

## Александр Виршке: Фонд «Центр поддержки экспорта Югры» оказывает нам весомую поддержку при выходе на международный рынок

**Автор текста:** Служба информации



Генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Виршке» Александр Виршке рассказал о том, как начинал свой трудовой путь, а также озвучил планы на ближайшее будущее.

**– Александр Евгеньевич, расскажите о своей деятельности? Как родилась идея создания компании?**

– В 2003 году я зарегистрировался в качестве индивидуального предпринимателя. Изначально, будучи востребованным дизайнером в городе, я планировал свой бизнес, как дизайн-студию. Но быстро понял, что за интеллектуальный труд в России пока платить не принято и сменил вид деятельности на полиграфические услуги. Постепенно оснастил предприятие самым современным оборудованием, и работа пошла. Мой печатный салон был ориентирован на «праздничную полиграфию», то есть основной продукцией на которой мы специализировались были открытки, приглашения, фоторозыгрыши, этикетки. Праздничная продукция требовала дополнительной отделки и одним из видов такой отделки является горячее тиснение фольгой. Для этого изготавливается клише и на специальном прессе происходит процесс тиснения. Однако при малых тиражах время и стоимость изготовления клише становятся очень невыгодными.

В тот момент на рынке появился американский фольгиратор, который используя специальную термоголовку позволял делать тиснение прямо с компьютера. Больше не требовалось изготавливать клише, прилаживать его к прессу. Процесс стал быстрым, удобным и интуитивно понятным. Было решено купить американскую чудо-технику. Однако на тот момент валютный курс изменился и если раньше цена была просто высокой, то теперь стала совершенно нереальной. Но потребность в подобном устройстве осталась, причем не только у моего печатного салона, но и у многих-многих других. Прикинув потенциальный объем рынка, я решил, что имеет смысл вложиться в данное направление и разработать собственный аппарат по типу американского. В самом начале проекта было определено четыре критерия. Мы не будем копировать американский аналог, а разработаем все сами. Аппарат должен печатать не хуже американского. Он должен быть доступен для российского пользователя. Нашей целью является не только российский, но и международный рынок.

Началась разработка проекта. Первый год я откровенно потратил на «пробы и ошибки». Получил отрицательный опыт и потерял некоторые средства. Однако, это не остановило мою решимость довести дело до конца. Кроме того, в этот момент проект в некоторой степени стал напоминать «чемодан без ручки», который тяжело тащить, но и бросить уже жалко.

Второй год прошел удачнее. Проект несколько затянулся по срокам и пришлось пойти на некоторые компромиссы в его функциональности, но наконец вышла наша первая серийная модель, которая называлась просто – Foil Print. Основные цели были достигнуты – аппарат печатал не хуже, а по некоторым тестам даже лучше, чем американский аналог и на много лучше, чем появившиеся к тому времени китайские аппараты. Стоил наш аппарат даже дешевле, чем у китайцев. Однако, из-за отсутствия опыта, ограниченности средств и главное – обилия китайских комплектующих, созданный аппарат не мог похвастаться надежностью. Главная проблема оказалась в китайских драйверах шаговых двигателей – они иногда ломались еще по пути принтера к покупателю. Кроме того, по отзывам наших клиентов быстро стало понятно, что общепринятая ширина печати для таких устройств – 57 мм слишком мала для многих работ. Надо было минимум 100 мм.

Мне удалось договориться с японским производителем о том, чтобы совместно разработать новую печатную головку увеличенной ширины, и такая головка была создана. К слову, мы до сих пор еще не полностью рассчитались с японской компанией за проделанную ими работу, но дело того стоило, так как на данный момент мы являемся единственными в мире обладателями печатной головки с подобными характеристиками.

Под новую печатную головку был разработан новый принтер, который воплотил в себе весь накопленный ранее опыт и получился продукт с уникальными характеристиками, который, на мой взгляд, серьезно обошел всех конкурентов. Кроме того, при разработке практически полностью отказались от применения иностранных комплектующих, и их доля в себестоимости не превышает 22%. В новом аппарате, который получил название FoilPrint 106, были достигнуты следующие характеристики:

- ширина печати – 106 мм при разрешении 600 dpi (для сравнения конкуренты имеют ширину печати 57 мм и 300 dpi, либо есть головки до 210 мм, но с разрешением 200 dpi, что очень мало для качественной печати);
- длина печати до 500 мм (у конкурентов до 250 мм);
- возможность использовать печатную головку разной ширины, то есть на один и тот же принтер можно поставить как новую печатную головку шириной 106 мм, так и головку от старой модели шириной 57 мм. Причем замена осуществляется за несколько секунд простой заменой картриджа с головкой. На сколько мне известно, аналогов такому решению в мире пока нет.

