

Поліграфія – справа мого життя

Закінчення. Поч. на с. 1

Сформувавши команду однодумців, подбали й про власний парк обладнання. Уже за чотири роки компанії «Абрис Принт» вдалося зайняти свою нішу і гідне місце на ринку поліграфії.

— Ви спеціалізуєтесь на виготовленні широкого спектра поліграфічної та рекламно-сувенірної продукції. В якому сегменті замовлень нині найбільше?

— Як відомо, молодій компанії важко закріпитися на ринку, надаючи вузький перелік послуг. Лише відсутність певної спеціалізації дає змогу розширити, причому доволі оперативно, клієнтську базу. Тому ми, власне, й намагалися охопити порівняно широке поле діяльності. Останнім часом особлива увага приділяється персоналізації продукції після офсетного друку, адресному друку змінних даних та друку за вимогою (POD), оскільки ці послуги популярні на ринку поліграфії. Ми намагаємося враховувати побажання клієнтів, серед яких: оперативне виконання замовлень малих та великих тиражів, конкурентні ціни та висока якість виготовленої продукції.

— Як змінилося співвідношення замовлень клієнтів, якщо порівнювати «цифру» та офсет?

— Рентабельність офсетного виробництва в Україні і поліграфічної галузі загалом із плином часу поступово знижується, при цьому досить багато молодих компаній демпінгує, щоб хоч цим привернути увагу потенційних клієнтів. Встановивши низькі ціни, не можуть отримати достатніх матеріальних надходжень для оновлення технічної бази, розробки нових технологій, навчання персоналу, а це, своєю чергою, суттєво відображається на зниженні якості продукції. Тому більшість клієнтів воліють співпрацювати з надійними партнерами, що мають у своєму арсеналі сучасне європейське обладнання і штат висококваліфікованих кадрів. Уміле використання поліграфічного обладнання та багаторічний досвід «Абрис Принт» дають змогу виготовляти конкурентоздатну поліграфічну та рекламно-сувенірну продукцію як на цифрових, так і на офсетних машинах. Тому пакет замовлень компанії розвивається прямо пропорційно.

— Як оцінюєте ситуацію на ринку «цифри» загалом та яке ваше становище у цьому сегменті після кризи?

— Завдяки інсталяціям нового обладнання та підбору професіоналів ми підвищили якість продукції, збільшили виробничу потужність і, у результаті, здобули нових замовників. Це, та ще й у період кризи — успіх! У перспективі плануємо відкрити регіональні представництва і сформувати партнерську мережу. Щодо сегмента цифрового

друку загалом, то тут суттєвих змін за останні кілька років не спостерігалося. Скоріш за все, найближчим часом не варто прогнозувати навіть будь-яких інновацій, адже на базі наявних технологій (які використовують більше 10 років) розробникам досить важко створити нові, більш прогресивні моделі обладнання.

— Обсяги замовлень на виготовлення рекламної продукції суттєво зменшилися

BizHub PRO 6500C і Konica Minolta BizHub PRO 6501C, які вирізняються за вартістю, продуктивністю роботи і функціональністю. Крім того, використовуємо багатофункціональну потужну чорно-білу систему Konica Minolta 7085. Як бачите, працюємо, здебільшого, з обладнанням компанії «Konica Minolta», адже за час роботи уже навчилися самостійно обслуговувати техніку та планувати витратні матеріа-



Обладнання від «Konica Minolta» формувє друкарський цех підприємства

під час кризи. Чи помітне їхнє зростання нині?

— Ми не відчули суттєвого зниження обсягу замовлень у 2009–2010 рр. Безумовно, клієнти більш ретельно почали планувати рекламні кампанії, максимально ефективно використовуючи бюджети, але близько 90% замовлень залишилися без змін. За останній рік приріст клієнтської бази становив 10–15%, проте головним завданням компанії «Абрис Принт» залишається тісна співпраця з постійними замовниками.

— Які напрями роботи вважаєте перспективними? Чого нині вимагає клієнт? Як змінилися його потреби, вимоги?

— Останнім часом простежуємо тенденцію до зменшення обсягу тиражів, оскільки клієнти прагнуть отримати персоналізовану, індивідуальну продукцію. Наявність широкого спектра послуг (розробка, друк і обробка матеріалів) дає змогу знизити витрати на виготовлення поліграфічної та рекламно-сувенірної продукції, зменшує термін реалізації замовлення та гарантує високу якість роботи.

— Опишіть власний технологічний парк. Чому саме ці машини обрали? Чи відчуваєте потребу в доукомплектації певним обладнанням?

