



Polygrafia prechádza transformačným procesom

Tlačiarri musia hľadať nové, kreatívne spôsoby ako pridať hodnotu svojim zákazníkom. Spoločnosť Ricoh pôsobí na trhu už 80 rokov. Počas svojej existencie sa jej darí rásť nielen v oblasti vývoja produktov, investícií, ekonomiky, strategických rozhodnutí ale aj v oblasti environmentálnej a sociálnej politiky. Vybudovala si stabilné postavenie a výsledky tvrdej práce sa jej časom zúročili aj prestížnymi svetovými oceneniami. Od novembra 2016 je na pozícii výkonného riaditeľa spoločnosti Ricoh pre Českú republiku a Slovensko Stephen Palmer, ktorý má bohaté skúsenosti v oblasti produkčnej tlače. Zaujímali nás preto jeho pohľad na dianie v spoločnosti.



Spoločnosť Ricoh je dlhodobo lídrom na európskom trhu v rámci kancelárskej techniky. V celosvetovom meradle patrí medzi 500 najväčších spoločností. V čom vidíte silný potenciál tejto spoločnosti?

Naším najväčším bohatstvom je základňa verných klientov. Prostredníctvom predaja v rámci niekoľkých kanálov sme schopní obsluhovať zákazníkov všetkých veľkostí vo všetkých oblastiach, od malých súkromných firiem po veľké spoločnosti a vládne orgány, až po korporácie a globálnych klientov. To, že na trh prichádzame stále s nejakými novinkami, považujeme za samozrejmosť, keďže sme inovátori v odbore už od roku 1936. Naše vlastné rozsiahle výskumné stredisko i výrobné prevádzky po celom svete, ktoré dodržiajú metodiku „lean manufacturing“, nám umožňujú vyrábať špičkovú, vysokospolahlivú a konkurencieschopnú techniku. Nepretržite tiež sledujeme trhy po celom svete, čo nám dáva schopnosť transformovať, diverzifikovať a rozvíjať nové trhy. Pritom ale všetky naše iniciatívy vychádzajú z potrieb zákazníkov alebo meniacich sa požiadaviek trhu.

Aj keď sa produkty značky Ricoh predávali na Slovensku a v Českej republike od roku 1990, vaša spoločnosť sa priamo na týchto trhoch etablovala len pred dvoma rokmi. Ako vnímate zmenu od výhradného distribútora (IMPROMAT) na priame zastúpenie značky Ricoh na našich trhoch?

Impromat bola výborná spoločnosť s povestou vynikajúceho dodávateľa technológií a poskytovateľa prvotriednych služieb. Tým sme získali dokonalé východisko pre priamy vstup na český a slovenský trh. Naďalej chceme rozvíjať všetko dobré, čo sa urobilo v minulosti, ale zároveň sa chceme zamerať na nové technológie a trhy, a tak poskytnúť

RICOH

imagine. change.

existujúcim zákazníkom pridanú hodnotu v podobe našich ľudí, našich postupov a Ricoh technológií. Tiež sa chystáme v našej spoločnosti presadzovať firemné kultúrne hodnoty „RicoWay“, ktorých základom je napríklad zameranie na zákazníka, víťazný duch, tímová práca, inovácia, morálka či bezúhonnosť.

Na riadiacej pozícii ste vystriedali viacero spoločností, máte skúsenosti s viacerými trhmi v Európe. Na Slovensku a v Čechách pôsobíte zatiaľ pomerne krátko. Vedeli by ste pomenovať špecifiká a rozdiely, ktoré ste spoznali hlavne z pohľadu správania sa zákazníkov, partnerov, ich mentality, prípadne ekonomických podmienok fungovania?

Z obchodného hľadiska vlastne nie až toľko. Samozrejme, je tu problematika jazykových a kultúrnych zvyklostí, ktoré sa v jednotlivých krajinách líšia, avšak z perspektívy obchodovania, dopytu trhu, náročných úloh a problémov, s ktorými sa naši zákazníci stretávajú, a príležitostí na konkrétnom trhu, je to všade úplne rovnaké. Miera sa pochopiteľne v jednotlivých krajinách líši.