На FoilPrint 106 установлена электроника только российского производства. Даже микропроцессор стоит российский. На данный момент – это микропроцессор «Мультиклет», но к маю планирую перейти на более быстрый микропроцессор «Меландр».

В общем, в FoilPrint 106 используются только такие зарубежные комплектующие, аналог которых не производится в России.

С моделью FoilPrint-106 мы настолько угадали потребности рынка, что данный фольгиратор быстро стал бестселлером. За 2016 год доля продаж нашего оборудования на российском рынке вырос с 40 до 76% и 14% произведенной продукции ушло на экспорт.

**– На каком из направлений деятельности вы бы хотели акцентировать свое внимание?**

– В 2017 году основное направление в приложении усилий будет направлено на развитие экспорта, так как большую часть российского рынка мы заняли, расти дальше можно только за счет внешних рынков. 22 марта мы отправили первый принтер в Индию для потенциального дилера. Принтер будет показан на региональной выставке, так что индийский партнер прогнозирует неплохие продажи. У него уже есть опыт продаж бельгийских фольгираторов, но надеюсь нам удастся вытеснить бельгийцев не только с российского, но и с индийского рынка.

Есть интерес и в других частях света – Египет, Израиль, страны Европы, так что поле для деятельности широкое.

К сожалению, на внешнем рынке все намного сложнее, чем на внутреннем. Новые правила, новые трудности, иная ментальность партнеров, высокая конкуренция, валютный контроль, разные обменные курсы валют. Однако есть и плюсы – более равномерная загрузка мощностей предприятия, диверсификация рисков, снижение себестоимости за счет увеличения объемов производства.

**– Как давно вы сотрудничаете с Фондом «Центр поддержки экспорта Югры»?**

– Наше сотрудничество с Фондом «Центр поддержки экспорта Югры» началось в 2016 году. Пользуясь случаем, хочу выразить большую благодарность сотрудникам этой организации. По правде говоря, изначально был большой скепсис на счет того, что государство как-то будет помогать в развитии. Но мои опасения оказались напрасны. Центр поддержки экспорта Югры оказывает нам весомую поддержку при выходе на международный рынок. Чувствуя такую поддержку – проще вести работу.

**– Какие меры поддержки оказал Фонд вашей компании?**

– Взаимодействие с Центром поддержки экспорта Югры идет практически постоянно, и иногда небольшая, вскользь оказанная консультация оказывается эффективнее большого мероприятия. Попробую выделить основные направления нашего сотрудничества. В 2016 состоялась бизнес-миссия в Армению, где мы нашли партнера по продажам наших фольгираторов. В июле того же года, при поддержке Фонда и Технопарка высоких технологий Югры мы смогли поучаствовать в выставке Иннопром-2016, которая состоялась в Екатеринбурге. В мае 2017 при непосредственной поддержке Фонда планируется участие в выставке Fespa-2017 в Германии, где опять же при помощи Центра поддержки экспорта Югры уже были найдены потенциальные партнеры.

**– Как давно ваше предприятие является обладателем товарного знака «Сделано в Югре!»?**

– В 2016 году нам был присвоен товарный знак «Сделано в Югре!». В это году я вновь обратился в Фонд «Центр поддержки экспорта Югры», чтобы получить право на использование товарного знака в 2017 году.

Когда покупатели видят товарный знак «Сделано в Югре!» на нашей продукции, то для них это играет определенную роль. Они понимают, что наша разработка по-своему уникальна.

**– Александр Евгеньевич, поделитесь планами на будущее?**

– На будущее планируется все более активный выход на международный рынок, совершенствование продукции, развитие собственных средств производства и видимо переезд в новое помещение, которое еще предстоит найти. Кроме того, есть планы по запуску новых проектов, не связанных с текущей деятельностью, но также с имеющиеся перспективой для выхода на международный рынок.

**Теги:** Александр Виршке Югра Бизнес Фонд «Центр поддержки экспорта Югры» Международный рынок

**Рубрика:** Общество

**Издание:** ugra-news.ru

---

**Ссылка:** <https://ugra-news.ru/article/29032017/46131>