторону автоматизации может быть только на программном уровне, что дает возможность оперативно отслеживать



поступающие технологические процессы на производстве и максимально перевести работы на полуавтоматические или автоматические системы».

Активное обсуждение вызвали выступления Виктора Вахитова и основателя платформы для типографий web2print.pro Андрея Наумова (Ростов-на-Дону). Андрей Наумов затронул в презентации не только способы применения web-to-print, рассказав об инструментах, увеличивающих эффективность менеджеров в несколько раз. Особое внимание было уделено систематизации работы с посредниками и способам перевода постоянных клиентов на самообслуживание. Это вызвало оживленную дискуссию, которой подвел итог Михаил Шахминский, назвав технологии Андрея Наумова уникальными и перспективными не только для отечественного рынка.

«Заинтригован заявлением Андрея Наумова, что в марте этого года будет некий прорыв», – поделился **основатель и генеральный директор компании «Принт Хаус» Владимир Цветов. Директор по производству типографии «Астер» (Пермь) Василий Дудкин** отметил доклады Николая Сапошникова, руководителя отдела продукт-менеджмента допечатного и цифрового оборудования «Гейдельберг-СНГ» и Григория Гольдмана.

Тема автоматизации не оставила участников равнодушными. **Директор рекламного агентства «Лотрек» Тамара Байтулина** подчеркнула, что форум проведен на высоком уровне: «Вопрос автоматизации производства – один из самых необходимых и актуальных сегодня. И местные, и иногородние докладчики четко и ясно формулировали наши общие проблемы и пути решения». Вопросы автоматизации под-

нимают регулярно, и обсудить все проблемы за один день – непосильная задача. **Сооснователь типографии «Гуд Принт» Игорь Галыгин:** «Основной темой было, скорее, внедрение web-to-print решений, нежели автоматизация производств. Скорее всего, этот момент связан с тем, что рынок web-to-print шире, и работать с внедрениями значительно проще, нежели с внедрением АСУП для производств. Особенно оценил выступление Григория Гольдмана. Это еще раз доказывает, что типографии сегодня – это, по сути, симбиоз нескольких компаний: производственной, рекламной (маркетинговой) и IT». **Владимир Цветов** считает, что за один день невозможно охватить такую тему. С ним согласен и **Андрей Наумов:** «Конечно, тема автоматизации столь велика, что ее невозможно уместить в один день. Многие остались за рамками мероприятия. Событие показало глубокий интерес бизнеса к этой теме, поэтому я уверен, что мы не раз к ней вернемся, раскрывая все больше и больше». **Михаил Шахминский:** «За то время, которое на форуме посветили обсуждению автоматизации, затронули лишь вершину айсберга. Тема очень обширна, можно собираться и обсуждать автоматизацию еще не один раз. Правильное решение – пригласить в качестве спикеров представителей типографий, которые на личном опыте поделились своими решениями по автоматизации производств».

Участники отметили достойный уровень организации, масштаб и высокий процент полезной информации, но Уральскому форуму есть, куда расти. «Автоматизация может достигаться не только за счет ПО или оборудования, но в том числе благодаря отлаженным бизнес-

процессам. Об этом, к сожалению, не было ни одного выступления. Добавил бы больше докладов от представителей типографий и пригласил еще участников – не только типографии, но и рекламные агентства, крупные фотоцентры», – поделился **Виктор Вахитов. Василий Дудкин**, как и многие, высказался о недостаточном количестве времени на обсуждение. «Состав был очень представительный, но я надеялся увидеть и услышать типографии, которые прошли путь автоматизации, а также новых представителей не со своей программой, а именно внедренной из числа «коробочных» вариантов, но таковых не оказалось», – поделился мнением **директор по производству типографии «НВМ» Александр Анфалов. По словам Григория Гольдмана**, форум оказался площадкой для встречи представителей продуктов друг с другом, а не с потребителями. Это тоже необходимо, но встречи с типографиями и разговор с ними оказались бы значительно важнее и полезнее. «Несомненно, полученная информация была нам интересна, однако, так как наша компания специализируется на флексографии, не хватило освещения проблем именно в этом направлении», – добавила **заместитель генерального директора компании «ПечатникЪ» (Саратов) Ирина Бирюлина. Как объяснил Виктор Вахитов**, не каждая автоматизация приводит к росту выручки или доли рынка. По его словам, интересно послушать примеры трансформаций типографий, которые приводили либо к положительным, либо к негативным результатам – неудачный опыт может оказаться даже более полезным. **Виктор Вахитов** отметил выступление типографии «Гуд Принт» – интересно слушать живые истории вместо рекламных лозунгов.

Игорь Галыгин пояснил, что дискуссия могла бы быть оживленнее, если бы было больше реальных владельцев и директоров типографий не только из Екатеринбурга, а со всего Урала.

Большинство отзывов оказались положительными, участники отметили ценность и пользу мероприятия.

Александр Анфалов: «Мероприятие растет и развивается, форум принес свои плоды, и, забегая вперед, мы нашли партнеров». Российские представители типографий, рекламных агентств и полиграфических компаний получили возможность лично дискутировать с коллегами на актуальные темы. Благодаря разностороннему подходу к теме и формату на форуме удалось посмотреть на проблемы автоматизации многогранно. **Игорь Галыгин:** «Собрались практически все известные мне разработчики софта для типографии. Определенно, это лучший Уральский полиграфический форум из всех, на которых мне довелось побывать».

В параллельном мире

Форум был разделен на две секции. Если в первой обсуждали проблемы автоматизации, то параллельно во второй уделили внимание проблемам книжного издания, новинкам оборудования и тенденциям в расходных материалах. Оба направления нашли свою аудиторию. Во второй секции выступили представители компаний «Терем» (Москва), «ОктоПринт Сервис», «ПОЛИГРАФ-ПАРТНЕР», «Графические системы». **Дмитрий Тарасов:** «Компаний-докладчиков создали деловую атмосферу и предложили слушателям актуальный контекст текущего развития базовых полиграфических технологий». Из наиболее интересных **Андрей Тягунов, заведующий кафедрой полиграфии УрФУ,** отметил предложения компании «ПОЛИГРАФ-ПАРТНЕР» о восстановлении деталей печатных машин путем нанесения полиуретановых покрытий и информацию по краскам с низкой миграцией для печати упаковки от компании «ОктоПринт Сервис».

Коммерческий директор компании «Графические системы» Игорь Степанов высоко оценил уровень ме-

роприятия и отметил, что выступления компаний-поставщиков на форуме необходимы. Отрасль активно развивается, появляются инновации, и форум позволяет оперативно донести актуальную информацию напрямую игрокам рынка. Игорь Степанов добавил, что не всем желающим удалось услышать выступления докладчиков второй секции. Несмотря на то, что деление форума на две секции предполагало более удобный формат – участник мог выбрать, кого из спикеров слушать, оказалось, что многие пожелали оказаться в двух местах одновременно. «Деление на две секции, увы, для меня оказалось неудобным – не смогла посетить вторую секцию, ярмарку вакансий, послушать интересующие меня сообщения», – прокомментировала ситуацию **Тамара Байтулина.** С этим согласна и **Анна Бережная:** «Организация хорошая, правда, мне не удалось послушать спикеров второй секции».

Кроме выступлений компаний-поставщиков состоялось еще одно

«Участники отметили достойный уровень организации, масштаб и высокий процент полезной информации»

уникальное для региона событие – подведение итогов конкурса календарей, который организовала компания «Ям Интернешнл Урал». Участникам конкурса удалось придумать и реализовать оригинальную идею квартального календаря. Присутствующие высоко оценили работы и саму идею конкурса, в результате было принято решение в следующем году провести конкурс вновь.

Если в первой секции круглый стол не состоялся, то во второй обсуждение было оживленным. Круглый стол по проблемам регионального книгоиздания организован в таком формате впервые. В работе секции «Издательство и дизайн» приняли участие сотрудники Уральского Федерального университета, Российского государственного профессионально-педагогического университета, Уральского государственного архитектурно-художественного университета, а также Свердловского художественного училища имени Д.И.Шадра. С центральным докладом выступил директор издательства «Гонзо» Александр

Бисеров. **Андрей Тягунов:** «Александр Викторович подробно изложил проблемы регионального книгоиздания, после чего развернулась бурная дискуссия. В ходе дальнейших докладов преподаватели делились успехами студентов в художественно-техническом оформлении печатной продукции. Технологическая секция форума знакомила слушателей с новыми услугами и материалами в области технологии полиграфического производства».

В заключение мероприятия состоялась ярмарка вакансий для студентов и выпускников профильных учебных заведений. Ярмарка является связующим звеном между молодыми специалистами и компаниями. Ярмарку вакансий посетило более 150 человек. «Целью нашего посещения форума была именно ярмарка вакансий. Мы пообщались со студентами, были достигнуты договоренности о прохождении преддипломной практики в компании «ПечатникЪ», – сказала **Ирина Бирюлина.**

«Для всероссийского масштаба участников было не так много, но, сложись все по-другому, не было бы той уютной, дружественной обстановки», – подчеркнул атмосферу мероприятия **Андрей Наумов.** После официальной части обсуждение продолжилось в неформальной обстановке. Именно в такой атмосфере дискуссия стала оживленнее, а высказывания смелее. **Игорь Галыгин:** «Наличие неофициальной части – важная составляющая, которая позволяет пообщаться и обсудить вопросы, о которых на форуме поговорить не получилось». Это подтверждает **Александр Анфалов:** «Вечер принес больше пользы – это была дискуссия, которой мне не хватило на форуме».

Уральский полиграфический форум стал отправной точкой для представителей отрасли. Участники могут смело заявить, что для развития компании и выхода на новый уровень уже дан старт.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Уральский полиграфический форум: МОСКОВСКИЙ ВЗГЛЯД

1. Поделитесь впечатлением от мероприятия. Чем Уральский полиграфический форум отличается от федеральных форумов?

2. Что бы вы изменили?

3. Насколько актуальна для вас тема автоматизации? Какую тему вы бы предложили для IV летнего Уральского полиграфического форума?

4. Какой доклад оказался для вас наиболее полезным? Какую новую информацию вы для себя вынесли?



**Михаил
Нестеренко,
директор
ГК «ТЕРРА ПРИНТ»**

1. Мои коллеги принимали участие в Уральском полиграфическом форуме неоднократно. Мне же впервые удалось принять участие в данном мероприятии. Прекрасная организация, теплая обстановка, актуальная тема. Впечатления отличные, планирую и в дальнейшем принимать участие в форумах. Наиболее очевидное отличие от федеральных – удивительной красоты неоклассический зал, в котором проходил форум, да и последующий банкет был на высоте.

2. Не был знаком со всеми участниками, для удобства хотелось бы иметь список не только выступающих, но и всех присутствующих. В остальном – все идеально.

3. Автоматизация актуальна не только для типографий, но и для любой компании, которая думает о своей конкурентоспособности. Было очень любопытно услышать различные мнения на эту живую тему. Лично меня интересует вопрос роли полиграфии в современной среде.

4. Достаточно содержательный доклад был у Марселя Шарифуллина о системе Print-Expert, понравился Online-калькулятор Алексея Ковалева. Узнал, что решений на самом деле больше, чем я себе представлял.

Урал часто сравнивают со столицей, которая, как отмечают, по масштабу и уровню организации мероприятий находится на ступень выше Москвы. В этом году VIII зимний Уральский полиграфический форум принял участников со всей России. Представители московских компаний поделились своим мнением, уступает ли региональный форум федеральным.



**Марсель
Шарифуллин,
руководитель типо-
графии НИУ ВШЭ**

1. Форум оказался отличным по всем показателям. Место мероприятия – здание Администрации города – подтверждает уровень организации. Выступили, на мой взгляд, самые уважаемые эксперты России по вопросам автоматизации. Еще один показатель – состав участников и слушателей: студенты, представители ведущих полиграфических предприятий области и других городов.

В большей степени оценил открытую раскованную обстановку на форуме: участники задавали вопросы, дискутировали. Докладчики

честно рассказывали все, что знают, забыв о коммерческих соображениях. Выступали представители различных разработчиков софта, поставщиков оборудования и расходных материалов, вся критика была обоснована.

2. Несмотря на то, что мое выступление заняло больше регламента, мне оказалось недостаточно времени, чтобы рассказать обо всем задуманном и ответить на вопросы. На мой взгляд, подобное мероприятие лучше разделить на два дня. Обязательно нужно выделить около 2 часов для обсуждения в формате круглого стола проблем автоматизации, которые интересуют полиграфистов.

3. Автоматизация – мое главное увлечение последних лет. Был



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

Россия, 664014, г. Иркутск, ул. Толевая, 4
тел./факс: (3952) 70-92-72, 70-82-70
моб.: +7-902-515-21-69, e-mail: 709272@mail.ru
www.santai-val.ru



очень рад, что этому посвятили целое мероприятие, к тому же на таком высоком уровне. Именно за этим будущее полиграфической отрасли, как в мире в целом, так и на уровне региональных типографий. Летний форум я также посвятил бы этой животрепещущей теме. Возможно, сегментировал бы форум на несколько частей: автоматизированное оборудование и современные материалы; автоматизированное управление производством; online-калькуляторы и системы web-to-print для привлечения и оформления заказов без участия людей.

4. Большая часть информации от докладчиков мне была уже знакома, поэтому особо интересными и полезными оказались доклады Дмитрия Тарасова и студентов УрФУ, а также выступления руководителей Екатеринбургских типографий.



Николай Сапожников,
руководитель
отдела продукт-менеджмента допечатного и цифрового оборудования «Гейдельберг-СНГ»

1. Уральский полиграфический форум оставил отличные впечатления. Порадовали хорошая организация, теплая дружеская атмосфера, искренняя заинтересованность участников в обсуждаемых темах, высокий профессиональный уровень докладчиков. Особенно стоит отметить большое число гостей, что дополнительно подтверждает востребованность мероприятия для региона и отрасли. Важно, что в работе форума принимали участие и представители Администрации Екатеринбурга, и сотрудники Уральского Федерального университета, и разработчики программных продуктов, и поставщики оборудования, и типографии региона.

2. Думаю, мало времени для докладов. Хотелось представить намного больше информации и привести конкретные примеры из практики.

3. Компания Heidelberg предлагает решения для автоматизации уже более 20 лет, и для нас особенно важно понимать, какие именно из этих решений сейчас актуальны для

полиграфистов. Полагаю, на летнем форуме можно было бы продолжить обсуждение вопросов, связанных с автоматизацией и их влиянием на экономику бизнеса.

4. Все доклады были интересны и информативны.



Павел Иванов,
заместитель
директора компании «Моноритм»

1. Уральский полиграфический форум отличился большим количеством участников. Но главное, что по тематике форума было высказано большое количество интересных и полезных профессиональных мнений. Положительное впечатление произвело почти полное отсутствие менеджеров, продающих материалы, оборудование и услуги. В отличие от Москвы, на Уральском форуме собирается больше участников из регионов.

2. Необходимо больше профессиональных выступлений специалистов, дискуссий и обмена мнениями на профессиональной основе. Можно организовать посещение предприятия региона.

3. Тема автоматизации полностью актуальна. Тема для следующего форума: «Методики и технология внедрения в работу предприятия систем автоматизированного управления (MIS)».

4. Наиболее полезными оказались доклады типографий о применении и особенностях эксплуатации систем автоматизации. Форум показал, что предприятия региона остаются на позициях 10-летней давности, характерной для отрасли в целом. Новая для меня информация – разработка MIS собственными силами.



Николай Рыков,
продакт-менеджер по программным решениям Konica Minolta

1. Уральский форум больше наполнен практически дискуссиями, которые актуальны для печатного бизнеса. Количества докладов и времени для их представления достаточно, чтобы глубоко

ко затронуть современные проблемы развития технологий и бизнеса.

2. Было бы интересно услышать более подробно обзор основных трендов в полиграфии и насколько они соответствуют ситуации в регионе, а также в целом хотелось бы рассмотреть анализ состояния региона и возможные пути развития. С организационной точки зрения, возможно, было немного больше участников, чем рассчитана площадка, но на качестве мероприятия и общения это не сказалось.

3. Для Konica Minolta как поставщика решений по автоматизации печатного производства тема была очень близка. При этом многих участников волновал вопрос о степени развития и внедрения программного обеспечения и высокотехнологичного печатного оборудования в России. Важно отметить, что многие типографии прошли путь самостоятельной разработки и автоматизации, чем вызвали у всех без исключения участников форума неподдельный интерес к проблемам на пути реализации собственных решений.

Современное развитие печатного производства подразумевает не только автоматизацию, но и повышение качества используемых средств для ее реализации: будь то оборудование или программное обеспечение. Одним из важных аспектов является как раз производственная культура обработки заказов именно с качественной точки зрения. И здесь важную роль играет процесс управления цветом: от создания цветовых профилей до реализации печати. Поэтому я бы предложил следующую тему: «Управление цветом: от создания заказа до печати».

4. Наиболее полезным для меня оказался доклад представителя компании Fast Print, в рамках которого была рассказана непростая история сложной и долгосрочной самостоятельной разработки ПО. Такая разработка является хорошим примером развития ответственного программирования и показывает возможные сложности такого пути.

КВА Rapida 75-5+L установлена в типографии «РАСТР» в Перми



В декабре 2017 года в типографии «РАСТР» (Пермь) специалистами компании «КБА РУС» была установлена и запущена в работу 5-ти красочная офсетная печатная машина с лакировальной секцией KBA Rapida 75-5+L. Запуск в работу нового цеха площадью более 400 м² с данным оборудованием позволит увеличить объемы выпускаемой полиграфической продукции, а также повысить надежность типографии

при работе с заказчиками, которым важны гарантированные сроки выдачи тиражей.

Основное направление компании – офсетная, цифровая, интерьерная и широкоформатная печать коммерческих тиражей. В типографии уже установлены 4-х красочные офсетные машины третьего и второго формата.

KBA Rapida 75 – современная высокоавтоматизированная машина половинного формата 53x75 см. Ее максимальная скорость печати может составлять до 15 000 л/ч. Отличительными чертами этой машины являются малая занимаемая площадь и низкое потребление электроэнергии (примерно на 30% ниже, чем у конкурентных машин этого же формата). Оборудование демонстрирует высокую универсальность с точки зрения применения различных запечатываемых материалов. В стан-



дартном оснащении машина может обрабатывать материалы толщиной от 0,04 мм до 0,6 мм. Конструкция базируется на печатных и передаточных цилиндрах двойного диаметра. В оснащение машины входит лакировальная секция с анилоксовым валиком и камерным ракелем, а также двойное удлинение приемки.

