

ПОЛИГРАФИЯ & РЕКЛАМА

ПЕЧАТНЫЙ БИЗНЕС
№6 (122) ноябрь-декабрь 2018

*Новым
Точкам!*

Фейерверка идей,
блестящих результатов
и звездных побед!

Решения
для упаковки
на любой вкус

Внутренний
портрет
Виталий Тресцов

Голос
полиграфии
Михаил Шпилькин

Бизнес-тренер
Владимир Якуба

О зарождении рынка и объективности



Михаил Шпилькин,
эксперт в области цифровой
печати по ткани и основатель
Shpilkin.ru

Михаил Шпилькин – эксперт в области цифровой печати по ткани и основатель единого интернет-ресурса в этом направлении. Михаил рассказал о своем проекте, консультациях и состоянии отрасли.

■ Многие знали вас как специалиста по оборудованию и расходным материалам для офсетной печати. Вы занимались этим не один десяток лет. Почему вы изменили направление своей деятельности?

Я никогда не боялся пробовать заниматься чем-то новым и интересным. Когда в 2011 году представилась возможность заняться цифровой печатью (тогда еще не по ткани), я взялся за это направление. Оказалось, что это огромный и интересный бизнес, в котором я смог повторить для себя рост по профессиональной лестнице. Однако, когда в 2016 году меня пригласили в офсетный бизнес, я решил вернуться и посмотреть, как там дела. Но оказалось, что в бизнесе цифровой печати все обстоит значительно лучше, и я вернулся обратно в цифровую печать, но теперь уже только по ткани.

■ Расскажите о своем проекте как едином ресурсе о цифровой печати по ткани. Как возникла идея?

Идея витала в воздухе, но нужен был какой-то толчок. И тут их случилось даже несколько сразу: я ушел с работы, главный редактор журнала Publish Игорь Терентьев, узнав об этом – по-

просил тряхнуть стариной и написать обзор проходящих в Москве текстильных выставок, мою статью тут же один «опытный автор» перевел на английский и опубликовал от своего имени на крупнейшем профильном ресурсе по текстилю в мире (на который я был подписан), освободился домен Shpilkin.ru, и я был первым в очереди за ним (правда и единственным).

В результате я сел писать техническое задание на создание и наполнение сайта. Что получилось – можно увидеть все по тому же адресу.

Цель проекта была пафосная и одновременно прозаичная – создать полезный ресурс, не имеющий аналогов в Рунете и построенный вокруг личного бренда, который должен приносить мне стабильный доход.

■ Что вы включаете в понятие «независимый эксперт»?

Я не являюсь сотрудником какой-либо компании – поставщика оборудования или расходных материалов и свободно общаюсь со всеми компаниями, не являясь для них конкурентом. Чем больше информации они предоставят мне о своих продуктах, тем я больше буду в них разбираться, и значит делиться этими знаниями. Те компании, которые поняли это первыми, однозначно сейчас выигрывают от сотрудничества со мной. Однако предоставление информации не значит лоббирование интересов отдельной компании, так как, поработав с различными производителями, я хорошо понимаю, как у них все устроено изнутри, а также могу сравнивать компании и оборудование между собой.

■ Чем занимается и чем полезен эксперт в области цифровой печати по ткани? Какие проблемы решает?

Было выбрано сразу несколько направлений развития, основные из них заявлены у меня на сайте и обозначены в ваших вопросах. Здесь я бы назвал еще несколько – оснащение учебных заведений оборудованием для печати по ткани, обучение препо-

давателей и студентов, выставочная деятельность, а также организация «клуба по интересам» для участников отрасли.

■ Почему полиграфистам требуется помощь при выборе оборудования и расходных материалов?

Рынок цифровой печати только начал активно развиваться в мире, доля отпечатанной цифровыми технологиями ткани не более 5% от общего объема ее производства. Наша страна производит примерно 1% от этих 5%, то есть ничтожно мало. Таким образом, практическим опытом и знаниями в области цифровой печати по ткани в нашей стране обладают единицы, причем зачастую вовсе не заинтересованные делиться своими знаниями.

Я готов делиться своими знаниями и опытом, но на платной основе, о чем честно предупреждаю обратившихся – «первая консультация – бесплатна, далее – за деньги». Обратившихся второй раз – очень мало, видимо это наш российский менталитет себя, так проявляет, но конечно, присутствует и обычная лень – у меня на сайте есть как статьи, так и презентации и даже видео моих выступлений на различных мероприятиях, где есть часть ответов на многие типичные вопросы. Но с теми, кто заинтересован в получении результата – работать одно удовольствие.

■ Что подразумевается под сопровождением заказов на печать по тканям?

Я предлагаю два варианта – для тех, кто точно знает, что хочет сделать, у меня на сайте можно распечатать купон на скидку в конкретной типографии, для остальных самое важное – правильно определиться с тем, какой продукт и за какие деньги необходимо получить. И тут возникают ситуации, что реализовать «хотелки» или будет невозможно в рамках бюджета или необходимо переделывать продукт, который был придуман без понимания возможной технологии его производства. Так же часть вопросов связана с большой закрытостью мно-

гих печатных производств – их невозможно найти или они не задумывались о каких-то новых продуктах, которые легко можно производить.