Je známe, že spoločnosť Ricoh investuje nemalé finančné prostriedky do výskumu a vývoja. Aké novinky ste pripravili, resp. pripravujete pre svojich zákazníkov?



Ricoh spätne investuje do výskumu a rozvoja 5 až 6 % zo svojich svetových tržieb. Neustále vyvíjame nové produkty, technológie, software a riešenia (ako pre svoje hlavné odvetvie podnikania, tak pre nové zaujímavé oblasti trhu). Jednou z významných oblastí vývoja na trhu je atramentová tlač. My sme technologickým priekopníkom vo vývoji v tejto oblasti. Aktuálne sme popredným výrobcom atramentových hláv, tonerov a kompletných tlačových systémov. Jedným takýmto príkladom je kontinuálna atramentová produkčná tlačiareň VC 60000, ktorú sme uviedli na trh pred tromi rokmi. Momentálne máme veľmi pozitívny ohlas z trhu a desiatky úspešných inštalácií.

Pochopiteľne ďalej pokračujeme vo vývoji technológií pre komerčnú tlač, ktorá predstavuje významnú oblasť pre rast, ale tiež využívame svoje skúsenosti s technológiou inkjet pri vývoji ďalších produktov a nadväzujeme nové partnerské vzťahy. Vďaka nim prenikáme ďalej do vŕd 3D tlače, čiže aditívneho modelovania, priamej tlače na textil a k ďalším možnostiam využitia 3D tlače vo výrobe a v priemysle.

Iste nie je náhoda, že spoločnosť Ricoh spolupracuje na vývoji a inováciách technologických riešení so spoločnosťou Heidelberg. Prečo práve Heidelberg a v čom táto spolupráca hlavne spočíva? Prečo by sa mali zákazníci oboch značiek tešiť na spoločné výsledky tejto kooperácie?

Naše vzťahy s firmou Heidelberg trvajú tak päť alebo šesť rokov, vtedy ešte nebola značka Ricoh na trhu polygrafického priemyslu tak známa. V spoločnosti Heidelberg usúdili, že Ricoh má v danej dobe tie najlepšie farebné digitálne produkčné tlačové stroje, a tým pádom - vďaka spolupráci, ktorú sme vtedy nadviazali - mohol Heidelberg rýchlo vstúpiť na trh digitálnej produkčnej tlače. Ricoh mohol

súčasne ťažiť z uznania, ktorého sa mu dostalo v nadväznosti na úspech značky Heidelberg. Od tej doby sa nášmu spoločnému podnikaniu darilo v mnohých krajinách a dnes spolupracujeme s firmou Heidelberg tiež v Čechách a na Slovensku a na konte máme rad čerstvých úspechov. S Heidelbergom spolupracujeme tiež na inovatívnych projektoch, najmä na vývoji komunikačného rozhrania medzi našimi technológiami a aplikáciou Prinect workflow. Digitálny proces sa tak stane neoddeliteľnou súčasťou celého tlačového procesu. Zatiaľ čo vývoj a rámcová dohoda o spolupráci sú riadené centrálné, chceme v každej krajine, kde pôsobíme, nadviazať partnerstvo s miestnou pobočkou Heidelbergu, aby sme zaistili hladký priebeh každodennej prevádzky.

Začiatkom roka spoločnosť Ricoh oznámila akvizíciu spoločnosti Avanti Computer Systems Limited, popredného poskytovateľa systémov pre riadenie informácií pri tlači v oblasti produkčnej tlače. Čo bolo impulzom pri vašom rozhodovaní?

Software a riešenia sú veľmi dôležitou súčasťou digitálnej tlače. Pochopili sme, že svojim zákazníkom môžeme poskytnúť väčšiu hodnotu, keď im dodáme riešenie pre optimálne využitie zakúpených zariadení, nech už sú to rozhrania pre správu tlače a farieb, MIS riešenia, Web to Print či správa marketingových nástrojov. Máme rovnako rad unikátnych aplikácií, ktoré sme buď sami vyvíjali alebo sme spojili sily s kľúčovými dodávateľmi EFI. Zrealizovali sme tiež niekoľko strategických nákupov, aby sme mali istotu, že máme kompletne a aktuálne portfólio. Akvizícia Avanti bola pre nás a našich zákazníkov obzvlášť dôležitá, pretože nás uviedla do oblasti MIS s jedinečnou, flexibilnou hostovanou aplikáciou pre MIS. Nedávno sme uskutočnili ďalšiu akvizíciu, o.i. PTI, špičkové riešenie pre správu marketingového riadenia na platforme Marcom Central.

