

# НЕ ТОЛЬКО ПЕЧАТЬ: решения Xerox для вузов и учреждений культуры

**Н**а российском рынке Xerox известен широкому кругу потребителей преимущественно благодаря офисным решениям для печати документов. При этом спектр компетенций Xerox значительно шире: портфолио компании включает в себя комплексные решения для цифровой полиграфии, создания полнотекстовых электронных библиотек, управления контентом, организации системы персонализированных коммуникаций, услуги аутсорсинга печати. Решения Xerox востребованы многими учреждениями образования и культуры России.

О новых предложениях ведущего мирового поставщика услуг по работе с информацией и документами рассказывает директор департамента корпоративных государственных проектов компании Xerox Россия **Андрей СОЛОВЬЁВ**.



— **Андрей, продукцию Xerox в нашей стране оценили ещё лет 40 назад. Какие направления являются приоритетными для компании сегодня?**

— Приоритеты компании на рынке России определяются стратегией корпорации Xerox. Несколько лет назад руководство Xerox приняло решение превратить корпорацию из производителя решений для работы с документами в поставщика высокотехнологичных услуг по управлению документоёмкими бизнес-процессами. Теперь наша компания осваивает новые рынки и расширяет портфолио услуг аутсорсинга бизнес-процессов, связанных с ключевой компетенцией Xerox – управлением документами и информацией.

По оценке генерального директора и председателя совета директоров корпорации Xerox Урсулы Бернс, в настоящее время более 50% дохода приносят услуги по аутсорсингу. Такая диверсификация бизнеса обеспечивает нам успех на рынке.

— **А какие услуги наиболее востребованы?**

— В России это, прежде всего, услуги аутсорсинга документоёмких процессов, в частности, управление офисной печатной инфраструктурой. Компания Xerox Россия реализовала ряд проектов с лидерами российского рынка в различных отраслях – розничной торговле, финансовой и телекоммуникационной сферах.

Мы также предлагаем заказчикам услуги, связанные с обработкой информации: сканированием, переводом документов в электронный вид, а также аутсорсингом печати отгрузочных, транзакционных и других видов документов.

Спектр предложений корпорации на рынках США и Европы шире: помимо услуг аутсорсинга документоёмких процессов в него также входят услуги аутсорсинга бизнес-процессов и информационных технологий. В качестве примера можно привести услуги для операторов общественного транспорта, сервисы в сфере здравоохранения и такое активно развивающееся направление, как Customer Care, включающее в себя управление call-центрами различных компаний. Портфолио Xerox пополнилось этими предложениями после приобретения в 2009 г. американской компании ACS, которая специализировалась на предоставлении услуг аутсорсинга бизнес-процессов.

— **Что предлагает Xerox издательству вуза?**

— Предложение Xerox для этих заказчиков включает программно-аппаратные комплексы для цифровой печати, а также оборудование для офисной печати.

В настоящее время наиболее востребованы решения для цифровых вузовских типографий, необходимых для печати коротких тиражей учебных пособий и методических материалов. Хотя ведущие университеты в этом нуждаются уже не так сильно, рынок по-прежнему активен. С типографиями крупных вузов мы также реализуем проекты по внедрению программных продуктов для оптимизации полиграфических процессов. Небольшим учебным заведениям предлагаем менее сложные программно-аппаратные комплексы.

В нашем портфолио также имеется программное обеспечение для структурирования контента, например «Полнотекстовая электронная библиотека Xerox». Спрос на подобные про-

дукты растёт, и наша компания разрабатывает решения для создания единого банка электронных изданий и предоставления к ним читателям.

Мы также видим большой потенциал в области передачи документоёмких процессов вуза на аутсорсинг. Услугами аутсорсинга уже с успехом пользуются зарубежные учебные заведения и учреждения культуры. Примеров реализации наших проектов очень много: в России Xerox сотрудничает практически со всеми федеральными университетами и ведущими национальными исследовательскими университетами. География наших проектов обширна – от Дальневосточного федерального университета на острове Русский до Балтийского федерального университета в Калининграде.

**— Вероятно, работа с российскими клиентами в книгоиздании и высшей школе имеет свои особенности по сравнению с аналогичными зарубежными рынками?**

— Не сказал бы, что есть принципиальная разница между вузовскими издателями в России и их зарубежными коллегами в плане применения технологических и программных решений или профессиональной подготовки. Различия лежат в области реализации проектов. Например, на европейском рынке проекты стоимостью от 5 тыс. евро обычно осуществляются с помощью лизинговых контрактов. В российской вузовской практике такого опыта нет, а возможности реализации того или иного проекта определяет не только потребность вуза, но и бюджетное финансирование.