По материалам компании «КБА РУС»

Мимакс-Урал

- ▶ UV-ПЛОТТЕРЫ
- ▶ СОЛЬВЕНТНЫЕ ПЛОТТЕРЫ
- ▶ РЕЖУЩИЕ ПЛОТТЕРЫ
- ▶ СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ
- ▶ ЗИП И РАСХОДНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Тел. (343) 28-601-28, 8-922-60-31-657
e-mail: mimakiural@mimakiural.ru
www.mimakiural.ru



Double V



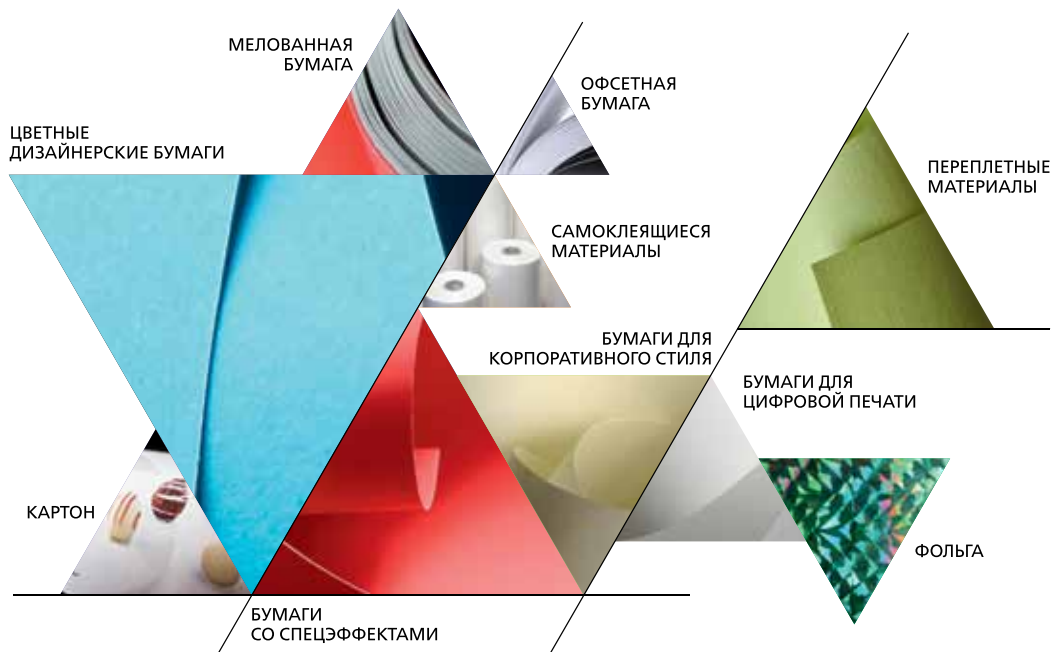
МИР БУМАГИ

ЦЕНТР РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ

Обособленное подразделение «Екатеринбург»

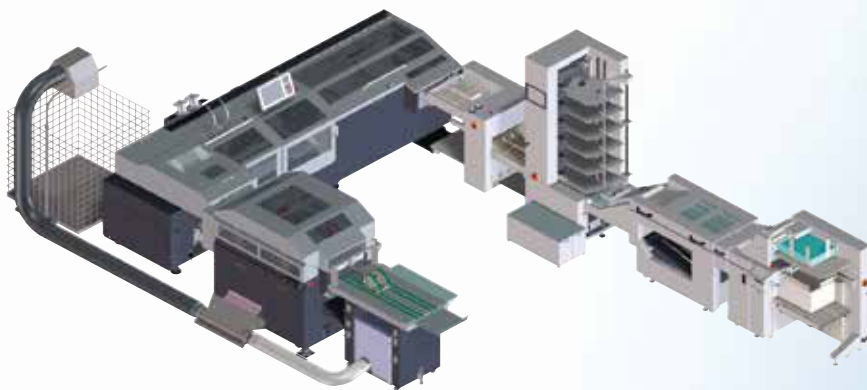
Екатеринбург, ул. Мамина-Сибиряка, 85, оф. 1

8 (343) 355-12-35
mirbumagi@ekt.doublev.ru
<http://vk.com/mirbumagiect>
www.doublev.ru



STITCHLINER MARK III

ВЕНЕЦ ЭВОЛЮЦИИ БРОШЮРОВАЛЬНЫХ КОМПЛЕКСОВ



- Автоматическая переналадка за 13 секунд
- Традиционные и альбомные брошюры
- На 100% сделано в Японии



terraPrint

Horizon

Москва, Электродный проезд, д. 6
Тел./Факс: +7 (495) 363 00 78
www.terraprint.ru, info@terraprint.ru

Максимум креатива: 14 оригинальных календарей

Какие ассоциации у вас возникают со словом «календарь»? Наверняка это будет классика жанра: яркое фото, пружинный переплет, красный курсор. Но если во время разработки календаря переключиться на режим «креатив», в результате получится небанальный календарь, который сложно забыть. Для вдохновения – топ самых удивительных идей.

1

Испанский дизайнер Оскар Диаз придумал календарь Ink Calendar. Принцип действия заключается в капиллярном действии чернил. Чернила проникают сквозь рельефный лист и последовательно отображают числа месяца, окрашивая их в яркий цвет. Ink Calendar был представлен на выставке Sueños de un Grifo – Diseño в Мадриде.



Конструкторы Сергей и Игорь Чеботаревы создали вечный календарь: магниты на холодильник. Дополнительные фишки в виде слов и изображений создают настроение и помогают не забыть важные дела.



3

Календарь антистресс, который состоит из ламинированного картона и пузырьчатой пленки, несложно реализовать. При этом удовольствие и польза от такого календаря очевидны. Ученые доказали, что эффект от использования лопающейся пленки снижает эмоциональное напряжение.

7



Эта оригинальная концепция разработана Фрезом Халидом. Дизайн календаря выполнен на структуре из спектральных завитков. Если такая разработка не гипнотизирует, то цепляет, точно.



Один из самых практичных вариантов: календарь, который всегда с тобой. Изображение наносится методом печати на ткани. На изделии можно не только зачеркивать прошедшие дни, но и записывать важные мысли.

9



Календарь из колец – простой и изящный, состоит из 3 деревянных кругов и связывающей перекладины. Немного футуристический внешний вид символизирует цикличность человеческой жизни и заставляет задуматься.



4

Все гениальное – просто. Один из самых простых, но в то же время оригинальных вариантов – календарь в виде кружки и тарелки. Гарантированно, что благодаря ему клиенты будут вспоминать компанию-директора ежедневно.



5

Календарь-шредер символизирует скоротечность времени и напоминает, что нельзя откладывать дела на завтра. Ежедневно календарь уничтожает «прожитый» день.



6

Календарь в виде цветного круга создал художник Александр Хомутов. Такая идея вызывает эстетическое удовольствие и, несомненно, притягивает взгляд.

10



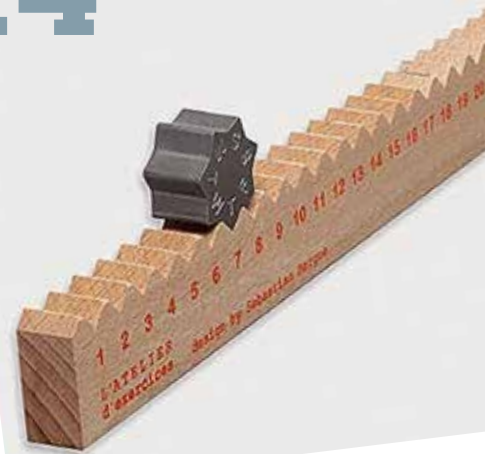
Лего-календарь – это возможность совместить приятное с полезным. Сделать паузу, отвлечься, и, собирая конструктор, запланировать дела. Кроме того интересен тем, что благодаря изображениям на фигурах можно планировать поездки и мероприятия.



11

Простой в исполнении календарь для тех, кто любит следить за личной продуктивностью. Дни недели в виде сердец нужно закрашивать настолько, насколько выполнено все задуманное за день. Это лишь один из вариантов. Так, например, можно использовать календарь в качестве ежедневника, записывая в сердцах дни рождения коллег, встречи с партнерами или сроки сдачи работ.

14



12

Календарь небольшого размера, который не займет много места, но точно удивит. Такой подарок поднимет настроение, запомнится и будет всегда под рукой.



13

Прошедший день навсегда исчезает. Именно по такому принципу устроен данный календарь. Даты написаны на бумаге с защитным слоем, который стирается монетой.

Себастьян Бергне придумал Monthly Measure – деревянный настольный календарь, состоящий всего из двух деталей. Это еще одно подтверждение, что все гениальное – просто.

Мария УШАКОВА
По материалам fishki.net
coolwebmasters.com
softmixer.com

Календари: на границе с искусством

Подведены итоги первого на Урале конкурса квартальных календарей



Традиционно в конце года компания «Ям Интернешнл Урал» получает от типографий большое количество календарей. Ранее выбор лучших происходил в закрытом формате, но с этого года было принято решение «выйти из сумрака». «Казалось, что удивить уже нечем. Но в этом году появились настолько интересные календари, что мы приняли решение представить этот конкурс на всеобщее обозрение. Оптимальным местом для этого оказался Уральский полиграфический форум. Мы выбирали календари с «изюминкой», которые отличились трудоемкостью изготовления и интересной дизайнерской разработкой», — комментирует Нина Светличная, генеральный директор компании «Ям Интернешнл Урал».

Общее количество календарей составило порядка 30, а география участников — весь Уральский регион. Из всех претендентов выбрали 6 наиболее интересных, победителей конкурса определили единогласно. Ими стали типографии «Астра», «Форт Диалог», «Уральский рабочий», «Типография ВК» (Челябинск), «Астер» (Пермь), ИПЦ «Экспресс» (Тюмень).

Наградой в данном конкурсе стал комплект краски Van Son. Van Son (Голландия) — старейший производитель широкого диапазона печатных красок для листового офсета с 1872 года. Отличительная черта

VIII зимний Уральский полиграфический форум не только стал площадкой для дискуссии, но и дал старт ежегодному конкурсу календарей. Именно на форуме, во время подведения итогов, участники поддержали инициативу генерального директора «ЯМ Интернешнл Урал» Нины Светличной и предложили проводить конкурс на постоянной основе. Оказалось, полиграфистам есть, чем удивить.

продукции — это разработка индивидуального состава для каждой серии, среди которых любая типография найдет подходящую именно для своих потребностей в работе. Компания «Ям Интернешнл Урал» с 1991 года плодотворно сотрудничает с заводом Van Son и поставляет продукцию на российский рынок.

«Типография ВК» оказалась в числе лучших. Как рассказал директор типографии Дмитрий Щекин, на разработку идеи было уделено большое количество времени. Участие в разработке принимали все, от менеджеров до директоров. «После предварительного обсуждения было определено несколько тематик календаря, далее устроили голосование. Затем состоялся отдельный конкурс внутри нашей организации, направленный на определение, какими видами постпечатных работ мы можем сделать наш календарь необычным и запоминающимся. Самым долгим и трудоемким процессом оказалось создание

дизайна для лака — это заняло около 2 недель, потрачено много нервов. После всех согласований внутри нашей организации макет и виды работ были утверждены, оставалась только техническая работа, с которой наши специалисты справились на 5+, — делится Дмитрий Щекин. — Для нашей организации такая работа является ежегодной. С помощью нестандартного использования новых материалов, идей, а также традиционных технологий мы стараемся донести до наших клиентов, какой может быть полиграфия, ведь порой она граничит с искусством».

Компания «Ям Интернешнл Урал» приглашает типографии принять активное участие в конкурсе календарей в 2018 году. Итоги будут подводиться на IX зимнем Уральском полиграфическом форуме в 2019 году.

По словам Дмитрия Щекина, конкурс календарей необходимо поддерживать и в дальнейшем: типографиям важно вдохновляться креативными идеями, которые придумывают полиграфические компании. Это возможность развиваться, учиться друг у друга, делиться опытом. Дмитрий отмечает, что напечатать листовку могут все, а чтобы создать по-настоящему красивый, необычный, технологичный полиграфический продукт, нужно приложить немалые усилия.



Нина Светличная:

«Я говорила, что никогда в жизни не буду работать в полиграфии»



■ **Нина Николаевна, вы учились в Омском политехническом институте на полиграфическом факультете. Специальность была выбрана осознанно? Как учеба помогла вам в дальнейшем?**

Получение высшего образования для меня означало важный этап в жизни, правда, единственное, в чем я была уверена – нужно поступать в институт. Планировала учиться на факультете холодильных машин, но родные посоветовали поступать на полиграфический – всегда буду с книгами. Помню, на 4 курсе на коллоквиуме по полиграфическим материалам я заявила преподавателю, что никогда в жизни не буду работать по специальности. Но судьба распорядилась иначе, и учеба оказалась фундаментом моей карьеры. Практики в институте было мало, но нас научили пользоваться литературой. Когда после института я оказалась на производстве, то знала, где найти и откуда подчерпнуть недостающие знания.

■ **И все-таки вы связали свою жизнь с полиграфией, так что выбор специальности можно назвать удачным. Вы верите в удачу? Как еще она повлияла на вашу жизнь?**

Удача для меня многое значит. Люди живут в похожих условиях, и

«Жить – редчайшее в мире явление. Большинство людей просто существуют», – утверждал Оскар Уайльд. Генеральный директор компании «ЯМ Интернешнл Урал» Нина Светличная из тех, кто живет по-настоящему. Она берет от жизни все и все успевает: работа, семья, друзья, спорт, отдых, путешествия... Нина Николаевна рассказала, как развить стальной характер, предпринимательскую жилку и как добиваться поставленных целей.

для развития очень важно, сможет ли человек поймать удачу. Свою жизнь я строила сама, а благодаря удаче мне встретились в жизни люди, которые помогали достигать целей. В начале моего карьерного пути рядом было три учителя. Мастер брошюровочного цеха в типографии «Уральский рабочий» Нина Павловна Поморцева дала опыт работы на производстве. Было тяжело, до сих пор вспоминаю то время, как страшный сон, но это был колоссальный опыт. В химлаборатории, где я работала после, Фаина Лукинична Медведева рассказала мне о методике изучения технологических процессов: как пользоваться новыми материалами и внедрять их на производстве. Директор компании «Таймер» Александр Григорьевич Фришман научил азам бизнеса. Никогда не надо стесняться учиться у старших. Мне не стыдно признаться, что я чего-то не знаю. И в свое время большую поддержку оказал супруг: дал возможность расти профессионально. На тот момент он уже был генеральным директором и направлял, как грамотней поступить в дебрях бизнеса.

■ **Вы всегда чувствовали желание руководить?**

На меня сильно повлияло окружение – корни растут из семьи. Дедушка после войны почти 20 лет

был председателем колхоза. Мама всю свою жизнь занимала руководящие должности, когда я росла, в семье обсуждались рабочие моменты. В формировании характера внесли свою лепту пионерская и комсомольская организации, где я была активистом №1. Когда начала работать в «Уральском рабочем», думала, что буду секретарем парткома. Но большие перемены, которые происходили в нашей стране, жизнь развернули иначе.

■ **Как началась история с «ЯМ Интернешнл Урал»?**

В 2006 году на полиграфическом рынке происходили кардинальные перемены, плюс ко всему, набирало популярность использование в полиграфии цифровых пластин. Я тогда занимала должность генерального директора филиала московской компании «Принт Хаус» в Екатеринбургe, которая охватывала большой объем рынка. Компания занималась продажей аналоговых пластин Lastra. Параллельно в полиграфии началось массовое внедрение цифровых систем CtP. У компании «ЯМ Интернешнл» в продуктовой линейке были и остаются системы CtP Fuji и, соответственно, цифровые пластины Fuji. И вновь рядом оказалась удача: мне предложили открыть филиал и с нуля создать



«ЯМ Интернешнл Урал». Продажа не только расходных материалов, но и тяжелого полиграфического оборудования – это был рывок в моем развитии. Еще до момента официальной регистрации компании на Урале уже была продана печатная машина Komori в «Челябинский дом печати» и система CtP Fuji в типографию «Лазурь». Компания шагнула на рынок и оказалась «на волне»: в этот год происходило техническое переоснащение компаний, отдыхать было некогда.

■ Оцените ситуацию на полиграфическом рынке сегодня.

С учетом того, что компания продает и оборудование, и материалы, ситуация видна со всех сторон. Осенью с группой полиграфистов мы посетили демо-зал Komori в Голландии, где были представлены машины, которые приобретают европейские компании. Производители шагнули далеко вперед в автоматизации оборудования. Наши полиграфисты, к сожалению, медленно, но все-таки двигаются в сторону приобретения машин высокого класса с новыми технологиями.

Ситуация на рынке расходных материалов сложная, конкурентов много, но опускать руки нельзя. Некоторые коллеги говорят о том, что производство материалов в Китае вытесняет других производителей, я же считаю, что покупатели ориентируются не только на цену. Большое значение имеет доверие к компании-поставщику, качество, технологическая и сервисная поддержка.

■ В одном из интервью вы рассказывали, что в «Принт Хаус» вам стало не хватать адреналина в определенное время. «ЯМ Интер-



нешнл Урал» перешагнула двенадцатилетний рубеж – красноречивый показатель. Что изменилось с тех пор?

Головной компании «ЯМ Интернешнл» уже 28 лет – не каждая сохраняет высокие позиции на рынке в течение десятков лет. Переход в «ЯМ Интернешнл Урал» стал для меня важным этапом. Ценю, что стала частью этой большой компании и продолжаю учиться. Продажа оборудования – это адреналин. Я всегда на 100% включаюсь в продажу. Во время процесса сделки почти круглосуточно анализирую, как сложить пазл, чтобы оборудование, поставляемое нашей компанией, радовало покупателя в его типографии.

■ Упорства вам не занимать, но, как я понимаю, «не хлебом единым». Какие еще черты характера помогают в работе?

Наверное, в большей степени в работе помогает настойчивость: я упорная, как танк. Когда нужно выдержать паузу, проявляю терпение. Но один в поле не воин – мне повезло с командой. Это люди, на которых можно опереться и которые отлично выполняют свою работу. Практически вся команда сформировалась с момента основания компании. За это время коллектив стал маленькой семьей. Мы все абсолютно разные по характеру, у каждого разный подход к работе, а результат один. Мы все смотрим в одном направлении.

Вторая черта – коммуникабельность. В жизни рядом со мной оказываются люди, с которыми я нахожу общий язык. Подход можно найти к любому человеку. Иногда такие подходы оказываются невероятными и неожиданными. Мне оди-



наково интересно общение как с гуром в нашей отрасли, так и с молодыми ребятами: у них мысли фонтируют, в голове бурлят интересные идеи. Это очень разные люди, но общение с ними дает большой плюс в работе.

И еще одно качество: не лгу сама и не люблю, когда люди используют вранье в своей работе.

■ Окружение много говорит о человеке. Кто рядом с вами вне работы?

У меня очень много друзей, они все разные и все успешные. Я всегда своим дочерям повторяю свое жизненное кредо: «Общайтесь с успешными людьми, и тогда вы сами будете успешными, потому что вы у них учитесь».

Яркий пример: я увлекаюсь яхтингом. В нашей сложившейся команде очень успешные люди, все они занимаются бизнесом как в полиграфии, так и в других отраслях промышленности. Во время регаты мы находим время обсудить вопросы бизнеса, поделиться опытом, поучиться друг у друга. Это можно сравнить с психологическим тренингом: общаешься с успешными людьми, значит, развиваешься сам.

■ Вы называли себя трудоголиком. Откуда берете энергию для новых дел? Когда успеваете встречаться с друзьями и отдыхать?

Я черпаю энергию от общения с людьми. В редких случаях, когда чувствую накопившуюся усталость, мне достаточно в одиночестве посмотреть серию сериала. Но все же отдыхать на диване не умею. Мне нужна активность, иначе моя энергия не выплеснется. Помогает отвлечься спорт. На регате первые два дня не выпускаю из рук



телефон, почту проверяю. А после приходит осознание, что не это самое главное в жизни. Танцы, а в особенности зумба, помогают забыть о делах. Еще очень отвлекает плавание: первые 15 минут в голове крутятся мысли о работе, а к концу тренировки голова свежая. Это своего рода медитация. Дома уже несколько лет о работе ни слова, а по воскресеньям неизменная семейная традиция – пеку блины. И внучка мне в этом помогает.

■ Дети идут по вашим стопам?

Они такие же активные. У младшей дочери цветочная мастерская. А старшая недавно вернулась из Арабских Эмиратов, где жила год. Она увлекалась диджеингом, сейчас видеограф. Они разные, но обе яркие, интересные, творческие личности.

■ Вы сказали, что хотите успеть все. Что еще есть в вашем списке целей?

Если про работу, то очень хочу продать большую полиграфическую машин на Уральском рынке. По одной маленькой, формата В2, продаю почти каждый год. А вот большой Kotoги формата В1– еще пока нет. Не все зависит от меня, весомую роль играет состояние рынка. Это очень трудоемкий процесс, конкуренты не спят, но я все равно к этому иду.

Есть еще много желаний: научиться водить мотоцикл, полетать на дирижабле и, конечно, путешествовать. Хотела попробовать вождение в экстремальных условиях, и мне удалось это воплотить в жизнь, хотя никогда не думала, что у меня получится. Это то, что нужно попробовать в жизни.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

Николай Скворцов, руководитель компании «Типография ВК» (Челябинск)

«Наше общение началось около 10 лет назад. Нина Николаевна произвела впечатление как человек ответственный, надежный и компетентный. Всегда внимательна и вносит много позитива в нашу дружбу, никогда не перестану удивляться ее оптимизму и энергии. Однажды пригласили в наше путешествие на внедорожниках Нину Николаевну. Условия трофи-рейдов нельзя назвать комфортабельными: путь пролегал через топкие болота, горы, непроходимые леса и длился 3 дня под проливным дождем. Все это время Нина Николаевна была на позитиве, прониклась духом авантюризма. Когда она села за руль огромного внедорожника и понеслась по этому бездорожью, было сперва страшно даже нам. Мы это не забудем никогда».

Светлана Домникова, финансовый директор типографии «ДЕАЛ» (Новосибирск)

«Есть категория людей, которые много говорят и долго что-либо делают, а могут даже и не начать. А Нина Николаевна сказала – сделала. Или еще лучше: кто-то подумал, а у нее уже готово. Это человек-зажигалка, у которого дела горят и который может зажечь других. Есть даже этому имя: «директор паники», паника в самом лучшем понимании: зажечь себя мечтой и зажечь все окружение. Это женщина слова, дела, порядочности, мысли и юмора в одном прекрасном сочетании».

