ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ
КУРЬЕР
август 2026 № 4

11 «Вологодскому текстилю» – 90. Все только начинается!

24 Легпром и химпром: синергетический эффект возможен

32 ITM 2026. Первый взгляд – выставка в режиме экономии

56 «Облако в ладонях»: история одного проекта



ITMA ASIA | CITME

中国国际纺织机械展览会
暨ITMA亚洲展览会
ITMA ASIA + CITME 2026

ASIA'S LEADING BUSINESS PLATFORM FOR TEXTILE MACHINERY

20 to 24 November 2026
National Exhibition and Convention Center,
Shanghai, China

www.itmaasia.com | www.citme.com.cn



Get 40% off with visitor pre-registration before November 19 2026!

TO VISIT, PLEASE CONTACT

Beijing Textile Machinery International Exhibition Co.,Ltd. (BJITME)

+86 10
8522 9831 / 8522 9646 / 5822 1177

itmaasiacitme@bjitme.com

Owners: CEMATEX, CCPIT TEX, CIEC
Organiser: BJITME
Co-Organiser: ITMA SERVICES
In Partnership With

ВСЕРОССИЙСКАЯ НЕДЕЛЯ ОХРАНЫ ТРУДА | RUSSIAN LABOUR SAFETY WEEK
РОСКОНГРЕСС
Пространство доверия
Минтруд России



7-10 ОКТЯБРЯ

XI ВСЕРОССИЙСКАЯ НЕДЕЛЯ ОХРАНЫ ТРУДА

Университет «Сириус», ФТ «Сириус»

25 000 кв. м
площадь

1 800
компаний

89
регионов

10 000
участников

160+
мероприятий деловой программы

300+
спикеров

rusafetyweek.com

ВНОТ в MAX

6+
Реклама























СОДЕРЖАНИЕ

ИНТЕРВЬЮ

4 «Дилан Текстиль»: секреты востребованного ассортимента трикотажа

11 «Вологодскому текстилю» – 90. Все только начинается!

НАШИ ЛЮДИ

18 Мария Михайлова: «Легкая промышленность стала частью моей жизни»

ОТРАСЛЬ И РЫНОК

24 Легпром и химпром: синергетический эффект возможен

28 АО «Ивхимпром»: химия как опора промышленности и путь к технологическому суверенитету

ЭКСПЕРТ

32 ITM 2026. Первый взгляд – выставка в режиме экономии

38 Екатерина Непочатых: «Из технолога – в архитектора отрасли. Зачем я строю систему для швейного бизнеса»

44 Стратегия защиты изделия в сфере моды с помощью товарных знаков, авторских и патентных прав

47 Бизнес с Китаем: лучше довериться профессионалам!

СДЕЛАНО В БЕЛАРУСИ

52 Нити надежности и прогресса. Как ОАО «ГРОНИТЕКС» объединяет силу природы и высокие технологии в легкой промышленности

ИНДУСТРИЯ МОДЫ

56 «Облако в ладонях»: история одного проекта

ОБОРУДОВАНИЕ

63 Комплект вместо машины: почему подрядчики федеральных брендов больше не покупают оборудование поштучно

66 Лазерный раскройный комплекс Photonim P1812 Scan Pro: сотня инсталляций – знак высокого доверия!

70 «СпортТекс»: разговор о значимости инновационных технологий для промышленного роста

ВЫСТАВКИ

74 Деловая программа SPORT CASUAL MOSCOW

77 «Фабрики – спорту» четыре года спустя. Что изменилось?

еще больше новостей

подписывайтесь на наши соцсети

Издатель
ИП Яковенко О. В.

Зарегистрирован Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций по Санкт-Петербургу и Ленинградской области
Свидетельство ПИ № ТУ78-00098
от 22.09.2008 г.

Руководитель проекта
Ольга Яковенко

Отпечатано в типографии
ООО «Принт24»
194044, Санкт-Петербург,
Пироговская наб.,
д. 17, лит. А, к. 6.
Установочный тираж 10 000 экз.
Заказ № 1028 от 05.08.2026

Подписано к печати 17.08.2026

Распространение бесплатное на предприятиях и в фирмах текстильной и легкой промышленности, на специализированных выставках и семинарах.

Подписка через редакцию
Телефоны редакции:
С.-Петербург:
(812) 380-9475

Адрес редакции:
196607, Санкт-Петербург, г. Пушкин,
б-р Алексея Толстого, д. 50, к. 1, лит. А, 58

lp@lp-magazine.ru
www.lp-magazine.ru

За содержание рекламных объявлений редакция ответственности не несет. Все рекламируемые товары и услуги имеют соответствующие сертификаты и лицензии.

Перепечатка материалов только с разрешения редакции.

«ДИЛАН ТЕКСТИЛЬ»: СЕКРЕТЫ ВОСТРЕБОВАННОГО АССОРТИМЕНТА ТРИКОТАЖА



Беседовала
Марина МОСКАЛЕВА

В последние годы в России растет количество локальных брендов трикотажной одежды. Соответственно, велик спрос на трикотажное полотно. При этом швейники очень внимательно следят за качеством. Один из лидеров российского рынка трикотажных полотен – компания «Дилан Текстиль». Мы поговорили о том, как сейчас строится ассортиментная политика предприятия, с начальником отдела снабжения **Эльвирой Крыловой**.

Эльвира, у «Дилан Текстиль» очень интересный разнообразный ассортимент трикотажного полотна. По каким группам потребителей вы его делите?

Мы действительно выстраиваем ассортимент так, чтобы закрывать потребности самых разных клиентов. Также делаем ставку на гибкость: у нас можно найти почти всё для пошива из трикотажа – от базовых полотен до сложных, технологичных решений. Мы стараемся идти в ногу со временем: используем новые технологии, стремимся удивлять клиентов, поэтому наша линейка включает как стандартные полотна, так и полотна индивидуальной серии LUX.

Мы делим аудиторию на несколько групп – и под каждую подбираем решения:

Швейные производства и бренды (крупные и небольшие). Это основная масса клиентов. Менеджеры помогают таким заказчикам подбирать полотна под конкретные задачи: для детской линейки, спортивной, домашней, женской классической одежды. В основном речь идёт об оптовых поставках, но компания работает и с розничными покупателями.

Дизайнеры и ателье. Эти клиенты могут не только выбрать готовые решения из каталога, но и заказать печать рисунка, подобрать состав (например, добавить лайкру или полиэстер к хлопку) или разработать уникальную фактуру. С ними индивидуально работают наши технолог и дизайнер, консультируют, подбирают решение и при необходимости разрабатывают полотно по ТЗ клиента.

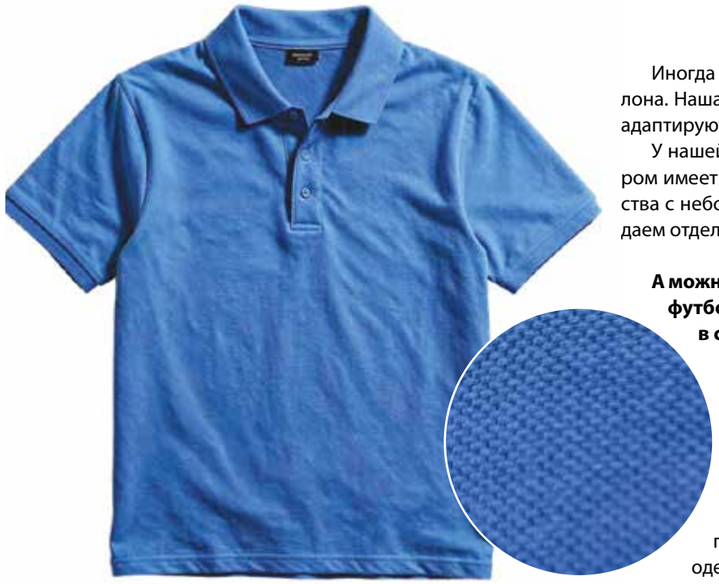
Производители формы. Отдельный сегмент – клиенты, которые шьют форму (для компаний, спортивных команд, мероприятий). Для них фабрика изготавливает специализированные детали: воротники и манжеты к лакосту (пике) любой расцветки. Их у нас можно приобрести как отдельно, так и вместе с материалом.

Компании, работающие с нишевыми или сложными продуктами. Таким предприятиям нередко нужны полотна с особыми свойствами (повышенной износостойкостью, специфической эластичностью) или сложными дизайнерскими решениями (объёмные детали, 3D-принты).

Наша компания следит за модой, гибко реагирует на тренды: регулярно обновляет линейку, добавляет новинки (например, фактурные полотна с определёнными узорами или полотна в свежих расцветках).

Есть компании, которые шьют детскую одежду, спортивную или, например, мерч. Расскажите, какие полотна выбирают для каждого из направлений и какую продукцию шьют из них.

Производители детской одежды ищут баланс между безопасностью, гипоаллергенностью и практичностью. В ассортименте «Дилан Текстиль» есть, например, качественный футер, интерлок, кулирная гладь разной плотности. Для детской одежды также важна эластичность – тут выручат смесовые полотна (хлопок + полиэстер), которые и комфортны, и износоустойчивы. При закупках клиентам имеет



смысл обсудить, какие полотна лучше держат форму в изделиях для активных детей, или какие цвета дольше сохраняют яркость после стирок.

Для спортивной одежды критически важна функциональность: эластичность, воздухопроницаемость, влагоотведение, быстрое высыхание. Поэтому востребованы такие материалы, как интерлок (универсальный, часто 100 % хлопок) или кулирка (тонкая, гладкая). Иногда применяют смесовые варианты: хлопок с лайкрой – это даёт нужную растяжимость без потери воздухообмена.

При производстве мерча (футболок, худи, свитшотов с принтами) тоже есть свои нюансы. Для нанесения сложных, детализированных принтов часто берут полотна с хорошей устойчивостью окраски. А если речь о толстовках или штанах, где важна эластичность и износостойкость, снова выручат смесовые составы. Иногда для мерча ищут полотна с особыми эффектами – например, с эффектом «мятой» поверхности или с добавлением люрекса для ярких, стойких оттенков.

«Дилан Текстиль» принимает заказы на нанесение индивидуальных рисунков. Если клиенту нужен сложный дизайн, стоит обсудить, как оборудование справится с таким заказом, и заранее согласовать параметры.

Иногда нужны нестандартная плотность или ширина рулона. Наша компания всегда идёт навстречу, специалисты адаптируют технологию под запрос.

У нашей фабрики есть минимальный объём, при котором имеет смысл работать, поэтому условия сотрудничества с небольшими производствами и стартапами обсуждаем отдельно.

А можно поподробнее о полотнах для производства футболок и поло? Это очень популярный продукт в сегменте мерча.

Клиенты действительно часто выбирают полотно для мерча. Это сейчас активно развивающееся направление. И у нас огромный выбор таких трикотажных полотен. Под разные задачи – от лёгких футболок до структурированных поло – найдутся готовые решения.

Выбор полотна для мерча – это не просто вопрос стиля или цвета. Материал определяет, как одежда будет носиться, как поведёт себя при стирке, насколько хорошо удержит печать и как долго сохранит презентабельный внешний вид. Мерч давно перестал быть просто сувениром: сегодня это полноценный элемент брендинга. И именно от выбора полотна во многом зависит, насколько удачным получится финальный продукт.

В ассортименте «Дилан Текстиль» можно подобрать варианты под любые задачи:

- **Лёгкие полотна (100–140 г/м²), как правило – кулирная гладь.** Отличный выбор для промоакций и летних коллекций. Но стоит учитывать, что на слишком лёгкой основе принт может быстрее терять чёткость, а сам материал – вытягиваться.
- **Универсальные полотна (150–180 г/м²).** «Золотая середина» для корпоративного мерча – интерлок и двухниточный футер. Они плотнее кулирной глади, лучше держат форму, меньше вытягиваются и при этом остаются комфортными в носке. На таких материалах стабильно работают разные технологии печати - от шелкографии до DTF.
- **Плотные полотна (от 180–240 г/м² и выше).** Решение для премиального мерча. Плотная ткань не только выглядит солиднее, но и лучше выдерживает сложные виды нанесения – например, полноцветную печать или вышивку.










Важно помнить: высокая плотность – ещё не гарантия идеального результата. Большое значение имеет качество пряжи: например, гребенная пряжа даже при умеренной плотности даёт более гладкое, прочное и приятное к телу полотно. Не менее важен и состав: 100 % хлопок отличается отличной воздухопроницаемостью, но может давать усадку и сильнее мяться; добавление полиэстера повышает износостойкость и снижает сминаемость.

Для поло определяющим фактором выбора полотна становится фактура: она формирует узнаваемый силуэт, влияет на комфорт и долговечность изделия. Флагманский вариант в линейке «Дилан Текстиль» – полотно пике (его часто называют «лакоста»). Благодаря особому переплетению нитей на поверхности образуется мелкий узор – в виде ромбов, квадратиков или «вафельной» текстуры, при этом изнанка остаётся гладкой. Такая структура даёт сразу несколько преимуществ: изделие «дышит», меньше мнётся и лучше держит форму после стирок.

Состав пике может варьироваться в зависимости от задач:

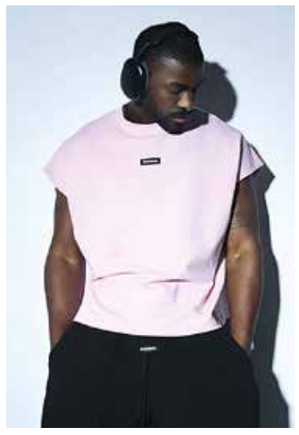
- **100 % хлопок.** Классический вариант: натуральный, гипоаллергенный, комфортный в носке.
- **С добавлением полиэстера.** Повышает износостойкость, помогает дольше сохранять цвет и форму.
- **С эластаном (5–10 %).** Эластичность особенно важна для спортивных моделей: поло лучше садится по фигуре и не сковывает движения.

Выбирать материал стоит исходя из назначения мерча:

- **Промоакции и массовые раздачи.** Подойдут лёгкие футболки из кулирной глади (100–140 г/м²): они экономичны и комфортны в жаркую погоду.
- **Корпоративный мерч для повседневной носки.** Оптимальный вариант – футболки средней плотности (150–180 г/м²) из интерлока или двухниточного футера либо поло из пике с небольшим добавлением эластана.
- **Премиальные коллекции и имиджевые линейки.** Здесь уместны плотные футболки (от 180–240 г/м²) либо поло из качественного пике: такие изделия выглядят дороже, дольше сохраняют презентабельный вид и лучше передают детали принта.
- **Спортивные и активные линейки.** Ключевой параметр – эластичность: выбирайте пике с добавлением эластана либо другие полотна, которые не сковывают движения и быстро отводят влагу.

У нашей компании есть собственная лаборатория: специалисты помогут подобрать состав под конкретную задачу (например, если нужно полотно, которое хорошо отводит влагу при активных тренировках или не теряет форму после множества стирок).

Если планируете активно использовать мерч (на фестивалях, спортивных мероприятиях), стоит сразу обсудить возможность качественной печати. Перед запуском крупной партии вы можете заказать небольшие партии из разных вариантов (интерлок, лакоста, футер), чтобы оценить, насколько хорошо ложится принт и как материал ведёт себя после стирок.








Довольно часто нужны и брендированные костюмы. Вы уже не первый год готовите такую одежду для выставок, за счет чего ваша компания выделяется как никто другой. Какие полотна вы бы рекомендовали для этих целей?

При подборе полотна для брендированных костюмов, которые будут эффективно работать на выставках, важны несколько факторов: комфорт, износостойкость, способ нанесения логотипа и соответствие имиджу компании. Я бы рекомендовала практичные полотна, которые хорошо держат форму. Например, для маечек, свитшотов подойдут интерлок, лакоста. Можно выбрать полотно современного плетения и скомбинировать цвета, получится очень оригинально. Платья и брюки эффектно смотрятся, если отшиты из лакосты (она у нас разных плетений).

Важно понимать, в какой стилистике компания хочет отшить одежду. Наши технологи совместно с дизайнером помогут с выбором, тем более, у нас есть хороший собственный опыт.

Брендированная одежда дает дополнительную узнаваемость компании. Для большинства выставочных сценариев я бы рекомендовала комбинировать практичные синтетические ткани (хлопок с полиэстером) с элементами из премиальных материалов. Главное – чтобы костюм не только привлекал внимание, но и обеспечивал комфорт человеку, который его носит.

Главный совет клиентам – не бояться обсуждать с нами нюансы: это сэкономит время и нервы в процессе!

Наш ключевой принцип работы – не просто продать полотно, а дать клиенту инструмент для решения его задачи. Поэтому в отделе продаж работают специалисты, которые помогают «перевести» идею изделия в конкретный технический запрос (требования к плетению, плотности, составу, принтам).

В целом, ключ к любым вопросам – эмпатия и готовность помочь. Даже если клиент не до конца сформулировал задачу, честный диалог часто выявляет скрытые потребности, чтобы мы предложили наиболее точное решение.

Клиентам часто нужен материал здесь и сейчас. Как вы решаете подобные задачи?

Сразу оговорюсь: у компании нет сети розничных магазинов – это производственная фабрика.

Мы не сотрудничаем с маркетплейсами и не выставляем там свою продукцию, не работаем по франшизе и не передаем продажи посредникам. Мы сами производим трикотажное полотно и сами его продаём через собственные отделы продаж (в Иванове, Дзержинском Московской области, Чебоксарах). Мы специально предусмотрели три центра притяжения для удобства клиентов.

Компания решает задачи оперативных отгрузок комплексно: за счёт сочетания технологий, гибкости и внимательного сервиса.

Сразу после запроса команда проверяет, на каком из складов имеется данное полотно, оценивает наличие и маршрут. Если нужный артикул есть на ближайшем складе –







отгружают быстро. Если нет – оперативно запускают производство под заказ (это одна наших из сильных сторон: лаборатория компании может создать полотно с заданными свойствами по техническому заданию клиента, причем сделать это стремительно).

Для срочных задач часто прорабатываются индивидуальные условия: ускоренная отгрузка, возможность получения товара в день оформления заказа при наличии запаса, компенсация логистических рисков.

Ключевой момент – постоянная связь клиента и менеджера по статусу заказа, возможным задержкам, альтернативным вариантам. Это позволяет оперативно корректировать план.

Ситуации бывают разные, но мы всегда идём нашим клиентам навстречу, они знают, что наша компания их не подведёт.

Как формируется ассортимент полотна, представленный на складах?

Подбор правильного ассортимента критически важен и для управления складскими запасами, и для удовлетворения потребностей клиентов. В нашей компании это не просто формальность, а основа эффективного бизнеса.

Наши мастера по планированию отслеживают востребованный ассортимент трикотажного полотна, менеджеры, поддерживая контакт с клиентами, знают их запросы, поэтому мы на постоянной основе держим в отделах продаж нужные позиции.

Если ассортимент не соответствует реальному спросу, на складе будет либо залеживаться невостребованное полотно (а это замороженные деньги), либо, что хуже, будет возникать дефицит популярных позиций. Поэтому команда регулярно анализирует, какие артикулы уходят быстро, и корректирует закупки и ротацию на складе.

Компания ведёт мониторинг рынка и поддерживает постоянную связь с партнёрами, чтобы заранее понимать всплески спроса. На основе этого выстраивается система: что держать в запасе, а что производить под заказ в приоритетном порядке.

В итоге «Дилан Текстиль» старается не просто продать материал, а закрыть конкретную задачу клиента – даже если для этого нужно немного адаптировать технологию. Такой подход помогает сохранять доверие и долгосрочные отношения.

Получается, что без персонала высокой квалификации здесь не обойтись...

Конечно. Все сотрудники компании «Дилан Текстиль» имеют огромный опыт работы и багаж знаний, от квалифицированного персонала на производстве до менеджеров по продажам. Многие работают в компании «Дилан Текстиль» годами, некоторые менеджеры – с самого открытия фабрики. Наша компания уверена в каждом!

Сотрудники офисов продаж «Дилан Текстиль» понимают нюансы разных видов трикотажа, знают как свои пять пальцев их особенности, и поэтому всегда смогут грамотно проконсультировать клиентов и дать свои рекомендации, решить срочные вопросы.

Мы полностью контролируем качество продукции, условия работы и сервис. Если вам нужно трикотажное полотно напрямую от производителя – обращайтесь в наши отделы продаж.

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

Рассказать о работе с клиентами мы попросили менеджеров отделов продаж компании «Дилан Текстиль» в Иванове, Дзержинском Московской области, Чебоксарах. Именно эти люди выстраивают отношения с клиентами каждый день и непосредственно влияют на то, чтобы на складе было всё необходимое для покупателей.

Елена Складчикова, Иваново



Наш отдел продаж в городе Иваново успешно работает с 2008 года. Компания «Дилан Текстиль» стала одним из первооткрывателей трикотажного производства на территории Ивановской области, заложив прочную основу для дальнейшего развития. За годы работы компания прошла значительный путь роста и трансформации. Ассортимент расширился: помимо продукции в пачках, для удобства клиентов мы внедрили поставки полотна в рулонах, что позволило существенно увеличить объемы продаж.

Развитие выразилось и в том, что мы переехали в новый современный склад: если раньше он был более компактным, то сегодня это просторное складское помещение, полностью отвечающее нашим задачам. Также заметно выросла команда менеджеров, что позволило повысить качество сервиса и скорость обработки заказов.

Сегодня у нас сформирована обширная база постоянных клиентов, и она ежедневно пополняется новыми партнерами. Нас ценят за стабильность, надежность и индивидуальный подход к каждому заказчику.

Мы продолжаем развиваться, следим за потребностями рынка и стремимся предлагать клиентам оптимальные решения и высокий уровень сервиса.

Сегодня клиенты, прежде всего, ценят стабильное качество, широкий ассортимент и оперативность поставок. Важную роль играет наличие товара на складе, гибкие условия сотрудничества и индивидуальный подход.

Свою работу мы выстраиваем с учетом этих требований, поддерживаем складские остатки, постоянно расширяем ассортимент, быстро обрабатываем заказы и сопровождаем клиентов на всех этапах – от подбора полотна до отгрузки. Это позволяет встраивать долгосрочные и доверительные партнерские отношения.

Олеся Иванова, Дзержинский



Наш офис находится на территории Московской области в городе Дзержинский. Это 16-й километр МКАД. Удобство расположения позволяет нашим клиентам с комфортом получить свои заказы день в день, а также посетить наш офис, встретиться со своим ведущим менеджером, обговорить заказы, получить образцы, новинки трикотажного полотна. Клиенты отмечают удобство пользования нашим складом.

К нам приезжают из Москвы и Московской области, Твери, Ярославля, Санкт-Петербурга, Казани, Самары, Саратова, Уфы, Ростова-на-Дону, Воронежа, Махачкалы, Новороссийска, Красноярска, Омска, Перми, Челябинска, Нижнего Новгорода, Екатеринбурга. Для иногородних клиентов также предусмотрены отгрузки транспортными компаниями. Отгрузки осуществляются по всей России. Это еще один плюс местоположения нашего офиса. Нас выбирают также и за широкий ассортимент.

Все подразделения компании пользуются единой складской программой, в ней присутствует весь ассортимент трикотажного полотна, там можно посмотреть остатки полотна на разных складах. Каждый запрос клиента рассматривается лично.

Потребительские вкусы меняются, поэтому наша компания постоянно проводит обновления дизайнов, вводит новые оттенки для гладкокрашеного полотна, а также воспроизводит любой состав и плотность на основании запроса. Пожелания клиентов часто затрагивают не только качество трикотажного полотна, но и его дизайн, функциональность в использовании и даже упаковку.

Когда мы отправляем товар транспортными компаниями, в нашем случае не требуется допупаковка, так как мы используем плотную целлофановую пленку.

Для нас нет нерешаемых задач. Есть четкое выполнение запросов клиентов, отслеживание заказов от начала и до конечной стадии. Каждое обращение индивидуально, поэтому наши опытные менеджеры всегда находят персональные предложения для клиента.

