



ВЕКТОР РАЗВИТИЯ

«ЮНАЙТЕД ЭКСТРУЖН»

В марте текущего года исполняется семь лет компании, которая стала первым в России предприятием по производству листового ПВХ для применения в строительстве и рекламе. Сегодня пластики, выпускаемые под торговой маркой UNEXT, можно встретить по всей территории нашей страны в самых разнообразных конструкциях, начиная с промо-стоек на местах продаж и выставочных стендов и заканчивая световыми коробами на фасадах крупных торговых центров. О бизнес-стратегии и основных вехах развития компании «Юнайтед Экструзн» мы и расскажем в этот раз.

Компания «Юнайтед Экструзн» была учреждена в марте 2003 года группой зарубежных инвесторов. Решению об открытии в нашей стране завода по выпуску листового ПВХ предшествовали несколько лет изучения российского рынка продукции из поливинилхлорида. Семь лет назад в России можно было встретить исключительно импортруемые ПВХ-листы иностранных производителей. Поэтому именно в пользу создания производства этого вида продукции и был сделан выбор. Оставалось только определиться, кто возглавит первую в России компанию по выпуску листового ПВХ. Согласно решению учредителей, эту ответственную позицию, предполагающую титанический труд и высокий профессионализм, надлежало занять Игорю Новикову. По их оценкам, именно он, специалист с многолетним опытом в сфере продаж ПВХ-сырья и продуктов нефтехимии в целом, был лучшим кандидатом на пост генерального директора нового предприятия. Игорю Новикову предстояло решить немало отнюдь не простых задач, включая создание компании «с нуля», выбор производственного оборудования, поиск специалистов, организацию площадки по выпуску листового ПВХ и т. д. Путь от первоначальной идеи до того момента, когда в завод уже вдохнули жизнь, был действительно сложен: аналогичного предприятия, опытом которого можно было бы воспользоваться и на которое можно было бы равняться, в России не существовало. По словам Игоря Новикова, генерального директора компании «Юнайтед Экструзн», многое приходилось делать на уровне «интуитивного профессионализма», оценивая правильность не только каждого сделанного шага, но и выбранного вектора в деятельности предприятия. «Как и в геометрии, где через одну точку можно провести бесконечное множество прямых, нам нужно было выбрать из этого множества и провести только одну прямую историю развития компании, исключительно нашу и единственно верную», — вспоминает Игорь Новиков.

Более двух лет было посвящено строительству цехов, прокладке всех необходимых систем водо- и воздуховодов, изготовлению и доставке в Россию уникальных деталей для линии оборудования марки Krauss Maffei — «монстра пластпереработки», чьими экструде-



рами успешно пользуются известные фирмы, производящие ПВХ-листы, в частности, Simona AG (Германия), Palram Ind. (Израиль), Veka AG (Германия), Alcan Airex AG (Швейцария) и др. Наконец, в мае 2005 года была получена первая партия листового ПВХ толщиной 3 мм на производственном предприятии «Юнайтед Экструзн» в Москве.

Но перед компанией стояло еще много сложных задач. И основная из них заключалась в необходимости изменить стереотип о качестве российского продукта и сформировать позитивное отношение к отечественному ПВХ-листу. Следовало акцентировать внимание на высоком качестве выпускаемой продукции. В штат компании вошли опытные специалисты в области экструзии. Была создана собственная научно-исследовательская лаборатория, где происходил и осуществляется по сей день не только ежедневный контроль качества основных параметров ПВХ-листов, но и ведутся глубокие исследования в области новых эксплуатационных характеристик материалов. «Наша лаборатория — это та «рука», которая постоянно находится на пульсе рынка, изучает, исследует и разрабатывает новые рецептуры, позволяющие производить именно такой ПВХ-лист, который нужен конкретному клиенту, с конкретными требованиями к качеству, характе-

ристикам и цене», — отмечает Виктор Линьков, директор производства компании «Юнайтед Экструзн».

