



Waldemar Rogowski i Robert Reszkowski w siedzibie Epson w Warszawie (fot. Epson Polska)

Druk atramentowy dla biznesu — oszczędność i święty spokój

Z Robertem Reszkowskim i Waldemarem Rogowskim rozmawiał Andrzej Lauryn

Luty 2019 roku, siedziba polskiego oddziału firmy Epson w Warszawie. Merkuryszowy ekspert od wywiadów — Andrzej Lauryn — wybrał się na spotkanie z Robertem Reszkowskim, Business Sales Managerem Epson Europe B.V. oddział w Polsce, oraz Waldemarem Rogowskim, partnerem biznesowym firmy Epson, aby dowiedzieć się, co ma do zaoferowania polskiemu przedsiębiorcy nowoczesna technologia druku atramentowego dla biznesu.

Merkuryusz: Towarzystwa Biznesowe to nie tylko organizacja, która łączy przedsiębiorców, którym bliskie są chrześcijańskie wartości. Robimy coś więcej — budujemy kulturę przedsiębiorczości opartą na zaufaniu, wdzięczności, rzetelnemu służeniu. Wiemy, że bez tej kultury nie będzie silnej Polski. A chcemy silnej Polski. Nieprzypadkowo organizujemy takie wydarzenia, jak bal patriotyczny „Noc Wolności” i Kongres Patriotyzmu Ekonomicznego, a w ramach projektu „Polski Ślad” umożliwiamy prawdziwie polskim firmom zdobyć certyfikat świadczący o polskości przedsiębiorstwa czy produktu.

Panowie, jak do idei patriotyzmu ekonomicznego ma się działalność firmy Epson?

Waldemar Rogowski: Epson póki co nie jest polską firmą. Jeszcze nie jest! Czy chcielibyśmy, by był to polski kapitał? Jak najbardziej. Ale wielkie polskie firmy nie powstają z dnia na dzień. To proces.

Także przejmowanie już istniejących firm wymaga czasu. Co trzeba zrobić, żeby powstały silne polskie globalne marki albo zagraniczne globalne marki trafiły w polskie ręce? Trzeba robić swoje.

Czyli?

W.R.: Czyli rozwijać nasze rodzime firmy, budować wspomnianą przez Ciebie kulturę współpracy, dzielić się pomysłami, a także biznesem, wspólnie budując duże przedsięwzięcia.

A co z patriotyzmem ekonomicznym?

W.R.: To jak najbardziej słuszna idea, którą obaj popieramy. Byliśmy z Robertem uczestnikami ostatniego Kongresu Patriotyzmu Ekonomicznego, a Epson wspierał to wydarzenie jako sponsor. Jak powiedziałem, Epson póki co nie jest polską firmą, ale nie oznacza to, że nie może służyć polskim przedsiębiorcom. Może. Ba! Już służy. I chcemy, żeby służył kolejnym

Do tej kwestii jeszcze wrócimy. Ale najpierw muszę zadać pytanie, które prawdopodobnie ciśnie się na usta Czytelnikom. Czy druk atramentowy dla biznesu to nie „cofka” technologiczna — powrót do technologii, którą skutecznie wyparł druk laserowy?

Robert Reszkowski: To tylko stereotyp.

Stereotypy nie biorą się znikąd. Czy przypadkiem nie jest tak, że ten stereotyp jest bliski prawdy?

R.R.: No właśnie nie jest. To szkodliwy stereotyp.

Dlaczego szkodliwy?

R.R.: Jest szkodliwy dlatego, że jeśli przedsiębiorca sądzi, że druk biznesowy to wyłącznie technologia laserowa, to nawet nie szuka innych rozwiązań. A więc nie sprawdza ich, nie porównuje. W efekcie nie zdaje sobie sprawy, że dzięki eponowskiej technologii druku atramentowego dla biznesu mógłby sporo zaoszczędzić.

Sporo to znaczy ile?

