

5

5 [267] май 2024

publish

Eurasia



ТЕМА НОМЕРА:

КАДРЫ-2024:
ЧТО ДЕЛАТЬ?



prin tech



9-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

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

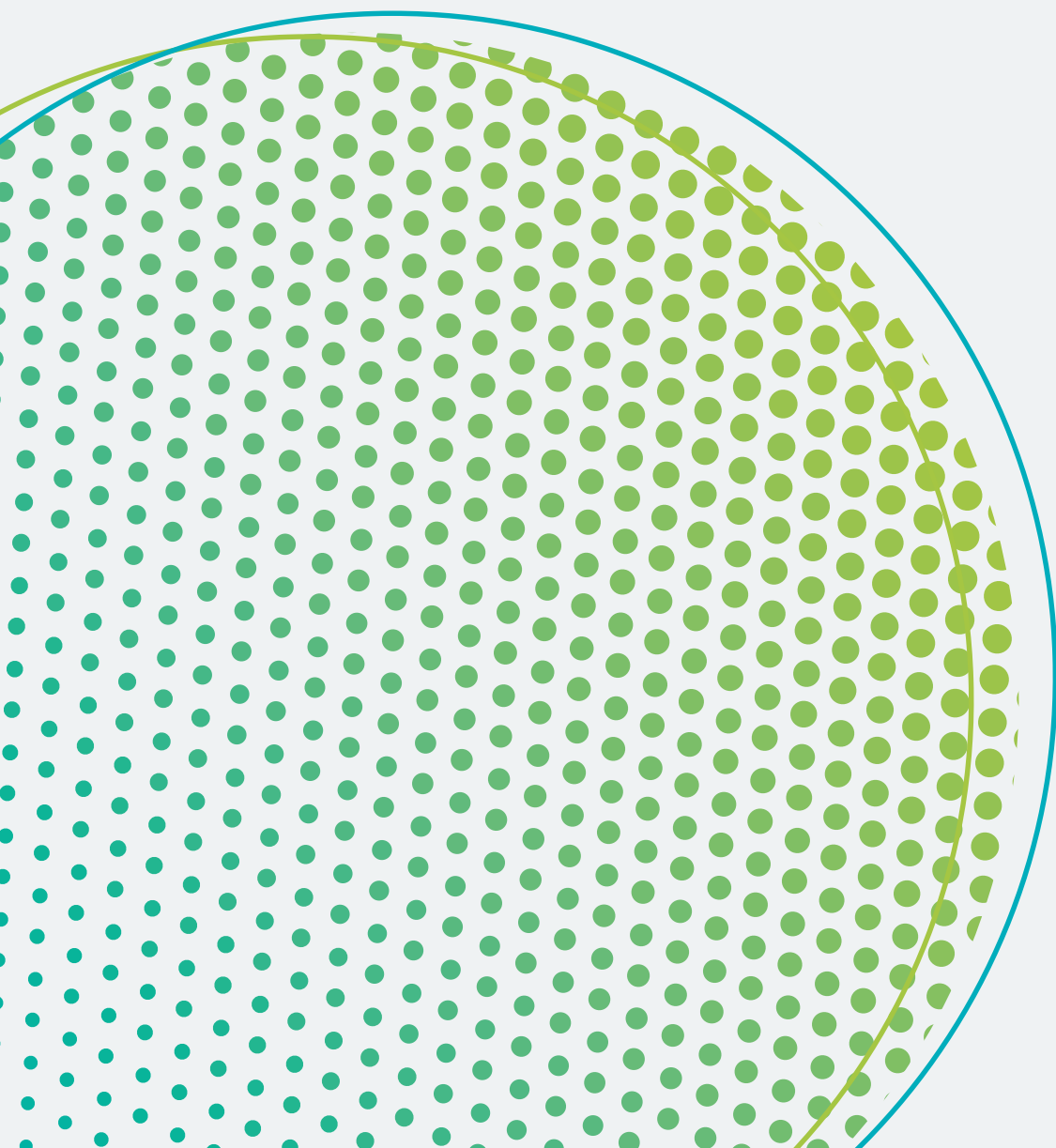
18–21 ИЮНЯ
2024

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО

ПОСЕТИТЕ ЕДИНСТВЕННУЮ
ПРОФИЛЬНУЮ ВЫСТАВКУ
ПЕЧАТНОЙ ИНДУСТРИИ



ПОЛУЧИТЕ
БИЛЕТ
ПО ПРОМОКОДУ
Publish



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER

Сочи — город контрастов

Дмитрий Старцев

В минувшем апреле прошло сразу два отраслевых мероприятия, на которых Publish выступает медиапартнёром. Очевидно, что в индустрии есть запрос на проведение очных встреч, где профессионалы встречаются и обсуждают насущные проблемы, делятся опытом да и просто отдыхают в компании близких по духу людей. А отдыхать, как известно, лучше красиво — в Сочи. Именно там и происходили описываемые ниже события.

#неФОРУМ — это мероприятие для производителей рекламы. Проводится оно во второй раз в таком формате: пара дней деловой программы с выступлениями спикеров перед широкой аудиторией, гала-ужин с подарками, танцами и прочими чисто рабочими

моментами и пара дней — для тихих встреч и бесед наедине, когда можно поговорить о том, что волнует каждого конкретного участника, и задать вопросы, оставшиеся за рамками в первые дни. И так как #неФОРУМ делают специалисты по рекламе, то визуально он выглядит просто отлично: есть свой бренд-бук, по которому оформляются все материалы и конструкции, активный телеграм-канал, отличившимся участникам вручены оригинальные памятные кубки, были приглашены спикеры с именами, а 13 апреля предложено отмечать как Праздник производителей рекламы. В широком смысле это не только те, кто работают в рекламно-производственных компаниях, но и все, кто так или иначе связаны с производством.

Из 270 человек — участников #неФОРУМа я встретил всего пару знакомых. Тем не менее это — коллеги или, если угодно, смежники полиграфистов. И вот почему это важно. Сейчас границы стираются: широкоформатное оборудование покупают офсетные типографии, «цифровики» начинают запечатывать текстиль и шить из него готовые изделия, а производители крышных установок расширяют своё предложение за счёт установки ЦПМ. Для всех участников рынка — это возможность предоставлять больше услуг своим клиентам, следуя принципу «одного окна». Не всегда эта стратегия оправдана, но в глазах многих она выглядит, как минимум, привлекательной при том, что усиливается конкурентная борьба. Косвенным подтверждением этому может служить то, что одним из партнёров #неФОРУМа стала «Смарт-Т» — компания, которая регулярно расширяет свой ассортимент, выходя на новые для себя рынки, сейчас это наружная и интерьерная реклама, стекольное и мебельное производство и производство галантерейных товаров, текстильная печать, POS-материалы, этикетка и упа-



ковка и проч. Становясь профессионалами в столь разных сферах, компания может транслировать свой опыт и свою экспертность в традиционные направления полиграфического бизнеса, помогая находить точки роста и выходить в новые сектора. Для Publish это мероприятие — тоже точка роста. Мы расширяем свою аудиторию и поднимаем новые темы. И вы скоро увидите это в свежих выпусках журнала.

Слёт полиграфистов «Притяжение», который прошёл в Сочи через несколько дней после #неФОРУМа (и даже в том же самом отеле) собирал представителей цифровых (преимущественно) типографий. Это более строгое и классическое по форме событие: спикеров меньше, выступления — ко-

роче, информация подаётся плотнее. Упор сделан на анонс решений «Аксиомы», много времени оставлено на обсуждение перспектив и возможностей системы. И конечно — личное общение. Кульминацией «Притяжения» стало посещение одной из горных вершин (с комфортом — на подвесной канатной дороге) участниками. Кажется, что это так себе препровождение времени, но нет. В дороге есть прекрасная возможность для общения людей, которые работают в одной сфере и решают схожие задачи. Именно так и завязываются новые контакты, приходят идеи и открываются возможности. Именно в пути на вершину я познакомился с ребятами из астраханской типографии «Молния» (недавно они открыли филиал в Москве — и это тоже заметный тренд для предприятий из регионов). И рассказ их настолько вдохновил меня, что сразу захотелось приехать к ним и получить впечатления прямо на месте событий в типографии, которая проектировалась и строилась по принципам бережливого производства, где есть электронная система обучения менеджеров с элементами игрофикации и где, наконец, продукцию заказчикам доставляют на электрогрузовичке российской сборки! Истории, подобные этой, не могут не вдохновлять и показывают, что всё зависит от людей, которые работают в отрасли: в их руках сейчас есть все возможности для роста и развития. И именно для них мы делаем наш журнал.

P.S. В этом номере журнала есть рассказ об ещё одном мероприятии, на котором я побывал в апреле, — презентации принтера для гофропечати в саратовской типографии «Ракурс». И это ещё один пример, который подтверждает всё, написанное выше. **▣**

Мой телеграм: t.me/dmitrostartsev



к содержанию





10

12

20

38

44

1 ОТ РЕДАКТОРА

3 НОВОСТИ

**4 ДЕТАЛИ 2.0
С АЛЕКСАНДРОМ СУРГУЧЁВЫМ
MASTERCUTTER 1070 GT**

**6 МНЕНИЕ
ROSUPACK — ЗАЧЕМ ТЫ ТАКОЙ?**
На фоне глобализации и всепроникающего Интернета полиграфические выставки стали угасать ещё пару десятилетий назад. Сначала региональные, потом пришла очередь национальных. И тенденция всеобщая: см. британскую IPEX, о закрытии которой было объявлено в 2018 году после «длительных консультаций с представителями отрасли». Всё шло к тому, что в каждой индустрии останется по одной крупной выставке на каждом континенте, причём проводимой не каждый год.
михаил кувшинов

**8 ДЕТАЛИ С ЮРИЕМ
ЗАХАРЖЕВСКИМ
PLATINUM KC**

**9 ДЕТАЛИ С ЮРИЕМ
ЗАХАРЖЕВСКИМ
COLORCUT FB1180T**

**10 ПЕРВЫЙ ВЗГЛЯД
ТЕРМО-КРАФТ-ФОРМАТ**
Как небольшие термопрессы помогают любителям и профессионалам.
Светлана Белова

**12 ДЕТАЛИ 2.0 С ЮРИЕМ
ЗАХАРЖЕВСКИМ
ONSET GRIZZLY X3 HS**

**14 ВЗГЛЯД КАТИИ ШВЕДОВОЙ
ТИПОГРАФИЯ
И МАРКЕТПЛЕЙС — ЭТО СИЛА?**
Сразу скажу, что лично я считаю, что почти всё можно сделать успешным проектом, если приложить для этого достаточно внимания. Поэтому если хочется просто выкинуть весь хлам остатков с производства, то лучше отвезти это в церковную школу или в детские клубы с мастер-классами. Всё больше плюсов к полиграфической карме, чем пытаться выстроить бизнес на том, на что не хватает должного внимания руководителя.

**16 ДОПЕЧАТЬ
ДВА ЗАГАДОЧНЫХ РЕЖИМА
GREP-ПОИСКА**
Если вы при работе в индизайне используете GREP-поиск, то в списке опций поиска наверняка видели режимы со странными названиями «однострочный поиск» и «многострочный поиск». Странными — потому что эти названия совсем не просто соотноси с действиями, выполняемыми при выборе данных режимов. В результате далеко не все пользователи используют эти интересные возможности поиска.
михаил иванюшин

**20 ОБЗОРЫ
SPRINTER POWER 4S
юрий захаржевский**

**24 ТЕМА НОМЕРА
ПРИВЛЕКАТЬ И УДЕРЖИВАТЬ:
КАК?**
В марте 2024 года Publish провёл на своём сайте опрос на тему, как привлекать и удерживать персонал в условиях кадрового голода. Мы решили развить тему и узнать, что думают об этой проблеме специалисты из типографий, какие идеи могут предложить отрасли сами полиграфисты и профессиональные рекрутеры.
елена никонова

**31 ТЕМА НОМЕРА
ТРЕБУЮТСЯ!**
**Всё, что нужно знать
о кадрах в 2024 году**
В советское время таблички «Требуются!» висели при входе практически на любое предприятие. Отсутствием безработицы в стране гордились, а сейчас это настораживает. Кадровый вопрос в последнее время обсуждается на всех уровнях бизнеса и власти — от ипэшника до вице-премьера. Почему так происходит и можно ли избежать кадрового коллапса? Постараемся разобраться.
александр иванов

**38 СПЕЦИАЛЬНЫЙ ОБЗОР
ЦЕНТР ВЫСОКОГО КЛАССА**
Центральный московский демонстрационный зал группы компаний «Смарт-Т» открылся в 2024 году. Мы его посетили и теперь рассказываем, что там увидели и узнали.
юлия васина

**41 НАПРИМЕР
ФОТОИСТОРИИ В ПЕЧАТИ**
Сколько фотографий хранится в памяти вашего смартфона? Скорее всего, больше тысячи. А сколько из них вы собираетесь напечатать? И вот здесь возникает нешуточное противоречие. С одной стороны, больше снимков, чем сейчас, человечество никогда не производило, но при этом количество печатаемых фотографий стремительно уменьшается с каждым годом. Однако решение для компаний, работающих в сфере фотопечати, всё-таки есть — это жанр фотокниги, пришедший на российский полиграфический рынок около 15 лет назад.
юлия васина

**44 ПЕРСОНА
ИНТЕРЕС В СТАБИЛЬНОСТИ**
В этом году «ОктоПринт Сервис» исполняется 21 год. Достижения, которыми гордятся в компании: 10 филиалов, 11 технологов, 13 станций смешения красок, 200 сотрудников, 1200 постоянных клиентов и 8000 стандартных ассортиментных позиций на складе. Поговорили с техническим директором «ОктоПринт Сервис» Татьяной Климовой о проблемах в типографиях с расходными материалами, о новых интересных продуктах для полиграфических производств, о расширении услуг компании и поиске новых направлений.
беседовала ирина паялина

**47 ВЫСТАВКИ
drupa calling**
Не претендую на всеохватность, мы попытались собрать имеющуюся на сегодняшний день информацию от некоторых участников drupa, которая была опубликована в последнее время.
алик польских

**52 СОБЫТИЕ
УПАКОВКА ПО ТРЕБОВАНИЮ —
В «РАКУРСЕ»**
10 апреля 2024 года в типографии компании «Ракурс» (Саратов) прошла презентация однопроходного струйного принтера GO!Digital SC300.

**54 ЭТИКЕТКИ ИЗ РАЗНЫХ
УГОЛКОВ МИРА
ТАК И ХОЧЕТСЯ ПОТРОГАТЬ —
КАК ЭТИКЕТКА ПРИГЛАШАЕТ
ВЗЯТЬ ТОВАР В РУКИ**

**56 PUBLISH EURASIA | НАПРИМЕР
«ЦИФРА»
ДЛЯ ФЛЕКСОТИПОГРАФИИ**
В марте 2024 г. в типографии TRIADA Flex (Бишкек, Кыргызстан), которая входит в полиграфический холдинг ST.art Ltd., запущена первая в Центральной Азии цифровая рулонная этикеточная машина AccurioLabel 400. Через месяц после запуска мы попросили типографию рассказать о предыстории проекта и поделиться первыми впечатлениями о внедрении цифровой этикеточной печати.
анна гуслистова

**59 PUBLISH EURASIA | ВЫСТАВКА
НА ВЫСТАВКЕ ВИДНО**
**Тренды в полиграфическом
и рекламном производстве
Центральной Азии**
С 3 по 5 апреля 2024 года в Алматы прошла выставка Central Asia Reklam. В этой крупнейшей центральноазиатской выставке в сфере производства рекламы и полиграфии принимали участие как известные бренды, так и новые компании.
беседовал абдусалам ибраимжанов

**66 ДЕТАЛИ 2.0
С АЛЕКСАНДРОМ СУРГУЧЁВЫМ
DUPLO DUSENSE DDC-8000**

68 PUBLISH EURASIA | НОВОСТИ

ДВЕ НОВОСТИ

Расширенные версии статей и самые свежие новости читайте на нашем сайте.

iGEN — всё...



Хerox объявила о прекращении производства печатных машин iGen 5 Press и Nuvera Press. Это решение является частью новой общекорпоративной стратегии по оптимизации операций и повышению эффективности.

Хerox сосредоточится на развитии технологий в области автоматизации рабочих процессов, услуг интеллектуальных помощников и персонализации. Компания будет уделять особое внимание программным пакетам Xerox FreeFlow Workflow Software, Predictive AI Pro и XMPie.

Выполнение заказов на iGen 5 Press и Nuvera Press будет продолжаться до

2024 года или до тех пор, пока сохранятся запасы. Завод в Вебстере будет производить запасные части и расходные материалы.

Прекращение производства печатных машин является частью стратегии по оптимизации операций и повышению эффективности. Это решение было принято после анализа финансовых результатов первого квартала 2024 года, которые оказались ниже ожиданий. Компания сообщила о продажах в размере \$1,5 млрд, что на 12,4% ниже, чем в аналогичном периоде прошлого года.

Несмотря на прекращение производства некоторых моделей печатных машин, Хerox продолжит принимать и выполнять заказы и оказывать поддержку в течение всего срока действия контрактов для листовых струйных печатных машин Xerox Baltoro HF Inkjet Press.

Отделка в стиле ИИ

На международной выставке drupa 2024 Scodix анонсировала запуск **Scodix AI**, инновационного решения на базе

искусственного интеллекта, предназначенного для автоматизации процессов декорирования и украшения полиграфической продукции.

Технология позволяет создавать дизайн полиграфической продукции даже тем, у кого нет большого опыта в работе по созданию декора для оборудования Scodix, предлагая автоматизацию данных процессов.

Scodix AI совместим с технологиями Scodix Sense и Scodix Foil, обеспечивая создание сложных текстур и персонализированных фольгированных изделий. Он работает в защищённом облачном пространстве и интегрируется с Web-to-Print решениями и онлайн-магазинами.

Запуск Scodix AI предоставляет компаниям инструмент для повышения креативности и эффективности производственных процессов. Это решение упрощает дизайнерскую работу и позволяет пользователям создавать уникальные и привлекательные продукты, укрепляя их конкурентоспособность на рынке.

MasterCutter 1070 PAS5 **НОВЫЙ** ПЛАНШЕТНЫЙ РЕЖУЩИЙ ПЛОТТЕР С АВТОПОДАЧЕЙ

■ **CCD - датчик. Автоматическое позиционирование**
Камера автоматически определяет метки, обеспечивая резку на высокой скорости

■ **Вакуумный стол из авиационного алюминиевого сплава**
Прочный, теплоизоляционный, антикоррозийный, для широкого ассортимента режущих материалов

■ **Автоматическая система подачи бумаги**
Пневматическая автоматическая система подачи бумаги, стопка до 600 листов.
Скорость подачи бумаги до 12 листов в мин.



cutting plotters
MasterCutter

ГРУППА КОМПАНИЙ РУССКОМ

+7 (495) 785-58-05 • russcom-plotter.ru • info@masterton.ru



MasterCutter расширяет формат резки

Для небольших салонов оперативной полиграфии чаще всего хватает возможностей режущих плоттеров, работающих с листами формата А2 и А3, но для средних и крупных как полиграфических, так и иных промышленных предприятий требуются более производительные устройства большого формата. ГК «РУССКОМ» начала поставки планшетного режущего плоттера под собственной торговой маркой **MasterCutter 1070 GT**. Новинка хоть и выпускается в Китае, но адаптирована согласно запросам российских заказчиков.

Прочный теплоизоляционный антикоррозийный вакуумный стол из авиационного алюминиево-го сплава, оснащён конвейерной лентой с тремя отдельными зонами вакуумного прижима

Режущая головка перемещается по двум стальным направляющим, что обеспечивает её надёжное позиционирование и точность резки до 0,1 мм

CCD-камера высокого разрешения, которая автоматически определяет метки, обеспечивая точную резку на скорости от 200 до 1300 мм/с в зависимости от свойств материала

Цифры

Габариты — **2540×1100×1100 мм**

Вес — **500 кг**

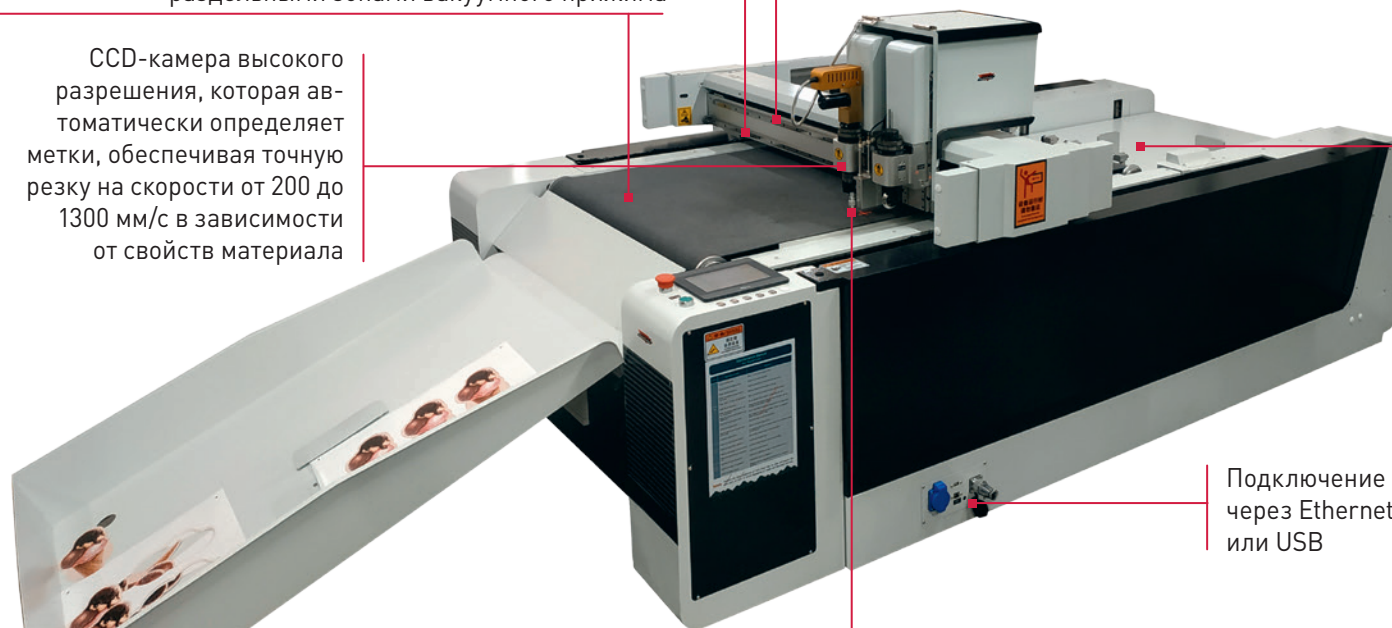
Область резки — **1000×700 мм** (есть версии со столами 1300×900 и 2500×1600 мм)

Скорость резки — **200–1300 мм/с** (зависит от свойств материала)

Макс. глубина резки — **до 20 мм**

Точность резки — **до 0,1 мм**

Пневматическая автоматическая система подачи бумаги работает со скоростью до 12 листов в минуту. В зависимости от формата используемых материалов можно задействовать требуемое число вакуумных присосок. Вакуумный насос мощностью 2,2 кВт, но степень прижима вакуумных присосок можно регулировать. Возможна ручная подача листов



Подключение к ПК через Ethernet или USB



1 Модульная голова режущего плоттера оснащена двумя серводвигателями, каждый из которых отвечает за движение своего инструмента. Также на голове дополнительно установлен флюгерный инструмент **1**. В комплект поставки входит осциллирующий **2** и биговальные инструменты **3**. Дополнительно на плоттере можно установить инструменты V-Cut для резки под углом 45 градусов **4** и Kiss Cut для резки и надсечки самоклеящихся плёнок и бумаг



Особенности конструкции

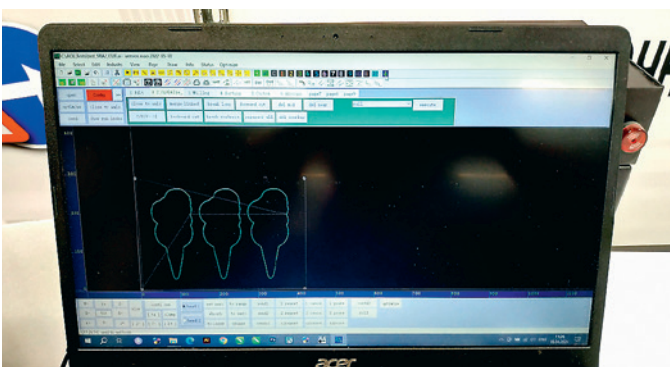


Для безопасной работы на штанге имеются специальные защитные шторки, блокирующие работу устройства при соприкосновении с препятствием

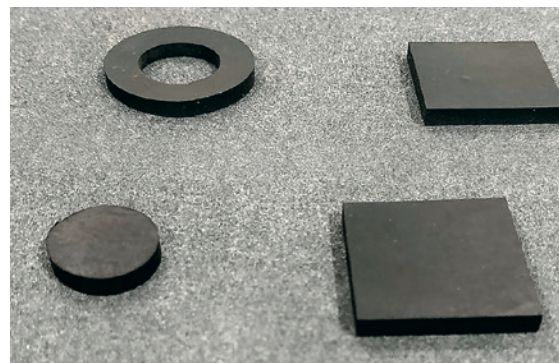


Листы после обработки поступают в объёмный приёмный лоток.

Приёмный лоток можно регулировать по углу наклона и при необходимости откатывать приёмный модуль в сторону от плоттера



Русифицированное ПО Xiao для работы с заданиями



За пару минут плоттер без проблем выполняет резку по контуру небольшой стопки наклеек для упаковки мороженого и уверенно справляется с изготовлением изделий из плотной резины толщиной 10 мм



MasterCutter 1070 GT отлично подходит для производства небольших объёмов картонной упаковки (в том числе образцов), изготовления вывесок, изделий из пенополистирола, тонкого пластика и гофрокартона, виниловых магнитных наклеек, может использоваться для кожгалантерейного производства, изготовления фоторамок, а также раскроя плотных тканей и рулонной высеки этикеток (с применением опциональной системы рулонной подачи)

RosUpack — зачем ты такой?

На фоне глобализации и всепроникающего Интернета полиграфические выставки стали угасать ещё пару десятилетий назад. Сначала региональные, потом пришла очередь национальных. И тенденция всеобщая: см. британскую IPEX, о закрытии которой было объявлено в 2018 году после «длительных консультаций с представителями отрасли». Всё шло к тому, что в каждой индустрии останется по одной крупной выставке на каждом континенте, причём проводимой не каждый год.

Михаил Кувшинов

Это, в общем, не удивительно. Выставка не просто остаётся крайне дорогостоящим мероприятием — неполная неделя обходится участнику как квартира в Москве — но и эти цены растут, как молодой бамбук. При этом маркетинговая эффективность далеко не очевидна и во всяком случае точному подсчёту не поддаётся.

Тем не менее в 2023 году в России тенденция сменилась и RosUpack/Printech просто расцвёл, не уместившись в заранее отведённой площади и выплеснувшись в соседний павильон. А предстоящая выставка 2024 года будет не просто больше — намного больше и по площадям, и, особенно, по представленному оборудованию. Как так? Ответ в том, что сегодня сложилась уникальная для успеха выставки ситуация.

Конец иллюзий

В 2022 году многие верили в возвращение status quo ante. В 2023 году новая реальность была только-только сформирована, ещё не застыла. В 2024 году она приобретает твёрдость гранита. Иллюзии о возврате к старому рассеяны полностью. Старые заслуги поблекли. Если вы остаётесь в бизнесе печати или производства этикетки/упаковки, самое время чётко понять, кто есть кто в новой реальности. Выставка — возможно, лучший инструмент для этого. Здесь не телеграм-канал или интернет-сайт, где полторы калекки могут представляться международной корпорацией. Поставщика, развернувшего на выставочном стенде тяжёлое, реально работающее «железо», трудно спутать с не явившимся или снявшим «курятник».



Отреставрированная скрепами ваза. Нанкин, ок 1750 г.

Фактор джура

Когда-то, в ушедшей реальности, проводить национальную выставку через месяц после джура большого смысла не имело: почти все уже увидели мировые новинки, тем, кто не смог вырваться, подробно рассказали. В 2024 г. в Германию поедет кардинально меньше полиграфистов. Но и те, кто поедут, купить там почти ничего не смогут.

А интерес подогрет, сфокусирован. И RosUpack способен его удовлетворить и для поставщиков, и для полиграфистов.

2023

2022 год стал годом шока, и многие провели его в попытке освоения японской техники «кинцуги», склеивая что-то из черепков. К лету стало понятно, что склеить не получится, как минимум, пока молоток продолжает бить. Но иллюзии многим стоили потери темпа.

Мы, в «НИССА Центрм», конечно, не могли предсказать столь масштабные перемены. Но уже всерьёз на Китай смотрели: в ноябре 2021 года заключили договор с Hanglory на поставку гофропринтеров. Чуть позже сотрудничество было расширено на другие продукты корпорации, прежде всего для цифровой печати этикетки. А затем успех в цифровой этикетке в свою очередь развили на флексонаправление с LabelSource, лидером китайского рынка. Конечно, с Китаем работали и многие другие поставщики. Те, кто не потерял темпа в 2022-м, в 2023 году уже успели продать первые единицы новых интересных продуктов. И, по доброй традиции, заодно показать их на выставке. А полиграфисты и производители упаковки



уже оправившись от шока, решили самые насущные вопросы с расходными материалами и пришли посмотреть, что же их ждёт.

Рынок тяжёлого полиграфического оборудования, уж простите за тавтологию, инертный. Контракты от первого проявленного интереса до ввода в эксплуатацию занимают месяцы, если не годы. Убедить клиента вложить деньги — и немалые — в оборудование нового для рынка производителя — тем более. Поэтому, даже начав перестройку продуктового портфеля летом 2022 года, показать реальное «железо» через год на RosUpack 2023 было непросто. Поэтому оборудования на той выставке было не очень много. И есть исключительно важная деталь: между «показать новинку, уже проданную кому-то», и «показать машину, которая пойдёт в демоцентр», — дистанция огромного размера.