Spoločnosti Ricoh patrí nemalý obdiv aj za jej prínos v rámci životného prostredia. Patrí medzi spoločnosti, ktorým nie je ľahostajný ekosystém a myslí aj na zelenú budúcnosť. Aké kroky ste uskutočnili v tejto oblasti?

Životné prostredie je pre nás už dlho veľmi dôležité. Boli sme jedným z priekopníkov, ktorí presadzovali spoločenskú zodpovednosť firiem (Corporate Social Responsibility), pretože sme presvedčení, že k životnému prostrediu sa máme správať s rešpektom, s ohľadom na vyčerpatelnosť zdrojov, a tiež preto, že máme čo vracať spoločstvu, ktorého sme súčasťou. V sedemdesiatych rokoch sme pripravili a zaviedli svoj prvý komplexný program starostlivosti o životné prostredie, v deväťdesiatych rokoch sme vyvinuli a spustili vlastný program TQM Business Excellence a začiatkom druhého tisícročia sme boli jednou z prvých spoločností, ktoré podpísali celosvetový dohovor „Global Compact“ iniciovaný OSN. Úcta k životnému prostrediu sa prejavuje vo všetkom, čo robíme, nech už je to politika „nulového odpadu na skládky“, ktorú propagujeme v našich výrobných podnikoch alebo každodenné aktivity našich zamestnancov po celom svete. Ricoh je držiteľom mnohých cien za prínos k ochrane životného prostredia. Už vyše 10 rokov patríme medzi 100 spoločností na svete, ktoré dbajú na udržateľné podnikanie a výrobu. Taktiež v pobočkách v Českej a Slovenskej republike Ricoh rozvíja programy CSR pre komunitu a životné prostredie, a i naďalej to bude zásadnou súčasťou našej podnikovej kultúry.

Získané ocenenia sú zrejme výsledkom dobrých rozhodnutí a usilovnej práce. Len tento rok máte na svojom konte viacero svetových súťaží. Ktoré ocenenie si najviac vážite?

V priebehu rokov sme získali mnoho cien a vyznamenaní za inováciu, kvalitu či metodiku „lean manufacturing“, ocenenie za dodávateľské služby, za prínos životnému prostrediu a spoločnosti a mnoho ďalších. Sme, samozrejme, rovnako hrdí na všetky ceny, ktoré dostávame, a to bude i naďalej nastavenou latkou a meradlom našej činnosti v mnohých oblastiach. Keby som mal vybrať ocenenie, významné v polygrafickom priemysle, bola by to cena EDP, ktorú sme dostali na tohtoročnom veľtrhu FESPA za Digital Book printing solution. Na to sme obzvlášť hrdí, pretože je to produkt, ktorý sme vyvinuli sami v našej firme a domnievame sa, že tlačiarom pri výrobe kníh a s tým súvisiacich úkonov prispieje k nevídanému zvýšeniu produktivity. Zaisťuje automatizované vyradovanie zoskupením podobných tlačových úloh, čo ušetrí čas v operáciách, ako je príprava, finishing alebo manipulácia s tlačovými médiami.

Skúsme sa ohliadnuť ešte trochu späť do histórie. Pred viac ako 80-timi rokmi začínala spoločnosť Ricoh ako výrobca a predajca jemného papiera, neskôr kancelárskej a komunikačnej techniky. Uviedla na trh prvý funkčný faksimilný prístroj a dnes sa derie medzi významné značky v oblasti produkčnej tlače. Mnohým významným značkám sa takýto vývoj a diverzifikácia výroby, resp. zamerania nepodarili a buď už neexistujú alebo ostali verné svojmu tradičnému predmetu biznisu. V čom je tajomstvo vašej úspešnej diverzifikácie?



