United Extrusion: без права на посадку

Интервью с генеральным директором компании United Extrusion Игорем Новиковым

ЖАННА ПРИСЯЖНАЯ

Два года назад на российском рынке появилось первое производство вспененных ПВХ-листов марки «Unext», запущенное с легкой руки компании **United Extrusion**. За короткое время фирма сделала огромный скачок вперед, добившись признания и сломав стереотип о невозможности изготовления качественного продукта в России. В планах предприятия - войти в десятку крупнейших мировых производителей продукта.

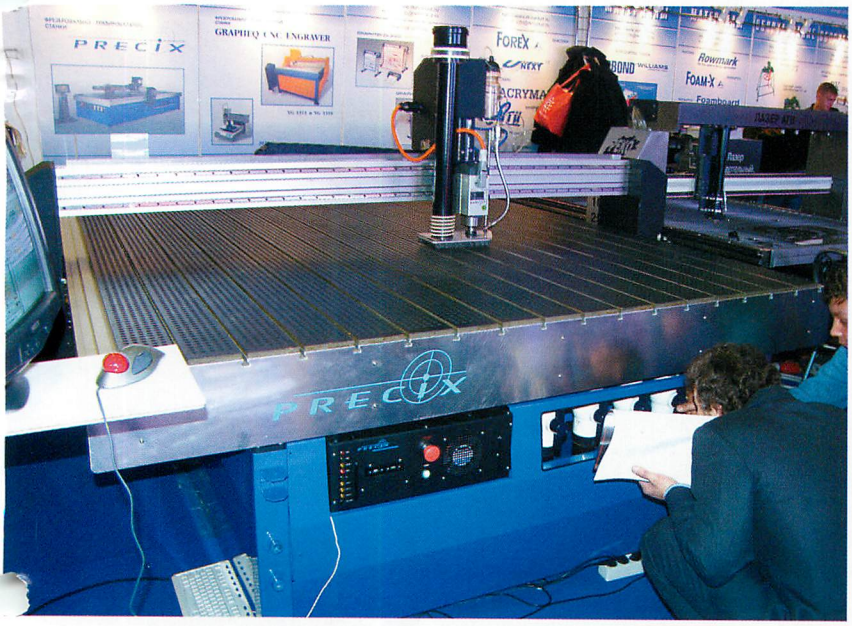
- Как Вы попали в этот бизнес и создали United Extrusion?

Я окончил физико-математическую школу, затем – Московский Государственный Технологический Университет «Станкин». Мое первое место работы - Российская товарно-сырьевая биржа. В 1992-м я занялся продажей ПВХ смолы. Работал в различных компаниях, занимающихся нефтехимией. В итоге - возглавил собственную, которая сейчас является одним из самых крупных трейдеров ПВХ-смолы в России. До недавнего времени в России вообще не существовало собственного производства вспененного ПВХ, а иностранные предприятия не решались открывать здесь заводы, даже несмотря на огромные перспективы развития индустрии. И когда мне поступило предложение возглавить первую отечественную компанию по выпуску вспененного ПВХ-листа, я охотно согласился.

как для плазменной резки не важна высокая точность перемещения плазменного резака. Цена, соответственно, станет более приемлемой. Линейку станков плазменной резки планируем совершенствовать - сделаем несколько модификаций для раскроя тонколистовой стали и оцинковки, что очень важно для рекламного рынка.

Более интересная установка - станок лазерной резки цветных металлов и полимерных материалов «Лазер АГН». Здесь использован наш координатный стол с контроллером российского производства, работающий на российских базовых программах. Твердотельный лазер для раскроя нержавейки разработан нашей компанией совместно с МГТУ им. Н.Э.Баумана. Лазер получился высокопроизводительный, с высоким качеством реза.

И, наконец, последняя новинка - вальцы 1500 мм для работы с полимерными композитными материалами.



Владимир Хрунов, коммерческий директор компании «РК-Маркет»:

1-4. Очень много посетителей, в том числе из регионов, которые интересовались нашей продукцией. Все образцы, которые мы представили на выставке, были проданы на второй день мероприятия, также много заказов было собрано для дальнейшего производства оборудования.

