

“Сегодня важно создавать потребности”

Возможно, не все знают, что компания OKI, всемирно известный разработчик и поставщик офисной техники, имеет более чем 130-летнюю историю существования. Немногие компании на современном рынке могут похвастаться таким долгожительством в бизнесе. О причинах, которые позволяют японскому производителю находиться на передовых позициях технологического прогресса, рассуждает директор по маркетингу ООО “ОКИ Системс Рус” Сергей Лебедев.

– Какое вы дали бы объяснение феномену “долгожительства” OKI?

– В Японии очень ценятся кадры. Компании обычно предоставляют все возможности для того, чтобы их сотрудники получили весь необходимый опыт, привнесли в общее дело что-то свое и оставались в команде на долгие годы. Основа японского менеджмента – формирование корпоративной семьи.

На этой идее строится менеджмент и во всех подразделениях OKI. Когда был кризис 1998 года, очень много компаний в России расформировывалось. В том числе это затронуло довольно крупные представительства иностранных компаний. Российский офис OKI остался в полном составе, и даже зарплату сотрудникам не понизили. Компания пошла на беспрецедентные меры по сохранению рабочих мест, подразделений, бизнеса и своей доли рынка.

Благодаря этому мы достаточно уверенно прошли через тот кризис и к кризису 2008 года были уже во всеоружии. Более того, в кризис



2008 года OKI сумела сыграть на опережение. Компания подняла свою долю на рынке в сегменте цветных принтеров формата А3. По результатам 2009 года, доля компании в этом сегменте рынка составляла 41 % (по данным исследования IDC за 2009 год). Это достаточно серьезное достижение, поскольку в то время люди не были ориентированы на приобретение дорогостоящего технического оборудования. Тем не менее, OKI была единственной компанией на рынке, предлагающей устройства подобного класса за доступные деньги. Рынок оценил наши усилия и проголосовал рублем, мы выросли в своих продажах на 135 %. Это был для нас серьезный, значимый скачок. И

до сих пор мы являемся сильным игроком на рынке и уступаем только двум гигантам – Hewlett-Packard и Xerox.

– В сегодняшнем стремительно меняющемся мире нужно уметь быстро реагировать на запросы потребителей. Как всегда быть на шаг впереди, как предугадать, что завтра будет востребовано рынком? Секрет OKI?

– Сегодня важно создавать потребности. Если следовать за существующими тенденциями – это значит идти за кем-то, повторяться. OKI всегда являлась технологическим лидером в своем сегменте рынка и старалась предложить потребителям новые и неожиданные решения, которые до этого никто не использовал. Компании принадлежит множество патентов на разработки, в том числе и те, которые не увидели света или были проданы другим компаниям. В частности, в области печати пока никто не предложил принтеры с белым тонером, хотя у OKI такая модель существует уже больше года. В России и Европе эта новинка появилась в апреле 2012 года.

– Как встретил эту новинку российский рынок?

– Новый принтер вызвал к себе большой интерес. Все очень хотят посмотреть, что это за зверь такой и как его можно применить. Я уверен, что в скором времени принтеры с белым тонером будут пользоваться хорошим спросом. Применение этого оборудования может быть самым



широким: изготовление поздравительных открыток, подарков, в том числе эксклюзивных и персонализированных. По сути, все ограничивается только фантазией дизайнеров и творческих людей.

– Не считаете ли вы, что побочным эффектом сверхбыстрого развития информационных технологий является навязывание человечеству ненужных гаджетов, которые никак не влияют на качество жизни? Что бы вы сказали в этом смысле относительно рынка печатающего оборудования?

– Если человек может себе позволить некое количество не особенно нужных ему девайсов – почему бы нет? На мой взгляд, ультрасовременные приборы, которые не имеют серьезной практической ценности, нужны человеку главным образом для поддержания или придания себе некоего статусного положения. На рынке офисной печати также есть примеры, когда компании производили продукты малоэффективные, пригодные для использования лишь в очень узких целевых группах. Спрос на такую продукцию возникает, как правило, из-за массового ажиотажа. Взять для примера обычный домашний принтер. Для чего его можно использовать? Курсовые, рефераты, доклады, ну и рецепты из Интернета – пожалуй, все, что распечатывают на домашних принтерах. По сути, это не такие большие объемы печати, и без наличия принтера дома вполне можно обойтись. Печать фото-

графий относится уже к другому направлению, и для этого вида печати используются цветные фотопринтеры. Да и если посчитать затраты на содержание принтера дома, то выйдет, что дешевле распечатывать фотографии в фотосалонах, а курсовые и рефераты – в лаборатории при институте.

– В каких направлениях реализуют сегодня инновационные решения производители печатающего оборудования?