Елена Острягина, собственник и генеральный директор компании «Стеклотех» (Тюмень)

«Регата проверяет людей на уживчивость и реакции в непредвиденных ситуациях. Каждый становится таким, какой есть на самом деле, открывается душа и внутренний мир человека. Нина Николаевна – человек команды. На регате это очень важно, победа зависит от слаженной и четкой работы каждого. Нина Николаевна – прекрасный заботливый и верный друг, великий оптимист и очень веселый человек – без чувства юмора в нашем мире не выжить руководителю. А без всех этих качеств быть членом команды не получится. Мы уважаем и любим ее».

Татьяна Деева, коммерческий директор ИПК «Лазурь» (Реж)

«Нина Николаевна – это прирожденный руководитель, причем не только в работе. Она сможет найти решение в любой ситуации и выйти победителем. Легкая на подъем и способная на мелкие шалости, веселая и отзывчивая. Очень любит всех своих клиентов и быстро становится им не просто партнером, а другом. У нее нет рамок и ограничений, она может ВСЕ. Нина Николаевна – это комсомольский вожак и батарейка, ее можно без энергоносителя в космос отправить, и она, конечно, долетит. Найдет там инопланетян и всех построит. При всем этом она очень переживающий и душевный человек».

Наталья Таранова, директор по маркетингу типографии «Ситипринт» (Москва)

«Мое первое впечатление от Нины, которое оказалось верным и подтверждалось все годы совместной работы – это человек-праздник! Есть избитая фраза, что коллектив – это вторая семья. В случае с Ниной эта фраза становится настоящей и живой, потому что она действительно умеет в любой компании быстро создать позитивную и приятную атмосферу доброго знакомства, даже дружбы. А еще, как настоящая женщина, в любой поездке и командировке быстро вокруг себя создает уют и ощущение дома, все гости и коллеги окружены ее заботой и вниманием. Это тот самый случай, когда «...как вы яхту назовете, так она и поплывет», фамилию нужно оправдывать».

Сувенир из России: импортозамещение в отрасли



Темп работы специалистов сувенирной отрасли после новогодних праздников идет на спад. Наступает новое время – параллельно с текущими заказами нужно проводить мониторинг рынка, анализировать проделанную работу и планировать дальнейшее развитие. Возникает вопрос: стоит ли всерьез рассматривать вариант импортозамещения в отрасли и каковы перспективы?

Российская экономика на сегодняшний день переживает не самые стабильные времена. В значительной степени это связано с большой зависимостью отдельных отраслей национального хозяйства от зарубежных поставщиков. В связи с этим в экономическом развитии страны импортозамещение становится особенно актуальным. Коммерческий директор компании «ИЮЛЬ» (Тюмень) Юлия Паутова подтверждает, что на рынке сей-

час большое количество импортной продукции по низкой стоимости, правда, качество не всегда соответствует цене. Компания «Семицвет» 20 лет осуществляет продажи бизнес-сувениров и регулярно отслеживает состояние рынка. Директор компании Екатерина Мохова отмечает, что последний скачок стоимости валюты оказал сильное влияние на цены сувенирной продукции. Большая часть продукции в каталогах производится в Китае

и закупается за доллары, поэтому относительно 2014 года разница в цене иногда стала достигать 100%. Клиенты не готовы платить в два раза дороже, но и не согласны на снижение качества продукции, поэтому компании вынуждены искать альтернативные варианты, в частности, новых поставщиков. В этом и выражается потребность в импортозамещении, так как большинство местных производителей стараются сохранять стоимость, насколько это позволяет их зависимость или независимость от импортных расходных материалов и оборудования.

Импортозамещение в 2018 году находится в пределах 30%. Это означает, что все товары, продукты, а также услуги, производимые в России, составляют всего 30%, остальное компании вынуждены закупать за рубежом. По прогнозам аналитиков, на данный момент текстильное производство находится в числе самых перспективных отраслей для импортозамещения. Это означает, что всевозможные промо-сувениры от футболок до зонтов реально производить в России. Импортозамещение в данной отрасли возможно при условии хороших производственных мощностей и создании предприятий, обладающих способностью к конкуренции, способных выпускать качественный продукт по соответствующим ценам. В дальнейшем снижение импорта возможно, если произойдет развитие и стимуляция новых технологий и дополнительно созданное производство. Еще один шаг к отечественному производству в городе касается текстиля. В 2017 году в городе Узловая Тульской области запустили новое производство «Адвентум Технолоджис» на площадке фабрики текстиля. Теперь на производстве будут изготавливать водоотталкивающую и другие изделия, применяемые в сувенирной отрасли.

«На сегодняшний день потребность в импортозамещении действительно существует. Наша компания

работает дилерами с компаниями-поставщиками сувениров, у которых, в основном, все сувениры иностранного производства», – комментирует ситуацию Юлия Паутова. Компания «ИЮЛЬ» является дилерами такого крупного поставщика сувениров как «Проект 111». Данная компания приобрела фабрику «Адъютант» по пошиву ежедневников и изделий для планирования, и сама их изготавливает. «Мы теперь всегда заказываем ежедневники, планинги их собственного производства, клиенты довольны качеством продукции», – рассказывает Юлия Паутова.

Наиболее популярными позициями представительской продукции являются письменные принадлежности (13%) и предметы делового текстиля (17%) – футболки, рубашки, свитера. К этой же группе можно причислить получившие широкое распространение в России бейсболки. Далее следуют кружки и другие посудные изделия, которые могут использоваться как в качестве подарков, так в качестве офисных принадлежностей. Если к вышеперечисленным товарам добавить полиграфическую продукцию (календари, ежедневники), на долю которой приходится около 16% рынка, то в совокупности данные категории товаров сформируют половину ассортимента рынка сувенирной продукции.

Основная проблема заключается в том, что не все виды продукции, которая производится в России, по стоимости могут конкурировать с Китаем. Например, металлические штампованные значки, несмотря на

подчеркивает Екатерина Мохова. Она объясняет, что величина рынка влияет также на возможность исполнения определенных видов нанесения. Например, для качественной стойкой печати на вспе-

«Основная проблема заключается в том, что не все виды продукции, которая производится в России, по стоимости могут конкурировать с Китаем»

курс доллара, все так же, как и ранее, выгоднее заказывать в Китае. «Российское производство позволяет удовлетворить спрос на срочное изготовление, а также при необходимости сигнальных образцов, правок макета и прочих аспектов согласования сложных заказов, так как коммуникации с производителями из Китая по таким проектам проходят своеобразно», – добавляет Екатерина Мохова. Еще одно препятствие: не все виды продукции имеют производство в России. «Раньше российское предприятие занималось заливкой керамики полимером под сублимацию, но сейчас, насколько мне известно, этим никто не занимается. Даже с учетом доставки из Китая, стоимость заготовок достаточно низкая, скорее всего, там настолько объемные масштабы производства, которых в России не повторить», –

ненном полиуретане, из которого производятся подарки-антистресс, необходимы специальные краски. У этих красок особый температурный режим хранения, и лишь малая часть производств имеет такой поток заказов, чтобы закуп и хранение таких красок был экономически оправдан.

Несмотря на трудное положение дел отечественные производители ощущают поддержку со стороны государства. Так, Международная ассоциация презентационной продукции (МАПП), уже в течение нескольких лет проводит премию «Держава мастеров». Ассоциация публикует в своих отраслевых журналах данные об этой продукции и следит в течение года за ходом профессионального соревнования. Поддержка этого или подобных проектов способствует укреплению в сознании потребителей сувенирной продукции позитивного отношения к отечественным сувенирным изделиям. По словам Галины Дроздовой, исполнительного директора МАПП, ежегодная премия «Держава мастеров» была учреждена в 2014 году специально для российских производителей бизнес-сувенирной продукции.

Даже в то время опыт показал, что в России существует не так мало производств, как все привыкли думать. А на сегодняшний день организаторы отмечают, что каждый следующий этап открывает новые грани отечественного рынка рекламных сувениров: мечты о собственном производстве прочно укоренились в сердцах неравнодушных участников отрасли. Идеи находят воплощение, фантазии превращаются в реальность и





получают признание в кругу коллег и клиентов.

Что на данный момент выгодней производить в России, рассказывает Екатерина Мохова: «Пластиковые промо ручки определенной категории цена-качество сейчас дешевле заказывать российского производства. Ручки с фигурными клипами по индивидуальной форме тоже в России теперь произвести дешевле, и при меньшем тираже, чем в Китае, и, конечно, в более короткие сроки. Помимо ручек мы заказываем у раз-

личных фабрик в Москве пошив текстильной продукции (футболки, толстовки, жилеты), ПВХ флешки, ежедневники. Зачастую по стоимости такая продукция, изготовленная по индивидуальному макету, может конкурировать с готовыми складскими позициями из каталогов». Основное количество партнеров компании «Семицвет» расположены в Москве. Но и в других городах иногда находят интересные контакты. Например, в Казани изготавливают флешки-кристаллы, а в Екатеринбурге есть студия, которая делает оригинальные металлические подарочные ручки в стиле стим-панк и милитари.

занимается большое количество компаний в столице и на Урале. Активно работают и с экоупаковкой. Справляются и с более сложными проектами, например, ежедневниками с обложкой из тонированного дерева.

Перспективы развития импортозамещения в сувенирной отрасли, конечно, есть. Плюс ко всему, государство старается поддерживать отечественного производителя: в тендерной документации чаще встречается требование о включении в предложение продукции исключительно российского производства. «Сувенирным компаниям приходится развиваться, искать новых постав-

«Пластиковые промо ручки определенной категории цена-качество сейчас дешевле заказывать российского производства»

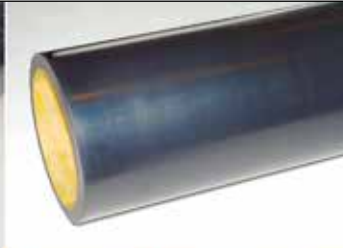
Эконаправление, которое в последнее время набирает популярность, в том числе и в полиграфической отрасли, также имеет перспективы развития именно в России. Производством экосувениров из дерева

занимаются. Надеюсь, что производители слышат запросы рынка и тоже развиваются», — подводит итог Екатерина Мохова.

Мария УШАКОВА

ПОЛИГРАФИЧЕСКИЕ ВАЛЫ:

- для офсетной печати
- для глубокой печати
- гильзы для флексопечати Sleeves
- для увлажнения любого типа
- для УФ-печати и лаков
- для фальцовок и ламинаторов (силикон)
- формные флексовалы и шестерни

	
Формный флексовал	Флексогильза Sleeves на «основе» производства «Формат»
	
Пассивационный вал для химической и сталепрокатной промышленности с защищенными шейками	Вал для полиграфических машин



ООО «Полиграфические валы»
152900, Россия, Ярославская обл., г. Рыбинск, ул. Луговая, 7.
Тел.: [4855] 28-97-57, 25-41-49
Тел./факс: [4855] 25-41-48
rezina@formatltd.ru

Московский склад
г. Королёв, пос. Первомайский, ул. Советская, 39В
Тел.: [495] 223-94-58 (61)
Факс: [495] 223-64-47

www.formatltd.ru

Вебинары для полиграфистов: оцениваем эффективность

«Учитесь так, словно вы постоянно ощущаете нехватку своих знаний, и так, словно вы постоянно боитесь растерять свои знания» – рассуждал Конфуций. Существует мнение, что полиграфисту достаточно базовых знаний, полученных в учебном заведении. Практика показывает, что учиться нужно всю жизнь. Начинаем серию публикаций о повышении квалификации полиграфистов. В первую очередь детально изучим видеоуроки. Разбираемся: есть ли эффект от занятий через экран?



Видеокурсы для полиграфистов встречаются на просторах интернета довольно часто. В YouTube существует большое количество роликов на такие темы, как «полиграфические технологии. Офсетная печать», «печать на футболке» и другие. Такие видео набирают несколько десятков тысяч просмотров, что подтверждает высокий интерес по отношению к ним. Как объяснила Татьяна Храпко, маркетолог компании «ОктоПринт Сервис» (Москва), формат вебинаров очень востребован. Последние годы наблюдается снижение уровня профессиональной подготовки сотрудников типографий. Основная причина необходимости онлайн-уроков – возможность получить профессиональную помощь удаленно. Это актуально и для типографий дальних регионов, которые зачастую не имеют возможности отправить своих сотрудников на повышение квалификации, и для типографий, близких к центру страны. Для современной типографии высококвалифицированные сотрудники – основное конкурентное преимущество и единственно правильный выбор в сложных условиях рынка. Именно формат видеокурсов является для полиграфистов оптимальным, так как отрываться от производства печатников или технологов сложно. Андрей Лов, практикующий дизайнер и основатель курса видеолекций «Полиграфия. Допечатная подготовка» (Москва) также считает формат видеоуроков самой эффек-

тивной системой обучения. Он объясняет, что существует множество книг и статей для полиграфистов, но в такой литературе информация подается сложно. Удобство видеолекций заключается в том, что в любой момент слушатель имеет возможность остановиться, переосмыслить, пересмотреть урок несколько раз.

«Следим, в основном, за обзорами новинок оборудования, чтобы быть в курсе новых возможностей в этой области и технических особенностях машин. Однажды смотрели обзоры по технике изготовления сложных элементов, – поделились мнением сотрудники компании «УралТипограф». – Интересно онлайн изучить темы по оптимизации работы типографий полного цикла, послушать лекции о постпечатных работах, мелкому ремонту техники. Эффективность обучающих видео может быть полезна начинающим полиграфистам, а темы по техническим новинкам и оптимизации работы типографии будут полезны любому специалисту».

Обучающие видео подходят не только для практикующих специалистов, но и сотрудников, студентов профильных учебных заведений. «Всегда интересуюсь вебинарами по тематике полиграфических технологий, информационно-коммуникационных технологий в полиграфии. В этом году УрТ «Рифей» набрал на первый курс обучающихся по программе подготовки квалифицированных рабочих, служащих, печат-

ник плоской печати, – рассказала преподаватель дисциплин профцикла по профессии печатник плоской печати техникума «Рифей» Виктория Комарова. – Однажды во время занятия по основам полиграфического производства мы подключились с обучающимися к вебинару-презентации компании «Армекс» программного обеспечения по организации полиграфического производства. 1С:Полиграфия 2:Офсетная и цифровая печать. Для студентов это была альтернативная форма занятия с применением дистанционного обучения. Удобство заключалось в том, что после прямой трансляции о программном продукте имелась запись вебинара. Это позволяет впоследствии вернуться к вопросам, возникающим индивидуально как у педагога, так и у учащихся, кроме того записью можно поделиться с коллегами». В обучении сегодня используется множество форм работы со студентами, в том числе видеозанятия. По словам Виктории Комаровой, таким образом обучающиеся понимают, что для них моделируется ситуация, в которой они в последствии могут оказаться в процессе работы. Вебинары полезны и для самообразования. Дополнительно Виктория Комарова повышала квалификацию при помощи электронного ресурса «Школа современного полиграфиста» компании «ОктоПринт Сервис». Каждое занятие в школе длится 1 час, можно освоить весь курс или только выбранные блоки.



Преподаватели – специалисты в полиграфии с опытом более 20 лет. Например, в рамках курса «Грамотная работа с рекламациями» учащиеся рассматривают темы «правильное оформление заказа как страховка от рекламаций», «экспертиза брака», «грамотное ведение клиента», «юридическая поддержка на всех этапах рассмотрения рекламации». По словам Татьяны Храпко, данный курс востребован среди слушателей. Важно объяснить типографиям, как правильно вести клиента на всех этапах: от принятия заказа до его сдачи. И, самое главное, если все же у клиента есть претензии, на какие правовые документы нужно опираться типографии, защищая свои права.

Зачатую в сети невозможно оценить компетентность преподавателя и узнать его реальный опыт. Андрей Лов считает, что на просторах интернета сложно найти специалистов в области полиграфии: «Я работаю по специальности каждый день, поэтому передаю знания, актуальные сегодня. Именно поэтому считаю, что имею право преподавать. Во всех своих курсах передаю авторское прочтение: как вижу индустрию, объясняю ситуации». Тому, кто всерьез заинтересовался самообразованием, необходимо найти себе ментора, практикующего преподавателя, у которого сильное портфолио или внушительный карьерный рост. Также нужно узнать его опыт преподавания. «Меня удивляет, когда люди, которые преподают дизайн, не имеют вообще ни одного проекта. Через видео те-

му курса можно раскрыть абсолютно полно, дополнительно раскрывать темы, которые кажутся неважными на первый взгляд», – рассказал Андрей Лов.

Полиграфию многие считают сложной сферой, но если человека систематически правильно обучать, от простого к сложному, любой способен освоить всю информацию. «Я требовательный преподаватель, изначально у меня к обучению себя и других поставлена очень завышенная планка. Я всегда жду от человека максимального уровня. Многие не преподают менеджмент, систему продаж, как общаться с клиентом на первоначальном этапе, умение продавать и убеждать – в рамках курса преподаю систему взаимодействия с заказчиком. Считаю, что нужно обучать не только непосредственно внутренней кухне дизайна, но и всем прилегающим моментам», – пояснил Андрей Лов.

Повышать свою квалификацию следует не только технологам и менеджерам, но и дизайнерам. Именно такое направление создал Андрей Лов. Основные ученики курса – это дизайнеры, которые хотят

повысить свой уровень и квалификацию или те, кто только планирует стать дизайнером. Для обучения требуется базовый уровень знаний: необходимо знать, как создавать слой и делать обтравочную маску. Андрей Лов отмечает, что основная проблема дизайнеров сегодня – отсутствие мышления и неумение думать. По его словам, для дизайнера не так важно изучить детально печатную машину, сколько исследовать весь процесс: как думать, как сверстать, как сделать допечатную подготовку под этот принтер и как потом оценить результат работы, это важно, а этому обычно не учат.

Несмотря на очевидные плюсы необходимость развития и профессионального роста понимают далеко не все. Татьяна Храпко: «На этапе подготовки образовательного проекта мы столкнулись с тем, что определенное количество типографий не понимает ценности качественно подготовленного сотрудника, не понимает реальной экономической выгоды от работы таких сотрудников. Квалифицированный персонал – это уменьшение количества брака на производстве, снижение простоев оборудования, эффективная работа менеджеров отдела продаж, взаимодействующих с клиентами, сокращение рекламаций к типографиям и многое другое. Этот момент пока сложно донести до типографий. Момент инерции достаточно силен».

Андрей Лов: «Первый курс по полиграфии прослушали порядка 100-120 человек. Второй курс –





140 человек. В идеале, чтобы количество слушателей не превышало 100 человек, в противном случае педагогу будет сложно уделить достаточно внимание каждому. До конца доходят все, но курсы очень долгосрочные, и спустя месяц некоторые устают, не хватает запала. Таких людей порядка 40%. Новички более активные, чаще выходят на обратную связь». В «Школе современного полиграфиста» обучились сотрудники более 50 типографий (печатники, технологи, руководители технических служб). География слушателей – все наши регионы: от Дальнего Востока до Беларуси. Татьяна Храпко: «Вебинары – это и средство повышения квалификации сотрудников, и реальный инструмент оптимизации и модернизации бизнеса, что важно для руководителей. Мы планируем охватить все этапы производственного процесса офсетной печати – от пре-пресса до пост-пресса. И очень важно большое внимание уделить вопросам качества подготовки тех сотрудников, кто работает непосредственно с клиентами – менеджерам по продажам». Организаторы «Школы современного полиграфиста» проводят обязательное тестирование слушателей каждого курса в специально разработанной для компании «Окто-Принт Сервис» образовательной программе. По результатам тестирования специалисты дают рекомендации по дальнейшему повышению квалификации сотрудников и предлагают решения для снижения издержек типографии и увеличения ее прибыльности.

ности. Отзывы от типографий, которые провели массовое обучение своих сотрудников на основе наших вебинаров – положительные. Многие участники регистрируются на следующие курсы и даже зачастую сами предлагают новые темы, которые хотят услышать. Это говорит о востребованности школы и о заинтересованности типографий в развитии и повышении профессионального уровня своих кадров.