Ricoh dosahuje ročne celosvetový obrat okolo 18 miliárd dolárov a v odvetví tradičnej kancelárskej tlače si udržujeme už mnoho rokov 1. pozíciu s najväčším podielom na trhu v celosvetovom meradle. Napriek tomu sme si pred pomerne dlhou dobou uvedomili, že byť najväčší, neznamená byť neporaziteľný, a že diverzifikácia je nutná, aby sme sa mohli ďalej rozširovať a prenikáť do nových rastúcich oblastí trhu. Spoločnosti, ktoré nedokázali diverzifikovať, buď nemali silnú víziu alebo dostatočnú odbornosť na posun do nových oblastí, alebo vôbec diverzifikáciu nezačlenili do svojho podnikateľského plánu, pretože k tomu je často potrebná úplne iná stratégia a zmena smeru, stagnujú a nerastú. Mali sme tú výhodu, že sa nám podarilo niekoľko zásadných akvizícií (Hitachi Printing Systems, IBM InfoPrint a ďalšie), čo v kombinácii s našimi odbornými znalosťami a investíciami do výskumu a rozvoja znamenalo, že sme boli schopní sa svižne presunúť do nových oblastí podnikania a prísť s novými zaujímavými technológiami skôr ako konkurencia. Tiež sme starostlivo, kde to bolo potrebné, budovali vzájomne nesúvisiace obchodné vzťahy, aby sme sa mohli zamerať na výkon všetkých línií nášho podnikania.

Máte veľké a aj medzinárodné skúsenosti z polygrafického biznisu. Ako vnímate súčasnú polygrafiu, jej silné a slabé stránky, ďalšiu cestu (budúcnosť) a trendy vývoja? Zahrajte sa na vizionára a povedzte, aká bude polygrafia o tridsať rokov?

Ako mnoho ďalších odvetví i polygrafia prechádza transformačným procesom a tlačiarom musia hľadať nové, kreatívne spôsoby, ako pridať hodnotu svojim zákazníkom. Bez tvorivého prístupu sa tlač stane obyčajným tovarom,

ceny sa zrúti a prežijú len tí najhúževnatejší. Ale spoločnosti, ktoré tvorivo hľadajú cesty, ako získať verných zákazníkov, kontinuálne rastú a zvyšujú ziskovosť. Veľmi často ide viac o riadenie a správu tlačového prostredia, ako len o obyčajnú tlač. Ide o to, že sa stávajú poskytovateľom marketingových služieb a pomáhajú klientom komplexne s ich komunikačnou stratégiou naprieč všetkými druhmi médií. A rovnako tak dodávatelia pre polygrafický priemysel musia poskytovať výrobky, služby a riešenia, ktoré tomuto odvetviu pomôžu s procesom transformácie.

Verím, že tlačéné dokumenty tu budú ešte mnoho rokov. Ale rovnako si myslím, že sa dynamika trhu zmení a v niektorých sektoroch budeme svedkami poklesu, napr. v transakčnej tlači, ktorá sa stále častejšie vybavuje prostredníctvom online médií, a naopak v iných oblastiach zažijeme ďalší rast, napr. pri knihách, priamej reklame distribuovanej poštou, pri časopisoch a obalových materiáloch. Zaujímavé je, že digitálna tlač môže zohrať dôležitú rolu vo všetkých spomenutých oblastiach rastu, pretože existuje dopyt po menších personalizovaných zákazkách na mieru a cielenej relevantnej tlači. Personalizované letáky podľa požiadaviek zadávateľa, osobné detské knihy, cieľená a relevantná reklama zasielaná poštou a obaly na zákazku. Vo vývoji sa veľkým dielom zameriavame na tvorbu novej generácie tonerov a atramentových trysiek, ktorá bude odpoveďou na potreby týchto rapidne sa meniacich trhov.

Pri náročnej a zodpovednej pracovnej pozícii máte čas aj na oddych a koníčky? Čomu sa najradšej venujete vo voľných chvíľach, fandíte nejakému športu, máte svoju obľúbenú hudbu, interpreta,...?

