

Ricoh Pro™ C7200X як стратегічний інструмент розвитку «Київської друкарні»

Деякі роки тому «Київська друкарня» змінила локацію, переїхавши із приміщення на вул. Чеській, 9-В (де працювала під назвою «Центр персоналізованої поліграфії») на Довженка, 3, але не жалкує.

Звичайно, окремо розташована будівля була для компанії значним плюсом. Проте нинішня локація – одна з небагатьох у Києві, яку умовно можна назвати «поліграфічним хабом» – тут сконцентровано чимало різнопрофільних друкарень, що спеціалізуються на офсетному, трафаретному, цифровому, широкоформатному друці, виготовляють кліше.

«Київська друкарня» стала у 2016 р. першою компанією в Україні, де було інстальовано ЦПМ Ricoh Pro™ C7100X. Попри застереження «одного відомого одесита»: «Ви купуєте kota у мішку», Іван Гринчук ризикнув, зробив ставку на Ricoh Pro™ C7100X та не помилився.

ВИПРОБУВАЛЬНИЙ ПОЛІГОН

«Перемовини «Мегатрейд» та «Київської друкарні» тривали півроку. Власник «Київської друкарні» Іван Гринчук просив всіх потенційних продавців машин роздрукувати свої файли на своєму папері, і приймав рішення на основі отриманих результатів. У випадку з Ricoh файли роздруковувалися в Великобританії, на заводі в Телфордї. Представникам «Київської друкарні» дуже сподобалися можливості Ricoh Pro™ C7100 з друку білим кольором», –

зазначав у 2017 р. в інтерв'ю нашому виданню керівник напрямку Ricoh компанії «Мегатрейд» **Владислав Швецов**.

Зі свого боку, Іван добре розумів, що обладнання Ricoh посідає міцні позиції в Європі, шукав додаткову інформацію в Інтернеті. Дався взяти й попередній досвід співпраці з «Мегатрейдом», бо Іван тривалий час працював в ІТ-сфері, де нинішній партнер Ricoh обіймає міцні позиції. Брав до уваги Гринчук й людський фактор, йому сподобалося співпрацювати з фахівцями,

що відповідали в «Мегатрейді» за напрямком Ricoh.

Додатковою перевагою, що вплинула на рішення придбати Ricoh Pro™ C7100X (а згодом й Ricoh Pro™ C7200X), стало розташування постачальника – компанії «Мегатрейд», адже устаткування обслуговується фактично в режимі реального часу.

Та й, забігаючи трішечки наперед, за словами Івана, впродовж тривалого часу експлуатації двох машин Ricoh критичних



Ricoh Pro C7200X



Друк по текстилю Ricoh RH100

Оскільки у друці додатковими кольорами «Київська друкарня» власне стала «піонером» в Україні, їй довелося не лише знайомити ринок з можливостями друку білим та іншими спеціальними тонерами, але й формувати ціни на друк додатковими кольорами.

випадків майже не було. Й навіть невеликі проблеми, що виникали у роботі обладнання, усувалися фактично миттєво. До речі, досвід «Київської друкарні» свідчить, що термін експлуатації деяких ресурсних запчастин Ricoh Pro™ C7100X навіть перевищує очікуваний.

Після інсталяції Ricoh Pro™ C7100X «Київська друкарня» стала для «Мегатрейду» фактично «випробувальним полігоном». Тут виготовлялося чимало зразків, каталогів продукції, друкарню постійно відвідували потенційні покупці устаткування Ricoh. Спільними з «Мегатрейд» зусиллями «Київська друкарня» створила зручні каталоги у вигляді **віяла**, за допомогою яких розкрила потенціал друку Ricoh Pro™ C7100X на дизайнерських картонах та паперах з використанням додаткових кольорів. Дехто, за розповідями фахівців «Мегатрейду», навіть не вірив, що такі зразки можна друкувати в Україні.

Надрукувавши певний обсяг замовлень з білим кольором, у «Київській друкарні» підраховували середнє заповнення тонером, яке виявилось в межах 30%. Використавши три-чотири труби білого тонеру, розділили кількість відбитків на ємність тонеру, й у такий спосіб отримали середні витрати на друк білим тонером одного аркуша SRA3.