Существует мнение, что видеоуроки менее эффективны, чем занятия оффлайн, потому что отсутствует обратная связь. Андрей Лов опровергает это суждение: «Мы регулярно общаемся со слушателями в закрытой группе в социальной сети. Это удобно, так как во время живого общения, если что-то непонятно, люди зачастую боятся показаться глупыми и молчат, в результате чего некоторые вопросы остаются открытыми». Виктория Комарова: «Форма вебинара в профессиональном обучении уместна, так как всегда есть обратная связь с авторами, участие в дискуссии в чате (переписка в режиме реального времени) с коллегами или лектором». Татьяна Храпко добавляет: «В условиях ограниченного времени мероприятия (обычно презентация длится 45-50 минут), конечно, нельзя максимально полно раскрыть все стороны и нюансы. Но мы всегда даем возможность на-

шим слушателям задать вопросы спикерам после презентации и получить ответы применительно к их конкретным ситуациям. И даже после окончания мероприятия наши слушатели могут связаться с нами, и мы всегда поможем в решении их вопросов».

После обучения слушатели не боятся браться за сложные работы, потому что имеют четкое представление, как это реализовать. Елена Малышева, дизайнер-фрилансер (Чебоксары) завершила обучение на занятиях, которые преподает Андрей Лов: «Курс просто отличный, получила огромный объем информации. Ролики пересматривала несколько раз, записывала, еще раз все пересматривала, теперь руки горят делать макеты и готовить их для печати».

Практика онлайн-обучения среди полиграфистов только начинает набирать популярность. Сегодня не все понимают необходимость повышения квалификации, многие не находят времени для обучения. Несмотря на это отмечена положительная динамика популярности вебинаров и их эффективность. Главное – подойти к данному вопросу со всей ответственностью, и тогда в качестве результата окажется новый уровень знаний.

Мария УШАКОВА
(Продолжение следует)



ПЕЧАТНИК.com
 ПОРТАЛ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

ПЕЧАТНИК.com – крупнейший в России портал по полиграфии и упаковке. Аудитория свыше **80.000** пользователей в месяц, более **8.000** зарегистрированных компаний

- ✓ Найти клиентов и партнеров
- ✓ Предложить свои товары и услуги
- ✓ Узнать последние новости отрасли
- ✓ Заказать нужные услуги и продукцию

БОНУС
 Укажи при регистрации код **6547** получи в подарок **бесплатное** размещение

Сайт: <http://pechatnick.com>
 Email: info@pechatnick.com
 Телефон: +7(812)702-56-15

**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ
УЖЕ СЕЙЧАС!**



Текучка кадров

Как превратить коллектив в команду



Проблема текучки кадров как элемента работы с персоналом в настоящее время является острой и имеет большое практическое значение в активно развивающихся организациях. Елена Киселева, директор агентства рекрутинга «Люди Дела», вице-президент по PR Ассоциации рекрутинговых агентств Урала, считает: «Проблема текучки кадров на сегодняшний день остается для многих предприятий актуальной, особенно это касается тех отраслей, где большое количество массового персонала (розничная торговля, складская логистика, фронт-зона в банках, разнорабочие). Также проблема является насущной и для сотрудников отделов продаж. Руководители ведут постоянную работу, связанную с удержанием и развитием персонала, поддержанием бренда работодателя. Ситуация усложняется демографическим спадом не в пользу работодателей, а также неготовностью молодого поколения работать всю жизнь на одну компанию».

По результатам исследования, которое провела компания Теет, 48% респондентов заявили, что на работе чувствуют себя подавленными. Это негативно влияет на построение бизнеса. Высокие показатели текучки

Признак стабильности компании – сотрудники, которые работают на одном месте более 5 лет. Но человек зачастую находится в поиске места, где заработная плата выше и коллеги работают на одной волне, поэтому текучка кадров – распространенная проблема современных компаний. При высоком проценте текучки кадров в организации не складывается сплоченная команда, и результаты работы оказываются непродуктивными. Задача руководителя – вовремя заметить проблему и принять меры по решению вопроса. Что является причиной текучки и как выработать «иммунитет» в коллективе, обсудим подробнее.

кадров также могут сигнализировать об угрозе целостности и стабильности компании. Более того, это одна из причин, из-за которых не получается сформировать постоянную и слаженную команду, что существенно снижает корпоративный дух компании.

Нормой можно назвать показатель текучки кадров от 3% до 7%. При этом важно обратить внимание на сферу деятельности и возраст организации. Так, для молодой компании это держится в пределах 20%, для розничных продаж этот показатель может достигать и до 30%.

Во время собеседования при найме на работу руководителю следует обратить особое внимание на поведение сотрудника и на его аргументы

интервью нужно узнать, как долго работал сотрудник на предыдущих местах работы и уточнить, что послужило поводом для ухода. Таким образом можно определить, каковы основные мотиваторы у кандидата, и наоборот, с какими факторами он не готов мириться. «Далее можно сопоставить ваше предложение и внутренние мотивы человека. Например, если вы понимаете, что кандидат с нескольких мест работы уходил по причине отсутствия карьерного роста, и у вас в компании тоже такой возможности в обозримой перспективе нет, то это рискованный для вас кандидат с точки зрения долгосрочной работы без развития карьеры. Ключевой момент – верное определение мотивации кан-

Как говорится, нет предела совершенству, поэтому учиться грамотному управлению компании нужно всю жизнь. Книга – один из лучших источников знаний, особенно в сфере управления персоналом. Акулы бизнеса рассказывают истории успеха и делятся практическими советами. Читайте, совершенствуйтесь и взлетайте.

на вопросы о карьерном росте. Как объясняет Елена Киселева, для того чтобы определить, как долго задержится сотрудник в компании, на этапе

кандидата и понимание, есть ли в предложенной вакансии те факторы, которые важны для кандидата», – добавляет Елена Киселева.



Среди основных причин текучки кадров называют неграмотный подбор персонала, желание руководителя компании закрыть вакантное место в короткие сроки, стремление рекрутингового агентства получить свой гонорар, отчаянные попытки претендента на вакансию найти для себя лучшее место приводят к 99% случаев раннего или позднего увольнения. Кроме того причинами являются некомфортные условия труда и степень удовлетворенности управлением руководства. Также в списке причин невозможность карьерного роста, смена работы нескольких коллег. Считается, что наиболее рискованным является уход людей в возрасте до 25 лет.

Полиграфисты заинтересованы в новых кадрах, и учебные заведения нередко становятся для полиграфических компаний кузницей молодых специалистов. Стоит отметить, что недостаточно высокий уровень квалификации также может вызвать обострение проблемы (чем выше уровень квалификации работника, тем реже он меняет работу). Эксперты отмечают, что свою роль играет и трудовой стаж сотрудника: повышенный уровень текучки кадров наблюдается у работников, чей стаж работы в организации составляет менее трех лет.

Специалисты в сфере рекрутинга выявили формулу, по которой мож-

но рассчитать показатель текучки кадров. Чтобы определить данный показатель, необходимо численность работников, проработавших не менее одного года, разделить на количество работников, устроившихся на работу в прошлом году. Полученный результат следует умножить на 100%. Расчет коэффициента текучки кадров выполняется по следующей формуле: $K_{тек} = (X_{сж} + X_{дпс}) * 100 : S$. В данной формуле $K_{тек}$ – коэффициент текучки персонала. $X_{сж}$ – общее количество уволившихся по собственному желанию за конкретный период. $X_{дпс}$ – численность уволенных за прогулы, судимость или нарушение трудовой дисциплины за конкретный период. S – среднесписочная численность работников за конкретный период (часто является самостоятельным показателем, поскольку отражает динамику изменения состава коллектива).

Артем Алексеев, исполнительный директор типографии «Полина» (Челябинск), отмечает, что главные факторы при работе с людьми – это человечность, честность и доверие. Если возникает конфликт, недопонимание, это необходимо решить как можно быстрее. В настоящее время

большинство профессиональных и личных проблем возникает из-за того, что люди не договаривают, держат в себе эмоции (чаще всего негативные). Это приводит к срывам во многих сферах жизни и в том числе к текучке кадров на предприятиях. «В нашей типографии основная задача при работе с коллективом – это создание условий для построения доверительных отношений», – добавляет Артем Алексеев.

Для того чтобы сохранить здоровье компании и работать в сплоченной команде, нацеленной на совместный результат, необходимо строить диалог с коллективом, прислушиваться к мнению сотрудников и совместно обсуждать комфортные условия работы.

МАРИЯ УШАКОВА

Успех длиною в четверть века

Создаём с 1993

ТИПОГРАФИЯ
ДАММИ

Вместе с Вами!



Динамично развивающееся предприятие – типография «ДАММИ» в Кургане – одно из крупнейших полиграфических комплексов в Уральском Федеральном округе. За плечами типографии 25-летний опыт работы, который доказывает, что успех кроется в грамотном управлении бизнес-процессами, современном оборудовании, и, конечно, в людях. Перешагнув серьезный рубеж, типография начинает новую главу своей истории.

производителя RYOBI и HORIZON, следующим этапом развития стала модернизация филиалов предприятия. Печатное оборудование было заменено на современное цифровое оборудование производителя Херох, что позволило дать заказчикам оперативность, качество и доступную стоимость. Всего за несколько лет компания «ДАММИ» выросла из небольшой типографии до крупного многопрофильного производства. Сложные экономические условия только способствовали оптимизации и развитию типографии.

Первые шаги

Все началось с чистого листа. В 1993 году Россия только начинала делать шаги в условиях рынка, группа молодых людей создала полиграфическое производство. На тот момент сложно было представить, что небольшое помещение с копировальным аппаратом Ricoh M5 и парой списанных печатных станков пустит корни и будет стремительно расти. Вера в созидание

дали силы и надежду, что предприятие будет успешно развиваться», – вспоминает главный дизайнер типографии Петр Булатов, который работает с первого дня основания «ДАММИ».

К выбору названия подошли внимательно: долго изучая энциклопедию, выбрали подходящий вариант. Как только встретилось слово «ДАММИ», которое в переводе с английского означает «макет», поняли: это то, что нужно.

К 2000-му году пришли к тому, что необходимо создать заказчикам условия для удовлетворения потребностей. Развивать бизнес на устаревающих технологиях было невозможно, чтобы идти в ногу со временем, руководство предприятия приняло решение по модернизации основного производства. Был приобретен комплекс печатного и постпечатного оборудования японского

Дело в доверии

Первым заказчиком стал «Курганский машиностроительный завод», доверие которого сильно повлияло на дальнейшее развитие. Постепенно компания «ДАММИ» выходит на новый уровень. География заказов расширена, на сегодняшний день это не только Курган



и Курганская область, но и ближайшие регионы России.

К каждому заказчику подход индивидуальный. «В компании «ДАММИ» работают талантливые и творческие люди, которые создают и воплощают заказы, используя современные технологии для самых утонченных заказчиков», — комментирует Петр Булатов.

За 25 лет работы типография сталкивалась с нестандартными, сложными задачами от разработки идеи до ее реализации, например, создание мемориальных комплексов, посвященных Героям Великой Отечественной Войны.

Мотор компании

Прогресс не стоит на месте, поэтому для «ДАММИ» важно идти в ногу со временем. Мотором компании служит новейшая, уникальная техника — парк оборудования регулярно обновляется. На предприятии представлены все технологии, которые существуют на полиграфическом рынке. Офсетная печать, цифровая, широкоформатная, лазерная, трафаретная, ультрафиолетовая печать.

В этот знаковый юбилейный для предприятия год руководством было принято решение о следующем этапе модернизации оборудования: обновление парка оборудования в филиалах компании. В первом полугодии 2018 года на 30% обновится цифровое, широкоформатное и инженерное оборудование, что даст заказчику дополнительное преимущество в выборе технологий.

Долгосрочные и проверенные отношения с партнерами дают возможность с оптимизмом смотреть в будущее.

В самом расцвете сил

Становление предприятия происходило в сложных экономических ус-

ловиях. Однако за это время его удалось сделать не только успешным, но и вывести на лидирующие позиции в регионе.

Сами сотрудники типографии «ДАММИ» — это одна большая семья. Каждый сотрудник предприятия вносит свой вклад в развитие производства. В штате компании более 50 человек, из них 10 работают с самого основания предприятия. К кадровому подбору команды руководство подходит основательно. Кроме того, руководство типографии «ДАММИ» входит в состав экзаменационной комиссии по приему государственного экзамена в ФГБОУ ВО «Курганский государственный университет» по специальности «Дизайнер».

Заботой и вниманием окружены и ветераны, которых ежегодно приглашают на корпоративные мероприя-

«Мотором компании служит новейшая, уникальная техника — парк оборудования регулярно обновляется»

тия, организуемые предприятием. К 20-летию предприятия была выпущена книга о тех, кто стоял у истоков производства и полиграфического дела «ДАММИ».

Типография регулярно принимает участие во всевозможных спортивных и культурных мероприятиях. Кроме того, предприятие и сотрудники отмечены и награждены ведомственными медалями, множественными благодарственными письмами, почетными грамотами Министерства экономического развития Российской Федерации, Губернатора и Правительства Курганской области, а также руководителями различных Департаментов Курганской области муниципальных образований и других значимых организаций и общественных объединений.



Сегодня компания «ДАММИ» работает по нескольким направлениям, предоставляя широкий спектр услуг. Типография постоянно оснащается современным оборудованием, что гарантирует заказчику высокое качество изготавливаемой продукции, а также оператив-

ность. Последнее играет весомую роль в нашем ритме жизни на высоких скоростях. Через всю историю развития типографии красной нитью проходит неизменный принцип: «Печатать на любом материале, любого цвета, любого формата, от одного экземпляра, в короткие сроки».

Типография «ДАММИ» перешла рубеж 25 лет — солидный возраст. Главными событиями компании являются ежегодное развитие и усовершенствование по всем направлениям типографии. «Не останавливаться на достигнутом» — принцип, которому следует компания «ДАММИ» уже более двух десятков лет.

«Вместе мы создаем будущее» — в которое мы верим!

Маргарита СЕМЕЙКИНА

ТИПОГРАФИЯ ДАММИ

г. Курган, пр. Машиностроителей, 13А
т/ф (3522) 255-540, 255-545
e-mail: econom@dammy.ru, sales@dammy.ru

ПЕЧАТНЫЙ ТВОРЧЕСТВО

г. Курган, ул. Гоголя, 16
тел. (3522) 225-571, 225-572
pd@dammy.ru

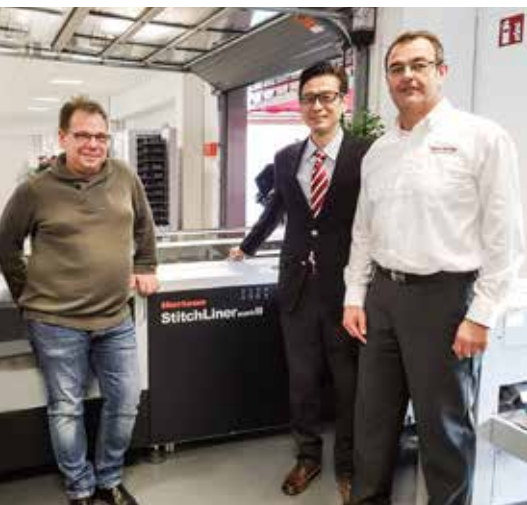
Дам ПЕЧАТИ

г. Курган, ул. Гоголя, 87
тел. (3522) 600-590, 600-591
dp@dammy.ru

печатьный мир

г. Курган, ул. К.Мякотина, 91А
тел. (3522) 600-593
pm@dammy.ru

Horizon StitchLiner Mark III — новое поколение брошюровочных машин



StitchLiner Mark III
в Академии HORIZON в Германии

В начале 2017 года в Европе была презентована новая брошюровочная машина японской фирмы Horizon StitchLiner Mark III. С тех пор машина стала бестселлером и бьет рекорды по количеству инсталляций во многих странах мира. Среди функциональных отличий модели следует отметить производительность 6000 брошюр/час, увеличенный формат продукции и возможность изготовления популярных брошюр A4 в альбомной ориентации. Главной же особенностью Mark III является полная степень автоматизации и адаптации под требования современной полиграфии. В соответствии с концепцией Touch & Work время настройки всех модулей машины (включая шитье блоков и трехстороннюю обрезку) на новый тираж сократилось еще на 30% по сравнению с предыдущей моделью StitchLiner 5500. Появилась возможность вносить изменения в настройки тиража непосредственно во время работы и автоматической подстройки машины под изменяющиеся параметры текущей продукции. Благодаря способности понимать JDF-формат и автоматическому контролю за качеством продукции StitchLiner Mark III органично вписывается в состав современных полностью автоматизированных типографских про-

изводств на базе систем rXnet или других АСУП.

Решение японских разработчиков – ответ на рыночные тенденции, связанные с возрастанием доли малотиражных персонализированных заказов журнальной продукции. StitchLiner – универсальный комплекс, эффективный при совместной работе практически с любыми типографскими печатными системами. За счет модульного построения и быстрой переконфигурации, StitchLiner может принимать в работу как листы и тетради, отпечатанные офсетным способом, так и предварительно подобранные стопы оттисков с листовых цифровых машин. В первом случае входными модулями служат листоподборочные башни VAC или фальцевальный аппарат AFC-746F. Во втором – универсальный самонаклад HOF-400, способный выделять из стопы журнальные привертки, контролировать последовательность листов сканером и подавать их на швейно-фальцевальный модуль. Если же на входе StitchLiner установить модуль размотки Hunkeler UW6 и резку CS6, то комплекс сможет принимать в работу рулонную бумагу, запечатанную на скоростной ЦПМ.

Данная особенность комплексов StitchLiner дает важное конкурентное

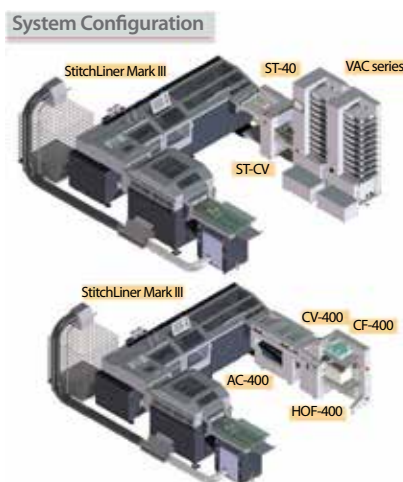
преимущество типографиям, в которых они установлены. Мало того, что StitchLiner – рекордсмен по производительности при работе с малыми и средними тиражами, машина прекрасно работает с оттисками любых существующих и перспективных моделей ЦПМ с разными технологиями печати (анонсы о которых регулярно появляются в прессе). Это позволяет владельцам типографий безболезненно модернизировать парк печатного оборудования без лишних затрат на послепечатный участок. А если учесть прогресс в офсетной печати и понижение порога минимальных рентабельных тиражей до 300 и менее экземпляров (например, за счет внедрения LED-UV систем сушки), то StitchLiner представляется лучшим инструментом для производства брошюр.

Комплексы StitchLiner сочетают в себе удобство обслуживания, оперативность и компактность вертикальных листоподборочных машин с высокой производительностью и надежностью горизонтальных вкладочно-швейно-резальных агрегатов (ВШРА).

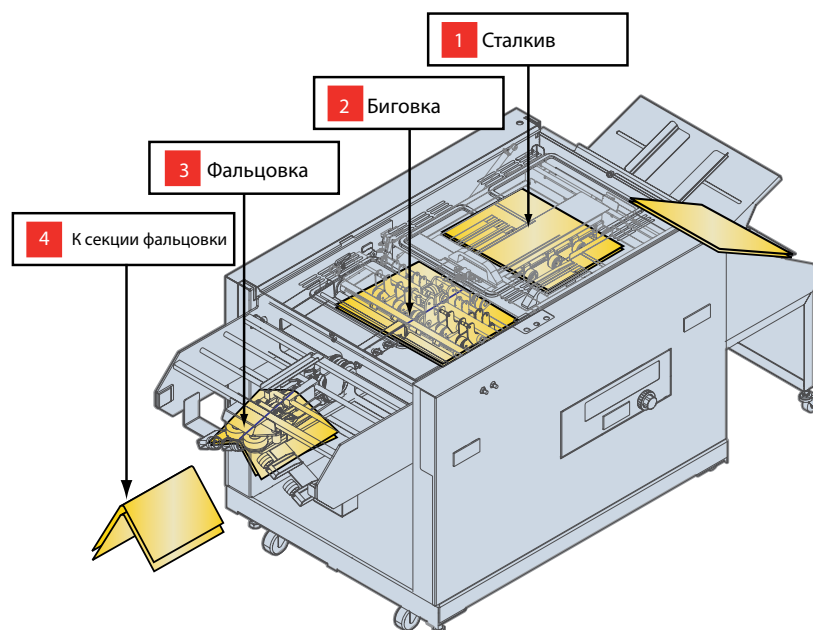
В состав брошюровального комплекса StitchLiner могут входить универсальный самонаклад Horizon HOF, вертикальные пневматические листоподборочные башни Horizon VAC-1000 или VAC-600H, накопительный, биговально-фальцевальный, обжимной проволокошвейный и трехножевой резальные модули.

