

Nemojte čekati klijente, potražite ih sami!

HRVATSKA JE ODAVNO POSTALA PREMALO TRŽIŠTE ZA GRAFIČKU INDUSTRIJU I SVI BI TREBALI PROBATI ŠIRITI SVOJE USLUGE NA SUSJEDNA TRŽIŠTA. DRUGI NAČIN JE PROŠIRENJE OSNOVNE DJE-LATNOSTI - UPRAVO TO SU NAPRAVILI I U TVRTKI GRAFIK.NET.

■ Razgovarala: Blanka Doko

S direktorom tvrtke Grafik.net Krešom Culjkom razgovarali smo o aktualnom stanju u grafičkoj industriji i problemima koji pritišću tržište. Iako ni snažna tvrtka poput njegove nije pošteđena, izlaganje na sajmovima, proširenje osnovne djelatnosti, educiranje korisnika i širenje usluga na susjedna tržišta njihov je način izlaska iz krize.

Odražava li se aktualna gospodarska kriza na poslovanje tvrtke Grafik.net?

Nažalost, ni Grafik.net nije pošteđen aktualne gospodarske krize. Naša prednost je što smo tu krizu nešto ublažili i to na dva načina: proširenjem ponude opreme koju imamo u svojem asortimanu i poslovanjem u regiji, pa je manjak prodaje u Hrvatskoj donekle nadoknađen prodajama u Bosni i Hercegovini i Makedoniji. Ta je oprema jednim dijelom bila izložena na ovogodišnjem sajmu Intergrafika pa smo je na kraju i prodali. To je jedan od razloga zašto je trend poslovanja u prvih šest mjeseci čak bio i nešto veći nego prošle godine u istom periodu.

Na koji ste način proširili svoju osnovnu djelatnost?

Konstantnim razmišljanjem o potrebama naših kupaca, a i praćenjem smjera razvoja grafičke industrije. U početku smo nudili samo opremu za grafičku pripremu i reakcije nekih kupaca su bile "zar samo to, što ćete

raditi za pet do sedam godina?". Uz hardver smo polako proširivali i paletu softvera i zbog nedostatka kvalitetnih rješenja od generalnog principala, počeli smo surađivati i s nekim drugim dobavljačima. Naravno da nismo stali na tome. Hrabro smo ušli u prodaju reprod materijala, tu mislim prije svega na CTP ploče, i danas smo, mogu reći, među prva tri dobavljača u Hrvatskoj. Nakon toga smo se ekipirali u tvrtki i zaposlili još nekoliko ljudi te krenuli nuditi proizvode koji su postali komplementarni u današnjoj grafičkoj proizvodnji - proizvode za digitalni tisak, a kasnije i proizvode za doradu u digitalnom tisku. Da ne bi sve ostalo samo na trgovini, kako neki misle, zaposlili smo i vrlo kvalitetne stručnjake, pa sada pored vrhunskog tima stručnjaka za servisiranje i educiranje za rad CTP opremom, imamo i neovisan tim za digitalni tisak i doradu, i još od ove godine osobu koja je više od 20 godina u struci i koja je upoznata s problematikom tiska i dorade. Dakle, sada nudimo i usluge savjetovanja u samoj grafičkoj proizvodnji, rješavanje problema i unaprjeđenje proizvodnje.

Grafik.net posluje od svog osnutka u Hrvatskoj i u Bosni i Hercegovini. Od 2004. poslujete u Makedoniji, a od prošle Drupe prisutni ste i na tržištu Kosova. Možete li usporediti hrvatsku grafičku industriju sa srodnom industrijom regije?



Krešo Culjak, direktor tvrtke Grafik.net d.o.o., Zagreb

Svako od tih tržišta ima svoje specifičnosti pa je teško povući prave paralele, ali generalno gledajući, hrvatsko tržište bitno odskače u standardu kvalitete finalnog proizvoda. Naravno da ima i iznimaka na tim tržištima, ali govorimo o vrlo malom broju tiskara. U Bosni i Hercegovini vrlo je teška financijska situacija već nekoliko godina i tamo su pomaci najmanje vidljivi. Investicije su minimalne, a u većini slučajeva traži se samo rabljena oprema koja je zbog prihvatljive cijene starija od 7 do 8 godina. Naravno, za opremu koju mi nudimo to je jako, jako staro. Problem je i needuciranost krajnjih korisnika tako da zapravo oni generiraju takvo stanje, nema potražnje za dobrim i kvalitetnim proizvodima, nego je bitna jedino cijena. Opet, kažem, naravno da ima iznimaka. Što se tiče Makedonije, tamo su pomaci nabolje puno veći, barem što se tiče zahtjeva prema kvaliteti, ali s druge strane njihov je problem što se tamo jako malo čita i što su novine i časopisi jako jeftini. Primjerice, cijena jednog primjeraka dnevnih novina iznosi 15 denara, a časopisa od 50 do 100 denara pa ako znate da je jedan euro 60 denara, mislim da je sve jasno.

Cijene opreme i repromaterijala nisu ništa manje, dapače zbog udaljenosti su neki materijali i skuplji.

Koje je konkretne poslove Grafik.net ostvario u posljednje vrijeme?

