



Завод «Диазоний»

Предыстория

Это было ровно семь лет тому назад. Именно тогда как самостоятельное юридическое лицо был зарегистрирован новый славичский «младенец» — завод «Диазоний». Родился он, как и полагается уважающему себя «лицу», не на пустом месте. Были у него и родители, и биография. Непростая, надо заметить, биография — а кому в середине 90-х удавалось легко появиться на свет? Первоначально, когда бывшие цеха «Славича» стали один за другим превращаться в финансово самостоятельные, до «Диазония» разработкой и выпуском диазоплёнки занималось на «Славиче» предприятие «ПЭТ», многие кадры которого (в том числе и директор и главный технолог) вышли из недр Переславского филиала ГосНИИхимфотопроекта. Процесс, заметим в скобках, тоже весьма болезненный — наука, пожалуй, первой и в наибольшей степени начала испытывать недофинансирование. В таких условиях люди вынуждены были искать источник хлеба насущного. «ПЭТ» поначалу с этой задачей справлялся. Но недолго — каких-то два года, чему тоже были свои достаточно объективные причины.

Для производства основного продукта предприятия использовалась машина «Сомар», купленная в году этак 1981-м в Японии. И хотя устанавливали её совсем не японские специалисты, как оговаривалось в контракте, а наши (контракт за «всего каких-то десять лет» силу свою потерял), машина свою работу делала исправно. И всё бы было хорошо, глядишь — и две такие машины, производя лавсан, встали бы на предназначенные для них места в огромном корпусе, специально для всей этой техники выстроенном, но... Ах, уж это вездесущее и всемогущее «но». Лопнул очередной глобальный проект «переустройства мира» — перевода всей архивной документации в Советской стране на микрофильмирование. Более того, фонды самой большой библиотеки страны — Ленинской — тоже планировалось перевести в микрофильмы. Естественно, 10 миллионов славичской диазоплёнки — такими планировались мощности этого производства — разошлись бы за милую душу. Но казавшиеся такими заманчивыми, просто фантастическими по своей информационной ёмкости микрофильмы в считанные годы уступили место куда более прогрессивной компьютерной технике. Ситуация для производителей диазоплёнки из розовых тонов окрасилась в откровенно серые. «ПЭТ» оказался на грани банкротства. И тогда мозговой штаб «Славича» вынес решение: будем создавать новое производство.

Это даже хорошо, что сейчас нам плохо

Но это сейчас, семь лет спустя, можно сделать такой смелый вывод. А тогда было просто трудно, откровенно трудно, а может быть, даже и страшновато. Огромный корпус, рассчитанный на выпуск 10 млн квадратных метров диазоплёнки в год и соответствующим образом спланированный... Но, естественно, недостроенный и недооборудованный — потребность в диазоплёнке к тому времени уже снизилась раз в десять и продолжала неуклонно снижаться. Кому в таких условиях нужна была такая машина?! Но «Сомар» уже была запущена и худо-бедно свою задачу выполняла. Только вот прокормить даже сильно «похудевший» коллектив не могла. Надо было спешно придумывать что-то совершенно новое, ориентируясь прежде всего на потребности рынка. О новом оборудовании не могло быть и речи — денег едва наскребли на уставной капитал. А 33 оставшихся человека — костяк прежнего коллектива — оказались перед необходимостью не только на свой страх и риск пускаться в бурное море неизведанных рыночных отношений, но и взять на себя целый ряд несвойственных специалистам их профиля обязанностей — стать грузчиками, строительно-ремонтными рабочими, подсобниками, снабженцами и, если хотите,

даже психологами. Мало того, что возможного потребителя нужно сначала найти, — его нужно ещё и удержать, чему в немалой степени способствуют личные контакты на всех уровнях. Но это они поняли уже позже, и к этому мы ещё вернёмся. А поначалу во главе угла была уже названная проблема: что, кроме привычной диазоплёнки, выпускать, чтобы не пойти ко дну?

К этому времени были уже сделаны научные проработки, как использовать такие же светочувствительные композиции для других целей — картографии, полиграфии, в качестве фотошаблонов вместо коллоидо-серебряных. Освоили эти материалы. Хорошо, но всё равно мало — возможностей у машины было куда больше, в чём и состоит главное её достоинство. Попробовали сухой трафаретный фоторезист (первые попытки сделал ещё «ПЭТ») — но эта продукция «не пошла», и после двух-трёх выпущенных партий от него отказались. Выход виделся лишь в одном: привлечь всех «заинтересованных лиц» к поиску новых видов продукции, которая заведомо найдёт сбыт на рынке. Образно говоря, был объявлен большой сбор всех заинтересованных в поиске новых видов продукции и обеспечении её сбыта. Мероприятие принесло свои плоды.

Ну как её не любить?!