Особенности конструкции

StitchLiner Mark III может стыковаться с разными листоподборочными башнями Horizon, но наиболее эффективна его работа с новой башней VAC-600H, с шестью пневматическими самонакладами с альбомной ориентацией листов, с высотой стопы 130 мм, работающей с бумагой 50–230 гр/м² на скорости 6000 циклов/час. StitchLiner может содержать до шести таких башен и подбирать одновременно до 36 листов (или более при загрузке тетрадей). Башни VAC-



Конфигурации машины для работы с офсетными и цифровыми оттисками



1000 отличаются чуть меньшей глубиной лотков (до 60 мм), но зато могут одновременно обрабатывать до 60 листов (в комплексе из 6 башен).

VAC могут осуществить безостановочную работу комплекса за счет «деления» башен на две части. Автоматика переключит рабочую часть при завершении бумаги в одном из лотков, предоставляя возможность оператору спокойно загрузить опустевшие лотки, пока брошюры без остановки подбираются из другой части машины. Также имеются функции автоматической блокировки неработающих лотков и дублирование работы лотков, загруженных более плотной журнальной обложкой. Энергонезависимая память комплекса позволяет сохранять до 200 рабочих программ с независимыми настройками режимов работы VAC: скорости, количества рабочих лотков, чувствительностью датчиков и т.п.

Модуль ACF-30 является своеобразным мостом, соединяющим две разные технологии брошюровки: полистную и тетрадную. С одной стороны этого моста поступают подобранные комплекты листов, с другой выходят плотно сфальцованные и спрессованные тетради, перемещающиеся по седельному транспортеру.

Последующие швейные и резальные модули StitchLiner по своей конструкции схожи с аналогичными узлами мощных ВШРА и не уступают им в качестве производимой продукции. Корешки брошюр постоянно об-

жимаются роликовым механизмом, контролируются и выравниваются перед операциями сшивки и резки. Шитье производится головками Hohner (Германия), работающими с любыми сортами проволоки диаметром от 0.4 до 0.6 мм. При работе с 4 головками и дополнительным ножом появляется возможность изготовления сразу двух малоформатных брошюр за один рабочий цикл машины. В этом модуле есть лоток ручной подачи для возможности автономной работы и лоток для вывода отбракованных приверток на ходу без остановки линии.

Трехножевой автомат обрезает продукцию поштучно в двух позициях: сначала по передней части, затем – с боков, выводя идеальные по качеству брошюры, скомпонованные из листов или тетрадей. Перед и в процессе резки происходит прецизионное выравнивание продукции подвижными упорами и прижим на большой площади поверхности. Пневматика отводит обрезки бумаги в специальный контейнер. Готовые брошюры и журналы каскадом выводятся на ленточном конвейере. Выводной конвейер можно оснастить системой пакетной укладки продукции с заданным сдвигом брошюр или устройством вставки закладок.

В качестве опций StitchLiner Mark III кроме разных видов вертикальных подборочных башен может содержать самонаклад HOF-400 емкостью 620 мм для внутренних листов и 200

мм для обложек (с возможностью предварительной подрезки и биговки листов), аккумулирующий накопитель и отбраковщик ST-40, модуль HP-05K для перфорации брошюр, оконечный модуль вставки IM-30, позволяющий вкладывать (до 3 экземпляров) листы бумаги, открытки, сфальцованные буклеты и другие изделия в уже готовую продукцию StitchLiner.

Пульт управления комплекса StitchLiner представляет собой большой сенсорный дисплей. Большую часть функций по настройке тиража и самодиагностике машина берет на себя. Например, чтобы настроить машину на тираж, оператору достаточно набрать на цифровой клавиатуре входной и выходной формат листов, количество полос, поля отступа для подрезки, количество скрепок и расстояние между ними. Машина за минуту самостоятельно переместит все сталкиватели, настроит зазоры и положение обжимных роликов, подключит и установит в нужные позиции швейные головки, ножи и упоры. Никаких ручных регулировок при этом не потребуется. При работе в локальной сети предприятия с автоматизированной системой рХnet, оператору для начала работы нужно будет просто считать штрихкод с бумажной заготовки или ввести на пульте номер выполняемого заказа.

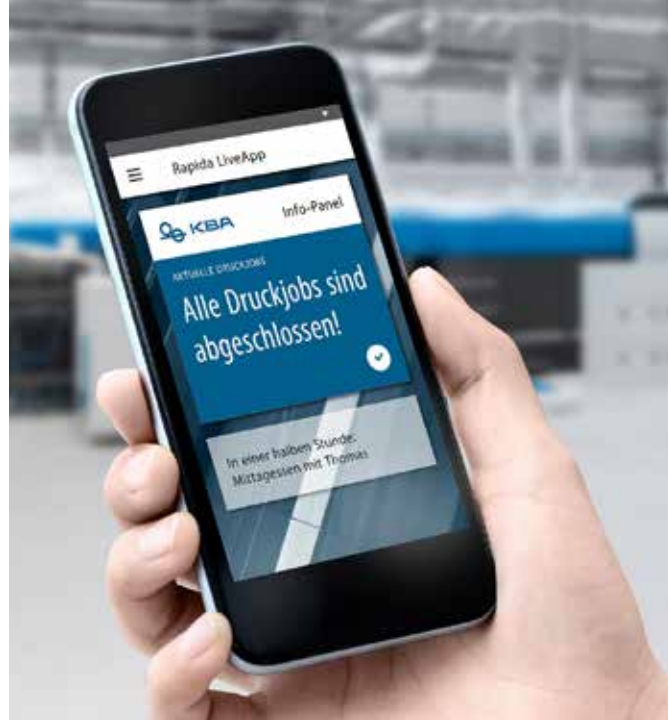
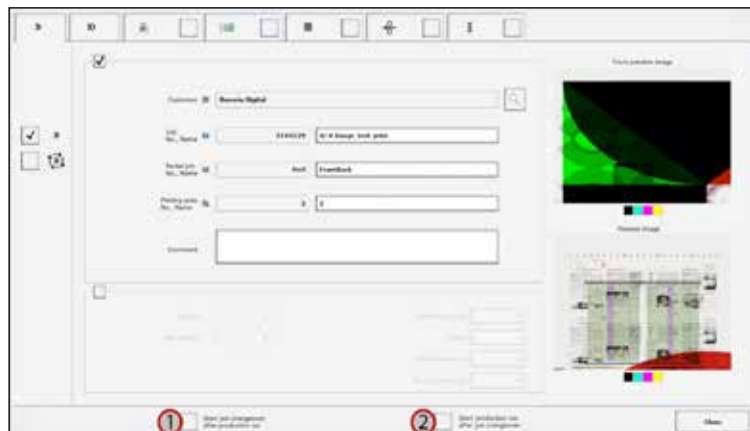
Заключение

Машина эффективно работает как с длинными, так и короткими тиражами книжно-журнальной продукции. Качество брошюр, получаемых на StitchLiner, ничем не уступает продукции мощных горизонтальных ВШРА, имеющих значительно большие габариты и стоимость. Скомпонованные брошюры из цифровых и офсетных оттисков и возможность альбомной ориентации А4 в сочетании с другими выдающимися техническими характеристиками и легендарной надежностью машин Horizon дают неоспоримые рыночные преимущества владельцам данного оборудования.

По материалам компании
ГК «ТЕРРА ПРИНТ»

Двумя щелчками мышь на пульте управления ErgoTronic можно активировать функцию автономной печати.

- 1 Смена заказа запускается после процесса печати
- 2 Процесс печати запускается после выполнения смены заказа



Автономная печать – made by Koenig & Bauer

Промышленное полиграфическое производство с ErgoTronic AutoRun

Сегодня одним из самых важных моментов является автоматизация процессов на полиграфическом производстве, необходимая для того, чтобы полностью использовать производственные возможности техники. Только таким образом можно увеличить продуктивность и конкурентоспособность предприятия. Многие для этого уже сделано. Существенное сокращение времени переналадки заказов, замкнутый цифровой рабочий поток типографии Closed-Loop, сервисные отчеты, такие как Performance Reports и Benchmarking, – все это уже активно используется типографиями.

Машины Rapida, предлагаемые KBA, имеют высокий уровень автоматизации. При этом их производственная скорость достигает 20 000 л/ч – самый высокий показатель на рынке. Также для ускорения смены заказов эти машины имеют большое количество опций, таких как Flying Job Change, контроль качества Inline – все это способствует сокращению простоев и минимизации количества макулатуры. Благодаря системе ErgoTronic AutoRun KBA представляет следующий уровень для промышленного полиграфического производства.

Интеллектуальные системы освобождают печатников

ErgoTronic AutoRun автоматически запускает процесс смены заказов, после того как завершено производство предыдущего заказа. По-

сле смены заказа машина сама автоматически начинает печать этого заказа. Этот процесс повторяется до тех пор, пока печатник вручную не остановит производство заказов или же не будет выполнена печать всех заказов из заданного списка. Например, при изменении языковой версии или же при печати заказов web-to-print процесс переналадки достаточно сконфигурировать всего один раз. Запуск переналадки, смена заказа, регулировки цвета и проводки – все процессы выполняются в необходимой последовательности автоматически. Печатник только контролирует процесс производства и свободен для выполнения других рутинных задач. Он может заниматься раскладкой форм в шахты, подготовкой необходимых запечатываемых материалов и средств производства, а также под-

готовкой стапелей, так как эти процессы еще не полностью автоматизированы.

Основная область применения ErgoTronic AutoRun – это автономная печать коммерческой продукции, например, малотиражного производства или же нескольких версий одной и той же продукции. Система имеет различные языковые версии. Автономная печать также хорошо подходит для online-типографий, так как они обычно имеют высоко стандартизированные и автоматизированные процессы. В области упаковочной печати после окончания печати тиража можно использовать возможность автоматического запуска процесса печати с последующей печатью следующего тиража.

Предпосылки для применения ErgoTronic AutoRun были созданы KBA еще в 2013 году, когда была внедрена концепция обслуживания TouchTronic. Программа смены заказов на пульте управления ErgoTronic имеет понятную и логичную структуру. Печатник получает обзор всех настроек и запускает процесс смены заказа простым нажатием кнопки (One-Button-Job-

Change). В интерактивном списке заказов выводятся все запланированные заказы. Последовательность заказов может быть изменена в любое время. Например, заказы, в которых используются одинаковые печатные материалы или которые имеют одинаковый формат, могут выполняться друг за другом. Все процессы переналадки для соответствующих заказов могут быть сконфигурированы и предварительно запрограммированы в этой программе.

ErgoTronic AutoRun координирует имеющиеся модули автоматизации и благодаря этому автоматизирует весь процесс печати. После окончания смены или выполнения всех заказов из списка заказов машина может быть остановлена вручную.

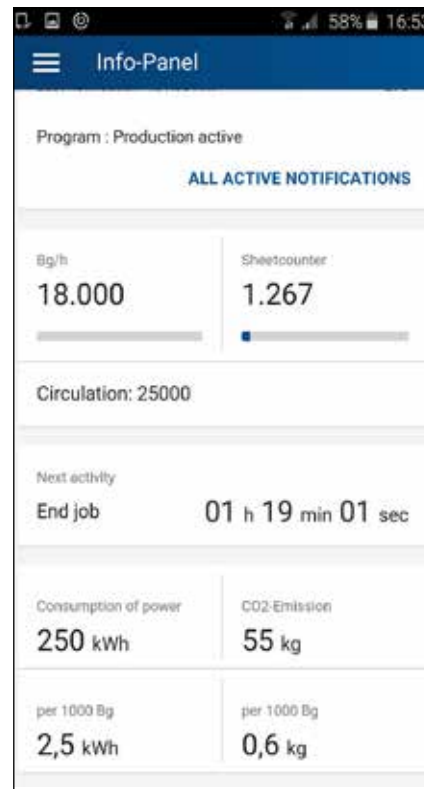
Rapida LiveApp делает пульт управления мобильным

Печатник теперь становится более свободным также с точки зрения контроля за производственными процессами. Теперь он может носить мобильный пульт управления буквально в кармане своих брюк. Благодаря смартфону и Rapida LiveApp он всегда имеет связь с машиной – даже когда пьет кофе в столовой. Он в любой момент может увидеть на экране своего смартфона, печать какого заказа сейчас производится и как долго она еще будет выполняться. Таким образом, он всегда сможет оце-

нить, когда ему нужно вернуться к машине, чтобы загрузить печатные формы для следующего заказа.

Помимо состояния машины LiveApp предоставляет информацию обо всех фактах, имеющих отношение к заказу, вплоть до расхода электроэнергии и выбросов CO₂ на 1000 листов. Возможности приложения позволяют заносить в систему данные о расходных материалах, например, о бумаге и краске с помощью QR-кода или же вручную и назначать эти расходные материалы для определенного заказа. Место использования, например, определенный красочный аппарат распознается автоматически и сохраняется как определенный набор данных. Вне зависимости от того, идет ли речь о краске, запечатываемом материале, офсетных полотнах или формах – все данные доступны как для производства, так и, например, для склада. И вся передача данных осуществляется напрямую без их дублирования. Данные посылаются с мобильных устройств на пульт управления и автоматически передаются через LogoTronic Professional и через JMF в отраслевое программное обеспечение.

Встроенный диспетчер сервисных работ дает указания по этапам, которые необходимо произвести в текущий день и в следующие несколько дней. Благодаря заданию необходимых временных интервалов таким образом можно планировать сервисные работы, которые не



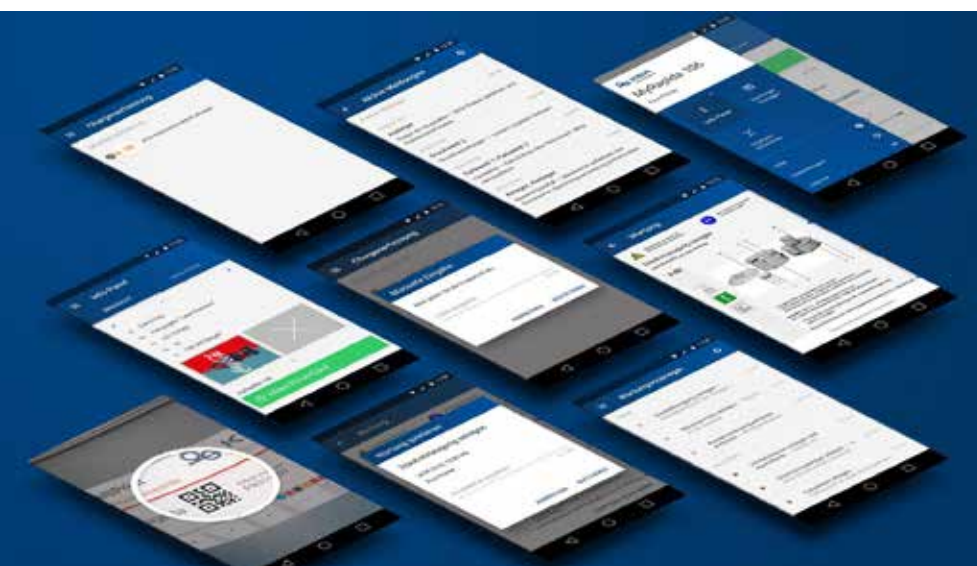
Инфопанель с производственными данными, расходом электроэнергии и выбросами CO₂

будут мешать выполнению производственных задач. С помощью пошагового руководства печатник получает иллюстрированные пояснения ко всем выполняемым задачам. Благодаря этому сервисные процессы становятся проще и нагляднее. После выполнения соответствующих сервисных задач создается отчет, в который печатник при необходимости может вносить свои комментарии.

Стандарты для автоматизации печати

Одной из целей КВА является разработка и внедрение инновационных решений и проактивного сервиса, которые задают новые стандарты в листовом офсете. ErgoTronic AutoRun и Rapida LiveApp уже являются такими стандартами. Они увеличивают производственную мощность применяемых печатных машин, разгружают печатников и упрощают выполнение производственных процессов. Благодаря этому повышается конкурентоспособность типографий.

Мартин ДЭНХАРДТ
перевод: Анна Перова,
ООО «КБА РУС»



Rapida LiveApp делает пульт управления мобильным

RicohPro C7100X:

имидж качественной типографии



■ **Руслан, расскажите, название выбрано случайно? Почему именно iq.press?**

Название было придумано 12 лет назад в самом начале работы типографии, условно расшифровывается как «умная печать». Мы изначально определили, что наша продукция будет «умной», помогающей решать сложные маркетинговые задачи клиентов, а не просто «дешевые визитки и листовки». Подходим вдумчиво к каждому заказу, предлагаем нашим клиентам разумные решения, готовы к совместному творчеству, а не только к шаблонным заказам.

■ **При выборе нового оборудования важно определить цель и аудиторию. Для кого работаете вы?**

Наши клиенты – это те, кто ценит качество превыше всего и кому необходимо решать нестандартные полиграфические задачи. Мы работаем с отделами рекламы и маркетинга средних и малых компаний. Работаем с небольшо-

ми компаниями, которые не имеют собственного отдела рекламы, но для которых важно качество.

■ **Конкуренция на рынке высокая, на что вы делаете ставку в своей работе?**

При помощи правильных печатных продуктов мы помогаем заказчикам производить нужное впечатление на клиентов и партнеров. В общем, создаем все, что можно воплотить в бумаге. Наш конек – нестандартные решения. Делаем ставку на оригинальную полиграфию: необычные, красивые календари и открытки, каталоги, упаковка. При этом ориентируемся на небольшие тиражи такой продукции. Главное, чтобы идеи наших клиентов воплотились в продукт, на который приятно смотреть и который приятно держать. Цель iq.press – быть техническим тылом для клиентов, чтобы заказчики больше думали о развитии бизнеса, а не о печати открыток и прочей полиграфии.

«Стать техническим тылом для клиентов» – цель, которую ставит перед собой пермская типография iq.press. Для поддержания такого тыла необходимо иметь парк оборудования, оснащенный современными моделями. Компания регулярно приобретает новинки техники. В декабре 2017 года iq.press установила полноцветную печатную машину RicohPro C7100X с белым и прозрачным тоном. Директор типографии Руслан Миронов поделился результатами работы на данном оборудовании.

■ **Для таких задач требуется нестандартное оборудование. Расскажите, как часто приобретаете новинки, на что ориентируетесь при выборе?**

Парк оборудования включает в себя три полноцветные цифровые машины: Konica, Canon, Ricoh, а также черно-белую печатную машину OceVarioPrint, гильотинный резак, режущий плоттер, фрезерный станок для изготовления клише и пресс для горячего тиснения, термоклеевой станок, плоттер для интерьерной печати Mimaki, автоматический биговщик Suklos и прочее оборудование небольших размеров (брошюровщики, степлеры).

Новые печатные машины приобретаем раз в 3-4 года. Практически каждый год парк дополняется новинками постпечатного оборудования, поскольку для нас важно удивлять заказчиков и предлагать им что-то новое.

■ **Поддерживаете обратную связь с клиентами? Что они отмечают в первую очередь?**

Конечно, поддерживаем. Когда сдаем заказ, всегда интересуемся, все ли устроило заказчика, есть ли пожелания на будущее. Клиенты отмечают оперативность, качество и красивый результат. Один из последних откликов: «Распаковываем сделанные вами сувениры и радуемся, как дети, такой красоте».

■ **Почему вы решили приобрести RicohPro C7100X?**

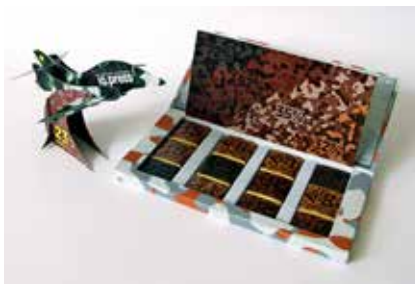
Мы остановили свой выбор на оборудовании компании Ricoh, так как нужно было добиться наилучших



результатов по наибольшему количеству критериев, которые для нас важны. При выборе машины мы сначала составили целый список требований, по которому сравнивали оборудование разных производителей. Мы тестировали RicohPro C7100X, и по основному критерию – качеству отпечатка – машина Ricoh показала достойный результат. Дополнительным аргументом в пользу Ricoh стала возможность печати белым цветом.