Práca pre Ricoh ma veľmi teší, ale užívam si pritom i voľný čas. Mám dosť záľub, ku ktorým patria túry po horách, cyklistika, jazda na motorke, varenie, hra na gitare (snáď celkom dobrá), a potom také to domáce majstrovanie a vylepšovanie. Taktiež prechovávam veľkú lásku k Francúzsku, kde v lete trávim čas. Milujem impresionizmus a moje obľúbené múzeum je Musée D'Orsay v Paríži.

Anglicko je kolískou najmasovejšieho a najsledovanejšieho športu na svete - futbalu. Fandíte Stephen Palmer futbalu? Akému klubu ak áno? Kedy bude Anglicko opäť majstrom sveta?

Mám rád všetky športy. Býval som futbalovým fanúšikom a keď sa Anglicko stalo majstrom sveta vo futbale v roku 1966, fandil som klubu West Ham United. Avšak teraz sa už o futbal tak nezaujímam, pretože mám dojem, že stratil smer. Namiesto toho uprednostňujem ragby, tam je tiež nutná tímová práca, vašeň a má ten pôvab ako futbal pred 40 rokmi. A či sa Anglicko stane majstrom sveta? V ragby máme veľmi dobrú šancu na víťazstvo v roku 2019, ale vo futbale, ako národný tím, máme pred sebou ešte pekný kus cesty. Myslím, že sa v ňom točí veľa peňazí a sústredí sa až príliš na Premier League.

Za rozhovor poďakovala Zita Bukvová

POLYGRAFIA A SÚVISIACE ODVETVIA

KTO JE JOTKA

RICOH Slovakia s. r. o.

Charakteristika: Spoločnosť Ricoh je globálna technologická spoločnosť, ktorá už viac ako 80 rokov mení spôsob práce. V súlade s firemným sloganom - imagine. change. - Ricoh poskytuje spoločnostiam i jednotlivcom služby a technológie, ktoré inšpirujú k inováciám, podporujú trvalý rozvoj a prispievajú k rastu podnikania. K týmto nástrojom patria systémy pre riadenie dokumentov, služby IT, riešenie pre produkčnú tlač, vizuálne komunikačné systémy, digitálne fotoaparáty a priemyselné systémy.

Rok založenia: Japonská spoločnosť RICOH bola založená v roku 1936. Zastúpenie pre Slovensko a Českú republiku sa datuje od 8. júla 2015 akvizíciou spoločnosti IMPROMAT Slov. s. r. o. a IMPROMAT CZ s. r. o., dovtedajšími výhradnými dovozcami značky na slovenskom a českom trhu od roku 1990 a 1993, spoločnosťou RICOH Europe.

Obrat za rok 2015: Skupina Ricoh, s hlavným sídlom v Tokiu, pôsobí približne v 200 krajinách a regiónoch na svete. V závere fiškálneho roku na konci marca 2017 dosiahla Skupina Ricoh celosvetovo obrat vo výške 2 028 miliárd jenov (približne 18,2 miliardy USD).

Počet zamestnancov: Na Slovensku aktuálne 44.

Vedenie spoločnosti: Stephen Palmer - CEO RICOH Slovakia a RICOH Czech Republic
Otto Menzel - Commercial Director RICOH Slovakia a RICOH Czech Republic



Stephen Palmer



Otto Menzel

Najvýznamnejšie referencie: Ricoh je spoločnosť, ktorá každoročne získava prestížne ocenenia. Na tohto ročnom veľtrhu FESPA získal cenu EDP Award 2017 za softwarové riešenie Ricoh Digital book printing solution a tlačové zariadenia Ricoh Pro C5200s a Ricoh Pro C5210s. Spoločnosť si uvedomuje aj záväzok voči budúcnosti, za čo Ricoh Company, Ltd. získala už tretí rok po sebe najvyššie zlaté hodnotenie v štúdii udržateľnosti, ktorú spracováva organizácia EcoVadis.

RICOH Slovakia s.r.o.

Polus Tower 2
Vajnorská 100/B
831 04 Bratislava
www.ricoh.sk
<https://www.facebook.com/pg/RicohSlovakia>

RICOH
imagine. change.