

С. В. Гадельшина, доц., канд. техн. наук;
С. И. Вольфсон, проф., д-р техн. наук;
Р. С. Яруллин, проф., д-р техн. наук;
А. А. Мельников, магистрант
(ФГБОУ ВО «КНИТУ», г. Казань)

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПРОИЗВОДСТВА НЕТКАНОГО МАТЕРИАЛА ЛУТРАСИЛ

Быстрому развитию рынка нетканых материалов в мире способствовало создание высокопроизводительных способов их производства: из расплава полимера, из раздува полимера, термоскрепления, скрепления волокнистых холстов водными струями (гидроструйного скрепления) и др. Одним из наиболее быстроразвивающихся продуктов среди нетканых материалов на мировых рынках является материал, полученный по технологии Лутрасил.

Для производства нетканых материалов по технологии Лутрасил могут использоваться различные виды полимеров, среди которых полипропилен, полиэфир, полиамид, полиэтилен, а также их сочетания, например, полипропилен с полиэтиленом. Опять же наибольшее распространение получил Лутрасил на основе полипропилена и полиэфира.

Лутрасил, в первую очередь, благодаря своей дешевизне, находит применение в самых разных отраслях промышленности. В мировой практике Лутрасил получил распространение в таких областях, как: гигиена, медицина, мягкая мебель, матрасы, строительство, сельское хозяйство, защитная одежда для промышленности, кровельные материалы, основа для напольных покрытий, геотекстиль, фильтровальные материалы, сепараторы аккумуляторных батарей, технические прокладочные/подстилочные материалы, основа для обоев, упаковка и др. [1–2].

Сырьем для производства нетканых материалов, в основном, служат химические волокна из всех видов химических волокон доминирующее место занимают полипропиленовые (ПП) волокна, которые в последние годы активно вытесняют другие волокна. К их преимуществам относятся устойчивость к действию кислот, щелочей, микроорганизмов и небольшой удельный вес.

Эксперты склоняются к мнению, что объемы потребления Лутрасила в России в ближайшее время увеличатся в несколько раз. Это будет связано с переходом большинства отраслей на менее дорогой материал с характеристиками, во многом превышающими показатели продукции, используемой на сегодняшний день.

Производство нетканых материалов в последнее время становится самым перспективным направлением в текстильной индустрии. Объем их производства и потребления растет несоизмеримо быстрее, чем тканей и трикотажа. Это связано с тем, что выработка нетканых материалов является самым коротким и дешевым способом получения широкого ассортимента текстильных полотен от исходного сырья до готовой продукции.

Целью статьи является анализ инновационного проекта по производству нетканых материалов типа «Лутрасил» и маркетинговые мероприятия по продвижению проекта. Планируемое производство предназначено для выпуска из гранулированного полипропилена нетканого термоскрепленного материала в рулонах. На производстве предусматривается выпуск: нетканого полотна типа «Лутрасил» (SS); нетканого трехслойного полотна типа SMS (Лутрасил – мелтблаун – Лутрасил), нетканого четырехслойного полотна типа SMMS (Лутрасил – мелтблаун – мелтблаун – Лутрасил) и нетканого полотна типа МВ (мелтблаун), полученного из полипропиленовых микроволокон толщиной 1–5 микрон путем выдува расплава полимера на высокой скорости.

В первую очередь необходимо провести SWOT анализ производства нетканого материала «Лутрасил». Для этого необходимо выделить факторы, которые влияют на конкурентоспособность в производстве нетканого материала «Лутрасил» в Российской Федерации. К этим факторам относятся следующие:

- ассортимент продукции;
- доля рынка;
- качество (долговечность эксплуатации, максимальная нагрузка);
- цена;
- географическая близость к источникам сырья.
- географическая близость к потребителю.

Сильными сторонами товара «S» для предприятия в проекте является цена по сравнению с другими производителями.

Слабыми сторонами или недостатками товара «W» для предприятия в проекте является узкий ассортимент, в отличие от конкурентов.

Возможности компании «O» для предприятия в проекте – географическая близость к источникам сырья. Также географическая близость к потребителю определяет возможность снизить цену по сравнению с конкурентами не из Республики Татарстан, за счет снижения транспортных расходов на доставку товара из-за близости к клиентам.

Угрозами «T» для предприятия в проекте является качество нетканых материалов, в отличие от конкурентов. Другой фактор угроз – доля рынка в производстве нетканых материалов, в Республике Татар-

стан, занят уже давно известными на рынке производителями нетканых материалов. Этот фактор занижает рост рынка в стратегическом плане. Окончательный SWOT-анализ проекта изложен в таблице.

