



ЭЛЕКТРОННЫЙ ВЫПУСК №1 (5) АВГУСТ 2022

Александр Бояринцев — про инновационные решения в России

Беседовал Дмитрий Глумсков

В беседе для специального выпуска «Эксперта Северо-Запад», посвященного итогам премии, номинант «Эксперта года — 2022» Александр Бояринцев рассказал о проектах НПО «Броня» и поделился мнением о перспективах инноваций в России.



Александр Бояринцев. Фото: НПО Броня

— Прежде всего, поздравляем с тем, что проекты НПО «Броня» вошли в топ-3 лучших проектов всероссийской премии «Эксперт года — 2022» в номинации «Наука и инновации». Почему вы решили принять участие в премии и как оцениваете свои результаты?

— О премии «Эксперт года», скажу честно, я раньше не слышал, что неудивительно — ведь она только второй год проводится во всероссийском формате, прежде в ней могли участвовать только компании Северо-Западного региона. Но вот издания медиахолдинга «Эксперт» я знаю, деловая журналистика мне интересна и близка. И когда узнали про премию, не могли не принять в ней участие, в том числе потому, что мы участвуем и побеждаем во всевозможных конкурсах.

Результатами премии «Эксперт года — 2022» я доволен, потому что войти в тройку дипломантов такого авторитетного конкурса — это большая честь. Причем многие победители участвуют не первый год, а мы впервые подали заявку и сразу же вошли в тройку лучших. Если говорить конструктивно, думаю, что изначально мы не совсем правильно поняли вектор оценки победы. В описании наших достижений мы больше делали упор на уникальность, прорывной момент изобретений, на их революционность. А следовало, судя по тем, кто еще был дипломантами и лауреатами, говорить о практической пользе внедрения. Иными словами, лучше было бы рассказать о тех промышленных, оборонных предприятиях как в России, так и в Петербурге в частности, — это бы больше нам помогло. Но это мы уже будем использовать при следующем участии. Ждем старта приема заявок на «Эксперт года — 2023».

Практически все позиции, которые мы выпускаем, либо не имеют аналогов в мире, либо имеют прорывное, до этого не достигаемое никем соотношение «цена-качество».

— Александр Бояринцев

— На конкурс был представлен проект по выпуску жидкой теплоизоляции «Броня». В чем особенность проекта и как вы предполагаете его развивать?

— Мы производим разные продукты. Это и пленкообразующие продукты для металлов, в том числе негорючие, продукты с ингибитором коррозии — также негорючие, но паропроницаемые. Линейка развития «Брони», честно говоря, неисчерпаема.

Простой пример: у меня двенадцать патентов, на рассмотрении Федерального Института промышленной собственности (ФИПС) — еще не меньше десяти. Мы семь лет подряд становимся лауреатами всероссийского конкурса «100 лучших товаров России». Каждый год запускаем от двух до пяти новых видов продукции, и с ними же подаемся на конкурс «Новинка года» и, уже традиционно, побеждаем.

Практически все позиции, которые мы выпускаем, либо не имеют аналогов в мире, либо имеют прорывное, до этого не достигаемое никем соотношение «цена-качество», как например запущенное в прошлом году третье в России производство каучуковой дисперсии.



Производство НПО «Броня». Фото: НПО «Броня»

— ГК ВИРЦ НПО «Броня» в марте следующего года будет праздновать 15-летие. Как принималось решение об открытии компании и на каких базовых направлениях было решено сосредоточиться?

— Скажу честно, когда мы 15 лет назад создавали компанию, это был стартап. Первый офис был подвалом — в прямом смысле слова, а производство располагалось в гараже. Мы масштабировались резко, быстро и сразу, так как продукция оказалась крайне востребованной. Уже через два месяца после начала работы появились первые экспортные контракты. Но мы тогда мыслили нелинейно, и когда поняли, что надо масштабироваться, лишь сняли еще один подвал и еще один гараж рядом.

Что касается основного направления, покрытие «Броня» способно заменить традиционные виды утеплителя, а в некоторых случаях стать буквально панацеей — например, при устранении конденсатообразования в судостроительстве и судоремонте: наше покрытие не дает дополнительной нагрузки на конструкции и сохраняет полезную площадь. «Броня» дешевле любого утеплителя в 2–3 раза, если сравнивать общую сметную стоимость «материал плюс работы», что делает применение теплоизоляции доступным. И больше нет необходимости, как принято на рынке, каждый год перематывать вату на трубах.



Если посмотреть глобально, наши цели — сохранение ресурсов энергии Земли, а также максимальное снижение вредного следа человечества.

— Александр Бояринцев

В списке лидеров по приобретению нашей продукции в прошлом году — компании из Италии, Испании, ОАЭ, Саудовской Аравии, Бахрейна, Чили и Южной Кореи. Это страны с теплым климатом, там обратная задача — экономия электричества на кондиционировании и снижение углеродного следа.

