

КОМПОЗИЦИОННЫЕ ПОЛИМЕРНЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА РЫНКЕ РФ

ИЛИ ЗАО «НПП ПОЛИПЛАСТИК» 20 ЛЕТ СПУСТЯ

Михаил Кацевман

В августе 2011 г. ЗАО «Научно-производственное предприятие «Полипластик» отмечает свой 20-летний юбилей.

Из маленького производства по переработке пластмасс, каким оно было в 1991 году, «Полипластик» выросло до лидера рынка композиционных термопластов России и СНГ. Достижениями предприятия за это время стало не только увеличение объемов производства и реализации инженерных пластиков (по сравнению с 1992 годом – в 253 раза!), но и создание современной научно-технической и промышленной базы и высококвалифицированного трудового коллектива, нацеленного на реализацию долгосрочных инновационных проектов.

Юбилей – это праздник не только ПОЛИПЛАСТИКА, но и всех его потребителей и поставщиков, это хороший повод оглянуться назад, посмотреть, как много сделано, и понять, как много еще предстоит сделать, чтобы не только удержаться на позиции российского лидера, но и войти в число мировых лидеров производителей композиционных материалов.

Поле для работы в начале истории ПОЛИПЛАСТИКА было очень большое. Прежде всего, необходимо было быстро сократить дефицит отечественного производства. Первой собственной экструзионной линией стала итальянская ISMA, запущенная в работу в 1993 г. В том же году началась активная работа по внедрению композиционных материалов под торговыми марками «Армамид» и «Армлен» на ГАЗе, ВАЗе, заводах – производителях автомобильных комплектующих и других крупных предприятиях машиностроения. Разработали и внедрили первые уникальные марки материалов, создали



НТЦ, в компанию пришли выдающиеся специалисты – В.А. Точин, И.Л. Айзинсон, Е.В. Калугина. За 1994 год было отгружено покупателям уже более 1000 т готовой продукции.

Страна восстанавливала и обновляла экономику, промышленность росла быстрыми темпами, происходило активное замещение импортных материалов на отечественные. В 2001 г. после года успешного сотрудничества акционерами «Полипластика» и «Технопола» было принято решение об объединении. Этот год завершился необычным подъемом реализации, достигшей 20 тыс. т. Последующие 10 лет ушли на занятие лидерских позиций на рынке, создание устойчивой сырьевой базы за счет партнерских отношений с производителями поли-

СПРАВКА

В Советском Союзе к 1991 г. объем производства композиционных термопластичных материалов не превышал 15 тыс. т. В основном это было производство стеклонаполненных полиамидов в Северодонецке – 6 тыс. т, производство наполненного полипропи-

лена, полиамида и ПБТ на Кусковском химическом заводе – 4 тыс. т, а все остальные предприятия – Томский химкомбинат, Дзержинский завод «Заря» и др. – производили вместе взятые не более 5 тыс. т. При этом мировое производство таких материалов в это

время уже давно перешагнуло за миллион тонн. Страна гордилась выпуском чугуна и стали, не сильно думая о производительности труда в отраслях машиностроения. Основная потребность в композиционных термопластах удовлетворялась за счет импорта.

ТЕМ ВРЕМЕНЕМ

В мире сегодня производится более 245 млн. т термопластов. В развитых странах потребление термопластов на душу населения – более 100 кг, в России с учетом общего потребления 5,0 млн т, на душу населения в 2010 г. приходилось только 35 кг, т.е. резервы

роста еще очень велики. Для композиционных термопластов разрыв в потреблении еще больше. В Европе сегодня производится примерно 5,5 млн т композиционных материалов на основе термопластов. При этом 68% объема выпускают производители сырья,

а 32% – независимые компаундеры, число которых более 55. Однако ведущую роль играют 10 топ-компаний: Rovago, Polymer Chemie, Industrie Polieco, Sirmax, Albis Plastic, Shulman и др. Европейские мощности каждой из этих компаний – 60–85 тыс. т в год.

меров в РФ и добавок в Европе и Азии, расширению производства на базе новейшего компаундирующего оборудования Berstorff и Coperion, расширение НТЦ и отдела маркетинга, создание Торгового дома, создания филиалов производства в других городах, усиление роли системы обеспечения качества ИСО 9001 в ежедневной работе и др.

Сегодня в составе компании – два мощных производства в Москве и Саратове, действует Научно-технический центр, разработавший и запустивший в серийное производство более 250 марок композиционных материалов, в том числе более 100 окрашенных. Среди постоянных потребителей наших материалов – более полутора тысяч российских предприятий и десятки иностранных компаний. ПОЛИПЛАСТИК ежегодно увеличивает на 10–12% объем своего производства и является безусловным лидером, имея более 40% российского рынка композиционных полимерных материалов инженерно-технического назначения. Объем производства и широта марочного ассортимента позволяют уверенно утверждать, что ПОЛИПЛАСТИК входит сегодня в десятку крупнейших европейских компаний – производителей композиционных материалов.