Кирилл Белозеров, Чебоксары



Офис продаж в Чебоксарах открылся 1 мая 2025 года. Наши клиенты восприняли появление нового офиса положительно и радостно. Перед открытием мы побывали в гостях у наших старых и новых клиентов. Ездили на предприятия не с пустыми руками – привезли наши карты цветов, образцы продукции, рассказали о наших возможностях.

Город выбрали не случайно: очень многие приезжали за товаром именно отсюда и из близлежащих регионов в Иваново, в Подмосковье. Конечно, они с радостью переориентировались на наш офис. До Иванова отсюда 8-9 часов на машине, до Подмосковья – часов 11-12, то есть вся поездка занимала больше суток. Конечно, можно заказать доставку, но посещение склада и офиса всегда дает дополнительные возможности. Теперь же люди могут доехать до нас буквально за полчаса, так как мы находимся практически в центре Чебоксар.

Новые клиенты тоже заинтересованы в сотрудничестве с нами.

Обслуживание у нас для каждого заказчика индивидуальное, каждый менеджер знает, какое полотно использует клиент, чтобы сохранять необходимый запас на складе. Также, если клиент собирается запустить новую модель, мы узнаем, какое полотно он хочет видеть, какой состав, цвет, дизайн, качество. К новым клиентам мы тоже ищем индивидуальный подход, интересуемся тем, какой ассортимент они отшивают, какие цвета используют, чтобы в будущем заранее привезти полотно к сезону.

Что касается особенностей региона, у нас в ассортименте больше теплых полотен, так как мы находимся севернее Иванова и Подмосковья. Здесь любят футер-двухнитку, трехнитку с начесом. Климат холодный, так что вплоть до апреля, в основном, продается трехнитка с начесом. Также очень большой спрос на интерлок для детских вещей и женских пижамок. Кроме того, здесь очень следят за качеством, все хотят наилучшее качество полотна. И мы рады, что можем удовлетворить этот запрос. По рисункам каких-то особенных предпочтений у здешних покупателей нет. А вот по цветам клиенты отдают предпочтение теплым, нежным, пастельным оттенкам.

Производители трикотажной одежды очень внимательно следят за трендами, интересуются актуальными оттенками. Мы всегда поддерживаем обратную связь с клиентами после отгрузки полотна и, если есть какие-то замечания и пожелания, передаем информацию в центральный офис.



ELTEKSMAK®
DRYING TECHNOLOGIES

СУШИЛЬНО-ШИРИЛЬНАЯ МАШИНА GEN 3
POSLU GEN 3



ТАМБЛЕР НЕПРЕРЫВНОГО ДЕЙСТВИЯ
ELNINO

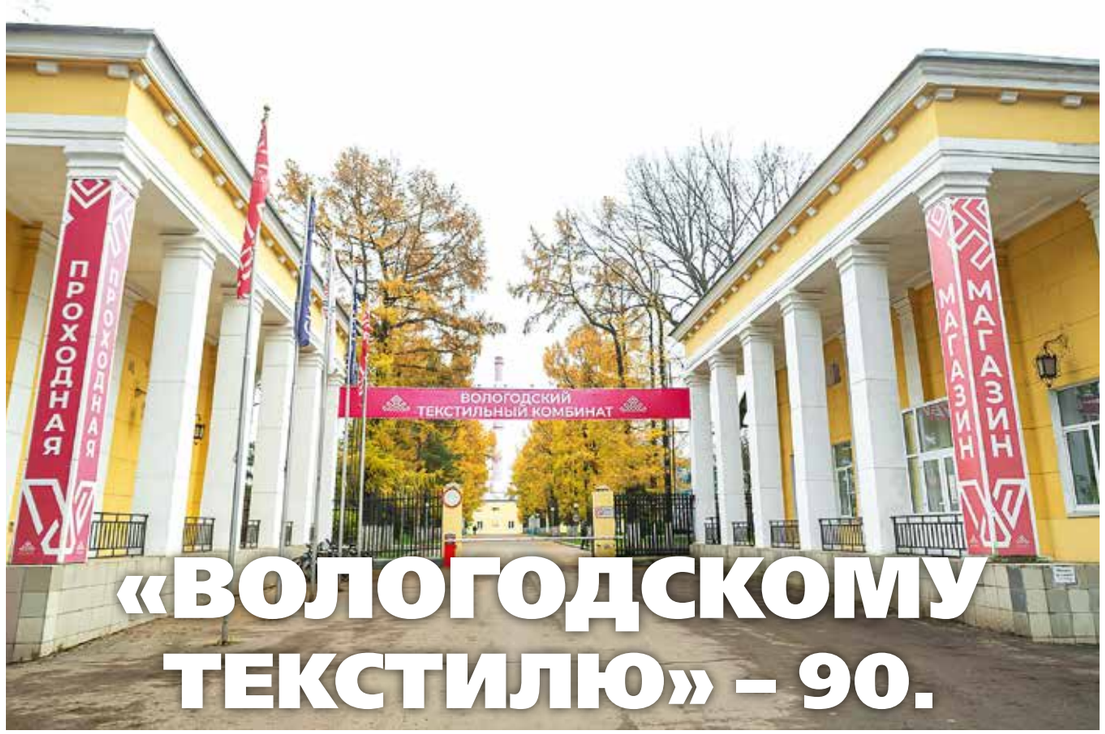


САМЫЙ МОЩНЫЙ И ЭФФЕКТИВНЫЙ ТАМБЛЕР НЕПРЕРЫВНОГО ДЕЙСТВИЯ
ELMEGO X



109428, Москва, Рязанский пр., д. 10, стр. 18, офис 9.14
Тел.: +7 495 108 60 82 (офис), моб.: +7 985 766 70 45
E-mail: project@tl-tex.ru, golubeva@tl-tex.ru

TL TEX



«ВОЛОГОДСКОМУ ТЕКСТИЛЮ» – 90.

ВСЕ ТОЛЬКО НАЧИНАЕТСЯ!

В июне этого года Вологодский текстильный комбинат отметил свое 90-летие. В нашей стране немало текстильных предприятий с богатой историей, но далеко не все смогли достигнуть таких успехов. Путь преобразований «Вологодского текстиля» стал ярким примером успешного возрождения промышленного актива. О том, как менялось предприятие с течением времени, что ушло в прошлое и появилось нового, а также о планах развития лучше всего расскажут те, кто работает на комбинате и имеет прямое отношение к его возрождению.



Илья Мельников,
генеральный директор Вологодского текстильного комбината

Илья Дмитриевич, вы руководите комбинатом с 90-летней историей. В Советском Союзе было много крепких предприятий, фабрик, в постсоветском периоде выжили далеко не все, а успешны из них – единицы. Как вы считаете, почему «Вологодский текстиль» смог сохранить свои активы и стал флагманом российской текстильной промышленности?

Вологодский комбинат создавался как крупнейший льнокомбинат в Советском Союзе.

Свое существование именно в качестве льнокомбината он прекратил в начале двухтысячных годов по простой причине: посевные площади льна в РФ сократились более чем в 10 раз, сырья для производства льняных тканей просто не стало, акцент сместился в сторону хлопка.

Комбинат сохранил до наших времен большую часть оборудования, но на сегодняшний день оно утратило свою актуальность: изменились технологии, поменялась логика производственных цепочек, скорость и производительность оборудования.

Для того, чтобы комбинат продолжил свое успешное существование и оставался в числе лидеров легкой промышленности, нужна была качественная стратегия развития и сильная команда, чтобы начать все заново.

Комбинат входит в группу АФК «Система». Как это влияет на развитие комбината? Сколько было инвестировано в модернизацию?

АФК «Система» – это корпорация, которую в первую очередь интересуют высокотехнологичные активы и развитие бизнеса в духе: «до нас еще никто этого не делал»!



Стратегия развития Вологодского текстиля на этом и стоит – нет никакого смысла пытаться повторить в Вологде опыт Ивановских фабрик, мы проигрываем по умолчанию: стандартные компетенции в производстве, базовый продукт, рынок труда и покупатели – находятся в Иваново.

Требовалось нечто иное, принципиально новое на российском рынке: мы сконцентрировались на сатиновой группе и стали в ней лучшими на рынке, а также запустили первую в России линию по производству тканей шириной более трех метров.



Рыжкова Наталия,
заместитель технического директора

Наталия, вы работаете в компании почти 3 года. Что за эти годы было сделано? Модернизировано?

Да, за минувшие 3 года я участвовала во многих процессах развития комбината, можно сказать, я развивалась вместе с ним. За эти годы комбинат увеличил мощности, преобразился эстетически, модернизация коснулась всех этапов производств и цехов. Прежде всего был взят курс на выпуск широких тканей – до 3400 мм по ширине с количеством нитей 300 ТС, что удалось успешно реализовать в 2025 году, и стать первыми в России в этом достижении. В настоящее время комбинат масштабирует этот успех.

Наши проекты находят отклик у акционера, и на сегодняшний день в бизнес проинвестировано свыше 1 млрд рублей.

Какие вызовы и задачи стоят перед комбинатом в столь непростое время?

Я убежден, что «непростое время» – это некая базовая вещь, и ссылаться на него – не имеет смысла.

Было ли просто нашим предшественникам закладывать строительство комбината в 1936 году, продолжать свой труд в годы войны, выходить на полные мощности в послевоенные годы?

Мы рассчитываем, что тот подход, с которым мы развиваем комбинат сегодня, те идеи, логика и модернизация, которые мы в него закладываем, будут приносить результат десятилетиями.

Именно поэтому наше оборудование имеет огромную вариативность в выпуске продукции. Совместно с учебными заведениями Вологды и Иваново мы выращиваем молодых специалистов для работы на комбинате, постоянно развиваем свои компетенции в продукте и в рынках, на которых он будет востребован.

Какие планы по дальнейшему развитию комбината стоят на повестке дня?

В прошлом году мы сделали первый серьезный шаг в реализации стратегии Вологодского текстильного комбината, и, безусловно, мы знаем, как развивать его дальше.

В приоритете для нас в этом и следующем году – модернизация швейного производства: запуск автоматизированной фабрики по пошиву постельного белья, и автоматизированная фабрика по пошиву одежды – в очередной раз уникальная на рынке нашей страны.

Насколько я знаю, у вас закуплено много нового оборудования. Что это за оборудование, насколько сложным был его подбор, учитывая, что сейчас далеко не все можно привезти в Россию из-за санкций? Как прошел его запуск, отладка технологий?

Конечно, сложности были, с учетом мировой обстановки, их невозможно было избежать. Безусловно, оборудование европейских брендов зарекомендовало себя как надёжное и высокопроизводительное, но производители текстильного оборудования дружественных стран развиваются и совершенствуются. Благодаря их гостеприимности на производствах, посещению многих выставок текстильного оборудования руководителям комбината удалось сориентироваться и определиться.

В течение 2025 года были реализованы поставки оборудования от китайских производителей для снования и шлихтования основ для широких ткацких станков по выпуску широких тканей, о которых я упоминала, были приобретены те самые широкие ткацкие станки в количестве 16 единиц.

Конечно же, недостаточно соткать ткань на станке, это будет всего лишь полуфабрикат, поэтому у турецких производителей текстильного оборудования были приобретены красильные аппараты с загрузкой ткани в каждый по 600 кг, специальная сушильная линия с предварительной пропиткой тканей безопасными химическими составами, которые умягчают материал и делают его более долговечным. Для понимания масштаба: длина сушильной линии более 50 метров и ширина более 4 метров. В дополнение к указанным циклам обработки ткани были поставлены мерильно-разбраковочные машины турецких производителей. На этапе разбраковки суровья ткани-полуфабрикаты дублируются, то есть складываются вдвое в паллет, а на этапе разбраковки готовой ткани, обработанные ткани с дублированием наматываются в рулоны. Отделочное производство укомплектовано новым широким каландром для финальной стадии обработки тканей, придания блеска и однородной плотности.



Некоторые единицы оборудования являются уникальными в России, учитывая их габаритные параметры и технологию сборки. Например, сушильная линия от турецкой компании ELTEKSMAK MAKİNE ANONİM ŞİRKETİ по нашему запросу была оснащена узлом правки утка с немецкой специализированной программой PLEVA, которая на цикле стабилизации ширины ткани при сушке автоматически выравнивает ткань.

Монтаж и пусконаладка оборудования была осуществлена компанией-поставщиком ООО «ТЛ Текс», каких-то серьезных трудностей не возникло, оборудование запущено и работает в штатном режиме.

Что изменилось внутри самой фабрики, был ли ремонт производственных площадей?

Это самое интересное, то, что можно оценить визуально. Планируя закупку нового оборудования, само по себе напрашивалось решение о необходимости проведения ремонта цехов, очевидна была и необходимость ротации помещений по назначению, устройство новых логистических производственных путей внутри комбината. Была проведена громадная работа, в результате которой на комбинате можно увидеть новую зону складских помещений с новыми стеллажными системами хранения, переустройство сети газопотребления и иных коммуникаций, автоматизацию некоторых процессов, и, конечно, каждая новая единица оборудования эксплуатируется в новом чистом отремонтированном помещении.

Учитывая возраст производственной площадки комбината, многолетнюю историю этого места, которая начинается в 30-х годах прошлого века, эволюцию процессов производства вместе с технологическим прогрессом, перед нашим техническим отделом была поставлена непростая задача. Не всегда удавалось осуществлять задуманное, особенности конструктивов зданий привносили свои ограничения, приходилось оперативно корректировать решения. Но, несмотря на все трудности, дорогу осилит идущий, комбинат меняется и только в лучшую сторону.

Планируется ли дальнейшая модернизация?

Безусловно. Планы существуют, направления развития и стратегия приняты. Команды менеджмента и производственников подобраны отличные, производственная площадка сформирована. Все составляющие успеха в нашем деле присутствуют. Будем стремиться.

Основные направления – это разработка новых продуктов, автоматизация всех циклов производства, наращивание мощностей, увеличение площадей. В нашем эталоне существует и развитие новых отраслей – это возрождение прядильной фабрики и сотрудничество в сфере научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ по созданию новейших по составу тканей. В условиях стремительно развивающихся технологий, изменения климатических условий, присутствия некоторых трудностей по закупке качественного сырья, смотреть в будущее и находить новые варианты для производства является необходимостью.







Копейкина Ирина,
заместитель начальника ткацкого производства (стаж работы в компании 23 года)

Ирина, вы работаете на предприятии довольно долгое время – более 20 лет! На ваших глазах шла история комбината, к которой вы имеете самое прямое отношение. Как изменился «Вологодский текстиль» за эти годы? Каким он был, когда вы пришли на комбинат, и какие события за эти годы особенно запомнились?

23 года – это немалый срок. Когда я впервые переступила порог фабрики, это было большое предприятие уже с многолетней историей. Здания требовали ремонта, оборудование было старое, еще советских времен. Именно на моих глазах проходила модернизация предприятия. Появились новые прядильные машины, на которых я, кстати, первая начала работать. Затем были куплены новые ткацкие станки Dornier, которые работают и до сих пор, а еще к ним добавились новые скоростные пневматические станки, на каждом из которых за сутки выпускается более 200 метров ткани. Полностью поменялось оборудование и в отделке, а также появилась цифровая печать. А как преобразился внешний вид комбината! Теперь это не старое здание с унылым внешним видом, а современное предприятие с хорошим ремонтом. Обновляется и коллектив – все больше молодых специалистов хотят трудоустроиться именно к нам, потому что ООО «Вотекс» – это надежность, перспектива и успех.

Ткацкий цех – это гордость комбината. Расскажите о нем. Сколько станков – пневматических, рапирных и т.д., какова производительность? Насколько разнообразен ассортимент тканей? Сколько метров ткани выпускается в месяц?

Ткацкий цех – это действительно гордость и костяк комбината. На данный момент у нас работают 51 рапирный станок, 19 жаккардовых и 42 пневматических станка. Ассортимент тканей достаточно широк – это сатины, канва, вафельное полотно. На жаккардах руками ткачей изготавливаются настоящие произведения искусства! Ассортимент меняется, постоянно улучшается за счет нового оборудования и технологий. В целом ткацкий цех выпускает более 500 000 погонных метров ткани ежемесячно, в основном это ассортимент широких тканей 2400мм-3400мм, и я уверена, что это не предельные цифры, так как комбинат планирует развиваться, наращивать мощности.

И нельзя не отметить, что это титанический труд нашего большого и дружного коллектива. Люди – это самая большая ценность предприятия. Они душой болеют за свою работу, переживают, не спят ночами, если что-то не получается. Таких я больше не встречала нигде.







Пешкова Карина,
директор по персоналу

Сотрудники Вологодского текстильного комбината – какие они?

Люди - это самая большая ценность на предприятии и 60 % успеха в бизнесе. На данный момент у нас сложившаяся годами сильная команда (опытные специалисты на производстве, качественно подобранный топ-менеджмент), которая работает и выполняет задачи под лозунгом «делай больше, чем можешь». Мы с каждым годом всё больше привлекаем на комбинат как молодых специалистов, так и профессионалов из отрасли, потому что и мы для соискателей привлекательны - условиями работы, уровнем оплаты труда (при сдельной системе оплаты труда заработная плата швей и ткачей достигает 150 000 рублей), корпоративным духом и стремлением постоянно развиваться. Наши сотрудники - это целеустремленные, позитивные, активные люди, те, кому откликаются цели и стратегические планы предприятия.

Испытываете ли вы дефицит кадров? Привлекаете ли на работу иностранцев?

На предприятии в данный момент трудится более 540 человек, из них в производстве – 440. Конечно, мы сталкиваемся с дефицитом кадровых ресурсов, в основном среди производственного персонала. В Вологодской области мы единственная крупная компания текстильной промышленности, и наша область не специализируется на текстиле, как Ивановская, к примеру, поэтому нам на порядок сложнее закрывать производственные позиции, особенно узкопрофильные, такие как ткачи, операторы оборудования. Но тем не менее, мы справляемся с этой задачей. Ещё пару лет назад численность на комбинате не превышала 430 человек. Мы не привлекаем иностранных специалистов, мы создаем рабочие места для жителей нашего города и области.



Как решается кадровый вопрос? Проводится ли обучение персонала?

За последние годы мы выстроили сотрудничество с вузами и сузами по подготовке будущих специалистов таких профессий, как швеи, ткачи, дизайнеры, химики-технологи и техники-технологи, экономисты, строители, сварщики, электромонтеры, IT-специалисты. В качестве студентов они проходят на нашей производственной площадке практику, а после завершения обучения – устраиваются на работу. За молодым специалистом закрепляется наставник, который обеспечивает его подготовку и обучение, делится опытом. Кроме того, мы заинтересованы в квалифицированных кадрах, поэтому даем возможность своим сотрудникам получать высшее образование, проходить курсы переподготовки, оплачивая обучение. Нередки случаи привлечения специалистов из соседних регионов как для обмена опытом, так и в целях релокации.



Анастасия Кожевникова,
коммерческий директор

Как сегодня выглядит ассортимент продукции Вологодского текстильного комбината? Какие направления занимают в нём ключевое место?

Сегодня наша продукция – это широкая матрица тканей и готовых изделий под брендом Votex, созданных для дома, гостиничного бизнеса, ресторанов, SPA-комплексов и предприятий, которым необходима функциональная спецодежда. Особое место в линейке занимают комплекты постельного белья и домашняя одежда – изделия, в которых сочетаются натуральные материалы, практичность и комфорт. Мы также последовательно расширяем предложение смесовых и льняных тканей, предлагая заказчикам качественные решения, адаптированные под их задачи.



Какие конкурентные преимущества сегодня позволяют комбинату успешно работать на рынке?

Главное преимущество – сочетание полного производственного цикла, современного оборудования и многоступенчатого контроля качества. Мы самостоятельно выполняем основные операции, поэтому можем гибко формировать ассортимент, контролировать стабильность характеристик и разрабатывать решения под конкретные задачи заказчика.

Кроме того, собственное производство позволяет нам обеспечивать надёжные сроки поставок и предлагать клиентам продукцию российского производства – от тканей до готовых изделий.







Мосина Варвара,
художник-технолог
ткацкого производства

Варвара, вы одна из самых молодых сотрудниц ткацкого производства и несете огромную ответственность за новые разработки тканей и их дизайнов. Расскажите, как вы пришли на комбинат, где учились, какое было первое впечатление и трудно ли было по началу работать на производстве?

Я закончила Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна по направлению «Искусство костюма и текстиля» в 2025 году. Ещё в период обучения у меня была мечта – работать на текстильном производстве, крупном предприятии с массовым выпуском продукта. За время обучения были разные направления: технология трикотажа, технология ткачества и основное – художественное проектирование текстильных изделий. Перед защитой дипломного проекта мой руководитель связался с Вологодским текстильным комбинатом, предложил мою кандидатуру на должность художника-технолога. В июне я посетила предприятие, прошла собеседование, мне провели экскурсию. Когда я вошла в ткацкий цех и увидела огромный парк оборудования с уникальными жаккардовыми станками, то поняла, что это – моё будущее развитие на этом производстве. Также во время экскурсии мне показали мой дипломный проект столового белья, выполненный жаккардовым ткачеством с участием Вологодского комбината. В июле мне вручают диплом с отличием, а в августе я переезжаю жить в Вологду и работать на Вологодском текстильном комбинате. Через 3 месяца я выпускаю свою первую жаккардовую коллекцию столового белья. Именно на этом этапе, от разработки дизайна до запуска изделий на станке, я поняла ценность и суть работы художника-технолога.

Это замечательно, когда мечты сбываются, а какие задачи вы решаете?

Участвую в процессе разработки нового продукта. Так как я художник-технолог, то в первую очередь создаю дизайн текстиля с применением анализа рынка и модных тенденций. Но и параллельно веду технологию разработанного дизайна, то есть подбираю оборудование, перевожу дизайн в переплетение, создаю патрон для жаккардового станка. А также разрабатываю дизайны для цифровой печати на ткани и участвую в запуске каждого дизайна на оборудовании.

Вы еще и художник! Поделитесь, как рождаются новые дизайны?

Вдохновение приходит через выставки, поездки, литературу, окружающий мир, природу. В современное время в соцсетях можно увидеть интересные идеи и переработать на свой взгляд. Новый дизайн может возникнуть при зарисовках: карандаш и лист бумаги в руках или при творческом процессе.

Как долго идет разработка нового рисунка?

Все начинается с мудборда, потом с поисковых эскизов. После их утверждения происходит отрисовка дизайна, который затем адаптируется под требования технологии: цифровой печати или жаккардового ткачества. На этапе отрисовки применяются графические редакторы с использованием графического планшета. Мы развиваемся и применяем ИИ для создания мудборда и каких-то деталей для рисунка. Этап отрисовки может быть разным по срокам. Все зависит от техзадания дизайнеру и сложности рисунка.

С помощью какого оборудования они воплощаются на ткани?

Текстильные дизайны мы можем воспроизвести как цифровой печатью, так и ткачеством. При цифровой печати рисунок наносят на поверхность ткани при помощи красителей. Можем использовать разные ткани для нанесения рисунка: по плотности, по структуре переплетения и ширины. В ткачестве рисунок создается за счёт переплетения нитей основы и утка. На Вологодском текстильном комбинате есть большой парк жаккардового оборудования. Каждый станок с определенными техническими параметрами, тем самым мы можем создавать разные варианты композиции рисунка: раппорт, купон с рисунком во всю ширину ткани.

Как вы считаете, есть перспективы в текстильной промышленности для молодых кадров?

Текстильная промышленность в России развивается! Есть много разных производств с определённым ассортиментом и технологической возможностью. Я считаю, что в настоящее время не хватает молодых специалистов с образованием в текстиле. Предприятия модернизируют оборудование, внедряют автоматизированные линии, поэтому нужны специалисты, умеющие с этим работать. За нами будущее!



г. Вологда, Советский проспект, 135 Б
office@vktextile.ru
+7 495-152-20-00

СПРАВКА О ПРЕДПРИЯТИИ









Вологодский льнокомбинат ведет свою историю с 30-х годов прошлого века – с момента принятия решения руководством СССР о возрождении утерянной славы льняной державы и строительстве комбината в Вологде. Строительство текстильного предприятия (началось в 1936 году и полностью завершилось лишь в 1966 году).