R.R.: Dużo zależy od wielkości firmy i rodzaju jej działalności, co przekłada się na ilość drukowanych materiałów. Pozwolę sobie sięgnąć po świeży przykład. Jedna z firm telekomunikacyjnych rozważa właśnie wymianę urządzeń, powyżej 1500 sztuk. Według wyliczeń zewnętrznego programu — co trzeba podkreślić, żeby nie było, że to Epson robił te wyliczenia — firma w skali roku zaoszczędziłaby około 100 tysięcy złotych na samych kosztach prądu. Sprzęt jest użytkowany zwykle przez trzy do pięciu lat, co w sumie daje oszczędności od 300 do 500 tysięcy złotych

W.R.: W skali mikro oszczędności są odpowiednio mniejsze — proporcjonalne do wielkości firmy. Zbadałem, jak to wygląda w mojej firmie, na trzech urządzeniach drukujących. W skali roku firma oszczędza — w porównaniu z drukiem laserowym, z którego korzystaliśmy wcześniej — 1000–1200 złotych. Czy to dużo? Każdy przedsiębiorca sam musi odpowiedzieć sobie na to pytanie. Ja zaoszczędzone pieniądze wydałem na weekend integracyjny dla całego zespołu. Uważam, że warto dbać o relacje z pracownikami. To przecież właśnie oni budują dobrobyt naszych przedsiębiorstw, a szerzej — dobrobyt kraju.

Skąd się biorą te oszczędności?

R.R.: Drukarka laserowa musi się nagrzać, zanim proszek opadający na papier zostanie sprasowany. Temperatura grzałki musi osiągnąć około 200 stopni Celsjusza. W przypadku druku atramentowego grzałka nie jest potrzebna. Urządzenie po prostu nanosi atrament na papier. Różnica w zużyciu energii to około 95%. Nawet duże urządzenia Epson mają pobór mocy nie większy niż 40 W. Analogiczne drukarki laserowe mają pobór mocy od 500 do 1500 W. Właśnie stąd biorą się te oszczędności. Druk atramentowy w technologii eponowskiej pomaga przedsiębiorcy zmniejszyć koszty prądu. A ceny prądu raczej będą szły w górę.

Walka z emisją CO2 w Polsce i Unii Europejskiej?

W.R.: Na tę kwestię warto spojrzeć szerzej — w kontekście ekologii. Można powiedzieć, że światowy trend jest taki, że idziemy w kierunku czystszej energii, ograniczania emisji szkodliwych substancji, recyklingu itd. I Epson mocno wpisuje się w ten trend ekologiczny. Ale tu oddaję głos Robertowi.

R.R.: Jeśli chodzi o ekologię, to w przypadku urządzeń Epson możemy mówić o trzech wymiarach. Pierwszy już przedstawiliśmy — to ograniczenie zużycia energii elektrycznej w porównaniu z drukarkami laserowymi.

A dwa pozostałe wymiary?

R.R.: Drugi wymiar ekologiczny to elementy eksploatacyjne. Eponowska technologia druku atramentowego dla biznesu generuje cztery–pięć razy mniej odpadów niż technologia laserowa. Dlaczego? Ponieważ drukarka atramentowa nie ma bębnow czy grzałek. Również nowoczesne tusze są ekologiczne, czego nie można powiedzieć o kartridży na rzecz woreczków z tuszem. Po zużyciu taki zwinięty woreczek zajmuje mało miejsca i jest łatwo biodegradowalny.

Na czym polega trzeci wymiar?

R.R.: Drukarki laserowe podczas pracy wydzielają ozon i dwutlenek węgla. Ozon chroni przed szkodliwym promieniowaniem słonecznym, lecz tylko ten w wysokich partiach atmosfery. A dwutlenek węgla to budulec dla roślin, przetwarzany w procesie fotosyntezy, ale dla ludzi to coś, co z organizmu wydychamy. Słowem, praca w pomieszczeniu pełnym ozonu i dwutlenku węgla nie jest dla nas zdrowa. To zresztą swego rodzaju paradoks, że współcześnie ludzie mocno interesują się jakością powietrza na zewnątrz, ale często zapominają o jakości powietrza wewnątrz, szczególnie w pracy, gdzie spędzamy 8, a nawet więcej godzin dziennie.