Анализ рынка показывает, что многие из материалов, выпускаемых ПОЛИПЛАСТИКом, имеют российские и зарубежные аналоги, причем некоторые из них предлагаются по более низким ценам. Тем не менее, потребители каждый год отдают предпочтение именно ПОЛИПЛАСТИКу, и это легко проверить по цифрам ежегодного роста объемов реализации. За счет чего же удается соответствовать растущим требованиям рынка?

Главной составляющей лидерства является строгое соблюдение базовых принципов работы, которые позволяют потребителям получать реальные конкурентные преимущества на рынке и экономическую эффективность от применения полимерных материалов, производимых ПОЛИПЛАСТИКом. Нас выбирают среди других поставщиков потому, что, работая с нами, потребитель может всегда экономить. Мы не говорим, что наши материалы дешевле, чем у конкурентов, но мы производим большинство распространенных марок в нескольких категориях цена/качество. В зависимости от используемого сырья у нас имеются марки высшей

категории качества, марки первого сорта и марки промышленного назначения. Потребители используют ту марку, которая устраивает их в наибольшей степени. Наша стратегия – производить и предлагать на рынок материалы с требуемым свойством (As good as necessary) конкретному клиенту для конкретной области применения, с учетом его оборудования (Customer compounding), а не просто с максимальным уровнем свойств (As good as possible), соответствующим виртуальным мировым достижениям. Заключив договор с нами, потребитель уверен в своевременной поставке. Мы принимаем на себя реальную ответственность за своевременную поставку и, практически, никогда не подводим своих потребителей. Для того, чтобы обеспечить такую работу, и с учетом нестабильности поставок многих производителей сырья, мы храним на складах не менее среднемесячного запаса сырья и готовой продукции. Формирование оптимального складского запаса – большая и сложная работа, именно благодаря которой все и всегда поставляется в срок.

Производство надежных высококачественных современных и конкурентоспособных полимерных материалов невозможно без работы над оптимизацией марочного ассортимента. Марочный ассортимент ПОЛИПЛАСТИКа обеспечивает потребителям наилучший выбор материала. Мы поможем осуществить правильный и экономически обоснованный выбор необходимой марки материала, наиболее подходящий для данных условий эксплуатации. Ассортимент охватывает все известные виды марок: стекло- и минералонаполненные, эластифицированные и ударопрочные, трудногорючие и износостойкие и т. д. Мы предлагаем как материалы собственного производства, так и материалы нашего стратегического партнера – фирмы DuPont, официальным дистрибьютором которого мы являемся уже 18 лет (с 1993 года). Если среди выпускаемых материалов нет марки, полностью подходящей по физико-механическим или технологическим свойствам, НТЦ разработает соответствующую марку, создаст необходимую техническую документацию, а производство освоит ее промышленный выпуск.

Сегодня ПОЛИПЛАСТИК является безусловным лидером в производстве окрашенных материалов. Никто в



России пока не выпускает окрашенные модифицированные и стеклонаполненные полиамиды, стеклонаполненный полипропилен такого качества, как мы, что и позволяет нам часто быть в ряде областей применения единственными.

Техническая поддержка потребителя – основа стабильности и роста ПОЛИПЛАСТИКА. Для внедрения изделия часто необходимо сертифицировать материал или изделие в отраслевых институтах или провести анализ изменения свойств в процессе эксплуатации. Мы проводим такую сертификацию и исследования, при этом материал прибывает в любую страну мира точно в срок для проведения испытания, если его надо проверить у иностранного поставщика оснастки. При создании новой оснастки потребитель получает все необходимые данные по усадке и рекомендации по конструкции литников или данные Moldflow для автоматизированного проектирования. Мы идем с потребителем вместе от идеи до ее коммерциализации. При изготовлении первой опытной партии рядом с сотрудниками потребителя всегда стоят наши технологи из группы технической поддержки и дают все необходимые рекомендации по параметрам процесса и настройке оборудования.

Информационное обеспечение потребителя материалов ПОЛИПЛАСТИКА всегда на современном уровне. Для удобства потребителей мы создали и поддерживаем полный набор каталожной литературы с описанием свойств и областей применения наших материалов. Самые последние обновления можно найти на нашем

интерактивном сайте, где можно задать все интересующие вопросы. ПОЛИПЛАСТИК участвует во всех отечественных и зарубежных отраслевых выставках, выступает с сообщениями на наиболее значимых конференциях и семинарах, где посетители могут получить необходимую информацию.

Потребитель должен быть уверен в качестве наших материалов и услуг.

Мы аттестованы на ИСО 9001 и придерживаемся стандартов работы, которые мы сами разработали для себя. Но мы никогда не говорим, что застрахованы от всех проблем, мы гарантируем, что Ваши требования и замечания будут оперативно учтены и включены в нашу техническую документацию, и мы сделаем все, от нас зависящее, чтобы в кратчайший срок устранить недостатки.