Шестидесятые годы можно заслуженно считать периодом расцвета льнокомбината. Льнокомбинат успешно экспонировал ткани на ВДНХ и различных международных выставках. В 1967 году предприятие получило диплом за высокий научно-технический уровень производства, а в 1970 году участвовало в международной выставке «Химия-70». Льнолавсановым тканям присвоили государственный Знак качества.

В 1998 году после банкротства Вологодского льнокомбината Правительство области, понимая, как важно предприятие для г. Вологды и области в целом приняло решение о выкупе конкурсной массы и учредило ОАО «Вологодский текстиль».

С 2008 года началась реализация областной программы по развитию льняного комплекса области. ОАО «Вологодский текстиль» стал ключевым участником приоритетного инвестиционного проекта по созданию в Вологодской области современного льнопроизводства и был включен в перечень приоритетных проектов и Стратегию развития СЗФО до 2020 г.

С 2009 года по 2012 год произведена замена оборудования и внедрена высокотехнологичная производственная база, уникальная для России. В 2010 году предприятие открыло новое направление производства – выпуск промышленных коллекций мужской и женской одежды из натурального льна.

С 2015 года предприятие было переориентировано на выпуск смесовых тканей из хлопка, а в 2017 году запущено производство ткани для спецодежды, закуплено новое оборудование по крашению арамидных и смесовых тканей.

В конце декабря 2016 года было подписано соглашение с АФК «Система» о совместном создании текстильного холдинга на базе площадки ОАО «Вологодский текстиль».

В проекте произошли качественные и количественные изменения: сформирована команда и утверждена новая оргструктура, принята новая стратегия, проведена работа по расширению продуктовой линейки.

В октябре 2018 года произошла смена арендатора производственной площадки на ООО «Вотекс».

Вологодский текстильный комбинат сегодня – это уникальный производственный комплекс с мощной инфраструктурой, развитой технической, организационной и научной базой.

Собственная лаборатория, 4 этапа контроля качества, автоматизированная система управления производством и высококвалифицированный персонал – все это делает Вологодский текстильный комбинат одним из передовых предприятий российской легкой промышленности, включающий в себя полный цикл производства от крашения пряжи до выпуска готовых изделий.

Производственные мощности комбината заполнены на 100 %, ткацкое оборудование работает круглосуточно, что обеспечивает бесперебойное обслуживание заказов.

Значительно увеличены объемы производства: за два года выпуск тканей вырос на 48 %, объем производства готовых изделий увеличился в 3,5 раза, а в этом году предприятие планирует превысить показатель в 6 миллионов погонных метров тканей.

Сегодня на предприятии продолжается реализация долгосрочной стратегии развития, предусматривающей дальнейшее расширение производственных мощностей, увеличение парка ткацкого оборудования до 208 единиц, запуск собственного прядильного производства и автоматизированных линий по выпуску готовой продукции.



МАРИЯ МИХАЙЛОВА: «ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ СТАЛА ЧАСТЬЮ МОЕЙ ЖИЗНИ»

Беседовала
Ольга ЯКОВЕНКО

На страницах нашего журнала мы много рассказываем о крупных текстильных и швейных предприятиях, которые уже имеют имя и историю. А сегодня хотелось бы познакомить читателей с совсем молодой фабрикой из Смоленска и ее генеральным директором – **Марией Михайловой**. На наш взгляд, очень символично, что фабрика называется «Смоленская крепость», как и исторический объект, символ стойкости нашего народа: хочется думать, что возрождением и развитием отрасли занимаются не просто увлеченные своим делом, но и крепкие духом люди.

Мария, давайте честно: открыть сейчас, в это время, новую фабрику – это почти безумство. Рынок падает, многие производства стопорятся или закрываются, а вы – инвестиционный проект. И я знаю, что за вами не просто офисная работа. Вы прошли огромный путь: сначала управляли гигантскими мощностями «ТВОЕ» – больше полутора тысяч швей, трикотажные и швейные потоки, миллионы изделий. А потом ушли в «Триада ТКО», где шили сложнейшие изделия для спецподразделений Министерства обороны. И вдруг – свой проект.

Где родилась эта мысль? Не в кабинете, а по-настоящему – может, ночью, после очередной смены, когда вы видели, как швея борется с посадкой рукава или пытается вывести идеальный стачной шов на капризной ткани? Или когда в «Триаде» сдавали очередную партию и понимали: «Я могу это делать сама»? Что «щёлкнуло» внутри?

Если честно, эта мысль родилась гораздо раньше, чем я стала руководителем производства. Мне было 15 лет, это был 2011 год, когда я впервые официально пришла работать в компанию «ТВОЕ» на летний период. Мы печатали огромные партии этикеток – сотнями тысяч, и для меня это было не скучной работой, а настоящим входом в большой производственный мир.

Все обеденные перерывы я тратила не на отдых, а на то, чтобы смотреть, как живет фабрика: раскрой, потоки, оверлок, распошивальные машины, ВТО, движение полотна от рулона до готового изделия. Тогда я впервые почувствовала, что производство – это огромный живой организм, где важны и раскладка лекал, и экономия полотна, и ровный стачной шов, и настроение человека за машиной.

1 июля 2014 года я стала уже полноценным совершеннолетним сотрудником фабрики, и с этого дня легкая промышленность стала частью моей жизни. Наверное, тогда и «щелкнуло»: я поняла, что хочу не просто работать в этом процессе, а однажды «собрать» свою фабрику – такую, где ткань оживает в руках людей, которым хочется делать свое дело красиво и честно.

Кто сказал вам «давай, решайся»? Кто был тем человеком, который поддержал, когда вы боялись (а вы боялись, признайтесь) оставить наработанную базу и прыгнуть в неизвестность? Женщине в этой индустрии ведь не всегда легко сказать: «Я теперь сама».

О страхе я, наверное, еще не скоро смогу говорить в прошедшем времени. Страх на старте и ежедневное волнение за людей, которые в тебя поверили, – это разные вещи. Второе намного сильнее, потому что за каждым решением стоят не только оборудование, договоры и сроки, но и судьбы команды.

Мне очень повезло с людьми. Руководитель производственного блока «Триада ТКО» в свое время поднял для меня планку требований к фабрике на несколько порядков – и по специалистам, и по технологии, и по ответственности. В феврале этого года в разговоре он сказал одно слово: «Действуйте».

Для меня это было как закрепка в нужной точке: сомнения закончились. На следующий день мы с командой уже сели за план развития новой производственной площадки. Позже стратегия компании изменилась, «Триада ТКО» отказалась от этого актива, и мне пришлось брать ответственность за площадку и персонал на себя. Это было тяжелое, но честное решение.

Когда я смотрю на ваш путь, у меня перед глазами две совершенно разные вселенные. «ТВОЕ» – это планета со своей орбитой: 1500 человек в потоках, каждая секунда на счету, трикотаж и ткани, которые нужно «посадить» идеально, потому что брак в масс-маркете – это катастрофа. А «Триада» – это уже про другое: про спецзаказ, где каждый шов проверяют, где отходы кроя считают до грамма, потому что полотно часто дорогое и дефицитное, а от качества зависит не просто внешний вид, а жизнь.

Что «ТВОЕ» дало вам как человеку и как технологу? Этот колоссальный объём – он ведь научил вас не бояться цифр, чувствовать ритм конвейера, понимать, как распределить потоки, чтобы не было простоев. Там ведь каждый день решаешь: какую нить поставить – армированную или полиэфирную, какой оверлочный шов даст меньшую усадку. Что вы взяли оттуда в свою новую фабрику как личный талисман?

Наверное, не будет преувеличением сказать: «ТВОЕ» дало мне почти всё. Моё знакомство с фабрикой «Шарм», производством компании «ТВОЕ», началось еще в детстве. Моя мама работала на этой фабрике, и я с пяти-шести лет чувствовала, что производство – это не только станки, планы и отчеты, но и очень большая человеческая забота.

Я до сих пор помню кислородный коктейль из профилактория, подарки детям сотрудников, энциклопедии за хорошую учебу от профсоюза. Для ребенка это были детали, а сейчас я понимаю: это была культура предприятия, где уважали человека труда.

А потом к этой теплоте добавилась уже профессиональная школа: многопередельное производство, миллионы изделий в месяц, дисциплина потоков, конфекционирование, точная раскладка лекал, контроль стачного шва, оверлока, распошивальной машины, ВТО. В свою фабрику я очень хочу перенести оба слоя – и производственную четкость, и человеческое отношение к людям.

А «Триада»? Это ведь не про моду. Это про технологию: термообработка, дублирование, сложные узлы, где нужно не просто прострочить стачной шов, а почувствовать материал, понять, как поведёт себя ткань после стирки или нагрузки. Где раскладка лекал – это не просто бумажка, а экономия дорогущего полотна, где обмётывание срезов и цепной шов делают изделие неубиваемым. Чему «Триада» научила вас по-человечески? Может, терпению? Или умению слышать каждого мастера?

> Для меня важно, чтобы дисциплина не отменяла человеческого отношения, а высокая планка не превращалась в холодность. Производство держится на технологии, но живет оно людьми





«Триада» научила меня другой точности – почти хирургической. Там нельзя относиться к изделию просто как к вещи: спецзаказ требует строгой технологии, грамотного дублирования, правильной ВТО, прочной армированной нити, надежных закрепок и понимания, как каждый узел поведет себя в реальной нагрузке.

По-человечески это была жесткая, но бесконечно полезная школа. Я научилась тщательно работать с документами, знать трудовое законодательство и требования в сфере ГОЗ, рассчитывать на себя, на команду и на профессионалов отрасли.

Что из этих двух миров вы решили соединить на своей фабрике? Скорость и дисциплину «ТВОЕ» плюс точность и ответственность «Триады»? Или есть что-то, от чего вы, наоборот, устали и решили сделать иначе?

Я хочу соединить лучшее из этих двух школ. От «ТВОЕ» – масштаб, ритм, умение планировать потоки, считать минуты и не бояться больших объемов. От «Триады» – технологическую строгость, уважение к документации, точность в каждом узле и понимание, что качество начинается не на ОТК, а еще на этапе конфекционирования и раскладки лекал.

Но я не хочу строить фабрику только на жесткости. Для меня важно, чтобы дисциплина не отменяла человеческого отношения, а высокая планка не превращалась в холодность. Производство держится на технологии, но живет оно людьми.

Вы сказали, что открывается фабрика в Смоленске. Это не просто цех. Это как будто ваш «ребёнок», детище. Расскажите про площадку. Кто делал проектные работы? Сами придумывали, как расположить потоки, чтобы не было перебежек, или звали технологов-планировщиков? Как решили вопрос с раскройным цехом – отдельно или в общем цикле?

Основные решения по площадке я принимала сама. Расположение потоков, дополнительные рабочие места, ключевые производственные узлы – всё это я сначала буквально отрисовывала схематично, чтобы видеть движение изделия от приемки полотна до готовой продукции.

В вопросах электроснабжения, воздуха и инженерных систем я опиралась на специалистов своей команды. У них есть опыт лучших производств не только России, но и европейских предприятий, и для меня было важно соединить практику с реальными задачами нашей фабрики.

Раскройный участок у нас не просто выделен отдельно – я называю его сердцем фабрики. Именно там начинается экономия полотна, точность раскладки лекал, правильная подготовка кроя и будущий ритм всего швейного потока. Если раскрой работает точно, дальше изделие идет по производству гораздо увереннее.

Очень актуально – автоматизация. Сколько у вас сейчас потоков? Какое оборудование стоит – что-то с электроникой для сложных узлов и ВТО? Насколько фабрика укомплектована?

На данный момент у нас оборудовано два потока, рассчитанных на 140 операторов швейного производства. Отдельно выделены зона автоматизации, зона ВТО и ОТК. Это позволяет не смешивать процессы и держать понятную производственную логику.

На фабрике установлено оборудование лидеров рынка промышленного швейного оборудования. У нас есть шаблонное оборудование для сложных и повторяемых узлов, машины для обработки трикотажа, оверлоки, распошивальные машины, оборудование для ВТО.

Для меня важно, чтобы техника не была просто красивой строкой в инвестиционном плане. Оборудование должно помогать швее: держать стабильный стачной шов, аккуратную отделочную строчку, ровные закрепки, качественную обработку срезов и предсказуемый результат на партии.

Обучаете ли вы людей сейчас? Это ведь самое больное место. У вас есть мастера, которые показывают, как отрегулировать натяжение нити на оверлоке, чтобы край не фалдил, как правильно заутюжить шов перед отделочной строчкой, как делать двойную иглу на распошивальной машине? Или ищете готовых профи, которые уже знают, что такое допуск по шву 0,5 см, а не 1,5?

Мы обучаем людей и будем продолжать это делать. Я очень долго шла к тому, чтобы на моей фабрике работали

> Моя цель – не только заработать. Я хочу участвовать в возрождении культуры швейного производства: создать место, куда человек может прийти без навыков швеи или закройщика и постепенно стать профессионалом



технологи и мастера высочайшего уровня – те самые люди, которые во многом учили меня в 2014 году, когда я пришла на фабрику «Шарм» компании «ТВОЕ».

С первых дней я мечтала, что когда-нибудь они будут не просто моими наставниками, а частью моей большой команды. Сейчас многие из них рядом, и для меня это очень ценно. Они умеют не только сами выполнять сложные операции, но и спокойно объяснить, как настроить оверлок, как работать на распошивальной машине, как не перетянуть шов, как правильно выполнить ВТО перед отделочной строчкой.

Моя цель – не только заработать. Я хочу участвовать в возрождении культуры швейного производства: создать место, куда человек может прийти без навыков швеи или закройщика и постепенно стать профессионалом.

На последней встрече с министром промышленности и торговли Смоленской области Васильевым Ярославом Андреевичем мы обсуждали возможность запуска проекта обучения швей на базе нашей фабрики. Пока мы только начинаем эту работу, но я уверена, что в ближайшем будущем у нас будет полноценный учебный класс.

Давайте поговорим о рынке. Все сейчас работают под заказ. Конкуренция – зверская. Кого вы видите своими клиентами? Это снова оборонка, где вам доверяют после «Триады», или вы хотите в гражданский сектор, может, в нишевую одежду? Или подумываете о собственном бренде – таком, где будет видна ваша рука, ваш вкус?

У нас есть стратегия, и она не строится на одном направлении. Мы уже работаем со сложными изделиями и с известными российскими брендами, где важны технология, сроки и стабильное качество партии. Такие заказы требуют дополнительного оборудования, приспособлений, шаблонного оборудования и очень сильной работы технологического персонала.

Фабрик с подобной компетенцией в отрасли не так много, и нас уже заметили. При этом значительная часть рынка сегодня связана с государственным сектором, и мы не можем этот факт игнорировать. Благодаря опыту «Триады» мы понимаем специфику таких заказов и умеем работать с высокой ответственностью.

Гражданский сектор мне тоже очень интересен. В нем больше пространства для красоты, посадки, фактуры, для того самого момента, когда ткань оживает и становится вещью, которую человек будет носить с удовольствием.

В чём ваше преимущество – не в цифрах, а на уровне цеха? В том, что вы умеете работать со сложными лекалами, где много надставок, где нужно рассаживать ткань, а не просто сметать прямой стачной шов? Или в скорости реакции, которую дал вам опыт «ТВОЕ»? Что вы можете сказать клиенту: «Я сделаю это за неделю, потому что знаю каждый узел, каждую отделочную строчку»?

Наше преимущество – в одинаково серьезном отношении к любому заказу. Для нас не так важно, что именно мы будем шить завтра: изделие для бренда, сложный спецзаказ или партию базовой одежды. Важно, чтобы это было выполнено в согласованном качестве и в срок.

Мы умеем осваивать сложную технологию: работать с непростыми лекалами, подбирать ниточный способ соединения деталей, контролировать посадку рукава, укреплять узлы дублированием, ставить надежные закрепки, выбирать



> У нас есть стратегия, и она не строится на одном направлении. Мы уже работаем со сложными изделиями и с известными российскими брендами, где важны технология, сроки и стабильное качество партии

армированную нить там, где она действительно нужна. Это не всегда легко, но моя команда умеет делать такие вещи точно.

И еще мы открыты. Мы с удовольствием встречаем гостей на производстве и можем показать, как изделие проходит весь путь: от приемки полотна и постановки ТМЦ на учет до раскладки лекал, раскроя, пошива, ВТО, ОТК и выхода готовой продукции.

А если клиент приходит без модели – вы можете сами разработать лекала? Есть у вас конструкторское бюро или вы честно говорите: «давайте ваши файлы, мы только шьём»? Сможете ли вы предложить оптимальный ниточный способ соединения деталей – чтобы шов был прочным, но не стягивал ткань?

Сказать, что у нас уже есть полноценное конструкторское бюро, пока было бы слишком громко. Но у нас есть конструктор и технолог, которые могут помочь заказчику пройти путь от эскиза, фотографии или идеи до рабочей модели.

Мы можем продумать лекала, технологию пошива, конфекционирование, расход материалов и оптимальный способ соединения деталей. Для нас важно, чтобы шов был прочным, но не стягивал ткань, чтобы изделие было удобным в носке, а экономия полотна не шла в ущерб качеству.

Вы мне представили схему сотрудничества с клиентами – она выглядит очень чётко. Но за сухими пунктами (договор, аванс, поставка полотна, раскладка, отшив, отгрузка) стоят живые люди. С чего начинается знакомство? Как вы чувствуете клиента – сразу понимаете, с кем можно работать, а кто будет мучать промежуточными согласованиями раскладки лекал?

Я считаю, что работать можно и нужно с разными клиентами. Конечно, уже на первой встрече обычно чувствуешь, каким будет сотрудничество: кому важно быстро принять

решение, а кто будет очень внимательно согласовывать каждый этап – от раскладки лекал до отчета по расходу полотна.

Но нас это не пугает. Большой объем документов, промежуточные согласования, внимательный контроль качества – это часть нормальной производственной работы. Если обе стороны уважают процесс и говорят друг с другом честно, даже сложный заказ можно пройти спокойно.

Самый нервный этап для вас – какой? Согласование раскладки и отчёт по расходу полотна, включая возврат отходов кроя (эта привычка из «Триады» – экономить каждое полотно)? Или момент, когда вы отправляете готовую партию и ждёте приёмки по количеству и качеству – проверяют ли ширину швов, симметричность деталей, наличие закрепок? Что вы чувствуете в эти часы?

Самый волнительный этап для меня – сдача и приемка готовой продукции заказчиком. Договор, объемы, раскладка лекал, отчет по расходу полотна – все это важно, но момент отгрузки партии всегда чувствуется особенно остро.

Даже когда я уверена в команде, остается человеческий фактор. На большом производстве могут случаться редкие ошибки: где-то не заметили нюанс ВТО, где-то нужно еще раз проверить симметрию деталей, ширину шва, закрепки или качество обработки среза.

Я всегда говорю: не ошибается только тот, кто ничего не делает. При этом для меня есть четкая граница между случайным пропуском дефекта и халатностью. Поэтому контроль качества у нас строгий, но человеческий: мы не ищем виноватых ради виноватых, мы выстраиваем систему, чтобы ошибка не повторялась.

Мария, вы очень молоды для такого груза. В швейной индустрии у нас много женщин-швей, технологов, начальниц цехов. Но женщин, которые проходят путь от планирования на гигантских фабриках до собственного инвестиционного проекта, – единицы. Как вы чувствуете

> Я хочу, чтобы их рабочие места соответствовали современным требованиям, чтобы у людей были нормальные условия, понятный ритм и уважение к их труду





себя в этой роли? Не как директор, а как женщина, которая взяла ответственность за десятки людей, за оборудование, за выполнение заказов. Страшно ли вам признаться себе: «Я здесь главная»?

В этом году мне исполнилось 30, и очень многие процессы я действительно прохожу впервые. Иногда я сама себе улыбаюсь: вроде бы уже руководитель, уже собственник, а внутри всё равно живет та девочка, которая в обеденный перерыв бегала смотреть, как работает фабрика.

Но фабрика – это всегда «мы», а не «я». Один человек, даже очень сильный, не поднимет такое производство без команды. Моя задача – собрать профессионалов, создать условия, держать направление и не забывать, что за каждым стачным швом, каждой закрепкой и каждой готовой партией стоят люди.

Я горжусь своей командой. И, наверное, именно это помогает мне спокойно принимать роль руководителя: я не одна «главная», мы вместе отвечаем за результат.

Что помогает вам оставаться в ресурсе? Когда срываются сроки, когда сложно собрать команду. Кто вас поддерживает – семья, коллеги, подруги по цеху?

Мне помогает холодная голова и бумага. Когда ситуация сложная, я сажусь, раскладываю всё по пунктам, считаю, записываю варианты развития событий, смотрю, где была ошибка и какой следующий шаг будет самым правильным. В этом смысле ежедневник иногда работает не хуже хорошего технолога.

Очень поддерживает семья, особенно мама. Именно она привела меня в отрасль, и с первых дней моей работы говорила, что у меня всё получится. Она говорит это до сих пор, и для меня это большая опора.

Поддерживают коллеги и человек, который когда-то сказал мне: «Действуйте». Сейчас много сил дает вера людей в то, что у фабрики «Смоленская крепость» есть большое будущее, а на рынке легкой промышленности мы сможем заявить о себе как о современном, технологичном и честном производстве.

Сколько изделий в месяц вы хотите выдавать? Не план в Excel, а ту цифру, которая вас саму греет – когда вы смотрите на вешалку с готовым товаром, где каждый шов сделан качественно, где отделочные строчки

> Но по-человечески мне важно не просто загрузить фабрику работой, а создать устойчивый ритм, в котором люди не выгорают и чувствуют свою ценность

ровные, а влажно-тепловая обработка держит форму. И думаете: «Да, это моё».

Швейное производство не всегда правильно измерять только количеством изделий в штуках. Мы все понимаем, что футболка, утепленная куртка и сложное изделие со множеством узлов – это совершенно разное время пошива, разная технологии и нагрузка на поток тоже разная.

Меня больше греет другая цифра: я хочу обеспечить работой минимум около 280 операторов закройно-швейного производства, около 30 человек дополнительного производственного персонала и порядка 25 инженерно-технических специалистов.

Я хочу, чтобы их рабочие места соответствовали современным требованиям, чтобы у людей были нормальные условия, понятный ритм и уважение к их труду. Наверное, моя самая большая мечта – чтобы человек шел на фабрику не с тяжелым сердцем, а с ощущением, что он нужен и делает красивое, важное дело.

Будет ли продолжаться автоматизация? Или вы хотите сохранить «ручное» лицо фабрики, где мастер может подойти к швее и сказать: «Смотри, здесь надо сделать не три стачных шва, а два с термофиксацией, будет прочнее»?

Автоматизация обязательно будет продолжаться. Мир меняется очень быстро: производители промышленного оборудования развивают цифровые технологии, шаблонное оборудование, автоматические узловые операции, системы контроля и планирования. Мы не можем стоять в стороне от этих изменений.

Но я уверена, что человеческий труд еще долго будет основой швейного производства. Машина может помочь сделать цепной шов стабильнее, ускорить повторяемую операцию, дать точность на сложном узле, но почувствовать ткань, увидеть, как она ведет себя после ВТО, подсказать швее правильный прием – это всё еще делает человек.

Поэтому наша стратегия – не заменить людей техникой, а дать людям сильный инструмент. Мне близка фабрика, где мастер может подойти к оператору и спокойно сказать: здесь лучше изменить обработку, нужна другая закрепка, а дублирование даст изделию форму и срок службы.

Что для вас сейчас главная задача? Не в отчётах, а по-человечески – наладить ритм, чтобы люди не выгорали, или поймать первого большого заказчика, который поверит? Или, может, доказать самой себе, что женское лидерство в швейной индустрии – это не про «слабо», а про «я умею, я знаю, я сделаю»?

Главная задача для меня сейчас – оправдать доверие людей, которые поверили в меня и пошли рядом. Их больше сотни, и я каждый день помню об этой ответственности.

Конечно, нам нужны стабильные заказы, понятные направления, высокий уровень заработной платы, возможность модернизации и развития производства. Но по-человечески мне важно не просто загрузить фабрику работой, а создать устойчивый ритм, в котором люди не выгорают и чувствуют свою ценность.