Відповідно, сьогодні вартість друку білим тонером SRA3 становить 6-12 грн залежно від накладу, дещо дешевше використання додаткових неонових жовтого, Pink або прозорого тонеру, бо витрати на них менші, й вони не користуються настільки сталим попитом. А частка замовлень з білим тонером в загальному обсязі сягає сьогодні 5,5%.

НОВИЙ ЩАБЕЛЬ РОЗВИТКУ: RICOH PRO™ C7200X

Певний час керівник «Київської друкарні» вагався, чи продавати попередню машину Ricoh Pro™ C7100X. Вирішальною обставиною стала допомога офіційного представника Ricoh в Україні – компанії «Мегатрейд», яка знайшла покупця на Ricoh Pro™ C7100X (друкарня «Вік принт» з Києва, для якої Ricoh Pro™ C7100X із пробігом в 3 млн відбитків та високою якістю друку виявився чудовим варіантом) та й запропонувала «Київській друкарні» зручні умови продажу більш сучасної Ricoh Pro™ C7200X. Й машина приїхала до України навіть швидше, ніж очікувалося. Ця Ricoh Pro™ C7200X стала третьою в Україні після машин, встановлених у «Тотемі» та «Фастпринті».

До речі, додатково «Київська друкарня» придбала принтер для прямого друку на готових текстильних виробках Ricoh Ri 100.

За оцінкою Івана Гринчука, **якість друку Ricoh Pro™ C7100X та Ricoh Pro™ C7200X майже не відрізняється**. Проте, є суттєва різниця у зручності користування. Наприклад, у Ricoh Pro™ C7200X **вдосконалено роботу з каталогом паперів**, який став більшим за обсягом та зручнішим у користуванні: зміни до нього можна вносити під час друку накладу, й, поновивши налаштування, продовжувати друкувати. Це стало можливим завдяки модулю автоматичного сканування, що його встановлено після пічки. У Ricoh Pro™ C7200X

«Київська друкарня» виготовляє ексклюзивні книжки, запрошення, візитівки та іншу продукцію з високою доданою вартістю, де використовується білий колір. Тому компанію особливо цікавила можливість друкувати на Ricoh Pro™ C7200X білий та СМΥК за один прогін, змінюючи місцями картриджи з білим та чорним тонерами.



PUR-биндер



Ручна лінійка для збірки фотокниг



Пігментний друк



Широкоформатний екозольвентний друк на Epson SureColor SC70610





Палітурку портфоліо до мультфільму «Мавка» виконано з оксамитового на дотик дизайнерського картону



Папір для блоку портфоліо мультфільму «Мавка» ламінувався SoftTouch плівкою, виконувався друк поверх ламінації White+СМУК



Каталог студії інтер'єрів. Цифровий друк, збірка на PUR, палітурка – картон оксамитовий на дотик, сліпе тиснення

можна побудувати профіль паперу, якого немає у каталозі, та внести його до бібліотеки паперів. Раніше доводилося з цією метою редагувати схожий профіль.

Крім того, зазначає Іван Гринчук, на Ricoh Pro™ C7200X значно **зменшилася кількість браку** при друці спеціальними кольорами та поліпшилося суміщення кольорів, бо у машині Ricoh Pro™ C7100X хвіст аркуша подеколи кидало на міліметр. У Ricoh Pro™ C7200X **вдосконалено блок первісного вирівнювання паперу** (точніше, його запозичено з більш швидкісної й орієнтованої на друк у СМУК Ricoh Pro™ C9200X). Переваги вдосконаленої машини особливо помітні при друці **довгих листів паперу**.

Це має величезне значення для друкарні, бо кількість замовлень з білим тонером збільшується – йдеться не лише про візитівки, а переважно про наліпки, подеколи компанія друкує з білим флаєри та подарункові сертифікати, обкладинки каталогів та книжок з дизайнерського картону, книги з чорними сторінками, зображення на які наноситься білим кольором.

Постійно бере до роботи «Київська друкарня» й замовлення з виготовлення **календарів «банерного формату»**, де використовується білий колір. Наступний за популярністю додатковий тонер – це прозорий, який використовується при друці календарів, каталогів, візитівок, обкладинок. Що ж до неонових кольорів, вони цікавлять замовників значно менше, хоча директор «Київської друкарні» має намір найближчим часом знайти застосування й друку Pink-ами. Invisible Red «Київська друкарня» поки не застосовувала, але плани такі в Івана Гринчука є, бо друкарня має досвід друку захисних наліпок на спеціальних носіях. Щоб отримати зображення, яке світиться під дією УФ-випромінювання, змішували Pink-и зі СМУК.