Ваза времён императора Цяньлуна (1736–1795 годы)

Примерно как между «государем» и «милостивым государем». Заказчик эту разницу чётко понимает. По итогам 2023 года оценили это и несколько поставщиков.

2024

В этом году на выставке будет не просто очень много оборудования. Рискну сделать прогноз, что его привезут гораздо больше, чем и в 2023-м, и в 2025-м. У «НИССА Центр» запланирован самый большой

стенд за десятилетие. На нём будет расставлено содержимое несколько фур «железа», впервые показываемого в России. Но я смотрю на план павильонов и вижу немало других больших стендов. И знаю, что они также будут плотно заняты оборудованием. Так что для любого человека из нашей индустрии не посетить RosUpack 2024 — себя обмануть. ▣



РУЛОННЫЕ ПРИНТЕРЫ PLATINUM

НАДЕЖНЫЙ ПРИНТЕР ДЛЯ БЕЗУПРЕЧНОЙ ПЕЧАТИ РЕКЛАМЫ И BACKLIT
LIYU PLATINUM PCT LED



Продуманная промышленная конструкция для работы 24/7
Ширина печати до 3200 мм
Комплектация под задачи печатными головками на выбор:
Konica Minolta 1024i / Ricoh Gen5 / Ricoh Gen6
До 8 цветов (СМУК + LC + LM + Белый и Бесцветный)

Встроенная подсветка для контроля печати на просвет
Надежная система подачи и натяжения материала
Технология пропуска белых полей по двум осям для увеличения производительности. Защита каретки от касания материала.
Яркие стойкие чернила с сертификатом GreenGuard Gold

Платиновая серия

Компания **LIYU** выпускает серию УФ-принтеров **PLATINUM** различной конструкции: рулонные, гибридный и, наконец, планшетный **PLATINUM KC**. Эти принтеры являются альтернативой более дорогим решениям западных компаний. С 2022 года оборудование серии PLATINUM поставляется в Россию через представительство LIYU Russia и его официальных партнёров, каждый из которых имеет склад запасных частей и штат высококвалифицированных инженеров для обслуживания и ремонта оборудования.

В принтерах серии PLATINUM гармонично сочетаются качество печати, скорость работы и долговечность оборудования.

Планшетный принтер PLATINUM KC предназначен для качественной УФ-печати по различным листовым жёстким материалам толщиной до 100 мм: мебельным фасадам, для имитации витражей на стекле, для этикеток, промышленных табличек и многим другим изделиям.

Числа и возможности

Формат рабочего стола — **3050×2050** или **2500×1250 мм**

Макс. толщина запечатываемого материала — **100 мм**

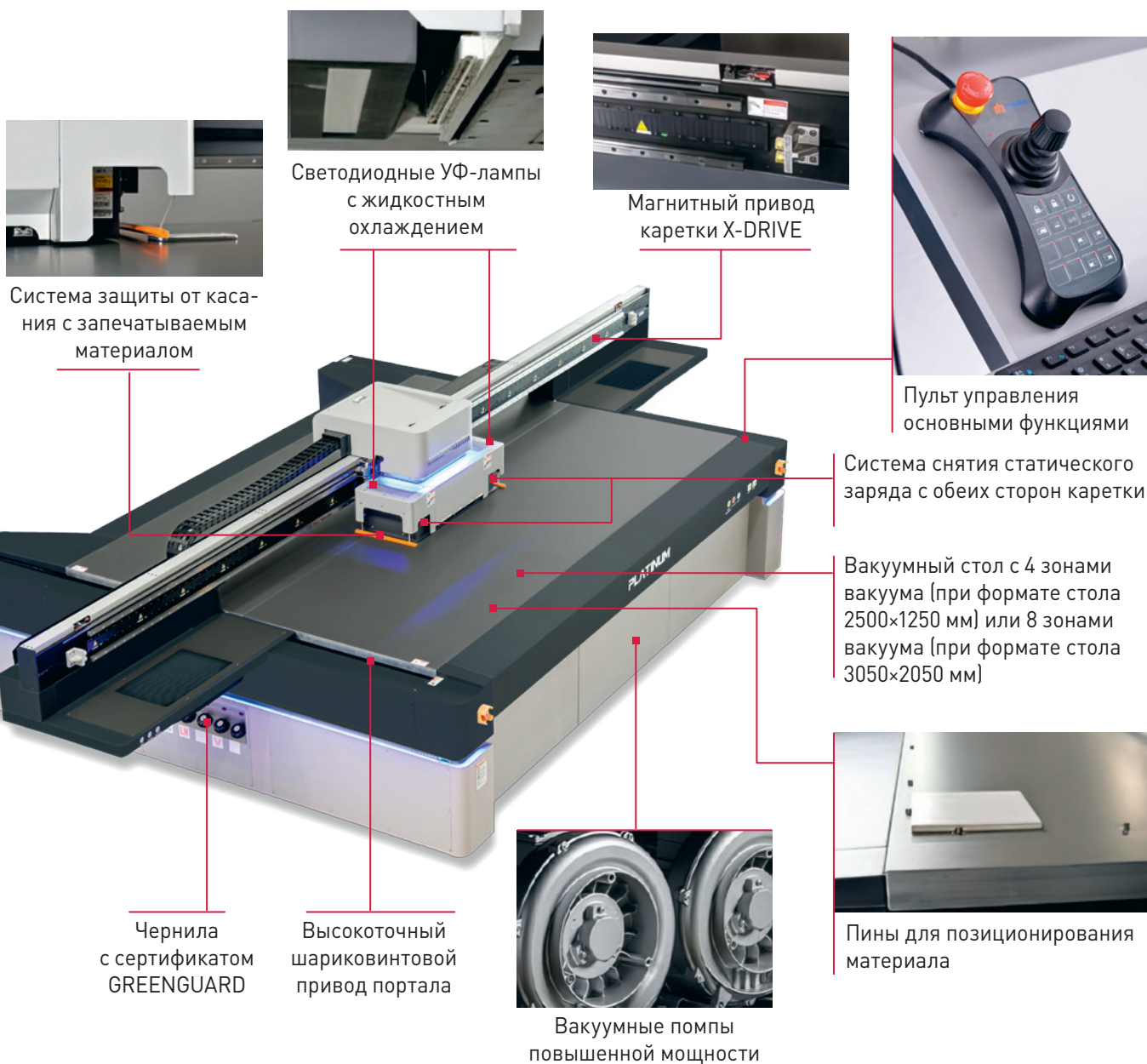
Цветовая конфигурация — **CMYK, 2CMYK, CMYKLCmWCl**

Максимальное разрешение печати — **2880** или **2400 dpi**

Макс. скорость печати — **120 м²/ч** (2PASS Feather 635×1200 dpi (GEN6))

Электропитание — **220 В**

Вес — **2000** или **1700 кг**



Светодиодные УФ-лампы с жидкостным охлаждением

Магнитный привод каретки X-DRIVE

Система защиты от касания с запечатываемым материалом

Пульт управления основными функциями

Система снятия статического заряда с обеих сторон каретки

Вакуумный стол с 4 зонами вакуума (при формате стола 2500×1250 мм) или 8 зонами вакуума (при формате стола 3050×2050 мм)

Чернила с сертификатом GREENGUARD

Высокоточный шариковый привод портала

Вакуумные помпы повышенной мощности

Пины для позиционирования материала

В зависимости от решаемых задач при покупке принтера клиент может выбрать наиболее подходящие печатающие головки: Konica Minolta 1024i (объём капли — 13 пл)/1024a (6 пл) или RICOH GEN5 (7 пл)/RICOH GEN6 (5 пл).

В качестве растрового процессора используется ПО Photoprint или Caldera.



к содержанию



Intec ColorCut FB1180T — НОВЫЙ ФЛАГМАН

С весны 2024 г. в России начались поставки **ColorCut FB1180T** — флагманского планшетного принтера **Intec** нового поколения.

Этот плоттер формата В1+ выполняет надсечку и сквозную резку, биговку и перфорацию. Подходит как малым, так и более солидным предприятиям для изготовления прототипов, коротких и средних тиражей этикеток, наклеек, ярлыков, упаковки, POS-материалов и другой продукции.



Подставка
входит
в комплект

Цена
в апреле 2024 г. —
1 994 400 руб.
Гарантия —
2 года

Числа и возможности

Макс. формат обрабатываемого материала — **800×1100 мм**

Макс. толщина материала — **3 мм**

Макс. плотность бумаги и картона — **800 г/м²**

Макс. глубина реза — **1,2 мм — флюгерным ножом, 3,0 мм — тангенциальным ножом**

Макс. формат реза — **680×1020 мм**

Макс. скорость реза — **1200 мм/с**

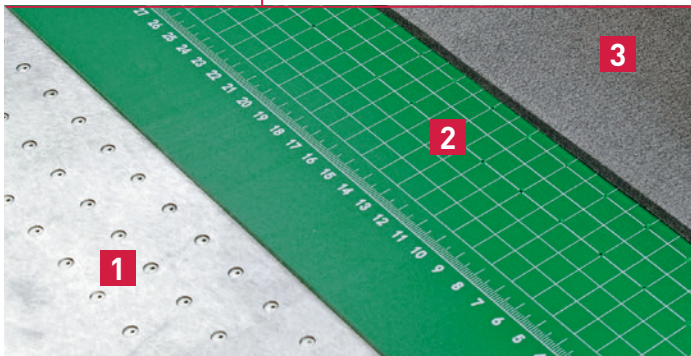
Макс. давление на нож — **2500 г**

Макс. давление при биговке — **2500 г**

Характеристики питания — **220 В, до 1,3 кВт**



Удобная 7-дюймовая сенсорная панель управления

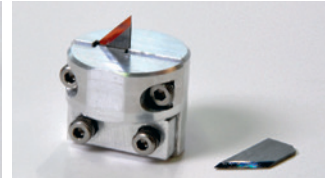


- 1** Рабочий стол с мощным вакуумом (1000 Вт) обеспечивает хорошую фиксацию обрабатываемых материалов.
- 2** «Самовосстанавливающийся» коврик хорошо подходит для разрезания этикеток.
- 3** Войлочный коврик для работы с бумагой, картоном, пластиками

Рабочая каретка может нести как флюгерные, так и активные тангенциальные инструменты, позволяющие работать с толстыми материалами



Рабочие инструменты для биговки



Рабочие инструменты для резки

Плоттер поставляется в комплекте с пакетом программного обеспечения **ColorCut Pro 5**. Включает лицензию на программное обеспечение для двух дополнительных пользовательских мест.

ColorCut Pro 5 содержит множество функций, облегчающих проектирование и производство. Например, можно производить резку сразу нескольких листов.

Можно выполнять задания с компьютера или из файлов, хранящихся во внутренней памяти, или с USB-накопителя.

Усовершенствованная система регистрации приводных меток ARMS 8-го поколения использует систему ПЗС-камер высокого разрешения для считывания QR-кодов для мгновенного поиска заданий, а также точно считывает приводные метки, корректирует линейные, масштабные, наклонные и вращательные/угловые позиционные различия, адаптируя вырезанный файл по мере необходимости.

Термо-крафт-формат

Как небольшие термопрессы помогают любителям и профессионалам.

Светлана Белова



ECONOPRESS CRAFT MINI



ECONOPRESS CRAFT

Сегодня сложно представить современное производство одежды, аксессуаров или сувениров без применения такого оборудования, как термопресс. В зависимости от комплектации, термопрессы подходят для изготовления большого спектра продукции: от текстильных изделий, таких как футболки, худи, брюки, кепки, рюкзаки и шоперы, до подарочных кружек, тарелок, плакатов, кристаллов и чехлов для телефонов с различными принтами, выполненными сублимационным методом переноса.

Однако, ввиду дороговизны и масштабов, до недавнего времени термотрансферные технологии были доступны исключительно производственным компаниям, оставляя частным мастерам нишу «уютга» и расходников бытового уровня.

Внедрение профессиональных технологий на рынок рукоделия напрашивалось уже давно, но своё активное развитие получило в период изоляции, связанной с пандемией COVID-19, когда домашнее мастерство из разряда хобби для многих стало популярным видом заработка.

Сегменты «крафт» (рукоделие) и DIY (Do It Yourself — «сделай сам») на сегодняшний день актуальны: помимо традиционной аудитории людей среднего возраста, мы наблюдаем огромный интерес к ней со стороны молодых творческих людей. Ведь ручной труд, талант и мастерство автора, дизайны и принты в единичных экземплярах делают изделие уникальным и особенным в глазах потребителя.

«ЗЕНОН — Рекламные поставки», поставщик термотрансферных материалов и оборудования для профессионального рынка, предлагает для реализации всех идей рукодельников целую группу материалов для hand-made и, в первую очередь, оборудование для термопереноса крафт-формата под собственным брендом **ECONOPRESS**. Его легко узнать по позитивному красно-белому дизайну.

Термопресс ECONOPRESS CRAFT

Является форматным ручным термопрессом, предназначен для печати по текстильным изделиям, металлическим пластинам и прочим плоским поверхностям. Помимо этого, его активно применяют в шитье, например, при дублировании тканей.

Термопресс CRAFT — компактный сам по себе, а размер плиты составляет 25×30 см, что позволяет наносить принты формата А4 за один раз. Мощность пресса — 1000 Вт, стандартное сетевое напряжение — 220 В. Максимальная температура нагрева — 200–205 °С, и этого достаточно для всех известных методов термопереноса: от работы с термопленками до сублимации.

Комплектация поставки включает в себя: собственно термопресс, термостойкую базу, на которой располагается термопресс, и коврик. ECONOPRESS CRAFT пресс является полностью цифровым, и все параметры переноса, включая температуру и время, программируются с помощью электронного меню.

Термопресс ECONOPRESS CRAFT MINI

«Младший брат» пресса CRAFT — компактный ручной термопресс с плитой каплевидной формы размером около 6×9 см. Этот термопресс также, как и CRAFT, предназначен для работы по плоским поверхностям, и, помимо работы с текстилем и сувенирами, его можно применять для приваривания термостраз, принтов к неровным поверхностям типа бейсболок и разглаживания мелких деталей и складок.

Модель рассчитана на работу с отпечатками небольшого формата и для переноса в труднодоступных для классического термопресса местах. Управление пресса также полностью цифровое.

В комплектацию входят термопресс CRAFT MINI, пластиковый футляр, термоупорная база, коврик,

защитный тканевый чехол и пульверизатор для жидкостей.

Его мощность — всего 300 Вт. Термопресс имеет несколько параметров температурного режима, и максимальный — 210 °С. Это позволяет делать перенос изображений различными методами: работать с термобумагами, термоплёнками, трансферами DTF и сублимацией.

ECONOPRESS CRAFT COMBO 3D

Этот пресс — универсальное оборудование для нанесения изображения путём трансферного переноса на различные предметы. Причём поверхность может быть как плоской, так и криволинейной. С его помощью можно декорировать: футболки, сумки, подушки и любой другой текстиль, а также кружки, фляжки и бутылочки, рюмки, тарелки, камни, кристаллы, объёмные чехлы от телефонов и планшетов и многое другое.

Универсальность достигается конфигурацией пресса, где помимо собственно плоского пресса, похожего по форме на ECONOPRESS CRAFT, в комплект входит нагревательная камера для работы с криволинейными поверхностями. При переносе методом сублимации при помощи вакуумного прижима или с помощью манжет, плоская насадка выполняет роль нижней нагревательной плиты, а при



Купи — и сразу делай! Дополнительное оборудование или аксессуары просто не требуются, всё уже включено в комплект ECONOPRESS CRAFT COMBO 3D

работе с плоскими заготовками или текстилем — выступает как отдельный инструмент.

Комплектация ECONOPRESS CRAFT COMBO 3D включает в себя: основное устройство вместимостью до двух кружек классического размера, лотки и силиконовые листы для вакуумного переноса, плоский термопресс с размером плиты 18×20 см, жаропрочная подставка под плоский термопресс, тканевый термоупорный коврик для переноса на плоские заготовки, комплект аксессуаров (зажим-манжеты для кружек, насадка для термосов, насадка для пивных кружек и кружек с увеличенным объёмом, термоупорные перчатки).

Максимальная мощность пресса — 800 Вт. Диапазон выставяемой температуры колеблется от

40 до 220 °С, таймер — до 16 минут. Такой диапазон параметров позволяет осуществлять перенос с применением всех известных на сегодняшний день технологий: термоплёнками, термобумагами, методом шёлкотрафаретного и DTF-трансфера, сублимацией. А также дублировать ткани, разглаживать текстиль, то есть занять пресс в швейном процессе.

Неутюг

Термопрессы CRAFT — это профессиональное оборудование в доступном для каждого формате. Керамическая пластина обеспечивает равномерный нагрев по всей поверхности плиты. Тефлоновое покрытие на плите препятствует прилипанию принтов и ткани. Цифровое меню даёт лёгкость и удобство управления таймером, температурой и давлением, производит запись настроек.

Компактные размеры каждой из моделей ручных прессов, их лёгкость, портативность и низкое энергопотребление позволяют брать оборудование на выездные мероприятия, работать в ограниченном пространстве или дома. Простота управления, надёжность и производительность делают линейку ECONOPRESS CRAFT хорошим помощником и в сфере рукоделия и творчества, и в малом бизнесе с выходом на маркетплейсы.



Помимо этого, термопрессы CRAFT являются отличным дополнением к основному парку оборудования у средних и крупных производств. С их помощью можно выполнить малотиражные заказы или образцы для согласования с заказчиком перед изготовлением крупной партии. Прессы используют и при декорировании одежды или аксессуаров в труднодоступных местах изделия: узких деталях кроя, около молний, козырьков, планок, ведь данные модели имеют одну основную нагревательную плиту.

Термопрессы craft-формата — хороший ответ на актуальный запрос времени: популяризация и доступность профессиональных технологий для всех желающих. ▣



к содержанию



Стремительный и надёжный



В 2023 г. в России стала доступна линейка планшетных УФ-принтеров AGFA Onset Grizzly X HS, в том числе самый могучий из них — **Onset Grizzly X3 HS**.

Этот планшетный УФ-принтер, изготовленный в Англии, отличается оригинальной конструкцией, которая обеспечивает ошеломительную скорость печати. Подвижный вакуумный стол пронесет лист запечатываемого материала под неподвижными печатающими головками, покрывающими всю ширину рабочего стола. В случае, если необходимо повысить разрешение печати, она происходит в несколько проходов. В режиме Express (два прохода) печать полного формата занимает менее 9 секунд.

Принтер работает не только быстро, но и надёжно: прочная и стабильная конструкция позволяет работать в режиме 24/7.

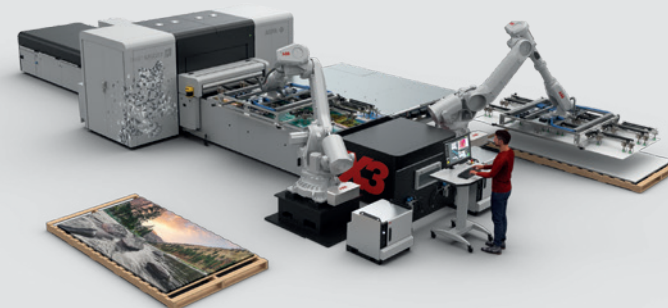
Onset Grizzly X3 HS подойдёт компаниям, специализирующимся на изготовлении упаковки, в том числе из гофрокартона, вывесок, дисплеев и прочей POS-графики и многих других видов продукции. Благодаря УФ-технологии печати этот принтер может печатать на разнообразных материалах, в том числе на мелованной бумаге плотностью от 200 г/м².

В зависимости от режима печати можно получить как глянцевый, так и сатиновый отпечаток.

Разумеется, печать на этом принтере выгоднее офсетной на коротких тиражах. Но не менее важно, что при работе с большими форматами цифровая технология становится просто незаменимой, к тому же она позволяет наносить изображение непосредственно на толстые и жёсткие материалы.

ONSET GRIZZLY X3 HS производится на заводе в Англии, который принадлежит AGFA с тех пор, как в апреле 2022 г. она купила компанию Inca Digital Printers.

Ещё одно важное преимущество данного принтера заключается в том, что он представляет собой комплексное решение от единого поставщика: чернила, печатающее устройство, ПО для управления цветом идеально подобраны друг к другу, что гарантирует безупречное качество печати, надёжность работы и стабильность качества, экономное потребление расходных материалов. В итоге пользователь получает оптимальную стоимость владения устройством.



Числа и возможности

Макс. формат печати — **3220×1600 мм**

Макс. толщина запечатываемого материала в ручном режиме — **48 мм**, в автоматическом режиме — **18 мм**, с использованием роботизированного загрузочного устройства — **1,5 мм**

Макс. вес запечатываемого материала — **20 кг** (при снижении скорости печати — до 80 кг)

Цветовая конфигурация — **3СМΥК, 3СМΥК + LcLm, 3СМΥК + LcLm + 2W**

Размер капли — **14 пл**

Количество печатающих головок — **до 392 шт.**

Макс. разрешение печати — **1000 dpi** (возможна печать текста от 4 pt)

Макс. скорость печати — **1449 м²/ч** или **283 стола в час** (при печати в 2 прохода).



[к содержанию](#)



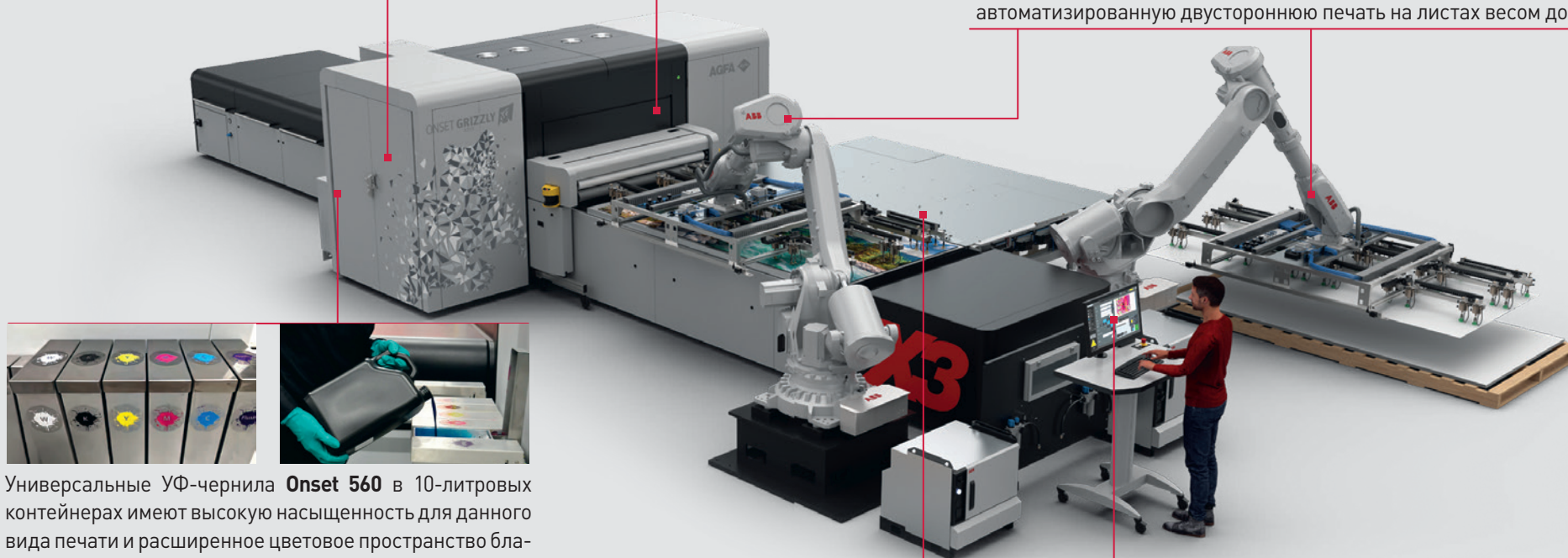
Две автоматизированные станции чистки, каждая из которых занимает половину линейки печатающих головок



Печатающие головки **Dimatix 256 QS14** перекрывают всю ширину рабочего стола



Onset Grizzly X3 HS можно модернизировать уже в ходе эксплуатации. На выбор имеется множество вариантов автоматизации. Система видеокамер на опциональном роботизированном загрузочном устройстве позволяет полностью автоматизировать печать листов толщиной до 1,5 мм. Также доступна опция для облегчения разделения листов при работе с проблемными материалами. Опция High-5 поддерживает полностью автоматизированную двустороннюю печать на листах весом до 5 кг



Универсальные УФ-чернила **Onset 560** в 10-литровых контейнерах имеют высокую насыщенность для данного вида печати и расширенное цветовое пространство благодаря особой технологии диспергирования пигментов. Белые чернила имеют высокую кроющую способность. Также их отличает хорошая гибкость, устойчивость к износу и безопасность, подтвержденная сертификатом GREENGUARD Gold. У чернил Onset 560 хорошая адгезия ко многим материалам, но для особо сложных материалов у Onset Grizzly X3 HS есть опциональная возможность нанесения праймера

Мощный вакуумный стол имеет 25 (!) независимо управляемых зон. Эти зоны автоматически настраиваются графическим интерфейсом в зависимости от количества, размера и положения запечатываемых листов



Управление осуществляется с единой подвижной консоли, оснащенной 27-дюймовым сенсорным монитором. Простой в использовании графический интерфейс помогает оператору управлять настройками принтера, оптимизировать обработку материалов и следить за выполнением заданий печати

Типография и маркетплейс — это сила?

Сразу скажу, что лично я считаю, что почти всё можно сделать успешным проектом, если приложить для этого достаточно внимания. Поэтому если хочется просто выкинуть весь хлам остатков с производства, то лучше отвезти это в церковную школу или в детские клубы с мастер-классами. Всё больше плюсики к полиграфической карме, чем пытаться выстроить бизнес на том, на что не хватает должного внимания руководителя.

Катия Шведова

Но если всё-таки вы подумываете выйти на маркетплейс, давайте разбираться с азов: а какие цели у этого выхода? Сразу хочу сказать — я не владелец типографии, я не организатор печатных процессов. Но! Всю свою жизнь меня приглашали компании как креативщика для поиска нестандартных решений, когда все стандартные перестают работать. Возможно, именно благодаря тому, что я не погружена в процесс изнутри, я и могу направить в паттерн профессиональной деформации новую волну. Возможно.

Итак, я вижу два основных варианта создания нового направления. Может, они натолкнут вас на создание ещё большего количества вариантов.

Оптимизация расходов. Это когда расходная часть бюджета типографии за счёт стоимости материалов такая большая, что проще поставить отдельного человека для курирования нового направления, и это всё равно будет выгоднее, чем ничего с этим не делать. Все мы понимаем, что можно увеличивать маржинальность продукта как минимум в две стороны: увеличение цены или снижение себестоимости. Все обрзки от порезанных из листов формата 70×100 см дизайнерских бумаг в «цифровой» SRA3, остатки от закупленных материалов, которые занимают полки, ну или банально отбракованные листы, — всё это про рост маржинальности за счёт уменьшения расходов. Иногда залежавшаяся бумага — это неиспользованный оборот для закупки ходовой бумаги и уменьшения стоимости логистики под каждый заказ.

Что с этими остатками делать для маркетплейсов:

- наборы бирок;
- этикетки;
- мини-открытки;
- упаковочные материалы (пакеты, коробки, бумага);
- набор картинок 1.

Создание отдельного направления для маркетплейсов за счёт возможностей производства. Например, есть большое количество готовых вырубных штампов для коробок и можно вырубать их сразу наборами по 10 штук. Или есть много вариантов штампов для тиснения, которые могут быть универсальными. С ними хорошо заходят открытки, упаковочные материалы для брендов, которые не могут позволить себе индивидуальные раздаточные материалы. Бумага тишью, которая нарезается под запросы мастериц ручной работы и продаётся готовыми наборами. Блокноты, ежедневники, тетради, открытки, универсальные стикеры и наклейки. Интересный факт, что большинство мини-брендов и рукодельниц, которые выходят на маркетплейсы, как раз и становятся покупателями этой продукции. Без бирки и упаковки их просто не пропустят с товарами на «Озон» и «Вайлдберриз».

На самом деле есть ещё один вариант — это смешанный тип. То есть можно создавать продукцию специально для маркетплейсов, но с эффективным использованием накопленных «бросовых» материалов. Я искала на рынке производства, которые используют эту систему заработка на маркетплейсах, съездила посмотреть, изучила данные по оборотам и поспрашивала про окупаемость и их мнение на счёт такого направления работы. Делюсь теперь с вами.

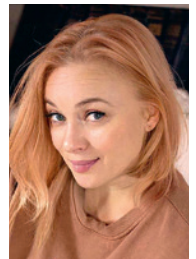
Daykerov (г. Энгельс). Я лично увидела на производстве, как для направления маркетплейсов специально выделены сотрудники: на сборку, на обработку, на логистику. Вот что говорит Ольга, основательница Daykerov: «Продаём бирки-пустышки, открытки, готовые сезонные стикеры (например, на Новый год). Не могу сказать, что это супернаправление, за которое

мы бьёмся как вид деятельности, но при этом с рентабельностью в 20% мы работаем в оборотах до полумиллиона рублей. То есть это то, сколько остаётся после выплат зарплат, расходов, пересылок и прочего. При этом мы не вкладываем туда много сил, потому что у нас своё производство, и это просто часть рабочего ежедневного процесса».

