

НАУКОВІ НОВИНИ

ОГЛЯД НОВИН ПАКУВАЛЬНОЇ І ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗЕЙ

Одним з перспективних напрямків розвитку поліграфічної галузі є пакувальний сегмент, хоча за всю історію свого існування пакування часто змінювало форму і конструкцію, сучасні його види відрізняються багатофункціональністю, практичністю і інформативністю. Пакувальна індустрія в багатьох країнах в останні роки веде перед серед інших галузей економіки.

У зв'язку з раціоналізацією, зокрема скороченням витрат з розподілення і обробки товарів, намічається тенденція розширення функції пакування. Замість багаторазового пакування однієї і тієї ж продукції розробляють тепер універсальне, яке призначено не тільки для захисту товарів під час транспортування і складування, але і придатне для експонування в магазинах.

Пакування не повинно бути надто дорогим по відношенню до товару, що запакується. Щоб отримати пакування, гарне за різними показниками якості і економічності, питання варто розглядати комплексно ще на стадії розробки самого пакування. Треба враховувати матеріал, конструкцію, зовнішній вигляд, метод пакування, мережу розподілення тощо. Вплив пакування на продукти харчування, зручність їх використання, екологічність їх виготовлення — ці та багато інших питань при виробництві пакувальної продукції й досі досліджуються й удосконалюються.

Дуже ретельно питання розвитку пакувальної галузі вивча-

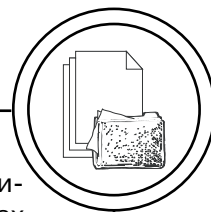
ються в Європейському інституті пакування і Німецькому інституті пакування. На заходах та конференціях, які проводяться цими закладами, розглядаються пропозиції щодо удосконалення технологій виготовлення пакувальної продукції, нові її зразки — шанси, можливості і проблеми їх створення, тощо.

Польський центр дослідження і розробки пакування SOBRO також активно працює над покращенням його якості для харчової промисловості і розробкою багатошарових пакувальних матеріалів.

На сьогоднішній день проводиться велика кількість дослідницьких проектів по вивченню пакувальної продукції. Серед них можна виділити проект Європейського Союзу SUSTAIN-PACK — направлений на удосконалення екологічного пакування на основі волокон. При виконанні проекту розробляються питання введення нанотехнологій для виробництва і переробки целюлози, розробки плівок із волокнистих матеріалів і біопластмас, а також створення матеріалів з декількох шарів для покращення бар'єрних властивостей і друкування.

Федеративне міністерство наукових досліджень і освіти Німеччини сприяє десяти дослідницьким проектам про попередження і захист від підробок продукції. В проектах активну участь приймають друкарні та виробники поліграфічного устаткування, тому слід очікувати новітні розробки щодо захисту поліграфічної продукції.

НАУКОВІ НОВИНИ



Також цікавим варто назвати європейський нормативний проєкт «Легкість у використанні пакування». Поштовхом до створення такого проєкту стали труднощі при використанні пакувань, з якими стикаються люди похилого віку внаслідок слабкого зору, поганої здатності розрізняти кольори і сліпоти, а також зниженням фізичних сил і спритності пальців. Метою проєкту є створення пакування, яке буде зручним у використанні для осіб похилого віку і не буде викликати труднощів.

Український поліграфічний ринок також не стоїть на місці і попри всі перешкоди, які виникають на шляху, все ж рухається вперед. Для України друга половина вересня 2009 р. була дуже насичена поліграфічними подіями. У київських виставкових центрах пройшли дві спеціалізовані виставки «Поліграфія 2009» і «REX 2009».

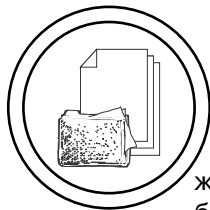
Головною метою проведення 15-ї міжнародної виставки «Поліграфія 2009» була презентація сучасного поліграфічного устаткування, технологій і продукції провідних країн світу з метою впровадження на підприємствах України, реклама вітчизняних новітніх технологій і устаткування, розширення ділових контактів між потенційними партнерами, створення умов для підписання контрактів. «Поліграфія» — одна з небагатьох поліграфічних виставок, де компанії-учасники можуть представити новинки, поділитися досвідом з партнерами, розказати про свої досягнення. Проте, цьогорічна виставка не вразила відвідувачів масштабністю, новизною, яскравістю.

Лише декілька постачальників представили на своїх стендах зразки поліграфічного обладнання та матеріалів, зокрема, ВАТ «Київполіграфмаш», ДП «Коніка Мінолта Україна», усі інші обмежилися просто інформаційними стендами.

Так, ДП «Коніка Мінолта Україна» представила на своєму стенді друкарське обладнання: повноколірні МФУ А3-го формату bizhub C552 і bizhub C203, повноколірні принтери А3-го формату magicolor 7450II і magicolor 8650, повноколірні продуктивні системи bizhub PRO C65hc з Creo-контролером, bizhub PRO C6501 тощо. ВАТ «Київполіграфмаш» демонстрував вузькоролонну восьмифарбову флексографічну машину «ФДР-420/8», Design Trading — устаткування для післядрукарських процесів, різальні машини, обладнання для оздоблювальних робіт, ламінатори.

Переважна кількість учасників демонструвала на своїх стендах поліграфічні матеріали, так «Югполіграфматеріали», ЧП (Херсон) виставляли витратні матеріали для офсетного друку, «Кіилто-клей» (Київ) — клеї для поліграфічного виробництва, «Искож», ЗАО — покривні матеріали для палітурних робіт тощо. Відвідувачі виставки також більше цікавилися тенденціями в сегменті матеріалів.