– Сейчас все производители в той или иной степени озабочены вопросами сохранения энергии. Существуют специальные европейские директивы, которые в частности подразумевают, что любое электронное устройство обязано полностью отключаться от сети через какой-то интервал времени, то есть в нем должен быть предусмотрен специальный электронный выключатель. Многие изготовители это требование уже давно внедрили, сейчас оно вообще стало обязательным. Существуют еще такие инициативы, как Energy Star и Blue Angel. Эти стандарты приняты для экономии энергии и сохранения природных ресурсов. Например, в соответствии с этими стандартами устройства со скоростью печати больше 25 страниц в минуту должны иметь в качестве опций дуплекс – устройство двухсторонней печати.

Поскольку скоростные принтеры по сравнению с обычными за равный промежуток времени работы способны израсходовать намного больше бумаги, потребители должны иметь возможность проявить заботу о сохранении природных ресурсов. Но по сути все, что касается экономии, связано с допечатным или послепечатным процессом. Придумать что-то инновационное непосредственно для самого процесса печати пока сложно.

– Если говорить конкретно о технологиях печати OKI, то в чем состоят ваши инновационные особенности?

– Вообще OKI не очень любит идти по проторенной колее, наша компания всегда создавала новые сегменты на рынке, в которые потом приходили другие компании. Так было в 2002-2003 годах, когда мы представили первый цветной принтер со скоростью печати 12 страниц в минуту и с ценой ниже тысячи долларов. На тот момент ни у кого не было ничего подобного. Были дорогие скоростные устройства за две-четыре тысячи долларов. Были недорогие принтеры, но со скоростью печати четыре-пять страниц в минуту. Мы впервые предложили за счет светодиодной технологии высокую скорость и небольшую стоимость устройства, что позволило привлечь к нашим продуктам повышенное внимание клиентов и заказчиков.



Так же было в 2007 году, когда мы создали компактный цветной лазерный принтер формата А3. В то время слово “компактный” вообще не применялось к устройствам данного сегмента, потому что цветные лазерные принтеры формата А3 были громоздкими, дорогостоящими и конструктивно сложными. Наши цветные лазерные принтеры формата А3 были такими, что многие их по внешнему виду просто путали с устройствами А4. Мне припоминается, как в те времена я приехал в офис к одному нашему партнеру и увидел у них в демонстрационном зале эффектную картину: в большом стеклянном кубе были установлены два принтера: принтер достаточно известного производителя и наша тогдашняя новинка. Так вот по размерам принтеры были одинаковые, по стоимости примерно тоже, но один принтер был формата А3, а другой – А4. Принтер ОКИ позволял экономить место, не жертвуя производительностью, он и создавался с идеей “в два раза меньше, в два раза дешевле”. Сейчас к созданию подобных моделей пришли уже и другие компании.

Что касается экологической политики, у компании есть собственная интересная разработка, направленная на защиту здоровья людей, работающих в офисе. Немногие знают, что офисная техника, в том числе обычные лазерные принтеры, выделяет озон. Тот же самый озон, только в гораздо меньшей концентрации мы с наслаждением вдыхаем на улице после грозы. Однако в закрытом помещении озон – это яд, сильнодействующий окислитель, который, как и кислород, быстро попадает в организм из воздуха и впитывается в кровь. Но в отличие от кислорода он оказывает не жизнедеятельное, а угнетающее действие на все клетки организма. Поэтому в результате вдыхания озона в офисе люди могут чувствовать сонливость, головную боль, состояние усталости.

Так вот принтеры ОКИ озон не выделяют. Это было подтверждено многочисленными исследованиями в НИИ экологии человека и гигиены окружающей среды имени А. Н. Сысина. Весь секрет в том, что принтеры ОКИ работают по собственной технологии печати, используя вместо лазера светодиодную линейку, которая светит обычным видимым светом, а не высокоэнергетичным лазером. Линейка расположена на расстоянии миллиметра от поверхности барабана, благодаря чему лучи света проходят слишком малые расстояния и не могут разложить воздух по своей структуре.



– А как насчет традиционной японской надежности? Что в этом плане можно сказать об устройствах ОКИ?