Я очень хочу, чтобы работа в легкой промышленности снова становилась престижной. Женское лидерство для меня – не про доказать кому-то, что «я могу не хуже». Это про мягкую силу, профессионализм, интуицию, заботу о команде и готовность отвечать за каждый шов – от первой раскладки лекал до последней отгрузки готовой продукции.

214012, Смоленская область,
г. Смоленск, ул. Кашена, д. 21
+7 908 -286-16-42,
+7 904 -369-15-55
ooosmolfort@mail.ru





ЛЕГПРОМ И ХИМПРОМ: СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ВОЗМОЖЕН

МОГУТ ЛИ ТЕКСТИЛЬЩИКИ И ХИМИКИ УСЛЫШАТЬ ДРУГ ДРУГА?

Текст: **Ольга ГАЛАШИНА**
Фото: **Михаил ЩИПЦОВ**

Среди производственников не первый год ходит грустная шутка о том, что во многих отраслях курс государства на импортозамещение обернулся замещением европейских или американских компонентов или оборудования на китайские. На федеральном уровне эту проблему пусть косвенно, но признают – недаром в числе прочих национальных проектов, реализация которых началась в 2024-2025 годах, есть и проекты, целью которых заявлено достижение технологического суверенитета в различных отраслях экономики. Одним из мероприятий в рамках достижения такого суверенитета в текстильной и легкой промышленности, призванным обеспечить координацию предприятий разных отраслей и властей разных уровней, стало совещание «Химия для легпрома: сырье и технологии», которое прошло 16 июля в Иванове.

Организаторами совещания стали Минпромторг России и правительство Ивановской области. Представители текстильной и химической промышленности могли пообщаться, задать вопросы напрямую потенциальным контрагентам, передать свои предложения курирующим эти отрасли руководителям соответствующих департаментов Минпромторга. Чем многие – не без результата – и воспользовались. Как оказалось, подобных площадок, где текстильщики и химики могли бы и под протокол, и в более неофициальной обстановке обсудить свои потребности и возможности, недостаточно. И производители текстиля порой не знают, что ТВВ, которые они закупают в Китае, производят не хуже и не дороже если не в соседнем регионе, то в одном с ними федеральном округе. Или, скажем, производитель химволокна поставляет его в Китай, там из него делают нить, а российские текстильщики закупают китайскую пряжу, чтобы здесь делать смесовые ткани. А всего-то и нужно – создать в России производство пряжи из химволокна, чтобы углубить локализацию конечного продукта.

Собственно, для выявления подобных узких мест и получения обратной связи от научного сообщества и производственников и организуются такие мероприятия. Ну а правительство Ивановской области не преминуло продемонстрировать высоким гостям из Минпромторга и руководителям предприятий из других регионов достижения текстильной промышленности региона. Гордиться есть чем: Ивановская область остается крупнейшим центром легкой промышленности, за пять месяцев текущего года объем отгруженной продукции текстильной и швейной отрасли превысил 72 млрд рублей.

Ивановские текстильщики активно развивают производство смесовых тканей, высокотехнологичных нетканых материалов, внедряют в производство собственные инновационные разработки. Делегация, которую возглавляли директор департамента легкой промышленности и лесопромышленного комплекса Минпромторга РФ Дмитрий Кусков и директор департамента химической промышленности Артур Смирнов, побывала на Ивановском меланжевом комбинате, выпускающем спецткани, в том числе смесовые, на предприятии «Фотопринт Иваново» – первом в России производстве мембранных тканей полного цикла и одежды из этих тканей. Также гости побывали на производствах «Ивхимпром» и «Русхимволокно».

НОВЫЕ НАЦПРОЕКТЫ – НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Как отметила заместитель председателя правительства Ивановской области Юлия Васильева, главная проблема легкой промышленности России сегодня – импортозависимость от сырья и материалов (до 80-95 %). «Ситуация обостряется нехваткой натурального хлопка, дефицитом шерсти и льна, падением объемов выпуска отечественных волокон и дефицитом фурнитуры, – рассказала она, комментируя итоги совещания. – Масштабное замещение натуральных тканей высокотехнологичной синтетикой и смесовыми материалами потребует наращивания выпуска полиэфирных, полиамидных и полиуретановых волокон и нитей.

Химическая промышленность (нефтехимия и малотоннажная химия) выступает главным рычагом решения этих проблем. Замена натурального сырья современными синтетическими аналогами и локализация спецхимии способны обеспечить технологический суверенитет легпрома. Для этого необходимо развивать малотоннажную химию для текстильной отделки, локализовать производство текстильно-вспомогательных веществ: закрепителей, аппретов, гидрофобизаторов и ПАВ, разработать базовую линейку активных, дисперсных и прямых красителей для разных типов волокон».

Артур Смирнов сообщил, что от департамента легкой промышленности Минпромторга был получен перечень из 192 химических продуктов, необходимых для отечественного легпрома, производство которых требуется наладить на российских предприятиях. Эти продукты относятся к таким категориям, как волокна и нити, красители, полимеры и другие. «В рамках национального проекта «Новые материалы и химия» мы организуем работу по нескольким направлениям», – отметил Смирнов. Он выделил четыре приоритетных направления, по которым уже есть определенные результаты: компоненты полиуретана и производные анилина (уже начинается реализация проекта в Самарской области); волокна ПЭТ (этот проект реализует «Татнефть»); спецвысокомолекулярный полиэтилен (создана цепочка, в которую входят предприятия в Башкирии и Санкт-Петербурге); спецполимеры, арамиды и метарамиды. По словам Смирнова, большой интерес к этим проектам проявляют крупные корпорации, такие, как «Калашников», «Технодинамика», «БТК» и ряд других. Он призвал всех участников рынка активнее пользоваться мерами государственной поддержки, которые предусмотрены для предприятий, вкладывающих средства в НИОКР, разрабатывающих и внедряющих инновационные технологии и производящие продукцию, которая могла бы обеспечить потребности российских текстильщиков.

МАЛОТОННАЖНАЯ, НО КРАЙНЕ ВАЖНАЯ

Производители малотоннажной химии из различных регионов России отмечают, что отечественные предприятия обладают большим потенциалом для производства продукции, необходимой легпрому. Так, Светлана Воронкова, представлявшая АО «Пигмент» (г. Тамбов), рассказала, что ассортиментный портфель компании для текстильного рынка включает в себя красители и ТВВ для подготовки к крашению и отделке всех видов натуральных и синтетических волокон и тканей, а также компоненты для печатных композиций и пленочных покрытий. Сейчас предприятие дорабатывает оптический отбеливатель под требования текстильного рынка и продуктов на основе стиролакриловых дисперсий для ковровых изделий.

«Группу текстильновспомогательных веществ мы выделяем в целом как наиболее перспективную, – отметила Светлана Воронкова. – Мы системно проводим анализ рынка красителей, имеем представление об объемах



потребления. Очевидно, что рынок текстильной химии достаточно емкий и интересен как для отечественных, так и для зарубежных компаний».

По словам Воронковой, на сегодняшний день далеко не все отечественные производители текстиля нацелены на работу с российскими поставщиками текстильной химии. Так, компании с турецким участием, которые базируют свои мощности в Российской Федерации, в своем производстве используют исключительно текстильную химию Турции – при том, что аналоги выпускаются в нашей стране.

О не слишком удачном опыте взаимодействия с предприятиями легпрома рассказал и Алексей Скляров, руководитель отдела продаж спецхимии ООО «Новохим». Предприятие занимается производством малотоннажной химии для различных отраслей, в частности – глиоксаля и его производных. Скляров подчеркнул: в России глиоксаль используется, в основном, для производства средств дезинфекции, в то время как за рубежом на его основе производится широкий спектр ТВВ. Благодаря наличию собственной лабораторной базы и тесному сотрудничеству с профильными кафедрами вузов, специалисты «Новохима» разработали продукты, которые могут использоваться в отделочном производстве. На эти препараты получены патенты, они прошли испытания на производствах. Однако пока наладить широкое



взаимодействие с крупными текстильными предприятиями не удается – возможно, из-за недостатка информации.

О недостаточной информированности представителей легпрома относительно возможности отечественных производителей малотоннажной химии говорила и генеральный директор АО «Ивхимпром» Юлия Кабанова. По ее словам, локализация производства спецхимии необходима для обеспечения технологического суверенитета страны не в меньшей степени, чем локализация производства химволокна и нитей из него. «Ключ к успеху – в синергии наших отраслей, – подчеркнула Юлия Кабанова. – Очень важно повысить осведомлённость представителей лёгкой промышленности о возможностях отечественных производителей малотоннажной химии, отметила она. Локализация выпуска специализированной химии так же важна для технологического суверенитета страны, как и производство химических волокон и нитей на их основе. Снижение зависимости от импорта необходимо, потому что сегодня она напрямую ведёт к непредсказуемой себестоимости и риску внеплановых остановок производства». Юлия Кабанова привела конкретный пример: «Когда возникают перебои, мы вынуждены срочно ехать в Китай и решать вопросы любой ценой. Недавно китайские поставщики подняли цены почти по всем нашим сырьевым позициям, и нам пришлось сокращать собственные доходы – повысить цены мы не можем из-за жёсткой конкуренции с теми же поставщиками из Китая.»



По мнению руководителя АО «ИВХИМПРОМ», государство может сыграть важную роль в развитии отечественной малотоннажной химии: поддерживать создание технопарков, инициировать и сопровождать межотраслевые проекты. Особое внимание, по её мнению, нужно уделить финансированию научных институтов и НИОКР.

«Двадцать лет назад китайские специалисты приезжали к нам учиться. А сегодня мы ездим учиться уже к ним», – с сожалением отметила она, подчеркнув необходимость возвращения лидерства в химической отрасли.

С интересным предложением по поводу того, как мягко стимулировать российских текстильщиков обратить внимание на отечественных производителей текстильной химии, выступил генеральный директор АО «Вяземский завод синтетических продуктов» Евгений Гончаренко. «Мы готовы закрывать значимую долю из критической продукции по полихимическому направлению, – подчеркнул он. – И чтобы снизить конкуренцию с импортом, предлагаем конкретно по критическим для импортозамещения позициям ввести дополнительную импортную пошлину. Ее можно применять дифференцированно в зависимости от того, какой вид химической продукции импортируется. На сырье пошлина нулевая, и при каждом переделе добавляется определенный процент. А чтобы усилить эффект, доходы от этой пошлины необходимо целевым образом направлять на стимулирование импортозамещающих проектов. Уверен, что национальные приоритеты, утвержденные в национальном проекте, требуют не только желания и способности реализовывать импортозамещение, но и экономических стимулов для производств, которые этим занимаются. В данном случае дополнительная импортная пошлина могла бы стать существенной экономической предпосылкой для динамического развития отрасли».

Будут ли готовы в Минпромторге пойти на такие меры, пока неизвестно: на момент верстки номера итоговый протокол совещания еще не был доступен.

ХИМИЯ И НИТЬ: ПОКА ЗА ЗАКРЫТЫМИ ДВЕРЯМИ

Отдельный блок для обсуждения на совещании был посвящен развитию производства химических нитей, однако для прессы эта тема оказалась закрытой. Так что единственное, что удалось узнать о перспективах развития сырьевой базы для легпрома – это позицию ПАО «Сибур Холдинг» относительно полипропиленовых тканей.

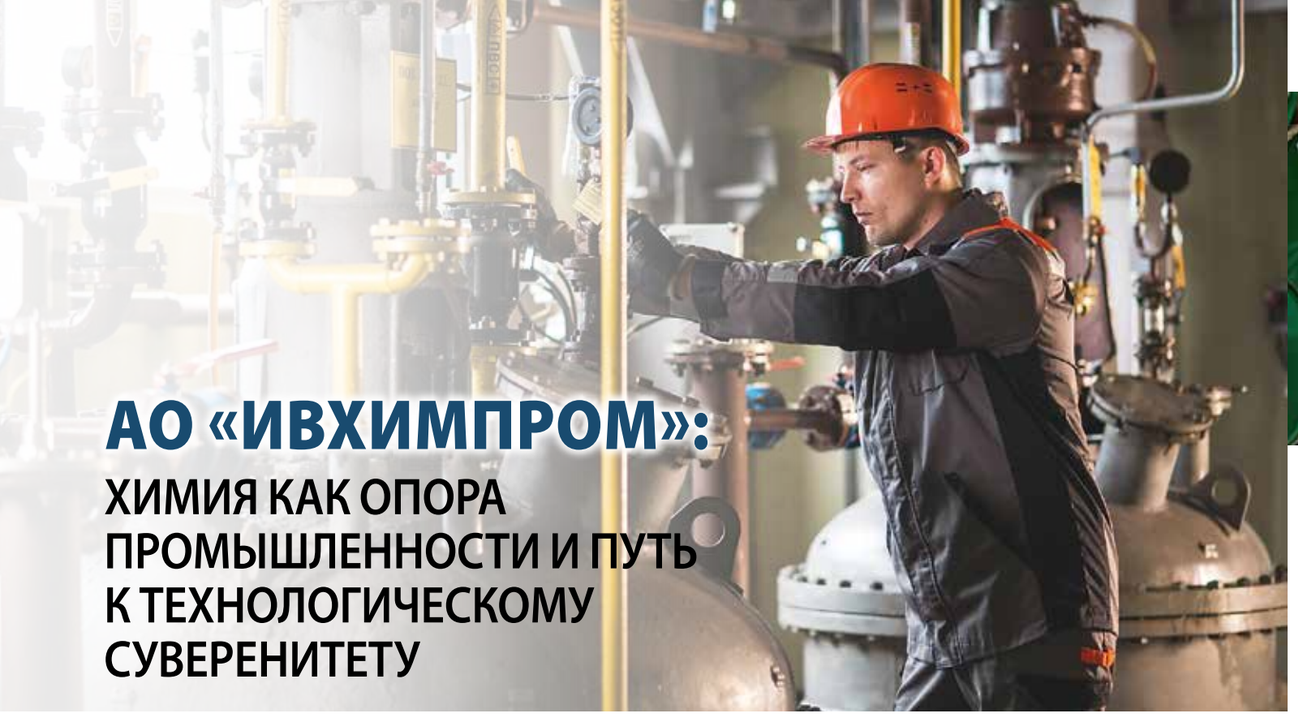
Как рассказал руководитель службы отраслевых решений дивизиона «Потребительские товары» ПАО «Сибур Холдинг» Алексей Роменский, полипропилен в текстиле используется не слишком широко, поскольку потребительские свойства этого волокна устанавливают определенные барьеры. Его невозможно поверхностно окрашивать, у него низкая термическая устойчивость (гладить изделия из полипропиленового волокна нельзя). Но при этом полипропилен практически не поглощает влагу, не намокает, полипропиленовые ткани очень легко чистить за счет того, что грязь к ним не прилипает и не впитывается в ткань.

«Мы предлагаем рассмотреть возможность применения полипропиленовых нитей и волокон для производства различных текстильных изделий. В том числе, в тех, где его не применяют в других странах, поскольку сегодня у научных институций, в том числе у ивановского НИИ растворов РАН, есть наработки по модификации свойств полипропиленовых волокон», – заявил Роменский.

Применяться такие ткани могут для изготовления термобелья, чулочно-носочных изделий, головных уборов, перчаток, скатертей, штор, декоративной обивки для мебели, обшивки матрасов и т.д. Алексей Роменский рассказал, что холдинг уже нашел партнеров в России, которые начали производить не только волокна, но и пряжу, в том числе смесовую с хлопком. Сейчас изготовлена тестовая партия готовых изделий из полипропиленовых нитей, чтобы оценить их потребительские свойства.

Роменский рассказал еще о двух проектах «Сибура», связанных с легпромом. «Первый – это возможность производства вискозы. Этот проект находится на ранней инвестиционной стадии, но мы видим в нем большой потенциал, – сказал он. – Второй – малотоннажная химия. Мы видим большую потребность в ней. Сейчас коллеги рассматривают новую технологию – микрофлюидного синтеза, при которой синтез производится в крошечных микрочипах. Это позволяет снизить стоимость, существенно снизить требования к объемам, которые нам необходимо производить, ускорить лабораторную разработку, снизить опасность производства таких веществ. И в дальнейшем, если лабораторная проработка оказалась успешной, то дальше либо нарастить количество этих чипов, либо перейти на проточные трубные технологии, отказавшись от традиционных химических реакторов». ◆





АО «ИВХИМПРОМ»:
ХИМИЯ КАК ОПОРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ПУТЬ К ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМУ СУВЕРЕНИТЕТУ



Юлия Сергеевна КАБАНОВА
генеральный директор АО ИВХИМПРОМ

Компания «Ивхимпром» из Иванова – не просто производитель химии, а технологический партнёр для предприятий лёгкой промышленности. Многолетняя история компании сложилась в опыт создания решений, от которых напрямую зависят безопасность производства, качество продукции и экологическое равновесие. В фокусе работы предприятия – не только выпуск химикатов, но и снижение производственных рисков, сокращение издержек и обеспечение стабильности технологических процессов.

ПОЧЕМУ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ – ЭТО ВОПРОС УСТОЙЧИВОСТИ

Сегодня зависимость от импортных компонентов – не абстрактная проблема, а измеримый риск: она способна остановить производство и привести к срыву сроков поставок. Особенно остро эта проблема стоит в лёгкой промышленности: нехватка синтетических волокон и спецнитей срывает планы по выпуску технических тканей и спецодежды, колебания в поставках красителей и текстильно вспомогательных веществ (ТВВ) приводят к разнотону – главной причине брака и рекламаций.

В химической отрасли уязвимости ещё критичнее: отсутствие катализаторов, специальных добавок или реактивов для контроля качества может парализовать целые производственные линии. При этом роль таких компонентов непропорционально велика: всего 1 кг специализированного продукта нередко обеспечивает выпуск тысяч тонн основной продукции. Без реактивов невозможно подтвердить соответствие ГОСТам и техническим условиям, а значит и отгрузить товар заказчику.

Таким образом, импортозависимость трансформируется в прямые финансовые и операционные риски: внеплановые простои, срыв поставок, нестабильную себестоимость и рост логистических издержек.

ИНФРАСТРУКТУРА И УПРАВЛЯЕМОСТЬ КАК ОСНОВА НАДЁЖНОСТИ

АО «Ивхимпром» выстраивает свою работу как элемент системы управления производственными рисками. Локализованное производство в Иванове позволяет сократить сроки поставки до 7–14 дней в сравнении с 30–60 днями и более при работе с импортом. Это снижает потребность в крупных страховых запасах и высвобождает оборотный капитал предприятий партнёров.

Производственно логистическая база компании включает:

- 4 цеховых корпуса общей площадью 13 130 м^2;
- складские помещения на 9 550 м^2;
- резервуарный парк объёмом 8 190,7 м^3;
- железнодорожные подъездные пути;
- инновационный и инжиниринговый центры;
- собственную аккредитованную лабораторию ОТК.





Контроль качества ведётся по ТУ, ГОСТ и стандартам ISO на всех этапах: от проверки сырья до лабораторных испытаний готовой партии и документального сопровождения. Такой подход гарантирует стабильность характеристик от партии к партии и минимизирует риск внезапного роста брака или простоев.

Решения для текстильной промышленности: конкретные эффекты

Продуктовая линейка АО «Ивхимпром» закрывает ключевые болевые точки предприятий текстильной отрасли.

Замасливатели помогают бороться с обрывностью нити – одной из главных причин снижения эффективности. Линейка разработана под разные типы волокон и технологические стадии:

- ПП – для полипропиленовых и полиэфирных волокон;
- ПА – финишный состав для полиамидов;
- А1 – для ацетатных и арамидных волокон;
- НО2 – термостойкий финиш для высоконагруженных процессов;
- Б73 – специализированная эмульсия для шерсти и смесовых волокон;
- ТС69 – термостойкий для полиамидных нитей.

Эффект от применения дает снижение обрывности на 15–30 % и рост общей эффективности оборудования (OEE). Для предприятия это означает меньше простоев, больше отработанных часов в смену и предсказуемый объём выпуска.

ПАВ и моющие композиции («Сатурн», «Ивастат С», «Оксифос Б 7», «Олеат ПЭГ 200/300») стабилизируют подготовку ткани, а именно: минимизируют разнотон; помогают контролировать усадку; сокращают длительность технологической подготовки на 10–15 %.

Результат – предсказуемая себестоимость, снижение риска внеплановых расходов и защита от рекламаций. Кроме того, это уменьшает потребность в срочных закупках импортных реагентов по завышенным ценам.

Антистатические препараты снижают скрытые риски и нагрузку на персонал: за счёт уменьшения обрывов и остановок сокращается количество брака, а производственный процесс становится более стабильным.

Бактерицидные препараты защищают от микробного поражения, которое ведёт к рекламациям и нарушению стабильности технологических процессов. Линейка включает БАКЦИД М, БИЦИДАЛЬ И/У/ДМ, БИЦИДАЛЬ К, БИЦИДАЛЬ НЕО. Их применение исключает развитие микрофлоры в составах, предотвращает гниение сырья и сохраняет стабильность рецептур.

Пеногасители (ПК 3 и ПК 6) эффективно подавляют пену даже в малых концентрациях, надёжно работая в разных технологических режимах. Это предотвращает незапланированные остановки из за пенных пробок, снижает расход воды и химических реагентов и оптимизирует операционные затраты.

СИНЕРГИЯ ОТРАСЛЕЙ И РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ

Преодоление вызовов в лёгкой промышленности невозможно без развития малотоннажной химии. Замена натурального сырья на современные синтетические аналоги и локализация выпуска специализированной химии обозначает ключевой путь к технологическому суверенитету отрасли. Особенно важно наладить выпуск отечественных ТВВ: закрепителей, аппретов, гидрофобизаторов, ПАВ, а также базовой линейки активных, дисперсных и прямых красителей, адаптированных под разные типы волокон.

Государственная поддержка осуществляется в форме субсидий, налоговых льгот и развития инфраструктуры технопарков, что может стать мощным катализатором роста как химической, так и текстильной отраслей.

ФОРМАТ ПАРТНЁРСТВА И СКОРОСТЬ РЕАКЦИИ

АО «Ивхимпром» работает с клиентами как партнёр, глубоко вникая в технологические задачи и производственные вызовы. Срок реакции на запрос составляет не более двух рабочих дней. Формат взаимодействия гибкий и ориентирован на измеримые результаты: это онлайн встречи для оперативного обсуждения, выезд технолога на производство, а также проведение тестов на площадке клиента для подтверждения эффективности решения.

Сертифицированные системы менеджмента качества (ISO 9001) и экологического менеджмента (ISO 14001) подтверждают системный подход компании к управлению процессами и ответственному отношению к окружающей среде. ◆

АО ИВХИМПРОМ
ОСН. В 1838

8-800-22-22-732
www.ivchimprom.com

Минтруд России

Российский союз промышленников и предпринимателей

Федерация Независимых Профсоюзов России

АССОЦИАЦИЯ СИЗ

БЕЗОПАСНОСТЬ В ОБЛАСТИ БЕЗОПАСНОСТИ

БИОТ 2026

И ОХРАНА ТРУДА

Международная выставка-форум

30 ЛЕТ

17–20 НОЯБРЯ

Главная площадка для обмена опытом, обсуждений последних тенденций в области безопасности труда и средств индивидуальной защиты, поиска партнеров и заключения контрактов



Крокус Экспо
Международный выставочный центр

Москва
biot-expo.ru

КОМИТЕКС
www.komitex.ru

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ НЕТКАНЫХ МАТЕРИАЛОВ В РОССИИ

НЕТКАНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ЛЕНТЫ ДЛЯ ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ:

- ДЕТАЛИ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ
- УТЕПЛИТЕЛЬ ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ
- ПРОКЛАДКА ПОДЛЕЖАЩИХ УКРЕПЛЕНИЮ ДЕТАЛЕЙ



АО "КОМИТЕКС"
167000, г.Сыктывкар, ул.2-ая Промышленная, 10
тел. +7(8212)286-548, 286-547
E-mail.: market@komitex.ru

на правах рекламы

ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ
КУРЬЕР

Приглашаем в наши соцсети

МЫ В MAX



ITM 2026



Юрий ЕФРЕМОВ,
генеральный директор компании «Текстиль и технологии»

ПЕРВЫЙ ВЗГЛЯД – ВЫСТАВКА В РЕЖИМЕ ЭКОНОМИИ

Международная выставка текстильных технологий ITM проходит в Стамбуле раз в два года и традиционно считается одним из главных событий отрасли в регионе. Сравнение итогов мероприятий 2024 и 2026 годов рисует довольно красноречивую картину.