В итоге, благодаря объединению всех ресурсов, как кадровых так и производственных, предприятие разработало три марки свободно вспененного ПВХ-листа: ПВХ UNEXT-Classic, UNEXT-Light и UNEXT-Ultra-Light. Причем эти разновидности различаются между собой не только по плотности (и, соответственно, цене), но еще и по специальным свойствам каждой из позиций. К примеру, ПВХ UNEXT-Classic обладает повышенной плотностью и может применяться в тех сферах, где от материала требуются особые показатели прочности. ПВХ UNEXT-Light разработан для производства легких конструкций и гибких форм. Кроме того, облегченная версия листового ПВХ компании «Юнайтед Экструзн» благодаря своей более пористой внутренней структуре обладает высокими показателями тепло- и звукоизоляции и повышенной эластичностью. Очевидно и ценное преимущество варианта Light перед классическим. «Мы изменили привычное отношение к более дешевым версиям ПВХ-листа и дали четкую дифференциацию именно по конкретным различиям в сферах применения того или иного материала. Цена же — это только побочный эффект», — подчеркивает Мари-

на Конова, руководитель отдела продаж компании «Юнайтед Экструджн».

Очевидно, что с момента выхода самого первого ПВХ-листа UNEXT и до настоящего момента произошли серьезные изменения. Как вспоминает Игорь Новиков, в начале своего пути компания действовала по наитию, ведь в те годы производством листового ПВХ в России никто не занимался, и первые листы изготавливались по параметрам, заранее предложенным Европейскими компаниями. Но команда, вдохновленная общей идеей, вела постоянную работу над оптимизацией рецептурной композиции. Для обучения специалистов всем тонкостям и особенностям неизвестного и нового для России производства в компанию «Юнайтед Экструджн» были приглашены немецкие специалисты. С каждой последующей партией листа компания получала и накапливала бесценный опыт собственного производства.

Производство набирало обороты мощными темпами. Буквально через несколько месяцев после запуска оборудования, компания «Юнайтед Экструджн» уже расширила ассортимент выпускаемого пластика, а в течение последующих полутора лет были запущены еще две новые экструзионные линии, позволяющие встать компании в один ряд по объемам выпускаемого продукта с мировыми производителями листового ПВХ.

В свою очередь, ПВХ UNEXT Ultra-Light, появившийся на российском рынке в 2008 году, стал самой экономичной версией в семействе листов UNEXT. Очевидно, что во времена мирового экономического спада стоимость является особенно важным параметром при выборе материалов.

В мае 2009 года технологами компании «Юнайтед Экструджн» был разработан коэкструзионный лист, не имеющий аналогов в своем роде по соотношению «цена-качество». Материал с двух сторон имеет гладкую жесткую поверхность, устойчивую к образованию царапин и имеющую повышенную твердость, и вспененную белую сердцевину. При этом, такие листы дешевле на 5% аналогичных по толщине ПВХ-листов с классической плотностью.

В ряду жестких (компактных) ПВХ-листов компания «Юнайтед Экструджн» также продолжает демонстрировать свои достижения в области разработок новой продукции. В феврале текущего года сообществу представителей рекламной и строительной индустрий был представлен специальный лист для использования в производстве сэндвич-панелей: ПВХ UNEXT-Compact-COVER. По словам Марины Коновой, благодаря минимальному поверхностному натяжению новый материал обладает высокой способностью к склеиванию. Среди других его особенностей — пониженный коэффициент светопропускания, повышенная твердость поверхности и отличная прочность. ПВХ UNEXT-Compact-COVER выпускается в листах толщиной от 0,7 мм и более, шириной 1500 и 2000 мм и длиной 3000 мм. Еще одной новинкой от компании «Юнайтед Экструджн» стал специально разработанный лист для производства изогнутых форм ПВХ UNEXT-Compact-FLEX, который отличается повышенной эластичностью, способностью удерживать форму после изгиба без распрямления, а также легкостью в обработке. Как отмечает Марина Конова, резка листа осуществляется без сколов, а изгиб — без обязательного нагрева, к тому же, в месте изгиба впоследствии не образуются микротрещины и разрывы.