Pored pet CTP instalacija među kojima su bile čak dvije instalacije najproduktivnijeg CTP uređaja u B1 formatu Magnusa 800 Z od 60 ploča na sat, možemo se pohvaliti i instalacijom prvog softverskog rješenja za izradu digitalnih fotoalbuma, Kodak Photobook softvera. Tu je još i dosta instalirane opreme za doradu u digitalnom tisku.

Izlagali ste na nedavno završenoj Intergrafici. Jeste li zadovoljni ukupnim dojmom izlaganja?

Mislim da je za ukupnost dojma koji smo ostavili na sajmu Intergrafika bila presudna naša orijentacija na nuđenje cjelokupnih grafičkih rješenja najboljih svjetskih proizvođača grafičke tehnologije, tj. opsežna prezentacija kompletnog i objedinjenog proizvodnog procesa, od obrade grafičkih datoteka kroz softverska rješenja koja sačinjavaju Kodak Unified Workflow, preko osvjetljavanja grafičkih ploča na vrhunskom osvjetlivaču, čime se zao kružuje proces pripreme za ofsetni tisak, ili pak tiska na digitalnom kolor tiskarskom stroju, pa sve do dorade otisaka i finaliziranja proizvoda na vrhunskim doradnim strojevima. Možemo s ponosom reći da smo za potrebe sajamske prezentacije u sklopu našeg izložbenog prostora oformili i pustili u rad kompletan moderni odjel pripreme za ofsetni tisak, kao i vrhunsku digitalnu tiskaru s grafičkom doradom. Upravo želja da u suradnji s najboljim svjetskim proizvođačima grafičkih tehnologija grafičarima ponudimo cjelokupna rješenja krojena upravo prema njihovim potrebama, te trud uložen da sva ta rješenja uživo prezentiramo domaćem tržištu, doveli su do iznimne posjećenosti našeg izložbenog prostora i pozitivnih reakcija na tržištu.

U razgovoru s izlagačima na ovogodišnjoj beogradskoj Grafimi osjetili smo jačanje netrpeljivosti između



Intergrafika 2009

Na Intergrafici je izložbeni prostor Grafik.neta doista dominirao. Koje biste novosti izdvojili?

U svakom bih slučaju izdvojio regionalnu premijeru Kodakova osvjetlivača grafičkih ploča (Ctp) Magnus 800Z Quantum koji je brzinom osvjetljavanja od 60 B1 ploča na sat trenutno najbrži CTP sustav na tržištu, kao i regionalnu premijeru inovativnog digitalnog kolor tiskarskog stroja Meteor DP60 Pro francuskog proizvođača MGI – Digital Graphic Technology. On je jedinstven po svojim mogućnostima tiskanja na gotovo sve papirne i plastične podloge koje se trenutno mogu naći na tržištu. Ne smijem zanemariti ni predstavljanje najšireg raspona doradnih grafičkih strojeva poznatih proizvođača koje zastupamo na našem tržištu (Morgana, Samed Innovazioni, Rigo, Dumor), gdje smo imali premijere gotovo svih strojeva za doradu koje može zatrebati digitalna tiskara.

konkurentnih tvrtki. Osjećate li i Vi svojevrstni jal između dojučerašnjih kolega naspram tvrtki koje uspijevaju poslovati usprkos krizi?

Ako nudite kvalitetan proizvod za koji imate i tehničku podršku, ako ulažete u vlastitu edukaciju kako biste mogli širiti to znanje dalje, onda postajete dobar, kvalitetan, konkurentan dobavljač. Jal je nešto drugo. On nastaje zbog vlastite lijenosti i gluposti. Primjerice, kada smo kupili vlastiti privatni mali avion, čuli smo različite reakcije, jer "koliko mi to zarađujemo da imamo za vlastiti avion?!" Tek kada se pročulo da smo taj avion platili kao jedan dobar auto srednje klase, strasti su se smirile. Većini, nažalost, nije palo na pamet da, s obzirom da radimo u regiji, sada možemo brže usluživati naše kupce. Što se tiče jala, osjećamo ga i on je, nažalost, prisutan. Ipak smo mi tranzicijsko društvo. Ono što je ružno jest kada vas netko blati ili izmišlja da vaš proizvod ili usluga nije dobra. Toga će biti vjerojatno još jako dugo, a ja sam se na neki

način i pomirio s tim. Naših skoro 50 CTP korisnika u regiji potvrđuje da imamo dobar proizvod i da dobro radimo svoj posao. S neloyalnom konkurencijom najbolje se nosimo educiranjem svojih sadašnjih i budućih korisnika.

Kakva su Vaša predviđanja za budućnost? Tko će opstati na tržištu i što će izvući grafičku djelatnost iz krize?

Moje je predviđanje da bilo kakve pozitivne promjene možemo napraviti prije svega sami. Čekati u ovoj našoj "dolini suza" da će nešto krenuti nabolje, čista je utopija. Hrvatska je već odavno postala premalo tržište za grafičku industriju i svi bi trebali probati proširiti svoje usluge na susjedna tržišta te proširiti osnovnu djelatnost. Tiskare bi trebale postati grafički i marketinški centri gdje bi unutar kuće dobili sve, od kreativne ideje do cjelokupne proizvodnje, realizacije i odnosa s klijentom. Jer čekati da klijent upita za specifičnu uslugu, znači biti jedan od trojice koji se natječu za taj posao.