Не так давно к основной миссии добавилась еще одна — «Служим на страже Родины». Мы активно участвуем в программах Роскосмоса, поставляем продукцию на судоверфи в Ленинградской области, а также в компании, работающие в рамках государственного оборонного заказа.

На данный момент «Броня» — это компания, которая разрабатывает, апробирует, сертифицирует и реализует свои продукты. В прошлом году мы выросли в 2,2 раза, и эта динамика сохраняется. Но обращаю внимание — у нас абсолютно нет отдела продаж. Мы создали франшизу, но без какого-либо взноса. Наши дилеры — и есть наш отдел продаж. Делаем для них детальные кейсы, мануалы и инструкции, список часто задаваемых вопросов. С одной стороны, «Броня» — лишь разработчик, создатель, производитель, с другой — наши многочисленные дистрибьюторы, которых сотни по всему миру.

НПО «Броня»

НПО «Броня» имеет богатый опыт разработки, производства и внедрения инновационных строительных материалов, многие из которых становятся отраслевыми стандартами.



Профиль

Основное направление — производство жидких керамических теплоизоляционных покрытий серии «Броня», которые эксплуатируются при температурах от -60 °С до +260 °С. Материал используется на объектах и предприятиях разных сфер деятельности: от жилого строительства до судоремонта.



Партнеры

Ведет взаимодействие с крупными государственными компаниями: «Алроса», «Роснефть», «Газпромнефть», «РЖД», «Лукойл», «ЕвроХим», а также с ФСБ, ВМФ, Роскосмосом, где продукция использовал в рамках тендерных процедур и Гособоронзаказа.



Выручка

В 2021 году выручка компании выросла на 105%, в экспорте — почти в 4 раза. Объем экспорта в 2021 году составил 68% от суммарного объема продаж.



Дистрибуция

Дилерская сеть насчитывает более 300 представительств в городах России, в странах Евросоюза, Азии, Африки, Арабского мира, Латинской и Северной Америки.

— Вы известный изобретатель, разработчик изоляционных материалов, которые не имеют аналогов в мире, обладатель 12 патентов на изобретения. Чем вас заинтересовало это направление?

— Направление теплоизоляции очень разнообразно с точки зрения применения инноваций, поэтому предел если и есть, то достигнем мы его не скоро. Постоянно работаем над новыми материалами, плюс расширяем поставки существующей продукции. К примеру, стали активно работать с РЖД, в том числе с Октябрьской железной дорогой — есть положительные заключения об испытаниях, приказы о массовом внедрении нашей продукции.

В кооперации с нашим дистрибьютором «Броня Бахрейн» мы провели дорогостоящие испытания в авторитетной итальянской технической лаборатории на показатель отражения солнечного света. Так мы узнали, что участник Книги рекордов Гиннеса — сверхбелая краска одного из американских производителей — получила показатель отражения в 96 процентов. Наш показатель составил 91,8 процента, но у американцев был лишь лабораторный образец, в то время как мы предоставили для исследования уже промышленную продукцию. У них цена на старте анонсировалась как сверхдорогая, наша же краска не превышает по цене обычные образцы. И самое главное — она не просто отражает солнечный свет, но и является теплоизоляционным негорючим материалом.

Аномальная жара в странах Европы и параллельные задачи по снижению электропотребления и электрического кондиционирования делают интерес к «Броне» более высоким. Мы ожидаем роста потребности в нашей продукции в Европе в геометрической прогрессии.

— Насколько сложно быть инноватором в России? Про поддержку инноваций говорят везде, но ощущается ли эта поддержка в реальности?

— Когда работаешь над задачей, задаешь себе вопрос: «Что я буду с изобретением делать?». И тогда знания и компетенции в качестве музыки периодически посещают. Тут я солидарен с методологией эвристики ТРИЗ. Когда задача содержит противоречивые с точки зрения химии и физики процессы, то на выходе получается революционный продукт без существующих аналогов. Если резюмировать — всегда есть сложности и потребности, а мы ищем способы их нивелировать и удовлетворить.

Когда задача содержит противоречивые с точки зрения химии и физики процессы, то на выходе получается революционный продукт.

— Александр Бояринцев

Один из примеров: в 2016 году к нам обратилась индонезийская компания, дистрибьютор нашего «полуконкурента» — «полу», потому что их показатели не дотягивают до наших, мягко говоря. Заявили, что готовы стать нашими дилерами, но только при условии, что мы сделаем продукт, который будет наноситься на конденсируемую поверхность. Сказать, что это сложно, не сказать ничего. Если коротко, должна произойти полимеризация продукта во влаге. Более того, при высыхании должна измениться теплоемкость, а полумикросферы — сместить точку росы в себя, чтобы поверхность оказалась сухой. Тут имелся ряд процессов, конфликтующих между собой с точки зрения физики и химии. Как я и сказал выше — это стандартный, можно сказать, академический пример ТРИЗ. Однако за три месяца мы справились с задачей и создали такое покрытие, первое и единственное в мире — «Броня Антиконденсат». Наносится прямо на влагу и происходят нужные процессы, поверхность становится сухой. Ни у кого в мире такого нет. Индонезия тут же заказала несколько десятков тонн. Такие задачи дают нам стимул для генерации новаторского продукта. Все наши продукты в этом паттерне и создавались.

