

ДОПЕЧАТНАЯ ПОДГОТОВКА: КАК СЭКОНОМИТЬ ВРЕМЯ

Большинство компаний, специализирующихся на трафаретной печати, работают в области изготовления представительской и сувенирной продукции. Далеко не все из них имеют свои фотонаборные автоматы. Только немногие счастливицы находят выход в кооперации с репроцентром, находящимся поблизости. Остальные вынуждены тратить на дорогу немало времени, которого так часто не хватает на выполнение срочного заказа. А с наступлением «горячего сезона», когда увеличивается спрос на сувенирную продукцию и приходится работать в авральном режиме, каждая минута становится на вес золота. Этот материал посвящен тем, кто хотел бы сэкономить время на выводе фотоформ.

В последнее время Интернет стал хорошим помощником для быстрого обмена информацией. Многие препресс-бюро активно предлагают услуги фотовывода через Интернет, выдавая их за он-лайновые. Но являются ли они он-лайновыми на самом деле?

С этим вопросом мы обратились к Ольге Мышако, руководителю отдела маркетинга и рекламы «ИПК ИТАР-ТАСС».

Чем отличается он-лайновый фотовывод от других форм работы через Интернет?

Любая он-лайновая услуга в Интернете характеризуется тем, что ею можно воспользоваться, не прибегая к другим методам связи, например, к телефону. То есть весь процесс работы с заказом вплоть до его получения происходит через Интернет. При этом клиент получает информацию, соответствующую реальному состоянию дел на данный момент времени.

Именно этот режим называется режимом реального времени, или режимом он-лайн. Реализовать работу в таком режиме можно только при помощи полноценной автоматизированной системы.

Типичный пример «а-ля он-лайновых» сервисов — это предложение выслать файлы и параметры заказа по электронной почте или на ftp-сервер. Безусловно, это быстрый способ передачи заказа, но подобную услугу нельзя называть он-лайновой, так как такой заказ не будет иметь даже самого малого — автоматически присвоенного ему номера.

На сегодняшний день на рынке препресс-услуг для работы с клиентами через Интернет существует пока лишь одна автоматизированная система — printoffice.ru.

**ВИКТОРИЯ
ПАРШКОВА**

Отличается ли работа клиента с препресс-бюро в режиме он-лайн от «псевдоон-лайн»?

Понять, чем отличается работа в системе, можно на следующем примере. Клиент «А» и клиент «В» пользуются одним и тем же средством передачи информации — Интернет.

Клиент «А», посылая файлы исполнителю по e-mail или через ftp-сервер, должен указать все параметры вывода и отправить в сопроводительном письме.

Клиент «В», зарегистрировавшись один раз в системе, получает к ней авторизованный доступ для работы с заказами и личный ftp-аккаунт для работы с файлами. Для оформления заказа ему необходимо загрузить файлы на ftp-сервер и заполнить готовую форму бланка заказа для этих файлов.

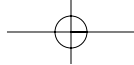
На первый взгляд может показаться, что клиент «А» и «В» выполняют практически одни и те же функции. Но что реально происходит с заказами клиента «А» и «В»?

«А», посылая заказ таким способом, отправляет его фактически «в никуда» и после передачи данных вынужден звонить исполнителю по телефону и узнавать, получил ли тот его сообщение.

Теперь допустим, что клиент забыл указать отдельные параметры вывода или прикрепить к письму соответствующий файл. На выяснение этих причин уйдет немало времени. Сам факт звонка по телефону уже говорит о том, что такие методы не являются он-лайновыми. Убедившись в доставке заказа исполнителю, клиент снова вынужден тратить время на получение информации о его готовности.

Более того, невозможность дозвониться до исполнителя или получить сообщение по электронной почте в момент высокой занятости мо-





жет вызвать раздражение. Далее, посылая файлы на общий ftp-сервер, к которому имеют доступ и другие пользователи подобных услуг, клиент «А» фактически отправляет их в «общую кучу», подвергая свои файлы определенному риску. Кроме того, нет никаких гарантий относительно того, что файл по ошибке не выведут с параметрами другого заказа.