■ Оцените работу оборудования. Какие возможности реализуете на данном оборудовании?

На следующий день после установки мы уже самостоятельно печатали тиражи, так что освоили новую машину в короткие сроки. Для нас очень важно, что RicohPro C7100X обеспечивает достойное качество печати как фотографий, так и сплошных плашек. Важно, что машина имеет стабильную регистрацию и хорошую геометрию печати. Все это положительно сказывается на качестве готовой продукции, а это для нашей типографии самое важное. По наблюдению операторов, машина заметно экономит время работы.



■ Как установка нового оборудования повлияла на развитие бизнеса и процесс работы над заказами?

По расчетам, сделанным перед приобретением машины, оборудование должно окупиться за 7-8 лет. Мы уже отметили, что снизились временные затраты на печатные процессы. На данный момент на оборудовании отпечатано большое количество заказов – качество радует. Благодаря RicohPro C7100X мы имеем возможность поддерживать наш имидж качественной типографии.

■ Вы помогаете заказчикам производить впечатление на клиентов и партнеров с помощью правильных печатных продуктов. Они уже оценили изменения?

Качество всегда было нашей визитной карточкой, мы его добивались и на других печатных машинах. Клиенты изменений не заметили, но теперь оно нам достается меньшими трудовыми затратами.

■ При разработке макетов ваши дизайнеры учитывают возможности и ограничения оборудования. В связи с приобретением новой машины возможности типографии стали шире?

Мы сейчас активно продвигаем возможность печати белым цветом. Такого качества печати белым цветом в Перми еще не было, поэтому рассчитываем увеличить наши продажи за счет таких заказов.

■ Расскажите о сотрудничестве с компанией Ricoh.

Это наш первый опыт сотрудничества с Ricoh. На данном этапе мы довольны взаимодействием с компанией. В будущем продолжим поддерживать стандарт качества, к которому привыкли наши клиенты.

Маргарита СЕМЕЙКИНА

RICOH Pro C7100X

БОЛЬШЕ, ЧЕМ СМУК

ricoh.ru | ricohforyou.ru

RICOH

imagine. change.

УНИКАЛЬНАЯ
МАШИНА
СРЕДНЕГО
СЕКТОРА С
ЗАМЕНЯЕМОЙ
ПЯТОЙ
КРАСОЧНОЙ
СЕКЦИЕЙ

ВЫСОКОЕ
КАЧЕСТВО
ОТПЕЧАТКА,
СРАВНИМОЕ С
ОФСЕТНЫМ

ПЕЧАТЬ НА
МАТЕРИАЛАХ С
ПЛОТНОСТЬЮ ДО
360 Г/М² И
ПОДДЕРЖКА
БАННЕРОВ ДО 700мм

СКОРОСТЬ ПЕЧАТИ
ДО 90 А4/МИН

ПРОЗРАЧНЫЙ
ЦВЕТ ДЛЯ
ВЫБОРОЧНОГО
ЛАКИРОВАНИЯ

БЕЛЫЙ ЦВЕТ ДЛЯ
ПЕЧАТИ НА
ЦВЕТНЫХ
БУМАГАХ

НЕОНОВЫЙ
ЖЕЛТЫЙ ЦВЕТ
ДЛЯ СОЗДАНИЯ
ОТПЕЧАТКОВ,
СВЕЯЩИХСЯ В УФ
ИЗЛУЧЕНИИ

Сказание о картоне Invercote

Когда мы первый раз знакомимся с картоном? Помните, как в детстве мамы нам читали первые книжки, сделанные из картона? А как увлекательно было строить из них домики и создавать целые города. Да и сейчас мы сталкиваемся с этим удивительным материалом – упаковка, открытки, календари, сувениры.

В компании «Европапир» появился новый уникальный продукт – картон производства компании Iggesund. Компания была основана как металлообрабатывающая в 1685 году, но уже более 50 лет производит картон. Заводы находятся в северной Швеции и северной Англии.

В 1963 году началось промышленное производство картона для упаковки под брендом Invercote. Этот картон имеет за своими плечами более 50 лет испытаний и инноваций, гарантирующих высочайшее качество. Invercote разработан для надежной и безопасной работы на любой стадии производственного процесса изготовления упаковки. Клиент может быть уверен, что всегда будет получать ожидаемо привлекательный и высококлассный конечный продукт.

Картон делится на 3 основные вида. SBB – чистоцеллюлозные картон, на 100% изготовленные из химической целлюлозы, к ним относится Invercote. FBB – упаковочные картон из механической и химической целлюлозы и LWC – макулатурные картон с беленым оборотом. Каждый вид картона имеет свои свойства и предназначен для определенной сферы использования в зависимости от конечной цели потребителя. Остановимся на таких свойствах картона как жесткость и прочность. Эти понятия часто по ошибке считают одним и тем же свойством. На самом деле эти понятия взаимоисключающие: чем больше прочность, тем меньше жесткость, и наоборот. Упаковочные картон обычно являются более жесткими, но при этом менее прочными (могут ломаться на изгибе, при конгревном тиснении). Чистоцеллюлозные картон более

прочные, выдерживают даже самое сложное и глубокое тиснение и вырубку. Картон Invercote по жесткости практически не уступает картон FBB – этого создатели добились с помощью специального ноу-хау при расположении разнокалиберных древесномассных волокон во внешних и внутреннем слоях. Прочность действительно впечатляет: лабораторные исследования показали, что Invercote можно сгибать-разгибать 2700 раз, прежде чем он сломается. Картон FBB – 50 раз, а мелованную бумагу – 20 раз. Этот факт особенно стоит учитывать при производстве таких материалов как меню, обложки для книг, папки, закрывающаяся упаковка. Из картона Invercote можно производить различную, даже самую сложную упаковку, например, для конфет Ricola – клапан в такой упаковке не сломается и не оторвется, кроме того, будет надежно защищать коробку от нечаянного раскрытия; или уникальную по своему дизайну упаковку для компакт-дисков Jake Vox. Многие парфюмерные компании, как, например, Chanel или Lacoste, являются давними и лояльными клиентами компании Iggesund. Для этих производителей важно постоянство качества картона. Invercote регулярно проверяется производителем на соответствие по 32 параметрам (стандартные картон тестируются только по 4-6), а также его устойчивость к старению – полки магазинов с парфюмерной продукцией постоянно обновляются, и обязательным требованием является соответствие внешнего вида одной упаковки внешнему виду другой – представьте, что будет, если одна вдруг пожелтеет на солнце. Картон Invercote обеспечит постоянство качества, устойчивость к воздействию солнечных лучей и долговечность продукции. Есть особая история, почему компания Iggesund является поставщиком компании Apple. Именно Стив Джобс, легендарный основатель и бывший генеральный директор компании, принял решение, что Iggesund будет поставлять материалы для упаковки Apple.

Сотрудники компании путешествовали по миру, собирая образцы возможных материалов. Когда данные образцы были представлены в штаб-квартире компании, Джобс указал на картон Invercote компании Iggesund и заявил: «Это именно то, что нам нужно».

Взгляд изнутри

«Наблюдаем резкий рост объемов цифровой печати на коробочном картоне. Для нашей компании, предлагающей жесткий картон высочайшего качества, это потрясающий поворот событий», – рассказывает ответственный за развитие продаж компании Iggesund Paperboard на рынке цифровой печати Фредрик Лисински.

Сильные бренды во главе с Coca-Cola показали, что грамотная персонализация и локализация упаковки и этикеток могут значительно стимулировать продажи. Печатные машины, разработанные для материалов повышенной плотности, а также новое оборудование для постпечатной обработки открывают новые возможности. В то же время, больший формат листа, применяемый в современных машинах, позволяет снизить расходы в области цифровой печати. «Появляются новые сферы применения, которые раньше невозможно было себе представить», – добавляет Лисински. – Кто бы мог подумать пятнадцать назад, что тираж пяти календарей с портретами чьих-то внуков или три экземпляра фотокниги могут стать «хлебом и солью» типографии».

С момента появления технологии цифровой печати в 1993 году картон Invercote, флагманский продукт компании Iggesund, проделал в этом направлении значительный путь. Быстрая эволюция цифрового печатного оборудования и растущий интерес к цифровой печати при производстве упаковки сподвигли компанию Iggesund к новым шагам по усовершенствованию картона Invercote.

Картон Invercote Createo – лучший выбор для двухсторонней печатной продукции, например, обложек и

разнообразных карточек, но также и для упаковки с равными требованиями к обеим сторонам картона. Усовершенствованный Invercote G – идеальный выбор для тех клиентов, которым требуется четкое различие между двумя сторонами картона, но кто при этом хочет иметь возможность цифровой печати на обеих сторонах.

Секрет кроется в новом покрытии оборотной стороны картона Invercote G. Инженерам компании Iggesund была поставлена задача создать оборотную сторону с улучшенными печатными свойствами как для офсетной, так и для цифровой печати, сохранив тактильное ощущение натуральности поверхности – отличительную черту картона на протяжении многих лет.

«Мы стремимся к тому, чтобы нашим клиентам не нужно было выбирать между хорошими печатными свойствами при цифровой печати и первоклассными характеристиками с точки зрения изготовления упаковки: конструктивностью, жесткостью и прочностью материала. Картон

Invercote предлагает и то, и другое. Мы следовали трендам рынка и работали с ведущими производителями цифрового печатного оборудования. Результатом стал портфель продукции, идеально подходящий для цифровых типографий, использующих материалы повышенной плотности», – заключает Фредрик Лисински.

«Все больше владельцев брендов хотят получить возможность высококачественной печати на обороте, чтобы, например, нанести цветовой оттенок или изображение, повышающие узнаваемость бренда, – рассказывает Арвид Сандблад, вице-президент по продажам и маркетингу компании Iggesund Paperboard. – Мы шаг за шагом совершенствуем Invercote и всегда в направлении пожеланий покупателей». Ранее картон Invercote G имел трехкратное мелование лицевой стороны и немелованный оборот и доступен в линейке плотностей от 180 до 380 г/м². На протяжении многих лет он остается лидером качества в первую очередь благодаря отличным печатным свойствам

и способности к тиснению фольгой в сочетании с высоким качеством и равно высоким постоянством качества. Одной из многих причин при выборе его в качестве материала для графических или упаковочных работ является высокая предсказуемость конечного результата.

Нанесение меловального покрытия на оборот подразумевает, что и белизна оборотной стороны повысилась. Дальнейшему усовершенствованию подверглась и светостойкость, которая итак была лучшей на рынке и которая является критичной для упаковки, представленной на розничной полке, где она должна сохранять свой свежий вид на протяжении долгого времени. «Для нас крайне важно, чтобы каждый, кто выбирает Invercote, не просто спал спокойно, но и знал, что конечный результат окажется ослепительным», – заключает Арвид Сандблад.

Технические характеристики и образцы вы можете запросить в офисе Уральского филиала ООО «Европапир»

Уральский филиал
ООО «Европапир»
г. Екатеринбург,
ул. Хомякова, д.17
ural.info@europapier.ru
тел.: (343) 376-81-41
факс: (343) 376-81-41
www.europapier.ru

EUROPAPIER



FIRST OF ALL EUROPAPIER – символ многообразия ассортимента, безупречного сервиса и стремления быть наиболее клиентоориентированной компанией на рынке!

Белые бумаги: удивительное рядом



Дизайнерские бумаги появились на российском рынке 20 лет назад и сразу обратили на себя внимание. По сравнению со стандартным «советским» ассортиментом материалов, они отличались и цветом, и фактурой, и особенными поверхностными эффектами. Полиграфисты познакомились с новинкой, оценили потенциал изделия, научились использовать в печати, и тогда дизайнерские бумаги оказались на почетном месте среди бумажных материалов.

Сегодня дизайнерские бумаги уверенно заняли нишу, на рынке представлены и европейские, и американские, и азиатские бренды. Каждый год специалисты продолжают экспериментировать и разрабатывать новые, интересные варианты: с добавлением волокон, отходов различных производств, полной или частичной металлизацией, флорированием. И это только начало списка.

Вместе с тем интересная тенденция: на фоне представленной феерии цветных бумаг и бумаг со спецэффектами наблюдается уверенный рост ассортимента категории «Белые и пастельные». Каждый год в группе компаний «Дубль В» специалисты анализируют продажи, динамику, спрос на различные материалы. Результаты показали, что возрастает доля классических, спокойных, уравновешенных белых бумаг.

Конечно, спрос на бумаги диктуется трендами – сегодня популярны экологичность, минимализм, вместе с тем роскошь ощущений, сдержанная элегантность. Следуя всем выше указанным трендам, компания Mondi разработала коллекцию

PERGRAPHICA®, которая в 2015 году была включена в ассортимент группы компаний «Дубль В». Казалось бы, что интересного в наше время такая коллекция может рассказать, чем удивить искушенного потребителя? На самом деле – многим, ведь даже белый цвет важно разработать правильно, и тогда он будет пользоваться спросом.

Коллекция PERGRAPHICA® включает в себя 3 белых цвета: высокобелый, натуральный белый и белый классик. Выбор цвета напрямую зависит от области применения: высокобелый «кипельный» цвет всегда смотрится свежо, элегантно, передает цвета без малейшего искажения и подчеркивает их. Вместе с тем текст, отпечатанный на такой бумаге, читать очень сложно, поэтому для книг рекомендован «белый классик». В 2017 году к 25-летию компании «Дубль В» была издана книга «ЧЕТВЕРТЬ ВЕКА «ДУБЛЬ В»: ИСТОРИЯ ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА». Интересно, что для блока выбрали именно коллекцию PERGRAPHICA®, белый классик, 150 г/м². Книга получилась идеальной и с точки зрения печати: текст легко

читается, фотографии отпечатаны ярко, цвета не провалены в структуру бумаги. Кроме того, соблюден важный для всех издателей фактор – книга имеет небольшой вес. В случае использования мелованной бумаги на блок вес бы увеличился в полтора-два раза.

Второй важный аспект, на котором бы хотелось остановиться, – поверхность. Особой ценностью обладает продукт, если к нему приятно прикасаться. Конечно, существует отдельный сегмент материалов с селенизированной поверхностью (о них расскажем в отдельной статье), такие бумаги имеют высокую стоимость и подходят далеко не для всех видов печатной продукции. В коллекции PERGRAPHICA® помимо классических гладких бумаг представлены так называемые бумаги ROUGH – мягкие, бархатистые, и прикасаться к ним одно удовольствие.

Признание и желание использовать бумагу в своей работе – лучшее доказательство качества. Так, Большой театр для своих программ выбрал коллекцию PERGRAPHICA®. Утонченная белизна, благородная



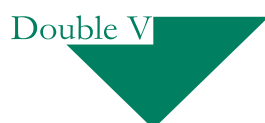


поверхность, натуральность, широкий диапазон плотностей позволили этой коллекции стать настоящим «театральным бумажным монополистом». «Мы выбрали дизайнерскую бумагу Mondi PERGRAPHICA® для программ Большого театра, потому что она разделяет эмоции, визуализирует изображения и способствует творчеству. Это действительно бумага для перфекционистов!» – рассказал директор типографии Большого театра Юрий Тихонов.

На этом достаточно теории. Полезно не только информационное ознакомление, но и применение – пробуйте, тестируйте, бумага вас не подведет.

2018 год начался с хороших новостей: две коллекции – PERGRAPHICA® и YBBS объединились под одним брендом, и теперь YBBS – PERGRAPHICA® black edition. В коллекции представлены бумаги только черного цвета и традиционно в 6 плотностях. Кроме того в 2018 году запланировано большое количество мероприятий, посвященных бумагам Mondi – дизайнерским и цифровым. Следите за новостями на сайте, приходите, и PERGRAPHICA® покорит и ваше сердце.

*По материалам компании
«Дубль В»*



**ГК «ДУБЛЬ В»,
ОП «Екатеринбург»
620219, Екатеринбург,
ул. Мамина-Сибиряка, д. 85, оф. 421
тел.: (343) 350-51-90, 350-90-70
<http://vk.com/mirbumagiekt>
www.doublev.ru**



Конрад Левандовски: «Развиваем рынок безопасной химии в России»



■ **Конрад, расскажите подробнее о заводе. На чем специализируется и где сосредоточено производство?**

Компания ABC ALLIED разрабатывает экологичную химию для листовой, ролевой и флексо печати. Буферные добавки в увлажнение, смывки для печатных форм, различные виды специальной химии – это лишь малая часть из ассортимента продукции. Сотрудники компании изучают новые технологии в производстве, в итоге мы предлагаем клиентам одни из самых передовых и качественных продуктов. Компания основана в 1952 году, и на данный момент заводы расположены в США, Мексике, Польше и Китае. В ближайшее время мощности из Китая в связи с повышением затрат на производство в данном регионе будут перенесены в Варшаву, что, несомненно, повысит качество входного контроля сырья и готовой выходной продукции, увеличит ассортимент продуктов, производимых в Европе. Для компании важно доверие, чтобы заказчик был доволен. Материалы, которые мы представляем, помогают типографиям в работе, так процесс печати оказывается более стабильным и качественным, а обслуживание оборудования опера-

Генеральный директор завода ABC ALLIED Pressroom Products в Польше Конрад Левандовски впервые посетил столицу Урала – Екатеринбург. Организаторами деловой поездки выступили представляющие химию в России компании «ПОЛИГРАФ-ПАРТНЕР» и «АПМ». ABC ALLIED держит руку на пульсе и разрабатывает новую, безопасную химию для полиграфии. Обмен опытом, изменения рынка, инновационные технологии – детали развития полиграфических отношений между странами – из первых уст.

тивным. Предлагаем решения для самых сложных производственных полиграфических задач.

Многие производители экономят на упаковке, но это история не про нас. Для ABC ALLIED очень важна качественная упаковка, которая полностью, от производства и до конечного клиента, сохраняет продукт в первоначальном состоянии. И дилеры, с которыми мы сотрудничаем, разделяют данную позицию. Они следят за температурным ре-

тивать инновационные продукты и расширять границы. Заказчики с тех пор не изменились, а вот рынок меняется. Если раньше большое количество заказов выполнялось в Англии, Германии, Франции, Португалии, Испании, то сейчас активность рынка перемещается из Западной Европы в Восточную. Заказы поступают в Польшу, Прибалтику, Россию. Например, в Польше сосредоточено порядка 18 000 типографий.

«Для ABC ALLIED очень важна качественная упаковка, которая полностью, от производства и до конечного клиента, сохраняет продукт в первоначальном состоянии»

жимом, соблюдают все требования правильной транспортировки и хранения. Таким образом мы можем гарантировать клиенту поставку именно того продукта, который был произведен изначально. ABC ALLIED – это качественные материалы, которые ценят.

■ **ABC ALLIED начала свою работу в 1952 году в США. Что изменилось?**

Компания продолжает разраба-

■ **Что уникального Вы готовы предложить потребителям?**

Мы производим добавки, которые позволяют уменьшить использование изопропанола в процессе печати. Это действительно уникально, не все компании имеют возможность представлять подобное. Например, изготавливаем материалы для компании, которая производит посуду для гостиниц. Такие материалы имеют непосредственный контакт с пищей, поэтому



для нас важно создавать их экологичными и безопасными. Для этого ABC ALLIED имеет всю соответствующую сертификацию.

■ Можно сказать, что завод работает над инновационными материалами?

Именно так. Специалисты исследуют различные технологии, чтобы выпускать на рынок новые инновационные продукты. Например, почти со всеми химическими материалами сотрудники на производстве в типографии могут работать без перчаток – материалы не агрессивны для кожи. Мы делаем акцент на качестве и экологии, для нас это важнее эксклюзивности. Кроме того первостепенное значение имеет забота о клиентах. Это выражается и в отношении с заказчиками: важную роль играет сервис. Мы оказываем поддержку компаниям, с которыми сотрудничаем.

■ Как часто Вы обновляете ассортимент?

ABC ALLIED – динамичное предприятие, которое постоянно разрабатывает новые материалы согласно тенденциям на рынке и пожеланиям типографий. Благодаря научным исследованиям в лаборатории регулярно появляются новые расходные материалы с уникальными свойствами. Все современные материалы разрабатываются с учетом охраны окружающей среды. Наши специалисты изучают новые варианты, как еще можно повысить качество, как закрепить его на должном уровне. Мы не останавливаемся на достигнутом и всегда продолжаем поиски.

■ Поделитесь последними новостями.

