

INTERVJU: Takuja Marubajaši, predsednik družbe Kyocera Document Solutions Europe

Tiskanja je v pisarnah vse manj, v proizvodnji pa je še veliko priložnosti

Čprav se počasi poslavlja iz pisarniških okolij, ima tiskanje po mnenju Takuje Marubajaši, predsednika družbe Kyocera Document Solutions Europe, zelo lepo prihodnost. V Kyoceri stavijo predvsem na priložnosti v industriji in novih poslovnih modelih.

Kyocera bo kmalu naredila velik tehnološki korak na novo področje. Do zdaj so ponujali le laserske tiskalnike, kmalu pa bodo predstavili zmogljive brizgalne tiskalnike za večja produkcijska okolja. Ti tiskalniki so plod lastnega razvoja, odlikovala pa jih bo izjemno velika hitrost tiskanja najrazličnejših oblik, na primer brošur. »Še vedno razvijamo tudi rešitve za brezpapirna okolja, predvsem programsko opremo in storitve za upravljanje dokumentov in drugih vsebin,« je povedal Takuja Marubajaši. Z njim smo se pogovarjali, ko je obiskal slovensko podjetje Xenon Forte.

Več kot desetletje že poslušamo, kako so papirju v poslovnih okoljih šteti dnevi, a se je ta obdržal. Vi ste pravi sogovornik za vprašanje, kako bo videti prihodnost tiskanja.

Težnje podjetij k brezpapirnemu poslovanju so upravičene. Zavedamo se, da bo tiskanja v poslovnih okoljih v prihodnje manj. A tiskanje se ne dogaja le v pisarniških okoljih, ogromno ga je tudi v industriji in proizvodnji. Tiskajo se nalepke, črne kode, embalaža, blago ... Zato menim, da ima tiskanje kot tako zanimivo prihodnost in bo še raslo. Priložnosti je veliko. Vidimo jih predvsem v industriji, veliko pa razmišljamo o uvedbi novih poslovnih modelov.

Imate tudi rezervni načrt, če bi se svet nenadoma odločil, da bo povsem digitalen? Takrat tiskalnikov ne bi nihče več potreboval.

Dvomim, da se tak scenarij lahko uresniči, sem pa prepričan, da bi ga Kyocera lahko preživele. Vendarle imamo ogromno razvojnih inženirjev in veliko divizij. Zaposlene v proizvodnji bi prekvalificirali na druga področja. V vsakem primeru smo odgovorni do svojih zaposlenih, tudi če bi tiskalniki postali odveč, nam ne bi bilo hudega.

Danes se skoraj vsako podjetje ubada z lastno digitalno preobrazbo. Kako je ta videti pri vas?

Stalno razmišljamo, kako še izboljšati produktivnost in učinkovitost poslovanja. Razmišljamo o izboljšavah poslovnih procesov in delovnih tokov, veliko vlagamo v informacijske tehnologije in nove platforme, ki omogočajo bolj povezano in bolj učinkovito delo naših zaposlenih. Osrednji del našega posla sicer do nadaljnjega ostajajo tiskanje, proizvodnja tiskalnikov in vse z dokumenti povezane storitve. Digitalna preobrazba bo spremenila predvsem način njihove rabe pri strankah in poslovne modele - vse bo dolgoročno postalo storitev.

Kakšno podjetje bi radi poslali v prihodnjih letih?

V svojem bistvu smo proizvodno podjetje. Še vedno bomo izdelovali tiskalnike, bomo pa strankam ponujali vse več storitev. Opravili bomo podobno preobrazbo kot IT-industrija, kjer je poudarek na storitvah. Tudi velikan IBM je včasih predvsem izdeloval računalniško opremo, danes pa je storitveno podjetje, ki prodaja predvsem svetovalne storitve in znanje. V podobno smer se bomo razvijali tudi mi.

Kako težak pa bo prehod od izdelovalca tiskalnikov do ponudnika rešitev in storitev?

Največji zalogaj bo spremeniti kulturo in navade ljudi. A smo že do zdaj dokazali, da se znamo prilagoditi spremembam, ne gre pa čez noč. Ljudje morajo usvojiti nova znanja. Pred 20 in več leti smo prodajali samo tiskalnike, zadnje desetletje strankam ponujamo upravljane storitve tiskanja, v zadnjih letih pa smo v ponudbo dodali še celostno podporo poslovnim okoljem na področju IKT. Postajamo razvojno naravnani specialisti za vse, kar je povezano z dokumenti in delom z njimi v poslovnih okoljih.

Kako priljubljene so storitve upravljanja dokumentov v Evropi?

Zelo, ponujamo jih v vseh državah. Je pa res, da je v regiji EMEA še veliko prostora za napredek. S storitvami upravljanja dokumentov namreč podjetja zmanjšajo obseg tiskanja in dvignejo učinkovitost dela zaposlenih.