Подобный риск в системе автоматизированного приема заказов снижен до минимума. Клиент «В», отправляя файлы на свой ftp-аккаунт, выполняющий роль персонального каталога, может быть уверенным в надежности и безопасности их передачи. Доступ к этому каталогу имеет только сам клиент и робот.

Заказ клиента «В» не уйдет в работу, если не будет заполнен хотя бы один параметр в бланке. О любых некорректно заполненных параметрах или об отсутствии файлов вывода робот известит заказчика.

Продлав эту процедуру, можно продолжать основную работу и быть в курсе всех дел, касающихся выполнения заказа. Вся информация о заказе будет отражаться в web-интерфейсе. Если заказ по каким-либо причинам не может быть принят в работу, клиенту не придется гадать, в чем причина отказа, — он получит извещение о характере допущенной ошибки. Помимо оформления и мониторинга заказов, клиент может узнать стоимость каждого заказа, состояние баланса и другую персональную информацию.

Делаете ли вы разницу между офисными и Интернет-заказами?

Дело в том, что все клиенты и их заказы на все виды работ учитываются в единой системе независимо от того, где оформлен заказ: в офисе или в сети. Поэтому, если одновременно поступают два заказа, один из которых оформлен в офисе нашим менеджером, а другой — лично клиентом через Интернет, наш сервер обрабатывает эти заказы на равных правах. Единственный фактор, по которому происходит расставле-

ние приоритетов, — это срочность заказа, а именно «желательное время исполнения», которое указывает клиент.

Сталкивались ли вы с психологическими трудностями у клиентов при переходе от традиционного оформления заказов к автоматизированному?

Мы сталкивались с некоторым недоверием к системе и ее надежности, но практика показывает, что заказчика достаточно один раз проконсультировать по телефону при оформлении его первого заказа, и он перестает делать подтверждающие звонки.

Первое, что мы сделали после запуска системы, написали на главной странице сайта: «Заказы по e-mail больше не принимаются». Эти ограничения имеют под собой совершенно четкие основания, о которых я уже говорила.

За год работы мы не отметили ни одного случая, когда бы клиент, попробовав работать с нами через Ин-

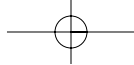


тернет, впоследствии отказался от такого метода работы. Некоторые из тех, кто раньше работал с нами при помощи электронной почты, поначалу восприняли новую систему как элемент бюрократии — ведь теперь надо не просто переслать файл, а оформить заказ! Но после некоторых разъяснений о преимуществе новой формы работы и эти клиенты зарегистрировались в системе. На сегодняшний день практика показала, что при исполнении Интернет-заказов меньше всего возникает проблем, так как система приучает к порядку всех: и клиентов, и наших сотрудников.

Если проблемы все же возникают, как они решаются?

Он-лайн услуга должна позволять клиенту повлиять на заказ, опять же не прибегая к помощи телефона. При возникновении затруднительных ситуаций заказчик получает сообщение о





том, в чем именно заключается проблема, и исправляет допущенные ошибки.

Например, если при открытии файла оператор обнаруживает ошибку в файле или файл не открывается, он оформляет возврат. Клиент получает сообщение об этом на своем web-интерфейсе и дубликат по e-mail с инструкциями о том, как решить проблему на уровне системы. Далее необходимо исправить свои файлы (дозагрузить или перезагрузить их на свой ftp-аккаунт) и отправить заказ обратно в работу. При этом к заказу можно прикрепить новые файлы и написать свой комментарий. Такой заказ снова поступит к оператору на исполнение.

Причем, если за это время на работу заступил другой сотрудник, он будет в курсе всей ситуации, так как история проблемы привязана к конкретному заказу и отображается в интерфейсе оператора.

