

Рынок препресса сжался: остается соревноваться в цене и сервисе



Ольга Балан,
генеральный директор
«Выражайтесь печатно»
[Москва]

Ф: Ольга Константиновна, мы встречались с Вами примерно год назад. Какие изменения произошли за год в компании?

ОБ: Знаете, буквально перед вашим приходом читала статью в Википедии о Великой американской депрессии. Как они продержались 10 лет? У нас кризис только два года длится, а мы нервничаем, когда и чем все это закончится.

Ф: Так все плохо?

ОБ: Не скажу, что плохо. Но ощущается стагнация. Роста заказов нет, к сожалению. Само по себе количество клиентов не уменьшилось, но сократились объемы заказов. По сравнению с 2008 г. примерно на 25%. Так что за эти два года рынок препресс-услуг заметно сжался.

Ф: Какое направление пострадало больше всего?

ОБ: Фотовывод, конечно. По всей видимости, пленочная технология уходит в прошлое, хотя еще в 2008 г. этого совершенно не ощущалось. А уже в 2009 г. заказы на вывод пленок резко упали, и еще несколько просели в 2010 г. Тем не менее, заказы все еще поступают, и определенный объем мы выполняем. У нас по-прежнему четыре фотонаборных аппарата (Agfa и Screen), но недозагрузка мощностей очевидна. Нам пришлось сократить ночную смену по выводу пленок, а с января этого года убрать смены в выходные дни. Если бы у нас не было CtP-технологии, а первое экспонирующее устройство мы одни из первых приобрели еще в 2004 г., не известно, что делали бы сегодня.

Ф: То есть с выводом CtP-форм у вас все хорошо?

ОБ: Стабильно. Думаю, что для большинства клиентов, которые пользуются услугами препресс-бюро, выгодно такое сотрудничество. Согласно статистике в год устанавливается около 10 CtP-устройств по всей России, а в Москве и области, на которые мы, собственно, ориентированы, установок — единицы. Так что никто особо не спешит обзаводиться собственным допечатным участком. Другое дело, что наш репроцентр мог бы безболезненно увеличить объемы производства раза в два, учитывая количество техники и специалистов.

Ф: Если не секрет, сколько удается сегодня выводить печатных форм?

ОБ: В хорошие месяцы мы выводим около 4000 м² пластин и 2500 м² пленки, а в плохие — примерно 2000 м² пластин и 1500 м² пленки.

Ф: С чем вы связываете снижение спроса на услуги препресс? У типографий стало меньше работы?

ОБ: Теперь уже очевидно, что с рынка исчезли многие издания, в основном корпоративные газеты и журналы. А для большинства типографий это был существенный объем заказов. Соответственно, это отразилось и на нашей работе. И не только в плане вывода форм, но также дизайна и верстки.

Ф: Кстати, это тоже одно из ваших направлений. Как обстоят дела в вашей дизайн-студии?

ОБ: Сегодня мы наблюдаем нехорошую тенденцию — заказчики стали экономить на этапе издательской и допечатной подготовки полиграфической продукции. Пренебрегают услугами корректорской вычитки, качественной подготовки изображений. Пришлось однажды услышать и такую позицию: «Зачем платить за обработку файлов? Это же обидно, когда у тебя дома есть компьютер». Обидно другое — то, что многие начинают считать себя профессионалами, владея даже минимальными навыками работы с компьютерными средствами верстки и графики. Потом мы видим результат такой экономии — и грамматические ошибки, и посредственное качество

верстки и многие другие недочеты. У нас, например, работает специалист с высшим художественным образованием и многолетним стажем в полиграфии. А это говорит о том, что он владеет знаниями и допечатных процессов, и разных видов печати, и отделочных технологий. Поэтому подготовленная таким специалистом продукция будет не просто «красивой», а грамотно и профессионально выполненной с учетом всех правил искусства и полиграфии.

Ф: А есть положительные моменты?

ОБ: Да, есть у нас одно направление, которое прекрасно развивается и показывает уверенный рост, — это цифровая цветопроба. В прошлом году, когда мы поставили новый цветопробный принтер (Epson Stylus Pro 7900) и прошли сертификацию по международным стандартам Fogra, у нас появилось много совершенно новых заказчиков, а также клиентов, с которыми мы давно уже не работали по выводу форм, но им понадобились услуги по выводу контрактной цифровой цветопробы. При этом мы не подняли цены на наше новое предложение несмотря на затраты на новое оборудование и материалы. А поступили по-другому. Для подтверждения того, что цветопроба является контрактной (то есть максимально точно имитирует по цвету печатный процесс), необходим паспорт, где проставляются контрольные шкалы и верификация. Для клиента это стало отдельной платной услугой. В принципе все цветопробы выводятся на сертифицированном оборудовании с соблюдением одних и тех же строгих технологических норм вне зависимости от того, нужен паспорт клиенту или нет. Тем не менее, очень многим заказчикам требуется именно контрактная цветопроба, за которую они готовы платить.

Ф: Ваш репроцентр до сих пор остается единственным, где можно вывести сертифицированную цветопробу?