Tako pri tiskanju kot pri upravljanju dokumentov je velika konkurenca. Kako se ločite od nje?

Predvsem po izkušnjah in pristopu k strankam. Nismo samo še eno podjetje, ki jim želi le prodati



MIRAN VARGA

ti storitve ali izdelke. Vedno temeljito proučimo trenutno okolje in izzive strank, jim pokažemo svoje vrednote in zamisli ter poiščemo najboljšo rešitev. Veliko podjetij danes pričakuje drugačnost zgolj zaradi drugačnosti kot take. V svetu tiskanja je tako, da so same naprave zelo primerljive in zato tudi lažje nadomestljive. Naša moč in edinstvenost sta v tem, da sledimo filozofiji ustanovitelja podjetja Inamoriya - z vsako stranko želimo najti skupne cilje in jih tudi doseči. Da to lahko uresničimo, morajo biti vsi v verigi vrednosti srečni in zadovoljni, od delavca v tovarni do stranke in vseh vmes.

Veliko IT- in drugih rešitev se pospešeno seli v računalniške oblake. Kako to vpliva na vaše poslovanje, ali na oblak gledate kot na grožnjo?

Sploh ne. Menim, da je selitev v oblak logična. Tudi mi izkoriščamo številne prednosti oblaka in prek njega ponujamo čedalje več storitev. Tiskanje povezujemo z oblaknimi storitvami. Oblak je zelo priročen - vanj nekaj pošljete in to nato natisnete kjerkoli.

V podjetju Kyocera ste že več kot 20 let. Na čem temelji vaša zvestoba?

Za Japonce je nekaj povsem normalnega, da smo dolgo zvesti podjetju. Nekateri Japonci imajo od vstopa v delovno aktivno obdobje pa vse do upokojitve le

eno zaposlitev. Moja zvestoba je logična - vodstvo podjetja mi je vedno znova priskrbelo nove izzive, kar mi je všeč. Pred leti sem začel delati na regijskem sedežu Kyocera Document Solutions v Evropi, nato sem prevzel posle v Dubaju in skrbel za razvoj poslovanja na Bližnjem vzhodu. Sledila je podobna naloga v naši kitajski podružnici. Zdaj sem spet v Evropi in vodim regijo EMEA. Vesel sem, da je japonsko vodstvo to odgovorno mesto zaupalo prav meni. Ob tem, ko podjetje prepozna tvoj potencial in ga razvija, vidi tvoje trdo delo in integriteto ter ju ceni, je zvestoba samoumevna, nadaljevanje kariere v podjetju pa logičen naslednji korak.

Kot ste omenili, vas je posel vodil skoraj po vsem svetu. Se da trge, kot so Japonska, Kitajska, Združeni arabski emirati in Evropa, sploh primerjati? Katere so glavne razlike z vidika poslovanja?

Največja razlika je v zrelosti posameznega trga. Države v zahodni Evropi so zelo zreli trgi, ki zahtevajo drugačen pristop kot na primer Kitajska, kjer je zrelost trga majhna, rast pa izjemna. Zato se naše poslovanje prilagaja lokalnim posebnostim - razumeti in sprejeti moramo morebitne razlike in jih upoštevati. Ena sama strategija ne deluje povsod po svetu. Vedno iščemo pravo ravnovesje ob spoštovanju lokalnih običajev.

Vse spremembe je treba natančno komunicirati s partnerji in strankami

Takuja Marubajaši je predsednik Kyocera Document Solutions Europe postal lani. V tem času se mu je v spomin najbolj vtisnilo predvsem to, kako veliko sprememb se dogaja in kako hitre so. »Naše podjetje je lastno digitalno preobrazbo začelo že pred tremi leti, medtem ko za vsa podjetja to ne velja,« je povedal sogovornik. »Ugotovil sem, da je treba vse spremembe precej natančno komunicirati s partnerji in strankami, saj skupaj stopamo po poti transformacije, tako se tudi ne izgubimo. Zelo pomembno je, da prislubnemo partnerjem, razumemo njihove izzive ter se skupaj odzivamo nanje.«

»Ciril Kraševac je bil moj učitelj«



MIRAN VARGA

»Slovenija bo imela v mojem srcu vedno posebno mesto,« je povedal Takuja Marubajaši. Prvega Kyocerinega partnerja je namreč pridobil prav pri nas. To je podjetje Xenon Forte, ki ga vodi Ciril Kraševac (na fotografiji levo). »On je bil pravzaprav moj učitelj ob začetku kariere. Ogromno me je naučil o poslovanju evropskih podjetij in njihovem pogledu na tiskanje v poslovnih okoljih.«