Через Интернет заказчик может повлиять на любой заказ – в том числе и на тот, что был оформлен в офисе.

Как проводится оплата Интернет-заказов?

Возможны два варианта: авансовый платеж и оплата по факту выполнения работ. В первом случае клиент перечисляет оптимальную для него сумму, и по факту выполнения каждого заказа с этой суммы автоматически списывается стоимость проделанной работы. Во втором случае платит фактическую стоимость выполненной работы.

Платит ли клиент за он-лайнный сервис дополнительно?

Нет. Расходы по входящему трафику наша компания полностью взяла на себя. Единственный вариант, когда это может стоить клиенту дополнительных денег, если клиент оплачивает исходящий трафик своему провайдеру или пользуется dial-up соединением с Интернет. При выделенных линиях обычно оплачивается доминирующий трафик – входящий или исходящий. Так как в большинстве фирм входящий Интернет-трафик на порядок больше исходящего, то закачка файлов в нашу сторону чаще всего ничего не стоит.

Много ли ваших клиентов пользуются автоматизированной системой?

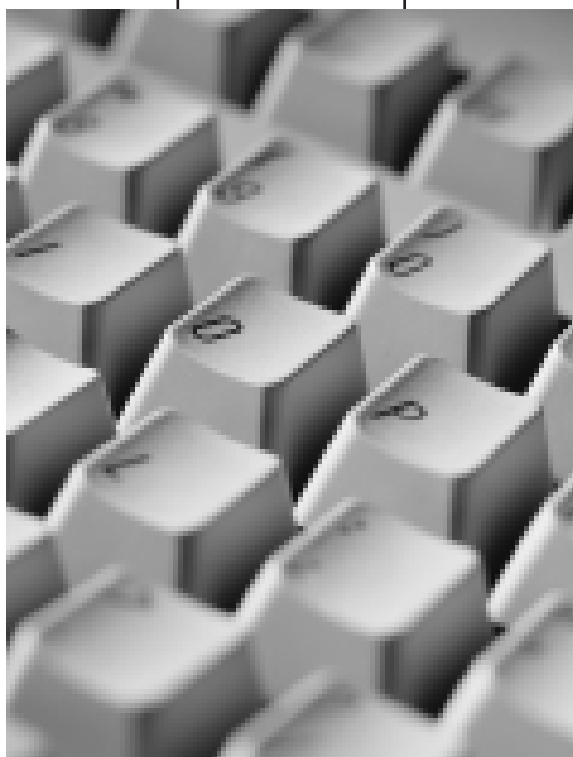
В системе есть такое понятие, как «активный клиент». Это тот, кто за определенный период времени оформил хотя бы один заказ. Если брать Интернет-составляющую системы, то за последний месяц количество активных клиентов перевалило за 80. Сравнивая с показаниями годичной давности, можно сказать, что популярность системы выросла примерно в 10 раз. А ведь надо учитывать, что одна фирма может иметь в системе неограниченное количество аккаунтов для разных своих отделов или сотрудников. Это говорит о том, что сегодня системой постоянно пользуются порядка 100 человек. Я считаю, что для года работы – это неплохой показатель. Ведь самое важное, что заказчики наконец поняли и оценили удобство такой работы.

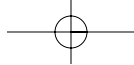
Существуют ли технические ограничения по приему и исполнению заказов?

Основное ограничение – степень загрузки Интернет-каналов для передачи файлов. Когда мы начинали разрабатывать систему, в качестве нормальной работы мы закладывали трафик в размере 1–2 гигабайт (Гб) в сутки. При этом наше физическое ограничение сегодня – это 16 Гб в сутки. Такой запас мы заложили на пиковые ситуации во избежание «пробок». Реально на сегодня суточный трафик в среднем составляет 300 Мб, то есть наши каналы не загружены до заложенного уровня даже на 5%. При этом в случае резкого увеличения потока заказов можно увеличить пропускную способность вдвое. А если потребуется, проведем новые высокоскоростные каналы.