ABC ALLIED не стоит на месте. Если сейчас завод в Польше занимает площадь 3 000 м², то в этом году компания расширяет свои границы. Уже приобретена земля площадью 9 гектаров, где будет сосредоточен большой объем производства. Грядут и кадровые перемены, в ближайшее время будет усилен штат топ-менеджеров благодаря переходу высококвалифицированных сотрудников из конкурирующих компаний в Европе в ABC ALLIED в области развития продаж расходных материалов.

■ По долгу службы Вы регулярно посещаете типографии в разных странах. Вас еще можно удивить?

Несмотря на то, что я действительно видел уже очень многое, давно не встречал таких чистых типографий. Даже не мог поверить – настолько было чисто. Для меня это даже странно, казалось, что такого просто не бывает. Такая ситуация несравнима даже с типографиями Германии и Англии, которые славятся своей опрятностью. Во время этой поездки мы планируем посетить типографии в Екатеринбурге, Челябинске и Тюмени. Полагаю, увижу еще много интересного.

■ С компанией «ПОЛИГРАФ-ПАРТНЕР» Вас связывает продолжительное сотрудничество?

Да, и мы ценим это. «ПОЛИГРАФ-ПАРТНЕР» не просто занимается продажей расходных материалов, компания тщательно выбирает продукцию, основываясь, в первую очередь, на качестве. С таким партнером приятно сотрудничать. Мы приклады-

ваем все усилия, чтобы типографии развивались, использовали безопасные продукты. В этом плане ABC ALLIED и «ПОЛИГРАФ-ПАРТНЕР» смотрят в одном направлении. Благодаря такому партнеру мы укрепляем отношения между странами и развиваем рынок безопасной химии в России.

Директор компании ИПЦ «Экспресс» (Тюмень) Сергей Малмыгин

«С добавкой в увлажнение All Star Fount (ABC ALLIED) ИПЦ «Экспресс» работает с мая 2016 года. Парк оборудования компании включает в себя две офсетные печатные машины KOMORI SPICA 429P и RYOBI 524GX. Изначально в качестве эксперимента перевели печатную машину KOMORI SPICA 429P на бесспиртовую добавку, предложенную компанией «ПОЛИГРАФ-ПАРТНЕР». Спустя несколько недель после первых тестирований полностью отказались от спирта на обеих машинах. Изменения при переходе на All Star Fount произошли только в лучшую сторону: экономия (теперь нет необходимости покупать спирт, уменьшился расход краски); экология и безопасность (отсутствуют спиртовые пары со специфическим запахом); процесс печати (упростились процедура подготовки раствора, уменьшились подача увлажнения и расход краски, в связи с чем краска сохнет быстрее, стабильность подачи увлажнения в течение смены, нет необходимости повышать подачу на разогретую машину). Хочется отметить оперативную работу компании «ПОЛИГРАФ-ПАРТНЕР». Грамотные специалисты компании всегда готовы ответить на любые вопросы».

Маргарита СЕМЕЙКИНА

«ПОЛИГРАФ-ПАРТНЕР»
г. Екатеринбург,
пер. Автоматики, 3/3, оф.6
тел./факс: +7 (343) 361-67-75
www.pf-pr.ru
order@pf-pr.ru

SENOLITH 360-559 LO: НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА КАЧЕСТВО



Полиграфия переживает непростые времена. Но, несмотря на трудности, специалисты отрасли оптимизма не теряют – полиграфический рынок стойко удерживает позиции в серьезной конкуренции с гаджетами, поэтому темпы роста внедрения инноваций в полиграфическое производство достаточно высоки. Как следствие, типографии все более внимательно выбирают сырье и расходные материалы, изучают производителя и поставщика. Насколько это эффективно и продуктивно – судить пока сложно. Но уровень качества печатной продукции растет ежегодно. За счет чего это происходит, поговорим сегодня. УФ-лаки: что о них известно? Стойкость, хорошее скольжение, экологическая безопасность. Плюс низкая миграция лака – это тоже не миф, а реальность. О том, на что обратить внимание при выборе таких лаков – в путеводителе «ОктоПринт Сервис».

Движение вверх

Если верить экспертам, сегодня на полиграфическом рынке ощущается небольшой подъем. И Уральский регион не остался в стороне. Региональное печатное разнообразие проявляет себя в полной мере – становится востребованной флексопечать, наблюдается развитие направления ускоренной печати, растет производство гибкой упаковки, развивается цифровая индустрия. Такие благоприятные условия способствуют обновлению типографий, которые расширяют свой парк оборудования, приобретают новые печатные машины. В связи с этим, соответственно, возрастает интерес потенциальных заказчиков к различным видам покрытия продукции в сегменте упаковки и этикетки. Компании-производители расходных печатных материалов предлагают производителям уникальные решения и технологии, которые можно реализовать благодаря новым продуктам. Потребитель, выбирая товар, обращает внимание в первую очередь на упаковку: его привлекают различные графиче-

ские, голографические и тактильные эффекты. В качестве одного из средств защиты упаковки все чаще используют УФ-лаки. Они не первый год широко применяются полиграфистами. Компания Weilburger разработала сертифицированное решение – лак SENOLITH 360-559 LO, который можно использовать в различных отраслях.

Weilburger – гарантия качества

УФ-лак является финишным покрытием, поэтому к данному материалу всегда предъявляются особые требования: скольжение, высокий глянец, эластичность, адгезионные свойства и другие. Требования высоки настолько, что гарантировать качество могут только компании с оснащенными лабораториями, в которых уже несколько десятилетий профессионалы разрабатывают инновационные продукты. Weilburger – старейший немецкий производитель водно-дисперсионных УФ-отверждаемых лаков для офсетного направления, флексопечати,

а также материалов для трафаретной печати. Завод появился на мировой промышленной карте в 1879 году, в настоящий момент он имеет 6 производственных площадок по миру и современные оснащенные лаборатории. Weilburger придерживается всемирно признанных норм и общественных стандартов по всем положениям. Компания сертифицирована и несет ответственность за свой продукт. Данный сертификат выдается предприятиям, применяющим на производстве систему управления в соответствии с экологическими требованиями.

Качество, проверенное временем

Необходимость безопасности производства продукции и самой упаковки полиграфисты обсуждают постоянно. Важность здоровья сотрудников компании и потребителей неоспорима. Компания «ОктоПринт Сервис» разделяет эту позицию и совместно с коллегами из Германии предлагает полиграфиче-

скому рынку высококачественный продукт – лаки серии Low migration компании Weilburger. Данные лаки имеют аббревиатуру LO, что означает низкий остаточный запах или полное его отсутствие. Производитель отмечает, что для клиентов Weilburger есть возможность разработать УФ-лак под определенные цели и задачи.

Преимущества УФ-лаков от вододисперсионных заключаются в их защитных свойствах к механическому истиранию, стойкости к воздействию от агрессивных средств и так далее.

По итогам многочисленного тестирования лака SENOLITH 360-559 LO отмечено хорошее скольжение, вы-

раженный глянец, химо- и водостойкость данного продукта. Его применяют для различных видов печати: офсетной и флексо- с валковыми и камер-ракельными системами, в том числе для трафаретной и ротационной. Лак имеет отличную адгезию к различным материалам – бумаге, пленкам, он подходит для вставляемых этикеток на предварительно коронированных пленках PP и PVC, вплоть до тубного ламината и ПВХ панелей.

Лак успешно выдержал все испытания, в том числе экстремальные. К примеру, материал подтвердил термостойкость во время тестирования в специальном термошкафу под воздействием вы-

сокой температуры в течение нескольких дней. SENOLITH 360-559 LO доверяет большинство представителей полиграфической отрасли, а также многие известные бренды, для которых качество всегда в приоритете.

SENOLITH 360-559 LO – это уникальный продукт от производителя, для которого качество превыше всего. Более подробную информацию вы можете узнать у специалистов компании «ОктоПринт Сервис».

*С уважением и заботой о вас,
технологическая служба компании
ОКТОПРИНТ СЕРВИС
www.oktoprint.ru*

12 апреля 2018 года состоится семинар, организованный компаниями «ОктоПринт Сервис» и «Хубергруп РУС» совместно с партнерами ТД «Папирус Столица», «КБА РУС», Херох, «Монди». Более подробная информация о теме семинара и месте проведения будет анонсирована позднее.



huber 
 **group**
www.hubergroup.ru

ТРАДИЦИОННЫЕ • УФ • МЕТАЛЛИК

Москва +7 (495) 789-80-81
Санкт-Петербург +7 (812) 407-38-78
Екатеринбург +7 (343) 243-52-16
Ростов-на-Дону +7 (863) 322-11-40
Новосибирск +7 (383) 383-50-58
Самара +7 (909) 370-67-89
Тверь +7 (964) 630-99-81
Нижний Новгород +7 (831) 260-14-25

Web2print - бизнес на автопилоте

Автоматизация работы с посредниками и корпоративными клиентами



Андрей Наумов,
основатель платформы для типографий
web2print.pro

Конечно на жизнь жалуются далеко не все, некоторые глубокомысленно молчат. Кажется, что у них-то все хорошо, но на поверку оказывается, что дела идут лишь у немногих, остальные же просто не ведут учет и даже не знают, сколько заработали или, скорее, проиграли за прошлый год. Да-да, именно проиграли. Бизнес – это увлекательная игра, но если мы не следим за ее развитием, значит, мы уже в аутсайдерах. Беда в том, что многие из нас давно забыли, ради чего играют.

Я ни за что не поверю, что вы заставляли бизнес исключительно ради денег. Уверен, вами двигало не столько желание заработать, сколько стремление доказать себе, на что вы способны, уверенность, что вы можете предложить миру нечто особенное. Где ваша уверенность? Она еще с вами? Вы уже достигли, чего задумали? Какие цели вы ставите перед собой сейчас и как отслеживаете их достижение?

Повсеместно мерилom успеха считаются деньги. А нас с детства учили тому, что любовь к деньгам – это

В последнее время многие говорят, что полиграфия уже не та, что «денег тут не заработаешь». Да, рынок действительно изменился: тиражи стали короче, а средний чек меньше. Но одновременно с этим выросло количество таких заказов и их рентабельность. Так что денег в полиграфии меньше не стало, просто распределяться они стали по-другому.

Те, кто говорят, что стало меньше заказов, просто не хотят ничего менять. Они рассчитывают, что вернутся длинные тиражи и все станет по-прежнему. Хочу сразу расстроить – не станет. Если вы не будете подстраиваться под изменения, то скоро окажетесь вне рынка.

плохо. Может, мы просто боимся зарабатывать? Но ведь без денег никак нельзя – мы способны на свершения лишь при условии, что нам их будет хватать... На что? Да на все: на зарплату и премии сотрудникам, на аренду и кредиты, на развитие бизнеса и, конечно, на себя.

Мир все еще ждет от вас чего-то особенного. Так что же вы ему предложите? Давайте попробуем разобраться, что на самом деле важно клиентам, ведь именно в это вам и нужно инвестировать свои время и деньги.

«Выставление счетов и сбор закрывающих документов, контроль платежей и выбивание долгов, диспетчеризация заказов, согласование макетов и внесение в них изменений больше не будут занимать время Вашего менеджера. Только при таких условиях он сможет полностью проявить свой потенциал»

Качество печати давно стало само собой разумеющимся, так что, если вы не можете его обеспечить, то вы уже не в бизнесе. Цена на полиграфию упала ниже плинтуса, а значит, и она не является ключевым фактором. Условия оплаты и срок изготовления иногда бывают важны, но это лишь дело случая. Так чего же ищут заказчики? Что заставляет их уходить в неизвестность от уже ра-

ботавших с ними типографий?

Как бы банально это ни звучало, но в полиграфии решающее значение имеет уровень обслуживания. При этом каждый его воспринимает по-своему, и чтобы определиться с тем, какую ценность вы несете своим клиентам, нужно для начала понять, кто они такие.

Не напрягайтесь, я не заставляю вас составлять детальный портрет заказчика. Пусть это делают маркетологи. Пол, возраст, их социальный статус и увлечения нас сейчас не интересуют. Я просто предлагаю

определить, кто ваши основные потребители. От этого зависит сама суть подхода к ним и инструменты, которые необходимо применять.

Если ваши ключевые клиенты – это частники и мелкие предприниматели с заявками на несколько сувениров, десяток открыток или сотню листовок, то без использования web-to-print вам не обойтись. Прибыль от таких заказов с тру-

дом покрывает стоимость времени, которое менеджер и дизайнер тратят на их оформление, поэтому лишь при условии самообслуживания они будут для вас выгодными. На первый взгляд кажется, что это совсем не повышает уровень клиентского сервиса, но для того, от чьих заказов типографии все время отмахиваются, самообслуживание становится единственным выходом (не считая работы по заоблачным ценам). А необходимость лично создать макет по шаблону превращается в удачную возможность сэкономить на дизайне, ведь на коротких тиражах цена макета сопоставима со стоимостью самого заказа.

О классическом варианте web-to-print и без того много говорят и пишут, поэтому подробно мы его рассматривать не будем. Если коротко, то это интернет-магазин, где ваш потенциальный клиент самостоятельно рассчитывает заказ и загружает макет на проверку. Если макета нет, то он сможет создать его самостоятельно, выбрав в библиотеке шаблонов уже готовый дизайн и внося в него свои данные в онлайн-конструкторе. В итоге вы получите готовый к печати файл, утвержденный клиентом, а он – счет и возможность оплаты электронными деньгами. Система поможет вам проконтролировать оплату и, в случае необходимости, отправит клиенту напоминание о долге. В личном кабинете он сможет отслеживать ход исполнения своего заказа, а по готовности получит уведомление по почте или смс.

Сотрудничество с корпоративными клиентами разительно отличается от взаимодействия с мелкими заказчиками. Если в первом случае значение имела только самостоятельная работа, то теперь на передний план выступает персональный подход. Все действия «корпората» ведутся при помощи личного кабинета, который разворачивается автоматически. Здесь, как и на сайте, клиент сможет самостоятельно оформить заказ, только расчеты будут выстраиваться по его индивидуальным ценам. В личном кабинете также можно создать макет в удоб-

ном онлайн-конструкторе, но за его основу клиент скорее возьмет не один из тысяч готовых шаблонов, а собственные элементы фирменного стиля (для этого в систему загружается его брэндбук).

«Менеджерам посредника больше не придется думать о подрядчиках, ценах и сроках исполнения. Подобно вашим менеджерам, они освободятся от рутины и, став в несколько раз эффективнее, сосредоточатся на привлечении новых клиентов. При этом все их заказы будут идти на печать только к вам»

Время от времени у клиентов появляются нестандартные заказы, для которых им нужен расчет или консультация. В таком случае к действию подключается персональный менеджер. Его основная задача – это расширение клиентской базы, развитие отношений и индивидуальная работа с перспективными заказчиками. Чтобы добиться максимального эффекта, вся рутина, которая отвлекает его от выполнения прямых обязанностей, автоматизирована. С помощью нашей АСУП выставление счетов и сбор закрывающих документов, контроль платежей и выбивание долгов, диспетчеризация заказов, согласование макетов и внесение в них изменений не будут занимать больше 15% его рабочего времени. Только при таких условиях ваш менеджер сможет полностью проявить свой потенциал. Именно внимание менеджера, его вера в собственную типографию могут по настоящему «зажечь» клиента. Уже потом, когда заказчик почувствует ценность сотрудничества, то начнет сам убеждать себя в правильности выбора. В таком случае обсуждение стоимости и условий уходят на задний план, уступая место долгосрочному партнерству.

Вот мы и разобрали два самых популярных случая – взаимодействие с частным сектором и корпоративными заказчиками. Осталась отдельная история – работа с рекламными агентствами.

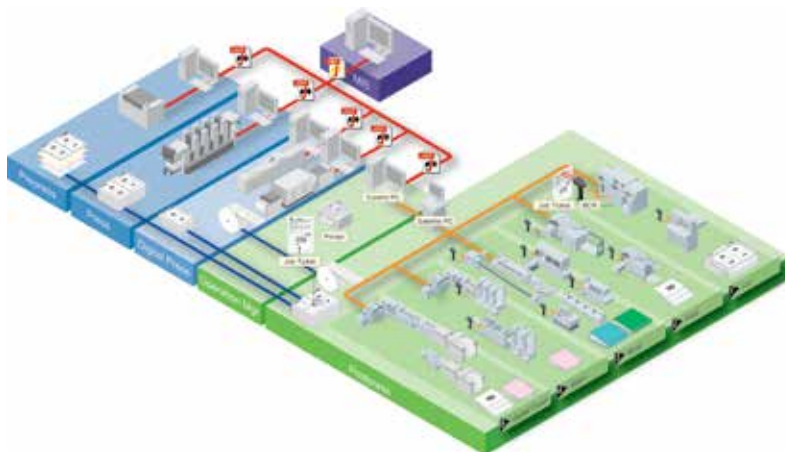
Чего вы ждете от такого сотрудничества? Хотелось бы, чтобы их заказы поступали напрямую на производство? Для этого ТЗ должно формироваться автоматически, быть четким и ясным, без возможных раз-

ночтений. Макет, подписанный в печать ответственным лицом, не требующий проверки и дополнительных доработок, должен соответствовать сформированному ТЗ и техническим требованиям типографии.

Что-то еще? Да. К началу работ стоимость заказа должна быть согласована, смета подписана, счета выставлены и оплачены, а при отсрочке важно присутствие гарантийного письма с согласованной датой платежа. Еще хочется, чтобы агентство печаталось только у вас, платило деньги вперед, а его менеджеры не докучали вопросами «вы про нас не забыли?» и «что там с нашим заказом?». Выглядит, как недостижимая мечта, но это возможно на нашей платформе. В обмен на то, что все заказы посредника будут идти на печать только к вам, вы можете подарить ему модуль «Партнер» (отраслевую CRM на основе вашей АСУП, в которую уже заложены все ваши продукты и основные бизнес-процессы отдела продаж). Менеджерам посредника больше не придется думать о подрядчиках, ценах и сроках исполнения. Подобно вашим менеджерам, они освободятся от рутины и, став в несколько раз эффективнее, сосредоточатся на привлечении новых клиентов. Ваше производство будет естественным продолжением их отдела продаж, поэтому клиент партнера, сохраняя уверенность, что ему печатает именно он, сможет отследить состояние своего заказа через личный кабинет.

Как изменится ваш бизнес, если все заказы посредников будете печатать только вы? Если все менеджеры рекламного агентства станут работать на загрузку вашего производства, а все их сайты, оборудованные функционалом web-to-print, превратятся в ваши торговые площадки? Не это ли та амбициозная цель, в которую стоит инвестировать?

Современное автоматизированное послепечатное оборудование



Необходимость механизации и автоматизации (и сопутствующее увеличение производительности труда и сокращение персонала) полиграфических производств настолько очевидна, что это уже никем не оспаривается. Особенностью нашего времени является уменьшение тиражей при одновременном увеличении количества выпускаемой печатной продукции. Современное оборудование, чтобы пользоваться спросом и окупаться, наряду с высокой производительностью, имеет минимальное время приладки при смене тиражей, чтобы эта производительность не падала при работе с короткими тиражами.

Долгое время результаты в этом направлении были заметны лишь в допечатных и печатных областях. Однако сейчас и консервативные брошюровочно-переплетные процессы, наконец, становятся цифровыми. Разные брошюровочные машины органично интегрируются в единый цифровой рабочий поток типографии (workflow).

Чтобы связать в единую информационную сеть весь процесс выполнения заказов, в начале 2000 годов был создан общеотраслевой формат компьютерных данных JDF (Job Definition Format) и интерфейс CIP4, позволяющий единообразно описывать информацию о настройках допечатного, печатного и послепечатного оборудования, а также передавать спецификацию продуктов, сведения о тиражах, сроках исполнения и всех других данных. Специальное ПО, базирующееся на этом формате, позволяет определять установки

для фальцевальных, подборочных, резальных и других послепечатных машин прямо из спусков полос. Также позволяет записывать все данные о заказе в единый массив, содержащий информацию об оснащении печатных машин, параметрах резки листов, фальцевания и других операций послепечатной обработки и т.п.

Каждая машина в таком производстве оснащается персональным компьютером, способна принимать текущие задания в виде JDF-файлов и автоматически настраиваться под конкретные заказы. С помощью новых технологий работа оператора в современной типографии становится схожей с работой кассира в супермаркете. Для обработки заказа ему теперь достаточно просто ввести его номер на пульте управления машиной либо считать штрихкод с обрабатываемого полуфабриката или технологической карты задания (Job Ticket) – листочка с информацией,

перемещаемой с каждой тиражной стопой по технологической цепочке предприятия.