Nie miałem o tym pojęcia.

W.R.: Jak większość ludzi. Świadomość tego tematu nie jest powszechna. Mamy nadzieję, że wraz ze wzrostem popularności urządzeń Epson ta wiedza będzie rosła.

Panowie, a gdzie w tym wszystkim jest haczyk?

W.R.: Haczyk?

Sam nie mam doświadczenia w tej materii, bo nie jestem przedsiębiorcą. Nie wiem, jakie są koszty wydruku czy zużycie prądu przy technologii laserowej, a jak to wygląda w przypadku urządzeń atramentowych Epson. Ale nasz wywiad czytają właśnie przedsiębiorcy — osoby, którym z całą pewnością nie brakuje zdrowego rozsądku. Przedsiębiorca wie, że zawsze „coś za coś”. Zatem wejdę w rolę advocatus diaboli i zapytam: w czym technologia druku atramentowego jest gorsza od druku laserowego? Niech zgodzę — druk laserowy jest dużo szybszy, a czas to zasób bezcenny. Jak to pięknie ujął Mariusz Bober, były prezes Grupy Azoty, czas to jedyny zasób, którego nie da się magazynować ani recyklingować. Mam rację?

W.R.: Zdecydowanie.

Epson na II Kongresie Patriotyzmu Ekonomicznego (fot. Profesjonalna.tv)



Ha!

W.R.: Andrzej, masz rację co do tego, że czas to zasób bezcenny. I Epson to doskonale rozumie. Mówimy tu o ekologii, o mniejszym zużyciu energii, czyli o mniejszych kosztach prądu w firmie. Ale tak naprawdę na eponowską technologię wydruku atramentowego dla biznesu należy spojrzeć szerzej — przez pryzmat TCO.

TCO?

R.R.: To skrót od angielskiego Total Cost of Ownership. Chodzi oczywiście o całkowity koszt użytkowania. Czas jak najbardziej wpisuje się w TCO. Bo czas zaoszczędzony na jednej czynności pozwala przedsiębiorcy wykorzystać go na inną — często taką, która generuje przychód.

Wróćmy do prędkości wydruku.

R.R.: Jeśli chodzi o prędkość wydruku, to trzeba tu rozważyć dwie kwestie. Pierwsza to czas potrzebny na druk od jednej do trzech stron. A druga — czas potrzebny na druk większej liczby materiałów za jednym razem.

Skąd takie rozbieżności?

R.R.: To rozgraniczenie jest o tyle istotne, że w wielu przypadkach przedsiębiorca drukuje jednorazowo właśnie jedną, dwie czy trzy strony. Co to oznacza w wypadku drukarki laserowej? Oznacza to, że za każdym razem urządzenie musi się najpierw nagrzać i „załadować” całą stronę do pamięci urządzenia, dopiero potem podejmuje pracę. W przypadku druku atramentowego na urządzeniach Epson tego problemu nie ma. Sprzęt drukuje od razu, oszczędzając kilkanaście sekund czy pół minuty.

A jak to wygląda w przypadku druku większej liczby stron za jednym razem?

R.R.: Nowoczesne urządzenia Epson drukują nawet z prędkością 100 stron na minutę. Mało która drukarka laserowa ma takie możliwości.

Przyznam szczerze, że spotkałem się z opinią, że laser jest dużo szybszy.

R.R.: Problem bierze się nie stąd, że drukarki atramentowe dla biznesu nie dorównują prędkością wydruku drukarkom laserowym. Problem bierze się stąd, że ludzie często decydują się na sprzęt, który nie jest dopasowany do potrzeb firmy. Cała sztuka polega właśnie na dobraniu urządzenia nie za słabego ani zbyt mocnego, ale w sam raz.