ВИСОКОЯКІСНИЙ ДРУК ЗАМОВЛЕНЬ З ВИСОКОЮ ДОДАНОЮ ВАРТІСТЮ

Стратегія розвитку «Київської друкарні» впродовж останніх років лишається незмінною: перевага надається **високоякісному друку продукції з високою доданою вартістю**. Іванові подобається залучати ексклюзивні замовлення.

Наприклад, у портфоліо до мультфільму «Мавка» папір для блоку ламінувався SoftTouch плівкою, виконувався друк поверх ламінації White+СМУК. Палітурку видання виконано з оксамитового на дотик дизайнерського картону, на неї нанесено тиснення. Скріплення виконувалося на PUR-біндері.

Нещодавно для замовника з Єгипту накладом у дві тисячі примірників було виготовлено книгу у твердій палітурці з клапаном та з кишенею для паспорту, з поклейкою на PUR-біндері.

Компанія сміливо експериментує з дизайнерськими картонками. Наприклад, створюючи пивні сертифікати з застосуванням структурного дизайнерського картону, із кольоровою моделлю White + СМУК + Neon Yellow. Навіть при друці карток-запрошень подеколи «Київська друкарня» поєднує можливості дизайнерських картонів, SoftTouch-ламінування, ламінування золотом, друку з білилами, цифрового лаку та СМУК.

Як ми вже зазначали вище, після придбання Ricoh Pro™ C7200X компанія запропонувала послугу з виготовлення ексклюзивних календарів формату 330x700 мм (адже попередня машина – Ricoh Pro™ C7100X – мала можливість друкувати лише на листах завдовжки до 477,8 мм). Чудовим прикладом календаря «банерного формату» є спільний проект з офіційним представником Ricoh в Україні компанією «Мегатрейд», присвячений східному Року свині – «Кожен любить свиню по-своєму». Календар видрукувано на складних й дорогих дизайнерських паперах, подеколи у два прогони – спочатку білий, а потім білий + СМУК. Тобто, за оцінкою Івана Гринчука, використано майже всі можливості друку додатковими кольорами. На попередній машині Ricoh Pro™ C7100X таке замовлення виконати було б майже неможливо навіть не через форматні обмеження, а через проблеми із суміщенням кольорів за складних схем друку.

Торік «Київська друкарня» придбала компанію «Принт-а-Тет», яка спеціалізується на виготовленні **фотокнижок**, й відтоді



Книга для видачі паспортів Арабської республіки Єгипет. Тверда палітурка з клапаном і карманом для паспорта, цифровий друк, збірка на PUR

розвиває цей напрямок як окрему гілку в сегменті B2C. Найбільша цінність сервісу <https://print-a-tet.com.ua>, за словами Івана Гринчука, полягає в тому, що це готовий функціонал-редактор, який дає змогу замовити будь-яку фотокнигу, а також листівки, календарі, холсти (з друком на холстах чудово пореається Epson SureColor SC80100, при цьому друкарня працює лише з оригінальними чорнилами). Керівник «Київської друкарні» планує додати до сервісу можливість замовляти футболки із зображенням й, можливо, сувенірку.

ОЧІКУВАННЯ ТА СПОДІВАННЯ

Співпраця з основним постачальником друкарського устаткування – компанією «Мегатрейд» – у «Київської друкарні» складається успішно, тому Іван Гринчук не планує поки що купувати ЦПМ в альтернативних постачальників.

Компанія мала досвід експлуатації ЦПМ декількох виробників (Konica Minolta bizhub c6500, Konica Minolta bizhub c6000, Xerox C70), були навіть міркування придбати Indigo, але



Зразки запрошень із застосуванням можливостей друку додатковими кольорами

врешті-решт зупинилися на стратегічному партнерстві з Ricoh й цілком задоволені.

«Київська друкарня» зберігає лояльність до бренда Ricoh не лише через можливість наносити додаткові кольори. Компанію цілком влаштовує **вартість клік-контракту** з «Мегатрейд», яка дає змогу встановлювати конкурентні ціни, й головне, якість друку на Ricoh Pro™ C7200X: Іван зазначає, що іноді доводиться друкувати навіть сигнальні зразки офсетних накладів, й замовники підлаштовуються згодом саме під зразки Ricoh Pro™ C7200X.