В 2024 году в выставке приняли участие 1 385 компаний из 71 страны, площадки всех 13 павильонов были задействованы в полном объёме. В 2026 году число участников опустилось до отметки чуть выше тысячи, а представленных стран стало около пятидесяти. Формально все 13 павильонов открыты, однако часть площадей внутри них огорожена – реально задействованная экспозиционная площадь сократилась, по оценкам, на 15–20 %.

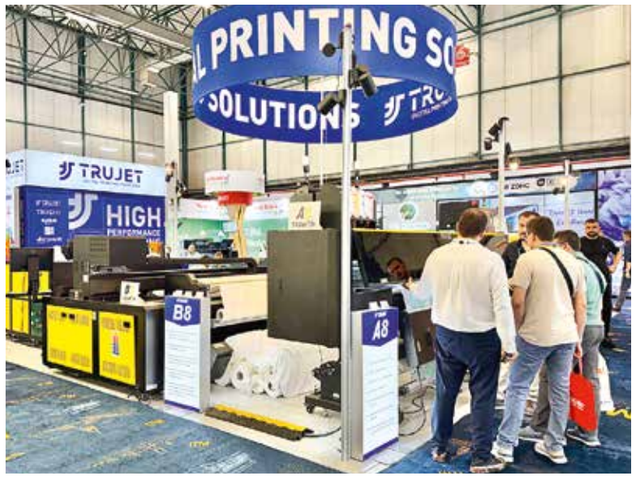
Особенно заметные изменения произошли в сегменте промышленных цифровых текстильных принтеров. Из пяти ведущих производителей – MS Printing Solutions, EFI Reggiani, SPGPrints, ZIMMER AUSTRIA и японской Konica Minolta – ни один не привёз действующего оборудования. MS Printing Solutions, занимавшая в 2024 году обширный стенд с флагманским пигментным принтером MS JP7 Evo, сократила экспозицию примерно втрое. EFI Reggiani уменьшила стенд вдвое. Konica Minolta, SPGPrints и Zimmer также сократили площади – и все ограничились представительским присутствием без демонстрации техники. На общем фоне стабильна китайская Atexco: её стенд в зале 5 сохранил прежние размеры, а посетители могут увидеть два работающих текстильных принтера.

За этой статистикой стоит целый ряд экономических факторов. Стоит оговориться: цифровая печать по своей природе значительно экономичнее традиционной аналоговой ротационной – она потребляет меньше воды, энергии и химикатов. Однако даже эта эффективная технология сейчас стагнирует.











Турецкая текстильная промышленность работает в условиях многолетнего инфляционного давления: по данным института статистики Турции (TÜİK), годовая инфляция в стране по итогам 2025 года составила около 31 %, а в мае 2026 года снова выросла до 32,6 %. Параллельно многие предприятия прибегают к процедуре конкордата – предусмотренному турецким законодательством механизму судебной реструктуризации долгов, при котором взыскание задолженности временно приостанавливается. Это позволяет компаниям продолжать работу, но не стимулирует инвестиции в новое оборудование.

Дополнительным ударом стал рост напряжённости на Ближнем Востоке, повлёкший за собой очередной виток цен на энергоносители. Европейские рынки, ключевые потребители турецкого текстиля также переживают охлаждение: спрос на готовые текстильные изделия в Германии, Франции и Италии в 2024–2025 годах стагнирует на фоне снижения потребительских расходов.

В итоге ITM 2026 отражает состояние отрасли точнее, чем любые официальные пресс-релизы. Производители оборудования сохраняют присутствие на выставке, но осторожничают с инвестициями в демонстрацию техники. Исключение составляют азиатские компании – прежде всего китайские, которые используют момент для усиления позиций на рынке, традиционно принадлежавшем европейцам.

Рассмотрим участников выставки детальнее, остановимся на наиболее интересных стендах и экспонатах, а также попробуем оценить, в каком направлении движется рынок цифровой текстильной печати.

ОБЗОР ПЕЧАТНОГО ОБОРУДОВАНИЯ. ЗАЛ 5

Как и на выставке 2024 года, цифровые текстильные принтеры на ITM 2026 были сосредоточены в залах 4 и 5. Ниже – обзор экспонентов зала 5.

Karya Dijital

Турецкая компания Karya Dijital представила линейку принтеров собственного бренда TRUJET: сублимационную модель M16, принтер прямой печати по натуральным и смесовым тканям A8, модель B8 для прямой печати по полотну и трикотажу с транспортным ремнём, а также принтеры DTF с пятью и восемью печатными головами. Всё оборудование на стенде работало и демонстрировало печать в реальном времени.

Среди уже хорошо знакомых моделей особое внимание привлекли новинки – принтеры DTF, которые ранее не входили в линейку оборудования Karya Dijital. Сама технология DTF не нова и хорошо известна на турецком рынке, однако появление этих моделей у производителя, ориентированного на промышленную текстильную печать, – заметное событие. По отзывам посетителей









стенда, новые DTF-принтеры получили высокую оценку как со стороны постоянных клиентов компании, так и среди новых покупателей.

Epson

Компания Epson показала промышленный принтер Monna Lisa 32000JQ, оснащённый 32 печатными головами. По словам представителя компании, присутствовавшего на стенде, в Турции этот принтер позиционируется как устройство для бескомпромиссно качественной печати, что обусловлено его достаточно высокой стоимостью.

Одна из ключевых особенностей Monna Lisa 32000JQ – возможность одновременного использования реактивных и пигментных чернил, заправленных в разные группы печатных голов. Это позволяет оператору выбирать тот тип чернил, который оптимально подходит для конкретной ткани и поставленной задачи. При заправке двумя видами чернил рабочая скорость, разумеется, снижается, однако среди заказчиков есть те, кто готов пожертвовать производительностью ради универсальности.

Ещё одна интересная конструктивная особенность – оптическая система совмещения, позволяющая печатать изображение с точным совпадением рисунка на лицевой и обратной сторонах ткани. Точность совмещения составляет не менее 1 мм. На выставке принтер работал с реактивными чернилами в 8-цветной схеме по жаккардовому полотну. Качество печати действительно соответствовало самым высоким стандартам.

Atexco

Компания Atexco была представлена турецким дилером Mert Dijital, который показал два принтера. Первый – сублимационный Model H, оснащённый 16 печатными головами Kyocera. Принтер рассчитан на работу с материалом на больших рулонах диаметром до 1100 мм и массой до 1200 кг. Приёмное устройство вмещает рулоны диаметром до 500 мм и весом до 600 кг.

Второй экспонат – модель Lyra E4 для прямой печати по текстильным материалам. Lyra E4 может быть оснащён 40 печатными головами Kyocera, размещёнными в 4 ряда до 10 головок в каждом. По информации представителей стенда, в режиме 2 pass при 8-цветной схеме печати принтер развивает скорость до 330 м²/час.

Hanglory

Китайская компания Hanglory в этом году вышла на выставку со скромным стендом, без оборудования.

SETeMA

Приятно было увидеть на выставке голландскую компанию SETeMA и её руководителя Нопа Элеманса. Грамотное планирование и учёт возможных негативных факторов позволяют этой небольшой частной компании вот уже более 20 лет самостоятельно производить и поставлять пропиточные машины, паровые зрельники и промывочное оборудование клиентам по всему миру. Стоит отметить, что практически всё ранее поставленное в Россию оборудование SETeMA продолжает работать.

ПОСТАВЩИКИ ЧЕРНИЛ

Поставщики чернил для текстильных принтеров сохраняют активное присутствие на рынке и уверенно участвуют в выставке ITM. По их словам, рынок расходных материалов в меньшей степени пострадал от падения спроса на оборудование. Существующие клиенты продолжают печатать, пусть и в меньших объёмах, но этого достаточно, чтобы компании поставщики чернил уверенно смотрели в завтрашний день и строили планы по развитию.

Любопытная деталь: напольное покрытие на стендах практически повсеместно было отпечатано цифровым способом. Подробнее об этом – в следующей части обзора.

ЗАЛ 4

Организация выставки в целом заслуживает отдельного упоминания. Одновременно работают четыре входных поста, контроль проходит быстро и без очередей Часы работы – с 9:30 до 18:00. Непосредственно у входов, в радиусе 50 метров, расположены четыре просторные парковки со свободными местами в любое время дня. В залах поддерживается комфортная температура – около +20–21 °C.

Зал № 4 традиционно отдан поставщикам оборудования для цифровой печати по текстилю. Как уже отмечалось ранее, в этом году условно итальянские компании MS Printing Solutions и Reggiani заметно сократили площадь стендов и отказались от демонстрации печатного оборудования. Австрийская ZIMMER также участвовала без техники. По сравнению с предыдущей выставкой, поток посетителей на стендах всех трёх компаний ощутимо снизился. DURST, как и в 2024 году, в ITM участия не приняли.

Стенд дилера Konica Minolta разместился в павильоне № 11 – там, где сосредоточено вспомогательное и отделочное оборудование. Найти его, не зная заранее, непросто. Оборудование на стенде отсутствовало.

Индийская компания Colorjet представила крупногабаритную машину для печати по ковровым покрытиям. Принтер Carpetjet впечатляет масштабом: рабочая ширина – 5200 мм, до 48 печатных голов, производительность – до 7600 м²/день. Из-за значительного энергопотребления при термофиксации изображения принтер в первые два дня выставки не печатал. Тем не менее представленные образцы ковровых покрытий выглядели убедительно: с расстояния трёх метров отличить их от тканых изделий было непросто.

















В анонсе выставки сообщалось, что на стенде 409 турецкий дилер Mimaki – компания AIT – продемонстрирует флагманскую модель принтера TS330-1600. Принтер на стенде действительно присутствовал, однако не Mimaki. Японский бренд последовательно теряет позиции на турецком рынке, и дилер предпочёл показать то оборудование, которое реально востребовано и продаётся.

Среди компаний, связанных с цифровой текстильной печатью, в зале 4 был представлен лишь один производитель каландровых термопрессов – турецкая HAZAR Makina. Сублимационная печать переживает в Турции непростые времена. Проведение СВО способствовало сокращению спроса на текстиль со стороны ближайших стран; нестабильность в регионе Персидского залива и фактическая блокировка Ормузского пролива существенно подняли цены на энергоносители. Удорожание энергии и логистики сказывается на всей турецкой экономике, и текстильная отрасль – не исключение.

Турецкий дистрибьютор Future Digital показал несколько принтеров: для сублимационной печати под маркой Coltex и для прямой печати под маркой Torque.

Местная компания Optimum Digital экспонировала китайский принтер с табличкой «Сделано в Турции». Как объяснили коллеги, подобная практика имеет вполне прагматичное обоснование. В ряде стран Ближнего Востока и Северной Африки (регион MENA) на китайское промышленное оборудование действует стандартная ввозная пошлина в 10–15 %, тогда как турецкое оборудование поставляется беспошлинно. Это обусловлено разветвлённой сетью соглашений о свободной торговле (FTA), которые Турция целенаправленно заключала с регионом на протяжении последних десятилетий; в числе последних – соглашения с ОАЭ и Катаром.

Местный интегратор Inno Print Dijital представил несколько китайских принтеров. Всё оборудование на стенде работало в демонстрационном режиме.

Среди участников зала 4 в этом году выделялся масштабный стенд компании NMS. Nur Makina Sanayi – известный турецкий производитель промышленного оборудования для финальной обработки ковров и напольных покрытий. Компания основана в 2008 году и, несмотря на относительно молодой возраст, полностью закрывает потребности фабрик на этапе превращения сошедшего со станка тканого полотна в готовое к продаже изделие. Всё оборудование построено на современных системах автоматизации с контроллерами PLC и поставляется как на внутренний рынок – прежде всего в Газиантеп, мировую столицу ковроткачества, – так и на экспорт.

КУДА ДВИЖЕТСЯ ТЕКСТИЛЬНАЯ ОТРАСЛЬ В ТУРЦИИ?

Турецкая текстильная отрасль находится под давлением с нескольких сторон одновременно: дорожает энергия, растёт стоимость рабочей силы, ужесточаются внутренние экологические нормы. Европейский зелёный курс добавляет внешнее давление – а ведь Европа остаётся главным экспортным рынком для турецкого текстиля.

Ответ производителей прослеживается в трёх направлениях.

Первое – уход от дешёвого массового продукта в сторону высокой добавленной стоимости: сложные виды отделки, стабильное высокое качество, короткие сроки поставки. Конкурировать с Бангладеш и Вьетнамом по цене бессмысленно. По скорости и качеству – вполне реально.

Второе – экологичность как норма, а не опция. Крашение с низким модулем ванны[1], озоновая обработка, рекуперация тепла – всё это уже не экзотика передовых предприятий, а базовое требование для выхода на европейский рынок в условиях European Green Deal.

Третье – автоматизация и цифровизация. IIoT[2]-платформы, ИИ для контроля качества, цифровые рецептуры крашения. При растущей стоимости труда это уже не роскошь, а условие выживания.

Более скромный формат ITM 2026 лишь подтверждает: турецкая текстильная индустрия на переломе. И именно поэтому выставка сохраняет свою ценность – здесь можно увидеть, как отрасль реагирует на изменения.

Стоит отметить ещё один устойчивый тренд: ITM превращается в реальную альтернативу ITMA для рынков, где визовые и транспортные ограничения делают поездку в Европу сложной. Многие специалисты из стран бывшего СССР, в том числе из России, приезжают именно в Стамбул – в поисках новых технологий и для выбора оборудования. ◆

[1] Низкий модуль ванны (Low Liquor Ratio Dyeing) – технология крашения текстиля, при которой на единицу массы ткани используется минимальное количество красильного раствора. Классическое оборудование работает при соотношении ткань/вода 1:10 и выше, порой до 1:30. Современные машины с низким модулем ванны достигают показателей 1:4–1:6. Это даёт ощутимый практический результат: существенно снижается расход воды, красителей и энергии на нагрев ванны, сокращается время цикла и объём сточных вод. Технология особенно актуальна в условиях ужесточения экологических требований и роста стоимости ресурсов – именно поэтому ведущие производители красильного оборудования активно продвигают машины с низким модулем ванны как стандарт современного экологичного производства.

[2] IIoT-платформа (Industrial Internet of Things, промышленный интернет вещей) – программно-аппартаная система, которая собирает данные с производственного оборудования через датчики и контроллеры, передаёт их в облако или на локальный сервер, анализирует в режиме реального времени и визуализирует в виде графиков и отчётов. Главная практическая ценность таких платформ – предиктивное обслуживание: система заранее предупреждает о возможных неисправностях до того, как оборудование выйдет из строя. Современные текстильные машины ведущих производителей уже оснащаются встроенными модулями для подключения к подобным платформам, передавая данные о выработке, качестве нити, ткани, трикотажа и времени простоя напрямую в систему управления предприятием.











ЕКАТЕРИНА НЕПОЧАТЫХ: «ИЗ ТЕХНОЛОГА – В АРХИТЕКТОРА ОТРАСЛИ. ЗАЧЕМ Я СТРОЮ СИСТЕМУ ДЛЯ ШВЕЙНОГО БИЗНЕСА»

Беседовала
Марина МОСКАЛЕВА

Екатерина Непочатых – технолог швейного производства, кандидат технических наук, основатель платформы ПРОШЬЮБИЗНЕС и агентства производственных решений. Мы поговорили о ее пути и о глобальной цели – помочь швейной отрасли стать по-настоящему сильной.

Екатерина, вас сегодня многие знают как блогера, человека, который занимается образованием и консалтингом в швейной отрасли. Расскажите поподробнее о себе. Где вы учились, с чего начинали?

Мой путь в профессию начался с детства. Я родом из города Боровичи Новгородской области. Мама, бабушка, дядя шили. Первые свои юбку-шорты я сшила вместе с бабушкой в 9 лет.

В восьмом классе я поняла, что хочу быть дизайнером одежды. Но было препятствие: я занималась музыкой, спортом, а в художественной школе не училась, и идти туда мне было поздно. И все-таки меня взяли на условиях, при хорошей учебе первый год зачтут экстерном. В художке я пропадала до позднего вечера. Но, когда мы начали ездить в московские вузы на Дни открытых дверей, стало понятно, что образования, полученного в провинциальной художественной школе, для поступления недостаточно. Пришлось задуматься о смежных специальностях. В итоге я поступила в Московский государственный университет дизайна и технологий (сейчас это РГУ имени Косыгина) на технолога. Немного расстроилась, но, когда начались спецпредметы, поняла, что это моя профессия. Мне очень нравилось видеть изделие в объеме, раскладывать на детали. Я и сейчас любую вещь вижу именно так.

В 2007 году я закончила университет, в 2012-м защитила диссертацию, стала кандидатом технических наук. Также я выиграла грант и проводила исследования в Германии.

Уже студенткой я понимала, что не пойду в найм (и лишь несколько месяцев после практики проработала в компании «Кристи»). Со второго курса принимала заказы на индивидуальный пошив. И в 2010 году мы с мужем открыли ателье в Москве. Брались за любые заказы, изучали процессы с нуля.

Ателье выросло в экспериментальный цех, там мы занимались разработкой образцов изделий. В 2015 году открыли производство в Новгородской области, где шили изделия партиями. В основном, нашими клиентами были дизайнеры сегмента премиум+.

В 2019 году мы устали работать на два города и перевезли цех из Новгородской области в Москву.

Получается, что вы прошли швейное производство изнутри – от учебной скамьи до науки и управления. В какой момент этот путь повернул к образованию и консалтингу?

В 2020 году, в пандемию коронавируса, я начала пересматривать все процессы. Уже тогда ко мне стали обращаться за консультациями собственники и специалисты с других производств. Плюс начался отток приезжих швей, обострился дефицит кадров. Стало понятно, что есть спрос на обучение.

Да и я сама задалась вопросом, кем я себя вижу через пять-десять лет. И осознала, что, по сути, всегда много занималась обучением людей. Даже если сама чего-то не знала, могла выстроить методологию и быстро добрать недостающие знания.

И я приняла решение идти в обучение швей и технологов. Так как я много работала с поставщиками оборудования, меня поддержала компания «Швеймаш». Так родился ПРОШЬЮБИЗНЕС.

Сейчас в нашей «Академии швейных технологий» два флагманских проекта – курс для руководителей швейных производств, и курс для технологов. Я стараюсь как бы встать между технологом и собственником. Они – как два партнера, которые часто не слышат друг друга. Собственник считает деньги, но не понимает, что происходит в цехе. Технолог знает производство, но привык работать ради самого процесса, а не влиять на прибыль. Моя задача – дать инструменты каждому. Технологу показать, что его работа – не просто «сшить», а обеспечить результат. Собственнику – что производством можно управлять по цифрам, а не по ощущениям. Когда они начинают говорить на одном языке, фабрика перестаёт работать в хаосе.

Также у нас есть программа для мастеров цеха, в рамках которой мы передаем на производства мою авторскую оцифрованную методику обучения швей. Сейчас этот проект находится на реорганизации, к сентябрю-октябрю мы предложим обновленную программу. Она очень важна, так как мастер – связующее звено между технологом и швеями.

У нас есть и точечные обучающие продукты – вебинары, записи встреч.

Как вы считаете, почему в России так трудно найти сильного технолога?

За десятилетия работы с малыми сериями и ручной сборкой в стране почти исчезли производственные технологи – те, кто умеет спроектировать поток, сбалансировать операции, запустить линию. Вузы дают теоретическую базу, но не дают практики и многообразия в технологиях.

Огромная боль – нехватка швей. Ее можно как-то компенсировать?

Дефицит есть, это правда. При этом парадокс: на рынке сейчас много людей без работы, и они готовы прийти на швейное производство. Проблема не в том, что некому шить, – проблема в том, что их некому быстро обучить.

> Больше половины собственников признают: они теряли деньги, потому что не могли точно посчитать себестоимость. Ещё четверть даже не отслеживает эти потери.

Классическое обучение долгое, а производству нужен результат. Мы этот вопрос решаем.

Сейчас многие привозят иностранных специалистов. Занимаетесь ли их обучением?

Да, конечно. Я просчитывала эту историю на примере предприятия в Московской области, с которым работаю. Там сейчас трудятся 50 граждан Бангладеш, а до конца года их будет порядка 100. Мои расчеты показывают, что приезжий кадр, даже несмотря на большие первоначальные вложения, выгоднее местного.

В работе с ними приходится учитывать языковой барьер, делать в документах больше картинок, чтобы людям всё было визуально понятно.

Плюс люди работают быстро, их нужно оперативно загружать. Если следующее изделие не готово к запуску, останавливается весь поток, а это огромные финансовые потери .

Многие думают: я сейчас привезу людей и всё заработает. Нет. Иностранного специалиста тоже нужно учить, производство точно также требует отстройки. Если у вас с русскими швеями что-то не работает, или с гражданами из Узбекистана, то и с бенгальцами не заработает. Потому что вы их внедрите в хаос, а этот хаос с ними стоит дороже.

Сколько людей уже прошли через ваше обучение, можем назвать цифры?

Порядка 400 человек. Многие берут не один курс, или приводят нескольких специалистов.

А как вы пришли к консалтингу?

Практически от запроса рынка. Начав обучение швей, мы выяснили, что проблема часто далеко не в отсутствии кадров, а в том, что не выстроены управленческие процессы. На предприятии постоянный ор, нет системы, плохой крой, куча брака. Непонятно, что с деньгами. У кого-то есть работа, у кого-то нет.







> 84 % швейных производств работают без системы учёта. Тетрадь, Excel, память мастера – и надежда, что в конце месяца сойдётся.

Самая главная боль на производстве – правильно поставить поток. Мы начинаем с индивидуальной консультации, аудита. Я выезжаю по городам России, в июне была в Казахстане. Задачи у всех разные: увеличить производительность, уменьшить цену за изделие, или просто навести порядок или подготовиться к новой системе учета.

Затем можем прийти к индивидуальной работе с предприятием, большому трекерству. Здесь уже мы с командой (а в команде у меня работают технологи и руководители швейных проектов) внедряемся в производство и выстаиваем архитектуру бизнеса: финансовую модель, техпроцессы, документооборот. Работаем с сотрудниками, чтобы команда действовала слаженно и давала результат.

Вы прошли отрасль вертикально – от машины до кандидатской и управления производством. В чем видите проблемы компаний?

Основная в том, что собственники не умеют считать, не знают настоящей цены своего изделия – и потому не видят, где именно теряют. «Плавают», отвечая на вопрос о производственной себестоимости изделия, часто считают ее стихийно.

У меня есть тренинг «Формула расчета» по себестоимости производства. И многие, особенно те, кто отшивает изделия для своего бренда, видят колоссальную разницу своих и моих расчетов. И понимают, что просто не учитывают часть расходов, в результате чего прибыль «съедается» или они вообще уходят в минус.

Швейное производство очень специфическое. В цехе может отшиваться 100 различных моделей, причем в разных количествах. И за счет того, что мы как будто бы не можем учесть риски (а на самом деле можем) получается, что сегодня ты пан, а завтра пропал.

На цену также влияет распределение работы внутри швейного производства, а это уже забота технолога и мастера. Оттого, что сейчас это стихийная работа, срываются сроки, «горит» план, растет себестоимость.

И всё идет по кругу. Людям кажется: они так загружены, что не могут ничего поменять в процессе.

Всегда ли перестройка процессов связана с заменой оборудования или какими-то другими серьезными расходами? Или бывает достаточно что-то изменить в системе?

Когда мы начинаем работать с производством – индивидуально или в рамках обучения – я всегда говорю собственникам или технологам, что не нужно идти через сложные инструменты. Часто люди считают, что достаточно купить автомат за 1,5-2 млн и всё заработает. Но чтобы правильно внедрить этот автомат, сначала, как вы верно сказали, нужна система.