В компании работает самый квалифицированный персонал, состоящий из опытных сотрудников и молодежи. Наши сотрудники любят свою Компанию, переживают за нее и гордятся ей. Мы строим собственную политику на рынке, а не копируем маркетинговые стратегии конкурентов. Сегодня можно уже с уверенностью утверждать, что многие наши конкуренты тщательно копируют наши принципы, начиная от названия и аббревиатур марок и кончая названиями должностей в структуре менеджмента. Это, на наш взгляд, хорошее подтверждение правильности выбранного пути. Если говорить о топ-менеджменте, то его, прежде всего, отличает постоянная забота о послезавтрашнем дне, потому

что завтрашний день ясен и персонал уже работает над ним по утвержденным планам. Поэтому мы не боимся конкурентов. Конкуренция – это большое благо для бизнеса, заставляющее всех нас не останавливаться в развитии и постоянно думать о нуждах потребителей.

Быть первым в своей отрасли в течение длительного времени очень не просто, однако предприятие в будущем собирается и дальше укреплять свои передовые позиции. Реализация далеко идущих планов связана с расширением производственных мощностей, созданием сети производственных, маркетинговых и сбытовых филиалов в регионах, разработкой перспективных научных направлений в композиционных термопластах.

Над чем же сегодня работает научно-технический центр компании?

Ближайшая цель компании ПОЛИПЛАСТИК – более глубокая кооперация с мировыми производителями автомобильной индустрии, производства бытовой техники и упаковки, локализуя свои производства в России и СНГ. Практически главным направлением расширения нашей деятельности было и остается импортозамещение. В страну пришли десятки компаний по производству автомобилей, бытовой техники, электротехники и строительных материалов. В их документацию внесены передовые материалы западного производства. Перед ПОЛИПЛАСТИКом стоит масштабная задача локализации производства этих материалов и технологий. Задача отнюдь не тривиальная, поскольку для воспроизводства копированием в стране нет сырьевой базы: марочный ассортимент полимерного сырья очень узок, а индустрии добавок вообще не существует. Тем не менее, задача эта вполне реальна для успешного решения. Мы практически полностью перевели производство всей крупной бытовой техники в страну на российские материалы. Сегодня компании Indesit, BEKO, LG, Vestel, Candy, B/S/H/ работают в России на наших материалах, и общий объем поставок в эту подотрасль превысит в этом году 12 тыс. т. Менее заметны успехи в автомобилестроении, но мы надеемся завершить процесс омоложения наших материалов к концу этого года и в следующем году поставить компаниям Renault, Volkswagen, GM или их поставщикам – Faurecia, Valeo, Magna, Vestion и др. – не менее 4,5 тыс. т композитов. Этот год мы заканчиваем по этому сегменту с показателем более 2,0 тыс. т.



Аналогичные успехи у ПОЛИПЛАСТИКа есть и в строительстве. Для новых технологий производства сайдинга и алюмо-композитных панелей созданы и успешно поставляются материалы с универсальным комплексом литьевых свойств, цвета и стойкости к ультрафиолету. Сегодня ПОЛИПЛАСТИК выпускает для производства сайдинга более 6,0 тыс. т материалов, удовлетворяющих самых требовательных заказчиков.

Важным направлением нашей работы является диверсификация производства. Как известно, термопласты в основном используются в упаковке. Для этой массовой отрасли очень важна технологичность материалов, производительность и себестоимость продукции. Концентраты минеральных веществ на основе CaCO_3 и талька в сочетании с фторорганическими добавками комплексно решают эти проблемы. Мы успешно разработали и внедрили концентраты для экструзионных профильных и литьевых изделий электротехнического назначения, приступили к масштабному применению наших концентратов в пленочном производстве. Для этого приобретена и освоена уникальная высокопроизводительная промышленная установка, позволяющая получать суперконцентрат вплоть до 85% масс. наполнения.

В этом же ряду стоят работы по созданию окси-биодegradурующих концентратов, которые предотвращают загрязнение окружающей среды за счет придания полимерам свойств саморазлагаться в течение второго года эксплуатации. Эта работа не знает реальных аналогов и полностью может быть отнесена к инновационным.

Основные технические принципы создания композиционных материалов на основе термопластов давно описаны в литературе. Те, что не описаны, можно купить в виде «ноу-хау» или «перенять» или, даже «присвоить» тем или иным способом у конкурента.

Но для того чтобы стать лидером рынка, всего этого мало. Надо, чтобы потребители выбирали каждый день, месяц и год именно тебя и «голосовали» за тебя своими деньгами. А для этого необходимо большим и кропотливым, самоотверженным трудом строить КОМПАНИЮ, достойную уважения и строго придерживающуюся принципов работы на свободном рынке. Многие декларируют эти принципы, вопрос – многие ли их выполняют. Те, кто выполняют, становятся лидерами рынка, как ПОЛИПЛАСТИК, который празднует свое 20-летие упорной работы на рынке с чувством гордости и оптимизма.