

# Я за специализацию!

Препресс-бюро «Выражайтесь печатно» существует на полиграфическом рынке больше десяти лет. «С каждым годом наши услуги становятся все более востребованными», – с гордостью говорит генеральный директор компании Ольга Балан.

Интервью: **Елена Бондаренко**

**Правильно ли я понимаю, что у вас с братом был совместный бизнес, который вы разделили год назад?**

Не совсем. Мой брат Игорь руководит типографией ИТАР-ТАСС, которая имеет государственную форму собственности. А компания «Выражайтесь печатно» – частная, и я являюсь одним из четырех ее владельцев. Наше препресс-бюро возникло 11 лет назад по инициативе Феликса Ароновича Шмайгера, и я работаю здесь практически со дня основания. Я понимаю, что наше препресс-бюро воспринимается многими читателями как подразделение типографии ИТАР-ТАСС, но это не так. Действительно, поначалу мы позиционировали себя как издательско-полиграфический комплекс ИТАР-ТАСС, предоставляющий полный набор услуг. Но когда бренд «Выражайтесь печатно» приобрел известность на рынке препресс, мы стали работать абсолютно автономно. И сегодня типография ИТАР-ТАСС для нас просто крупный клиент и партнер.

Восемь лет назад параллельно с допечатными услугами был создан отдел широкоформатной печати. Сейчас он вырос в отдельный бизнес – «Бюро визуальных коммуникаций» со своими производственной базой и руководством. Но на рынке выставочных технологий эта компания по-прежнему известна под маркой «Выражайтесь печатно».

**Сейчас многие типографии стремятся оказывать полный комплекс услуг, а вы строите свой бизнес только на допечатной подготовке. Насколько это, по-вашему, рационально?**

Я за специализацию. Считается, что типография, оказывающая услуги не только по печати, но и по допечатной подготовке, получит больше денег. На своем опыте я знаю, что это не так. Я работала в репроцентре при Типографии №11. Так вот пока мы существовали обособленно, предприятие было на хозрасчете и приносило прибыль. Как только мы переехали под одну крышу с типографией, оно стало убыточным. Ведь любое полиграфическое предприятие считает свою прибыль по отпечатанной продукции, и, что-



**Ольга Балан: «Чтобы допечатный бизнес приносил прибыль, им нужно заниматься серьезно»**

## ВИЗИТКА

**Ольга Балан,** генеральный директор препресс-бюро «Выражайтесь печатно»

- **Родилась** – 17 июля 1965 г.
- **Образование** – МГУП, специальность – автоматизация полиграфических процессов, аспирантура
- **Стаж в полиграфии** – с 1983 г.
- **Семейное положение** – не замужем, детей нет
- **Хобби** – чтение, цветоводство

бы не потерять клиента, оно готово делать препресс-работы если не бесплатно, то с большими скидками. Мы не работаем бесплатно. Наши специалисты имеют очень высокий уровень подготовки и получают хорошие зарплаты. Вот и выходит, что невыгодно типографиям, которые считают прибыль только с печати, держать у себя допечатный участок. Средние и небольшие предприятия смогут загрузить препресс-оборудование лишь на одну смену, и то неполную. Я, конечно, не говорю про газетные типографии и крупные предприятия, где больше пяти полноформатных машин: там, наверное, CtP-система будет работать в одну, а может, и в две смены, при условии коротких тиражей.

**Сколько типографий, являющихся вашими заказчиками, выводят CtP-формы, а сколько – аналоговые?**

Мне сложно сказать, ведь среди заказчиков фотовывода есть не только типографии, но и дизайн-студии, рекламные агентства, фрилансеры, издательства, а CtP-формы у нас заказывают лишь типографии. Могу лишь сказать, что в декабре к нам обратились за выводом CtP-форм 42 предприятия из Москвы и Подмосковья. А всего за время работы у нас было около 100 клиентов. Средняя загрузка на CtP у нас составляет примерно 2000 м<sup>2</sup>, а в декабре мы поставили рекорд – вывели почти 3500 м<sup>2</sup> форм. Но этот прирост достигается не за счет перехода типографий с пленок на цифровые формы. Заказы на фотовывод стабильно растут – за 2007 г. их количество увеличилось на 12%.

Не так давно мы купили вторую CtP-систему. Она, конечно, не загружена на полную мощность, но нужна для подстраховки. Пока устройство было одно, я очень боялась, что из-за поломки мы подведем заказчиков.

**Чувствуете ли вы конкуренцию на рынке вывода форм?**

В нашей нише сейчас мало новых игроков, не то что в конце 90-х, когда репроцентры разрастались как грибы после дождя. Всего могу

насчитать порядка 20 компаний, из которых около десятка сильных игроков. Я удивляюсь, что мало кто решается повторить путь, который мы прошли, притом что идея, по-моему, просто отличная. Но тем, кто решится на это, все равно нас не догнать – у нас есть два очень значимых конкурентных преимущества. Прежде всего, клиентам удобно работать с нашей системой Printoffice, а кроме того, мы были первыми, кто предложил рынку вывод CtP-форм. Я считаю, что это был гениальный ход, и мне странно, что никто не пошел по нашим стопам. А ведь это очень востребованная услуга: только в январе к нам обратились три новые типографии.

