

Matej GATNIK
tel.: +386 (0)1 56 54 999
faks: +386 (0)1 30 07 710
e-pošta: matej@natisni.si
www.natisni.si

TISK JE MRTI

Tisk in grafična industrija sploh v zadnjem desetletju nedvomno doživlja velike spremembe. Na eni strani digitalni mediji izpodrivajo tiskovine v skoraj vseh segmentih, razen embalaži. Spomnimo se spletnih vsebin ali CD-predstavitev namesto brošur in katalogov, elektronskih panojev ob športnih igriščih namesto transparentov, PDF v e-pošti namesto brošure ali direktne pošte. Klasični tisk vse uspešneje nadomešča digitalna alternativa pri vedno večjih nakladah. Vse težje tržne razmere pogosto vodijo v neracionalno zniževanje cen ponudnikov, kar je že nekaj časa opazno tudi na našem trgu. Vsi smo pri svojem delu gotovo že kdaj naleteli na absurd, ko je danes kakšna tiskovina tudi 20 ali 30 odstotkov cenejša od enakega posla pred na primer petimi leti, pa čeprav je natisnjena na enakem (ali celo istem) stroju z isto tehnologijo, medtem pa se je papir podražil še za kakih 15 odstotkov, plače narasle skoraj za 30 odstotkov, da o elektriki in drugih stroških ne govorimo. Konkurenca, ki je sicer trenutno v prid kupcem, pušča dolgoročne negativne posledice na vsakem koraku v grafični industriji – vse manj je vlaganja v tehnologijo in znanje, s čimer bi se dodana vrednost lahko povečevala, namesto tega ostajajo bolj ali manj životarjenje in dnevni boj za obstanek ter stalno stagniranje ali celo upad prihodkov. V vseh segmentih trženja tiska (tudi pri digitalnem tisku, ki je imel v zadnjem desetletju v povprečju več kot 50-odstotno letno rast, v prihodnje pa bo svoj tržni delež le še povečal) sem opazil pomembno dejstvo: vsak prihodek, ki ga ustvarimo danes, zahteva najmanj dvojno količino energije in denarja v primerjavi z enakim poslom pred petimi leti. In to kljub temu, da je delež ponudnikov kvečjemu

upadel, saj je v zadnjem letu približno 30 vplivnejših ponudnikov takega in drugečnega tiska končalo v stečaju oz. zaprlo ali bistveno preoblikovalo svoje dejavnosti. Posledična matematika je torej enostavna:

Prihodek in RVC se manjša : strošek za prodajo narašča = izguba dobička -> stagnacija, upad in propad

Katere korake lahko torej vsak ponudnik tiska »ubere«, da izboljša svoj tržni položaj? Kako lahko enačbo obrne sebi v prid?

Obstaja več modelov optimizacije poslovanja, pri katerih lahko z manjšimi stroški dosežemo boljši izplen, kar delno preneseemo na stranko in postanemo konkurenčnejši, delno pa povečamo lasten RVC.

Prvi korak je gotovo vpeljava dobrega informacijskega sistema za proizvodne procese in delovni sistem pretoka podatkov (workflow). Pri tem gre predvsem za jasnost, preglednost in sposobnost nadzora oz. pridobivanja konkretnih informacij z najmanj truda. Sam sem preizkusil in videl že večino bolj znanih sistemov, neposredno pa sodeloval pri razvoju in postavitvi dveh, pa vendar idealnega sistema še nisem srečal. Posamezne produkcije se namreč razlikujejo med seboj, vsaka ima svoje posebnosti, zato bo tudi za vas lahko delovalo nekaj čisto drugega kot za soseda. Kljub temu pri načrtovanju in vpeljavi vsake informacijske spremembe v proizvodnjo svetujem nekaj osnovnih vodil: enostavnost, preglednost, hitrost vnosa in iskanja ter jasnost navodil za vsako posamezno stopnjo. Pred redno vpeljavo sistem testirajte vsaj nekaj dni vzporedno s starim. Odpravite napake in

EV. NAJ ŽIVI TISK.

KORAKI ZA POVEČANJE DONOSNOSTI PRODAJE TISKA IN PROGRAM, KI JIH OMOGOČA.

Tisk, kot ga poznamo, izumira. Na eni strani ga izpodrivajo elektronski mediji, na drugi pa vse bolj neusmiljen boj na trgu. Ali to pomeni konec nekega obdobja in načina dela ali je potrebno le preoblikovanje ustaljenih navad?

pomanjkljivosti. Ne delajte si dodatnega dela, sistem mora čas vnosa skrajšati, ne pa zaplesti življenja vseh vpletenih. Če je za koga optimalna rešitev stenska tabla, za druge gmail in za tretje namenska aplikacija, je lahko za vas prava katera koli od omenjenih ali povsem četrta možnost. Pri vsem skupaj imejte v mislih še ekološki in »zgodovinski« vidik – papirni delovni nalogi so običajno precej problematični, ko želimo najti star podatek za ponatise. Dobro zasnovan delovni tok vam lahko povrne naložbo že v mesecu ali dveh, na letni ravni pa vam lahko prihrani tudi celo delovno mesto.