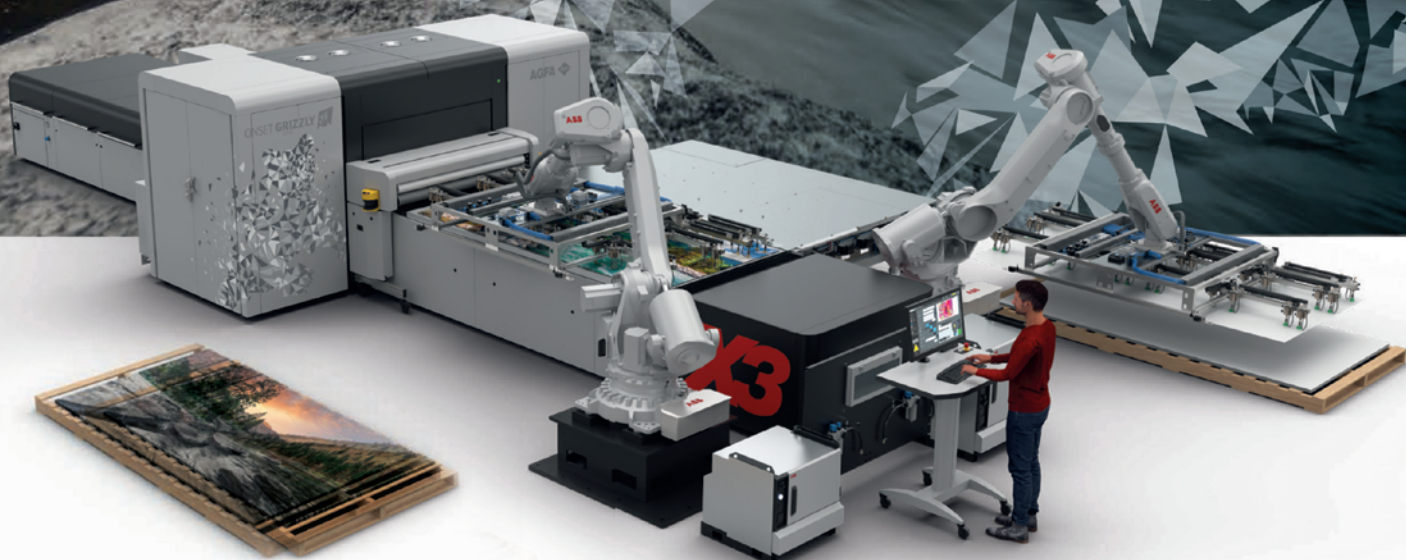
«Помидор» (г. Санкт-Петербург) [см. *Никонова Е. Дружелюбный «Помидор»* // Publish № 12, 2023]. Здесь маркетингом выхода на маркетплейс занимается отдельный сотрудник и пока это направление в процессе тестирования. Вот что говорит тоже Ольга, управляющий директор типографии: «Срок окупаемости выходов на маркетплейс обычно год. Поэтому судить об удаче или неудаче будем чуть погодя. За время нашей работы были минусовые летние месяцы, но были и хорошо плюсовые. Наша типография осознанно тестирует этот способ заработка и понимает риски. Ну а как ещё найти новую точку прибыли?» Продукция, которую можно купить на «Вайлдберриз» и «Озон» от типографии «Помидор»: планинги, наборы наклеек, готовые блокноты, игральные карты и карты таро, конверты, календари и многое другое.

Надо ли выходить типографиям на маркетплейсы или нет — зависит от цифр, которые считают руководители, и их готовности тестировать новые гипотезы. ▣

Об авторе:
Катия Шведова,
полиграфист-
креативщик,
основательница
Школы креативной
полиграфии
«Catie School».



Могущественный от природы



ONSET GRIZZLY X HS



Тип	Планшетный УФ-принтер
Скорость	До 1450 м2/час
Формат	Листы до 322 x 160 см
Цветность	СМУК 2х СМУК 3х СМУК Опционально LC, LM и Белый цвет
Автоматизация	Да
Модернизация	Да
Различная конфигурация	Да

Onset Grizzly X HS поражает воображение производительностью и высоким уровнем автоматизации, как и медведь гризли, обладает огромной силой, приспособляемостью к внешним условиям и выносливостью. Благодаря возможностям оборудования, вы сможете без труда справляться с высокими производственными нагрузками, работать с большими объемами печати графики и упаковки.

AGFA 

г. Москва, Дербеневская наб., д. 7, стр. 22
Тел: +7 (495) 212-26-82, +7 (495) 212-26-83

Два загадочных режима GREP-поиска

Если вы при работе в индизайне используете GREP-поиск, то в списке опций поиска наверняка видели режимы со странными названиями «однострочный поиск» и «многострочный поиск». Странными — потому что эти названия совсем не просто соотнести с действиями, выполняемыми при выборе данных режимов. В результате далеко не все пользователи используют эти интересные возможности поиска.

Михаил Иванович

Режимы однострочный (Single-line) и многострочный (Multiline)

Да, в индизайне эти сходные по написанию слова пишутся по-английски именно так: одно слово с дефисом, второе слитно.

При знакомстве с этой опцией может возникнуть непонимание. Первое предположение наличия двух режимов — однострочного и многострочного — используется или первый, или второй. Но на самом деле эти режимы не являются взаимоисключающими: они используются одновременно, и каждый из них или включён, или выключен, у них разные области действия.

Состояние режима «однострочный» влияет на обработку метасимвола `.` («точка» — совпадение с любым символом). Режим «многострочный» определяет обработку маркеров положения: `^` (начало абзаца) и `$` (конец абзаца).

Однострочный режим

`(?-s)` однострочный режим выключен, это стандартное состояние обработки грегп-

Когда однострочный режим выключён, поиск с использованием метасимвола `.` (точка) выполняется в пространстве абзаца, в котором стоит курсор. Аналогия — каждый абзац в статье является отдельной строкой.

Когда однострочный режим активен, поиск с использованием метасимвола `.` (точка) выполняется в пространстве всей статьи. Статья превращается в одну строку.

запросов: оператор `*` выбирает все символы, начиная от текущей позиции до конца абзаца, но сам конец абзаца в выборку не попадает.

`(?s)` одиночный режим включён, в выборку попадает и знак перевода строки. Т. е. будет выбран весь текст от точки курсора до конца статьи. А если курсор не в тексте, а выбран фрейм, то будет выбрана вся статья.

Важно: если в тексте запроса нет метасимвола точка, то не имеет значения, какой вариант однострочного режима сейчас установлен.

Многострочный режим

`(?m)` многострочный режим включён, это стандартное состояние обработки грегп-запросов, знаки `^` и `$` определяют начало и конец абзаца.

`(?-m)` многострочный режим выключен, знак `^` интерпретируется как `\A` — маркер начала статьи, а знак `$` как `\Z` — маркер конца статьи.

Важно: если в тексте запроса нет метасимволов `^` и `$`, то не имеет значения, какой вариант многострочного режима сейчас установлен.

Совместное использование режимов

Если в тексте запроса есть точка и хотя бы один из двух знаков `^` или `$`, то можно определить, как эти режимы будут взаимодействовать.

Очевидно, что возможны четыре их сочетания

Вариант включения каждого из режимов	Область действия метасимволов \wedge и $\$$	Символы, которыми могут быть \cdot (точка)
$(?s)(?-m)$	статья	любой знак
$(?-s)(?-m)$	статья	любой печатный знак
$(?m)(?-s)$	строка	любой печатный знак
$(?sm)$	строка	любой знак

Допустим, есть такие запросы поиска $\{10\}\$$ и $\wedge\{12\}$ и вот такой текст:

123456789ABCDEF

123456789ABCDEF

12345678

123456789ABCDEF

123456789ABCDEF

Поиск всегда начинается с текущей позиции курсора.

$(?s)(?-m).\{10\}\$$ Будут выбраны последние десять знаков статьи. Поскольку точка работает как любой знак, то если последним символом статьи будет перевод строки, то он тоже попадёт в выборку.

$(?-s)(?-m).\{10\}\$$ Если последний знак статьи не является переводом строки, то будут выбраны последние десять знаков статьи. И т. к. точка работает как печатный знак, то если последним символом статьи будет перевод строки, то ничего выбрано не будет, поскольку среди последних десяти символов

Для понимания

Если есть два абзаца

Фраза

Слово

то любой из запросов $\cdot+$ или $(?-s)\cdot+$ найдёт сперва абзац Фраза, а потом абзац Слово. В выборке будут только печатные знаки.

А если у нас такой запрос $(?s)\cdot+$, то он будет видеть этот текст так, в виде одной строки:

Фраза\ Слово

и этот запрос выберет все знаки в этой строке.

Строки \wedge фраза и $(?m)\wedge$ фраза обозначают поиск текста *фраза* в начале *любой строки*.

Строки \cdot слово $\$$ и $(?m)\cdot$ слово $\$$ обозначают поиск текста *слово* в конце *любой строки*.

Строка $(?-m)\wedge$ фраза обозначает поиск текста *фраза* в начале статьи. Строка $(?-m)\cdot$ слово $\$$ обозначает поиск текста *слово* в конце статьи. Очевидно, что эти запросы можно переписать иначе, сделав их более понятными: \wedge фраза и \cdot слово $\$$.

есть знак перевода строки, а он не входит в множество знаков, охватываемых метасимволом *точка*.

$(?m)(?-s).\{10\}\$$ Будут выбираться последние десять знаков каждой строки. Перевод строки в выборку не входит.

$(?sm).\{10\}\$$ Если поставить курсор в начало тестового текста, то будут выбираться последние десять знаков каждой строки. Но если, например, поставить курсор после буквы А во второй строке, то запрос выде-



Принтер-Плоттер.ру

— Ваш надёжный поставщик печатной и постпечатной техники

Поможем выбрать оптимальное решение под Ваши задачи и бюджет

- ✓ Официальный дилер **всех** ведущих брендов
- ✓ В числе **лучших** сайтов по печатной технике
- ✓ Более **10** лет на рынке
- ✓ Собственные **склад / сервисный центр / демо-зал**
- ✓ Подбор **комплексных** решений под производство
- ✓ Расчет **полной стоимости** владения
- ✓ Экспертная **консультация** и сравнение моделей

www.printer-plotter.ru

info@printer-plotter.ru

8 (495) 565-35-74

8 (800) 775-35-94



лит следующие десять знаков: буква F, перевод строки и восемь цифр третьей строки. Почему так происходит? Запрос ищет конец абзаца; находит его в конце строки, где он стоит; оценивает число знаков перед

этим концом абзаца не только на предмет, есть ли нужное число, но и где находится текущая точка вставки. В нашем случае точка вставки попадает в эти десять знаков, значит, этот перевод строки не подходит. Он ищет следующий, так же проверяет десять символов перед ним, не попадает ли в них текущая позиция курсора. Если нет, то они выделяются.

В этом примере мы поставили курсор после буквы А. Такой же результат будет до буквы F. Но как только курсор после F, он попадает в пространство десяти знаков перед переводом строки, и запрос ищет в тексте следующий перевод строки.

`(?s)(?-m)^\{12}` Поиск в статье, ищутся все знаки в тексте. Знак `^` интерпретируется не только как начало абзаца, но и как `^r`, поэтому этот запрос последовательно выделяет сперва 12 знаков с начала статьи, а потом все последовательности из двенадцати знаков, начинающихся с `^r`.

По умолчанию многострочный режим включён, а однострочный выключен, это верно. Но большое число задач с использованием этих режимов привело к обоснованному предположению, что любая команда работы с этими режимами изменяет трактовку метасимвола `^`: на время действия запроса с этими командами `^` это не только начало статьи, но и эквивалент знака `^r`. В запросах с командами этих режимов оператор `^` работает как `(^|r)`.

`(?-s)(?-m)^\{12}` Поиск в статье, любой печатный знак. Поскольку «любой печатный знак», т. е. перевод строки в выборку не попадёт, то этот запрос выберет только первые двенадцать символов первой строки, если длина строки больше 12.

`(?m)(?-s)^\{12}` Поиск в строке, любой печатный знак.

Ищутся двенадцать текстовых символов в начале каждого абзаца. Если абзац короче, он пропускается.

`(?sm)^\{12}` Поиск в строке, любой знак.

Выбираются двенадцать символов в начале каждого абзаца. Если абзац короче, то в выборку попадёт перевод строки и несколько символов следующего абзаца.

Конечно, приведённые примеры вряд ли встретятся в реальной вёрстке. Но они полезны для того, чтобы понять особенности использования этих режимов.

Требуется уточнение

В начале было сказано, и это взято из документации, что состояние *многострочный режим* включено по умолчанию. Вся ли это информация об этом режиме?

Вот задача: найти каждый первый пробел в абзацах и запрос для её решения: `^(+?)\K\h`

Запрос эту задачу не решает, т. к. идёт через строку, и почему он так ведёт себя, я точно не знаю. Возможно, это особенности реализации нежадного поиска. Но если его изменить: `(?m)^(+?)\K\h`, то он будет идти по каждой строке.

В чём же дело? Ведь если многострочный режим включён по умолчанию, то запросы `^(+?)\K\h` и `(?m)^(+?)\K\h` должны выполняться одинаково. Однако этого не происходит. Моё предположение, что да, это так, но дополнительно при появлении команды `(?m)` изменяется трактовка знака `^`, он становится на время работы запроса не только маркером начала абзаца, но и соответствует переводу строки `^r`.

Вот как это выглядит в реализации с другими запросами: запрос `^r(+?)\K\h` идёт по всем строкам, начиная с второй, а запрос `(^|r)(+?)\K\h` работает так же, как `(?m)^(+?)\K\h`. Точно так же будут работать `(?s)^(+?)\K\h` и `(?-s)^(+?)\K\h`, именно в силу того, что на время действия запроса операторы включения любого из этих режимов определяют, что в запросе метасимвол `^` надо трактовать как `^r`.

Примеры

- Заменить шпации на табуляции.

В тексте позиции списка разделены концевыми шпациями.

A) text, numbers =KШ= D) text, numbers

B) text, numbers =KШ= E) text, numbers

C) text, numbers =KШ= F) text, numbers

Тут =KШ= — текстовое обозначение концевой шпации.

К сожалению, к тому диалекту GREP, что есть в индизайне, на русском языке нет толковой информации от разработчиков. Данная статья — результат моего исследования этих режимов. Когда с ними разобрался, многие задачи поиска стали решаться намного проще.

Надо заменить эти шпации на табуляции.

Запрос `^\u\)+\K~f` будет искать через строку.

А явное указание, что многострочный режим включён (хотя он уже был включён по умолчанию), определит на время действия запроса, что символ начала статьи/начала абзаца `^` надо применять и к переводу строки. В результате запрос `(?m)^\u\)+\K~f` пройдёт по каждой строке.

- Выделить весь текст статьи, независимо от того, где стоит курсор.

Запрос `.*` выделит текст от текущей позиции до конца абзаца. Поскольку в запросе есть точка, то для расширения области действия запроса надо использовать однострочный режим. От текущей позиции до конца абзаца статьи текст выделит такой запрос `(?s).*`, а задачу выделения всего текста статьи решит запрос `(?s)A+`. В обоих случаях именно включение однострочного режима позволило включить в выборку знаки перевода строки.

- Выделить текст от позиции курсора до конца статьи.

Задачу выделения текста от позиции курсора до конца статьи решает любой из таких запросов:

`(.|\r\n)+` или `(?s).*`

Первый вариант для стандартного случая, когда однострочный режим выключен. Второй включает этот режим, и вся статья для поиска `.*` становится одной строкой.

Заключение

К сожалению, к тому диалекту GREG, что есть в индизайне, на русском языке нет толковой информации от разработчиков. Данная статья — результат моего исследования этих режимов. Когда с ними разобрался, многие задачи поиска стали решаться намного проще.

Попробуйте и вы сделать их своим инструментом, если пока не получалось использовать эти режимы.

Будут вопросы, пишите. ▣

Михаил Иванюшин, независимый автор.
dotextok@gmail.com
<https://dotextok.ru>

ПЛАНШЕТНЫЕ УФ-ПРИНТЕРЫ

SMART-T
www.smart-t.ru

SPRINTER



до 8 печатающих головок

скорость печати до 66 м²

2500 x 1300 мм

максимальный размер рабочего поля

600 x 900 мм

3 печатающих головки

максимальный размер рабочего поля

3600 dpi

скорость печати до 6 м²

максимальное разрешение

ОПТИМАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ РЕКЛАМНОЙ И СУВЕНИРНОЙ ПЕЧАТИ

Sprinter Power 4S

Юрий Захаржевский



Power 4S

Разработчик: **Sprinter**

Оценка: ★★★★★

Заключение: рулонный УФ-принтер с шириной печати 3,2 м для производителей рекламной (в том числе внешней) и интерьерной продукции, POS-материалов, плакатов, картин и других изделий. Обеспечивает высокое качество печати на бумаге, плёнках, баннере, холсте, обоях и других материалах. Надёжные комплектующие обеспечат долгую стабильную работу в режиме 24/7.

Цена в Москве: в конфигурации CMYK с 4 печатающими головками Konica Minolta 1024aSHE — **42 800 долл.**

Sprinter Power 4S появился на российском рынке весной 2024 года.

Мы уже писали о принтерах этого производителя, являющегося OEM-поставщиком для известных производителей полиграфического оборудования, что характеризует качество его продукции.

Высокая надёжность принтеров Sprinter обеспечивается, среди прочего, использованием при сборке надёжных узлов и механизмов: сервомоторов Fuji (Япония) и Leadshine (Тайвань), подшипников NSK (Япония) и PMI (Тайвань), пневматики SMC (Япония) и AirTAC (Тайвань).

Всё это установлено и закреплено на прочной и тяжёлой станине, что предотвращает вибрации при быстром перемещении достаточно массивной каретки.

Как и многие другие принтеры с промышленными печатающими головками, Sprinter Power 4S имеет систему отрицательного давления чернил, что предохраняет сопла от разбрызгивания при печати и подтекания чернил.

Числа и возможности

Скорость печати — **до 60 м²/ч** (с 4 печатающими головками KM 1024aSHE)

Макс. разрешение печати — **720×3600 dpi** (с печатающими головками KM 1024aSHE)

Объём капли — **6–24 пл** (с печатающими головками KM 1024aSHE)

Цветовая схема — **CMYK**, опционально добавляются **Lc, Lm, W** и **лак**

Макс. ширина печати — **3200 мм**

Макс. ширина запечатываемого материала — **3300 мм**

Макс. толщина запечатываемого материала — **3 мм**

Электропитание — **220 В**

Макс. потребляемая мощность — **4,5 кВт** (суммарно с системой охлаждения)

Масса — **750 кг**

Печатающие головки

При покупке Sprinter Power 4S у клиента имеются различные варианты выбора: как по возможностям, так и, разумеется, по цене. В самом экономном варианте можно приобрести стандартный набор CMYK. При желании к ним можно добавить белые чернила, Lc, Lm и лак. «Лайты» позволяют получать более «фотографическое» изображение, а белые чернила — работать с цветными или прозрачными материалами. В последнем случае можно даже печатать в режиме CMYK + W + CMYK.

Кстати, в случае с дополнительными цветами принтер будет называться иначе: Sprinter Power 5S.

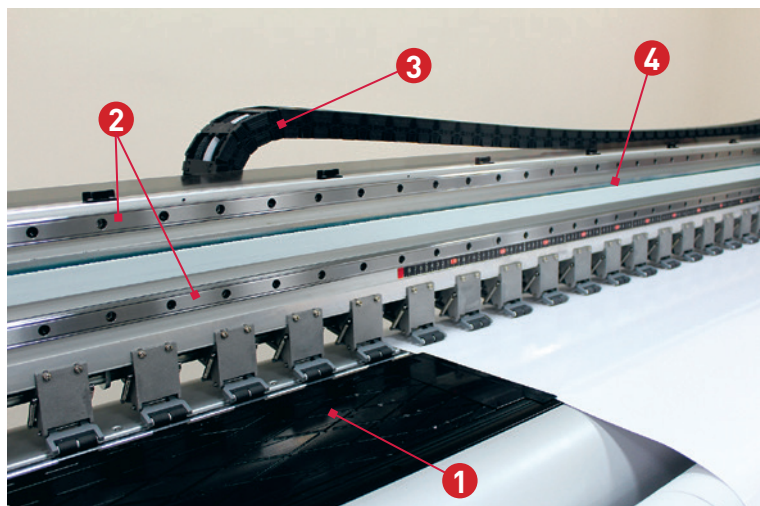
Правда, стоит признать, что при работе с рулонными материалами возможность печатать белым или лакировать применяется не так уж часто, но некоторые клиенты всё же приобретают принтер в такой комплектации для тех или иных специальных задач.

Кроме цветового набора, покупатель Sprinter Power может выбирать тип печатающих головок из четырёх вариантов. Это **Ricoh GEN5** и **GEN6** или



к содержанию





Рабочий стол (1) имеет вакуумный прижим и нагрев. Они могут понадобиться, если требуется разровнять плотный и волнистый материал.

Длительная стабильная работа без вибраций и поломок гарантируется надёжными комплектующими:

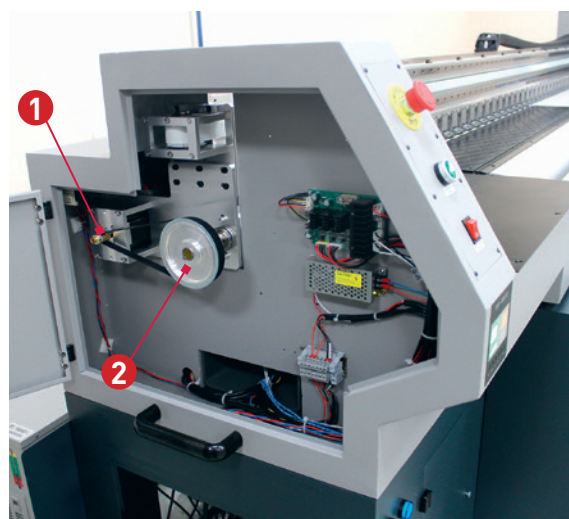
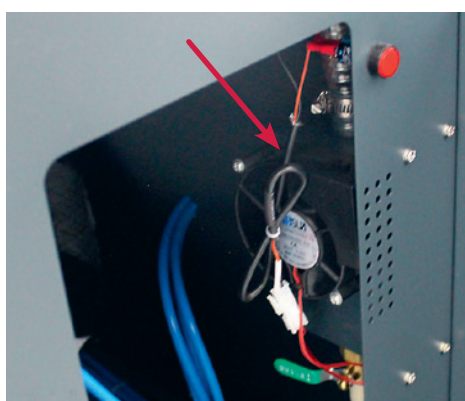
- двойные линейные направляющие японской THK служат для точного и равномерного, без вибраций, перемещения массивной каретки с печатающими головками (2);
- гибкий кабель-канал немецкой Igus (3);
- ремень итальянской Megadyne (4)



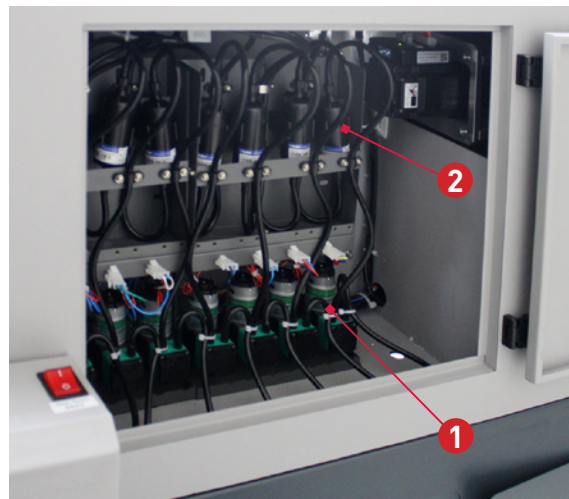
Система проводки материала качественно расправляет и подаёт полотно в зону печати. Белый и серый валики, показанные стрелками, — мягкие, ворсистые. При вращении валов регулируется как скорость вращения, так и крутящий момент, что поддерживает стабильное натяжение материала и позволяет работать как с «нежными» и лёгкими, так и с тяжёлыми материалами, а также с липкими, требующими усилий при разматывании.

Работа разматки и намотки материала требует подачи сжатого воздуха для перемещения некоторых валов вверх и вниз, но с этим справится даже небольшой компрессор

Простой воздушный насос-«улитка» (показан стрелкой) высасывает из зоны парковки печатающих головок воздух, который может содержать капли чернил. Так поддерживается чистота на парковке



Высокоточный серводвигатель (1) отвечает за вращение вала, подающего материал на печать. Привод осуществляется через колесо, которое крепится на валу шпонкой (2), что предупреждает проворачивание механизма при работе с тяжёлыми материалами



Продуманный промышленный дизайн предоставляет оператору лёгкий доступ к замене чернильных помп (1) и фильтров (2)



Воздушные ресиверы (красные ёмкости) помогают управлять отрицательным давлением в печатающих головках. Если бы разрежение создавалось в печатающих головках непосредственно от насоса, возникали бы скачки давления. В данном случае мы видим два ресивера, так как отрицательное давление регулируется отдельно для цветных и белых чернил, отличающихся по вязкости



к содержанию





Хотя светодиодные УФ-лампы и позиционируются как энергосберегающие и выделяющие мало тепла, надо помнить, что таковыми они являются по сравнению со ртутными УФ-лампами, которые сейчас на принтерах практически не применяются (хотя исключения всё же иногда встречаются). Макс. мощность светодиодных ламп на данной модели — 1500 Вт, что тоже немало и требует эффективного охлаждения источника УФ-излучения.

На фото — система управления светодиодными лампами с жидкостным охлаждением. При необходимости она может опустить температуру ламп значительно ниже комнатной. Наличие такой системы помогает поддерживать стабильную работу светодиодных источников УФ-излучения на весь заявленный срок службы — 10000 часов

Konica Minolta: **KM6988H** и **KM1024iSHE**. Последний вариант печатающих головок с переменной величиной капли установлен на Sprinter Power 4S в демозале, который мы и тестировали.

Все эти варианты имеют свои преимущества. Ricoh GEN5, например, — уже проверенный годами, надёжный вариант печатающих головок, неприхотливых к различным видам чернил. С другой стороны, установленные в демозале компании-поставщика «Смарт-Т» более современные KM1024aSHE имеют переменный объём капли (от 6 до 24 пл), что позволяет сочетать хорошее качество печати с достаточно высокой производительностью.

Выбор комплектации принтера зависит, разумеется, от задач, которые преследует пользователь.

Чернила

Затронув проблему выбора печатающих головок, стоит упомянуть, что для любого варианта «Смарт-Т» предлагает УФ-чернила **Artix UV Gen 5 ATF**. Они имеют высокую стойкость к выцветанию, истиранию и другим факторам внешней среды. При печати практически отсутствует запах.

Стабильность процесса печати обеспечивается, в частности, преднагревом чернил в субтанках и печатающих головках. Субтанки оснащены электромагнитными клапанами, прекращающими подачу чернил в печатающие головки при выключении принтера.



При опасном снижении уровня в чернильных ёмкостях срабатывает звуковая сигнализация (1), привлекая внимание оператора. А световая сигнализация (2) показывает, какие именно чернила надо подлить. В данном случае это чернила С. В ёмкости для белых чернил (3) установлена мешалка, предупреждающая оседание пигмента. Система рециркуляции в канале для белых чернил предупреждает засорение печатающих головок и обеспечивает единообразную плотность печати белым цветом

Программно-компьютерное обеспечение

По умолчанию в комплект поставки принтера входят управляющее ПО UV Print Control Center и растровый процессор SAi FlexiPRINT UV Edition (ранее — Photoprint). В качестве ОС можно использовать Windows 7/10/11.

UV Print Control Center отвечает за сведение печатающих головок, выбор и настройку режима печати, задаёт количество слоёв печати и другие характеристики.

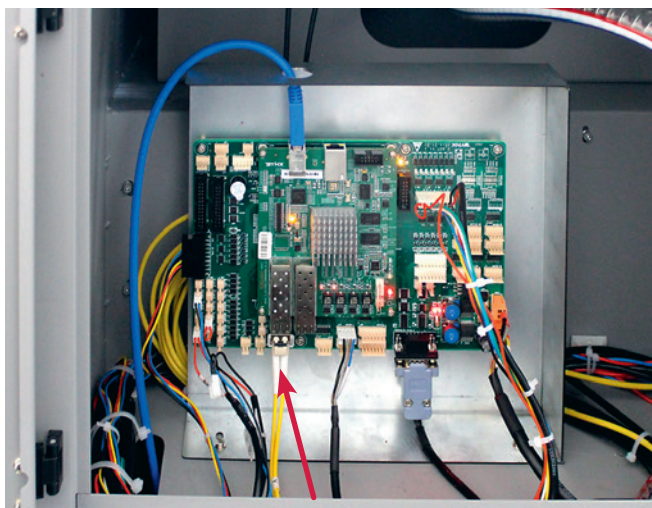
ПИП SAi FlexiPRINT UV Edition — мощное программное обеспечение для подготовки файлов к печати. Отличается высокой скоростью обработки файлов, имеет интуитивно понятный интерфейс и широкий набор полезных функций: настройка очереди печати, быстрый предварительный просмотр, масштабирование, копирование, поворот, настройка цвета, построение и загрузка ICC-профилей, а также просмотр информации о выполняемых заданиях.

Для подключения и передачи данных от компьютера к принтеру используется высокоскоростной интерфейс **USB 3.0**.

Скорость печати

Максимальная скорость на Sprinter Power 4S достигается при печати в 3 прохода — до 60 м²/ч.

Тестирование принтера мы провели в двух режимах печати: в 6 проходов с разрешени-



Электронная плата — «мозг» принтера. Стрелкой показаны оптические кабели, через которые происходит обмен информацией внутри принтера. Эта система не только быстрая, но и долговечная. В частности, и потому, что металлическая спираль под пластиковой оболочкой делает кабели устойчивыми к механическим повреждениям

ем 480×1080 dpi и в 4 прохода с разрешением 720×720 dpi.

Следует напомнить, что кроме разрешения и количества проходов скорость печати зависит и от других факторов, в том числе от степени «размытия» между проходами. При УФ-печати обойтись без него нельзя, так как иначе можно столкнуться с матово-глянцевым полошением. Чем сильнее размытие, тем лучше качество изображения, но ниже скорость. Например, при печати в 6 проходов с разрешением 480×1080 dpi скорость в режиме Slow speed с размытием Medium составила около 13 м²/ч, а в режиме High speed — уже 17–18 м²/ч.

При печати в 4 прохода с разрешением 720×720 dpi в режиме High speed с размытием Medium скорость была похожей — около 19 м²/ч.

Во всех этих вариантах скорость, однако, заметно меньше, чем показал бы принтер при печати изображения максимальной ширины: ширина изображения на нашем тесте составляет менее половины от неё.

Отпечатки

Говоря о скорости и качестве печати, необходимо оговориться, что минимально допустимые характеристики печати (и, следовательно, максимально возможная скорость печати) в значительной степени зависят от характера запечатываемого материала. На баннерном материале допустимо печатать с меньшим качеством.