«Конечно же, качество выпускаемого продукта и по сей день уверенно возглавляет список корпоративных ценностей всей нашей ком-

Март, 2003 — Создание «Юнайтед Экструджн».

Ноябрь, 2003 — Поставка первой экструзионной линии, сборка, монтаж, отладка, тестирование, обучение специалистов.

Апрель, 2005 — Запуск оборудования, получение тестовых партий листового ПВХ.

Май, 2005 — Выпуск первой партии листового ПВХ номинальной толщиной 3 мм.

Июнь, 2005 — Расширение ассортимента номиналами толщин 5 и 8 мм, организация первых поставок.

Август, 2005 — Регистрация торговой марки UNEXT. Производство полного спектра стандартных толщин (от 2 до 10 мм). Расширение сбытовой сети.

Ноябрь, 2005 — Участие в 13 международной специализированной выставке «Реклама 2005». Выпуск по специальному заказу партии ПВХ UNEXT толщиной 10 мм с длиной листа 6000 мм.

Декабрь, 2005 — Дополнение ассортимента ПВХ UNEXT облегченной версией — UNEXT-Light толщиной 3 и 4 мм.

Февраль, 2006 — Запуск серийного производства ПВХ UNEXT и UNEXT-Light в листах формате 2050 x 4050 мм.

Март, 2006 — Участие в выставке «Дизайн и реклама — 2006». Получение диплома за «Лучший дизайн-проект выставочного стенда».

Август, 2006 — Выпуск первой партии компактного ПВХ UNEXT-Compact в листах толщиной от 1 до 4 мм, плотностью 1,4 гр./куб. см и размерами 2050 x 3000 мм.

Ноябрь, 2006 — Участие в выставке «Реклама 2006». Стенд, включая мебель, пол и стены, был выполнен из ПВХ-листов UNEXT. Получение партии фирменной защитной пленки, изготовленной по заказу компании «Юнайтед Экструджн», лимонно-желтого цвета с диагональной печатью логотипа бренда UNEXT. Пленка поставляется из Европы, производится методом коэкструзии и удаляется с листа ПВХ без следов клеевого слоя.

Январь, 2007 — Завод переходит на постоянный выпуск ПВХ UNEXT только с фирменной защитной пленкой. Данная мера была принята для того, чтобы создать для конечного потребителя ПВХ-ластичка четкие ориентиры качественной продукции российского производства.

Февраль, 2007 — Осуществлена поставка второй экструзионной линии от всемирно известного производителя — немецкой компании Krauss-Maffei. В линии предусмотрены такие опции, как нанесение защитной пленки с двух сторон листа, автоматическая укладка материала на палеты, сенсорное измерение толщины, ламинация декоративными пленками, автоматический непрерывный контроль всех параметров, влияющих на качество продукции с головного компьютера.

Март, 2007 — Запуск и ввод в непрерывный производственный режим второй линии по производству ПВХ-листов.

Июнь, 2007 — Расширение ассортимента выпускаемой продукции за счет серийного выпуска ПВХ-листов второй по популярности ширины — 1560 мм. Нарботка всей линейки толщин от 1 до 10 мм в классической (UNEXT-Classic) и облегченной (UNEXT-Light) версиях.

Март, 2008 — Выпуск первой пробной партии ПВХ-листа UNEXT-Ultra-light белого цвета плотностью 0,4 гр./куб. см, размерами листа 2030 x 3050 мм и толщиной 3 мм.

Апрель, 2008 — Участие в международной строительной выставке «Mosbuild-2008».

Май, 2008 — Расширение ассортимента продукции за счет компактного ПВХ-листа с матовой и глянцевой поверхностью с новыми линейными размерами: 1500 x 3000 мм, 1540 x 2000 мм, 1540 x 3000 мм и 2000 x 3000 мм. Прием заявок на производство листа шириной 1600 и 2100 мм и длиной до 4000 мм.