**— Многие вузы сейчас создают электронные библиотеки...**

— Совершенно верно, для высших учебных учреждений актуальна тенденция перевода бумажных носителей в электронный вид. Создание электронной библиотеки решает две важные задачи: во-первых, позволяет сохранить в целостности редкие и ветхие издания, а во-вторых, открывает доступ к коллекциям библиотек широкому кругу пользователей, в том числе проживающих в других регионах. Я уже упоминал решение «Полнотекстовая электронная библиотека Xerox», которое может быть использовано для этой задачи. Этот продукт востребован не только вузовскими, но и публичными библиотеками. Система может поставляться вместе со сканерами для перевода фондов в электронный вид.

В прошлом году мы реализовали знаковый для нас проект внедрения нашего решения «Полнотекстовая электронная библиотека Xerox» в Национальной библиотеке им. Валиди Республики Башкортостан. Теперь у пользователей Интернета есть доступ к краеведческим документам библиотеки.

**— Какие преимущества получает вуз при использовании сервиса web-to-print?**

— Продукты на базе этой технологии есть у различных вендоров. Решение Xerox называется OnPrintShop. В его состав входят онлайн-витрина с возможностью подключения электронных платёжных систем, удобная панель управления рабочими процессами провайдера печатных услуг (PSP, Print Service Provider), а также онлайн-дизайн-студия, функционал которой позволяет создавать кастомизированные ша-



Интерфейс сервиса OnPrintShop

блоны. Технология упрощает коммуникации между конечным пользователем и издательством, типографией. В результате университету не нужно создавать редакционно-издательский отдел в каждом филиале: с помощью веб-интерфейса сотрудники филиала получают доступ к уже подготовленным шаблонам и могут заказывать нужные документы. Таким образом, вуз экономит на покупке дорогостоящих пакетов для предпечатной подготовки, поскольку часть работ по препринту выполняет конечный потребитель. Издательство получает возможность кооперироваться с партнёрами, обмениваться банками данных. Процесс прозрачен: заказчик контролирует выполнение работ через веб-интерфейс, издательство или типография рассчитывает свои затраты и предоставляет услуги не только внутренним, но и внешним пользователям.

« В прошлом году мы реализовали знаковый для нас проект внедрения нашего решения «Полнотекстовая электронная библиотека Xerox» в Национальной библиотеке им. Валиди Республики Башкортостан. Теперь у пользователей Интернета есть доступ к краеведческим документам библиотеки »

**— Есть экспертное мнение, что отечественный книжный рынок перескочил услугу print-on-demand и сразу оказался в сегменте электронных и мобильных книг и приложений. Так ли это?**

— Я готов согласиться с тем, что российский рынок в этом плане отличается от западного. Например, в московском метро большинство пассажиров читают гаджеты, в то время как в парижском – печатные книги. С другой стороны, спрос на цифровые решения для печати книг сохраняется, и это говорит о том, что заказчики не считают бумажные книги непопулярными, исчерпавшими свой потенциал. Думаю, уже в нынешнем году станет ясно, сохранится тенденция или же мы «перешагнём» печатные книги и станем работать исключительно с электронным контентом.

**— Вы затронули вопрос экономии ресурсов. Что обеспечит дальнейшую оптимизацию цифровой печати и снижение себестоимости оттиска?**

— Для издательств, самостоятельно выполняющих работы в своей типографии, существует два способа сократить затраты. Первый и очевидный – рационально планировать тиражи, объёмы, сроки и т.п. Второй – правильно выбирать сервисного партнёра. Заказчик не всегда ориентируется в предложе-

ниях на рынке сервисной поддержки, а потому может выбрать не то, что ему нужно на самом деле, и потерять деньги. Мы помогаем своим заказчикам определить оптимальный вариант и сократить затраты на печать. С точки зрения поддержки мы предлагаем как прямой сервис от нашей компании, так и поддержку со стороны сервисных партнёров, работающих на всей территории России.

При оценке затрат на печать важно учитывать не только стоимость техники, но и расходы на тонер, бумагу, ремонт, аренду помещения, оплату персонала. Эти затраты можно сократить, передав печатную инфраструктуру вуза стороннему подрядчику. Наша компания предоставляет услуги по аутсорсингу печати многим коммерческим организациям. Своими ноу-хау и экспертизой мы готовы делиться и с заказчиками из сферы образования.