Тестовую печать мы производили на глянцевой самоклеющейся бумаге. Принтер в демозале «Смарт-Т», как уже упомянуто выше, оснащён 4 печатающими головками KM 1024aSHE, у которых минимальный объём капли составляет 6 пл, а максимальный — 24. В обоих режимах печати (см. выше) изображения получились на глаз практически оди-



Встроенная подсветка запечатанного материала облегчает контроль качества продукции

наковыми: с плотными плашками, плавными градиентами, яркими цветами. Рубленый шрифт можно считать удовлетворительным с 4–5 пт, хотя, наверное, немногим понадобится воспроизведение столь мелких деталей на таком большом принтере.

Чернильный слой на отпечатке устойчив к механическим воздействиям — в чём мы в очередной раз убедились при работе с качественными УФ-чернилами.

Экономика

Цена Sprinter Power 4S в той же комплектации, что и у принтера, протестированного нами в демозале, составляет 42800 долл. Если клиент выберет комплектацию с большим количеством печатающих головок, то ему, разумеется, придётся доплатить за них.

При печати нашего теста в 6 проходов с разрешением 480×1080 dpi было истрачено 6,1 мл всех чернил, а при печати в 4 прохода с разрешением 720×720 dpi — 5,5 мл чернил.

Цена чернил цветов CMYK составляет 79 евро за литр. Таким образом, стоимость цветных чернил при печати нашего теста в первом случае составила около 0,48 евро, а во втором — около 0,43 евро. Наш тест имеет площадь один квадратный метр с общим заполнением 85% по всем четырём цветам в варианте CMYK.

Светодиодные лампы имеют ресурс порядка 10 тыс. часов, то есть, скорее всего, прослужат в течение всей «жизни» принтера.

Заключение

Благодаря комплектующим ведущим мировых производителей и качественной сборке УФ-принтер Sprinter Power 4S обещает своим хозяевам долгую и бесперебойную работу. Это хороший выбор для типографий и рекламно-производственных компаний, занимающихся широкоформатной печатью или только планирующих войти в этот сектор полиграфического бизнеса. ▣



Привлечь и удерживать: как?

В марте 2024 года Publish провёл на своём сайте опрос на тему, как привлекать и удерживать персонал в условиях кадрового голода. Мы решили развить тему и узнать, что думают об этой проблеме специалисты из типографий, какие идеи могут предложить отрасли сами полиграфисты и профессиональные рекрутеры.

Елена Никонорова

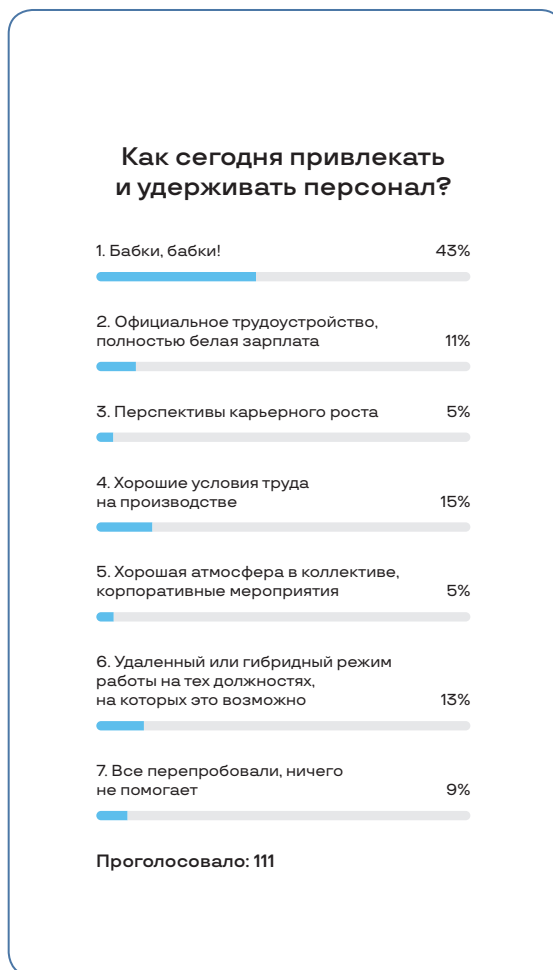
Кадровый голод — проблема, которая остро встала перед российскими предприятиями в разных областях деятельности, независимо от того, бюджетная ли это сфера или частный бизнес. По данным опроса, проведенного порталом SuperJob, в 2023 году 85% компаний столкнулись с дефицитом кадров (источник: РБК). И, как утверждают рекрутеры, ситуация будет усугубляться.

В этом материале мы не будем подробно разбирать причины такого положения вещей — это совокупность внешних и внутренних факторов. С одной стороны, по рынку труда бьёт демография, отток людей с предприятий по разным причинам (релокация, частичная мобилизация, отъезд мигрантов), низкая внутрироссийская трудовая мобильность. С другой — внутренние факторы: неконкурентная заработная плата, отсутствие бренда работодателя, завышенные требования к кандидатам. Многие эйчары крупных компаний жалуются, что собственники «страшно далеки от народа» и до сих пор думают по привычке, что за воротами стоит очередь. Но очередей больше нет.

По данным портала HH.ru (HeadHunter), ситуация с поиском и привлечением сотрудников кардинально меняется. Сейчас у каждого рабочего с активным резюме на портале на руках около 5 предложений. Если раньше соискатель проявлял инициативу, то теперь заинтересованный работодатель звонит ему сам. Эйчары ищут по базе людей, чтобы продать им вакансию. И очевидно, этот тренд сохранится надолго. Вот такие последствия низкой безработицы.

Гостинг — это не подарок

Придётся признать, что в перспективе персонал будет становиться всё дороже и капризнее, а также легкомысленнее — в силу поколенческих особенностей молодёжи. Сейчас у работодателей новая неожиданная проблема, у которой есть даже свой термин — «гостинг». Молодые люди просто исчезают: уходят с рабочего места без предупреждения и не возвращаются. Варианты гостинга бывают самыми разнообразными: соискатель выкладывает резюме, но не откликается на приглашения, или откликается, но не приходит на собеседование, или не выходит на работу после удачного собеседования, или выходит на один день и больше не появляется. По данным HH.ru каждый четвёртый работодатель уже столкнулся с гостингом официально трудоустроенных молодых специалистов (источник: Российская газета). Такое поведение свойственно поколениям миллениалов и зумеров. Может



Результаты голосования на сайте publish.ru

быть, поэтому у эйчаров уже сложился тренд на подбор персонала в возрастной категории 50+ — это сейчас лучшие работники на рынке.

Проблема дефицита кадров есть повсеместно, но наиболее остро она стоит в следующих нишах:

- продажи;
- рабочие специальности;
- сервисное обслуживание, производство;
- строительство;
- транспорт, логистика, перевозки;
- розничная торговля.

Полиграфическая отрасль не исключение. Все мы так или иначе видим картину изнутри: проблемы полиграфического образования, старение кадров, невозможность конкурировать зарплатами с условными курьерами «Яндекс», снижение престижа профессии — всё это провоцирует кадровый голод в полиграфии.



По данным HH.ru, в полиграфии в 2023 году были наиболее востребованы:

- менеджеры со своей клиентской базой и просто менеджеры по продажам;
- бухгалтеры;
- кладовщики;
- графические дизайнеры;
- верстальщики;
- офис-менеджеры;
- печатники на офсет;
- менеджеры по закупкам;
- колористы;
- операторы постпечатных процессов;
- водители-экспедиторы;
- помощники печатников.

Как видим, в целом это штат типографии средней руки.

Факторы привлекательности

Как же привлекать людей в типографии и удерживать сотрудников на своих предприятиях? Если судить по опросу, то в первую очередь деньгами. Этот фактор с большим отрывом лидирует. Конкурентная зарплата хотя бы внутри отрасли, если уж мы не можем конкурировать с доставщиками пиццы. Действительно, на полиграфических форумах в сети темы о низкой оплате труда и о жадности собственников возникают регулярно. Дирек-

тора же типографий сетуют на то, что они бы и рады платить специалистам высокие зарплаты, но до раздутых «курьерских» доходов им всё равно не дотянуться. Тут ещё играет важную роль квалификация сотрудника: полиграфия – сложная отрасль, человека с улицы (да и не с улицы, а, допустим, даже из профильного учебного заведения) нужно ещё обучить, и на это требуется время и ресурсы.



= ГРУППА ПЕЧАТНИКОВ ВКОНТАКТЕ =

«Типографские ЗП стали сильно отставать от инфляции. Когда я в 2013 устраивался на работу, ЗП была 30 т, в то время самая дешёвая однокомнатная квартира в нашем городе стоила 500 т.р. и сама дешёвая лада (калина) тогда стоила в районе 270–300 т.р. Сейчас, в 2024 г самая дешёвая квартира строит 1.8 млн самая дешёвая лада (гранта) цена тоже за лям. Несложно посчитать, что цены на жизнь выросли почти в 4 раза. А ЗП выросли в 4 раза? Вот и получается, что в типографское дело народ не очень то и рвётся. И их можно понять, когда за ту же ЗП можно пойти продавцом-консультантом или доставщиком, но не надо краской дышать, тратить годы на получение опыта и ответственности такой у них нет. Раньше была очередь из желающих работать печатником, а сейчас очередь из работодателей, которые вроде бы и рады платить 70 т.р., да вот народ не очень-то и рвётся».



Во всех врезках сохранена авторская пунктуация и орфография



По данным HH.ru, деньги действительно стоят на первом месте при выборе работодателя, но вас может удивить, что стоит на втором. В нашем опросе на второе место выходят хорошие условия труда на производстве, но более обширные исследования показывают другое: большинство считают важнейшим фактором адекватность руководства. Вот и среди комментариев в профильном чате люди об этом упоминают.

**Печатники России и СНГ**

«И ни одним пунктом не упоминается адекватность руководства компании и внятное целеполагание, без которого у любого сотрудника на любой должности рано или поздно возникнет вопрос, а на кой ляд я тут время и силы трачу».



к содержанию



Сейчас у людей растёт запрос на эмоциональный и психологический комфорт, им важно уважительное отношение, проявление заботы, понятные требования к рабочим задачам, доброжелательные взаимоотношения в коллективе. Кстати, по результатам последнего исследования сервиса «Работа.ру» о самых распространённых причинах увольнения в 2023 году на первом месте стоит не зарплата, а «постоянный стресс и выгорание» — 41%, причина «отказ руководства повысить зарплату» совсем рядом, но всё же на втором месте — 40% (источник: РИА Новости).



Печатники России и СНГ

«А где пункт “интерес к деятельности и поиск новых путей решения в привычных задачах, внедрение современных технологий и оптимизция процессов”? На мой взгляд, немаловажно получать новое от рабочих процессов, так сказать, чтобы было нескучно и интересно».



В поисках баланса

Большинство полиграфистов — как руководителей, так и рабочих, с которыми я общалась на заданную тему, понимают, что эту задачу надо решать комплексно, что важен разумный баланс. «Удержание сотрудников — это огромный комплекс мер, направленный на улучшение условий труда, здоровая атмосфера в коллективе, конкурентная заработная плата, разные плюшки (отличающие вас от конкурентов), чувство безопасности, справедливости и заботы о сотруднике», — говорит директор

по развитию типографии Uniprint (Алматы, Казахстан) **Нурлан Маулунбердов**. Он считает, что это — та же битва, что и за клиента на рынке, но за лучшего профессионала. К сожалению для соискателей и к счастью для конкурентов, некоторые директора в погоне за собственным и клиентским комфортом забывают о сотруднике. Однако нынешнее поколение, выросшее не при СССР, такое не оценит. Отсюда отчасти и повальный кадровый голод в нашей сфере, добавляет он.



= ГРУППА ПЕЧАТНИКОВ ВКОНТАКТЕ =

«Все вместе. И зарплата, и отношение к персоналу, и атмосфера на предприятии, и белая зп с соцгарантиями, и нормальные графики работы. Одно без другого трудно работает. Хорошая атмосфера не поможет, если не платить достойно, одними деньгами не заманить, если на предприятии бардак и скотское отношение, далее по списку. Добавлю седьмой свой вариант. Чтобы руководство не забывало, что оборудование нуждается в уходе, а не просто гоняло его без продыху. Злободневный момент».



«Руководство нашей типографии стремится к развитию производства и грамотно расходует прибыль на эти цели. На выставках бываем нечасто, но всегда стараемся быть в курсе развития технологий. Недавно увидел в Publish статью про принтеры по гофрокартону, а я, честно говоря, всегда мечтал о независимости от флексы. И наше руководство поддержало эту идею: принтер заказан и уже в пути. Как это вообще стало возможным? А ответ на вопрос очень простой: нас наняли — меня и моих коллег — из разных типографий, из разных уголков страны, выбирали лучших. Владельцы производства предоставили все условия для сотрудников, решили проблемы с квартирами. Плюсом стала хорошая бонусная система и премии. Наверное, в этом и есть решение кадровых проблем: хочешь быть первым — плати, нанимай лучших, не

бойся рисковать, уважай и цени своих сотрудников — незаменимые люди есть! Я начинал карьеру в типографии, где костяк специалистов составляли индонезийцы, мы производили алкогольную этикетку. Там говорили, что машине всё равно, человек — всегда проблема. Я думал о переезде в Россию по программе переселения, но официальные органы всегда отказывали, объясняя, что профессия технолога офсетного производства не востребована на рынке труда. Типографии Самары, Оренбурга, Кургана, Подмосковья, увы, предложить зарплату больше 30 тысяч и не могут. Или предоставить более выгодные условия, чтобы был стимул к переходу к ним. А проблема с кадрами мне кажется надуманной для типографий, которые имеют полмиллиарда прибыли и не могут нанять грамотного специалиста».



к содержанию



Как расти, если негде?

Разговор об удержании кадров часто сводится к обсуждению ещё одной проблемы, о которой редко говорят рядовые сотрудники типографий, но вынуждены думать собственники и директора. Это нехватка производственных помещений в удобных локациях. Если типография хочет расти и развиваться, то нужны свободные площади, а их днём с огнём не сыщешь. Переезд в неудобное место с точки зрения транспортной доступности и затрат времени на дорогу может обернуться кадровой катастрофой: люди просто не поедут туда, куда им будет неудобно добираться. Заместитель директора цифровой книжной типографии «Амирит» (г. Саратов) **Сергей Серов** именно этим объясняет трудности в развитии своего производства: «Устойчивый спрос на наши книги у заказчиков есть, но мы не можем расширяться, так как выбрали уже все свободные площади в месте нашей аренды». Сейчас типография расположена близко к центру города, который вытянут вдоль Волги: часть сотрудников ездит на работу с одного конца Саратова, часть — с другого. Переезд однозначно скажется на обеспеченности кадрами

«Амирита», уверен Сергей: «Никто не захочет пару часов в день в дороге на работу и обратно проводить».

По своему опыту могу сказать, что переезд нашей типографии — «РоСК» — в промзону заставил меня крепко задуматься насчёт смены места работы. Но в итоге всё оказалось не так страшно, как виделось вначале. Позитивные факторы для меня лично перевесили неудобства. В Петербурге производства вытесняют за черту города, на месте исторических промышленных районов строят жилые комплексы, а предприятия уезжают на окраины в голые и неприютные промзоны. И здесь кроется ещё одна проблема, чаще озвучиваемая молодыми ребятами. Они не хотят ездить в промзоны, даже если будет развозка от дома. Это немодно, депрессивно, потому что картина за окном удручает. Так что, кажется, одна из задач по привлечению сотрудников на производства — это облагораживать промзоны, делать банальные пешеходные дорожки, фонари, обустраивать комфортную среду, развивать инфраструктуру. Но это, скорее, вопрос к городским властям.

Эх, молодёжь!

Ещё одна проблема нашей отрасли — старение кадров. Молодёжь неохотно идёт в полиграфию даже после окончания профильных учебных заведений. Почему так происходит — вопрос, занимающий умы многих управленцев-полиграфистов сегодня. Несколько молодых сотрудников типографий, которые пришли в полиграфию совсем не-

давно, согласились рассказать, что их здесь привлекает и удерживает. На удивление, это не деньги, а интерес. Честно говоря, их мысли меня ужасно обрадовали, потому что я люблю свою работу по той же причине: полиграфия — это интересно. Ниже приведу мысли молодых специалистов, работающих сегодня в разных типографиях Петербурга.

«Я пришёл в типографию «РоСК» после 11 класса, когда на момент поступления в вуз всё ещё не понимал, что мне интересно. Здесь мне дали поработать на СТР. Повезло, что в наставниках у меня оказался Владимир Михайлович — человек с огромным опытом в технологии — он рассказал мне огромную кучу всего. Собственно, с этого всё началось, я поступил в институт печати и сейчас продолжаю работать в «РоСКе». Я остался в полиграфии, потому что мне интересно. Мы делаем упаковку с нуля, охватывается масса свойств продукта (транспортные, потребительские и т. д.), работа с цветом, очень интересно осознавать, как работает цвет в нашей жизни, и интересно наблюдать за людьми, далёкими от этого, в общем и целом, просто интересно работать с упаковкой, потому что видишь её каждый день, и когда видишь какой-то проект, который провёл с нуля до полки магазина, очень приятное ощущение. Также для молодых людей вижу плюс — это маленькая конкуренция, при этом достаточно стабильный спрос на услуги типографии, главное обучаться, интересоваться технологией и не сидеть на месте».



Иван Катков, менеджер по работе с клиентами, типография «РоСК», Санкт-Петербург.



«В полиграфии меня удерживает, наверное, вариативность. Можно работать в разных по изготавливаемой продукции и способам печати типографиях. И в каждом способе печати свои нюансы. Не понравился, например, офсет, можно попробовать развиваться во флексографии. Приелось одно, всегда можно попробовать другое. От менеджера до, условно говоря, колориста. Печать вообще важна в любом бизнесе, так что даже если не работать по специальности в дальнейшем, многие вопросы рекламы закроются благодаря предыдущему опыту. Ещё в полиграфии можно с минимальными вложениями соорудить что-то кустарными методами (например, трафаретный способ) и делать что-то лично для себя. Зная некоторые программы и технологию, всегда можно придумать что-то новое. Если вдруг когда-нибудь задумаюсь о своём бизнесе, здесь можно начать с минимальными вложениями и достаточно хорошей прибылью. Плюс полиграфия относится к тем отраслям, которые развиваются и у которых ещё есть возможности для этого. До моей старости мне точно хватит, чем в ней заняться, чтобы не пришлось скучать и волноваться о том, что этот вид деятельности изживёт себя».



Зарина Канцерова, колорист, типография «Индустрия цвета», Санкт-Петербург.

«В полиграфии мне нравится возможность совмещения технического и творческого векторов развития. Я интересуюсь дизайном, и полиграфия позволяет глубоко понять теорию цвета. Ведь любая упаковка или книга должны быть не только качественно произведены, но и выглядеть привлекательно. Зная законы цвета и формы, можно работать как настоящий художник, создавая упаковки для чая или том стихов любимого автора. Техническая составляющая полиграфии учит разбираться в механизмах. Печатные машины устроены крайне интересно, и разобраться во всех типах машин задача не из простых. Эти два важных вектора развития человечества совмещены в полиграфии и позволяют полноценно развиваться человеку».



Артём Газарян, технолог-оформитель, «Образцовая типография», Санкт-Петербург.

Найти и научить

Профессиональные рекрутеры в битве за сотрудников тоже рекомендуют рассматривать задачу комплексно. Здесь важна любая мелочь: как написано объявление о вакансии, где оно размещено. Нельзя быть пассивными в поиске — теперь не работодатель выбирает, а наоборот. Реальность поменялась.

Нельзя бросать нового сотрудника один на один с новым местом работы. Должна быть внятная система наставничества, мягкое и дружелюбное введение новичка в коллектив. На отсутствие культуры наставничества и сопровождения в типографиях часто жалуются студенты, приходящие в типографии на практику. Их просто бросают на произвол судьбы или сажают выполнять чёрную работу, ничего не объясняя. Всем некогда. А ведь эти студенты после такого опыта разочаровываются в профессии и потом не приходят работать в типографии, потому что неинтересно. Коммерческий директор типографии «Молния» (г. Москва/г. Астрахань) **Виктория Гайнут-**

динова подтверждает это: у них в типографии создана система подготовки менеджеров, основанная на принципах игрофикации процесса обучения. Это позволяет вводить сотрудников в процесс без стресса, постепенно наращивая сложность обучающих заданий, и в то же время экономит ценное время топ-менеджеров компании. «Большой объём информации в полиграфии отпугивает новичков, мы отказались от избыточной информации, а остальную выдаём дозированно», — поясняет Виктория.

Эйчары вообще рекомендуют искать «своих» людей везде и переманивать. Всё чаще встречаются объявления с формулировкой «всему научим»: главное, чтобы человек был хороший, остальное приложится. Но сам собой процесс обучения профессии «на местах» не сложится. Это отдельная задача, требующая создания понятных алгоритмов, стимулирования наставников, контроля и поддержки со стороны руководителей и мастеров.



Чтобы удержать уже работающих сотрудников, тоже требуются усилия. Эйчары рекомендуют создавать много мелких крючков, которые в совокупности дают хорошие результаты и конкурентное преимущество перед другими работодателями. Это и ДМС, который привлекает очень многих сотрудников, причём, на удивление, вовсе не предпенсионного, как могло бы показаться, возраста, а молодых людей до 30–35 лет. Это и обучение в качестве бонуса для заинтересованных в своём развитии работников, это и интересный качественный мерч в качестве приятной мелочи, создающей настроение.

Вообще, бренд работодателя — это очень важно. Его создание — трудная задача, требующая планомерных усилий и стратегического

подхода, но оно того стоит. При прочих равных человек выберет хорошо зарекомендовавший себя бренд в красивой обёртке, где открыто рассказывают о предприятии, что там происходит, как всё устроено, где активно ведутся соцсети, где демонстрируется забота о коллективе.

Но, пожалуй, главное — нужно дать людям смысл, иначе они гаснут. Главный бич современности — выгорание от бессмысленности. Копать от забора до обеда больше никто не хочет. Большинство хочет понимать, зачем они это делают. Поэтому так важно ставить понятные задачи, объяснять роль конкретной операции в общей технологической цепочке, оптимизировать производительность труда, вовлекать рядовых сотрудников в инновации и улучшения.

Есть варианты

И в заключение хочу привести ещё одну любопытную идею, которую предложили в телеграм-канале «Печатники России и СНГ». Идея эта даже вызвала спор, но как вариант дополнительной мотивации сотрудников может показаться кому-то интересной. Привожу диалог участников канала полностью со всеми аргументами и контраргументами.



- Пункт «доля в бизнесе, акции, облигации» не рассматриваете?
- А согласованной премии/бонуса за результат недостаточно? Ведь доля в бизнесе — это не только участие в прибылях, но и в убытках, в кредитах и т. п.
- Да, всё верно, но и отношение к работе, в том числе и оборудованию будет другое.
- Вообще не факт. Как и не факт что такой акционер «от станка» согласится часть прибыли пустить на инвестиции в новое оборудование, в рискованную технологию. Скорее всего, будет требовать выплатить прибыль на дивиденды. Как тогда развиваться?
- Тут интересен другой момент: если сотрудник очень хочет стать собственником, почему он не идёт в банк/ родственникам/ друзьям, не берёт кредит под залог своего имущества/ может чего ещё и не открывает своё дело? Почему дядя должен дать ему что-то, кроме оговорённого трудовым договором? Опционы в бизнесе существуют и даже в РФ, но под них всегда серьёзные условия, а не пустые хотелки.
- Вариантов развития масса: есть привилегированные акции, которые участвуют в голосовании по распределению прибыли. Есть те, которые не участвуют. В любом случае, речь идёт о способе мотивации и удержания работника, который весьма успешно используется, в том числе и в России.



Когда я собирала материал для этой статьи, стала очевидна разница в отношении к этой проблеме работодателей и соискателей. Директора типографий вяло откликались на запрос прокомментировать проблему. Типа, чего тут говорить — то, все всё понимают: нужен комплекс мер, на который не у всех есть ресурсы. Работники полиграфических предприятий более охотно рассказывали о факторах, влияющих на их решение оставаться в типографии в частности и в отрасли в целом. В какой-то мо-

мент мне самой задали вопрос: а ты — то почему остаёшься в своей типографии уже много лет? И я знаю ответ. Комфортная атмосфера, человеческое отношение, разносторонние рабочие задачи, желание руководства даже в спорных ситуациях найти оптимальное решение, никого при этом не унижая и не делая крайним. Отвечая на этот вопрос самой себе, я удивилась, потому что зарплата в моей системе решающих факторов стоит вообще не на первом месте. Есть над чем задуматься. ▣

Об авторе: Елена Никонорова, конструктор-разработчик упаковки, типография «РоСК», Санкт-Петербург.



к содержанию



Требуются!

Всё, что нужно знать о кадрах в 2024 году

В советское время таблички «Требуются!» висели при входе практически на любое предприятие. Отсутствием безработицы в стране гордились, а сейчас это настораживает. Кадровый вопрос в последнее время обсуждается на всех уровнях бизнеса и власти — от ипэшника до вице-преьера. Почему так происходит и можно ли избежать кадрового коллапса? Постараемся разобраться.

Александр Иванов

Начнём с обычного тезиса о производительности труда в стране. Не в отдельно взятой отрасли — именно в государстве. Если выразиться точнее, то суммарный валовый продукт, произведённый в России, делится пропорционально на каждого жителя, независимо от того, чем он занимается: строит дома или подстригает людей. С этим у нас есть проблемы — идеология потребления призывает не производить, а потреблять. Именно на потребление направлен огромный поток рекламных бюджетов, и медиасфера массово заполнена баннерами, плакатами и красочными видео с товарами и услугами. Причём услуг намного больше, чем полезных товаров.

Понятно, что сегодня есть две основные причины текущей нехватки кадров в любой сфере: демографическая яма нулевых годов и СВО. Суммарный коэффициент рождаемости (число рождений на одну женщину) в России начал снижаться с начала 90-х годов прошлого века, достиг своего дна на рубеже веков с отметкой 1,2 и сегодня до сих пор ниже порогового значения 2,1 для оптимального демографического развития страны (рис. 1). Иными словами, в ближайшем будущем не стоит ожидать восполнения трудовых ресурсов за счёт избытка молодого поколения.

Если система даёт сбой и ощущается нехватка каких-либо ресурсов, в том числе трудовых, то следует искать пути повышения эффективности работы такой системы. В случае с кадрами — исследовать суммарную производительность труда в стране. К сожалению, с высоких трибун лишь констатируют факт надвигающегося кадрового дефицита и не озвучивают пути решения этой глобальной для экономики проблемы. К 2030 году, сообщила недавно на форуме «Будущее сферы труда в РФ» вице-премьер Татьяна Голикова, нам будет нужно где-то дополнительно найти 3 млн работников. Между тем теоретически ресурс есть, и он совсем не мал.

В различных охранных предприятиях страны занято более 1 млн человек, включая нелицензированных охранников. Это не МВД и не МЧС — это просто люди в форме, которые появились с началом перестройки, и сейчас в стране насчитывается около 25 тыс. охранных предприятий. Это больше, чем типографий в стране, где-то тысяч на пять. Понятно, что с появлением частной собственности после 1991 года потребовалось её охранять, ЧОПы, замышлявшие некогда как некий довесок к пенсии силовика, уже давно привлекают людей среднего возраста, и зарплаты там не намного ниже, чем в полиграфии. А ведь

Полиграфия — часть рекламного рынка страны, пусть и небольшая. Этикетку и упаковку можно также отнести к рекламе, и объём её производства в рублях в двенадцать раз больше, чем производство книжной продукции. Красноречивое сравнение с далеко идущими выводами!

это — кадровый ресурс, и немалый. Если системы автоматизации, видеонаблюдения и искусственный интеллект, о котором так любят сейчас говорить, позволили бы сократить потребность в охранниках хотя бы на 30%, то это имело бы значение. Камеры с функцией распознавания лиц с успехом могут заменить сотни тысяч человек. Опять-таки, повторюсь, в теории.

Трудная эффективность

Есть и обслуживающие отрасли, результат работы в которых с большим трудом поддаётся учёту по такому параметру, как эффективность труда. Это медицина и образование, одним словом, «социалка». В официальном отчёте Федеральной службы государственной статистики за 2023 год мы найдём следующие об-



к содержанию



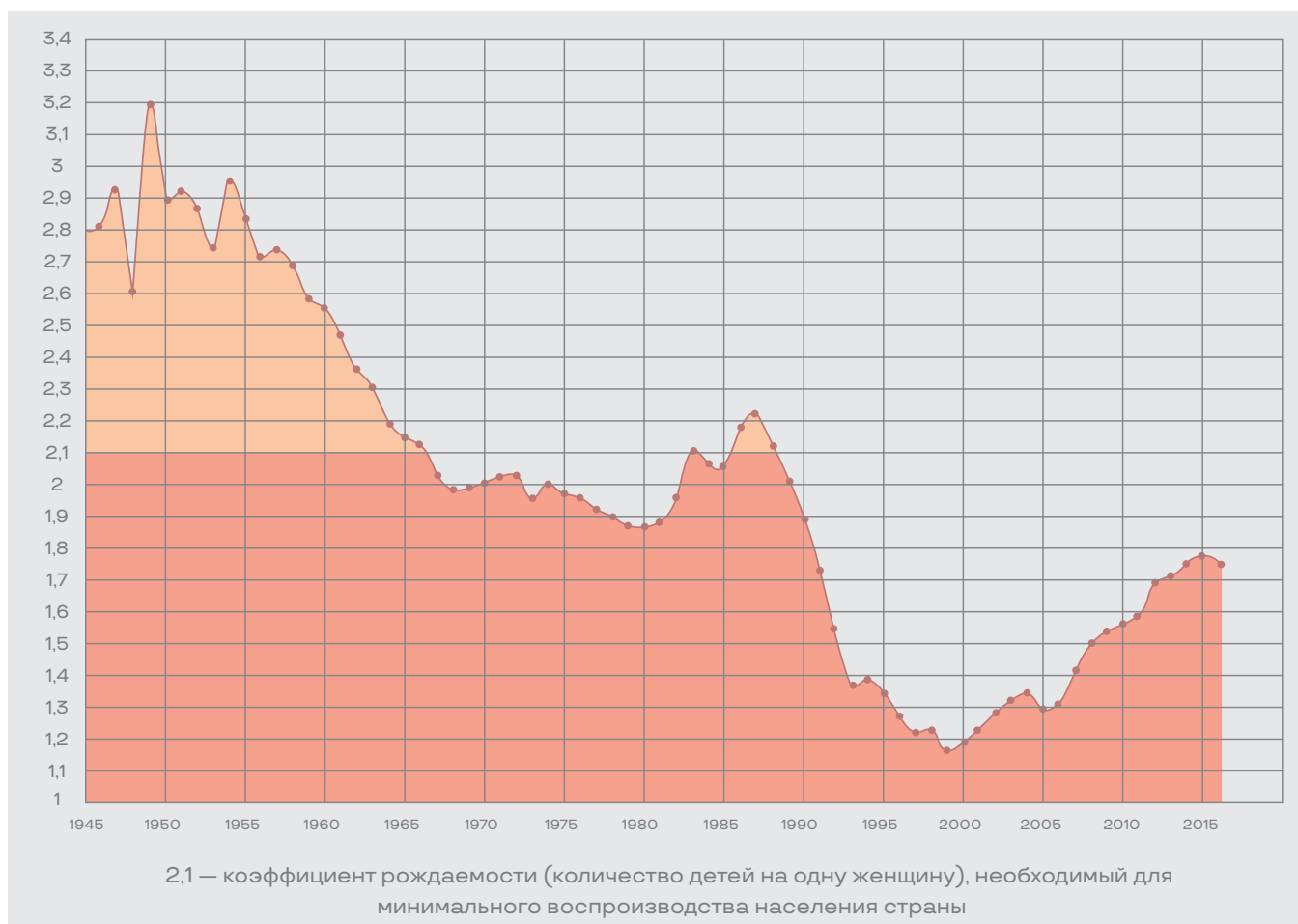


Рис. 1. Суммарный коэффициент рождаемости в России в 1946–2016 гг.