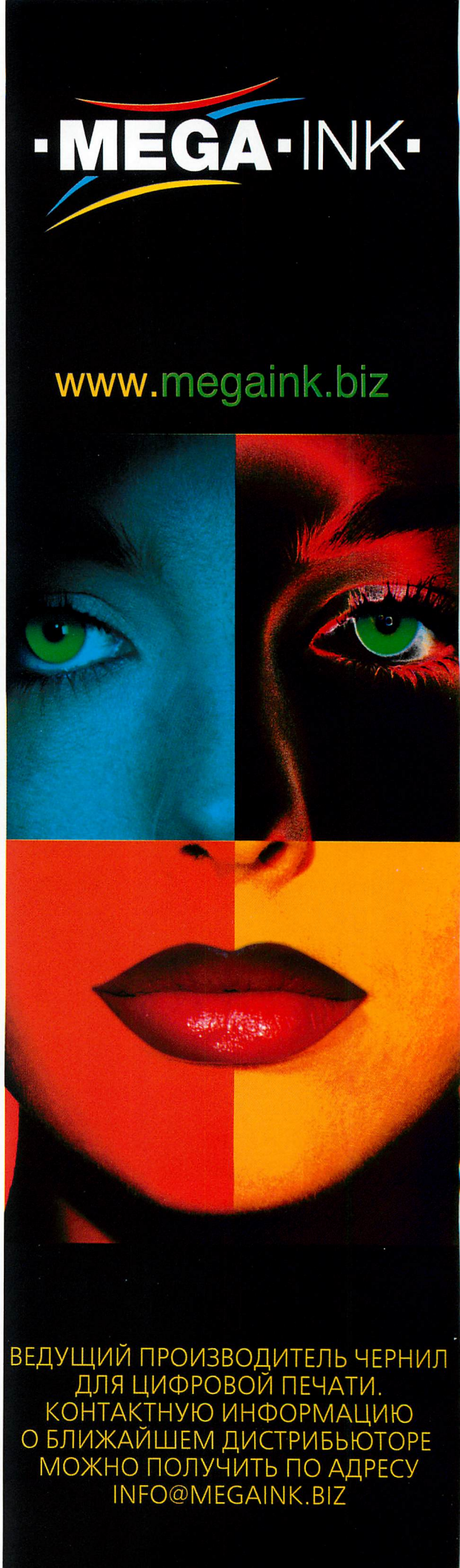
Валентин Жидов, руководитель отдела маркетинга компании «САН» (Новосибирск):

1. Впечатления от выставки в целом положительные. Мероприятие заметно прогрессирует. В этом году заметно увеличился поток целевой аудитории, что положительно отразилось на работе всех экспонентов. Было представлено достаточно интересных новинок, и в целом было, на что посмотреть. Ожидания от выставки оправдались, хотя, конечно, хотелось бы для пятидневного марафона видеть большее количество представителей рекламного бизнеса.

2. Первые итоги выставки только подводятся. Безусловно, участие компании «САН» оправдало себя: уже на третий день большинство из представленного оборудования было продано. Заключены договоры на поставку как одной единицы оборудования, так и серии машин одного типа. Очень порадовал интерес аудитории к фрезерно-гравировальному оборудованию компании «САН», к универсальному принтеру «Fenix» и значительное оживление перед УФ-принтером, что свидетельствует о развитии рекламного рынка в сторону агентств полного производственного цикла (начиная от широкоформатной печати, заканчивая печатью на любых типах поверхностей и изготовлением сувенирной продукции).

3. Среди новинок на стенде компании «САН» впервые был представлен вниманию российских производителей рекламы - УФ-принтер. В принтере используется 12 печатающих головок XAAR 126-300. Нанесение полноцветных изображений на широкий спектр различных листовых (жестких) и рулонных носителей осуществляется в шесть цветов - CMYK + LcLm. Максимальная ширина печати у этой модели составляет 1600 мм, при этом можно использовать как плоские, так и гофрированные носители толщиной до 30 мм. Среди материалов, на которых успешно проведена тестовая печать в ходе выставки - пластик, пенопласт, рифленое стекло, керамика, различные типы плотных тканей и целый ряд изделий другого типа.

4. Компания «САН» считает выставку «Реклама 2006» одним из главных событий в жизни рекламного рынка страны. В связи с этим хотелось бы пожелать организаторам сохранить тенденцию по привлечению максимального количества представителей целевой аудитории, а именно производителей рекламы. От этого выигрывают и поставщики, и производители, и выставочный комплекс.



Игорь Новиков с сыном Никитой

- Прокладывать дорогу первому всегда сложно... С какими трудностями пришлось столкнуться?

Вполне логично, что, например, готовых кадров в индустрии не существовало. Но самое сложное заключалось в сломе стереотипа о производстве в стране качественной продукции европейского уровня. Мы начали активно работать с поставщиками материалов, проводить обучающие семинары. И нам стали доверять.

Кроме того, перед компанией стояла важная задача - приобрести опыт мировых производителей, некоторые из которых присутствуют на рынке уже более 20 лет. Могу с уверенностью сказать, что за два года работы мы справились с этим на 80% и не планируем останавливаться.

В настоящее время наше производство функционирует в круглосуточном режиме, а пластик «Unext» реализуют компании, охватывающие 95% российской индустрии. Среди партнеров можно отметить такие московские фирмы, как **«Зенон - Рекламные Поставки»**, **«Гельветика»**, **«КМС»**, **«Химсырье»**, **«Рэмекс»**, **«Туплекс»**, **«Центр полимеров»**, **«РК Маркет»**. Многие из них имеют свои торговые сети по всей России. Также поставки осуществляются крупным торговым компаниям Санкт-Петербурга, Новосибирска, Омска.

- Кто был первым Вашим клиентом?

«Зенон - Рекламные Поставки», с которым мы активно сотрудничаем и сейчас.

- Как Вы подходили к выбору оборудования для производства?