Але повертаючись до механізму роботи з постачальником устаткування, Іван Гринчук зазначає, що клік-контракт для «Київської друкарні» лишається **єдиним** прийнятним варіантом взаємодії, бо тоді всі питання з ремонтом машин вирішує сервіс (а він у «Мегатрейд» на високому рівні), а розуміння собівартості друку дає змогу планувати роботу заздалегідь й мати прогнозований бізнес. Натомість, за умови самостійного обслуговування машини потрібно тримати в штаті підготовленого фахівця, й через вихід машини з ладу можливі непередбачувані витрати.



Перекидний настінний календар з дизайнерських картонів нестандартного формату 700x320 мм, використані майже всі можливості друку додатковими кольорами





Запрошення. Основа червоний дизайнерський картон Plike, однобічне ламінування золотом, друк White + Black



Різноманітні картки-запрошення. Поєднання дизайнерських картонів, SoftTouch ламінування, друку з білими, цифровим лаком та СМΥК



Посібник-каталог. Окрім зразків друку – свого роду «tips & tricks» з використання додаткових кольорів



Зразки рекламних буклетів із друком додатковими кольорами

Іван Гринчук з нетерпінням очікує появу анонсованої компанією Ricoh ЦПМ, що матиме змогу додатково друкувати срібним та золотим кольорами. Він зазначає, що на ринку спостерігатиметься стабільний попит на такі послуги, адже рішення Xerox Iridesse, а раніше Xerox 800 та Xerox 1000 з можливістю друку металами досить популярні в Європі.

ПЛАНИ

«Київська друкарня» вже півроку працює над впровадженням ERP-системи, із підтримкою Web-to-Print. Іван Гринчук прагне, щоб всі прості замовлення (візитівки, буклети, листівки, брошури тощо) **друкувалися без участі менеджерів**, які, в свою чергу, опрацюватимуть більш складні замовлення й, відповідно, зароблятимуть більше. Виросте й прибуток друкарні. Звичайно, ця інтегрована система автоматизації міститиме **функціонал, пов'язаний з додатковими кольорами**.

«Київська друкарня» планує тестувати текстильний принтер Ricoh Ri 100 та у подальшому активно використовувати його для друку на готових текстильних виробках: футболках, сумках, наволічках тощо.

За напрямком оперативної поліграфії компанія розглядала можливість придбати Ricoh Pro™ C9200X, але від цієї ідеї відмовилася, бо виготовляючи тривалий час переважно продукцію з високою доданою вартістю, було б складно повернутися на ринок так би мовити «ширпотребу».

Отже, ключові вектори інвестицій поки що: **автоматизація, розширення товарного асортименту, який можна замовити через сайти друкарні, впровадження ERP-системи**. Не виключає Іван окремих інвестицій в покращення постдрукарського парку. Він зазнав в останні роки деяких змін, й сьогодні компанія здатна на високому рівні виконувати послуги з поклейки багатосторінкових каталогів на PUR-біндері (його було повністю модернізовано, замінено голову та систему подачі клею), комплексного виготовлення твердої палітурки, бігування, ламінування, тиснення, висікання тощо.

А від швидкості та якості впровадження систем автоматизації та від трансформації друкарського бізнесу залежатимуть терміни початку більш активної роботи з замовниками з Європейського Союзу (сьогодні «Київська друкарня» виконує поодинокі такі замовлення).

Чи вірить Іван у прогнозованість друкарського бізнесу в Україні взагалі? Фахівець, аналізуючи стан справ за весь час роботи на ринку («Київська друкарня» працює з 2012 р., отже має досвід роботи й під час Майдану, й під час усіх можливих криз), зазначає, що завжди знаходяться компанії, яким потрібна друкована продукція. Останнім часом до «Київської друкарні» дедалі частіше звертаються й іноземні компанії, готові платити чималі гроші за якісно та вчасно видруковані складні друкарські замовлення, подеколи навіть з урахуванням досить дорогої доставки продукції.

Доля будь якого друкарського бізнесу, на думку Івана, **залежить від людей**, які в ньому працюють. Якщо керівники та штатні працівники друкарні вміють знаходити замовників та ринки збуту продукції, друкарський бізнес успішно працюватиме.



Пивні сертифікати з застосуванням структурного дизайнерського картону, із кольоровою моделлю White + СМΥК + Neon Yellow