щие цифры: в образовании занято около 7 млн человек, в здравоохранении — 5,5 млн человек, в спорте — 1,5 млн человек и т. д. (табл. 1). При этом из общей статистики рабочих (табл. 2) можно сделать вывод, что в нашей отрасли численность персонала не превышает 265 тыс. человек. По некоторым эмпирическим данным в полиграфии с учётом цифровых печатных услуг трудится 130–200 тыс. сотрудников.

Можно ли было сокращать штат работников в здравоохранении? Можно. В 2010-х система здравоохранения подверглась жёсткой оптимизации, в основном в регионах. К чему это привело? Массовые протесты, снижение качества медицины — и вот уже в пандемию маховик сокращений повернули вспять. Стали расти зарплаты медицинских работников и обсуждаться другие варианты развития. Улучшилось ли в итоге медицинское обслуживание? Ответ читатель знает сам.

Образование. Невольно вспоминается меткий афоризм Лоуренса Питера: «Кто умеет, делает; кто не умеет, учит других; а кто не умеет и этого, учит учителей». Дополнил бы эту фразу: «Кто учит учить — тот учить так и не научился!» Когда в 1997 году министр образования РФ Владимир Филиппов предложил внедрять ЕГЭ по европейскому образцу, то ещё тогда было много воз-

ражений, однако мы любим свой особый путь. В образовании — особенно. Плюсы было озвучены весьма красивые: выпускнику не надо сдавать два экзамена — в школе и при поступлении, а также искоренение коррупции в вузах. Итог известен: 100-балльные егэшники из южных регионов и доучивание школьных программ уже в вузах. Стоит ли трогать снова образование?

При этом заработные платы медика, учителя, спортсмена и охранника растут. Власть не может не обращать внимание на почти 15-миллионную армию избирателей, от которой зависят в том числе правильное воспитание подрастающего поколения и работоспособность ныне действующего. Если кто-то не в курсе, то у нас в стране принят один из самых высоких в мире социально ориентированных бюджетов, в перерасчёте на душу населения. Это не производственная сфера, но от неё зависит многое — и ситуация на рынке труда в частности.

Где кадры?

Сказанное выше не более чем попытка показать, что найти трудовой резерв в масштабах государства можно. Заставить людей работать там, где есть острая нехватка в специалистах, нельзя. Хотя в СССР это получалось, но опять-таки была другая идеология. Не случайно человек идёт ра-

Таблица 1. Численность занятых мужчин и женщин по видам экономической деятельности на основной работе
(тысяч человек)

	2021		2022	
	мужчины	женщины	мужчины	женщины
Занятые, всего	36 891	34 829	36 917	35 056
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	2 833	1 365	2 826	1 352
Добыча полезных ископаемых	1 353	273	1 410	273
Обрабатывающие производства	6 401	3 798	6 372	3 759
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	1 393	437	1 382	411
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизация отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	370	163	368	159
Строительство	4 306	601	4 217	571
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	4 299	6 884	4 230	6 973
Транспортировка и хранение	4 920	1 395	5 011	1 404
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	489	1 352	492	1 378
Деятельность в области информации и связи	864	447	866	452
Деятельность финансовая и страховая	498	1 081	507	1 104
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	707	517	692	496
Деятельность профессиональная, научная и техническая; деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	2 345	1 990	2 355	2 059
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	2 868	2 099	2 875	2 035
Образование	1 201	5 621	1 197	5 681
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	1 129	4 466	1 144	4 462
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	482	922	475	950
Предоставление прочих видов услуг	431	1 411	493	1 530
Другие виды экономической деятельности	3	6	4	6

ботать именно туда, куда идёт. Здесь мы не будем отвлекаться на исследование мотивации труда учителя, врача, охранника. Одно можно заявить с уверенностью: кадры для полиграфии надо готовить — либо самим, либо в образовательных структурах, о которых речь пойдёт ниже.

С учётом постоянно снижающейся безработицы и явного её омоложения (рис. 2), вполне справедливо можно поставить вопрос: где миллион безработных в возрасте от 18 до 40 лет, который зарегистрирован центрами занятости? Почему они ещё не работают официально? И тут мы подходим к ответам, которые уже не раз высказывались на различных отраслевых совещаниях и встречах. Первое: нет никакой рекламы отрасли среди молодёжи, а ведь обычный желающий работать и зарабатывать молодой человек, как правило, не ориентируется на рынке вакансий. Второе: более 70% вакансий в полиграфии требуют высокой квалификации. Третье: заработная плата. Разберём данные сюжеты по порядку.

Типография, как и копировальный салон и широкоформатная печать, выглядит для молодёжи не совсем привлекательно. Нет историй, как с мощным маркетингом в Яндекс-доставке, о высоких зарплатах и мгновенном старте. Нет слухов о заработках в 150 тыс. рублей, как в салонах красоты, и уж точно нет историй о выдающихся бизнесменах, которые сделали себя сами в поли-

графическом бизнесе. В нашем обществе доля занятых в полиграфии составляет всего около 0,2% от количества всего трудоспособного населения. Это ничтожно мало для широких рекламных компаний, но сопоставимо с вышеупомянутыми курьерами и специалистками «по ноготочкам». Однако салоны красоты можно увидеть на каждом углу, а типографии встречаются весьма редко...

Преобразования в образовании

Следующий вопрос — обучение полиграфистов. На этом стоит остановиться подробнее. Как известно, система профессионального образования сейчас переживает трудные времена. Оптимизационные процессы последних десятилетий привели к тому, что вузы и колледжи объединяли не по принципу родственных отраслей, и это дало свои, не всегда позитивные, результаты. Создавая «Московский Политех», авторы проекта, возможно, преследовали какие-то цели, но явно не повышение качества образования в издательско-полиграфической отрасли. Иначе как объяснить слияние Университета печати с Московским машиностроительным университетом? Результат нам известен — в Полиграфическом институте Мосполитеха остались единицы преподавателей с докторской учёной степенью и произошло вымывание профессионалов. Институт печати, куда некогда обращались по кадровым и другим во-

Таблица 2. Общая численность рабочих по отраслям, включая полиграфию

Квалифицированные работники сельского и лесного хозяйства, рыбоводства и рыболовства	1 559	48	195	157	156	322	355	171	90	65	45,9
Квалифицированные рабочие промышленности, строительства, транспорта и рабочие родственных занятий	8 889	27	1 181	1 326	1 351	2 446	1 934	492	111	22	42,3
Рабочие, занятые в строительстве, и рабочие родственных занятий (за исключением электриков)	2 412	9	296	360	389	693	500	129	32	4	42,3
Рабочие, занятые в металлообрабатывающем и машиностроительном производстве, механики и ремонтники	3 645	9	544	560	566	960	761	205	35	5	41,8
Рабочие, занятые изготовлением прецизионных инструментов и приборов, рабочие художественных промыслов и полиграфического производства	265	2	24	37	35	72	63	17	10	5	44,7
Рабочие в области электротехники и электроники	983	2	140	156	134	250	227	62	11	1	42,4

просам, как мне кажется, уже давно потерял широкие контакты с отраслью и не ориентируется в ситуации на рынке труда: ведь сейчас нет необходимости в инженерах-конструкторах полиграфических машин, зато существует большой спрос на сервис-инженеров и инженеров-электронщиков полиграфического оборудования. О таких специалистах, как менеджеры по продажам, которые отлично знают полиграфические процессы, я уже и не говорю: их просто никто и никогда не готовил в нашей стране.

По Санкт-Петербургу каток преобразований прошёл не менее агрессивно — Оптико-механический лицей объединили с Профессиональным лицеем полиграфии и книжной торговли. Закупили оборудование офсетной и цифровой печати, шлейф переплётно-брошюровочного оборудования на десятки миллионов рублей. Как водится, открыли направления подготовки по графическому дизайну и искусству фотографии. Всё вроде бы неплохо, ежегодный выпуск специалистов-полиграфистов в лицее не менее 70 человек, по всем расчётам городу должно хватать переплётчиков и печатников, но в типографиях работать остаются единицы. Почему? Как устно объяснял директор лицея Константин Костюк, приём на первый курс по направлению «полиграфия» осуществляется по остаточному принципу: сначала оптики, фотографы и дизайнеры, потом — остальные. Более того, Константин Васильевич достаточно аргументированно просит именно отрасль принимать участие в профориентационных мероприятиях. Отрасль молчит.

А учащиеся лицея, оказавшиеся в его стенах случайно, совсем неслучайно идут в другие профессии. За весь почти трёхлетний срок обучения в лицее им так и не привили любовь к полиграфии. И это уже вопрос качества ра-

боты тех преподавателей, которые обучают. Не секрет, что вчерашние печатники и переплётчики занимают должности мастеров обучения и преподавателей и их зарплаты не ниже, чем в отрасли, а часто и выше. Есть смысл держаться за своё место, но где отдача? При этом в разговоре с директорами образовательных учреждений слышишь либо сетования на то, что нет квалифицированных преподавателей, либо тебя уверяют, что всё очень даже хорошо.

Опыт есть

Пару раз я проводил опрос тех преподавателей, которые читают такие специальные дисциплины, как «Технология полиграфического производства» или «Материаловедение». Для меня было открытием, когда я узнал, что ни один из преподавателей никогда в своей жизни на практике не был связан с производством. Преподают либо вчерашние выпускники колледжа, либо те, кого попросили вести этот предмет. «Как же вы читаете лекции?» — спрашивал я, и мне отвечали: «По учебникам». О каком качестве образовательного процесса тут может идти речь? Сошлюсь на зарубежный опыт — в финских колледжах тебя не возьмут в штат в качестве преподавателя, если ты не имеешь опыта работы по специальности не менее семи лет и не пройдёшь жёсткий отбор.

Издательско-полиграфический техникум в Питере слили со строителями и закрыли направление подготовки «Издательское дело», но открыли ряд новых востребованных направлений, таких как «Лечебное дело», «Туризм» и «Актёрское искусство». Академия градостроительства и печати (новое название) сохранила подготовку по профессии «печатное дело», но перевела будущих полиграфистов с 5-й линии Васильевского острова на окраину



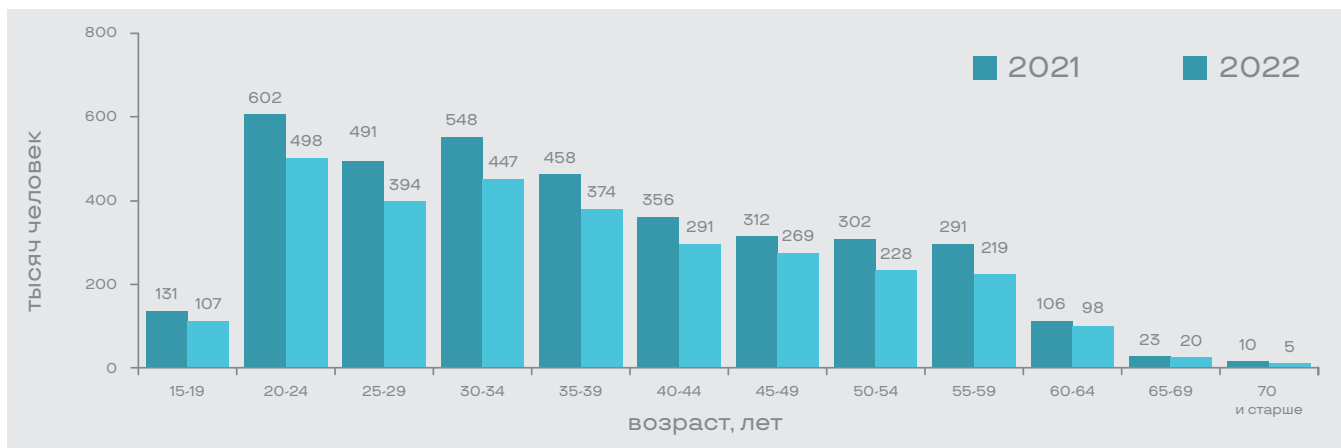


Рис. 2. Численность безработных по возрастным группам

города — ул. Руставели. Не всякий учащийся будет ездить на север мегаполиса, чтобы получить профессию печатника. Чем это грозит? Прежде всего снижением общего образовательного уровня поступающих в данную Академию.

В то же время не всё так трагично. Есть очень даже позитивные примеры, когда отраслевыми образовательными учреждениями руководят профессионалы своего дела и болеющие за результат своей работы люди. Московский техникум креативных индустрий им. Л. Б. Красина лет десять назад начал обновление своей производственной базы, и сейчас там сосредоточены промышленные линии офсетной и цифровой пе-

чати, есть на чём обучать и есть кому учить. Директор техникума Лиана Табатадзе всегда чутко прислушивается к пожеланиям отрасли, реагирует на любые изменения и сумела сформировать достойную команду единомышленников.

На севере Москвы развивается Московский издательско-полиграфический техникум им. И. Федорова. Когда приезжаешь в этот старейший образовательный центр, то видишь, что время не стоит на месте. Там есть юные полиграфисты, которые с блеском в глазах печатают, слушают лекции и реально хотят идти вперёд. Может быть, дело не в системе образования, а в грамотно подобранных руководителях?

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ РЕКЛАМНОГО, ТЕКСТИЛЬНОГО, СУВЕНИРНОГО И ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

ЭКΟΣОЛЬВЕНТНЫЕ, ТЕКСТИЛЬНЫЕ И УФ-ПРИНТЕРЫ, РЕЖУЩИЕ ПЛОТТЕРЫ, РАСКРОЙНЫЕ КОМПЛЕКСЫ, ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ЭТИКЕТКИ.

SMART-T
smart-t.ru

23 в авангарде
рекламного рынка
года



>900 м²

крупнейший демозал в Европе

53

единицы оборудования готовы к демонстрации

10

региональных представительств в России
офисы в Беларуси, Казахстане, Узбекистане и Кыргызстане

84

сертифицированных сервисных инженера

1324

инсталляции в 2023 г.

РЕКЛАМА

ПРИГЛАШАЕМ НА ДЕМОНСТРАЦИЮ В НАШЕМ ШОУРУМЕ



+7 495 663-9111

IECHO SPRINTER ARKJET GZ CONGZHENG Mimaki TitanJet QMEFU PHOTONIM VULCAN dini DARUI Brotech

Студенты по запросу

Можно ли заставить систему профессионального образования работать эффективно и выпускать реальных специалистов, стремящихся работать? Как ни странно, этот велосипед уже давно был придуман. Даже в соседней Финляндии рабочих для типографий готовят сугубо под запрос отрасли. Пять лет назад я посетил Колледж Треду (Тампере, Финляндия) и узнал много интересного. Например, группы учащихся формируют строго по запросам полиграфических предприятий. На мой вопрос: «А если запроса не будет?» директор колледжа спокойно ответила, что тогда не будет обучения: «Зачем тратить деньги налогоплательщиков впустую? У вас разве не так?»

Для меня до сих пор является тайной, какими соображениями руководствуются органы управления профессиональным образованием, как высшим, так и средним, когда ежегодно формируют контрольные цифры приёма на ту или иную специальность? Типографиям нужны машинисты резальных машин, операторы цифрового печатного оборудования, менеджеры по продажам, операторы флексографского оборудования, но ни один лицей, колледж и техникум в стране не готовит этих специалистов!

В прошлом году Министерство просвещения РФ в лице директора департамента государственной политики Виктора Сергеевича Неумывакина внедрило в учебный процесс новый образовательный стандарт «мастер полиграфического производства», умудрившись объединить в одну профессию печатника, переплётчика и верстальщика. Мы направили официальное письмо с просьбой дать разъяснения в министерство, но ответа так и не получили. Сам же Виктор Сергеевич, выступая публично в ноябре прошлого года в Экспофоруме (СПб), заявил, что они укрупняют образовательные стандарты и делают это... исключительно учитывая мнение работодателей. Без комментариев.

Когда интересуешься у руководителей лицеев и колледжей, почему они не спрашивают отрасль, какие кадры ей нужны, то они всегда ссылаются на некие цифры приёма, устанавливаемые сверху. При этом лично для меня совершенно очевиден тот факт, что никто иной, как директор должен ходатайствовать перед региональными органами образования о подготовке специалистов по востребованным профессиям. Вместо этого складывается ощущение, что директору образовательного учреждения абсолютно все равно, кого готовить. Так называемое подушевое финансирование — это современный бич на всех уровнях профессионального обучения. Вместо оплаты по факту устройства на ра-

боту по своему профилю подготовки выпускника государство платит за абстрактные цифры обученных специалистов. Воистину правая рука не знает, что творит левая!

Зарплата — не как у всех

В чате Клуба директоров цифровых типографий мы часто обсуждаем кадровые проблемы. Практически большинство директоров склоняется к тому, что система профессионального образования в стране развалена почти полностью и ничто уже её спасти не может. Об этом говорят люди, ежедневно управляющие большими и малыми коллективами, люди, которые не понаслышке знают о кадровом голоде. Лично я так не считаю. Пока отрасль только ругает образование в чатах и при личных встречах — ничего не произойдёт. Когда на стол министра ляжет письмо с конкретикой и с подписью от сотен полиграфических предприятий — тогда есть шанс, что нас услышат. Не уверен, что сразу, но прислушаются. Руководителю любого федерального ведомства, надеюсь, нужна обратная связь, а не цифры выпуска специалистов на бумаге. Хотя это не точно.

Теперь — о не менее главном аспекте в сложившейся кадровой ситуации — о заработной плате. Пока предприниматель ещё не в полной мере ощутил, что именно этот показатель является ключевым при определении своего места на рынке труда для молодёжи — зарплата и, для некоторых, карьера. В прошлом веке было принято считать, что в полиграфии зарплаты весьма высокие. Что же случилось сейчас? Пришли новые игроки: маркетплейсы, логистика, различные новые услуги — и изначально замотивировали на труд с возможностью заработать. Дали, так сказать, надежду. На начальном этапе заработка были и есть иногда сейчас, но мало кто из поставщиков маркетплейса задумывается над тем фактом, что его чистый доход в месяц не выше, чем средняя зарплата по стране. Их утешает именно надежда, что завтра они разбогатеют.

Когда мне звонит директор крупной флексо-типографии с полуторамиллиардным оборотом и говорит о том, что не найти печатника, то на первый же вопрос о зарботке печатника я слышу в ответ: «Как у всех!» После более подробных разговоров выясняется, что своей прибылью никто не хочет делиться с рабочими. Между тем кадры — это гораздо более ценный ресурс, чем оборудование. В покупке машин и оборудования бизнес вкладываться готов, а вот в тех, кто это будет обслуживать, нет. Типографиям надо всерьёз готовиться к повышению цен и росту зарплат. Кто первый уделит этому вопросу больше внимания, тот и выиграет в конкурентной борьбе!

Одна из крупных сетевых цифровых типографий Питера организовала своё кадровое агентство и не испытывает трудностей с подбором кадров, а даже помогает другим на договорной основе. Просмотр резюме, собеседования, определение уровня подготовки кандидата на ту или иную должность — очень специфический труд, и не всякий руководитель способен грамотно решать такие задачи, да и времени порой просто нет. Каждый должен заниматься своим делом, и если директор сам не способен правильно решать проблему с замещением вакансий, то всегда можно заплатить и найти тех, кто это решит за тебя.

Глас многих

У нас есть Министерство труда, есть отраслевые министерства и ведомства, но пока непонятно, каким способом они будут и будут ли решать только ещё назревающую проблему кадрового дефицита. Приказы и инструкции, которые ежедневно выпускают эти структуры, есть не более чем бюрократическая возня. Мысль о том, что рынок всё сам отрегулирует, не нова, и рынок регулирует в пределах своих

возможностей. Задача властей — помочь нам это сделать эффективно.

Проблема с кадровым обеспечением возникла не вчера, о последствиях демографической ямы говорили и ранее, но успешным полиграфистам всегда кажется, что их это коснётся не скоро. Мощное позитивное влияние на эту ситуацию могли бы оказать различного рода общественные объединения, но все они остались в своём развитии, поскольку не могут существовать в воздухе без финансовой поддержки со стороны типографий. Грубо говоря, наша отрасль не имеет сколь-нибудь значимой федеральной общественной структуры, которая была бы в состоянии решать вопросы на всех этажах власти. Это относится и к кадрам. Наверху никто не станет учитывать интересы отдельных предприятий, но вот коллективные проблемы бизнеса решать будут. ■

Об авторе: **Александр Васильевич Иванов**, д.т.н, председатель Совета по профессиональным квалификациям в области издательского дела, полиграфического производства и распространения печатной продукции НСПК при Президенте РФ.



R-SUPERLAM



ОПЕРАТИВНЫЕ • ШИРОКОФОРМАТНЫЕ • ПРОМЫШЛЕННЫЕ

ПРОВЕРЕННЫЙ
ПОСТАВЩИК НАДЁЖНОСТЬ
КАЧЕСТВО
ДОЛГОВЕЧНОСТЬ БОЛЕЕ 30 ЛЕТ НА РЫНКЕ
УДОБСТВО В ПРИМЕНЕНИИ
ГАРАНТИЯ

ДОСТУПНАЯ
СПЕЦ. ПРЕДЛОЖЕНИЯ СТОИМОСТЬ
ВЫГОДА
ЭКОНОМИЯ ЛУЧШИЕ УСЛОВИЯ
РАССРОЧКА ЛИЗИНГ

ЭТО...
ГОРЯЧЕЕ ХОЛОДНОЕ
ЛАМИНИРОВАНИЕ
РЕШЕНИЕ
ДЛЯ МАЛОГО
ВЫСОКАЯ СРЕДНЕГО
ПРИБЫЛЬ ОБЪЕМА
ДОХОД УНИКАЛЬНОСТЬ



ГРУППА КОМПАНИЙ РУССКОМ

+7 (495) 785-58-05 • gmp-russcom.ru • info@russcom.ru

Центр высокого класса

Центральный московский демонстрационный зал группы компаний «Смарт-Т» в 2024 году значительно расширился. Директор по маркетингу Дмитрий Грацков рассказывает подробности: зачем в одном месте ставить десятки образцов оборудования, как одновременно проводить несколько презентаций для клиентов и сколько сотрудников для этого нужно — читайте прямо сейчас.

Беседовала Юлия Васина



Что это за демозал?

Строго говоря, называть его просто демозалом или шоурумом неправильно: с самого начала деятельности в далёком 2002 году в компании понимали, что просто показывать технику в работе мало. Необходимо многофункциональное рабочее пространство для обучения сотрудников, испытаний новых расходных материалов, тестов оборудования, построения цветковых профилей и подбора оптимальных параметров печати. В первый же год своей деятельности «Смарт-Т» обзавелась небольшим отдельным помещением, где разместились два широкоформатных принтера Mimaki и каландровый термопресс TitanJet. С тех пор это подразделение постоянно росло и развивалось. С переездом в новый офис компания получила практически неограниченные возможности по расширению и планирует использовать внушительную площадь в перспективе.

Сегодня демонстрационно-испытательный центр «Смарт-Т» выполняет функции масштабной экспериментальной площадки, оснащённой по последнему слову техники. Здесь работают профессионалы сразу нескольких подразделений: собственно сотрудники демозала, инженеры сервисного центра и нового технологического отдела, образованного в прошлом году. Все эти специалисты, обладающие глубокими знаниями, большим практическим опытом и техни-

ческой подготовкой, и имеют в распоряжении самый современный инструментарий для проведения тест-драйвов нового оборудования, комплексного тестирования расходных материалов и отработки новых прикладных технологий. Посредством скрупулёзных испытаний выявляются возможности поставляемой техники для получения наилучших результатов, определяются оптимальные режимы её работы и совместимость чернил и носителей.

Ещё одно назначение демозала — выступать площадкой для съёмок видеозаписей оборудования, а также обучающих видеороликов для инженеров и менеджеров компании. Для этого есть вся необходимая для этого профессиональная техника и штатные специалисты, в их задачи также входит проведение онлайн-демонстраций для иногородних клиентов.

Давайте вернёмся к основному предназначению этого пространства, ведь именно презентация техники потенциальным клиентам и является главной задачей демозала?

«Постоянно действующая выставка» — вот как иногда называют демозал, и это нельзя назвать преувеличением. На площади более 900 м² развёрнута обширная экспозиция оборудования для рекламного, текстильного, сувенирного и промышленного производства, которая в этот

самый момент насчитывает ровно 53 единицы техники. Ежедневно шесть штатных специалистов демозала совместно с менеджерами проводят до десяти презентаций клиентам, не только из Москвы, но и со всей России. Почему это уникальная возможность? Потому что одновременно увидеть в работе такое количество техники, протестировать собственные материалы и макеты, получить исчерпывающие консультации — даже не на каждой выставке возможно.

В демозале представлена большая коллекция образцов готовой продукции, которая ярко иллюстрирует возможности современных цифровых технологий. Большое внимание уделено секции текстильной печати, где представлено готовое платье, спортивная одежда, шторы и мебельные аксессуары. На стендах можно увидеть образцы УФ-печати с расчётом себестоимости печати: персонализированную канцелярскую и сувенирную продукцию, настольные игры, разнообразную упаковку, технические шильды, электронные платы и многое другое. На участке раскройного оборудования расположены наглядные стенды с образцами всех обрабатываемых материалов и применяемых для этого инструментов. Это сделано для того, чтобы снабдить гостей демозала всей необходимой информацией, чтобы они приняли решение, основанное на фактах и увиденном своими глазами.

Предыдущая версия демозала «Смарт-Т» была самой большой в Европе, и тем не менее возникла потребность к расширению. Почему?

Ассортимент компании постоянно растёт, например, в прошлом году было открыто направление оборудования для производства этикетки, и потребовалось разместить сразу шесть больших промышленных станков. Очень активно растёт линейка поставляемых текстильных принтеров — это сублимационные и пигментные **GongZheng** и **ARK-JET**. Много места требуется под планшетные УФ-машины **Sprinter** — каждый из таких занимает до 20 м². И прямо сейчас инсталлированы две новинки этого же производителя — рулонный и гибридный УФ-станки, ширина каждого из которых составляет более пяти метров.

С января 2024 года «Смарт-Т» стала эксклюзивным дистрибьютором **iECHO** в России, что в свою очередь потребует наиболее полного представления раскройного оборудования на этой площадке. Наконец, в компании долго мечтали установить полноценный автоматический настольно-раскройный комплекс: к слову, это самый большой экспонат в демозале, занимающий более 50 м². Поэтому без существенного расширения демозала было не обойтись, тем более что такой вариант развития событий и предполагался изначально.



Было непросто: три месяца, 10 подрядных организаций, 39 рабочих специалистов, километры кабелей и входной автомат АВВ на 400 ампер, за которым пришлось устроить «охоту» по нескольким федеральным округам... Зато теперь в Москве в пределах Третьего транспортного кольца работает крупнейший уже на целом континенте демозал площадью свыше 900 м² с удобной бесплатной парковкой и вкусным кофе!

Этот шаг потребовал серьёзных инвестиций, ведь мало сложить стены и сделать ремонт. Для размещения оборудования помещение необходимо было подготовить, поэтому каждый зал нового демонстрационного пространства (как и уже существующие) оснащён всеми необходимыми системами вентиляции, отопления, кондиционирования, дымоудаления и пожаротушения. Одновременно с этим была спроектирована и построена централизованная система подачи сжатого воздуха: теперь работа больших принтеров, каландров и раскройщиков не сопровождается шумом отдельных компрессоров. Вместо этого к каждому станку подведена выделенная линия, которую питает большой промышленный компрессор, вынесенный за пределы рабочих зон.

Что нового появилось на вашей демонстрационной площадке?

Из принципиально нового — были установлены, в первую очередь, станки, предназначенные для производства этикетки и гибкой упаковки. В этом списке: относящаяся к премиум-классу промышленная ЦПМ **Dilli NEO PICASSO PLUS**, станки для лазерной и ножевой высечки этикеток **Darui**, тонерный этикеточный принтер с белым цветом **Darui K1**, машина для финишной обработки этикетки **Brotech SDF-E 330**, высоко-



Постоянно проводится обучение сотрудников из других городов, что расширяет географию компетенций команды «Смарт-Т» и делает сервисное обслуживание более оперативным и доступным для наших клиентов из других городов.

производительный станок для лазерной высечки **iECHO LCT350** и ротационная высекальная машина **iECHO MCT**.