Ноябрь, 2008 — Поставка третьей по счету экструзионной линии. Как и в двух предыдущих случаях, оборудование изготовлено компанией Krauss-Maffei. Линия отличается от остальных предшественниц экструдером нового поколения с удлиненной шнековой парой и усовершенствованной системой управления, что гало возможность вывести производительность завода на новые уровни и оптимизировать процесс выпуска продукции в расширенном ассортименте.

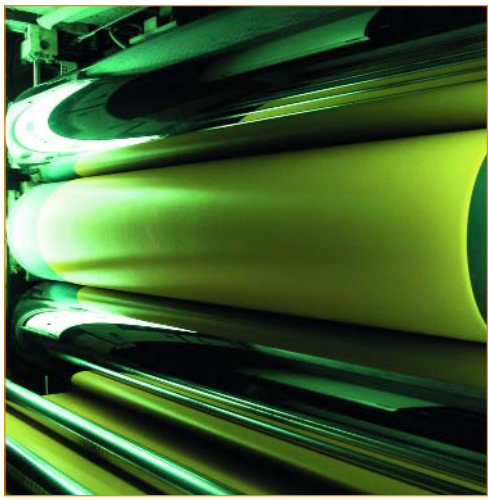
Март, 2009 — Запуск первой в истории российского производства партии цветного ПВХ-листа. Появление новой торговой марки UNEXT-Color. Выпуск пластика черного, серого (в двух оттенках), синего (в двух оттенках), желтого (в двух оттенках) и красного цветов.

Май, 2009 — Пополнение ассортимента выпускаемой продукции новым видом ПВХ-листа, изготовленного методом коэкструзии, — UNEXT-Co-Ex. Его отличительными особенностями по сравнению со свободновспененным ПВХ-листом являются: твердая полуглянцевая поверхность, повышенные жесткость и ударопрочность.

Август, 2009 — Ассортимент выпускаемой продукции расширен еще одним номиналом. Теперь ПВХ-листы востребованной рынком толщины 5 мм стали производиться не только в классической и легкой сериях (UNEXT-Classic и UNEXT-Ultra-light), но и в популярной облегченной версии UNEXT-Light. Листы имеют плотность 0,5 гр./куб. см и размеры 2030 x 3050 мм.

Февраль, 2010 — Начало выпуска специальных продуктов, ориентированных на конкретные сферы применения. Всем известный жесткий лист UNEXT-Compact стал производится в двух версиях: ПВХ UNEXT-Compact-COVER (для производства сэндвич-панелей) и ПВХ UNEXT-Compact-FLEX (для изготовления изогнутых форм).





пании, — отмечает Марина Конова. — Именно повышенная требовательность к самим себе позволила нам успешно и быстро преодолеть многочисленные барьеры недоверия к российскому продукту. И подчас, проникнутая иронией фраза «сделано в России», оказывается, может звучать не только патриотично, но еще и гордо! Мы действительно добились многого. Сегодня сложно найти такой город в России, где не встретишь конструкции или изделия из ПВХ-листа UNEXT. Нам доверяют, нас выбирают, нам верят. Но «почивать на лаврах» в собственного успеха нам не приходится, другие у нас привычки: не слушать, а слышать каждого клиента; не знать, а предугадывать его новые требования; не наблюдать над ситуацией, а предвидеть каждое возможное колебание рынка».

На момент основания компании внутреннее потребление ПВХ-листов в России обеспечивалось за счет импортных поставок, и отечественный рынок вспененного ПВХ-листа был достаточно насыщен. Покупатели имели возможность выбирать между множеством марок листового материала различных производителей. Но благодаря совокупным усилиям технологов и маркетологов и слаженным действиям отделов производства и сбыта, торговая марка UNEXT за достаточно короткий срок стала узнаваемой и уважаемой, удалось добиться позитивных ассоциаций с продуктом, по качеству не уступающим своим европейским аналогам.