■ Кто обращается за консультациями по технологиям цифровой печати по тканям?

Это желающие расширить свой бизнес или находящиеся в растерянности, когда что-то не получается сделать. В первом случае стоит задача добавить новый продукт к текущей продуктовой линейке, во втором – решить конкретную проблему стандартным способом или найти новый путь ее решения.

■ У вас есть опыт организации мероприятий по печати по ткани. Насколько актуальны сегодня такие мероприятия?

Я могу сам выступить на мероприятии, рассказав о цифровой печати, а могу организовать, например, круглый стол, собрав как поставщиков оборудования, так и типографии, чтобы рассмотреть различные аспекты со всех сторон. Зал, как правило, полон, значит – тема востребована.

■ Какие вопросы обычно волнуют полиграфистов – о чем они спрашивают на профильных мероприятиях?

Тех, кто только планирует новый бизнес, интересует, что можно производить и как, а тех, кто уже работает – что нового можно сделать.

■ Технология цифровой печати по ткани может быть экологична?

Она в большинстве случаев экологична. Цифровые чернила имеют сертификаты, позволяющие их использовать для вещей, имеющих прямой контакт с кожей человека. Однако в нашей стране нет пока сильного регулирования экологических вопросов, которое среди прочего помогало бы выбирать ту или иную технологию цифровой печати в зависимости от сферы применения. Хочу отметить, что переход к цифровой печати по ткани позволяет экономить огромное количество воды и электроэнергии, так как традиционные печатные производства – одни из крупнейших потребителей этих ресурсов в мире.

■ Вы говорили, что запустить бизнес, связанный с печатью на ткани в традиционной типографии, не так уж и сложно. Что для этого нужно?

Давайте рассмотрим, чего не хватает в традиционной типографии для запуска такого производства. В большинстве случаев это только оборудование для печати по ткани и обученный персонал, а также необходимость изучения нового рынка. Для начала можно проконсультироваться со мной.

■ А что уже имеется в типографии? Клиенты, технологии продаж и производства, потребность в расширении ассортимента и, возможно, неудовлетворенный спрос клиентов.

В данном случае я говорю о небольшом печатном производстве по ткани, ведь начинать надо с малого. Назовите основные ошибки, связанные с печатью по ткани.

Ошибки связаны с недостаточным пониманием технологий и большими амбициями дизайнеров.

■ Какие технологии цифровой печати по тканям пользуются большим спросом и почему?

Начинают с того, что требует меньше инвестиций и технологически проще реализовать. Это может быть сублимационная печать или печать по готовым изделиям.

■ Вы отмечали, что пустующая в Петербурге ниша – печать по натуральной ткани. Почему она пуста? От чего это происходит?

То же самое я могу сказать о практически любом регионе России. В Москве тоже может возникнуть ситуация, когда вполне реальный и конкретный заказ некому будет выполнить.

Другой пример – крупнейший производитель одного из видов товаров для дома, имеющий самый производительный принтер в нашей стране, этим летом искал возможность переразместить на стороне цифровую печать в объеме более 200 000 м² в месяц, искал не только в России, но и по всей территории бывшего СССР. Искал по причине того, что собственное оборудование было загружено на 100%, при том что максимальная ско-

рость установленного у него оборудования – около 1000 м² в час.

■ «В нашей стране рынок промышленной печати по ткани только зарождается». Почему? К концу этого года в нашей стране будет работать 30 промышленных принтеров. Из них 10 работают исключительно на рекламном рынке, а оставшиеся 20 печатают ткани для производства одежды или домашнего текстиля, причем большинство для собственных нужд. Крупных типографий по цифровой печати на ткани можно насчитать не более пяти на всю страну. Этого очень мало. Давайте сравним, например, с количеством крупных офсетных типографий.

Изменить ситуацию могут те, кто будет готов к развитию нового бизнеса, им же достанется и премиальная маржа. А я готов помочь построить новый бизнес в сфере цифровой печати по ткани.

■ Насколько распространено использование типографиями в процессе производства самых дешевых материалов и оборудования?

В настоящее время очень редко. Причин несколько – покупатели дорогого промышленного оборудования не готовы к рискам при использовании дешевых и зачастую не очень качественных материалов, а производители дешевого оборудования не научились делать его настолько качественным, чтобы отвечать запросам требовательных клиентов.

■ Есть ли данные по оценке объема цифровой печати по ткани в мире в 2018 году?

По предварительным оценкам мировой объем цифровой печати по ткани составит примерно 1,8-1,9 млрд м². К сожалению, доступ к статистике ограничен, да и данные у занимающихся такими подсчетами компаний расходятся.

■ Ваши планы по развитию проекта Shpilkin.ru?

Планов очень много, они все связаны с печатью по ткани, но подробности смогу раскрыть только в начале следующего года. Оставляю пока некоторую интригу.