Для представителей швейной промышленности основной интерес представляет настольно-раскройный комплекс, состоящий из многослойного раскройщика **iECHO GLSC**, 10-секционного стола с автоподдувом, настольной машины **GuangDong YYC Y5E** и устройства автоматической маркировки края. Также размещена экспозиция различного вспомогательного оборудования **Han-Bond** — дигитайзеры для оцифровки лекал и инженерные рулонные принтеры с функцией резки.

Заметную часть новых площадей занимают станки для УФ-печати **Sprinter**: большой планшетник с рабочим столом 2,5×1,3 м, два принтера с шириной печати 3,2 м (рулонный и гибридный), популярная модель для сувенирной печати с рабочим полем 60×90 см.

А что насчёт моделей оборудования поставщиков, ушедших с российского рынка?

Принтеры **Mimaki** сохраняются в демозале не только для существующих клиентов, но и для но-

вых. Ведь поставки оборудования продолжают-ся, более того, все популярные модели японского производителя практически всегда имеются в наличии у нас на складе. Изменилось только одно: теперь мы поставляем не оригинальные чернила, а лучшую на рынке альтернативу под брендом **Artix** от ведущих поставщиков из КНР и Индии. Эти чернила прошли испытания, после которых их стали активно внедрять тысячи клиентов «Смарт-Т».

Какое оборудование сейчас преобладает?

Нельзя сказать, что какое-то направление в демозале превалирует. Главная задача — одинаково полно и наглядно показать все стороны деятельности компании. Чуть ли не ежедневно одновременно проходит сразу несколько демонстраций: показываются возможности раскройщика представителю завода-производителя автомобильных компонентов, рядом идёт презентация комплекса для текстильной сублимационной печати для делегации фабрики детской одежды, поодаль — рекламщикам показывают новый скоростной экосольвентник, а их коллеги оценивают возможности компактного сувенирного УФ-принтера... Каждый найдёт нужное оборудование, а уж многопрофильные РПК могут не ждать отраслевую выставку: в демозале есть всё, что только может им понадобиться.

Формат знакомства с оборудованием предполагает личное посещение демозала?

Не обязательно, мы также используем формат онлайн-демонстраций. Для клиентов, не имеющих возможности очно посетить демозал, проводятся презентации в прямом эфире, в ходе которых предоставляется возможность не только увидеть оборудование в работе, но и задать любые вопросы техническому специалисту и менеджеру. А это — профессионалы высокого уровня.

Поддерживать такой парк машин в рабочем состоянии под силу не каждой компании, как вы с этим справляетесь и где берёте квалифицированные кадры?

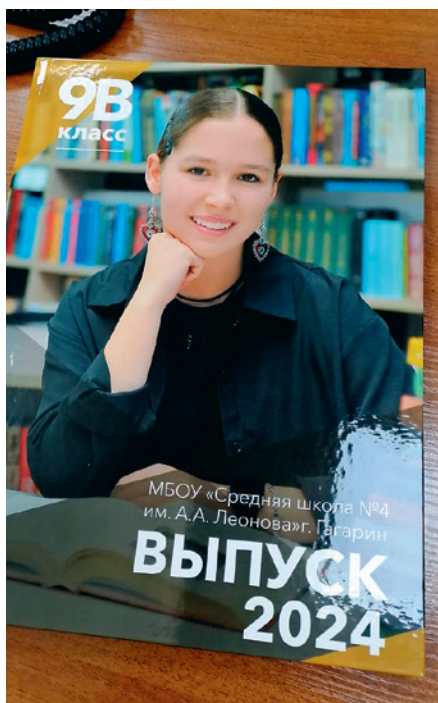
В штате демонстрационно-испытательного центра работает шесть специалистов. В их обязанности входит не только проведение презентаций, но и обслуживание всей находящейся в их распоряжении техники, включая проведение регламентных работ. Практически все сотрудники — в компании уже более десяти лет: кто-то раньше работал в сервисном центре, кто-то пришёл в «Смарт-Т» с рекламных производств, и даже есть инженеры, ранее работавшие в других компаниях-поставщиках. □



Фотоистории в печати

Сколько фотографий хранится в памяти вашего смартфона? Скорее всего, больше тысячи. А сколько из них вы собираетесь напечатать? И вот здесь возникает нешуточное противоречие. С одной стороны, больше снимков, чем сейчас, человечество никогда не производило, но при этом количество печатаемых фотографий стремительно уменьшается с каждым годом. Однако решение для компаний, работающих в сфере фотопечати, всё-таки есть — это жанр фотокниги, пришедший на российский полиграфический рынок около 15 лет назад.

Юлия Васина



Одними из тех, кто в своё время влился в данное направление печати, стала московская типография **PrintStory**. По словам руководителя отдела продаж **Сергея Смирнова**, интерес к фотопродукции в компании сформировался ещё в 2010 году, когда в руки руководителя попал образец заграничной фотокниги. В то время рынок ещё не был наполнен большим ассортиментом подобной продукции и под фотокнигой чаще всего понималось изделие с твёрдой фотообложкой и отпечатанными на цифровом принтере гибкими листами. Было принято решение изготавливать фотокниги на собственном производстве и только в твёрдом (!) переплёте. Поэтому следующим ключевым шагом для PrintStory, как для производителя именно фотокниг, стал переезд в новую локацию и одновременное приобретение профессионального оборудования — мини-фотолаба **Noritsu QSS 3702HD**.

Несколько лет производство успешно функционировало, параллельно с этим рос интерес к фотокнигам не только в корпоративном сегменте, но и у массового потребителя. Большой сезонный запрос на печать выпускных альбомов в твёрдой обложке для учебных учреждений подталкивал к установке более производительного профессионального оборудования, что в свою очередь позволяло дополнительно загрузить производство заказами. Поэтому, на рубеже 2015 года, в PrintStory была инсталлирована новая ЦПМ **Konica Minolta 1060L**. Появилась возможность делать фотокниги по двум технологиям: методом фотопечати на фотобумаге Fuji «мокрым» процессом и цифровым способом на мелованной бумаге.

Сезонные технологии

Несмотря на определённую сезонность спроса на фотокниги и особенно выпускные аль-

бомы (всплеск заказов обычно приходится на конец весны и летние месяцы), в типографии сознательно не расширяли ассортимент за счёт традиционной оперативной продукции, такой как визитки, буклеты, листовки, этикетки, и т. п., и сохраняли приоритет развития исключительно за фотокнигами в твёрдой обложке. Вообще, вопреки схожести оборудования и технологий, процесс производства фотокниг значительно отличается от стандартных книжных технологий.

В отличие от крупного печатного производства, где всегда присутствует такое понятие, как тираж, фотокниги обычно заказывают в количестве одного экземпляра, поэтому практически любая фотокнига является уникальным продуктом с высокими требованиями к внешнему виду, исполнению и качеству печати. Кроме того, в фотокнигах используется технология сборки блока разворотами, при которой каждый разворот печатается как отдельная фотография, а затем бигуется и наклеивается на плотную основу из самоклеющегося пластика или картона. В ка-

По словам Сергея, главной особенностью нового ламинатора является возможность получения фактурной поверхности, напоминающей классическую фотобумагу.



честве покровного материала для переплёта часто используется переплётная ткань и экокожа, и для персонализации необходимо делать тиснение, гравировку, фотовставку или УФ-печать, поэтому в типографии постепенно появились позолотный пресс, лазерный гравировщик и УФ-принтер.

Работа на максимуме

После пандемии COVID-19 в компании был организован отдел по работе с клиентами, который теперь решал главные вопросы по продвижению продукции. Был налажен клиентский сервис, техподдержка, обратная связь. А ещё внедрили маркетинговые работы по «раскачке» целевой аудитории. Благодаря этому увеличилось количество заказов, поэтому пришлось расширить штат на производстве.

Произошли и технологические изменения: началось активное внедрение новых шаблонов оформления фотокниг, интересных для разной аудитории. Этот же период связан в компании и с появлением нового оборудо-



вания. Одним из таких приобретений стал ламинатор **GMP QTOPIC-380F**, пришедший на смену настольному устройству. В 2023 году парк оборудования пополнил УФ-принтер Mimaki для печати по экокоже и ткани.

А в феврале нынешнего года инженерами **ГК «РУССКОМ»** в PrintStory снова была проведена инсталляция устройства GMP, на это раз профессионального рулонного ламинатора **GMP PROTOPIC-III PLUS 540 DUAL PHOTO**. Как и в предыдущие разы, решение о приобретении новой единицы оборудования было связано в первую очередь с растущими потребностями заказчиков. С чем и обратились к своим давнему партнёру ГК «РУССКОМ», зарекомендовавшему себя не только поставками надёжного оборудования, но и качественным сервисным обслуживанием, что в последнее время стало особенно ценно на фоне ухода многих компаний с российского рынка.

По словам Сергея, главной особенностью нового ламинатора является возможность получения фактурной поверхности, напоминающей классическую фотобумагу. Предназначенный именно для текстурного ламинирования и имитации фотобумаги PROTOPIC-III PLUS 540 DUAL PHOTO при максимальном формате A2 позволяет ламинировать примерно 1250 листов в час, а в случае формата A3 производительность возрастает до 2150 листов. В типографии сейчас стоит задача проверить новое устройство на максимальной загрузке, ведь пик сезона для выпускных альбомов наступает ближе к лету.

Ценные кадры

При работе в таком направлении, как фотокниги и выпускные альбомы, помимо производственных достижений крайне важны вопросы взаимодействия с клиентом. Как поясняет Сергей, фотокниги это не про-



дукт первой необходимости, тем более если говорить об эксклюзивном исполнении, и, несмотря на значительную популярность этого направления, крайне важно доносить ценность такого фотоизделия до потребителя или — в случае работы с фотографами — до отраслевого посредника.

Так что же такое фотокнига и кому она нужна? По словам Сергея, для многих тема создания фотокниги, несмотря на всю информацию, обучающие видеоролики и доступность программ-конструкторов, остаётся территорией неизвестности. А ведь закрывая потребности в творчестве в случае самостоятельного создания макета и давая возможность получить уникальный персонализированный продукт, выполненный по индивидуальному ТЗ, фотокниги достойны гораздо большего внимания, не только как способ сохранения памятных моментов, но и как своеобразная фотолетопись в цифровую эпоху. ▣

oktoprint
SERVICE

www.oktoprint.ru

Расходные материалы
для полиграфии

20 ЛЕТ ВМЕСТЕ
ДЕЛАЕМ МИР ЯРЧЕ!



ООО «ОктоПринт Сервис»

Головной офис: 143405, Московская обл.,
Красногорский р-н, п/о «Красногорск-5», Ильинское ш,
4 км, на территории ППК | +7 495 150 50 88 |
info@oktoprint.ru | www.oktoprint.ru



Интерес в стабильности

В этом году «ОктоПринт Сервис» исполняется 21 год. Достижения, которыми гордятся в компании: 10 филиалов, 11 технологов, 13 станций смешения красок, 200 сотрудников, 1200 постоянных клиентов и 8000 стандартных ассортиментных позиций на складе. Поговорили с техническим директором «ОктоПринт Сервис» Татьяной Климовой о проблемах в типографиях с расходными материалами, о новых интересных продуктах для полиграфических производств, о расширении услуг компании и поиске новых направлений.

Беседовала Ирина Паялина



Долгое время «ОктоПринт Сервис» сотрудничала с европейскими поставщиками. Сейчас удалось полностью заменить продуктовую линейку и переориентироваться на работу с Китаем, Индией и Турцией. Отобрали качественные товары, провели большую подготовительную работу, а именно несколько уровней тестирования материалов. Это предварительные испытания в лаборатории и следом проверка в два этапа на реальных производствах лояльных клиентов компании. Только после положительных результатов товар выпускался на рынок. Кажется, при такой подготовке не должно быть вопросов. Однако у технических специалистов «ОктоПринт Сервис» сейчас очень много работы. Это при том, что отдел вырос по количеству сотрудников и сейчас в нём работают не только технологи полиграфических производств, но и другие специалисты — технологи-печатники с опытом наладки оборудования, использующие эти знания для помощи типографиям. Почему же вместо сокращения объёмов работы у службы поддержки её становится больше?

Материальные проблемы

В сложных экономических условиях все клиенты пытаются сокращать затраты и делают это часто за счет экономии на расходных ма-

териалах. При этом на рынке появилось очень много низкокачественной продукции для производств. К сожалению, не всегда типографии смотрят на несколько шагов вперёд и понимают, к чему может привести использование даже одного некачественного дешёвого расходника. За это время специалисты «ОктоПринт Сервис» накопили опыт и предупреждают типографии о последствиях неоправданной экономии.

В качестве примера Татьяна приводит проблему с изопропиловым спиртом. Ярко она проявилась в пандемию, когда большая часть продукта ушла на изготовление дезинфицирующих средств, он очень повысился в цене, а на рынке появились подделки. Сейчас похожая ситуация. Типографии покупают дешёвый спирт, а на выходе получают проблемы с тиражами. В «ОктоПринт Сервис» делали анализы такого спирта и нашли там ацетон, метиловый спирт, а в самом лучшем случае — воду. Последний вариант самый безопасный. При этом многие недооценивают влияние некачественного спирта на качество печати. Был случай, когда анализ показал полное отсутствие изопропилового спирта: состав был на 58% из метилового спирта плюс ацетон и вода. Метиловый спирт — яд, работать с ним можно после получения специальной лицензии. Проблемы



с тиражами покажутся не такими большими по сравнению с уголовной ответственностью в случае проблем со здоровьем у сотрудников при отравлении метанолом.

Погоня за дешёвыми материалами может иметь самые разные неприятные последствия. Татьяна рекомендует считать в данном случае потери машино-времени, стоимость испорченной бумаги и картона, перепечатки. И речь не только о спирте, а в целом о химии: лаках, смывках и т. д. Такая продукция увеличивает количество поломок оборудования и сокращает срок службы. И даже наличие одного некачественного продукта может сильно влиять на производство и перекрывать то, что все остальные материалы дорогие и не раз проверенные.

Ответы есть

Татьяна постоянно рассказывает о таких случаях и накопленном опыте, чтобы другие типографии могли избежать вышеописанных ситуаций. С этой целью компания возобновила бесплатные вебинары серии «Школы современного полиграфиста»: ежемесячно записываются новые выпуски в дополнение к уже имеющейся базе. «ОктоПринт Сервис» планируют снимать короткие тематические ролики, например, «Подготовка файлов для выборочной лакировки», «Как проверять и менять увлажнение», «Как проверять качество смывок» и другие. Эта информация доступна на сайте компании, в YouTube-канале, в Telegram, а также на Яндекс.Дзен.

Конечно, это не отменяет работу по запросам типографий и обучение персонала на местах, а также аудит производства. Аудит производится по заранее разработанному плану и включает пять основных этапов:

- 1) общение с руководителями/начальниками участков и ОТК по вопросам дефектов, возникающих на производстве;

- 2) аудит участка подготовки воды, контроль качества воды;
- 3) аудит формного участка;
- 4) аудит печатного цеха;
- 5) аудит склада: условия хранения материалов.

По результатам аудита типографии выдаётся подробный документ с рекомендациями по устранению выявленных проблем и улучшению работы предприятия.

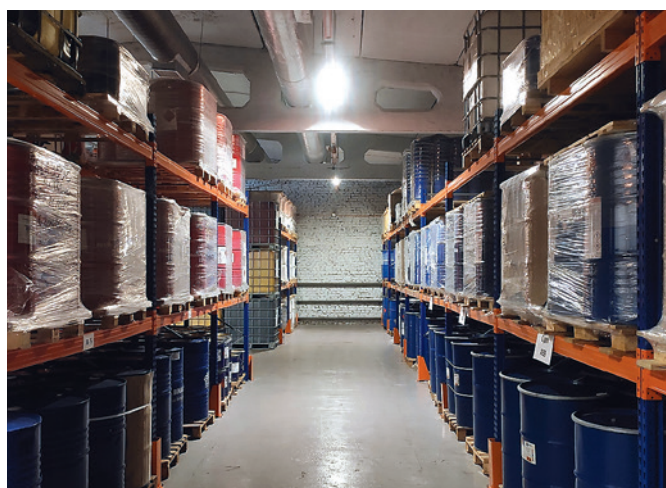
Локальные инновации

«ОктоПринт Сервис» вернулась к проведению офлайн-мероприятий. По мнению Татьяны, люди соскучились по живому общению, неформальным разговорам в дружеской обстановке, возможности просто поговорить, обсудить, спросить совета. В 2023 году было три мероприятия: в Нижнем Новгороде, Твери и Санкт-Петербурге. Первая встреча в 2024 году прошла с 18 по 19 апреля в Пятигорске в форме семинара «20 лет с полиграфией». Соорганизаторами выступили компании «Европапир», «Сыктывкарский ЛПК», «Моноритм».

«ОктоПринт Сервис» делится не только полезной информацией, как избежать проблем на производстве, но и рассказывает про новые интересные материалы, которые помимо решения основных задач помогают нивелировать возможные проблемы, например, при меняющемся от партии к партии качестве бумаги или продлить срок службы офсетной резины.

Сейчас в ассортименте есть уникальный регенератор офсетной резины для локальных продавцов, который сделан по совсем другой «философии» (это не опечатка) по сравнению с европейскими товарами. Если у последних восстановление идёт на небольшом участке продава как «скорая помощь» для допечатки тиража, то новое средство китайских партнёров подразумевает обработку полного листа.

Собственное производство плюс поставки импортных расходников позволяют предлагать клиентам выбор и постоянно иметь товар на складе.





Регенератор «находит» проблемные зоны и восстанавливает их. Есть опыт, когда после такой процедуры типография работала на восстановленной резине ещё неделю.

Ещё одна новинка — китайская добавка в увлажнение от постоянного поставщика, с которым идёт сотрудничество также по краскам, лакам, различным вспомогательным средствам. «Фишка» продукта в том, что он не только непосредственно увлажняет, но ещё и прочищает систему увлажнения, причём так, как не очищала стандартная химия. Добавка произвела впечатление даже на опытных сотрудников «ОктоПринт Сервис».

Компания продолжает развиваться, ищет инновационные товары с хорошим соотношением цена/качество, помогающие максимально стабилизировать процессы печати в условиях «турбулентности» рынка.

Сами можем

Важно не забывать про собственное производство, которое существует давно, но активно начало развиваться перед пандемией. А после февраля 2022 года произошло двукратное увеличение производимой номенклатуры. Самая большая часть производства — станции смешения: девять станций смешения офсетных красок и по одной красок глубокой печати, сольвентных красок для гибкой упаковки, водных флексокрасок и УФ-красок для флексопечати. Это направление активно развивается



Татьяна Климова:
«Мы продолжаем искать новые, интересные и нужные материалы для обеспечения стабильной, качественной работы типографий».

и является в компании точкой роста. Объём производимых красок продолжает прирастать от года к году, и идёт дооснащение оборудованием китайских производителей.

Большую часть объёма на собственном производстве занимает изготовление смывок с использованием только качественных компонентов. «Мы не играем с качеством», — подчёркивает Татьяна Климова. Также производятся добавки в увлажнение, проявитель для СТР-пластин, вспомогательные средства для очистки системы увлажнения, очистки валиков и так далее.

Ещё одно направление интенсивного развития — это клеи. У компании очень широкая линейка: это клеи для полиграфии для послепечатки, для конечной упаковки, для гибкой упаковки. Их используют не только полиграфисты, но и компании-производители собственной продукции, например, агрохолдинги. Если раньше поставки клея были из Европы, то сейчас к стандартному ассортименту добавились клеи из Турции.

Из услуг «ОктоПринт Сервис» предлагает заточку ножей, резку и армирование офсетной резины. Кроме этого, есть центр цифровой резки **Cut4you**, где установлено два плоттера Zünd. Центр предлагает услуги не только полиграфистам, но и производствам из других отраслей. Например, в нём выполняли заказ по резке тентов для цирка-шапито, кроили детали резиновых лодок, кожу для обуви, автосидений, различные элементы домашнего декора. И всё это из очень широкого списка материалов, начиная с фетра. ▣

drupa calling

Не претендуя на всеохватность, мы попытались собрать имеющуюся на сегодняшний день информацию от некоторых участников drupa, которая была опубликована в последнее время.

Алик Польских

В предыдущей статье*, посвящённой «полиграфической Олимпиаде», как иногда называют выставку в Дюссельдорфе, фокус был на цифровой печати. И это не случайно: цифровая и прежде всего струйная печать один из главных трендов выставки. Но, конечно, тематика и оборудование на выставке будут гораздо шире. Многие стараются попридержаться самые интересные новинки до начала выставки — какое шоу без интриги? Но ежедневно появляются анонсы о продуктах от компаний-участников.



машины и программные решения для всех сегментов рынка: от коммерческой и упаковочной печати до печати этикеток, от листовой офсетной и цифровой печати до флексопечати, от продукции для небольших компаний до полностью автоматизированных производственных линий.

Будет показано следующее поколение **Speedmaster XL 106** с увеличенной до 21000 листов в час скоростью печати и **Boardmaster** — рулонная флексомашина для производства картонной упаковки. Как утверждают

УСЛОВНЫЙ ЗАПАД

Можно начать с хозяев выставки — немцев. Самую большую выставочную площадь наряду с американской Hewlett Packard займёт производитель офсетных машин из Радебойля **Koenig & Bauer** (КВА). На совместном с компанией **Durst** и **Koenig & Bauer** стенде будут демонстрироваться решения для практически всех сегментов печати, включая коммерческий, этикетку, флексо, печать складных коробок, гофрокартон, печать по металлу, стеклу, решения для печати банкнот. Нужно отметить, что более 50% оборудования, производимого **Koenig & Bauer**, предназначено для упаковки. Помимо **Rapida 106X** с производительностью 20000 листов в час, компания покажет разработанную совместно с **Durst** струйную ЦПМ **VariJet 106**, а также **Delta SPC103** и **Corrujet 170** для печати по гофрокартону. По словам старшего вице-президента компании по маркетингу Эрика Франка (Eric Frank), помимо демонстрации уже хорошо известных на рынке продуктов компания приберегла и несколько сюрпризов для выставки.

Heidelberg Druckmaschinen AG (Heidelberg) в этом году выступит на выставке под девизом «Раскройте свой потенциал». В центре внимания переживающей нелёгкие времена компании (недавно генеральный директор Heidelberg CEO Людвиг Монс (Ludwin Monz) сообщил о своём решении покинуть пост) будет бизнес-потенциал всего портфолио компании. Она представит полный ассортимент продукции, включая печатные



в компании, по сравнению с предыдущим поколением флексографических машин, концепция новинки позволяет значительно снизить общую стоимость владения оборудованием в промышленном производстве упаковки.

Ещё один немецкий поставщик решений для рулонной офсетной печати и отделочного оборудования **manroland Goss web systems GmbH** представит целый ряд новинок, главной из которых станет рулонная офсетная машина **Varioman** для печати упаковки. Использование в качестве сушки электронно-лучевого отверждения (EB) позволяет печатать экологичными энергетически отверждаемыми красками и отказаться от красок с УФ-отверждением. По заявлению компании, технология **Varioman** позволяет сэкономить 20–40% на производстве гибкой упаковки



Новое поколение Peak Performance печатных машин **Speedmaster XL** с поддержкой искусственного интеллекта и улучшенными функциями **Push to Stop**, по мнению Heidelberg, сделают офсетную печать ещё более конкурентоспособной



к содержанию





«Умный» робот MoviGo Robotics может перевозить расходные материалы и готовую продукцию по производству, позволяя операторам сосредоточиться на основной работе

при коротких и средних тиражах по сравнению с флексографической или глубокой печатью.

Говоря о немецких компаниях, нельзя не отметить, что производитель листовых офсетных машин **manroland Sheetfed** отказался участвовать в выставке Drupa.

Швейцарская **Bobst** покажет свои последние достижения в нескольких сегментах: гибкой упаковке, этикетке, складной коробке, гофрокартоне и сервисе. На выставке drupa 2024 у посетителей будет возможность узнать, как Bobst воплощает своё видение производственных процессов в реальность во время демонстрации работы готовых решений. Посетители смогут в индивидуальном порядке ознакомиться с комплексными и интегрированными решениями для упаковочной промышленности, включая приложения, услуги и программное обеспечение.

HP полностью занимает 17 павильон, представляя крупнейшую по площади экспозицию на выставке. На момент написания полный список предоставляемых решений не был опубликован, пресс-релизы продолжают выходить. На сайте HP можно забронировать на выставке демо по темам: HP Indigo, HP PageWide индустриальный, HP PageWide для гофрокартона, HP Latex. **HP Indigo 120K** и **HP Indigo 18K** — это машины для листовой печати формата B2, две новейшие модификации. Обе способны одновременно забирать бумагу/картон разной плотности и форматов из нескольких подающих кассет большой ёмкости. Это существенно увеличивает реальную производительность в естественной смеси заказов. **HP Indigo 120K** — машина пятого поколения, разработанная для максимальной скорости печати, в 4 СМУК или три СМУ цвета (ЕРМ-режим). **HP Indigo 18K** — четвёртого поколения, направленная на максимальную универсализацию — до семи красок с выбором из огромного спектра, опционально — до 600 мкм толщины материала, опция сверхвысокого разрешения и пр.

HP Indigo 7K Secure Digital Press — машина B3-формата, укомплектованная специальным программным обеспечением от Jura Security Printing, венгерской компании, являющейся одним из столпов индустрии защищённой печати уже не первое десятилетие. Машина включает ряд аппаратных модификаций и использует специальные краски, но технические детали по понятным причинам не публикуются.

HP Indigo V12 — уже демонстрировавшаяся самая быстрая этикеточная ЦПМ на рынке, на drupa будет объявлена general commercial availability — полный старт продаж. Это машина шестого поколения, использующая технологию LEPx — 12 одновременно доступных красок. Машины **HP Indigo 35K** (специализированная для картонной упаковки и печати на листовом пластике) и **200K** (среднерулонная машина для гибкой упаковки и этикетки, развитие линии 2000 и 25K) упомянуты вскользь, что может означать как то, что они не будут представлены на выставке в железе, так и то, что им будут посвящены отдельные пресс-релизы.

Для HP Indigo будут показаны вновь представленные программно-аппаратные опции, призванные увеличить производительности и утилизацию машины за счёт сокращения потерь времени, когда машина не печатает. Среди них — AMR (автономный мобильный робот) от MoviGo Robotics, экономящий до 2 часов в сутки на печатную машину. Упомянуты также ряд улучшений для струйных HP PageWide промышленного и гофрокартонных семейств, но не вполне понятно, будут ли продемонстрированы в железе сами эти огромные машины.

Японский производитель печатных машин **Komori Corporation** (Komori) представит свои последние модели офсетных печатных машин, такие как **Lithrone GX40 advance EX Edition** (GLX-740A+CC) — семисекционная машина с УФ-закреплением и модулем двойного лакирования, а также восьмисекционный перфектор **Lithrone G37P advance EX edition** (GL-837P-A) с H-UV L (LED) сушкой. По сравнению со своими собратьями формата B1, печатая 8-ур, она использует меньшие по размеру офсетные пластины 700×945 мм, потребляет на 34% меньше энергии и требует на 39% меньше площадь для установки.

Впервые Komori продемонстрирует листовую ЦПМ формата B2+ собственной разработки. Как утверждает, **J-throne 29** с УФ-чернилами рассчитана на скорость печати 6000 листов в час при односторонней печати, что является самой высокой скоростью печати в классе струйных печатных машин формата B2+. При двусторонней печати машина обеспечивает высокую производительность в 3000 листов в час благодаря специальному механизму переворота листа. Машина включает в себя запатентованную Komori технологию формирования изображения. Кроме того,

новые УФ-чернила обеспечивают возможность печати на широком спектре материалов, таких как мелованная и немелованная бумага и картон без предварительной обработки, что делает ЦПМ востребованной для рынка коммерческой печати, упаковки и специальных видов печати.

Konica Minolta рассказала о своих обширных планах на предстоящее мероприятие, включая показ 20 европейских премьер. Среди главных новинок — Konica Minolta **AccurioPress C84hc** с тоном high chroma, которая дебютирует на drupa. Среди других премьер — роботизированная рука **Cobot**, новые опции для **MGI JetVarnish 3DWeb 400**, такие как **JetSeal** и встроенная высечка, а также расширенная версия пакета **AccurioPro Colour Manager**. Будет показана и «топовая» **AccurioJet 60000** — струйная листовая ЦПМ нового поколения с чернилами HS-UV (High-definition, Single-pass UV) и скоростью печати 6000 листов в час.

От подразделения Konica Minolta Sensing Business Unit будут представлены инструменты управления цветом **Myiro** для графических приложений.

Ещё один важный продукт, который будет представлен компанией на drupa, — линия печати и финишной обработки **AlphaJET**. Это решение, разработанное Konica Minolta совместно с французским партнёром MGI Digital Technology, выполняет все процессы, необходимые для пе-

чати упаковки: от струйной печати до облагораживания и послепечатной отделки.

Ранее мы упоминали о некоторых новинках компании **Fujifilm**, которая займёт на выставке площадь в 2420 м². Помимо новых моделей **Jet Press 750S** и первой в мире листовой ЦПМ с сухим тоном формата B2 **Revoria Press GC12500** на выставке дебютирует **Jet Press 1160CFG** — полноцветная рулонная струйная машина на водных чернилах с возможностью печати на мелованных бумагах. Кроме этого, Fujifilm представит два новых принтера среднего класса, а также новые беспроцессные пластины для офсетной печати и решения для автоматизации и программного обеспечения рабочего процесса.

Также компания продемонстрирует **Jet Press FP790**, струйную ЦПМ с чернилами на водной основе для печати гибкой упаковки и возможностью автоматизации гибридных широкоформатных принтеров. Будет показана линейка широкоформатных машин **Acuity**, а также примеры их применения в различных сегментах печати. Кроме оборудования, японская компания представит технологию **Aquafuze** — новые чернила, предназначенные для широкоформатной печати, которые сочетают в себе достоинства УФ-чернил и чернил на водной основе и при этом являются экологически безопасными.



drupa

ЗАЛ 12 | СТЕНД А71

ВСТРЕТИМСЯ НА ВЫСТАВКЕ!