Нашей задачей является изготовление ПВХ-листов, которые ни по одному параметру не уступают продукции известных мировых производителей. Поэтому мы используем исключительно европейские технологии и оборудование немецкой марки **Krauss Maffei**. Этим же оборудованием пользуются и другие фирмы, производящие ПВХ-лист. Например, **Simona AG** (Германия), **Palram Ind.** (Израиль), **Veka AG** (Германия), **Alcan Airex AG** (Швейцария) и др. На российском же рынке не создают оборудования, которое можно было бы использовать для наших целей.

Относительно сырья мы сотрудничаем с разными производителями. ПВХ-смолу покупаем в России. Все остальные добавки - импортные - японские, американские, немецкие.

- Каковы основные преимущества Вашей продукции перед западными производителями?

Ключевое - оперативность работы и отсутствие проблем, связанных с импортом. Европейские компании осу-

Компания United Extrusion является первым российским производителем свободновспененного ПВХ для рекламы и строительства.

Производственная база представлена оборудованием «Krauss Maffei» (Германия). Генеральный директор - Игорь Новиков.

FLORA LJII 1800 UV
РЕКЛАМНЫЙ ВНЕДОРОЖНИК
за реальные деньги

FLORA digital printing system

- УФ-отверждаемые чернила
- уникальная цена
- ширина 185 см
- разрешение до 600 dpi
- скорость до 60 м2/ч
- подача материала: планшетная и рулонная
- материалы: любые

GMP-РУССКОМ
Москва, Рубцовская наб., д.2, корп.5
(495) 785-5805 www.russcom.ru

GMP НОВОСИБИРСК
Новосибирск, ул. Державина, д.28, оф. 508
(383) 211-9037 www.alteh.ru

GMP САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Санкт-Петербург, ул. Мира, д.10
(812) 703-0040 www.gmpspb.ru

GMP САМАРА
Самара, ул. Скляренко, д.20, оф. 110
(846) 334-5763 www.gmpsamara.ru

«Как только самолет отключает двигатель, он становится планером. А планер рано или поздно опускается на землю. Это не наш случай. Моя цель - постоянное движение вперед».

ществляют продажи ПВХ-листов не только в России, что не позволяет их производству быть гибким и оперативно выполнять специальные заказы. На нашей базе мы в течение короткого времени можем изменить нужные настройки и изготовить продукцию необходимого формата, особенно учитывая то, что мы имеем постоянный запас товара на складе.

По качеству ПВХ-листы «Unext» не отличаются от известных мировых брендов. Мы проводили ряд тестов, в рамках которых специалисты так и не смогли отличить нашу продукцию от европейской.

В настоящее время компания United Extrusion выпускает тот же ассортимент основных материалов, что и западные заводы.

- Когда Вы планируете выйти на рынки стран СНГ?

В ближайшее время. К сожалению, невозможность гарантированного возврата НДС при поставках в страны СНГ существенно ограничивает наши действия. Единственный путь освоения ближнего зарубежья - это работа через партнеров. Мы постоянно интересуемся планами клиентов, многие из которых уже активно работают над открытием своих представительств в странах СНГ. В наших ближайших планах - поставка ПВХ «Unext» в Белоруссию, Украину и Казахстан.

- Какие Вы видите принципиальные отличия российского рынка от европейского?

Основное заключается в количестве потребляемых изделий из ПВХ в год. В этом списке лидирует США, где на душу населения приходится около 46 кг ПВХ-материалов. Это обосновано широким использованием пластика во всех отраслях промышленности и строительстве. В Европе эта цифра достигает 17 кг. В России же ПВХ используется значительно меньше: в среднем на каждого гражданина приходится около 2,8-3,0 кг изделий в год.

На фото: производство United Extrusion

На Западе этот рынок перенасыщен. Создать новый продукт и вывести его на принципиально новый уровень практически невозможно. У России же есть огромный потенциал. И свои сложности. Такие, как, например, отсутствие поддержки этого бизнеса со стороны государства.

- Каковы особенности работы United Extrusion?

Мы никогда не уговариваем и не убеждаем клиентов в том, что мы самые лучшие, не используем изощренные маркетинговые ходы, а просто показываем наше производство, то, как мы работаем и какой товар производим. Клиент, разбираясь в продукции и зная рынок, сам может сделать выбор.

- Каков штат сотрудников?

Около 60 человек, 40 из которых работают на производстве. Я очень горжусь своей командой. Большинство людей «больны» общей идеей и гордятся тем, что работают в компании.

- Каковы цели Вашей компании?

Постоянное непрекращающееся расширение и развитие. Как только самолет отключает двигатель, он становится планером. А планер рано или поздно опускается на землю. Это не наш случай. Моя цель - постоянное движение вперед.

Для начала мы хотим стать компанией «номер один» по производству листового ПВХ в России, затем - войти в пятерку лучших европейских заводов, а потом - в десятку мировых.

- Ближайшие планы?

Расширение производства и офиса, а также - запуск следующих двух линий оборудования. ■