Waldemar Rogowski jako prelegent na II Kongresie Patriotyzmu Ekonomicznego (fot. Profesjonalna.tv)

W.R.: Dlatego zanim klient dokona wyboru, zawsze zaczynamy od porządnego wywiadu. Dowiadujemy się, jakie są potrzeby w jego firmie. Ile drukuje stron? Czy potrzebuje tylko druku czarno-białego, czy także kolorowego? A może druk kolorowy dominuje? Czy potrzebuje tylko drukarki, czy też skanera i kopiarki? Czy chce kupić albo leasingować sprzęt, czy może woli usługę — chce płacić tylko za wydrukowane strony? Dopiero na bazie zebranych danych sugerujemy klientowi optymalne — naszym zdaniem — rozwiązanie. Oczywiście ostateczna decyzja zawsze należy do klienta.

Dobrze zrozumiałem, że nie trzeba kupić drukarki Epson, żeby z niej korzystać?

W.R.: Działa to na podobnej zasadzie co w przypadku ekspresów do kawy. Jakiś czas temu sam zastanawiałem się nad zakupem ekspresu, bo w firmie nie brakuje amatorów dobrej kawy — sam do nich należę. Zamiast wydawać 3500 złotych na urządzenie, zdecydowałem się na usługę polegającą na tym, że za stałą miesięczną opłatę dostajemy kilka kilogramów kawy oraz ekspres, z którego możemy korzystać. Podobnie w wypadku urządzeń Epson. Możemy umówić się z klientem na to, że płaci za sam wydruk. Korzysta z urządzenia, ale go nie kupuje.

R.R.: Odejdźcie od sprzedaży urządzeń na rzecz świadczenia usługi jest zresztą współczesnym trendem. Jeśli klient woli kupić urządzenie, może to zrobić. A jeśli woli zapłacić za samą usługę, to też ma taką możliwość. Staramy się dopasować do indywidualnych potrzeb klienta.

Mam!

W.R.: Co takiego masz, Andrzej?

Chyba znalazłem haczyk. Jeśli problemem nie jest prędkość wydruku, to na pewno problemem jest tusz. Przecież każdy, kto kiedykolwiek w domu korzystał z drukarki atramentowej, wie, że tusz się rozmazuje. Wystarczy odrobina wody.

W.R.: Znowu pudło. Wczoraj podczas instalacji urządzenia Epson w siedzibie Towarzystw Biznesowych przeprowadziliśmy mały eksperyment. Polegał on na tym, że moczyliśmy w naczyniu z wodą kartkę wydrukowaną na tym urządzeniu. Tusz się nie rozmazał. Jeśli tylko wytrzyma struktura samego papieru, nie ma opcji, żeby zawiódł atrament pigmentowy stosowany w urządzeniach Epson.



Waldemar Rogowski na II Kongresie Patriotyzmu Ekonomicznego (fot. Profesjonalna.tv)



Nieosiągalne!

W.R.: Jeśli mi nie wierzysz na słowo, zapytaj świadków eksperymetu w biurze Towarzystw Biznesowych.

Wierzę, oczywiście, po prostu jestem zdziwiony.

R.R.: Jak mówiłem, stereotyp na temat technologii druku atramentowego dla biznesu jest szkodliwy. Oczywiście nie można winić ludzi za ten stereotyp. Jeśli ktoś miał styczność z drukiem atramentowym tylko w domu, łatwo może dojść do wniosku, że jakość druku atramentowego w biznesie jest podobna.

A co z przedsiębiorcami? Przecież przedsiębiorca szuka oszczędności i lepszych rozwiązań dla swojej firmy.

W.R.: Sprawa jest bardziej skomplikowana. Sam powiedziałeś, że czas to bezcenny zasób. Przedsiębiorca skupia się na branży, w której działa. Nie musi być specjalistą od druku. Drukarka to tylko narzędzie, którego potrzebuje, gdy robi różne rzeczy.