Самым первым клиентом компании «Юнайтед Экструдж» стала компания «ЗЕНОН», сотрудничество с которой продолжается и сегодня. На рынок вспененных ПВХ-листов продукция «Юнайтед Экструдж» попадает через широкую дилерскую сеть, охватывающую различные регионы нашей страны от Мурманска до Владивостока и образованную ведущими торговыми компаниями по продажам полимерных материалов. Основные дилеры «Юнайтед Экструдж» имеют большое количество собственных филиалов, обслуживающих потребности в ПВХ-листах как в крупных городах-миллионерах, так и в небольших, но не менее значимых городах России.

В настоящее время дилерскую сеть «Юнайтед Экструдж» представляют такие известные дистрибьюторы листовых материалов, как уже упомянутая компания «ЗЕНОН», группа фирм «ГЕЛЬВЕТИКА», а также компании KMS, «РЕМЭКС», «ТУПЛЕКС», «ХИМСЫРЬЕ» и «ДМР» (г. Новосибирск). В целом по стране насчитывается более 60 торговых точек сети дилеров, осуществляющих поставки ПВХ-листов UNEXT для дальнейшей торговой деятельности региональных компаний и для использования продукции «Юнайтед Экструдж» в производстве у непосредственных переработчиков.

По словам руководителя отдела продаж, Марины Коновой, с начала появления на свет первого вспененного ПВХ-листа российского производства в мае 2005 года к началу года 2010-го компания «Юнайтед Экструдж» произвела и реализовала около 25 000 тонн продукции, из которых за первые полгода работы было реализовано всего 210 тонн ПВХ-листа. За 2006 год этот показатель уже вырос до цифры 3 250 тонн. В следующем году, в период запуска второй экструзионной линии, объем производства вырос уже на 77 % относительно 2006 года и составил 5 750 тонн. 2008 год и дал прирост в 26% к 2007 году, что составило 7 250 тонн готовой продукции. И, наконец, в 2009 году, в период разгара финансового кризиса, совпавший с вводом в эксплуатацию третьей экструзионной линии предприятия, объем произведенной и реализованной продукции достиг круглой цифры — 8 000 тонн.

В конце 2008 — начале 2009 года Игорь Новиков принял решение о необходимости проведения углубленного анализа деятельности предприятия с целью оценки финансового состояния компании и эффективности работы всех подразделений, и в итоге — разработки комплекса мероприятий по повышению рентабельности и увеличению доходности компании в целом.

Работу компании оценивала и подготавливала план действий, направленных на повышение эффективности бизнеса «Юнайтед Экструдж», группа независимых экспертов. Ее предложения были тщательно изучены и одобрены руководством предприятия.

Основными задачами в кризисный период для компании стали:

- повышение эффективности производственных мощностей за счет модернизации оборудования;
- реорганизация предприятия, создание нового подразделения службы внутреннего контроля, изменение функциональных обязанностей в отделах главного технолога, финансовом отделе и производственных отделах;
- организация постоянного контроля и уменьшение количества возвратных и невозвратных отходов при выпуске продукции;
- регулярный поиск альтернативных поставщиков сырья;
- снижение объемов привлеченных денежных средств за счет повышения эффективности оборотных активов;
- регулярное скользящее планирование деятельности;
- введение новых классификаций товаров по ликвидности продукции, контроль за складскими товарными остатками;
- сокращение арендуемых площадей;
- увеличение материальных доходов ключевых сотрудников;
- изучение передовых методов управления производственными предприятиями, интеграция и внедрение их в деятельность компании.

Результатом данных мер стали увеличение и закрепление занятой доли рынка по всему ассортименту ПВХ-листов; использование высококвалифицированных кадров, постоянное повышение квалификации персонала; увеличение доходности бизнеса.

В настоящее время в компании работает 115 человек. Такая численность сотрудников, по оценкам руководства «Юнайтед Экструдж», позволяет оптимально обслуживать три экструзионные линии с суммарной максимальной ежемесячной производительностью 1 200 тонн и эффективно сопровождать продажи по всему ассортименту продукции. Складские и цеховые площади занимают около 6 000 кв. м.