Таблица – SWOT-анализ проекта по производству нетканого материала «Лутрасил»

<i>Сильные стороны</i>	<i>Возможности</i>
<ul style="list-style-type: none"> – небольшая стоимость единицы продукции; – высококачественный современный нетканый материал, устойчивый к механическому и экологическому воздействию, долговечный и безопасный; – инновационная направленность продукции; – заинтересованность подавляющей части строительных организаций, медицинских учреждений, аграрного сектора; – легкость транспортировки и отсутствие специальных условий хранения; – стойкость к атмосферным осадкам, сезонным перепадам температур и воздействию солнечных лучей; – способность выдерживать высокие механические нагрузки. 	<ul style="list-style-type: none"> – географическая близость к источникам сырья; – географическая близость к потребителю; – приоритетность природоохранных задач на всех уровнях власти; – создание типовых проектов; – привлечение средств инвесторов; – расширение ассортимента продукции; – выход на новые рынки сбыта; – возможность нанесения логотипа организации полотно; – различное цветовое исполнение.
<i>Слабые стороны</i>	<i>Угрозы</i>
<ul style="list-style-type: none"> – узкий ассортимент готовой продукции; – необходимость создания положительной деловой репутации (выход продукции под новым торговым именем). 	<ul style="list-style-type: none"> – колебание спроса и уровня цен на вторичные материальные ресурсы; – высокая конкуренция вследствие успешности проекта; – отсутствие необходимого числа потребителей; – ужесточение законодательства.

Для выхода на рынок нетканых материалов планируется следующая рекламная кампания:

- реклама с максимальным охватом аудитории (рекламный ролик по телевидению в Республике Татарстан);
- заметные каналы продвижения, формирующие лояльность и вовлеченность аудитории в продукт;
- акции для потребителей на повторные покупки.

Мощная рекламная кампания позволяет использовать агрессивную стратегию выхода на рынок, направленную на достижение эффективности производства и обеспечения жесткого контроля всех видов расходов. Таким образом, для планируемого проекта по производству нетканого материала типа «Лутрасил» возможно использовать стратегию лидерства в издержках, за счет использования дешевого сырья.

То есть, планируемое предприятие должно сосредоточить свое внимание на группе покупателей, находящихся на определенном географическом рынке в данном случае на Республике Татарстан. Географическая близость планируемого предприятия по отношению к потребителям, позволит сократить транспортные затраты.

Каналы сбыта для нетканого материала «Лутрасил»:

- информационные (сайт компании);
- на прямую со склада;
- сетевые менеджеры по продажам в населенных пунктах Республики Татарстан.

Взаимодействие с клиентами, служба по работе с клиентами:

- сайт;
- деловые встречи с партнерами;
- посещение выставок, конференций.

Использование указанной выше стратегии позволит фирме быстро проникнуть на рынок, используя возможности рынка (его насыщенность и рост), основанные на сильных сторонах организации. Таким образом, стратегическая позиция рассматриваемого проекта может быть определена как удовлетворительная.

В заключение необходимо отметить, что перспективы для дальнейшего развития нетканых материалов в России есть. Так, большая территория страны и рост количества личного автотранспорта обуславливают необходимость строительства новых и реконструкции старых автомагистралей, что, естественно, приведет к увеличению спроса на нетканые геотекстильные полотна. Развитие сельского хозяйства (а у нас страна рискованного земледелия) поспособствует наращиванию объемов выпуска укрывных полотен, строительный сектор также находится в самом активном состоянии. Рост благосостояния населения, в свою очередь, приведет к увеличению спроса на одноразовые гигиенические изделия, различные бытовые протирочные полотна. А борьба за экологию – на различные фильтровальные и сорбционные полотна.

ЛИТЕРАТУРА

1 Мухаметшин Л.Р., Закирова Л.Ю. Нетканый материал Лутрасил // Всероссийская научная конференция преподавателей и студентов вузов «Актуальные проблемы науки о полимерах» (с международным участием). Казань, Татарстан, 21–22 апреля 2020 г. С. 169.

2 Закирова Л.Ю., Султанова Д.Ш., Мисбахова Э.А. Предпринимательство в области переработки полимеров (на примере производства газонных решеток из вторичного полиэтилена) Управление устойчивым развитием. 2016. №1 (02). С. 42–47.