Поэтому я изначально ставлю задачу: научиться производить больше с имеющимися оборудованием и кадрами. За счет средств малой механизации или вообще без вложений перестроить процесс и начать получать результат. Сначала мы идем маленькими шагами и только потом задумываемся о глобальной модернизации.

Система начинается не с денег и не с оборудования, а с того, чтобы научиться считать реальную себестоимость и навести порядок в процессах. Это доступно всем и не требует вложений.

За более двадцати лет в профессии – шестнадцати непосредственно на производстве и в управлении – что вы поняли про российское швейное производство такого, чего не видно изнутри отдельного цеха?

Проблема в том, что большинство производств работает стихийно, без четких планов, стандартов. Компании берутся за любые заказы, шьют без выстроенных потоков и единых правил. Отсюда раздутая себестоимость и качество-лотерея – результат зависит от того, какая швея сегодня за машиной, а не от системы.

Без единой методологии производительность цехов отстает в разы. При этом средний заказ за последние время резко упал, и на малых партиях старая организация труда становится просто нерентабельной.

Вы имеете в виду методологию для отрасли или для конкретного цеха?

И для отрасли, и для конкретного предприятия. Швейное производство – это относительно легкий бизнес. Снял помещение, купил оборудование, и кажется, что все пойдет. В пандемию, когда закрылись рынки, многие открыли собственные цеха. На тот момент шел рост. Сейчас рынок перенасыщен, люди стали обращать больше внимания на качество.

На этапе роста бизнеса мы можем делать все по наитию. Но 2025 год нам намекнул, а 2026-й прямо показал, что, если не научиться считать и разбираться в процессах, вас просто выкинет с рынка. Вы не можете повышать цену. Вам нужно ее хотя бы удерживать, а желательно и снизить, хотя цены на материалы, зарплата и аренда только растут. Куда нужно посмотреть? Только внутрь производства. Чтобы понять, за счет чего теперь производить больше изделий.

Сейчас, когда мы с командой выстраиваем архитектуру швейного бизнеса, мы и создаем методологию правильной работы проекта вне зависимости от его масштаба. Конечно, работа ателье и крупного производства строится по-разному. Но везде нужны определенная этапность, документооборот, должностные инструкции и регламенты в работе. Всем должна быть понятна ответственность каждого специалиста и собственника в том числе. Чтобы он понимал, как должен контролировать процессы, фиксировать ежедневно, что бизнес живой и не уходит в минус. И мог в моменте решить вопрос, если что-то проседает.

Архитектура бизнеса нужна, чтобы всем всё было понятно и не нужно было изобретать велосипед.

Можно ли привести примеры, где системный подход дал измеримый результат?

Таких кейсов много, приведу два – они хорошо показывают, что дело не в людях, а в организации.

Первый – производство трикотажных изделий в городе Чебоксары, 50 швей. Шьют изделия эконом-класса, продают на маркетплейсах и очень страдают от демпинга конкурентов. Сэкономить на материалах было невозможно без потери качества. Запрос: повысить производительность и за счет этого снизить стоимость изделия. Я выполнила для предприятия аудит, потом мы перешли к индивидуальной работе. Начали с пересмотра всех процессов: взяли конкретное изделие, которые они планировали запустить в течение месяца. Переделали технологию, упростили лекала. Сократили время работы с изделием на автоматизированном оборудовании. Просчитали себестоимость изделия и выстроили правильное распределение работы на потоке. У них было разделение труда, но в группах, парах. Из-за этого приходилось ждать друг друга, копились незавершенные изделия.

Мы объединили швей с бригады с ритмичным потоком, без возвратов между операциями – и выпуск вырос с 16 000 до 22 000 изделий в первый месяц. Ничего не докупали, никого не нанимали – просто перестроили работу. Я была у них три дня. Конечно, было сложно, особенно для швей. Ведь для них любые перемены – это стресс. А швеи правят нашим балом.

Второй кейс – предприятие по пошиву блузок. Их технолог запускала изделия стихийно. У нас как любят запускать: сначала заготовки, потом другие операции. И возникают ситуации, когда кто-то просиживает без работы. Я составила на блузку технологическую последовательность операций, просчитала нормы времени. Продумала, какие приспособления, лапки нужно купить, чтобы ускорить процесс. Правильно выстроенный поток и грамотное распределение операций убрали брак и незавершенку: выпуск пошел равномерно, изделие за изделием. Раньше 2000 блузок они шили за пять дней, после перестройки 800 штук выпустили за один день – производительность выросла более чем вдвое.

Очень важно, чтобы каждая швея понимала, от кого она принимает работу и кому передает, а мастер учитывал производительность конкретного сотрудника.

Запуская в производство блузки, я уже знала, какое у меня будет следующее изделие. И сразу же вводила его, как только люди освобождались от блузок. На второй день уже вышли первые изделия другого ассортимента.

Это и есть системность в чистом виде: тот же коллектив, то же оборудование – но результат кратно другой. И это повторяемо на любом производстве.

Вы правильно сказали, что швеи правят бал. И часто они бывают капризными. Бывало ли у вас, что коллектив не хочет ничего менять? Или собственник на словах готов к переменам, а на деле сопротивляется?

Марин, это есть всегда и везде. Такое сопротивление я чувствую и на обучениях.

Опасения швей понятны. Они боятся потерять в деньгах, ведь у них сделка. Когда приходит понимание, что изменения им в плюс, всё налаживается.

В первую очередь нужно смотреть не на швей, а на тех, кто ими руководит: собственника, технолога, мастера. Потому что ноги растут оттуда. С учетом нехватки кадров мы часто соглашаемся на все условия швей. Бывает, что плату за изделие приходится повышать в процессе, потому что заказ – вот он, раскроенный, его нужно выполнять.

Очень важно не бояться и озвучивать свои требования к сотрудникам. Но при этом создавать людям комфортные и понятные условия работы. Потому что сотрудник приходит за деньгами, но остается там, где классный руководитель, вовремя платят зарплату, работают с корпоративной культурой и так далее.

Меняться в ходе обучения и настройки производства приходится всем.

А если к вам приходит предприниматель, который только планирует запуск нового производства, что ему советуете?

Первое, о чем я спрашиваю – это конечная цель. Сколько хотите зарабатывать? Сколько будет работать швей? Сколько изделий планируете производить в месяц? Что намерены создать – собственный бренд, специализированное производство?

Исходя из первоначальных данных, я понимаю, стоит ли людям идти дальше. Объясняю, какие вложения потребуются, какой оборот нужен, чтобы получить хорошую цену, когда

> Пока каждое решение проходит через вас – у вас нет бизнеса, у вас есть рабочее место с высокой ответственностью





> Через наше обучение прошло более 400 человек, по консалтингу выстроили более 30 производств

удастся выйти на окупаемость. И многие отказываются от своей затеи. Или идут к тем, кто им обещает золотые горы. Но я честна с людьми: лучше не пойти в бизнес, если ты не готов.

На ваш взгляд, сейчас меньше запусков производств, чем несколько лет назад?

Меньше. Но зато стали открываться более крупные фабрики. Например, ко мне обратилась компания, которая раньше размещала заказы за рубежом. Теперь они планируют открыть собственное производство. Это не единичный случай: те, кто раньше размещался в Узбекистане, Кыргызстане, в Китае, сейчас открывают предприятия в России. Но уже осознанно, с пониманием потребностей рынка, объемов производства.

Академия, агентство – это разные проекты или один замысел?

Это один замысел, просто он закрывает всю цепочку – от человека до целой отрасли. Эти два уровня усиливают друг друга: из живых кейсов рождаются новые обучающие материалы, а обученные специалисты возвращаются к нам с реальными задачами.

После создания академии и консалтингового агентства вы вышли на новый уровень, самый масштабный – это платформа, которая объединяет отрасль. Расскажите о ней.

Одна из проблем отрасли – это нехватка коммуникаций. Каждый варится в своём котле: производство не знает, где взять заказ и специалиста, бренд неделями ищет цех под свою модель, поставщик не видит, кому нужны его ткани. Все разрознены. Я строю пространство, где производства, поставщики, бренды и специалисты находят друг друга – где заказ, свободные мощности и нужные руки собираются в одном месте, прозрачно и по понятным правилам. Мы планируем создание большого портала, где будем объединять всю информацию по отрасли.

Мне важно не латать отдельные цеха, а связать их в единую живую сеть. Пока не буду забегать вперёд с деталями, но именно к этому я иду – и это логичное продолжение того, что мы уже делаем в обучении и консалтинге.

Кроме того, мы объединяем людей, с которыми работаем, в клуб. Одно из направлений – швейные каникулы, туры на предприятия. В прошлом году мы два раза съездили в Беларусь, были в Узбекистане и провели большую встречу в рамках Москвы и Московской области. В этом году хотим организовать поездки в Китай и Узбекистан. Кроме того, мы проводим обучающие встречи, я приглашаю специалистов по работе с маркетплейсами, системой «Честный знак», маркировкой и так далее.

Мир движется очень быстро, люди устают от информационного шума. Хочется иметь один надежный источник информации.

Какая у вас цель? Ради чего всё это?

Моя цель больше, чем один бизнес или одна школа. Я хочу помочь швейной отрасли, чтобы российские производства перестали выживать и начали зарабатывать системно. У нас для этого всё есть, не хватает инструментов и людей, умеющих этими инструментами пользоваться.

Поэтому я и создаю платформу, которая будет доступна фабрикам любого размера, а не только тем, кто может позволить себе дорогие системы. Моя большая задача – не научить один цех, а изменить саму культуру производства в отрасли.

Помочь швейке многие пытались, но, наверное, в одиночку это не сделать. Большая у вас команда единомышленников? С кем сотрудничаете?

В моей команде технологи, руководители. Работаю с выставками – «Инлегмаш», «Текстильлегпром», провожу там практикумы, обучающие программы. Проблемы отрасли лежат глубоко и важно помогать людям переобучаться, получать легкие инструменты.

И последнее. Как думаете, отрасль останется в России?

Останется, я в этом уверена. Невозможно перечеркнуть таланты, которые есть в этой отрасли. Наша сильная сторона – люди, профессионализм, любовь к своему делу. Это не купить и не импортировать.

Но одного таланта мало. Сейчас главная задача – научиться выстраивать управляемые цеха. Не «золотые руки в хаосе», а систему, где талант людей усилен грамотной организацией. Тогда отрасль не просто останется – она станет сильной. ◆

ПРОШЬЮ бизнес идеи знания

prosewbusiness.ru

+7 (958) 578-3046

Канал в MAX Екатерины Непочатых

До встречи! See you!

23–26/2/2027

CPM

Международная выставка индустрии моды Москва

cpm-moscow.ru

Место проведения:

ВДНХ ЭКСПО

Организатор:

ЭКСПО ФЬЮЖН

18+

СТРАТЕГИЯ ЗАЩИТЫ ИЗДЕЛИЯ В СФЕРЕ МОДЫ С ПОМОЩЬЮ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ, АВТОРСКИХ И ПАТЕНТНЫХ ПРАВ



Денис КУДРЯВЦЕВ
юрист компании «Городисский и Партнеры»

Вопросы защиты интеллектуальных прав в сфере моды – одни из самых часто встречающихся в практике. Это связано с тем, что сфера одежды, аксессуаров и дизайна в принципе всегда интересует широкие массы. Те, кто задает моду, всегда «под прицелом» у других лиц, которые могут хотеть создать похожий продукт за меньшие деньги и конкурировать с оригинальным производителем. А это означает, что еще на этапе задумки создания изделия стоит позаботиться о том, как защитить свой труд и не дать недобросовестным производителям воспользоваться узнаваемостью и репутацией.

Законодательством предусмотрены различные объекты интеллектуальных прав, которыми можно защитить свой труд, в том числе в сфере моды. Эти объекты можно использовать как в совокупности, так и раздельно. Некоторые из них, такие как товарные знаки или промышленные образцы, содержат определенные условия их использования и регистрации.

ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ

Товарные знаки – практичное и во многом простое средство индивидуализации, через которое можно решить сразу несколько задач.

Многообразие форм и видов товарных знаков позволяет защитить практически каждую деталь бизнеса. Выше показаны лишь самые типичные примеры, которыми можно воспользоваться для защиты изделия с точки зрения регистрации товарных знаков.

Получив исключительное право на товарный знак, можно задуматься над тем, как защитить свой интерес, если на рынке появилась продукция под тождественным или сходным названием.

Правообладатель товарного знака может предъявить иск о запрете его использования к тому, кто производит сходную и однородную продукцию. Согласно ст. 1515 ГК РФ, компенсация за нарушение исключительного права на товарный знак рассчитывается одним из следующих способов: от 10 000 рублей до 10 000 000 рублей, в двукратном размере стоимости контрафактных товаров или в двукратном размере стоимости права использования товарного знака.

Способ	Пример
Зарегистрировать внешний вид товара или его ключевые детали	Международный товарный знак № 798099 
Зарегистрировать свой творческий псевдоним или собственную фамилию[1], если она является достаточно уникальной на территории РФ	Товарный знак РФ № 882900 GAVRIIL RUBLËV
Зарегистрировать уникальное цветовое решение, которое позволит пресечь использование такого же цвета иными лицами	№ 560852  [2]
Зарегистрировать название своего бренда	№ 150921 HERMES

Так, в деле № А70-11070/2022 правообладатель товарного знака № 697311 предъявил иск к предпринимателю в связи с использованием этого товарного знака на маркетплейсе Wildberries в нескольких карточках товаров. В данном случае истец требовал взыскания компенсации в двукратном размере стоимости права использования на основании лицензионного договора, сведения о котором присутствуют в открытых данных Роспатента.



В итоге суд полностью удовлетворил исковые требования и взыскал компенсацию в размере 1 000 000 рублей.

В связи с этим расходы на регистрацию товарного знака всегда будут оправданными, поскольку решается сразу несколько задач:

- Вы получаете исключительное право на обозначение.
- Вы можете предъявить претензию и иск за использование тождественного или сходного до степени смешения обозначения.

АВТОРСКИЕ ПРАВА

Авторские права не требуют регистрации, но требуют скрупулезного доказывания обладания ими в спорах о привлечении к ответственности лиц, незаконно использующих тождественный или переработанный объект.

- Если модное изделие создано (1) работниками предприятия, которые (2) работают по трудовому договору, (3) имеют трудовую функцию по созданию каких-либо результатов интеллектуальной деятельности, в таком случае – это служебное произведение. Согласно п. 104 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10, для определения того, является ли произведение, созданное по конкретному заданию работодателя, служебным, необходимо исследовать вопрос о том, входило ли это задание в пределы трудовых обязанностей работника.
- Если модное изделие создано не в рамках трудовых обязанностей, а на основании гражданско-правового договора, например, договора авторского заказа, в таком случае необходимо предусмотреть также в договоре отчуждение исключительных прав в полном объеме в пользу заказчика.
- Создание же объекта авторских прав автором по своей инициативе, который собирается использовать этот объект авторских прав, может потребовать лишь доказательств создания этого объекта раньше, чем конкурент.

В делах о защите авторских прав всегда поднимается вопрос наличия творческого вклада при создании результата интеллектуальной деятельности и оригинальности.

Модели одежды, аксессуаров создаются на основании определенных выкроек и лекал. В связи с этим в судебной практике встают вопросы творческого вклада автора.

В деле № А71-15647/2022 правообладатель смог доказать творческий характер выкроек и лекал на модели нижнего белья и взыскал компенсацию в размере 400 000 рублей за незаконное использование объектов авторских прав.

Чаще всего изделия создаются из типовых выкроек и лекал, а сами по себе такие выкройки и лекала, а также созданные на их основе предметы одежды, часто не признаются судами

как объекты авторских прав[3] , поскольку если нет творческого вклада, в таком случае не возникают авторские права.

При этом правила определения нарушения и взыскания компенсации весьма схожи с товарными знаками. Так, за нарушение исключительных прав на произведение автор или иной правообладатель может просить признать нарушением и взыскать компенсацию в размере от 10 000 рублей до 10 000 000 рублей, в двукратном размере стоимости экземпляров произведения или в двукратном размере стоимости права использования произведения.

Так, например, дизайн типовой футболки вряд ли будет охраняться авторским правом, а значит, привлечь к ответственности за использование тех же лекал и выкроек не удастся:



В то же время, в карточках товара и на самом товаре часто пишут название бренда, которое впоследствии также используется нарушителями. В данном случае обозначение «Matrix Sport» является зарегистрированным товарным знаком – № 1115192 для широкого перечня товаров, в том числе одежды.

MATRIX SPORT

В таком случае можно предъявить иск на основании товарного знака. В том случае, если выкройки и лекала, а также созданное на их основе изделие творческое и оригинальное, в таком случае можно запретить такое использование и взыскать компенсацию за нарушение исключительных прав, как это было сделано в деле № А71-15647/2022.

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ОБРАЗЦЫ

В качестве промышленного образца охраняется внешний вид изделия. При этом для получения патента на такое изделие необходимо соответствовать следующим критериям:

- Новизна – изделие новое, такого еще нет.
- Оригинальность – изделие должно быть творческим.
- Определенная форма – охраняется лишь внешний вид, а не то, из чего сделано или то, что внутри.

При этом, если изделие в гражданском обороте уже несколько лет, в заявке на получение патента могут отказать ввиду отсутствия новизны. В ином случае третье лицо может попытаться оспорить такой патент, если его всё-таки выдадут. При этом, если раскрытие информации об изделии произошло, но в течение 12 месяцев была подана заявка на патент, в таком случае активируется льгота по новизне. В этом случае патент выдадут, при условии, что он соответствует остальным критериям. Кроме этого, такой патент на основании отсутствия новизны в связи с тем, что он был введен в оборот раньше, чем получен патент, будет оспорить труднее.

В отличие от товарных знаков и авторских прав, ответственность за нарушение исключительных прав на промышленные образцы не предусмотрена в виде взыскания компенсации в размере двукратной стоимости товаров. В данном случае взыскать компенсацию можно только в пределах от 50 000 рублей до 10 000 000 рублей и в размере двукратной стоимости права использования промышленного образца.

Так, например, на имя ИП Скибы Т. В. был выдан патент РФ № 76959 на комплект украшений.



В 2023 году предприниматель зафиксировала предложение к продаже тождественных запатентованному ювелирных изделий. Поскольку досудебный порядок не дал результата, предприниматель обратилась в арбитражный суд (дело № А73-20315/2023). По итогам рассмотрения дела суд установил факт нарушения исключительных прав на промышленный образец, поскольку ответчик не доказал, что его изделия имеют иные существенные признаки, нежели зарегистрированное решение предпринимателя. При этом истец обратилась с требованием о взыскании компенсации в размере 5 000 000 рублей, тогда как суд счел возможным определить иной размер компенсации в размере 600 000 рублей.

В подобных делах важным аспектом является установление существенных признаков запатентованного решения в изделии нарушителя. Если совокупность признаков использована не полностью, в таком случае нарушения нет. Установить такие обстоятельства нередко помогает экспертиза.

С учетом изложенного, комбинация способов защиты – ключ к успешной защите от копирования и привлечении нарушителя к ответственности. Товарный знак может помочь пресечь использование тождественного или сходного до степени смешения обозначения даже на обычной (т. е. не оригинальной) форме товара – например, на базовой футболке. В то же время авторское право и регистрация в качестве промышленного образца позволяют защитить оригинальные творческие решения. ◆

[1] Вопросы регистрации фамилий в качестве товарных знаков – сложный процесс, в котором нужно доказать, что фамилия действительно уникальная и потребители понимают, кто под этой фамилией реализует товары или оказывает услуги.
[2] Цвет «Тиффани».
[3] Дела № А41-23705/2023 и А75-13555/2024, в которых суды установили отсутствие творческого характера в моделях платьев, поскольку выкройки выполнены без признаков творческого характера.



БИЗНЕС С КИТАЕМ: ЛУЧШЕ ДОВЕРИТЬСЯ ПРОФЕССИОНАЛАМ!



Беседовала
Ольга ЯКОВЕНКО

В последнее время сотрудничество России со странами Азии показывает устойчивый рост практически во всех сферах, включая, конечно же, и легпром. Китай, как наиболее технологически развитая страна, по праву занимает ключевое место. Многие российские предприниматели охотно размещают заказы в этой стране. Однако некоторые решаются работать с китайскими производствами самостоятельно, минуя посредников. И на этом пути их ждет множество «подводных камней», что может обернуться большим разочарованием в итоге. О том, как этого избежать и каковы особенности российско-китайского бизнеса, мы поговорили с **Денисом Старчиковым**, владельцем компании HIT KIT.

Денис, вы живете и работаете в Китае более 20-ти лет. Как вы там оказались? Чем вы ранее занимались в России и почему выбрали именно эту страну?

По образованию я инженер-технолог швейного производства, закончил Саратовский СГТУ. После окончания в 1998 году со швейкой было всё плохо, в Саратове закрылось объединение «Волжанка», которое было сильным предприятием в СССР. И поэтому пришлось самому искать варианты заработка - так я стал шить дома индивидуальным заказам. Но как раз в это время рынки стали заваливать дешёвыми китайскими товарами, и клиентов в итоге не стало. Потому что индивидуальный пошив всегда дорого ценился.

В итоге я решил попытать счастья в Москве и уехал искать работу по профессии. Но столкнулся с дискриминацией по половому признаку, и несколько лет не мог найти работу по специальности, и работал в разных отраслях. Однажды удача мне улыбнулась, и я устроился на швейное предприятие технологом, а потом меня подняли в должности до главного технолога. Тогда-то я и услышал первый раз про Китай, и что много специалистов уезжает туда. В общем, через год я увидел объявление, что в Китай на российское производство требуется заведующий производством. Прошёл собеседование, и так я в 2005 году оказался в Китае. Поэтому не я выбрал страну, а скорее наоборот, Китай выбрал меня.

По приезду в Китай увидел для себя огромные возможности реализоваться не только по профессии, но и как коммерсант, благо был опыт коммерческой деятельности за плечами.

Расскажите о себе, о своей компании. Основная деятельность в чем заключается?

У меня трейдинговая (торговая) компания. Основное направление, конечно, легпром, поставки ткани и фурнитуры, размещение на производствах и контроль качества, помощь в логистических вопросах. Но наша компания не ограничивается только легпромом, есть ещё направления по мебели, стройматериалам, автозапчастям, яхтингу и всему, что с ним связано.

Вы помогаете найти нужную продукцию в Китае, разместить заказы. С какими запросами к вам обращаются российские предприниматели? Много ли запросов на готовую текстильную, швейную, обувную продукцию? Или в основном на сырьевые компоненты – ткани, фурнитуру, пряжу и другое сырье?

Да, моя компания помогает найти необходимый товар, ткань или фурнитуру по запросу. Если найти оказывается сложно, то производим всё необходимое на специализированных фабриках. Запросы совершенно разные, от ниток до готовых шуб, от шнурков до резиновых сапог. Запросы приходят каждый день, поэтому работа есть постоянно. В процентном отношении примерно пополам на сырье и производство. Часто бывает, что клиенты начинают с сырья, а в итоге полностью переносят производство в Китай. И мы контролируем весь процесс от создания образца до готовой партии.

Кто ваши клиенты – это, в основном, ИП? А более крупный бизнес обращается?

Клиентов много, есть и ИП, но также и большие предприятия. Кого больше или меньше, сложно сказать, для нас все клиенты дороги, не зависимо от годового оборота. Конечно, торговые марки называть будет некорректно, но крупные предприятия тоже числятся в списке наших партнёров.

С чего начинается работа с клиентом? Наверное, с правильного ТЗ? Как строится весь процесс?

Начало работы с клиентом, конечно, начинается со знакомства. Иногда перед каким-либо запросом в первый раз со мной созваниваются, чтобы обсудить вопросы по работе, которые волнуют потенциального клиента. А далее зависит от того, что клиенту нужно. Например, для поиска сырья достаточно знать состав и плотность, а также иметь фото желаемой ткани. Для производства, конечно, нужно ТЗ, чтобы предварительно рассчитать себестоимость. Если клиент не знает, как делать ТЗ, могу подсказать и в итоге выработать обоюдно удобный документ. Поэтому однозначно сказать, что нужно это или вот это сложно – нельзя, всё индивидуально под конкретные запросы.