### — Какие решения Xerox предлагает коммерческим издателям и книгораспространителям?

Во-первых, наша компания ежегодно обновляет линейки печатного оборудования, чтобы заказчики использовали для работы с документами и информацией самые современные технологии. В 2013 г. мы купили компанию Iprika. Благодаря этому в портфеле продуктов Xerox появились рулонные струйные машины. Первая система семейства iPrint Compact уже установлена в коммерческой типографии. Два года назад на международной полиграфической выставке Drupa мы анонсировали iGen 150 – флагман в линейке Xerox для цифровой промышленной печати. С тех пор у этой системы появилось немало модификаций, повысились скорость и качество печати. Также у Xerox имеются специальные материалы для печати, ассортимент которых на российском рынке постоянно расширяется. Во-вторых, нам удалось создать систему поддержки заказчиков, аналогов которой на рынке крайне мало. В совокупности все эти факторы делают наше предложение привлекательным для издательства.

### — Как развиваются и насколько интересны российским клиентам решения Xerox по персонализированным кроссмедийным коммуникациям?

В коммерческом сегменте, а это финансовые организации, ритейл, мобильные операторы, спрос на подобные решения высок, и рынок развивается довольно быстро. Если говорить о вузах, то мы пока в начале пути. Для этой категории заказчиков мы разработали решение «Персонализированные коммуникации вуза». Оно уже известно на рынке, и, на мой взгляд, интерес к нему будет расти по мере сокращения бюджетного финансирования, когда возникнет реальная потребность создания системы кросс-медийных коммуникаций с выпускниками вузов для пополнения эндаумент-фондов. В целом решение можно использовать в любых задачах, связанных с коммуникациями, например для выстраивания отношений с абитуриентами, студентами, преподавателями, работодателями, контролирующими организациями и т.д.

Продукт «Персонализированные коммуникации вуза» позволяет высшим учебным заведениям создавать автоматизированную систему для взаимодействия с целевыми аудиториями на различных уровнях. Решение было успешно внедрено в Национальном исследовательском технологическом университете МИСиС для организации кампаний по сбору средств в университетский эндаумент-фонд. Система позволила задействовать все используемые целевыми аудиториями каналы



В 1906 г. основана компания по производству фотобумаги The Haloid Company.

В 1938 г. Честером Карлсоном изобретена технология ксерографии.

В 1947 г. The Haloid Company приобретает патент на изобретение Честера Карлсона.

В 1961 г. The Haloid Company переименована в Xerox Corporation.

В 1974 г. открыто представительство корпорации Xerox в СССР. Сегодня оборот корпорации Xerox составляет 23 млрд долларов.

Представительства компании расположены в 160 странах.

В состав Xerox Евразия входят 11 стран.

коммуникации, предоставила вузу расширенные возможности дизайна сообщений и при этом максимально автоматизировала проведение кампаний.

Об эффективности решения Xerox можно судить по результатам пилотной коммуникационной кампании «Создание клуба выпускников». Была обновлена база выпускников МИСиС, проведена рассылка по выборке из 1500 адресатов. Отклик на сообщения составил более 18%, это очень высокий показатель для кампаний такого типа. В настоящее время в базе рассылок МИСиС более 4500 адресатов.



Продукт «Персонализированные коммуникации вуза» позволяет высшим учебным заведениям создавать автоматизированную систему для взаимодействия с целевыми аудиториями на различных уровнях

### — Каковы предварительные итоги 2013 г. и приоритетные задачи на 2014 г., объявленный Годом культуры?

Несмотря на известные сложности, 2013 г. был для нас в целом успешным. Мы реализовали несколько крупных, значимых для компании проектов – в Северо-Кавказском федеральном университете, Нижегородском государственном университете, Национальной библиотеке им. Валиди Республики Башкортостан, других учреждениях культуры и образования. В этом году мы ставим перед собой задачу не снижать темпов роста и расширять рамки сотрудничества с вузами, библиотеками, научными институтами и музеями, которые заинтересованы в модернизации своей технической базы.

Безусловно, в целом приоритеты российского подразделения Xerox определяются на основе общей экономической ситуации. Но мы смотрим в будущее с оптимизмом. Среди наших заказчиков появляется всё больше региональных библиотек, несколько проектов завершаются буквально сейчас, в I квартале. Достаточно активно развивается и сотрудничество с Государственной Третьяковской галереей, Музеем современной истории России, другими ведущими музеями.

Спасибо и успехов в проектах! ■

Беседовал Роман Каплин