Некоторые полиграфические предприятия пытались выводить на сторону формы на своих допечатных участках, но у них ничего не вышло. Чтобы этот бизнес приносил прибыль, им нужно заниматься серьезно. Типография, которая обслуживает прежде всего себя, не сможет долгосрочно сотрудничать с другими клиентами, т. к. будет всегда ориентироваться на свои приоритеты.

**Для типографий очень критичен фактор времени. Сколько проходит от приема заказа до момента, когда клиент получает формы?**

Не больше суток. В основном заказы поступают к вечеру и выполняются ночью. Утром они все готовы. У нас есть два автомобиля, которые могут доставить формы клиентам, но доставка осуществляется только один раз в сутки. Один водитель выезжает с заказами в 8 утра, второй – в 12, и каждый совершает по две поездки в день, посещая при этом 8–10 фирм. К сожалению, мы не можем назвать клиенту точное время доставки, а большинству типографий нужно, чтобы формы были на производстве в 9 утра. С марта собираемся брать еще одного водителя на утреннюю смену. Мы стараемся сделать все, что в наших силах, чтобы типография из-за нас не простаивала. Жаль, что готовые формы нельзя передавать через Интернет, как файлы.

**Вы используете для передачи файлов собственную систему Print-office. В чем ее основные преимущества?**

Благодаря нашей онлайн-системе Printoffice мы стали обрабатывать гораздо большее количество заказов. Она облегчает жизнь не только нам, но и клиентам. Они могут оформить и отослать заказ, не выходя из офиса, и в реальном времени следят за его исполнением. Клиент заполняет бланк с техническим

заданием, и его заказ поступает на нужный участок, минуя менеджера. И потом уже специалист общается с клиентом онлайн, экономится время, которое раньше тратилось на звонки и обсуждения. А заказчики, которые недостаточно разбираются в полиграфии, по-прежнему могут приехать и оформить заказ у нас в офисе. Представьте, в день у нас бывает около 100 клиентов, а в декабре эта цифра достигала 170! И это на пять менеджеров! Без Printoffice мы бы не справились.

**Как, по-вашему, изменился полиграфический рынок за последние десять лет?**

Могу сказать, что за это время сильно выросла конкуренция среди типографий. Она сейчас гораздо сильнее, чем среди репроцентров. Постоянно возникают новые предприятия – это мы видим по появлению новых клиентов. Нам такая ситуация даже на руку – в 2006 и 2007 гг. резко выросли наши обороты. При этом некоторые типографии, которые были нашими клиентами, закрылись.

**Как вы считаете, перейдет ли отрасль полностью на CtP и когда это случится?**

Я думаю, в течение ближайшего времени этого не произойдет. А зачем типографии, у которой отлажен процесс экспонирования форм с пленок, которая располагает вполне рабочим оборудованием и квалифицированным персоналом, заказывать у нас более дорогие CtP-формы? Их устраивают пленки. А CtP-технологии используют начинающие типографии, у которых еще не очень высокое качество печати или не очень хорошо отлажен технологический процесс. Среди

**“Мы сделали гениальный ход, предложив на полиграфическом рынке услугу вывода CtP-форм”**

**Ольга Балан, «Выражайтесь печатно»**

наших заказчиков много тех, кто приобрел машины 2–3 года назад. Тем, кто сейчас начинает с нуля, нет смысла покупать устаревшую аналоговую технику или дорогую цифровую, им проще заказывать у нас CtP-формы.

**Вы много внимания уделяете общению с прессой. Практически во всех полиграфических журналах печатались ваши статьи или интервью. В чем для вас смысл такой публичности?**

Я стала давать много интервью и писать в разные рубрики поли-

**ВИЗИТКА ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Компания «Выражайтесь печатно»** основана в 1997 г.

**Штат:** 50 чел.

**Оборудование:**

• **prepress:** сканеры Cezanne Elite и Scitex EverSmart; ФНА Dainippon Screen Tanto 5120, Dainippon Screen DT-R3100 и Agfa Avanxis VIII; CtP-системы Kodak Trendsetter 400 III Quantum и Kodak Trendsetter 800 II Quantum; проявочный процессор Glunz&Jensen Interplater 85 HD; широкоформатный принтер Epson Stylus Pro 9600; аналоговое цветопробное устройство DuPont Cromalin StudioSprint A2; система цифровой цветопробы Agfa Grand Sherpa 50.

**Производственные площади:** 250 м<sup>2</sup>.



графических журналов, когда мы начали продвигать услугу CtP-вывода. Нужно было объяснить рынку наши новые возможности, постараться убедить людей перейти на новую технологию. А для этого надо хотя бы донести до них информацию, что такая услуга есть. Эти публикации сыграли свою роль. Конечно, не только они. Мы использовали все возможности – звонили, делали рассылки, готовили спецпредложения. Это было интересно! Проснулся азарт! Когда предприятие долго работает по накатанной схеме, хочется впустить свежую струю. Никто до нас не предлагал типографиям цифровые пластины. Так что, хоть это и не была чистой воды авантюра, риск присутствовал приличный. Но у нас все получилось.

Со страниц вашего издания я бы хотела обратиться к коллегам-полиграфистам с призывом не загрязнять окружающую среду. В наше время просто необходимо бороться за чистоту воздуха и воды. Мы же травим друг друга и прежде всего себя! Наша компания сдает все отходы, а не только фиксаж и проявитель, где есть серебро. Мы ничего не сливаем в канализацию, поскольку считаем, что это неуважение к людям и к городу, в котором мы живем. Для меня и моих сотрудников это важно. ■