— В названии одного из ваших сайтов есть приставка папо. Хотя к нанотехнологиям до сих пор существует скептическое отношение. Возможно ли этот скептицизм переломить?

— Вы абсолютно правы, мы создали сайт 15 лет назад, не имея нанотехнологий, просто хотели показать, что в теме. И сами стали ее заложниками. Ведь строительный рынок не терпит инноваций: никто не хочет быть подопытным кроликом. Инновации интересны по большей части лишь некой рамочной победой, чтобы с большой трибуны кто-то отрапортовал, что у них такое применяется. Мы это быстро поняли, поэтому наше изначальное название «Волгоградский инновационный ресурсный центр» сократили до ВИРЦ, все приставки «нано» убрали. Есть зеркало сайта — броня. рф — его и используем.



Производство НПО «Броня». Фото: НПО «Броня»

— Задам популярный в последние месяцы вопрос про работу в условиях антироссийских санкций. У вас много дилеров в странах, которые ныне признаны недружественными. Как сейчас обстоят дела с заграничными дилерами?

— Спецоперация внесла свои коррективы, и ее реалии поставили перед нами новые задачи. Сначала ряд банков не мог принимать рубли, потом — валюту из-за границы, однако мы адаптировались и нашли рабочие механизмы получения денег. Получается немного дороже, но это работает. Что касается логистики, тут сначала были ужасы, потом боевик, затем триллер, после мелодрама, за ней драма, а уже в итоге хорошая семейная комедия. Груз в Европу возили транспортной компанией, в которой работают прибалтийские и белорусские дальнбойщики, через Беларусь, Украину. Потом через Турцию, потом через Грузию и Турцию по документам, но все равно через Белоруссию. А сейчас то же самое, но фактически через Эстонию. Факт остается фактом — грузы траками мы продаем во все страны.

Лидеры покупок у нас — Польша, Румыния, Италия, Венгрия, Эстония, Чехия, Хорватия, Сербия, Франция, Люксембург, Испания, Нидерланды. Это страны, где с политической точки зрения в СМИ от их лидеров идет враждебная риторика. Однако простые люди и предприниматели понимают истинное положение дел. Проблемы с энергоресурсами и энергопотреблением в Европе в совокупности с задачами, с которыми способна справиться «Броня», создают для нас ситуацию, в которой у Европы в хорошем смысле не остается шансов, и голос отдается в пользу нашей продукции. Поставки производятся до сих пор. Изначально мы понимали, что продукция должна создаваться исключительно из отечественных компонентов. И это решение оказалось очень верным. Когда именитые западные концерны ушли с отечественного рынка, мы просто сказали: «Ну ладно, окей».

— Другой вопрос на схожую тему — оборудование западного производства. Многие российские предприятия столкнулись с проблемой поставок запчастей, сервисного обслуживания со стороны западных поставщиков. Как вы решаете эту проблему?

— Мы используем диссольверы, насосы одного из немецких концернов. Отказывать нам в обслуживании своего оборудования они не собираются. Если же это и произойдет, то будем покупать оборудование в Китае. Китайские производители аналогов нас бомбардируют предложениями о сотрудничестве.

— Пришлось ли менять стратегию развития НПО «Броня» в новых экономических условиях, и если да, то какие изменения пришлось внести?

— Это больше касалось транспорта, но тут нам помогли партнеры. Больше ничего не изменилось, потому что мы стартовали в кризис 2008 года, и за минувшие годы только укрепили свои позиции. Кризисные периоды вообще стали точкой роста для нас, потому что «Броня» позволяет экономить. Так и сейчас — вызов, который произошел, вновь нас укрепил.

— Как вы оцениваете качество взаимодействия власти и бизнеса?

— Без той помощи, которую нам оказывают Центр поддержки экспорта Волгоградской области, Российский экспортный центр, Центр инжиниринга, Торгово-промышленная палата, без консультаций, субсидий, нам такого успеха добиться не удалось бы. Мы пользуемся всеми мерами поддержки, которые только возможны — это и субсидирование выставок, бизнес-выставки, субсидирование переводов, адаптации, сертификации. Совет тем, кто планирует уходить на экспорт, — будьте смелее, ваши продукты нужны за границей.

— Каким вы видите развитие НПО «Броня» в среднесрочной перспективе?

— Если будем и дальше создавать новые продукты, то посаженные за все эти годы семена очень скоро дадут глобальные, серьезные плоды. Российская «Броня» способна войти в топ-30 мировых брендов.