



S. Spitz GmbH
Пример внедрения



Австрийский производитель продуктов питания Spitz повысил качество маркировки и сократил затраты благодаря решениям от Videojet

Компания обладает богатым опытом в области производства пищевых продуктов — начиная с 1857 года, верность традициям и высокое качество продукции являются той основой, на которой Spitz строит свой бизнес.

Компания производит такие продукты, как Jagertee, Spitz Frizzante или Orange Punch, а также выпечку, фруктовые джемы и майонез. Она входит в список самых надежных брендов на рынке Австрии и на протяжении длительного времени экспортирует свою продукцию, завоевывая рынки других стран мира.

Компания Spitz выбрала решения по маркировке от Videojet Technologies, поскольку они отличаются надежностью и обеспечивают высокое качество кодов. Кроме того, специалисты Videojet обеспечивают эффективную интеграцию оборудования в линию, и всестороннюю сервисную поддержку.



« На всех этапах — от разработки и установки до послепродажного обслуживания — компания Videojet предоставила нам необходимое сопровождение и всестороннюю техническую поддержку. »

Гюнтер Хаймбухнер,
руководитель отдела логистики и технических закупок, S. Spitz



В центральных подразделениях Spitz можно получить четкое представление о сфере деятельности этой компании. Ассортимент выпускаемых напитков включает алкогольные напитки, фруктовые соки, газированные и спортивные напитки, а также напитки для детей. Подразделение по производству кондитерских и хлебобулочных изделий выпускает изделия с продолжительным сроком хранения и свежую выпечку. Также компания производит широкий спектр бакалейной продукции — фруктовые джемы, желе и фруктовые закуски, а также горчицу, кетчуп, майонез и соусы для салатов. По последним данным, оборот компании Spitz в секторе пищевой промышленности составил около 250 млн евро. При этом на долю экспорта приходится почти 50% совокупного объема продаж.

Из-за больших объемов и широкого ассортимента продуктов, которые предлагает Spitz, расходы компании на упаковку и этикетирование очень высоки. В последнее время на производстве компании в год наносится от 800 до 900 миллионов кодов. При этом максимальные показатели приходятся на производство напитков и хлебобулочных изделий.

В сегменте пищевой продукции качество маркировки и возможность отслеживания товаров по всей цепи поставок имеют первостепенное значение. Здесь необходимо использовать принтеры со специально разработанными интерфейсами, чтобы обеспечить максимально эффективное взаимодействие с производственными линиями. Стремясь решить эту задачу, компания Spitz недавно столкнулась с проблемами соответствия собственным высоким стандартам.

Прежде всего, это было связано с большим возрастом и устаревшей комплектацией имеющихся принтеров, большинство из которых на тот момент использовались уже более десяти лет. Еще недавно на производстве использовалось около 10 различных типов устройств для этикетирования. Эти устройства не соответствовали актуальным требованиям к спецификации и оборудованию. Кроме того, требования компании к сервисному обслуживанию более не соответствовали идеально организованному производственному процессу компании.

Потребность в переоборудовании цеха маркировки стала особенно актуальной в 2012 и 2013 годах. Компании требовалось упростить всю систему и снизить затраты труда на техническое обслуживание и ремонт оборудования. Сложившаяся неблагоприятная ситуация и новые технические возможности обусловили необходимость модернизации систем маркировки.

Для Spitz это означало следующее.

1. Новые принтеры должны были быть последнего поколения и соответствовать современному уровню развития техники. Это касалось не только принтеров и качества печати, но и использования устройств, от которых требовались максимальная экономичность и поддержка сетевых функций.
2. В идеале новый парк оборудования для маркировки должен был быть подобран таким образом, чтобы обеспечить выполнение всех требований к маркировке, предъявляемых компанией Spitz для соответствия ее продукции самому высокому уровню качества.



Слева направо: Маркус Пихан, Гюнтер Хаймбухнер, Губерт Доппельхофер, Бернхард Хальбартшлагер, Мартин Дворак





3. Предполагалось, что операторы будут по возможности самостоятельно выполнять техническое обслуживание и несложные задачи по ремонту в ходе печати, что позволит сэкономить время специалистов по техобслуживанию.

4. Кроме того, требовалось обеспечить возможность простого и быстрого перемещения и замены принтеров. В компании Spitz производственные линии в некоторых случаях работали в разные смены. Это также нужно было учесть при замене принтеров.

5. Кроме того, важную роль для компании играло возможность обеспечения всесторонней сервисной поддержки принтеров. Ключевым фактором здесь была максимально возможная доступность всего оборудования для его обслуживания и ремонта.

6. Несмотря на широкие технические возможности типов и моделей установленных принтеров, потребовалась максимальная стандартизация пользовательских интерфейсов, чтобы упростить использование различных устройств по маркировке.

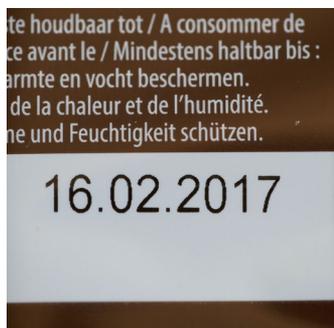
Требования концепции стандартизированного производства играли особенно важную роль при оценке тендерных предложений нового парка маркираторов. Гюнтер Хаймбухнер, руководитель отдела логистики и технических закупок Spitz, поясняет: «По опыту мы уже знали, что отдельные устройства по маркировке, разработанные для выполнения определенных функций на конкретных линиях, не смогут удовлетворить наши потребности. Вместо этого мы нуждались в универсальном решении, которое бы гарантировало соответствие всем требованиям к маркировке продукции, обеспечила гибкость работы и позволила удовлетворить растущий спрос в будущем».