Складской запас поддерживается в объемах 500 тонн готовой продукции. В ассортименте ПВХ-листов, выпускаемых под брендом UNEXT, сегодня насчитывается уже 59 номенклатурных единиц.

В долгосрочных планах компании — приобретение еще двух экструзионных линий, ввод в эксплуатацию которых позволит компании «Юнайтед Экструдж» полностью удовлетворять запросы российского рынка потребления ПВХ-листов. Так же активно прорабатываются варианты по организации экспортных поставок на рынки ближнего и дальнего зарубежья. А в скором времени компания планирует анонсировать еще одну новую разновидность вспененных ПВХ-листов UNEXT, о чем можно будет узнать из ближайших выпусков журнала «НАРУЖКА».

Территория UNEXT

Проекты, реализованные российскими рекламно-производственными компаниями в области вывесок, Р.О.С.-материалов и оформления различных объектов с помощью ПВХ-листов, выпускаемых компанией «Юнайтед Экструджн».



Промо-стойка для компании Philips, выполненная с использованием ПВХ UNEXT-Color blue 3 мм и ПВХ UNEXT-Classic 3 мм. Изготовитель: компания «ДЕВИЗ» (Москва).



Промо-стойка для компании Samsung, выполненная с использованием ПВХ UNEXT-Classic 5 мм. Изготовитель: компания «Цех Наружной Рекламы» (Москва).



Промо-стойка «Омега». Основа — ПВХ UNEXT-Classic 4 мм, приклеенные кубы из ПВХ UNEXT-Classic 8 мм, предварительно оклеенные фоновой пленкой ORACAL с плоттерным орнаментом. Изготовитель: компания «АртГрупп» (Москва).



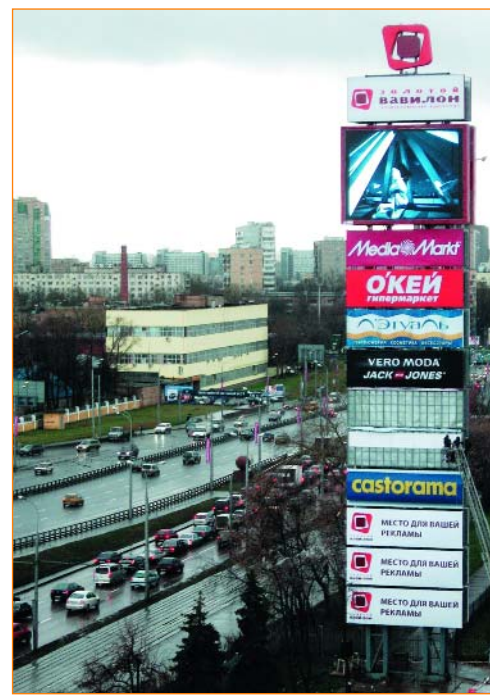
Оформление сцены. Декоративные элементы, верхний фриз и облицовка торцов сцены выполнены из ПВХ UNEXT. Изготовитель: РА Headline (Казань).



Стела «Доска Почета». Буквы изготовлены из UNEXT-Classic 5 мм, основание стенда — из UNEXT-Classic 5 мм с фотопечатью, фото — из UNEXT-Classic 3 мм с фотопечатью. Изготовитель: ИП Чупрова С.А. (Ухта).



Элемент наружной рекламы для фасада, «Саморез», изготовлен из металлоконструкции, обшитой ПВХ-листами UNEXT-Classic 3 мм, UNEXT-Classic 5 мм и UNEXT-Classic 10 мм, обклеенных черной матовой пленкой. Изготовитель: ИП Чупрова С.А. (Ухта).



Световые короба для фасада и стелы ТЦ «Золотой Вавилон». Основы для крепления системы светодиодов выполнены из ПВХ UNEXT-Ultra-light 3 мм. Изготовитель: компания «РП-Medua» (Москва).