R.R.: Dochodzi do tego jeszcze fakt, że przez lata nie było technologii druku atramentowego dla biznesu. W głowach umacniało się przekonanie, że atrament oznacza użytek domowy. Epson rozwija technologię druku atramentowego dla biznesu od ponad 10 lat. Za nami kilka kolejnych generacji sprzętu. Należy podkreślić, że eponowski sprzęt dla biznesu z drukarkami domowymi wspólny ma tylko przymiotnik „atramentowy”. Urządzenia atramentowe dla biznesu wzięły się z ploterów. Głowica jest analogiczna do tej w urządzeniach przemysłowych. To oznacza jakość, a jakość to wydajność. Wokół której też mamy kilka mitów...

Na przykład?

R.R.: Na przykład stereotyp na temat wydajności tonerów w druku laserowym. Przy okazji różnych spotkań przekonaaliśmy się, że przedsiębiorcy nie wiedzą, że nowoczesna technologia atramentowa Epson pozwala na wydrukowanie nawet 85 tysięcy stron na jednym opakowaniu tuszu, podczas gdy rozwiązania laserowe rzadko kiedy pozwalają na wydrukowanie więcej niż 20 tysięcy stron.

Duża różnica.

R.R.: Ale nawet nie o samą różnicę tutaj chodzi. Zaletą wydajności urządzeń atramentowych jest to, że zdejmują z głowy przedsiębiorcy jeden kłopot — tuszu wystarczy nawet na rok drukowania. Urządzenia Epson dla biznesu dają przedsiębiorcy święty spokój.

W.R.: Andrzej, ten święty spokój jest tak samo cenny jak czas. Bo przedsiębiorca, któremu zdejmujemy z barków ileś tam mniejszych spraw do ogarnięcia, ma czas na planowanie, na strategię, na rozwijanie siebie, na budowanie relacji — które często owocują nowymi pomysłami, nowymi współpracami. Przynajmniej tak to wygląda w Towarzystwach Biznesowych.

Skoro już o nich mowa. Urządzenie atramentowe Epson zawitało już do kwatery głównej Towarzystw Biznesowych. Rozumiem, że na tym nie koniec...

W.R.: Szykujemy dla członków Towarzystw Biznesowych ofertę specjalną. Nie czasowy wabik — będzie to oferta stała. Dlaczego? Ponieważ to dobra oferta, która pozwala znacząco ograniczyć koszty w firmie, a co za tym idzie — zwiększyć konkurencyjność biznesu. Sami jesteśmy członkami Towarzystw Biznesowych i życzymy naszym koleżankom i kolegom z całej Polski, żeby ich biznesy rosły i podbijały nowe rynki. Potencjału na pewno nie brakuje. Świetnych pomysłów też nie.

R.R.: Jeśli chodzi o szczegóły, to na tę chwilę powiem tylko, że już wkrótce uruchomimy specjalny kanał do składania zamówień dla członków Towarzystw Biznesowych. Kiedy to się stanie, poinformujemy o tym na grupie członkowskiej. Ale jeśli ktoś już dziś chciałby dowiedzieć się więcej na temat możliwości, jakie dla biznesu oferuje Epson, prosimy o kontakt z Waldkiem

Waldemar Rogowski
dystrybutor urządzeń Epson
e-mail: waldemar.rogowski@hardtrik.pl
nr tel.: 602 311 644



Robert Reszkowski
członek Towarzystwa Biznesowego Bydgoskiego. Pracuje w Epson Europe B.V. Sp. z o.o. oddział w Polsce od 2008 roku; początkowo odpowiedzialny za rozwiązania konsumenckie dla polskiej sieci RTV-AGD, od 2014 roku — za rozwiązania biznesowe w Polsce.



Waldemar Rogowski
prezes Towarzystwa Biznesowego Bydgoskiego i wiceprezes Regionu Północnego Towarzystw Biznesowych; właściciel firmy Hardtrik i prezes spółki Agemit; partner firmy Sage Symfonia i Soneta; dystrybutor urządzeń Epson; doktor nauk humanistycznych, wykładowca akademicki, mówca. Wspiera biznes, wykorzystując narzędzie MaxieDISC System Diagnozy Zachowań w Biznesie.

EPSON®
EXCEED YOUR VISION