Не менее важно было выбрать оптимальную концепцию, которая бы «обеспечила эффективное взаимодействие с существующим производственной системой и позволила сократить операционные расходы. При выборе нашего будущего партнера экономия средств и времени в средней и долгосрочной перспективе были для нас приоритетнее низких цен на закупку и установку оборудования», — отмечает Хаймбухнер, объясняя выбор компании.

«Только сочетание высокого качества и доступности могло обеспечить нам конкурентное преимущество в долгосрочной перспективе», — утверждает Хаймбухнер.

Мы получили именно то, что хотели — нам удалось повысить качество маркировки нашей продукции, а также сократить трудозатраты и финансовые расходы в долгосрочной перспективе!»

Гюнтер Хаймбухнер,
руководитель отдела логистики
и технических закупок, S. Spitz



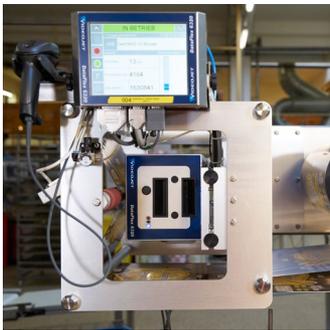
Основной критерий «концепции общей согласованности» в конечном счете оказался решающим фактором, обусловившим сотрудничество с Videojet.

«Нас впечатлила концепция стандартизированного производства, которую использует сама компания Videojet для подключения принтеров разных типов», — утверждает Гюнтер Хаймбухнер.

Независимо от типа используемых принтеров (каплеструйные, термоструйные, термотрансферные или лазерные): «Знания, полученные из технического руководства, можно с легкостью применять для управления любым другим принтером Videojet. Это огромное преимущество, учитывая тот факт, что наши сотрудники часто оказываются задействованными в разных узлах производства».

Концепция стандартизированного производства актуальна, когда имеется широкий ассортимент различных продуктов, соответствующих разным требованиям заказчиков. В случае компании S. Spitz для маркировки всего ассортимента продукции, выпускаемой в различных цехах, использовалось 58 устройств, с основным фокусом на производство хлебобулочных изделий и напитков. Компания Videojet продемонстрировала свою компетентность в решении данного вопроса.

«В качестве основного критерия мы выбрали нанесение правильной маркировки на нужный продукт, — отмечает Хаймбухнер, — и при этом определяющее значение имел выбор лучшей технологии для каждой сферы применения».



На деле это означало, что компания будет продолжать использовать каплеструйную печать (которая ранее применялась на всех линиях) в тех случаях, когда это целесообразно, например при нанесении маркировки на банки и бутылки. Для печати на картонной упаковке в линию были интегрированы термоструйные принтеры Videojet. Для печати на гибкой упаковке в цехе по производству хлебобулочных изделий были установлены термотрансферные принтеры. Для выполнения особых задач лучше всего было использовать лазерный принтер. Такой принтер был установлен для нанесения белой маркировки на черные крышки.

Преимущества использования специально подобранных для соответствующих сфер применения принтеров стали очевидны вскоре после поэтапной установки оборудования, которая началась весной и завершилась осенью 2015 г. По словам Гюнтера Хаймбухнера, качество маркировки было стабильно высоким. С тех пор не было зафиксировано ни одного случая возврата товара из-за низкого качества печати. В плане качества компания S. Spitz получила наиболее значительные преимущества благодаря переходу от каплеструйных принтеров к термоструйной и термотрансферной печати. Удивителен тот факт, что несмотря на расширение модельного ряда используемых принтеров, удалось упростить программное обеспечение. В результате число шаблонов маркировки сократилось со 100 до 70.

Наряду с качеством печати повысилась эффективность процессов маркировки, что стало возможным благодаря реализации новой концепции. Время простоев было сведено к минимуму, а эксплуатационная готовность производственных мощностей повысилась.

Компетенции в сфере технического обслуживания и ремонта также были перераспределены. Компания смогла полностью снять с себя задачи по техническому обслуживанию, с помощью пакета полного сервисного обслуживания, включенного в рамки семилетнего договора лизинга с Videojet. Помимо поставки оборудования, договор предусматривает оказание сервисной поддержки и поставку расходных материалов. Это было одной из причин, позволивших сократить время обслуживания уже в течение первого года использования. Интервал между выполнением капитального ремонта увеличился с 4500 до 14 000 часов работы. До настоящего времени технические специалисты S. Spitz не потратили ни одного часа работы на ремонт и техническое обслуживание оборудования.

«На сегодняшний день, — отмечает Гюнтер Хаймбухнер, — устройства Videojet уже полностью окупили себя. На всех этапах — от разработки и установки до послепродажного обслуживания — компания Videojet предоставила нам необходимое сопровождение и всестороннюю техническую поддержку. Специалисты сервисной службы, с которыми мы сотрудничаем, продемонстрировали свою компетентность и отзывчивость.

Поэтому нас очень впечатлили полученные результаты: реализация концепции максимальной доступности принтеров оказала косвенное влияние на доступность всего оборудования, — резюмирует Хаймбухнер, — Мы получили именно то, что хотели — нам удалось повысить качество маркировки нашей продукции, а также сократить трудозатраты и финансовые расходы в долгосрочной перспективе!»



Наш телефон: **8-800-23456-06**
Адрес эл. почты:
campaign.russia@videojet.com
Наш веб-сайт: www.videojet.ru

Videojet Technologies Inc.
142784, Москва, бизнес-парк Румянцево,
строение 4, блок Е, 7-й этаж

© Videojet Technologies Inc., 2016 г. — Все права защищены.
Политика компании Videojet Technologies Inc. заключается в постоянном улучшении продукции. Мы оставляем за собой право вносить любые изменения в конструкцию или спецификацию без предварительного уведомления.