ОБ: Да. Мы очень этим гордимся и считаем свою цветопробу лучшей в Москве и России в целом. В январе этого года мы повторно прошли сертификацию на процесс изготовления контрактной цифровой цветопро-

бы, поскольку срок действия прежнего сертификата, выданного нашей компанией институтом Fogra, истек в декабре. Я знаю, что интерес к получению данного сертификата есть и у других компаний, работающих на рынке допечатных услуг. Однако пока, кроме нас, больше никто не довел это до конца. Возможно, останавливает то, что сертификат выдается только на год и его нужно продлевать.

Ф: Одного цветопробного устройства вам хватает?

ОБ: Цветопробный участок работает с 10 до 24 ч. Так что пока хватает. Но если это направление будет развиваться такими темпами и дальше, то приобретем и второе устройство. Заметно, что клиенты постепенно переходят на цифровую вывод цветопробы, при этом заказы на аналоговую цветопробу, которая получается в 3 раза дороже, снижаются.

Ф: Насколько оперативно вы можете выполнять заказы?

ОБ: Что касается вывода цветопробы, то даже при нестандартных форматах макета время ожидания не превышает нескольких часов. Это может потребоваться для того, чтобы на одном цветопробном листе собрать несколько заказов в целях более эффективного использования материала. Печатные формы готовятся в течение одного дня, причем мы бесплатно осуществляем их доставку клиенту. Одним из наших конкурентных преимуществ в плане взаимодействия с заказчиками является то, что мы отладили автоматизированную систему приема заказов через Интернет — printoffice.ru. Лет 10 назад мы запустили первую версию этого сервиса. Честно сказать, в то время слабо в нее верили. Но сегодня интернет-технологии в огромной степени помогают нам в работе. Эта система совершенствуется год от года и в настоящее время позволяет клиентам круглосуточно оформлять, передавать и контролировать заказы на фотовывод, изготовление аналоговых и цифровых цветопроб, вывод CtP-форм и другие услуги препресс. В режиме реального времени заказчик имеет возможность отслеживать статус заказа, получать информацию о ходе работ по e-mail или sms, а также контактировать с префлайт-инженером или оператором, моментально решая все необходимые вопросы. За долгие годы многие наши клиенты привыкли к такому уровню сервиса и активно им пользуются.

Ф: Вы разработали какие-то новые предложения для своих клиентов в этом году?

ОБ: Да, еще в начале кризиса у нас появилось альтернативное решение — вывод CtP-форм на пластинах китайского производства. И скоро мы собираемся сформулировать еще более экономичное предложение. Китайские производители заметно повысили качество пластин за последнее время, а цена на них на 30% ниже европейских пластин.

Ф: Это вынужденная мера? Ведь вы всегда работали на пластинах европейского производства.

ОБ: Около 90% наших клиентов по-прежнему выбирают европейские пластины — Agfa, Kodak, Sarpira (Heidelberg). Самая высокая цена держится на японские Fujifilm. Но есть клиенты, которые предпочитают исключительно эту марку и не смотря на высокую стоимость этих пластин не собираются переходить

ни на какие другие. Тем не менее, существует категория клиентов, для которых цена оказывается решающим аргументом, перевешивающим любые другие преимущества. Несмотря на то, что заказчики признают наше стабильное качество вывода пластин, хороший сервис, возможность доставки и удобную форму дистанционного оформления заказа, некоторые из них вынуждены были перейти к нашим конкурентам только потому, что стоимость вывода там меньше. Таким образом, нам тоже приходится искать альтернативу.

Ф: И как вы оцениваете спрос на Китай?

ОБ: Около 10% наших клиентов воспользовались предложением по выводу форм на китайских пластинах и печатают часть своих заказов на них. Конечно, не все китайские материалы одинаковы. Сейчас появилось много поставщиков, которые предлагают различные пластины китайского производства по оптимальной цене. Сложность еще в том, что у нас большое разнообра-

зие форматов, и зачастую приходится выискивать материалы по всей Москве. За прошлый год наш технический директор протестировал десяток разных марок пластин, в том числе и китайских. Так что мы научились стабильно работать на разных пластинах, чтобы удовлетворить запросы клиентов.

Ф: Ваша компания всегда лидировала на рынке допечатных услуг. Какие перспективы развития препресса Вы бы могли назвать?

ОБ: Очень непростой вопрос. Сложно обозначить направление, в котором можно дальше развиваться в допечатных технологиях. Пока соревнуемся в цене и дополнительном сервисе. Как прогнозируют многие специалисты отрасли, будущее полиграфии за упаковкой и оформлением. Раз упаковка, значит это флексографская печать. А раз флексография, значит и допечатные технологии будут больше развиваться во флексо. Но это совершенно другой бизнес и цена вопроса совсем иная. Но кто знает... ■

КОНТРАКТНАЯ
ЦИФРОВАЯ
ЦВЕТОПРОБА
от 270 руб.

Наш статус на 2011 год
подтвержден

Получен новый сертификат на
изготовление цифровой
цветопробы Fogra Cert № 24752

Цветопробы соответствуют
стандарту ISO 12647-7:2007

Точность воспроизведения
 $\Delta E < 3$ для 97% цветов шкалы
Pantone Solid Coated

ВЫРАЖАЙТЕСЬ
ПЕЧАТНО (495) 739 11 00
www.printoffice.ru