Здавалося б, з року в рік на виставці повинно дебютувати все більше нових компаній, лунає більше цікавих ідей. Проте у порівнянні з минулими роками, на жаль, спостерігалось різке скорочення не тільки учасників, а й відвідувачів, і загальне зни-



НАУКОВІ НОВИНИ

ження активності виставкового бізнесу в напрямку реклами і поліграфії. Та це й не дивно. Економічна криза дала про себе знати і стала причиною слабкої виставки, а може просто проблема в тому, що виставка себе вичерпала.

За останні три роки намілася тенденція скорочення кількості фірм-учасників. На виставці «Поліграфія 2009» в цьому році прийняло участь значно менше компаній ніж у попередніх. Виставковими стендами було зайнято лише два павільйони, натомість як у 2008 році виставка розмістилася у трьох павільйонах, в яких представляли свою продукцію 154 фірми з 10 країн світу, а у 2007 — у 7 павільйонах на 211 фірм з 11 країн світу. Можливо не варто проводити щорічно виставку «Поліграфія», оскільки на сьогоднішній день ми вже маємо повний автоматизований комплекс поліграфічного виробництва, направлений на виготовлення високоякісної продукції. Всі зусилля сьогодні зведені до удосконалення вже створеного і випробуваного на практиці. Можливо більша зацікавленість новинками у поліграфічній галузі буде проявлятися, якщо виставку проводити з певним інтервалом, хоча б раз на два роки.

Хоча учасникам виставок, внаслідок скорочення бюджетів, було складно здивувати чимось суттєвим відвідувачів, все ж в наш непростий час вже сам факт участі у виставках говорить багато про що потенційним замовникам, принаймні, ринок знає хто тримається на плаву, намагається удосконалюватися, розвиватися.

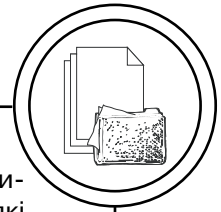
Більш жваво та яскраво на відміну від «Поліграфія 2009» пройшла тринадцята міжнародна виставка реклами, маркетингу і мас-медіа «REX 2009» та третя міжнародна виставка технологій, обладнання і матеріалів для виробництва реклами «T-REX 2009», які розмістилися під одним дахом виставкового центру «КиївЕкспоПлаза» з 29 вересня по 2 жовтня. Також було помітно, що загальна площа експозицій зменшилася в декілька разів.

Гостям виставки пропонували ознайомитися з різноманітною сувенірною продукцією, новим дизайнерськими рішеннями при оформленні пакування, різноманітних атрибутів корпоративного стилю компанії тощо.

На семінарах і конференціях, які пройшли в рамках виставок, розглядалися питання удосконалення поліграфічних технологій, було проведено аналіз кожної окремої галузі індустрії.

Дуже прикро, що студентам на таких виставках приділяється мало уваги. Якщо потенційним партнерам консультант зі стенду відповість на всі питання, познайомить зі зразками продукції (обладнання, матеріалів), запросить до співпраці, то блукаючому по виставці студенту хіба що можна подивитися на стенд, у кращому випадку взяти який-небудь роздатковий матеріал. Можливо фірмам-експонентам слід змінити своє ставлення до студентів, які намагаються дізнатися більше, бути в курсі подій не лише за інтернет-версіями, а безпосередньо через виставкові стенди діяти розуміння аспектів розвитку галузі.

НАУКОВІ НОВИНИ



Будемо сподіватися, що тимчасова криза невдовзі пройде і ми знову наступного року побачимо яскраві виставкові стенди

з новинками, будемо дізнаватися про проекти інститутів, які займаються удосконаленням поліграфічних процесів.

К. Савченко, магістрантка, ВПІ НТУУ «КПІ»

НЕЗАБУТНІ КОРИФЕЇ ДРУКАРСТВА

1 січня 1954 року за наказом ректора Московського заочного поліграфічного інституту (№ 350 від 31.12.1953 р.) у Києві було відкрито Український консультаційний пункт (УКП) з підготовки студентів заочників для видавничо-поліграфічної галузі України, які проходили до цього часу навчання у Москві.

УКП почав працювати на базі художньо-ремісничого училища поліграфістів № 18 (вул. Польова, 2, а). Завідувачем УКП було призначено Шевченка Олександра Петровича.

Народився 1905 р. у селі Борисівка Грайворонського повіту Курської губернії у родині кравця. 1913 р. вступив до початкової школи, 1916 р. був зарахований у гімназію, яка пізніше була реорганізована у дев'ятирічну школу.

Після закінчення школи 1923 р. Сашко пішов працювати практикантом у Борисівську районну лікарню, де виконував обов'язки помічника фельдшера.

Восени 1925 р. переїхав до Харкова, де Харківським районним відділом освіти був призначений завідувачем семирічної школи у селі Циркуни.

1930 р. переїздить до Харкова та йде на роботу до «Укрполіграфтресту» старшим методистом відділу навчальних закладів.

У 1931 р. вступає на вечірнє відділення інженерно-економічного факультету УПІ. В інституті провчився до четвертого курсу включно, коли залишив навчання у зв'язку із переїздом на роботу до Києва (через перенесення столиці з Харкова).

З 1934 р. до початку війни працював начальником відділу навчальних закладів «Укрполіграфтресту». Працюючи у тресті, за сумісництвом викладав у Київському ФЗУ друкарів.

У перші дні війни був призваний до Робітничо-Селянської Червоної Армії. Служив у військах Південно-Західного, Сталінградського та 3-го Білоруського фронтів.