Какие клиенты в основном пользуются вашей системой?

Несмотря на наши серьезные технические возможности, мы понимаем, что не все клиенты имеют мощные Интернет-каналы. К нам поступают разные по объему заказы. Самый большой из





тех, что когда-либо поступал к нам через Интернет, был объемом более 500 Мб. Но исследования printoffice.ru подтвердили наши предположения о том, что система особенно привлекательна для тех клиентов, кто имеет много мелких заказов. 86% Интернет-заказов поступают объемом 5–10 Мб. Их нетрудно загрузить, имея даже dial-up соединение.

По характеру эти заказы представляют собой вывод пленок небольших форматов, предназначенных прежде всего для специальных видов печати и отделки, таких как шелкография.

Файлы разных клиентов могут передаваться через систему одновременно. Поэтому клиенты, отправляющие небольшие заказы, могут не волноваться, что их файлы при передаче будут заблокированы большим заказом.

Хотелось бы отметить, что среди пользователей системы присутствуют не только московские, но также и иногородние клиенты, например, из Обнинска, Кирова, Магнитогорска, Донецка и других городов России и СНГ.

Как иногородние клиенты забирают свои заказы?

Это очень актуальный вопрос. Далеко не все иногородние клиенты имеют представительства в Москве. Организация службы доставки входит в наши планы. Пока нельзя сказать точно, когда

это будет реализовано, но уже сейчас стало ясно, что служба будет работать не только по Москве, но и по всей России.

Насколько рентабельны подобные заказы?

С точки зрения репроцентров, подобные заказы нерентабельны. Ведь вывод пленки формата А5 сопровождается большим дополнительным расходом материала. Следовательно, чтобы сократить пустые расходы, заказы нужно компоновать. Не всегда это возможно, так как такие заказы, как правило, срочные. Кроме того, на оформление как больших, так и мелких заказов уходит почти одинаковое время. Автоматизация всех процессов позволяет снизить издержки на обслуживание мелких заказов. Это выгодно в первую очередь клиентам, ведь стоимость заказа считается пропорционально площади пленок.

Например, некой производственной фирме необходимо вывести пленку для трафаретной печати в 1 цвет форматом А5. Стоимость такого заказа составит из верстки примерно 88 центов, т. е. меньше 1 доллара. В то время как во многих московских препресс-бюро минимальная стоимость заказа составляет 2–4 доллара. А если таких заказов много...

Таким образом, экономический выигрыш для клиентов, выводящих часто мелкие заказы, налицо.

ТРУДОВОЙ ДОГОВОР В СВЕТЕ НОВОГО ТРУДОВОГО КОДЕКСА РФ

Продолжение, начало см. в №№3/2002, 4/2002, 5/2002.

В этом номере мы возвращаемся к теме прекращения трудового договора по инициативе работодателя и заканчиваем разговор о трудовых отношениях. Хотя надо сказать, что даже расторжение трудового договора не всегда является гарантией окончательного расставания сторон. Ведь незаконное увольнение может явиться причиной иска работника о восстановлении на работе. А недобросовестное отношение к работе, повлекшее за собой физические увечья других работников или материальный ущерб работодателя, даже после увольнения работника является поводом для обращения пострадавших в суд.

В прошлом номере мы начали подробно рассматривать содержание ст. 81 Трудового кодекса. Она называется «Расторжение трудового договора по инициативе работодателя». В статье содержится 14 пунктов, в каждом из которых установлена причина возможного увольнения ра-

Юрист
СВЕТЛАНА
КОБЗАРЬ
СКРИНПРИНТИНГ.РУ
29

ботника. Пункты 1–3 были рассмотрены в предыдущем номере.

Пункт 4. Трудовой договор может быть расторгнут по инициативе работодателя в случае смены собственника имущества организации. Данное основание распространяется только на