После предварительного согласования запроса уже подбираю варианты и отправляю клиенту фото и видео, на основании которых он делает предварительный выбор. Потом, если необходимо, отправляю образцы, или совместно с фабрикой делаю образцы. После одобрения, – заказ партии или запуск производства.

Какие основные ошибки допускают предприниматели?

Самый главный промах – это пытаться самостоятельно приехать в Китай и пытаться наладить бизнес с китайскими поставщиками. Это грубейшая ошибка, которая в итоге может привести к потере денег, времени и разочарованию в Китае. Поэтому и существует моя компания, которая сопровождает сделки и помогает бизнесменам, заметьте, уже бизнесменам, а не предпринимателям, вести бизнес с китайскими поставщиками. Мы закрываем все

> Если предприниматель самостоятельно решает вести дела с китайскими фабриками, то подводных камней может быть огромное количество, начиная от сложности перевода до транзакции денежных средств





> Однако надо понимать, что все вопросы по качеству надо решать непосредственно в Китае, пока товар не уехал. Позже что-либо доказать будет сложно. Поставщики считают: если товар забрали, значит претензий нет

вопросы и контролируем все процессы производства или поставок в Китае. Китайский менталитет – сложная штука, а незнание китайского вообще может завести любые самостоятельные переговоры в тупик. Лучше довериться профессионалам и быть спокойным, что в Китае все вопросы контролируются, и можно решать другие вопросы по развитию бизнеса.

А как быстро вы выучили китайский язык? И насколько освоили письменность, специальные технические термины? На каком языке составляется договор?

Сколько живешь в чужой стране, столько и учишь язык, поэтому сказать с уверенностью, что я досконально знаю китайский язык, сложно. Да, я говорю и общаюсь, и веду бизнес на китайском языке. У меня в компании работают китайские сотрудники. Поскольку моё первое направление в бизнесе – именно легпром, то и технический язык усвоен полностью. Но, конечно, есть нюансы: разные фабрики в разных городах и провинциях один и тот же термин озвучивают по-разному. Например, как и в РФ, деталь на молнии, за которую тянешь, чтобы раскрыть или закрыть молнию, кто и как её только не называет: и «собачка», и «висюлька», хотя технически правильно её называть «пуллер». Так же и в китайском языке, на каждой фабрике надо уловить этот момент и потом правильно вести диалог для полного понимания. А с открытием каждого нового направления словарный запас только увеличивается. Договор с клиентами составляется на двух языках, русском и английском. Так проще для клиента. А уже внутри Китая моя компания работает по контрактам, составленными на китайском языке. У нас есть юрист, который контролирует вопросы по контрактам с китайскими фабриками.

При заключении договора могут быть сложности? Оказываете ли вы юридическую поддержку?

Если предприниматель самостоятельно решает вести дела с китайскими фабриками, то непонятных ситуаций может быть огромное количество, начиная от сложности перевода до транзакции денежных средств. А потом можно ещё и получить совершенно не то, что написано в контракте. Настоятельно рекомендую обратиться в мою компанию. Я помогу грамотно составить договор, помочь с оплатой и контролем качества. Работая с нами, клиенты не встретят никаких подводных камней, всё чётко и прозрачно.

Каковы примерные сроки от заключения договора до поставки в Россию, сколько времени занимает логистика? Отправки идут сухопутным путем? А если бывают морские перевозки, то повлияли ли на них проблемы Ормузского пролива?

Сроки в первую очередь зависят от срока производства и доставки. На каждый вид товара – разные сроки производства, которые предварительно обговариваются с фабрикой. В среднем полный цикл может быть 90 дней, но если есть какие-либо задержки, то всё это проговаривается с клиентом. Логистика занимает в среднем от 30 до 60 дней, это уже ответственность транспортной компании. В основном грузы идет сухопутным путём, благо есть сухопутная граница протяжённостью в несколько тысяч километров. Иногда груз может идти через Казахстан, если это снижает риски задержки груза. Про морские перевозки ничего не могу сказать, на моей практике их не было. И географическое расположение Ормузского пролива никак не влияет на перевозки.

Не могу не вспомнить пандемию, которая пришла из Китая. В России мы очень быстро поняли, насколько зависим от нашего большого соседа. А как вы пережили этот период? Поставки были приостановлены?

Могу с уверенностью сказать, что каждый кризис приносит нам прибыль и новые пути развития. Пандемия была одним из таких «волшебных пинков». Да, полгода у нас вообще не было заказов, приходилось выживать, но мы пережили это, и даже расширились в разных направлениях. Поэтому у меня нет негативного отношения к тому времени, наоборот, я благодарен за предоставленные возможности.

Мнения о продукции из Китая очень разные. Одни считают, что качество нестабильное и порой низкое, другие наоборот – отмечают высокий уровень. Все правы? А что вы скажете?

Да, верно, качество на одном и том же производстве может быть разным. На это есть несколько причин. Во-первых, в Китае есть золотое правило: цена/качество. То есть, если вы хотите костюм за 100 рублей, то и качество будет соответствовать этому уровню. Хотите высокое качество – за это надо платить. Поскольку мало кто хочет платить дорого, то и качество товара не высокое. Мы сотрудничаем с несколькими клиентами, которые дорожат своим имиджем, и готовы за это платить. Соответственно, уровень их изделий на порядок выше и качественнее.

Во-вторых – контроль. Если работать с фабриками удаленно, то рано или поздно фабрика может преподнести сюрприз. Это не со зла, это просто такой менталитет: если нет контроля, то зачем стараться? Одни клиенты уйдут, другие придут. Так вот главная задача компании – это контроль. Когда фабрика знает, что я или мои менеджеры могут приехать в любой момент, то у них просто не возникает мысли сделать что-то не так. Ну а если и случается, то при окончательной

проверке производству придётся всё переделать. Поэтому те фабрики, с которыми ведется работа очень давно, знают наши требования и всегда их соблюдают.

Как изменились за 20 лет взаимоотношения российско-китайского бизнеса? Какие плюсы и минусы?

Мало что изменилось во взаимоотношениях, просто Китай стал более технически и технологически развитым, и это им позволяет в какой-то мере диктовать свои условия. Потому что лучше пока никто не может сделать. Я думаю, что Китай уже никто и никогда не сможет обогнать в плане развития, именно технического. А что касается самих китайцев, они совершенно не изменились, с ними что 20 лет назад, что сейчас, бывает сложно договориться. Но сложно – не значит невозможно, всегда можно найти компромисс.

А если говорить о техническом и технологическом подъёме текстильной и легкой промышленности за ваш двадцатилетний опыт, что вы можете отметить?

За это время очень изменились технологии и оборудование. Всё больше европейских технологий используется для производства. В принципе каждый новый заказчик приносит свои технологии, и фабрики учатся и приобретают опыт. Конечно, организация фабрик и швейных потоков никак не изменилась, но это всё компенсируется более продвинутой техникой и автоматизацией. У меня есть много клиентов, чьи творческие замыслы смогли реализоваться только в Китае. Потому что в РФ или Турции просто технически невозможно это сделать.

Пример: с вашей помощью компания закупила качественную фурнитуру. Первая партия была отличной. Вторая оказалась хуже по качеству. Вы несете за эту ситуацию ответственность? Поможете решить проблему?

Вообще такая ситуация маловероятна, потому что каждая партия проверяется перед отправкой. И клиенту высылается фото- и видеоотчет. Но если вдруг такое происходит, конечно, не бросим клиента, а постараемся решить вопрос. Однако надо понимать, что все вопросы по качеству надо решать непосредственно в Китае, пока товар не уехал. Позже что-либо доказать будет сложно. Поставщики считают: если товар забрали, значит претензий нет. Главное, надо внимательно относиться к фото- и видеоотчету и рекомендациям, которые я или мои менеджеры можем дать по качеству товара.



> Я имею представление, как надо вести себя на переговорах, когда надо надавить, а когда остановиться. Ведь по китайской философии надо быть как вода, упорным и обтекаемым

Организуете ли вы поездки на специализированные выставки, посещения фабрик? Какие направления наиболее востребованы?

Да, конечно. Выделить, каких направлений больше, каких меньше, сложно, в равной степени нужны ткани и фурнитура, производство и готовая продукция. Единственное, выставки не всегда могут дать все то, что могут дать фабрики. Ведь у выставки чаще всего ограничены возможности. И если у фабрики всё хорошо, то ей просто нет смысла показываться на выставке. В итоге те, кто едет на выставку, могут и не найти нужную фабрику. Ещё одно правило в Китае: хорошие фабрики можно найти только по рекомендациям. Я практически еженедельно на протяжении 20 лет посещаю разные фабрики, и только с некоторыми работаю уже длительное время, и это действительно жемчужины.

Конечно, Китай – не единственная страна для размещения заказов, покупки материалов и т. п. Кто-то размещает заказы в Узбекистане, в Бангладеш, во Вьетнаме, считая, что там дешевле или ближе. Какие у вас аргументы в пользу Китая?

Да, Узбекистан, конечно, сейчас пытается составить конкуренцию Китаю, но дальше попыток это всё равно не уйдёт. Потому что сырье всё равно везут из Китая. Таких технологий и мощностей, как в Китае, у них нет. И не последнее условие – качество тоже не дотягивается до китайского. Узбекистан подходит для селлеров на WB по цене и качеству. А качество изделий там далеко не идеальное. Бангладеш тоже далеко не панацея против Китая. Максимум, что там могут делать – это байковые футболки, но из-за сложной логистики всё преимущество теряется. Да и контролировать фабрики в стране, где низкий уровень жизни, тот ещё квест. Вьетнам также не составит конкуренцию, более того, вьетнамские предприятия расположены и в России. Причины более чем понятны, во Вьетнаме нет сырья, нет технологий. В общем, как я уже говорил, Китай уже на таком уровне, что догнать его сложно, а уж составить серьёзную конкуренцию и того сложнее.

Да, страны между собой конкурируют. А у вас много конкурентов-россиян?

Наверное, только ленивый, приехав в Китай и выучив язык, а чаще всего и не зная китайского, не воспользуется ситуацией и не станет предлагать свои услуги. Да, таких много и, возможно, это хорошо, конкуренция – это же путь к развитию и совершенствованию. Но это большая опасность для тех, что хочет начать вести бизнес с Китаем. Потому что чаще всего такие посредники не обладают необходимым уровнем знаний и опыта, и учатся на своих клиентах. А клиент теряет деньги, время и желание дальше продолжать работать с Китаем.

В чём моё преимущество? Это, в первую очередь, моя профессия – дипломированный инженер-технолог швейного



> Вообще надо отдать должное китайцам, они умеют хранить знания, которые им дали мы, иностранцы. И называют они нас «МУДРЫМИ ВНЕШНИМИ» в знак уважения за то, что мы им даем новые знания.

производства. То есть я могу просто сесть за машинку и на практике показать, как сделать тот или иной узел, могу пошагово объяснить, как добиться какого-то эффекта в стирке или покраске изделия. 20 лет жизни в Китае – это очень большой срок для приобретения опыта и знания китайского менталитета. Я имею представление, как надо вести себя на переговорах, когда надо надавить, а когда остановиться. Ведь по китайской философии надо быть как вода, упорным и обтекаемым.

У меня довольно высокий уровень китайского языка – я могу вести переговоры с китайским фабриками на их родном языке. А это вызывает большое уважение среди китайцев. И иногда играет немаловажную роль. Да, можно возразить, что есть в телефоне переводчик, но переводчик не знает простую разговорную речь, обороты, интонации и прочее, поэтому полагаться полностью на переводчика неразумно.

Вы в каком регионе находитесь? В Гуандун? И в основном работаете с фабриками именно этого региона?

Моя компания находится в провинции Гуандун Гуанчжоу. Да, основные фабрики, с которыми мы сотрудничаем, находятся тут, потому что все должно быть под контролем. Чем фабрика дальше, тем меньше над ней контроля.

И есть ли своя специфика в разных регионах Китая? Например, где-то больше выпускают трикотажные полотна, в других – ткани и т. п.

Специализация есть, но не по регионам, а по городам. Например, Фошань – это мировой мебельный центр. Пригороды Фошаня – это джинсовые фабрики. Город Чжуншань специализируется в основном на крое трикотажа. Донгуань – это вязанный трикотаж. Ну а всем известный Шэньчжэнь – мировая компьютерная фабрика. Но у Гуанчжоу есть преимущество, потому что многие фабрики со всего Китая имеют представительства именно в Гуанчжоу. Следовательно, не обязательно ехать в другую провинцию, чтобы познакомиться с продукцией фабрики.

Сейчас в России пытаются создавать кластеры, в Узбекистане они появились относительно недавно, и есть весьма крупные – от хлопкового поля до готовой продукции. А как формируются кластеры в Китае? И когда начался этот процесс?

В Китае этот процесс начался давно, наверное, с первых шагов развития, и научил их этому Советский Союз. Просто мы на постсоветском пространстве много чего утратили и теперь пытаемся снова возродить. А Китай сохранил и продолжает развивать. Вообще надо отдать должное китайцам, они умеют хранить знания, которые им дали мы, иностранцы. И называют они нас «МУДРЫМИ ВНЕШНИМИ» в знак уважения за то, что мы им даем новые знания.

До сих пор у некоторых предпринимателей есть предубеждение к Китаю. Судя по вашему рассказу, у вас его нет. Наоборот, вы поняли и полюбили эту страну. Что вам в ней нравится?

Предубеждения в основном у тех, кто ни разу не был в Китае, или имеет негативный самостоятельный опыт работы с Китаем. Китай – удивительная страна, и если она «не зашла» сразу, то потом ее сложно полюбить.

А что вам особенно импонирует? Люди?

Китай мне нравится возможностями. Часто люди, видя возможности, пугаются, потому что не готовы. Я в 2005 году увидел свою возможность стать значимым и помогать клиентам производить качественную продукцию. Я остался и не жалею об этом. Если говорить о людях – они разные, с кем-то легко, с кем-то сложно. Но если просто принимаешь их такими какие они есть, то всё становится не так уж и плохо, как об этом говорят. Так вот, чтобы у вас не было предубеждений, и вы действительно увидели все грани и возможности, то лучше сразу обратиться ко мне.

Какие у вас планы по развитию своей компании?

Планы, конечно, грандиозные. Развивать новые направления, увеличивать клиентскую базу. В целом – расти!

HIT KIT (Foshan) Trading Co. Ltd

Room 2726, Building 1, Block 1, Xinggang Intenational Plaza, Huangpu Construction Avenue, Dali Town, Nanhai Dictrict, Foshan city

Присоединяйтесь к нашим сообществам:

- Группа в Facebook: https://m.facebook.com/groups/1377799145638120/?ref=share
- Группа в Telegram:@Hit_Kit_Company_China
- Канал в Telegram: @hitkitcompany
- Группа в MAX: https://max.ru/join/e6hXqrbgp0FJnApLnP3Fzz1hAd9FY4iABa8C5u9qP6o
- Канал в MAX: https://max.ru/join/JCcOlFVU7p1UoIG8h7S_h8TctuFum9lF0xyL2YetGwg

По всем вопросам обращаться к в личку @Denis_Starchikov или по вотсапп +8618665576765



НИТИ НАДЕЖНОСТИ И ПРОГРЕССА

КАК ОАО «ГРОНИТЕКС» ОБЪЕДИНЯЕТ СИЛУ ПРИРОДЫ И ВЫСОКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В условиях глобальной трансформации рынка и неуклонного роста требований к функциональности текстильных изделий производители тканей и трикотажа находятся в постоянном поиске надежного сырья. Компромисс между качеством, экономической эффективностью и инновациями больше невозможен. ОАО «Гронитекс» – признанный лидер текстильной отрасли Республики Беларусь, ведущий свою историю с 1967 года, предлагает рынку решения, формирующие основу для изделий завтрашнего дня.



Смирнова Светлана,
директор ОАО «Гронитекс»

Глобальный тренд на экологичность диктует свои правила. Особое место в ассортиментном портфеле предприятия занимает смесовая пряжа с использованием натуральных лубяных волокон – льна и пеньки (конопли). На протяжении последних 20 лет ОАО «Гронитекс» занимается углубленной переработкой короткого льноволокна. В результате сложного технологического процесса создается не только котонизированное льноволокно, но и уникальная льносодержащая пряжа (с вложением льна до 50 %). Востребованность такой пряжи обусловлена выдающимися природными свойствами лубяных волокон. Однако технологи предприятия пошли дальше, в полной мере раскрыв потенциал не только льна, но и пеньки.





На ОАО «Гронитекс» потенциал лубяных волокон раскрывается на новом уровне. Волокна искусно смешиваются с хлопком, вискозой или полиэфиром. Мы создаем многокомпонентные составы, которые нивелируют природную жесткость льна и пеньки, но при этом сохраняют их главные достоинства: феноменальную прочность, гипоаллергенность, антибактериальный эффект и способность поддерживать идеальный микроклимат тела. Для текстильных предприятий это открывает возможности создания не только эко-коллекций, но и высокотехнологичных материалов специального назначения.

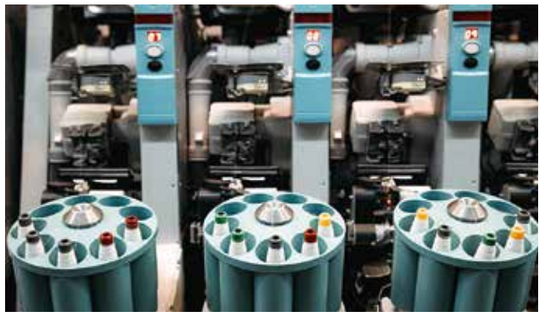
Благодаря своим исключительным характеристикам, льно- и пеньковосодержащая пряжа стала важным сырьем для производства специализированного текстиля и трикотажа.

Использование лубяных волокон при создании одежды для самых нестандартных эксплуатационных задач – это не миф, а научно и практически подтвержденный факт

Предприятия внедряют хлопко-льняные и вискозно-льняные ткани в производство современного обмундирования и униформы.

Благодаря способности льна и пеньки не создавать синтетических бликов и надежно удерживать краситель в суровых природных условиях, пряжа на их основе является идеальным сырьем для создания маскировочных костюмов и экипировки. Текстура и естественная теплопроводность лубяных волокон позволяют проектировать ткани, не распознаваемые инфракрасными камерами. Кроме того, благодаря природным барьерным свойствам, пряжа востребована при разработке защитных биокостюмов для работы в сложных и агрессивных средах.





ОАО «Гронитекс» уверенно заняло нишу высокотехнологичного сырья. С 2017 года развивается направление пряжи специального назначения, создаваемой на основе современных химических волокон.

Особое внимание в новых разработках уделено интеграции вискозного волокна Лиоцелл. В линейке ОАО «Гронитекс» представлены инновационные смесовые композиции с полиамидом, хлопком и модакрилом.

Симбиоз Лиоцелла и модакрила рождает пряжу с беспрецедентными характеристиками. Модакрил обеспечивает постоянные огне- и термостойкие свойства, которые не исчезают в процессе эксплуатации. При этом пряжа сохраняет бактерицидные качества, приобретает деликатный матовый блеск, высокую устойчивость к сминанию и демонстрирует минимальный пиллинг, надолго сохраняя внешний вид готового изделия.



ГРОНИТЕКС

Нити наших связей прочны и долговечны!

www.gronitex.by

Исключительная устойчивость к истиранию и разрывным нагрузкам

Текстиль на основе льно- и пенькосодержащей пряжи не задерживает запахи и предотвращает размножение бактерий и плесени. Именно поэтому такая пряжа становится ультимативным решением для выпуска функционального нательного белья, носков и базовых слоев одежды. Она надежно защищает от опрелостей и переохлаждения при длительном нахождении в полевых, сырых условиях и при высоких физических нагрузках.



«Гронитекс» сегодня демонстрирует, как понимание свойств волокон и гибкость технологических процессов способны трансформировать рынок. Предлагая широчайший спектр пряжи – от комфортных льняных и пеньковых смесей до сверхнадежных огнестойких составов – предприятие предоставляет своим партнерам прочный фундамент для создания конкурентоспособной, востребованной и инновационной текстильной продукции. ◆

Мы создаем пряжу, которая делает ваш бизнес прочнее, а изделия – совершеннее!

КОНТАКТЫ

Адрес: Республика Беларусь, 230005, г. Гродно, ул. Горького, 91
Эл. почта: info@gronitex.by, market@gronitex.by
Тел.: +375 (152) 43-00-12, +375 (152) 43-02-92
Моб. тел.: +375 (29) 601-14-78

IFSA 25 ЛЕТ

30-31 августа 2027 | Москва, Крокус Экспо

До встречи

на юбилейной выставке
промопродукции,
мерча, оборудования
и технологий для рекламы

Принять участие со стендом

25

Организатор:
ExpoVision Rus

ООО «ЭВР» - РЕКЛАМА

0+

ИНДУСТРИЯ МОДЫ

Международная выставка



www.fi-expo.ru

22-25 октября 2026

Санкт-Петербург
КВЦ Экспофорум

0+

Организатор:
FarEXPO FE



«ОБЛАКО В ЛАДОНЯХ»: ИСТОРИЯ ОДНОГО ПРОЕКТА

Беседовала
Ольга ЯКОВЕНКО

Совсем недавно, в мартовском выпуске журнала (№ 2/2026) мы рассказали о фабрике «ТКАЧ», и вот – уже четвертый выпуск у вас в руках, с нашей статьей, а точнее, интервью о проекте, который реализовался в кратчайшие сроки. У проекта много соавторов – тех, кто помог ему воплотиться в жизнь, но главный организатор и вдохновитель – генеральный директор фабрики «ТКАЧ» **Дмитрий Лейкин**. С него и начнем нашу беседу.



Дмитрий, еще совсем недавно, в феврале, мы встречались на вашей фабрике «ТКАЧ», где вы показали весь ассортимент тканей, в первую очередь технического назначения, и рассказали о своих планах по выпуску тканей для одежды – батист, вуаль и др. И вот мы снова встретились спустя всего 4 месяца и увидели результат вашей идеи, воплощенный в коллекции одежды дизайнера Ларисы Донской. Как вы решились на такой смелый шаг в наше сложное время?

Время сейчас действительно сложное, но времена не выбирают, а жизнь идет. Мы выбрали для себя цель – выпуск ткани для производства одежды, и увеличение продажи этих тканей, и обязательно добьемся этих целей.

Работа была проведена большая. Наши сотрудники совместно с дизайнером Ларисой Донской занимались подбором ткани, цвета, и ездили в Москву, где со специалистами компании ДИМИТЕКС воплощали задуманное, чтобы полученная ткань идеально подошла для производства коллекции. Как вы могли увидеть, все получилось, и, по–моему, хорошо.

С чего вы начали реализацию своих идей?

Всё началось с простой и, казалось бы, очевидной идеи: поставлять ткань и для швейных производств, и для розничных магазинов тканей – и постепенно это превратилось в большой, живой проект. Эта мысль давно жила в моей голове, и я искал пути ее реализации. Однако долгое время не находилось нужных решений, чтобы воплотить её в жизнь.

Поворотным моментом стала случайная, а теперь кажется – совсем даже не случайная, а судьбоносная находка: в вашем журнале «Легкая промышленность. Курьер» (№ 5/2025) я увидел интервью Максима Максимова, руководителя текстильного департамента Konica Minolta Business Solutions Russia. Он рассказывал об отделочном оборудовании и возможностях цифровой печати – и эта статья стала импульсом к действию. В статье не было контактов Максима, но меня это не остановило: я начал искать их, шаг за шагом прокладывая путь к новым возможностям. Так я познакомился с редактором журнала Ольгой Яковенко, и именно благодаря ей позже появилась статья о нашем производстве (№ 2/2026).

Выйдя на связь с Максимом, я поделился нашими задачами, и он, проявив искреннюю вовлечённость, познакомил меня с Михаилом Купавцевым из компании ДИМИТЕКС, который уже имел успешный опыт работы с цифровой печатью и был готов попробовать поработать с нами. Это знакомство стало ещё одной важной ступенью.