Выше уже говорилось об определённых уникальных возможностях машины «Сомар». Её универсальный характер даёт возможность в самое короткое время переходить с одного вида продукции на другой. Более короткий цикл сушки обеспечивает ряд других преимуществ, в том числе и по оптимальному использованию сырья, которое дорожает не по дням, а по часам. Ну, а возможности самого коллектива, в том числе и его руководителей — директора Н. М. Семеновко и главного инженера Г. С. Сударева (он, кстати, стоял у самых истоков монтажа «Сомара») — гарантируют все мыслимые усовершенствования, которые могут потребоваться японской машине на российской земле. Кстати — об «усовершенствованиях». Есть на заводе небольшое помещение, сплошь уставленное таинственными блоками управления, которые, по японскому проекту, должны были автоматически управлять всей машиной. Помещение малопосещаемое, хитрая японская техника «не мычит и не телится» — управление каждым узлом осуществляется автономно. Николай Михайлович рассказывает между делом, как в самом начале этот централизованный пульт управления попытались запустить, польстившись на японскую непререкаемую точность. В тот же миг несколько тонн дорогостоящей композиции ухнуло в тартарары, нанеся только становящемуся на ноги заводу ощутимый материальный урон.

Чертыхнулись и от многообещающей централизованной автоматике отказались: до Японии далеко — до своих мозгов куда как ближе. И надёжнее. И, надо здесь отметить, машину, свою кормилицу, на заводе попросту любят. По крайней мере у меня создалось такое отчётливое ощущение во время краткой экскурсии по заводу. Он, собственно, и состоит из тех залов, где располагаются основные узлы машины, склада и отделения отделки, где готовая плёнка, поступающая сюда в стандартных рулонах, режется на нужный размер, упаковывается и ждёт потребителя. Ждёт недолго, всё уходит «с колёс», так что иногда приходится крепко поднапрячься, чтобы выполнить тот или иной срочный заказ. И если вначале предприятие едва отработывало по две смены не более двух дней в неделю, то сейчас загружены все три смены и все пять рабочих дней.

Итак, ещё пару слов о машине. Большая её часть — это двухэтапный сушильный тракт, многочисленные вентиляционные системы, блок сжигания отработанного воздуха (объект самого пристального внимания славичской службы охраны окружающей среды). Две поливные машины — в самом маленьком зале. Выглядит всё сооружение не так престижно, как красotka-«Джима», к примеру. Но всё заботливо подкрашено, всюду образцовый порядок. Да и само помещение заметно похорошело, посветлело, потеплело — явный признак утвердившегося финансового положения предприятия.

Плоды «большого сбора»

Итак, обмозговав своё положение, все заинтересованные лица сошлись во мнении, что стоит сконцентрировать внимание на сухом фоторезисте. И хотя на рынке уже имелась продукция «конкурирующих фирм» (той же Казанской «Тасмы»), спрос на неё рос. Игра стоила

свеч. Опять же прибегли к ряду усовершенствований — и фоторезист пошёл. Его основное отличие от плёнки, выпускавшейся изначально — более липкий рабочий слой. Следовательно, требовались ламинирующие материалы, или, как говорят специалисты, средства временной защиты этого самого слоя. Справились. Справившись, задумались: а почему бы не пойти ещё дальше, не взяться за материалы с ещё более липким слоем, той же ленты «Спутник», которая самым широким образом используется в микроэлектронике. На эту липкую ленту крепится кремниевый монокристалл с нанесёнными на него крошечными микросхемами, которые затем вырезаются и используются по назначению. Но уже другая история, и погружаться в неё мы не станем.

Задача наших химиков-органиков состояла в том, чтобы освоить полив ленты и самое главное — наладить выпуск защитной плёнки, которая предохранит ленту от слипания. Так родились на свет антиадгезионные плёнки (лавсановая основа, покрытая специальным силиконовым слоем), которые успешно справились с предъявленными к ним требованиями. Мало того, оказалось, что спрос на сам этот материал достаточно велик. И если поначалу антиадгезионная плёнка производилась исключительно для ленты «Спутник», то на сегодняшний день такое её назначение составляет не более процента от всего производимого объёма.

...О многом ещё мы говорили в тот день. Меня, как любого журналиста, очень интересовали цифры: что и на сколько выросло, увеличилось, расширилось. Мои собеседники с цифрами обращаются весьма бережно. К примеру, вовсе не рост ассортимента означает для них прогресс, а умение выбрать те позиции, которые найдут сбыт. А от менее перспективных отказываются, по крайней мере — от их реализации.

Ещё одна характерная черта нового времени: реализация, тесные контакты с потребителем, причём — на разных уровнях, от руководящего звена до той же реализации, — стали самыми главными атрибутами производства. И, конечно же, знание рынка, его постоянное изучение, обратная связь с потребителем, который нет-нет да и запросит помощи. Они едут, разбираются, если находят свой промах, заменяют неудавшуюся партию продукции на другую. Но это бывает редко, крайне редко: работать с браком в наши суровые времена — смерти подобно. А они собираются жить — долго и счастливо, на радость своим семьям, своим потребителям и родному «Славичу», удачным детищем которого был и остаётся завод «Диазоний».