🕒 28 мая–7 июня 📍 Дюссельдорф, Германия

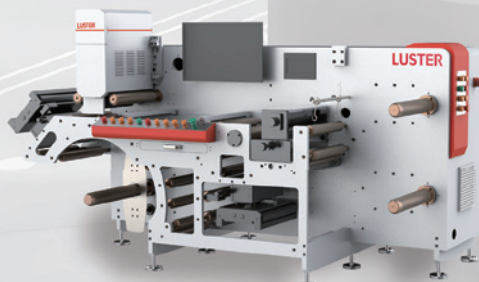
LUSTER

ТЕХНОЛОГИИ БУДУЩЕГО
ИНСПЕКЦИОННЫХ СИСТЕМ



CartonHERO

Инлайн-инспекция
для офсетных печатных машин



LabelTANK

Офлайн инспекционные системы



RewindTANK

Инспекционные высокоскоростные перемотчики
для широкого рулона

LEGION

РЕКЛАМА

Эксклюзивный дистрибьютор LUSTER на территории России

МОСКВА

+7 (495) 984-90-41

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

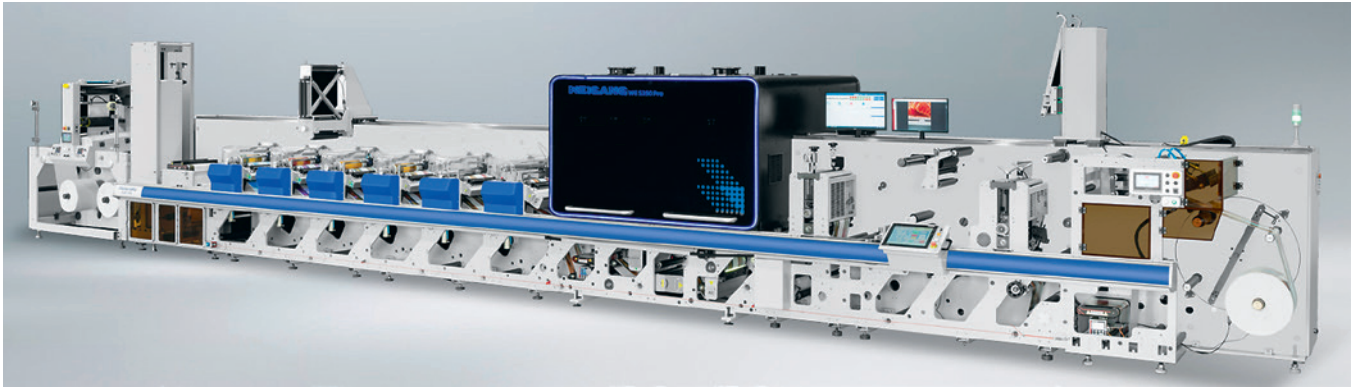
+7 (812) 327-31-29

ЕКАТЕРИНБУРГ

+7 (343) 287-33-40

www.legion.ru

welcome@legion.ru



Гибридная ZJR S350 Pro имеет 6-красочный модуль цифровой печати с разрешением 600×600 dpi и скоростью печати 110 м/мин



Flora X20UV относится к третьему поколению гибридных решений китайской компании и может использовать печатные головки Ricoh

Под девизом «The Power to Move» Canon продемонстрирует весь спектр технологий промышленной печати Canon, включая листовые струйные и тонерные печатные машины, струйные рулонные машины для коммерческой и POD-печати, планшетные и рулонные широкоформатные принтеры, а также ЦПМ для печати этикеток. На джура в 2016 году показала прототип листовой струйной печатной машины B2-plus — **Voyager**. В ней использовался офсетный цилиндр для переноса до семи цветов на стандартную бумагу без покрытия или с глянцевым покрытием со скоростью до 3000 листов в час. В настоящее время Canon хранит молчание о своих планах по созданию струйной машины формата B2. Возможно, что скоро узнаем больше об этом проекте.

Landa Digital Printing объявила о запуске следующего поколения своей технологии цифровой печати B1 — нанографических печатных машин **S11** и **S11P**. Они обе оснащены новой системой сушки чернил, которая позволяет переносить сухие чернила с полотна на запечатываемую поверхность с более высокой скоростью, которая теперь достигает 11 200 листов в час. Каждая машина может быть сконфигурирована в соответствии с требованиями конкретного клиента. Это может быть возможность выбора четырёх- или

семицветной печати, опция увеличения скорости 11К, возможность нанесения лака в линию и установки модуля PrintAI, который позволяют улучшить качество печати, используя технологию искусственного интеллекта.

Кроме того, Landa Digital Printing объявила о своём намерении выйти на рынок гибкой упаковки с помощью машины **W11**, что ещё больше расширит линейку предлагаемой компанией Бенни Ланды продукции. По словам производителя, компания установила всего более 55 нанографических машин, и половину из них — за последний год.

ВОСТОЧНЫЙ СОСЕД

Учитывая количество компаний из Китая (по последним данным порядка 437**), собирающихся принять участие в выставке, нельзя не отметить, что к потенциальным покупателям начинает постепенно приходить понимание, что Китай сегодня производит не только какие-то простые машины с базовыми возможностями, но и высокотехнологичное оборудование, не уступающее западным образцам, а по функционалу зачастую превосходящее их. Важное значение имеет и более гибкий подход китайских компаний в вопросе «тюнинга» выпускаемого оборудования в соответствии с запросами и пожеланиями заказчика.

В качестве одного из примеров того, что разработанное в Китае оборудование используется мировыми брендами под своей маркой, можно привести **Shenzhen Runtianzhi Digital Equipment Co**, выпускающую принтеры под брендом **Flora**. На недавно прошедшей выставке Fespa в Амстердаме Ricoh продемонстрировала новую модель гибридного широкоформатного принтера **Ricoh Flora X20UV**. Они не первые, кто использует продукцию Flora, — китайский производитель имеет опыт поставок таким «грандам», как EFI и Fujifilm, но это сотрудничество никак не анонсировалось. В этом же ряду стоит и производитель ЦПМ **Heikon**, который предлагает струйный широкоформатный принтер **Idera** для печати по гофрокартону, разработанный китайской **Hanway**. И таких примеров сотрудничества существует гораздо



больше, включая не только принтеры, но и другое оборудование для полиграфии.

Важность выхода на зарубежные рынки также начинают понимать и в самом Китае. Так, по словам Чжоу Сяна, генерального менеджера **Zhejiang Weigang Machinery Co.** (Weigang), компания активно осваивает зарубежные рынки и доля этого бизнеса достигла четверти от общего объёма продаж компании. Их продукция экспортируется в более чем 80 стран Европы, Америки, Африки, Австралии, Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии, включая Индию. Weigang хорошо известна своим оборудованием для печати этикетки. На drupa она покажет новые струйные ЦПМ **WG S350** и **S320**. Также будет показана гибридная печатная машина, сочетающая цифровую и флексопечать, — модель **ZJR S350 Pro**. Кроме того, на стенде будет демонстрироваться офсетная полуротационная печатная машина **ZX-320/450** для печати этикетки.

После отказа **Xerox** от участия в drupa **Shenzhen Hanglory Digital Printing Group Co.** (Hanglory) увеличила площадь своего стенда до 900 кв. м — это будет один из самых больших стендов среди китайских производителей цифрового оборудования. Hanglory планирует показать только что анонсированную однопроходную систему

для печати по гофрокартону **Hanway Glory160X HD**, рулонную **HanGlobal Kirin660X** с новыми печатными головками с физическим разрешением 1200×1200 dpi, **HanGlobal LabStar330S Hybrid** для печати, отделки (лак, фольга) и конвертинга (высечка) этикетки, гибридный широкоформатный УФ-принтер **HandTop HTA2500 ROBO**.

Практически все основные игроки из Поднебесной будут присутствовать в Дюссельдорфе, но информацию о том, что они привезут, найти трудно. Маркетинг не самая сильная сторона китайских производителей, и многие просто привыкли всё держать в тайне.

И О ПОЕЗДКЕ

Ехать или не ехать на drupa, каждый, конечно, решает сам. Хочу только напомнить, что со времени последнего проведения выставки прошло 8 лет — срок немалый. Drupa не просто выставка оборудования и решений — это взгляд в будущее печатной индустрии. Некоторые новинки, готовые к использованию сегодня, но со временем они определяют вектор дальнейшего развития отрасли. Ну и кроме того, если вы всё же попадёте на выставку, то помните, что пиво будут наливать на многих стендах. ☐



СТРУЙНЫЕ GO! ПРИНТЕРЫ DIGITAL ДЛЯ ПЕЧАТИ ПО ГОФРОКАРТОНУ

Четкая и яркая печать
со скоростью до 30 м/мин

Система непрерывной
подачи чернил

Вакуумная конвейерная
лента с перфорацией

Размерный ряд для печати
малых и средних тиражей



РЕКЛАМА
ГРУППА КОМПАНИЙ
РУССКОМ
& ГРАФИКС

ГРУППА КОМПАНИЙ РУССКОМ

+7 (495) 785-58-05 • gofra-printer.ru • info@russcom.ru

Упаковка по требованию — в «Ракурсе»



Возможности GO!Digital SC300 могут найти применение во многих направлениях печати

10 апреля 2024 года в типографии компании «**Ракурс**» (Саратов) прошла презентация однопроходного струйного принтера **GO!Digital SC300**. Этот принтер был приобретён для печати по гофрокартонной и картонной упаковке. Мероприятие было организовано **ГК «РУССКОМ»**, инженеры которой установили принтер в типографии в начале текущего года.

Директор типографии «Ракурс» Никита Беглаков в полиграфии работает четверть века, но в 2023 году начал новый проект, что называется, «с нуля». И его новая типография оснащена пока одной единицей оборудования (остальное находится в процессе подбора) — младшей моделью из линейки принтеров для печати по гофрокартону и упаковочным материалам с впитывающей поверхностью **GO!Digital SC** — это однопроходные струйные принтеры прямой печати пигментными чернилами на водной основе. Принтеры осуществляют непрерывную печать с заявленной скоростью до 30 м/мин по гофрокартону, микрогофрокартону, бумажной упаковке, крою коробок, готовым бумажным пакетам и проч. Они справляются с малыми и средними объёмами персонализированной печати по упаковке, а также могут поддерживать рулонную печать без ограничений по длине рулона при установке соответствующих опций.

Новые рынки — новые подходы

Никита выбирал устройство, которое позволило бы ему выйти на новый рынок — упаковки по требованию. А печать водными чернилами позволила работать с пищевой упаковкой, ещё более расши-

ря возможности машины. Установленная в «Ракурсе» модель **SC300** имеет макс. ширину печати 300 мм при макс. ширине запечатываемого материала до 680 мм. Изображение можно нанести только на определённую часть материала или изделия, но это достаточно для многих видов продукции. А водные чернила обеспечивают низкую себестоимость продукции. **GO!Digital SC** позволяет печатать на готовых изделиях толщиной до 150 мм, например, на коробках для пиццы и не только. Это позволяет «Ракурсу» выполнять заказы, даже если упаковка в несобранном виде превышает возможности принтера по ширине: достаточно собрать коробку, и печать становится возможной.

По мнению Никиты, изготовление упаковочной продукции небольшими тиражами — это сегмент рынка, который сейчас активно развивается. Он становится ещё более привлекательным для начала работы на нём, учитывая специфику и рост онлайн-продаж различных товаров. Демонстрируя широту возможностей принтера, Никита показывает образцы продукции, изготовленные на нём: пакеты для вина, почтовые конверты, коробки для упаковки готовой еды с пластиковыми окошками, дой-паки, бумажные пакеты с кручёными ручками... Короткие тиражи уже печатаются в типографии, также возможна и персонализированная печать — все экземпляры в тираже могут быть с различными дизайнами.

Как и всё новое оборудование, принтер **SC300** потребовал время на освоение. Никита сам работает на нём в качестве печатника, одновременно знакомясь и приносясь к особенностям машины: «Нужно просто приспособиться, а по-

сле изучения всех нюансов можно спокойно работать и получать предсказуемый результат», — говорит он.

Вместе с тем преимущества принтера заметны, особенно на фоне конкурентов. УФ-принтеры могут выигрывать по качеству, но сильно уступают в себестоимости оттиска и скорости печати. Эко-сольвентная печать не годится для производства пищевой упаковки. А для традиционной технологии (офсетная печать и проч.) есть существенные ограничения по временным затратам на старте и рентабельности коротких тиражей. Вариант со стикерами не всегда уместен: при небольшом размере дешевит продукт, а если стикер большого формата, то его цена резко возрастает, что не имеет особого смысла при декорировании одноразовых, по сути, изделий, таких как коробки для пиццы.

По словам Никиты, сейчас они нацелены на рынок упаковки для фастфуда, включая, но не ограничиваясь кофейнями и бургерными. Также интересны сегменты упаковки непродовольственных товаров для маркетплейсов. Задача, которая стоит перед ним, — провести работу среди потенциальных клиентов по созданию спроса на новый вид упаковки — оформленной специально для них. Тут, признаётся Никита, они ещё в начале пути.

Как работается

За время эксплуатации Никита изучил принтер со всех сторон и понимает особенности в его работе. По его словам, качество печати зависит от скорости принтера: обычно скорость для качественной печати не превышает 10 м/мин. Даже такое снижение скорости не сильно влияет на общую производительность: печать начинается практически сразу, без долгих подготовительных работ и без остановок в процессе. Переход с тиража на тираж также проходит быстро.

В случае, когда меняется вид запечатываемой продукции, необходимо провести настройку печатающей головки по высоте — от этого напрямую зависит степень пыления чернил и образование паразитных капель-спутников. В идеале печатающая головка должна как можно ближе быть подведена к запечатываемому материалу,

Принтер GO!Digital SC300 показал себя в «Ракурсе» многообещающим устройством. Простота в обслуживании, лёгкость при подготовке к тиражу, хорошее качество печати, чернила без запаха — все эти преимущества позволяют типографии предоставлять клиентам уникальную услугу.



Для ГК «РУССКОМ» — это не просто ещё одна инсталляция: она открыла рынок печати по требованию в сфере упаковки

но не всегда это бывает возможно. В случае печати по готовым пакетам приходится мириться с тем, что они имеют разную толщину в собранном виде из-за донного расширения. И не всегда это можно компенсировать дизайном. В этом случае печатающую головку приходится поднимать чуть выше, чем при печати по ровным поверхностям. Справедливости ради надо сказать, что это чуть ли не единственный случай, когда приемлемого решения Никита пока не нашёл.

Отдельно отмечено, что для гофропринтеров серии GO!Digital SC доступны два вида чернила: условно более жидкие и более вязкие. Их свойства связаны с количеством пигмента в составе, и, соответственно, они отличаются ценой. Первые — подешевле — требуют большего объёма подачи для адекватной передачи полутонов, что повышает расход и увеличивает влажность готового изделия, что может сказаться на качестве оттиска. Вторые — подороже — позволяют получить нужную плотность изображения без излишнего расхода чернил. Именно на них и работают в «Ракурсе». В любом случае себестоимость печати очень низкая, что позволяет работать с упаковкой далеко непремимального сегмента, где требования к цене со стороны заказчика могут доминировать.

Принтер SC300 показал себя в «Ракурсе» многообещающим устройством. Простота в обслуживании, лёгкость при подготовке к тиражу, хорошее качество печати, чернила без запаха — все эти преимущества позволяют типографии предоставлять клиентам уникальную услугу, спрос на которую пока не столь высок, как хотелось бы владельцу принтера. Но неоспоримо то, что этот спрос ещё недавно нельзя было даже предсказать, а теперь нет никаких сомнений, что персонализированная упаковка по требованию и короткими тиражами будет набирать обороты. ▣

ТАК И ХОЧЕТСЯ ПОТРОГАТЬ — как этикетка приглашает взять товар в руки.

5

приемов печати



t.me/wizartpolygraphic
wizart.studio

Команда WIZART Polygraphic

Дизайнер создаёт визуал, а полиграфия формирует ощущения. Вместе с WIZART Polygraphic проанализировали полку с джинами со всего мира и нашли 5 самых очевидных триггеров, которые заставляют покупателя взять товар в руки — и продлить время контакта с брендом.

1. НЕОБЫЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ



Джин Impact на волокнистом материале и Roku на Тайвеке (Тувек). Из материала Тувек чаще делают бирки и браслеты на мероприятиях. А тут этикетка — хочется проверить, не ткань ли это случайно.

Сюда же можно отнести «железные» материалы, имитирующие шильду. Но потребитель уже не клюнет на обычную металлизированную бумагу — это должно быть или супербрутальное железо, или умелая его имитация. В примере с Puerto de Indias железного характера не хватило.

2. КОНТРАСТ «ГЛЯНЦЕВОЕ – МАТОВОЕ»



Например, старая версия джина Biology — там очень шершавая этикетка контрастирует с гладким стеклом. Макроконтраст, вышедший за пределы только этикетки.



А у джина Rose не получилось. Всё на нюансах — чуть выпуклый орнамент на чуть отличающемся фоне, к тому же всё глянцевое. Может, и была такая задумка, но глаза и руки всё же хотят больше контраста.



3. ШИРОКИЙ УГОЛ ЗРЕНИЯ



Biology из примера выше, кстати, использовал и ещё один триггер — как и Ginger Dog. Желание покрутить бутылку в руках и рассмотреть картинку получше даёт продукту лишнее время контакта с потребителем, за которое так борются производители. К таким приёмам можно причислить также необычную геометрию этикетки и голографические эффекты — они на стыке оптики и блеска.

5. РЕЛЬЕФ



Тактильный лак, конгрев, фактуры. И что-то, честно сказать, у джинов этой выборки рельеф оказался скучноват. Скучноват именно для осязания. Вот у синего Barrister визуальное очень выразительная фактура, но она отработана именно дизайном — а полиграфически не такая многомерная.

4. БЛЕСК



Тут полиграфия достигла удивительного разнообразия — использование блеска это один из самых «древних» способов декорирования, что не делает его менее эффективным. Горячая и холодная фольга всех мастей, купольное тиснение, голографические паттерны в разных пропорциях — от сдержанных акцентов до явного кича — все они, как ни крути, создают динамику. Тиснение — дело чести.

Gordon's подкачал по рельефу в этикетке, но у него вся бутылка — сплошной рельеф. К этикетке вопросы: хочется иначе отработать контур и контрасты, но, видимо, бренд и так прекрасно продаётся.

Используйте триггеры и повышайте привлекательность продукта! Если хотите, чтобы мы разобрали найденные вами этикетки — удачные или, наоборот, странные, — присылайте, будем вместе анализировать детали.



к содержанию



«Цифра» для флексотипографии

В марте 2024 г. в типографии TRIADA Flex (Бишкек, Кыргызстан), которая входит в полиграфический холдинг ST.art Ltd., запущена первая в Центральной Азии цифровая рулонная этикеточная машина AccurioLabel 400. Через месяц после запуска мы попросили типографию рассказать о предыстории проекта и поделиться первыми впечатлениями о внедрении цифровой этикеточной печати.

Анна Гуслистова

Как рассказал основатель и генеральный директор **ST.art Ltd. Александр Златкин**, компания была основана в 1993 г. и стала первой частной типографией в независимом Кыргызстане с собственным парком оборудования. «Будучи художниками, в начале 90-х мы начинали с разработки дизайна этикеток и размещения заказов в Алматы и Москве, как посредники, — вспоминает Александр. — Тогда на полиграфическом рынке Кыргызстана не было ни качественной печатной техники, ни даже этикеточной бумаги. В 1994 г. нам очень повезло получить льготный кредит от немецкого банка KfW на покупку современного полиграфического оборудования. К счастью, мне,

тогда 22-летнему студенту архитектурного института, для получения кредита не потребовалось детального бизнес-плана и залогового обеспечения — достаточно было внятно изложить идею и показать, что у тебя есть договора с заказчиками. В тот период **ST.art** предлагал своим клиентам только сухую этикетку, этим определялся и выбор первого комплекта оборудования, включающего двухкрасочную полуформатную листовую офсетную машину известного немецкого производителя, копировальную раму и послепечат. Оплату поставщику оборудования банк произвёл напрямую. В дальнейшем, после возврата первого кредита был и второй, на который мы также приобрели новое немецкое оборудование



Основатель и генеральный директор **ST.art Ltd. Александр Златкин** (слева) и руководитель направления индустриальной печати «Коника Минолта Бизнес Солюшнз Казахстан» **Михаил Тарновский** (справа) подписывают акт ввода в эксплуатацию машины **Konica Minolta AccurioLabel 400**

(ещё одну печатную машину и стоп-цилиндр для горячего тиснения фольгой)». Типография не переставала развиваться и в последующие годы постоянно расширяла и обновляла парк полиграфической техники.

В 1996 г. в структуре холдинга появилась коммерческая типография **TRIADA Print**, которая специализировалась на печати рекламной и журнальной продукции. Позднее, в процессе развития её оснастили не только офсетным, но и цифровым печатным оборудованием. Именно для оперативной полиграфии был создан бренд **TRIADA Xpress**.

В 2006 г. была создана первая в Кыргызстане флексографская типография **TRIADA Flex**, для которой выбрали узкорулонную машину известного американского про-

изводителя. Конфигурация подбиралась не типичным для этой индустрии способом: нужна была как можно более универсальная машина, поскольку «опереться» на потребности какого-то одного крупного заказчика рулонной этикетки не получалось — его тогда в стране ещё просто не было. Американцы удивились, но выполнили необычный заказ: в машине с максимальной шириной рулона 457 мм и возможностью запечатывать практически любой материал (от плотного картона до 12-микронной плёнки) установили 8 комбинированных красочных секций, приспособленных для печати и водными, и спиртовыми, и УФ-красками, а также ряд дополнительных отделочных секций. Запустили и собственный формный уча-

сток — репроцентров для флексотипографий в Кыргызстане не было. Позднее, в процессе развития для типографии приобрели ещё две узкорулонных флексомшины, на этот раз — известного швейцарского производителя. Также за более чем 20 лет были приобретены различные послепечатные машины и отделочные линии. Сегодня **TRIADA Flex** является лидером в секторе рулонной этикеточной печати в Кыргызстане.

Сейчас в холдинге ST.art работает более 250 чел., из них около 100 трудятся в офсетной типографии, остальные на флексопроизводстве, в цифровом подразделении, а также в издательстве. Общая площадь производственных помещений холдинга — 3500 м², складских — 1000 м².

«Цифра» как следующий шаг эволюции

Логика развития флексографского направления подсказала необходимость следующего шага — внедрения цифровой печати. Задумывались над этим уже давно, поскольку тенденция сокращения средних тиражей и увеличения количества наименований наблюдается на рынке уже не первый год. «К сожалению, реальность такова, что наши клиенты не увеличивают тиражи, а напротив — начинают дробить свои заказы, расширяя ассортимент продуктов. Печатать у нас на флексомшинах мелкие тиражи этим заказчикам становится невыгодно, и они пытаются найти других поставщиков. Плюс к этому в стране в сфере малого и среднего бизнеса сформировался большой пул потенциальных заказчиков на короткие тиражи из тысяч и десятков тысяч этикеток, — объясняет Александр. — Как следствие, рулонная “цифра” для нас необходима как инструмент для удержания существующих клиентов и привлечения новых».

Исходя из этого, в TRIADA Flex начали изучать существующие на рынке предложения производителей рулонных цифровых машин. Сначала **Konica Minolta** даже не попадала в сферу внимания, так как изначально в типографии не хотели ограничивать себя только печатью СМΥК (фактически только на бумаге и белых плёнках). Нужно было найти машину с возможностью печати дополнительным белым цветом, причём индустриального класса. Но после того как в типографии узнали о появлении в линейке Konica Minolta модели **AccurioLabel 400**, ситуация изменилась. Уже весной 2023 г. начались предварительные переговоры, а окончательное решение было принято в сентябре,



Слева направо — менеджеры типографии TRIADA Xpress Татьяна Шубникова (менеджер по работе с клиентами), Татьяна Алешко (главный менеджер), Татьяна Астахова (офис-менеджер) и основатель ST.art Ltd. Александр Златкин рядом с Konica Minolta AccurioLabel 400 перед печатью первого коммерческого тиража

когда Александр посетил выставку LabelExpo Europe в Брюсселе. «Хотя там присутствовали все гранды цифровой индустрии, новые решения Konica Minolta выглядели очень достойно», — отметил он. Значительную роль сыграло и наличие у Konica Minolta локального сервиса в Центральной Азии (в Кыргызстане сервис оказывает официальный партнёр — компания Logic, располагающая сертифицированными инженерами). Фактически в секторе цифровой этикеточной печати никто из конкурентов этим похвастаться не может. В итоге до конца 2023 г. был подписан контракт на поставку AccurioLabel 400, а запуск машины состоялся уже в 2024 г.

Поставку осуществила Konica Minolta Kazakhstan, являющаяся абсолютным лидером региона по установленным этикеточным ЦПМ: с 2022 г. в Центральной Азии установлено уже пять машин серии AccurioLabel. Запуск в TRIADA Flex был выполнен совместно со специалистами компании **Logic** — официального партнёра Konica Minolta в Кыргызстане. AccurioLabel 400 была первой машиной новой модели в Центральной Азии, поэтому не обошлось без сложностей. Однако сервис Konica Minolta Kazakhstan и Logic справился, и 14 марта состоялось подписание акта

AccurioLabel 400
отлично справляется
не только с бумагой,
но и с плёнкой, а также
металлизированными
материалами.



Слева — этикетки первого коммерческого тиража на просмотрном столе AccurioLabel 400. Машина уверенно воспроизводит даже очень мелкий шрифт, который часто используется в этикеточной продукции. На фото справа — туба с белым тонером, существенно расширяющим возможности машины. Белый цвет наносится на запечатываемый материал первым, поэтому может использоваться как подложка

о вводе машины в эксплуатацию, после чего на ней сразу же отпечатали первый коммерческий тираж из 5000 тысяч этикеток дляпельменей компании Steak Dream.

Среди наиболее полезных для типографии достоинств новой машины, помимо наличия белого тонера, Александр отметил возможности модуля IQ-520, автоматизирующего настройку приводки и цветопередачи, а также поддержание стабильности этих параметров на протяжении всего тиража.

Первые впечатления

А вот что Александр рассказал о первых впечатлениях о работе с AccurioLabel 400 в середине апреля: «Конечно, первый месяц — это только начало, но мы уже проделали большую работу: провели подробный анализ местного рынка, причём отдельно по нескольким основным сегментам деятельности наших потенциальных клиентов. Связываемся с ними, встречаемся, показываем образцы, делаем предварительные расчёты. Для многих заинтересованных компаний на новом оборудовании уже были отпечатаны пробные образцы. Те компании, которые ранее, заказывая в других типографиях, уже сталкивались с такими проблемами, как отклеивание самоклеящейся этикетки от упаковки или стирание краски с этикетки, теперь с большой осторожностью относятся к смене поставщика и настаивают на пробной печати

и тестах. Тут следует отметить, что по результатам тестов все, кому мы предоставили пробные образцы, не имеют никаких нареканий к качеству печати AccurioLabel 400. Сейчас мы также пытаемся проанализировать ценовую политику типографий-конкурентов, чтобы предложить нашим заказчикам оптимальную цену».

Кстати, тестирование машины продолжается и оно, в частности, показало, что AccurioLabel 400 отлично справляется не только с бумагой, но и с плёнкой, а также металлизированными материалами.

Реальных коммерческих заказов было выполнено пока совсем немного — 870 погонных метров. Это пять тиражей стикеров и этикеток на гладкой бумажной самоклейке для фаст-фуда и продовольственных продуктов. Объём — от 77 до 304 метров. Все они отпечатаны в СМΥК — коммерческих тиражей с белым тонером пока не печатали.

Перспективы

Пока заказы на высечку выполняются на имеющейся отделочной флексографской линии итальянского производства. На ней же, при необходимости, делается облагораживание отпечатанной на «цифре» рулонной этикетки УФ-лаком, фольгой и конгревом. Но большинство заказчиков на малые тиражи оказались не готовы платить за новые магнитные штампы и ждать их или выбирать готовые из накопившейся за 18 лет работы «библиотеки», хотя в ней более 1000 наименований.

Как следствие, по оценкам типографии, отсутствие цифровой высечки уже в первый месяц стало препятствием для выполнения примерно 75% возможных заказов. Поэтому в ближайшей перспективе — запланированное на конец лета дооснащение цифрового этикеточного участка уже выбранным решением для цифровой высечки. Это существенно повысит гибкость и оперативность. «Тогда мы сможем гарантированно выдавать этикеточную продукцию в день заказа, — констатирует Александр. — А без комплексного цифрового производства современная типография уже не может претендовать на оказание полного спектра услуг».

Можно также надеяться, что со временем заказчики «распробуют» и белый тонер для печати по прозрачным и металлизированным материалам, а также оценят возможности персонализации и вариативной печати, предлагаемые «цифрой». ▣

По результатам тестов все, кому мы предоставили пробные образцы, не имеют никаких нареканий к качеству печати AccurioLabel 400.

На выставке видно

Тренды в полиграфическом и рекламном производстве Центральной Азии

С 3 по 5 апреля 2024 года в Алматы прошла выставка Central Asia Reklam. В этой крупнейшей центральноазиатской выставке в сфере производства рекламы и полиграфии принимали участие как известные бренды, так и новые компании, которые стремятся к развитию, повышению эффективности работы, продвижению продукции на рынке. Выставка объединяет производителей и дистрибьютеров из разных стран мира для презентаций производимой продукции и технологических инноваций в рекламной и полиграфической индустрии. Мы поговорили с участниками и узнали, какие тренды они отмечают, какие прогнозы делают и что советуют тем, кто работает в этой сфере. Читайте об этом прямо сейчас.

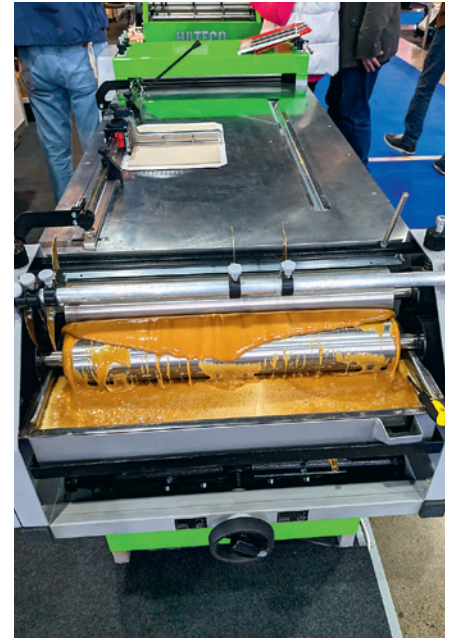
Беседовал Абдусалам Ибраимжанов



Александр Броневицкий, Printconsulting.kz: Рынок полиграфии в Казахстане уже достаточно развит, но сейчас переживает такой переломный момент, когда клиент хочет качество. Раньше правила диктовали крупные полиграфисты, которые делали такое качество, которое могли себе позволить. А сейчас общая тенденция такая, что на передний план выходят малые тиражи, для которых наиболее подходящей оказывае-

ся цифровая полиграфия, и она требует особого подхода к качеству.