Optimizacija komerciala: eden večjih stroškov in zamudnejših opravil je pridobivanje zainteresiranih, priprava ponudb in proces »do potrjenega naročila«. Če to strnemo pod pojem komerciala, nam v večini primerov torej ta skupaj z morebitno promocijo na trgu in pridobivanjem naročnikov absolutno pomeni vsaj 10- do 15-odstotni strošek v naši kalkulaciji, kar je sorazmerno veliko, pa vendar brez tega ne gre. No, skoraj. Vse več je namreč t. i. print brokerjev oz. posrednikov tiska, ki nekako izpodrivajo stare oblike kooperacije. Ta pri nas sicer nikoli ni zaživela v polni obliki, ki bi omogočala izmenjavo storitev za resnično optimalen izkoristek (torej kdo z manjšim strojem prevzema posle večjega in obratno). Sam vidim v posredovanju tiska oz. grafičnem inženiringu ogromno prednosti. Specializiran posrednik, ki zagotavlja posel, material, prevzema tveganje plačila in skrbi za celovit nastop na trgu, lahko razbremeni tiskarno komerciala, kar posledično pozitivno vpliva na optimizacijo proizvodnje in bistveno nižje stroške obratovanja. Res je, da to zahteva nižjo ceno oz. višji rabat, vendar je to lahko

uspešna rešitev za manjše oz. specializirane ponudnike ali »hišne« tiskarne. Zapolnitev prostih zmogljivosti lahko pomeni prehod iz stagnacije v donosen razvoj, iz vsega skupaj pa lahko odnese vsak tudi marsikatero pozitivno izkušnjo oz. znanje. Eden od tovrstnih specializiranih ponudnikov grafičnega inženiringa je pri nas podjetje Sempera, ki gradi uspešnost na dobri informacijski podpori. Poleg grafičnega inženiringa je razvilo tudi program optimizacije stroškov tiska za naročnike in ga poimenovalo OptiGraf. Temelji na analizi nakupnih navad, specifik tiskovin in tehničnih lastnosti materialov in produkcije ter naročniku prinese najmanj 17-odstotni prihranek.

Menim torej, da je kombinacija lastnega nastopa in sodelovanja s takimi organizacijami najuspešnejši model za dobro amortizacijo opreme in zagotavljanje posla. Tako zmanjšamo odvisnost, obenem pa ohranjamo zasedenost zmogljivosti in optimiziramo lastno poslovanje, s čimer postanemo konkurenčnejši.

Specializacija produkcije in raznovrstnost: slovenska lastnost je, da želijo vsi tiskarji imeti kar največ storitev »v hiši«, kar pomeni preveč enakovredne ponudbe na trgu in velike stroške investicij v vedno enako opremo. Zaradi preveč nezasedenih zmogljivosti tako oprema ni polno izkoriščena, kar vodi v padec cen in začaran krog. Sam menim, da je specializacija eden od zanesljivih načinov za uspešnejše delo. Tisk pozna številne tržne vrzeli, ki morda ne zahtevajo niti obsežnih investicij, temveč le prilagoditev produkcije. Številni produkti, ki jih najdemo v tujini, so pri nas redkost in eksotika, čeprav je po njih

povpraševanje. Papirnati lončki, serviete, embalažne nalepke, zemljevidi ..., tržnih vrzeli, v katerih je pri nas ponudba nekonkurenčna, je veliko. Namesto kvantitativnega razmišljanja razmišljajte kvalitativno in postanite prvi na trgu za določen tip produkcije. To ne pomeni nujno popolne usmeritve, lahko pomeni le določen odstotek proizvodnje, podvržen specifični tehnologiji. Povečalo vam bo prepoznavnost in konkurenčnost, zagotovilo pa tudi številne dodatne posle.

Stopite v korak s časom: QR-kode, tisk variabilnih podatkov, kombinacija klasičnega ofseta z digitalnim ali dejansko digitalnim izpisom (printanjem). Tehnologija gre naprej. Prinaša novosti, nižje stroške, drugačne načine dela. Sledite smernicam, izkoriščajte prednosti. Morda popolnoma brezhiben odtis ne odtehta bistveno višje cene. Morda je marketinški vidik ali izplen oglasne akcije z vključitvijo variabilnega tiska bistveno bolj učinkovit za stranko in upraviči višjo ceno. Ne bodite le tiskarji, postanite tudi mojstri idej in novih marketinških rešitev. Stranke to cenijo.

Povezovanje in sodelovanje: čeprav je to skoraj sprto s slovensko miselnostjo, je danes postalo nuja. Le tako lahko zagotovimo globalno, celovito storitev, ki jo današnji trg zahteva. Tako lahko izboljšamo konkurenčnost, drug drugemu povečamo posel, zmanjšamo stroške in izboljšamo storitev.

Upam, da je vsaj kateri od predlogov sprožil nov način razmišljanja in kako dobro zamisel, ki bo pomagala do boljšega razvoja. Komentarji, vprašanja in predlogi pa so kot vedno dobrodošli na matej@natisni.si.