— Технологічний парк компанії «Абрис Принт» представлений сучасним європейським обладнанням: цифрові машини Konica Minolta BizHub 450C, повноколірні Konica Minolta

ли. Можемо виконувати кілька замовлень одночасно. За якістю і собівартістю відбітка техніки компанії «Xerox» і «Konica Minolta» майже не відрізняється, тому при виборі обладнання керувалися ринковою ціною устаткування та рекомендаціями колег. Окрім якості обладнання, імпонував і підхід, принципи співпраці, яких дотримуються працівники компанії-постачальника. Успішно співпрацюємо чотири роки. У нашому арсеналі також є офсетне обладнання («ADAST Dominant 725», дві моделі «Romayor 315»), комплекс новітнього обладнання для виробництва пластикових карток, тиснення, промислового ламінування, висікання, обладнання для виробництва продукції з обробкою УФ-лаками та УФ-ефектами.

— Наскільки, на вашу думку, актуальним є друк змінних даних різного формату і використання техніки, яка дає змогу складної персоналізації?

— Для друку змінних даних використовуємо 6 одиниць обладнання, виробником якого є компанія «Konica Minolta» (4 кольорових апарата і 2 — чорно-білих). Оскільки чорно-біле обладнання має ідентичні характеристики, ми завантажуюмо його роботою паралельно. Кольорові машини використовуємо залежно від складності замовлень і терміну їх виконання.

— Чи вигідно нині залучати до свого активу високобюджетні, якісні рішення?

— Так, вигідно, але всьому свій час. Переконалися, кожна компанія, розробляючи перспективний план розвитку, розглядає варіант придбання дорогого обладнання та визначає ефективність його використання. Коли з'являється стабільний обсяг замовлень і «вимальовуються» перспективи, компанія повинна інвестувати кошти в активні основні засоби. Використовуючи новітні технології, підприємство зможе розширити спектр послуг та запропонує клієнтам більш вигідні умови співпраці. А це — запорука розвитку будь-якої компанії.

— Якщо буде змога вкласти чималі інвестиції в обладнання, яку ланку виробництва залучите, що придбаєте?

— У планах — придбання нової офсетної машини, завдяки якій можна буде збільшити обсяг виготовлення продукції. Розглядаємо лише обладнання німецької компанії «Heidelberg», яке має чудові технічні характеристики, неперевершену надійність при використанні та багатий набір функцій.

— Чи змінила (і як) компанія тактику, стиль ведення бізнесу? Чим «берете» клієнта?

— Ми навчилися цінувати кожного клієнта. Встановлення тісних відкритих партнерських зв'язків потребує часу, взаємоповаги та довіри. Втративши пильність, можна миттєво зіпсувати відносини із замовниками, запропонувавши їм «егоїстичні» умови спів-

праці. Необхідно враховувати роль інших суб'єктів ринку — конкурентів, які можуть запропонувати більш вигідні умови на основі, як правило, демпінгових цін. Ми ж пропонуємо якість, професіоналізм, стабільність і надійність, а це — у рази сильніші переваги. Клієнта хвилює отримання якісної персоналізованої продукції, виготовленої відповідно до європейських стандартів; приваблює можливість спеціалістів поліграфії за короткий термін створювати дизайн рекламно-сувенірної продукції, виконати друк і якісну післядрукарську обробку матеріалів. І все це ми забезпечуємо в «Абрис Принт». Цим, вочевидь, і «беремо».

— Часто поліграфісти кажуть, що 95% успіху — це так званий людський фактор, і лише 5% — за технікою. Як вважаєте ви? Що є визначальним у здобутті успіху для такої компанії, як «Абрис-Принт»?

— «Абрис Принт» — це, перш за все, люди, які сумлінно виконують свої обов'язки, забезпечуючи виготовлення якісної продукції. Дизайнери, техніки, інженери-технологи та представники інших спеціальностей тяжкою працею досягають поставлених цілей, підвищуючи ефективність діяльності підприємства. Люди — це наша головна цінність!

— На вашу думку, вигідніше нині пропонувати все від «А» до «Я» чи все-таки шукати власну нішу і боротися за неї?

— Розробка, друк і обробка поліграфічних матеріалів досягаються лише при замкнутому циклі виробництва, який приваблює багатьох потенційних клієнтів. Надання широкого спектра послуг дає змогу знизити ціну, підвищити якість продукції та прискорити термін виконання замовлення.

— Чи плануєте розширювати бізнес? Як розвиватиметесь надалі?

— Плануємо відкриття регіональних представництв у п'яти містах України: Києві, Харкові, Одесі, Донецьку та Дніпропетровську. Надалі активно формуюмо партнерську мережу, проводимо переговори з виробниками сучасного обладнання. Тож загалом у планах — зростання, розвиток!

Уляна ГАВРИШКІВ