Посетители выставки с большим интересом рассматривают всё наше оборудование и, судя по всему, не до конца понимают, что им нужно, поэтому смотрят на всё что есть. Вывод такой: чем больше будет показываться, тем больше будет интереса. Если говорить именно о выставке Central Asia Reklam, большим интересом пользуются цифро-



вые принтеры для фольгирования и этикетки, виден большой интерес к оборудованию для печати книг, к резакам и т. д. Всё сейчас уходит в сторону малых тиражей, в сторону универсальных машин, в сторону автоматизации и других аспектов, повышающих качество даже в небольших заказах полиграфической продукции.

Андрей Амелин, Majestic Technologies: В данный момент на полиграфическом рынке сильно шагнули вперёд струйные машины, которые предполагают множество вариантов печати. Это печать как на бумаге, так и на других материалах. Также развиваются UV-DTF, но, конечно, не стоит забывать о цифровой печати, оборудование для которой хорошо продаётся, значит, есть объёмы заказов, что косвенно свидетельствует о сокращении офсетных тиражей: всё перетекает потихоньку в «цифру».

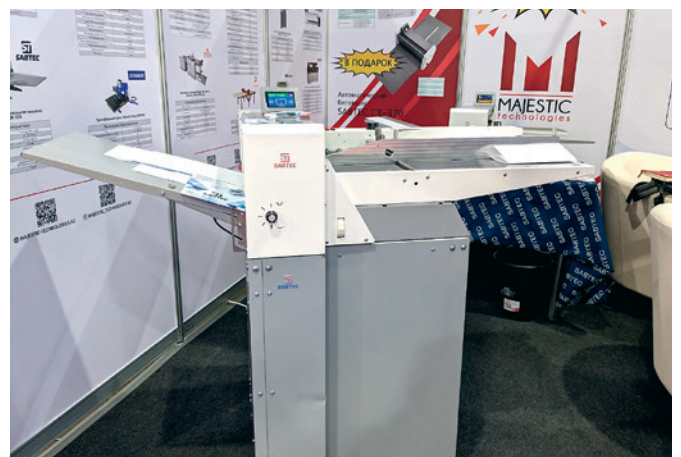
Если говорить о нашей компании, наибольшим спросом пользуются аппараты для цифровой печати, широкоформатные струйные принтеры и оборудование для постпечатной обработки. Сейчас, кстати, активно развивается книгоде- лание, для которого у нас также есть решение

в виде хороших аппаратов российского производства. Стоит отметить, что хотя струйная печать активно развивается, но она всё равно не сможет полностью заменить цифру, которая печатает на большем количестве материалов. Звучит скептически, но струйные машины занимают свою долю рынка и уже даже обошли по скорости тонерные машины, так что за «струю» можно не волноваться.

Чем бы вы ни занимались, у нас для любых задач есть решение. Мы являемся gold-партнёрами компании Xerox, сотрудничаем с Epson и эксклюзивно представляем бренд Sabtec* в Казахстане.



Владислав Молчанов, Xerox Kazakhstan: Рынок требует что-то новое. Все устали от стандартных четырёх цветов CMYK, и мы можем предложить наши цвета CMYK+: помимо стандартных цветов мы можем печатать золотом, серебром, белым, лаком. Мы можем печатать 11–12 цветами на одном оттиске, отчего становимся более конкурентоспособными. Сейчас открывается множество полиграфических бизнесов, которые хотят себе ставить хорошее оборудование и которым мы





предлагаем относительно бюджетные решения для старта. А партнёры, с которыми мы работаем уже давно, обновляются вместе с нами. Совсем недавно Xerox подписала партнёрское соглашение с Screeen, которая предоставляет ЦПМ, печатающие из рулона в рулон с большой скоростью, и это прямая замена офсетных машин.

Александр Дубовицкий, Nakleyka.kz: Мы про брендинг! Наша компания может забрендировать всё, мы провели революцию в области брендинга: теперь это доступно и очень удобно. Главным путём развития рынка мы считаем брендрование, ведь сейчас все хотят выделиться, забрендировать всё, что их окружает, и мы им в этом помогаем. До тех пор, пока люди будут хотеть отразить свой внутренний мир в вещах, брендрование будет актуально. Работаем мы на собственном оборудовании, которое поставляем сами и которое было разработано специально по нашему техническому заданию. У нас есть решения, которые могут нанести изображение на любую поверхность, будь то дерево, металл, пластик, ткань и т. д.

Марат Вагапов, «Технология Плюс»: Полиграфический рынок Казахстана активно развивается, появляется новое оборудование, заходят новые игроки. Российские компании сейчас также заходят на рынок Казахстана. Самым востребо-

ванным оборудованием у наших партнёров являются универсальные рулонные УФ-принтеры с функцией резки. Они нужны для персонализации продукции: наклейки, этикетки, стикеры — это то, что приносит максимальную маржинальность при минимальных вложениях. Стоит отметить, что несмотря на свою уже полученную популярность УФ-печать остаётся перспективным направлением и будет дальше развиваться. Например, мы на выставке демонстрируем новый планшетный УФ-принтер формата А2, который печатает белым цветом и лаком, также имеет вакуумный стол, печатает на высоких поверхностях, на телах вращения. Больше добавить нечего — мировая премьера такого станка на нашем рынке!





Виталий Колёсник, Avtorskoe: Полиграфический рынок охватывает множество сфер, это реклама, брендинг и т. п. Перспективы, без сомнения, очень хорошие. Наиболее востребована сейчас УФ-печать, ну и, конечно, новые технологии в виде УФ-DTF. Это наклейки, это брендинг и тому подобное, то есть печать с переносом на твёрдые предметы. Ещё есть DTF-печать для текстиля — очень интересное направление. Лазерные станки — классика. Ну и хочется, конечно, отметить экосольвент, который имеет спрос вне времени: на нём всегда печатали и будут печатать ещё долго. Мы же сделали упор на УФ- и DTF-печать, которые активно развиваем. Да, сталкивались с трудностями, например, качества DTF-печати на текстиле было добиться трудно. Проблемы с чернилами, технические моменты и т. д., но сейчас всё нормализовалось, и мы точно можем сказать, что у нас есть сервис, у нас есть гарантии, у вас есть уверенность в этих технологиях.

Евгений Гутов, «Дубль В»: Для развития полиграфического рынка в первую очередь нужно завозить новые материалы, расширять ассортимент. Потому что из-за санкций в России перестали завозить некоторые материалы, что явно

повлияло на развитие. Например, были дизайнерские бумаги с SoftTouch-покрытием, которые определённый период времени не завозились в Казахстан. Но так как мы планируем работать в этой нише, то нашли выход в виде материалов из Китая. Из наиболее востребованных хочется отметить фольгу, которую начинают активно использовать, и как перспективное направление она выглядит очень уверенно. Помимо поставок расходных материалов для типографий, мы также занимаемся оборудованием для печати на тканевых лентах. Таким решением активно пользуются небольшие типографии, которые хотят бюджетную рабочую машину.



Эльдар Хамзин, Saga: Мы занимаемся распространением оборудования Saga — компании, которая производит режущие рулонные и планшетные плоттеры от формата А3 до А1. Бренд интересный, новый и, что немаловажно, с интересной ценовой политикой. И мы предоставляем сервис по этому оборудованию. Сейчас, после небольшого затишья, рынок начинает активно развиваться и требует оптимизации процессов, которая возможна не за счёт ручного труда, а за счёт оборудования. Огромное количество машин повышают уровень автоматизации на производстве. И однажды, купив та-





кую машину, бизнесмен оптимизирует своё производство, снижая зависимость от персонала и оптимизируя затраты на фонд оплаты труда. У нас есть решения для компаний различного уровня, поэтому мы сначала стараемся понять производственные задачи и только потом переходим к непосредственному выбору аппаратов. Перспективно сейчас всё. Всё нужно делать в комплексе, нет такой «универсальной» машинки, которая раз — и сделает тебя миллионером. Рынок постоянно растёт, и единственно верного решения нет, у каждой области полиграфии своя спецификация.

Михаил Лукашенко, «Ди Джи Евразия» (Roland): Рынок развивается, может, не такими темпами, как раньше, из-за небольшого насыщения. Но, путешествуя по разным городам Казахстана, я вижу, что на производствах зачастую установлено далеко не всегда самое новое оборудование. Это говорит о том, что есть огромный потенциал замены как раз на те современные решения, в том числе которые Roland предлагает своим клиентам. И мы считаем, что поскольку мы запустили линейку для развивающихся рынков DGXPRESS, мы будем увеличивать свою долю на рынке, в том числе за счёт тех клиентов, кото-

PrintConsulting.kz

Центр Полиграфических Компетенций

Компания ПринтКонсалтинг.кз приглашает на первую выставку-презентацию в рамках открытия Центра Полиграфических Компетенций в нашем новом офисе в г. Алматы.

**ЭТО НАДО
ВИДЕТЬ!
10-14 ИЮНЯ**

**Тема мероприятия:
Послепечатные технологии.**

- ✓ Демонстрация оборудования.
- ✓ Консультации специалистов.

Предварительная запись
по тел. +7 701 428 6929
или e-mail info@printconsulting.kz

Место проведения: г. Алматы, Алмалинский р-н, ул. Варламова, д. 27В

Дата проведения: 10–14 июня

IDEAL

Duplo

HATECO

**BAGEL
SYSTEMS**
Added Value Laminating Equipment

Schmedt
The World of Bookbinding.

RIGO

TECHNICAL

PrintConsulting.kz — представитель OFFITEC в Казахстане, партнёр «НИССА Дистрибуция»

PrintConsulting.kz

OFFITEC



NISSA | DISTRIBUTION

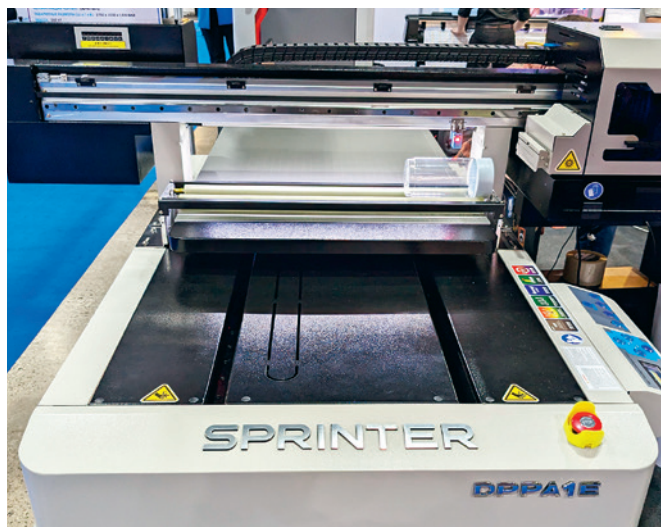
ры, может быть, раньше рассматривали покупку китайских принтеров.

Из востребованных направлений стоит прежде всего отметить УФ-печать. И я не буду говорить о DTF-печати, т. к. там пока очень много сомнительных в плане надёжности решений. Roland делает основной упор на рулонную УФ-печать и резку. Также мы продвигаем экологичные решения: у нас есть принтер на полимерных чернилах на водной основе как некая замена «латексу». Но пока рынок реагирует на это решение не совсем позитивно, т. к. для компании ключевым моментом является себестоимость производства, а новые технологии всегда дороже.

Рынок пока не насыщен УФ-решениями — сейчас доминирует экосольвент, и наша задача, прежде чем придумывать что-то новое, распространить уже имеющиеся рабочие решения. На выставке мы представляем планшетный УФ-принтер А2-формата, у которого существенно выросла скорость печати и, наконец, увеличились картриджи, ёмкость каждого из которых составляет 750 мл. Это новая модель 2024 года, и как мне кажется, на этой выставке наш стенд показывает самые современные решения. Оба принтера, которые у нас представлены, были анонсированы в этом году и до этого нигде не показывались.



Юрий Данько, Zepco: Рекламное направление активно развивается, но есть уже устоявшееся оборудование и технологии, такие как УФ, DTF, экосольвентная печать. Эти направления никуда с рынка не уходят, хотя сейчас УФ-печать и начинает немного «подъедать» сольвентную печать. Если говорить о текстиле, то новых технологий в этом году не появилось. Всё также используют термотрансферную сублимационную печать для работы с синтетической тканью и УФ для натуральных тканей.




На рынке рекламы особых изменений не наблюдается: это экосольвентные принтеры как базовый уровень. Говоря о УФ-печати, нельзя не отметить, что она является, пожалуй, самым перспективным направлением, которое будет развиваться в будущем. И пока нет конкурентных решений, которые могут вытеснить эту технологию с рынка. Полностью экосольвент не исчезает из-за низкой цены на чернила. Но когда чернила для УФ-печати станут в одну цену с экосольвентом, мне кажется, рынок перейдёт полностью на УФ. Но это точно произойдёт ни через год, ни даже через два.

В этом году мы показываем на выставке наши флагманы — принтеры GongZheng, поставками которых занимаемся уже больше пятнадцати лет. Нами представлена новинка прошлого года — экосольвентный принтер ThunderJet AQ1602 на двух современных печатающих головках Epson i3200, как и УФ-принтер ThunderJet AQ1602UV. Те, кто работают в рекламном бизнесе, знают эти головки с хорошей стороны. Если говорить о сувенирном направлении, у нас есть принтер H0906UI, который за последние три года сильно потеснил позиции конкурентов за счёт своей цены и возможностей: печать белым, лаком, возможность работы с телами вращения — всё это на нём можно делать.

Татьяна Аторина, MataPrint Techno: Мы работаем на рынке Казахстана с 2006 года и являемся официальным дистрибьютором Mimaki. Сейчас расширяем свой ассортимент и поставляем технику китайского производства. Мы являемся дилерами GongZheng, Sprinter, ArkJet, iECHO. Это наши флагманы, которые мы выбрали за соответствие нашим стандартам качества, которым мы не изменяем. Обороты сейчас набирает УФ-печать, сублимационная печать и, конечно, всё, что касается этикетки и упаковки. Чаще всего наши партнёры выбирают оборудование с УФ- и сублимационной печатью. Послепечатное оборудование сейчас тоже очень востребовано. Самым перспективным является сегмент производства упаковки короткими тиражами: печать на картоне, изготовление коробочек и т. д.

На выставке мы представляем сублимационный принтер GongZheng на четырёх печатающих головках — это уже промышленный принтер, он очень производительный. Чаще всего его возможности востребованы в фэшн-индустрии для печати на ткани. Кроме этого, у нас сейчас наметился хороший спрос на станки для раскроя ткани.


У нас своя сервисная компания, мы сами вводим станок в эксплуатацию, даём годовую гарантию от производителя и, конечно, предоставляем постгарантийное обслуживание. ☐



ASIA PRINT
EXCLUSIVE PARTNER


Duplo™
KAZAKHSTAN

Термоклейная машина
PFI Bind 2100 Pur




xerox™
Бизнес-Партнёр


Сделано в Японии




Планшетный резчик
PFI BLADE
DIGITAL CUTTING TABLE



Дискиратор
DC 618




Встроенный фальцовщик
DC-F100




NEW

НОВЫЙ
Брошюровщик
DBM 700




NEW


Листоподборочные башни
DSC-10/60i




Лакировальная машина
DuSense DDC 810




В3+




В2+



Лакировальная машина
DuSense DuploDDC-8000



Фальцовщик
DF1300-L



050009 Республика Казахстан г. Алматы, ул. Шевченко 165 Б, оф. 502
 тел: 8 (727) 392-06-55; 392-02-77 8 777 795 20 86.
 manager@asiaprint.kz www.asiaprint.kz inst:@asiaprint.kz



Четырёхликий самурай B2+

Два года тому назад японская компания **Duplo** впервые продемонстрировала новое устройство **DuSense DDC-8000** для выборочного УФ-лакирования и фольгирования в линию. За прошедшее время данная машина показала большую востребованность в сегменте отделки самой разнообразной листовой полиграфической продукции. По мере своего развития технология цифрового облагораживания стала более доступной и, как следствие, более популярной, поскольку с её помощью можно придавать полиграфическим изделиям уникальные визуальные и тактильные ощущения, существенно повышающие ценность изделий для потребителя. Вместе со специалистами «Азия Принт», эксклюзивным представителем Duplo в Казахстане, разбираемся в деталях.

На сегодняшний день DuSense DDC-8000 предлагается в четырёх конфигурациях:

- 1** версия **Essential** с выборочным цифровым лакированием с разрешением 600×600 dpi;
- 2** версия **Foil** с возможностью выборочного цифрового фольгирования;
- 3** версия **Pro** с дополнительной обработкой материала для использования с офсетными и цифровыми отпечатками;
- 4** версия **Ultimate** со всеми вышеперечисленными опциями.



Пример одновременного выборочного фольгирования и лакирования оттиска

Машина имеет модульное построение, поэтому для любой из вышеперечисленных конфигураций доступен апгрейд до более продвинутой версии, вплоть до максимальной. Рассмотрим в деталях топовую модель DuSense DDC-8000 Ultimate с функцией фольгирования **4**. Её производительность в режиме выборочного лакирования достигает до 1530 листов формата B2 в час, а в режиме выборочного лакирования с фольгированием — до 780 листов формата B2 в час.

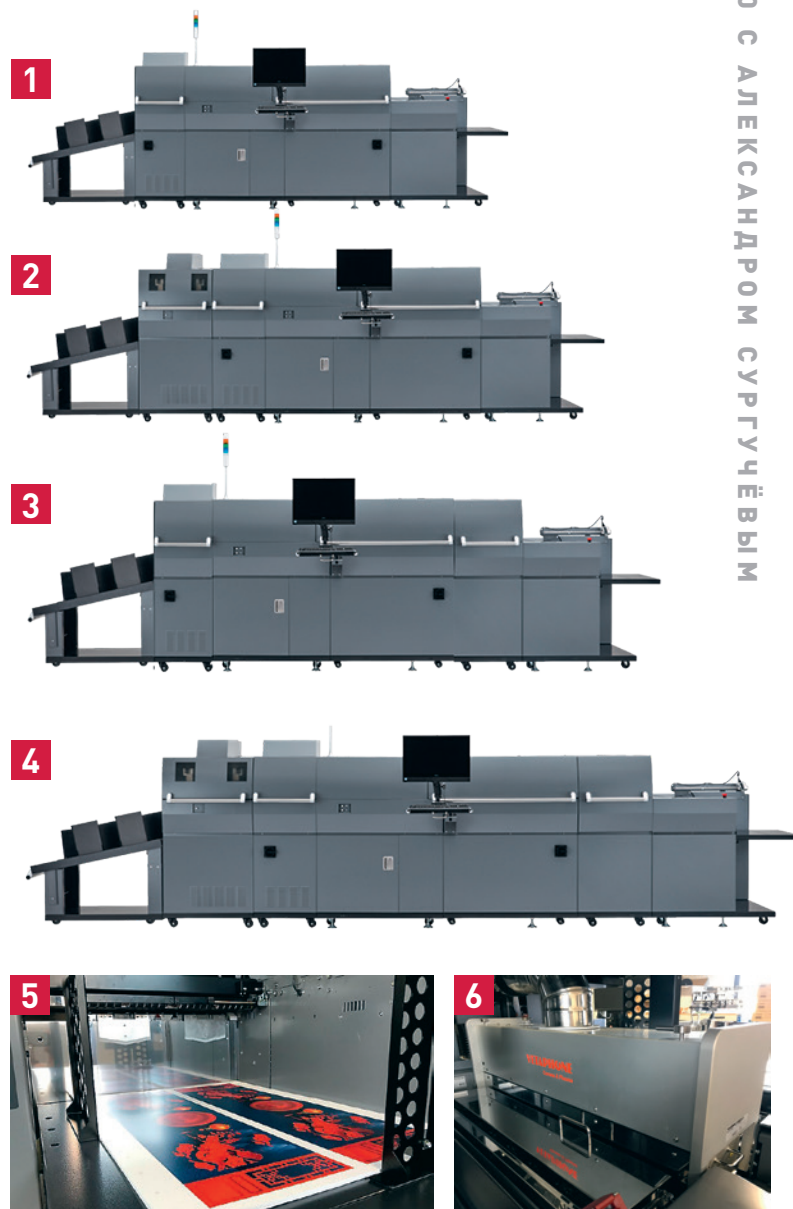
Машина даже в максимальной комплектации отличается весьма компактными габаритами — 6605×1980×1654 мм. Кстати, в версии Essential длина машины сокращается до 5222 мм, а остальные параметры остаются без изменений.

Подающий модуль позволяет обрабатывать стопу высотой до 200 мм **5**. Максимальный формат используемых листов в ней составляет 585×1068 мм с площадью изображения до 538×1048 мм, а минимальный — 279×279 мм. При этом плотность обрабатываемых материалов может варьироваться от 160 до 600 г/м², что примерно соответствует их толщине от 0,14 до 0,8 мм.

Автоматическое определение толщины используемого материала позволяет машине работать со стопой, включающей разные по толщине листы. При этом высота расположения печатающей головки и прижим фольгирующего валика также регулируются автоматически в зависимости от толщины материала.

Модуль для коронирования запечатываемого материала (Surface Treatment Unit или STU) позволяет производить процесс декорирования различных цифровых и офсетных отпечатков, не прибегая к ламинированию и используя только один вид лака для всех материалов **6**. В результате толщина наносимого слоя покрытия составляет не менее 10 мк.

Duplo DuSense DDC-8000 — выборочный лак, точность при малых и больших тиражах, быстрая наладка — в формате B2.



Блоки светодиодного УФ-отверждения располагаются до и после модуля фольгирования

Модуль холодного фольгирования позволяет одновременно работать с пятью разными роликами фольги шириной до 100 мм

Угол наклона приёмного устройства можно регулировать для получения на выходе аккуратно уложенной стопы

Полимеризация выполняется в фирменной ламповой УФ-сушке Baldwin Coolark с жизненным циклом в 10 тысяч часов, которая раскаляется до нескольких сот градусов в процессе работы. В связи с этим для удаления выделяющегося тепла и озона машина требует наличия надёжной системы вентиляции

Управление осуществляется при помощи удобного сенсорного дисплея. Драйвер DuSense DDC-8000 работает с файлами в формате PDF или TIFF в оттенках серого. Все настройки на дисплее интуитивно понятны и информативны. Толщина слоя лака на материале определяется градацией серого цвета в макете задания. Чем плотнее задаётся оттенок, тем толще будет слой лака

Вместо заключения

Компания Duplo, выпустив DuSense DDC-8000 в сразу нескольких конфигурациях, существенно расширила возможности листовых машин для цифрового облагораживания, сделав их доступными как для средних и крупных цифровых типографий, которые хотят расширить спектр выпускаемой продукции, так и для тех предприятий, которым требуется рентабельное оборудование для соответствующей отделки коротких тиражей различной коммерческой и издательской продукции, а также для создания на отпечатках 3D-эффектов. Версии DuSense DDC-8000 с фольгированием можно рекомендовать для отделки небольших тиражей цифровой упаковки. Возможность производить выборочное УФ-лакирование с помощью слоя в 80 мк позволяет создавать очень разнообразные спецэффекты. Впрочем, в большинстве случаев, как правило,

Листы движутся с помощью вакуумных ремней. Регистрация по всей длине листа достигается с помощью системы бокового равнения

Выборочное УФ-лакирование с варьируемой толщиной наносимого покрытия от 10 до 80 микрон за один проход производится с помощью пяти струйных печатающих головок Kyocera с разрешением 600×600 dpi. Благодаря широкому диапазону толщины слоя возможна печать очень мелких деталей. Настройка толщины наносимого слоя в диапазоне от 10 до 40 мк происходит в шаге в 5 мк, а в диапазоне от 40 до 80 мк — с шагом в 10 мк

Для обнаружения смещения по оси X-Y, растяжения, перекоса или скручивания листов в режиме реального времени используется система из двух CCD-камер. При необходимости устранение обнаруженных дефектов у каждого листа происходит в автоматическом режиме. В целом система IRM (Image Register Mark — Метка регистрации изображения) обеспечивает нанесение лака на изображение с точностью 0.2



достаточно наносить слой толщиной не более 40 микрон. Однако, при необходимости, допускается и двухпроходный процесс при условии, что толщина материала с уже нанесённым слоем не превысит допустимые параметры.

В дополнение к машине для выборочного УФ-лакирования и фольгирования в линию DuSense 8000 компания предлагает многофункциональную биговально-резательную машину **DC-746** **7**, которая соединяется в линию с системой резки **DC-20K** **8** с помощью подающего устройства и, таким образом, способна работать с листами вплоть до формата B2+.



УФ в помощь

В рекламном агентстве г. Жанаозен (Мангистауская область) инженером **MataPrint** запущен УФ-принтер **Mimaki UJV100-160 Plus**.

УФ-принтер Mimaki UJV100-160 Plus пришёл на помощь уже работающему здесь экосольвентному принтеру Mimaki JV3. Теперь компания сможет создавать УФ-отпечатки неизменно высокого качества для производства интерьерной и наружной рекламы.

Mimaki UJV100-160 Plus — модель рулонного УФ-принтера шириной 1,6 м, быстро завоевавшая популярность во всём мире благодаря хорошему качеству печати, высокой производительности, универсальности по отношению к материалам, расширенному функционалу и ценовой доступности, сопоставимой с недорогим сольвентным оборудованием.

Sprinter for MR.TARABRIN

Специалисты **MataPrint** произвели установку УФ-принтера **Sprinter TC-CF2513** в **MR.TARABRIN** из Астаны.

MR.TARABRIN специализируется на проектах коммерческих помещений «под ключ», комплексном оснащении коммерческих помещений (Fit Out), монтаже инженерных систем, рекламных декорациях, эксклюзивных выставочных стендах и UV-печати.

УФ-принтер Sprinter TC-CF2513 с рабочим полем 2,5×1,3 м позволяет работать с крупногабаритными листами, а четыре зоны вакуумного прижима обеспечивают надёжную фиксацию небольших заготовок и отсутствие необходимости маскировать незадействованную часть рабочей поверхности. Этот принтер позволяет печатать на листовых материалах широкого спектра толщиной до 110 мм.

Двое — это комплекс



Инженер «Смарт-Т» запустил в Узбекистане текстильный комплекс на базе сублимационного принтера **ARK-JET SUB 1600** и каландрового термопресса **NOTA 220-1700 Plus**. Этот современный комплекс, завоевавший широкую популярность, положил начало новому цифровому текстильному производству.

Широкоформатный принтер ARK-JET SUB 1600 шириной 1,6 м оснащён двумя печатающими головками Epson i3200 последнего поколения, обеспечивающими разрешение до 3600 dpi и печатающими переменной каплей

минимального объёма 3,8 пл. Он имеет широкий набор режимов печати, инновационные функции для бесперебойной качественной печати и способен в два прохода развивать скорость до 80 кв. м/час. В принтере установлены: система подачи бумаги из рулонов до 50 кг, система автоматической подмотки, трёхступенчатый нагреватель и СНПЧ с канистрами 1,5 л на цвет.

Каландр **NOTA 220-1700 Plus** с рабочей шириной 1,6 м оборудован маслonaполненным барабаном 220 мм, нагреваемым до температуры 230 °С. Он имеет функцию автоматического центрирования фетра, которая обеспечивает его корректное положение относительно барабана в любых режимах и при любой протяжённости термопереноса. Верхняя загрузка материалов даёт возможность осуществлять перенос изображений на рулонные ткани, отрезы и готовый крой. В каландре предусмотрены три вала размотки и три вала намотки для текстиля, трансферной и защитной бумаги. Максимальная скорость термопереноса — 2 м/мин.

Эти две модели составляют сбалансированный и недорогой комплекс для печати по синтетическим тканям, который открывает перед бизнесом широкие возможности.

Седьмой — в «Торнадо Z»



На производстве многопрофильного рекламного предприятия «Торнадо Z» из Ташкента была установлена уже седьмая единица оборудования от «Смарт-Т» — трёхметровый экосольвентный принтер **ARK-JET SOL 3202**. Летом прошлого года именно здесь был запущен первый в Узбекистане ARK-JET SOL 1600, младшая и самая популярная модель в линейке этого производителя. А ещё раньше компания установила здесь целых пять УФ-принтеров и режущих плоттеров Mimaki.

Промышленный широкоформатник ARK-JET SOL 3200 также оснащён современными головками EPSON I3200-E1 и печатает с максимальной скоростью 116 кв. м/час. Капли трёх различных объёмов и разрешение до 3600 dpi позволяют использовать этот принтер и для печати крупногабаритной уличной рекламы, и для производства качественной интерьерной графики — дизайнерских обоев, афиш, плакатов, витринной и автомобильной графики, картин и холстов.



РЕКЛАМА

12+

QazPack

www.qazpack.kz

21-я Казахстанская
международная выставка

УПАКОВКА, ТАРА И ЭТИКЕТКА

13 - 15 ноября 2024

Казахстан, Алматы, КЦДС "АТАКЕНТ"



Tel.: +7 (727) 258 55 26;
E-mail: KZ.Food@iteca.events





KONICA MINOLTA

AccurioLabel 400

**ОЦЕНИТЕ
МОЩЬ И ПОТЕНЦИАЛ
МАШИНЫ СЛЕДУЮЩЕГО ПОКОЛЕНИЯ
ТЕПЕРЬ И С БЕЛЫМ ЦВЕТОМ**



О НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЯХ:

- Выдающееся качество.
- Высокая производительность.
- Больше этикетки, теперь и с белым.
- Простота использования.
- Поддержка широкого спектра материалов.

Переосмыслите этикеточную печать

Giving Shape to Ideas
Воплощая идеи

konicaminolta.com

konicaminolta.kz

РЕКЛАМА