Каждая современная автоматизированная (бумагорезальная, фальцевальная, листоподборочная, брошюровочная и т.п.) машина на своем дисплее или рядом стоящем компьютере отображает список заказов, стоящих в очереди на выполнение. А каждая стопа продукции или полуфабриката, находящаяся в цеху, с помощью штрихкода показывает, какие очередные операции, когда и на каком оборудовании должны быть с ней проделаны. Оператору достаточно просто просканировать стопу, загрузить ее на подающий стол соответствующей машины и снять готовую продукцию с выводного транспортера. Машина настроится на работу автоматически, продукция пройдет входной и выходной контроль качества, а статус данного заказа изменится с учетом выполненной операции.

Для примера расскажу только о нескольких видах современного автоматизированного послепечатного оборудования.

Брошюры и книги в мягкой клеевой обложке

Автоматическая линия бесшвейного скрепления Horizon Smart Binding System SB-09V используется для обработки коротких и единичных тиражей книг, отпечатанных цифровым способом. Так как ее производительность значительно превосходит возможности современных рулонных ЦПМ, (не говоря уже о листовых машинах), конструкторы предусмотрели загрузку линии не только листами или тетрадами, но и работу по схеме «из рулона в книгу». Автономная модификация позволяет брошюровочной системе Horizon обслуживать несколько высокопроизводительных цифровых печатных машин.

В процессе работы рулон разматывается и по отпечатанным меткам режется на листы, которые затем

фальцуются в тетради в «умной» фальцевальной машине Horizon AF-566F Digital. Тетради могут иметь разный формат и количество страниц, согласно информации на штрихкодах, расположенных на оттисках. Затем из этих тетрадей индивидуально для каждой книги комплектуются (подбираются, выравниваются и предварительно склеиваются в модуле BBS-40) книжные блоки, которые поступают в мощную девятикареточную машину бесшвейного скрепления Horizon SB-09V с динамической настройкой на толщину блоков. С другой стороны в эту же машину подается стопа обложек, синхро-



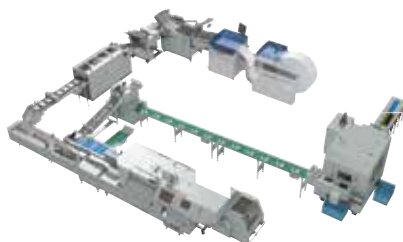
низирующаяся с помощью штрихкодов перед скреплением книг термо- или полиуретановым клеем (машина предоставляет обе такие возможности) с книжными блоками. Готовая продукция охлаждается на конвейере и автоматически подрезается с трех сторон с помощью «умного» триммера Horizon HT-1000V, также способного самостоятельно подстраиваться на формат и толщину каждой поступающей книги. Весь вышеописанный процесс происходит в полностью автоматическом режиме со скоростью до 2000 книг в час при листовой или рулонной подаче и до 4000 книг в час при работе с тетрадями.

Кроме такой высокопроизводительной клеевой системы фирма Horizon производит и более доступные цифровые линии, построенные на базе автоматизированных четырех- (BQ-470V) или однокареточных (BQ-280PUR) клеевых машин в линию с трехсторонними резальными машинами серии HT. Эти комплексы также могут автоматически настраиваться на тиражные задания, но обладают меньшей производительностью (от 400 до 1000 книг в час).

Брошюры и журналы на проволоочном скреплении

Брошюровочный комплекс Horizon StitchLiner 6000 Digital предназначен для выпуска многополосных изданий на проволоочном скреплении и способен работать автономно или в линию с производительными цифровыми печатными машинами. В первом случае он может содержать листоподборочные башни VAC для работы с листами или тетрадями (отпечатанными офсетным способом), автоматический самонаклад HOF для оттисков листовых ЦПМ или размотку ролей для работы с рулонных цифровых машин.

При работе по схеме «из рулона в брошюру» StitchLiner Digital автома-



тически распускает рулоны в листы, формирует комплекты листов, выполняет фальцовку, шитье проволокой и трехстороннюю обрезку готовой продукции. Контроль продукции на каждом этапе работы осуществляется сканированием оптических меток или штрихкодов, расположенных на листах продукции. Особенностью комплексов StitchLiner является шитье проволокой «на седле», как у профессиональных ВШРА, автоматическая вставка не только обложек из плотных листов бумаги, но и вкладка дополнительных листов в уже готовые брошюры. Например, рекламных листовок, отпечатанных офсетом, или цветных вкладок в ч/б журналы между заданными страницами. Максимальная производительность комплекса StitchLiner Digital достигает 6000 брошюр в час, причем эти брошюры могут быть персонализированными, иметь разную толщину, количество страниц и вид вкладок.

Листовая продукция

SmartStacker – оригинальное решение фирмы Horizon для финишной обработки листов формата B2 после цифровой печати. Эта машина автоматически разрезает листы (до 7 раз в поперечном и до 4 в продоль-

ном направлении), подбирает и укладывает их в стопу в заданном порядке (например, может автоматически сформировать комплект игральные карт или книжный блок с одного или нескольких больших листов).

Horizon SmartStacker разработан в сотрудничестве с компанией HP и адаптирован для работы в линию с цифровыми печатными машинами Indigo 10000. Для автономной работы SmartStacker оснащается самонакладом и может обслуживать сразу несколько ЦПМ. Основное предназначение машины: выпуск плакатов, наборов открыток, обложек с биговкой, календарных блоков, фотоальбомов, книжных и жур-



нальных блоков под кбс или пружинное скрепление и другой продукции. SmartStacker один заменяет несколько разных механических машин и составляет хорошую компанию для автоматизированных фальцевальных машин, брошюровочных комплексов или машин клеевого бесшвейного скрепления.

Благодаря комплексной автоматизации типографии будут работать как единый организм, оптимизируя все производственные процессы и выполняя с невиданной ранее эффективностью любые самые сложные тиражи продукции. Причем, делать первые шаги к такому будущему можно уже сейчас, например, приобретая оборудование, которое понимает язык JDF и в будущем способно встроиться в автоматизированный рабочий поток предприятия. Мы же видим, как быстро меняются технологии, а качественное полиграфическое оборудование может работать не одно десятилетие. Будет обидно, если вполне исправную механическую машину придется менять только лишь из-за отсутствия у нее мозгов (или места для этих мозгов).

Руководитель типографии
НИУ ВШЭ Марсель ШАРИФУЛЛИН

Исследование микроструктуры бумаги

Отчет по научно-исследовательской практике (продолжение)



Тягунов Андрей Геннадьевич,
к.т.н., доцент, руководитель
образовательной программы
по направлению «Полиграфия»
ИРИТ-РтФ УрФУ



Тарасов Дмитрий Александрович,
старший преподаватель
ИРИТ-РтФ УрФУ



Трубникова Алёна Сергеевна,
выпускница кафедры
полиграфии ИРИТ-РтФ УрФУ

Программное обеспечение

Практическое использование разработанной методики анализа молекулярной структуры целлюлозосодержащих образцов реализуется развиваемым в СПбГТУРП в течение ряда лет специальным программным обеспечением – системой SpectralView.

Развиваемая система включает в себя функциональные блоки и компоненты, автоматизирующие весь цикл исследования образца:

- БД эталонных спектральных моделей различных типов бумаги;
- БД полученных спектральных моделей исследуемых образцов;
- БД вычисленных параметров состава, структуры и свойств исследуемых образцов бумаги;
- БД – набор устойчивых правил и формулировка решений для задач

идентификации и оценки текущего состояния бумаги;

- функциональный модуль обработки ИК-спектров и построения спектральной модели исследуемого образца;
- функциональный модуль определения компонентного состава;
- функциональный модуль оценки свойств бумаги;
- функциональный модуль логической обработки и экспертных заключений.

Атомно-силовая микроскопия

Наиболее актуальными в последнее время являются исследования, направленные на высокоточное отображение параметров бумаги в нанометровом диапазоне методами

атомно-силовой микроскопии (АСМ), визуализацию ее структуры, изучение показателей шероховатости и адгезии.

Атомно-силовая микроскопия является методом высокоточного изучения поверхностных свойств объектов различной природы вплоть до атомарного уровня, что позволяет исследовать наноразмерные структуры на поверхности объектов, а также изучать их параметры (шероховатость, силу адгезии, поверхностные заряды и т.д.). Подобным разрешением обладают и другие методы высокоточного анализа поверхности, например, сканирующая электронная микроскопия. При этом данный метод обладает своими недостатками. В частности, исследуемые объекты должны быть проводящими (в случае диэлектрических образцов их поверхность покрывается тонкими слоями металлов, что искажает поверхность объекта исследования). С помощью методов сканирующей электронной микроскопии невозможно точное определение профиля высоты, а, следовательно, информации о шероховатости поверхности материала.

Проведено исследование структуры и свойств параметров целлюлозной бумажной продукции четырех основных видов бумаги: стандартной необработанной печатной бумаги с волокнами целлюлозы, обработанной матовой, глянцевой и ламинированной фотобумаги.

Плотность необработанной бумаги составила около 80 г/м², плотность

Состав системы SpectralView



обработанной фотобумаги составила около 230 г/м². Разрешающая способность метода АСМ зависит от размеров кончика зонда, чувствительности пьезокерамики и параметров аппаратуры.

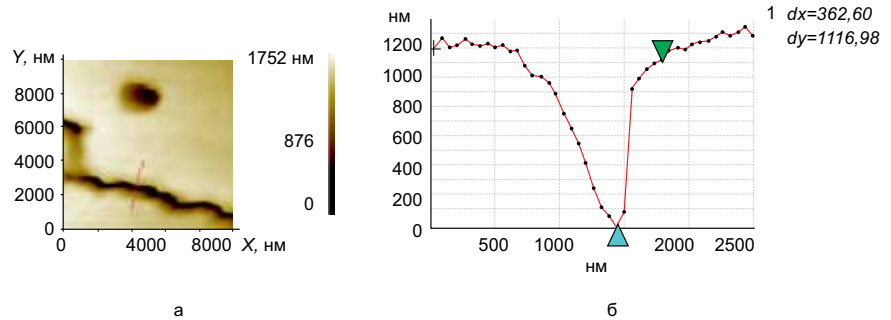
При СЗМ-исследованиях параметров бумаги использовался полуконтактный силовой режим СЗМ NanoEducator LE с радиусом закругления вершины W зонда около 20–50 нм.

На СЗМ-изображениях светлые области соответствуют более высоким точкам, а темные – более низким точкам относительно среднего уровня, равного половине максимального перепада высот исследуемой области. Следует отметить, что перепад высот достигает максимального значения на необработанной и матовой бумаге и существенно снижается на глянцевой и ламинированной бумаге.

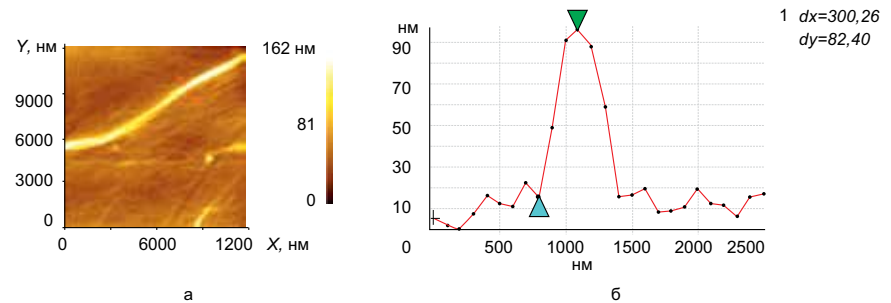
На основании приведенных данных были получены гистограммы распределения высот. Из анализа представленных гистограмм можно сделать вывод, что характерные особенности рельефа (неровности) необработанной бумаги составляют около 1,5–1,9 мкм, на матовой бумаге значения выше и составляют около 2,5–2,7 мкм. На обработанных глянцевой и ламинированной бумаге диапазон наиболее вероятных значений перепадов высот резко снижается и составляет около 1,4–1,6 мкм и 0,2–0,35 мкм соответственно.

Для контроля гладкости поверхности проведено СЗМ-исследование поверхности образцов бумаги. С помощью специализированного программного обеспечения обработки СЗМ-изображений для каждого сорта бумаги проведен расчет средней арифметической шероховатости Ra, основанный на вычислении средних перепадов высот на поверхности заданного размера.

При исследовании необработанной бумаги были выявлены отдельные перекрывающиеся волокна целлюлозы, хаотично расположенные на



Характерное АСМ-изображение поверхности глянцевой бумаги (а) и сечение трещины (б)



Характерное АСМ-изображение поверхности ламинатной бумаги (а) и сечение одной микроскладки (б)

всей поверхности. Высота волокон составила 3,5–5 мкм, ширина около 12–15 мкм.

При исследовании матовой бумаги на ее поверхности были выявлены гранулы размером около 2 мкм в диаметре и 400–500 нм в высоту. На глянцевой бумаге были отмечены трещины и углубления на поверхности шириной около 1 мкм и глубиной 1–1,2 мкм. Поверхность ламинированной бумаги обладает относительно низкой шероховатостью, при этом на ней наблюдаются складки ламинарного покрытия, составляющие в высоту около 80 нм и в ширину около 500 нм.

Заключение

Изучение микроструктуры бумаги невозможно без изучения основных аспектов ее производства. На основе изученных литературных источников можно отметить, что доминирующим минеральным компонентом бумаги остается каолин, однако его доля в общем потреблении минералов в бумажном производстве сокращается за счет роста объема потребления карбоната кальция вследствие его

меньшей стоимости (в Европе) и диоксида титана (в Северной Америке). Применение карбоната кальция в составе меловальной пасты обеспечивает получение более прочной бумаги с более матовой поверхностью при проклейке в щелочной среде.

Важным компонентом, составляющим от 16 до 20% массы пигмента, являются связующие вещества, в качестве которых применяются различные виды крахмала, латексы, поливиниловый спирт (ПВС), натрийкарбоксиметилцеллюлоза (NaKMC) и другие.

В состав покрытий обязательно входят небольшие добавки (0,1–0,5%) диспергаторов пигментов — полифосфаты, силикаты (жидкое стекло), защитные коллоиды, поверхностно-активные вещества (ПАВ), полиэлектролиты и прочее.

Мелование имеет большое экономическое значение, так как позволяет получить качественную готовую продукцию из более дешевых волокнистых полуфабрикатов.

В области контроля бумаги помимо стандартных методов оценки качества ведутся работы над применением принципиально новых методов, таких как АСМ и молекулярной спектроскопии, но данные методы непригодны к использованию в условиях производства, а проведенных исследований недостаточно для статистического анализа.

Значения Ra исходных образцов бумаги, нм

Необработанная бумага	Матовая бумага	Глянцевая бумага	Ламинированная бумага
535	677	173	71

ЛЕТНИЙ



**ПОЛИГРАФИЯ &
ПЕЧАТНЫЙ
БИЗНЕС РЕКЛАМА**

УРАЛЬСКИЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКИЙ ФОРУМ ЛАЙФХАКИНГ В ПОЛИГРАФИИ



Уважаемые коллеги, приглашаем вас принять участие в работе традиционного
IV Летнего Уральского полиграфического форума.

Форум пройдет **1 июня 2018 г.** на территории одного из загородных клубов вблизи Екатеринбурга.

В программе:

1 блок «Выбор ПО и лайфхакинг».

Рассматриваются вопросы, связанные с выбором технических и программных средств АСУ, web-to-print, print-on-demand.

2 блок «Технологический».

Выступления специалистов компаний-поставщиков материалов и оборудования для полиграфии.

Более подробную информацию по мероприятиям форума, выступающим, расписание вы найдете на нашей страничке в [ФБ Уральский полиграфический форум](#).

Стоимость участия 4000р (по б/н 6000р.).

По окончании форума будет организован банкет в этническом стиле
«Грузия в Екатеринбурге» — блюда и напитки кавказской кухни.

Мы приглашаем все заинтересованные компании принять участие в докладах по тематике конференции, а также в организации круглых столов. Приветствуются практические кейсы, анализ рынка, примеры реальных систем и их внедрения. Видеоматериалы планируется выпустить отдельным клипом с возможностью размещения на сайтах партнеров, в соцсетях и т.п.

Регистрация через нашу страницу в ФБ или по адресам: adi8@ya.ru / datarasov@ya.ru

Дорогие друзья, коллеги и партнеры!
Поздравляем вас
с 8 марта и 23 февраля.

Пусть ваш позитивный праздничный
настрой сохранится на весь год.

Желаем слаженной работы,
красочных будней, ярких эмоций, устойчивого
успеха и бесперебойного производства новых идей.

Редакция журнала «Печатный бизнес»
Полиграфия & реклама»



ДИЗАЙН И РЕКЛАМА NEXT

ВЫСТАВКА
МАРКЕТИНГОВЫХ
КОММУНИКАЦИЙ

12+

реклама

00
10
20

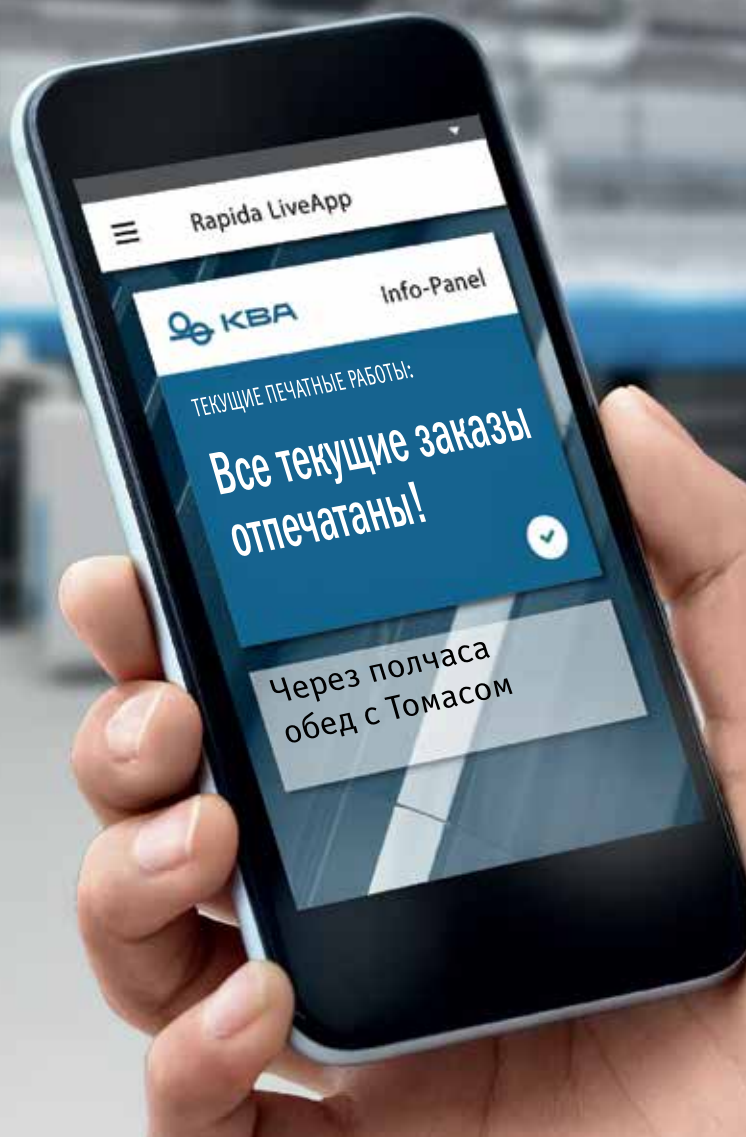
10-13/04



ЦЕНТРАЛЬНЫЙ
ДОМ
ХУДОЖНИКА

WWW.DESIGN-REKLAMA.RU

ВЫСТАВОЧНЫЙ ПРОЕКТ
EXPO-PARK



Автономная печать с AutoRun

Благодаря AutoRun мы предлагаем Вам технологию будущего. Ваши машины КБА могут самостоятельно перенастраиваться и переходить с тиража на тираж полностью автоматически. Таким образом, Вы оптимизируете производственное время и высвобождаете ресурсы для дополнительных заказов. Ориентированное на пользователей использование данных, включая объединение типографии в единую сеть, — является основным принципом всех цифровых сервисов КБА 4.0. Узнайте, как сделать вашу типографию цифровой и увеличить за счет этого вашу прибыльность.

Более подробная информация: www.kba.com/trends/autorun

1
8
1
200 years
Koenig & Bauer
1
0
2



000 «КБА РУС»
Тел: +7 495 7821377, kba@kba-print.ru
www.kba-print.ru

KOENIG & BAUER