– Традиционно принтеры ОКИ достаточно надежны. Это в некотором роде даже проблема для нас, потому что мы не можем, поставив принтеры заказчику, через какое-то время прийти к нему и предложить еще раз купить нашу продукцию. Оборудование ОКИ прекрасно работает 7-10 лет без всяких сбоев. На самый дорогой элемент – светодиодную линейку – компания дает “пожизненную” гарантию. И когда спрашивают пожизненную для кого: принтера или владельца, мы отвечаем – владельца. Если ломается этот элемент принтера, он всегда будет заменен по гарантии. Подобного не делает никто на рынке. Даже расширенную гарантию на столь дорогой элемент вряд ли кто дает. ОКИ идет на такой шаг, потому что знает, что надежность этого элемен-

та очень высока. Стандартная трехлетняя гарантия на все оборудование – также подтверждение уровня надежности продукции компании. Как следствие, у всего оборудования ОКИ очень серьезные показатели по максимальной допустимой месячной нагрузке. Наши устройства не боятся работы.

– Представительство ОКИ в России существует уже 16 лет. Как, на ваш взгляд, можно охарактеризовать бренд ОКИ сегодня?

– ОКИ была и будет B2B-брендом. У нас нет розничных продуктов. Наша сфера деятельности – это работа с партнерами и через партнеров с заказчиком, который взвешенно подходит к выбору техники и четко оценивает, что и зачем ему нужно. Наша продукция – это продукция, которую профессионал предлагает профессионалу.

Мы очень много усилий прилагаем для того, чтобы организовать обучение партнеров, дистрибуторов, достаточно регулярно проводим тренинги по нашей продукции, много ездим по различным регионам, где работают наши партнеры, проводим с ними различные совместные мероприятия, направленные на донесение информации о продукции до конечных заказчиков. Мы также тесно общаемся с разработчиками, чтобы довести до них востребованные рынком идеи, которые они воплощаются в новых моделях устройств.

– Каким вам видится развитие рынка печатающего оборудования в ближайшем будущем?

– Совершенно очевидно, что рынок движется в сторону развития многофункциональных устройств. У нас на сайте, к слову, в два раза больше “кликов” на МФУ формата А4, чем на все остальные продукты вместе взятые. Это однозначно говорит о том, что интерес к МФУ гораздо выше.

Можно также констатировать, что в России не прижилась, по крайней мере массово, идея перехода на цветную печать, как это произошло в Европе, где цветной принтер является стандартным инструментом практически в каждом офисе. Подавляющее количество компаний в России используют принтеры только для печати финансовых документов, где цветная

печать не так необходима. В общем объеме офисных принтеров цветные занимают всего порядка 5%.

Из тенденций, которые будут развиваться, можно отметить сокращение до минимума разрыва цен между монохромными и цветными принтерами, увеличение скорости печати, рост рынка компактных устройств. Соотношение между устройствами

начального уровня и устройствами офисного сегмента будет меняться в пользу офисного, поскольку большая часть печати все равно происходит в офисе. В целом компании будут предлагать все более быстрые, более компактные и более энергоэффективные устройства.

Интервью провела Татьяна Власова

НОВОСТИ

Первый в мире процессор серверного уровня мощностью 6Вт

Корпорация Intel представила семейство процессоров Intel Atom S1200, которые представляют собой первые в мире маломощные 64-разрядные серверные однокристальные системы, предназначенные для микросерверов с высокой плотностью размещения вычислительных ресурсов и нового класса энергоэффективных сетевых систем и систем хранения данных. Процессоры Intel Atom S1200 предоставляют функциональ-

ные возможности для обеспечения надежности и удобства управления на уровне промышленных серверов и позволяют значительно сократить расходы.

Однокристальная система имеет два физических ядра и поддерживает четыре вычислительных потока благодаря технологии Intel Hyper-Threading (Intel HT). Она также имеет контроллер памяти с поддержкой до 8 Гбайт памяти DDR3, восемь каналов PCI Express 2.0, поддерживает 64-разрядные вычисления, технологию Intel

Virtualization (Intel VT), код коррекции ошибок (ECC) и другие интерфейсы ввода/вывода, реализованные в наборах микросхем. Новое семейство процессоров будет включать три модели процессоров с тактовой частотой от 1,6 до 2,0 ГГц.

Семейство процессоров Intel Atom S1200 совместимо с программным обеспечением для архитектуры x86, которая широко используется в современных центрах обработки данных. Это обеспечивает простой переход на новое оборудо-

вание и позволяет отказаться от дополнительных инвестиций.

Intel продолжает снижать энергопотребление своей продукции, максимально повышая энергоэффективность готовых систем. Процессоры Intel Atom S1200 представляют собой первые маломощные однокристальные системы с поддержкой функциональных возможностей профессиональных серверов, значение тепловой конструктивной мощности которых находится на уровне 6 Вт.

Единственная в России выставка по обработке листового металла

**12-14 марта 2013
Санкт-Петербург**

BLECH
Russia 2013



Организатор

РЕСТЭК БРУКС

Тел.: +7 (812) 320 96 76

E-mail: blechrussia@restec.ru

WWW.BLECHRUSSIA.RU