Мы пригласили Максима и Михаила к нам на производство, и именно на этой встрече произошло ещё одно значимое событие: мы познакомились с дизайнером Ларисой Донской, которая к тому моменту уже согласилась на сотрудничество. С этого момента и началась настоящая работа над коллекцией – кропотливая, вдохновляющая, полная поисков и открытий. А затем настал день показа.



Этот показ стал важной вехой в развитии нашего проекта по продвижению тканей для производства одежды. Он не просто продемонстрировал результаты нашего труда, он показал огромный интерес аудитории к российским тканям, дизайнерам и к продукции нашего предприятия. За этим мероприятием стояла целая команда: организатор, фотографы, видеографы, команда зала и многие другие – каждый внёс свой незаменимый вклад.

Особую роль в реализации проекта сыграли и наши сотрудники. Например, финансовый директор Екатерина Смирнова участвовала во всех этапах – от переговоров с дизайнером до подготовки и проведения мероприятия. Её внимание к деталям, умение держать в фокусе финансы, творческие задачи и организационные моменты стало опорой для всей команды. Подробности Екатерина расскажет сама.

Показ получился ярким и запомнится многим гостям мероприятия. А появился ли интерес у других дизайнеров – использовать ваши ткани для своих коллекций?

После проведения мероприятия мы действительно увидели тот самый отклик, ради которого и затевался проект.

Уже есть первые, самые ценные договорённости, а вместе с ними и особенное предложение: поучаствовать в новом модном проекте – фестивале «ЭТНОМОДА–Смыслы». Для нас это не просто очередная площадка, а возможность раскрыть культурный код наших тканей, показать, как традиции и современные технологии могут звучать в унисон.

Коллекция, которую мы представили – лишь первая глава большой истории. Впереди большая работа, но и большие возможности.

После успешного показа коллекции какие дальнейшие шаги планируете предпринять?

Сейчас мы планируем сфокусироваться на отделке – это тот самый этап, где ткань обретает свой характер и настроение. Мы ищем новых партнёров, чтобы вместе придавать материалам новые свойства, экспериментировать с крашением, развивать направление дизайна тканей и принтов. Каждый такой шаг – это не просто технологическое улучшение, а движение к созданию уникального продукта, который будет говорить на языке современной моды.







Лариса Донская, дизайнер

Лариса, вы довольны своей коллекцией? Всё получилось, как задумывали?

Если по-крупному – да, довольна. Но не на 100 %. Особенно сейчас, когда появилась дистанция, можно критически посмотреть на результат. Многое бы уточнила, изменила. Но концепция осталась бы прежней, вайб передан точно: легкость, ветер, облака.

А детали – да, их бы я доработала.

Что можете сказать о тканях компании «ТКАЧ»?

Они–то меня и вдохновили! Они волшебные! Линейка производства очень разнообразна. Это и невесомые прозрачные батисты, из которых родились блузы, легкие брюки, небесно–голубой сарафан «Будуар». И плотная, сыпучая, но при этом пластичная материя – из нее идеально было кроить мягкие корсеты, без металлических костей, что я и сделала.

Как быстро воплотили замысел?

На коллекцию ушло чуть меньше полугода. Ритм выдался напряженным, но всё шло на удивление легко – будто она сама себя проявляла. Характер у нее и задумывался, и получился воздушный. Однако это не значит, что мне было просто: физически чувствовалась нагрузка, ведь параллельно мы выполняли индивидуальные заказы в ателье. Плюс груз ответственности – он всегда дает о себе знать.

Чем обусловлен выбор однотонных тканей? Почему только они?

Палитра коллекции построена на контрастах природного света. Розовый и лавандовый – оттенки, которыми солнце подсвечивает перистые облака на закате. Свинцово–фиолетовый – цвет предгрозового неба. Он добавляет коллекции драматизм и объем.

Вся коллекция – иллюзия. Мы привыкли видеть облака белыми, но стоит солнцу скрыться или подняться ветру – их цвет и форма мгновенно меняются.

Я искренне рада, что мне выпал прекрасный шанс поработать в партнерстве с ткацким производством. Руководители и сотрудники здесь подходят к любому делу с максимальной скрупулезностью – и в этом стремлении к совершенству мы абсолютно совпали.





Екатерина Смирнова, финансовый директор ткацкого производства компании «ТКАЧ»

Екатерина, вы занимались организацией всех процессов: ездили в Москву, чтобы покрасить ткани, искали дизайнера для создания коллекции. Как вам удалось в кратчайшие сроки все реализовать? Поделитесь опытом.

На самом деле все было не так. Вся история как раз и началась со случайного знакомства с дизайнером! Как часто бывает в этой жизни, одна случайная встреча создает целый поток событий. Мы познакомились с Ларисой Донской в ноябре 2025 года на IV Международном форуме «Содружество моды». Рассказали друг другу про себя, чем занимаемся, обменялись контактами и расстались.

На тот момент у Дмитрия уже была идея красить ткани и предлагать их для швейных производств, но не было понимания, как показать людям нашу ткань, так сказать, «в действии», как выйти на будущего покупателя. И вот, в какой–то момент в моей голове сложилось 2 и 2, и родилась идея позвать Ларису к нам на производство и показать ей наши ткани.

Так все и началось. А дальше мы просто следовали за процессом. Сначала был план отшить пару моделей и сделать фото– и видео–контент, а потом коллекция стала расти и выросла в целый показ. Когда встал вопрос покраски ткани для коллекции, мы с дизайнером Ларисой Донской поехали в Москву, чтобы видеть образцы своими глазами. Мы готовились к долгому и сложному процессу подбора цветов, но оказалось, что в ДИМИТЕКС есть специалисты такого уровня, что через несколько часов все ткани были готовы, и мы успели даже погулять по городу!

Знаете, это было удивительно, но на протяжении всей подготовки к показу стоило сформулировать задачу, и сразу находились варианты решения и люди, готовые помочь.







Вы ведь еще поработали в качестве продюсера. Насколько было сложно организовать показ?

Если честно, я работала младшим помощником продюсера, немного помогла с поисками зала, фуршетом и оформлением. Все остальное: переговоры, модели, сьемки, свет, звук – всем этим занималась Виктория Ситник. Она продюсер съемок в сфере моды, и такой показ для нее тоже новый опыт. Очень хочется отметить зал Дворец Кваренги, команда зала очень старалась, они были постоянно на связи, делились опытом предыдущих мероприятий.

Сейчас, оглядываясь назад, я сама удивлена, что все так быстро и красиво сложилось. Все, от идеи до показа, было для меня абсолютно новым, это абсолютно творческий процесс, непривычный для меня.

Что вы скажете о цветовой гамме тканей, о самой коллекции?

Коллекцию я впервые увидела вместе со всеми зрителями, до этого только отдельные ее элементы, и, если честно, у меня были мурашки! Это полноценная коллекция, готовые образы. И почти каждую вещь из нашей ткани я могла бы надеть!

Цветовая гамма коллекции – это наше петербургское лето, от безоблачного голубого неба до грозовых туч, от жёлтого рассвета до розового заката. И эта идея кажется мне гениальной! При этом все цвета очень актуальны в этом году. Я померила несколько вещей из коллекции, и скажу так – эти вещи с душой, они создают настроение. Надев розовый корсет, я почувствовала себя девушкой «а–ля Барби», веселой и легкомысленной. А черный корсет требует вечерней сумочки и высокий каблук.

Еще отмечу, что для нас очень важно, что в коллекции был образ из суровой, неокрашенной ткани, и этот костюм получился интересным, легким и «манящим». До этого я никогда не видела вещи из ткани цвета натурального хлопка, а это так красиво и абсолютно в тренде экологичной моды, что сейчас очень актуально.



Виктория Геннадьевна Ситник, продюсер и организатор показа

Как вы решились на организацию целого показа коллекции?

Изначально запрос для меня был организовать камерный показ для коллекции Ларисы в фотостудии для создания материала фото и видео. Но в процессе создания коллекции было принято решение сделать праздник и позвать гостей. Я не боюсь делать что–то в первый раз. Так как у меня огромное количество связей и знакомств в мире моды, есть своя команда, получилось быстро сориентироваться! Помимо организации съемок, я так же обучаю моделингу женщин 30+ и детей от 5–ти лет. В роли организатора и ведущей была в первые в жизни, думаю, получилось естественно.

Сложно ли было организовать показ?

Сам показ организовать мне было не сложно, сложно было добавить и пригласить других дизайнеров, выбрать нужный контекст коллекций, которые соответствуют по тканям и ценностям с ткацким производством. Сохранить общую атмосферу и передать зрителю смыслы и информацию о каждом участнике.

Что вы можете сказать о коллекции?

Сама коллекция Ларисы Донской для меня как глоток свежего нового и очень настоящего творчества. Сочетание тканей с цветовой палитрой создает впечатление отдыха, природных мотивов, натурального волокна, качества, сделанного с заботой! Очень хорошо была видна текстура тканей, благодаря выбранному дизайну. Оттенки в тканях прекрасно подходят для девушек разных типажей. Мы специально с кастинг–менеджером подбирали разнотипных

девушек в показ, чтобы показать, как эти ткани подходят совершенно любой женщине, любого типажа и возраста.

Думаю, коллекция полностью отразила ценности ткацкого производна «ТКАЧ». Это традиции, наследие, история, натуральность и новые технологии.



Купавцев Михаил, компания ДИМИТЕКС

Михаил, вы имеете прямое отношение к коллекции, созданной из тканей фабрики «ТКАЧ». Насколько сложно было покрасить батист? Были ли технологические тонкости, какое оборудование использовали?

Для нашей компании прикоснуться к одной из самых сложных и качественных хлопковых тканей было удивительным и очень ответственным опытом. Когда я впервые увидел и потрогал батист от фабрики «ТКАЧ», я был поражен, насколько это тонкий, нежный и приятный материал.

Отвечая на вопрос о сложности работы: нанести печать на батист оказалось не так сложно, как можно было бы ожидать. Наше оборудование позволяет уверенно и качественно печатать на хлопковых материалах. Ткань оказалась очень податливой: она великолепно впитывает краску, отлично переносит стирки и безупречно ведет себя в процессе производства.

Однако технологические тонкости, безусловно, были. Чтобы идеально пропечатать тончайшие переплетения нитей и не испортить этот деликатный материал, мы использовали исключительно высококачественный режим печати на нашем оборудовании. Стандартные или скоростные режимы для такой задачи категорически не подходят, так как риск повредить структуру ткани очень велик. Работать с батистом в таком формате было сплошным удовольствием.

Как часто вам приходится иметь дело с такими деликатными тканями?

К большому сожалению, с материалами такого уровня деликатности нам приходится работать нечасто. Батист – это очень сложная в производстве ткань. Как мы обсуждали с Дмитрием Абрамовичем, для его создания требуются специальные нити, и далеко не весь хлопок годится для этих целей. Из–за дороговизны сырья и сложности технологии спрос на этот материал пока не так велик.

И это вызывает искреннее сожаление, потому что по богатству фактуры и шелковистости батист фабрики «ТКАЧ» по праву можно назвать «русским шелком» или «Петербургским шелком». Если сравнить его с итальянскими аналогами, наш батист значительно доступнее по цене, а азиатские аналоги он многократно превосходит по качеству.

Мы в нашей компании будем делать всё возможное, чтобы популяризировать этот великолепный материал и саму фабрику «ТКАЧ». Батист заслуживает того, чтобы войти в широкий обиход российских дизайнеров и получить свой законный премиальный статус наравне с натуральным шелком.



Максим Максимов, руководитель текстильного департамента компании KONICA MINOLTA РОССИЯ

Максим, ваше знакомство с Дмитрием Лейкиным сыграло свою роль в успехе создания коллекции. Ваши рекомендации по выбору компании и печатного оборудования были абсолютно верными. Что вы скажете о результате?

Мы постоянно занимаемся поиском стабильных текстильных материалов для печати, и особенно нас интересует премиальный сегмент тканей для производства одежды. Материалы санкт–петербургской фабрики «ТКАЧ» как раз соответствуют нашим стандартам, и мы с удовольствием рекомендуем их нашим клиентам.

Во время визита на фабрику в начале этого года мы познакомились с известным петербургским дизайнером Ларисой Донской. Для выпуска её коллекции требовалось крашение в непростые однотонные цвета. Ни одно красильное предприятие, конечно же, не заинтересовано в окрашивании маленьких партий – это нецелесообразно с любой точки зрения, даже несмотря на то, что это очень востребованная позиция, измеряемая миллионами заказчиков, вынужденных покупать стоковые остатки. Мы предложили разместить заказ в производственной компании ДИМИТЕКС. Во–первых, нет ничего сложного в имитации однотонного крашения, более того, можно получить очень редкие и специфические оттенки и полутона. Во–вторых, производство небольших партий с помощью цифровой печати обходится в несколько раз быстрее, дешевле и экологичнее аналогового крашения, при том, что производственный график печатающей компании никак не меняется.



Промежуточный результат, а именно печать, держался втайне, и увидеть его мы смогли только во время показа коллекции в Дворце Кваренги. Честно говоря, немного переживал, так как печать пигментными чернилами все–таки менее устойчива к истиранию, чем реактивными, но результат превзошел все ожидания. Прекрасная цветопередача и практически полное сохранение тактильных свойств материалов. Из трех показов, исключительно на мой взгляд, коллекция Ларисы Донской была лучшей. Посмотрим, как отреагируют покупатели. Всем желаю удачи! Впереди с Дмитрием Лейкиным у нас новый совместный эксперимент, а с Михаилом Купавцевым уже сейчас начался новый проект.



Майя Кузнецова, художник–модельер, кандидат искусствоведения, доцент, академик Национальной Академии Индустрии Моды, член Санкт–Петербургского Союза дизайнеров.

Показ коллекции Ларисы Донской «Облако в ладонях», созданной в партнерстве с производством «ТКАЧ», стал приятным моментом питерского лета 2026, когда на Невском гуляли туристы, а на Казанской улице, во дворце Кваренги, – элегантные дамы в моделях из хлопка.

Светлая гамма неброских нежных оттенков в дополнении кружева, меха и даже пайеток, объемные силуэты, воздушные оборки, складки, сборки, кулиски – все уместно и органично для тонкого батиста, который наши предки использовали не только для изготовления нижнего белья, но и для нужд авиации. Плотные ткани для костюмов





восточных единоборств отлично смотрелись в бомберах и корсажах с молниями – женственных и провокационных одновременно. Лариса Донская успешно продемонстрировала, что все составляющие современного элегантного гардероба: от дождевика до жакета–кителя и от нарядного платья до брючной пары – могут быть выполнены из хлопка отечественного производства.

В XXI веке, когда массмаркет внушает нам, что вискоза – лучший выбор, хлопок становится тихой роскошью для знатоков. Тем более – хлопок высокого качества: тонкий, легкий, упругий, формоустойчивый и гигроскопичный, как и положено натуральному материалу. Он способен привлечь внимание модников.

Ткацкая фабрика «Ткач», специализирующаяся на производстве перкалей и авиационных тканей по советским ГОСТам, сделала смелый шаг, заявив свою продукцию, как часть моды. И это открывает возможности как для самого предприятия, так и для дизайнеров, швейных производств и потребителей. Особенно сейчас, когда многие швейники закрывают бизнес, а немногие «держатся из последних сил», хочется верить, что красивое начало обретет успешное продолжение. ◆

ТКАЧ
ТКАЦКОЕ ПРОИЗВОДСТВО №1
192029, Санкт-Петербург,
пр. Обуховской обороны, д. 86,
лит. А, офис 212
+7 911-825-13-27
tkach-b@mail.ru
www.tkach.ws
t.me/tkachspb



Международные выставки текстильной и легкой промышленности
Текстильлегпром
Textillegprom
15–17 сентября 2026
Москва, Крокус Экспо, павильон 3, зал 13
10–12 марта 2027
Москва, Крокус Экспо, павильон 1, зал 2
Организатор АО «Текстильэкспо»
textilexpo.ru



КОМПЛЕКТ ВМЕСТО МАШИНЫ:

ПОЧЕМУ ПОДРЯДЧИКИ ФЕДЕРАЛЬНЫХ БРЕНДОВ БОЛЬШЕ НЕ ПОКУПАЮТ ОБОРУДОВАНИЕ ПОШТУЧНО

РАЗБИРАЕМ ПРОЕКТ КОМПАНИИ ПШО НА ФАБРИКЕ «СМОЛЕНСКАЯ КРЕПОСТЬ»: 39 ЕДИНИЦ ТЕХНИКИ – ОДНА ЛОГИКА ПОДБОРА И ЗАПУСК СИЛАМИ ПОСТАВЩИКА

Роман ТРУКТАНОВ, генеральный директор компании ПШО

Кто давно работает в отрасли, помнит другую модель закупки. Сломалась машина – купили машину. Подросли объёмы – добавили пару рабочих мест. Парк собирался годами, слоями, и в нём мирно уживались агрегаты разных поколений. Эта модель закупки уже не актуальна, не по технологическим, а по коммерческим причинам. Компания ПШО предлагает новую схему оснащения и поставки.

Когда крупные бренды разместили производство внутри страны, они принесли с собой свои стандарты качества, свой ритм отгрузок и свой технический контроль. Подрядчик, который берётся за такой заказ, попадает в ситуацию, где иметь швейные места недостаточно. Нужен сбалансированный парк, закрывающий весь маршрут изделия – от соединительных операций до финишных и декоративных. Одно узкое место в цепочке означает срыв срока, а срыв срока в работе с брендом обходится дороже, чем любая разница в цене оборудования.

Соответственно, изменилось и то, что предприятие ждёт от поставщика. Логистика перестала быть его функцией. Требуется инженерная работа: разложить ассортимент на операции, посчитать баланс потока, подобрать технику под реальный материал и реальную квалификацию персонала – и уложиться в бюджет, который у подрядного производства всегда упирается в экономику конкретного заказа.



Автоматизированная машина контурного шитья ZOJE ZJ5770B-3020GB-CH

ЧТО ТРЕБОВАЛОСЬ «СМОЛЕНСКОЙ КРЕПОСТИ»

Предприятие специализируется на пошиве изделий и выполняет заказы для одного известного бренда – то есть работает там, где требования к стабильности строчки и повторяемости задаёт не собственный ОТК, а заказчик.

Именно с таким запросом в ПШО обратилось ООО «Смоленская крепость».

Задача звучала не как закупка отдельных единиц, а как формирование производственного цикла: нужна была конфигурация, позволяющая закрывать маршрут изделия внутри своего цеха, без вывода операций на сторону и без ручных обходных решений там, где операция должна выполняться машиной.

Второе условие – ценовая политика. И это – самая недооценённая часть подобных проектов. Комплект, собранный из верхнего сегмента «с запасом», не проходит по окупаемости рабочего места. Комплект по нижней границе не выдерживает требований бренда. Вся работа поставщика происходит в этом узком коридоре.

ЛОГИКА КОМПЛЕКТА

Специалисты ПШО подобрали конфигурацию адресно, исходя из специфики задач производства. Всего поставлено 39 единиц техники, и показательна именно структура: это не набор однотипных машин, а несколько функциональных групп.

Базовый поток – прямострочные ZOJE ZJ7903HB-D4 и промышленные швейные машины ZOJE ZJ9903AR-D3B/PF (21 шт.) с игольным продвижением (беспосадочные). Эта группа определяет пропускную способность цеха: от её численности напрямую зависит, какой объём предприятие прокачает за смену.

Закрепка и спецоперации – ZOJE ZJ1900DSS-3-V4 и ZOJE ZJ2845-BD-D3. Существуют участки, которые на многих подрядных производствах остаются ручными. Между тем закрепка – узел, по которому заказчик предъявляет претензии чаще всего: она видна, нормируется и первой расходится при носке.

Автоматизация – два автомата контурного шитья: ZOJE ZJ-M3-S500-SF-X-LK2-V3 с полем 800×500 и ZOJE ZJ5770B-3020GB-CH. Для меня это самая интересная часть комплекта. Такое оборудование выполняет строчку по заданной программе с повторяемостью, которую ручная работа не даёт в принципе. Контур, отстрочка, фиксированный рисунок шва перестают зависеть от смены и стажа оператора. Одна машина снимает с потока операцию, которая требовала бы нескольких квалифицированных швей, – а дефицита кадров сегодня в отрасли больше, чем дефицита оборудования.

Поэтому ПШО занимается не только собственным производством шаблонов, но и организовывает обучение по изготовлению шаблонов для контурных автоматов.

Обратите внимание на два автомата с разным полем обработки. Это грамотное решение для смешанного ассортимента: крупноформатная машина берёт габаритные детали, компактная работает на мелких узлах, и за загрузку они не конкурируют.



Машина контурного шитья ZOJE ZJ-M3-S500-SF-X-LK2-V3 (800×500) NEW

ПОСТАВКА – НЕ ФИНАЛ ПРОЕКТА

Отдельно могу отметить, что команда ПШО не ограничилась поставкой и выполнила запуск оборудования.

Разрыв между «технику привезли» и «техника работает» на практике измеряется неделями, а с программируемыми автоматами иногда и месяцами: их нужно настроить под конкретное изделие, отладить параметры, обучить операторов, А компанией ПШО это было выполнено в течении недели. Для подрядчика с согласованным графиком отгрузок каждая такая неделя – прямой убыток и репутационный риск в отношениях с брендом.

Есть и второй эффект, о котором говорят реже. При запуске силами поставщика техника изначально настраивается под тот материал и тот ассортимент, ради которых закупалась, а не под усреднённый заводской режим. Это напрямую бьёт по проценту брака в первые месяцы – самом уязвимом периоде любого нового участка.

ТРИ ВЫВОДА

Кейс интересен не масштабом: 39 единиц – не рекорд для российского рынка. Он интересен тем, что показывает три сдвига.

Первое: комплексная поставка вытесняет точечную. Предприятие, работающее на крупного заказчика, не может собирать парк постепенно – заказ либо берётся целиком, либо не берётся вовсе.

Второе: автоматизация перестала быть привилегией крупных фабрик. Ещё недавно автомат контурного шитья считался оборудованием для производств на сотни рабочих мест. Сегодня он появляется в комплекте среднего подрядчика – по экономическим причинам, а не имиджевым: он компенсирует то, чего на рынке труда просто нет.

Третье: ценность поставщика сместилась из плоскости стоимости оборудования в плоскость компетенции. Собрать 39 единиц так, чтобы получился сбалансированный поток, а не набор разрозненных рабочих мест, – задача инженерная, и решается она до отгрузки, а не после.

На текущий момент детали проекта продолжают уточняться; дополнительная информация будет предоставлена после согласования с представителем ООО «Смоленская крепость».



Швейная машина с увеличенным челноком ZOJE ZJ7903HB-D4



Москва
+7 (495) 145-95-99
ул. Авиамоторная 73А
info@profshvey.ru

Ижевск
+7 (3412) 31-34-17
ул. Маяковского, 21, ТЦ «Семья», 2 этаж
profshvey-izhevsk@mail.ru

Пермь
+7 (342) 256-57-22
ул. Дзержинского, 17
profshvey@mail.ru

Казань
+7 (904) 712-13-69
+7 (8432) 92-13-69
ул. Сары Садыковой, 59
profshvey-kazan@mail.ru

Киров
+7 (8332) 21-80-17
Октябрьский проспект, д. 83
profshvey-kirov@mail.ru



ЛАЗЕРНЫЙ РАСКРОЙНЫЙ КОМПЛЕКС PHOTONIM P1812 SCAN PRO:

СОТНЯ ИНСТАЛЛЯЦИЙ – ЗНАК ВЫСОКОГО ДОВЕРИЯ!

Внедрение цифровых технологий в самых разных производственных областях стало абсолютной нормой нашей жизни. Предприятия любого профиля (и текстильные/швейные в том числе) сегодня стремятся максимально оптимизировать рабочие процессы для сокращения расходов при наращивании объемов выпуска продукции и сохранении ее высокого качества.

Уже много лет производители рулонных тканей, одежды и обуви, спортивной формы, домашнего текстиля, галантереи, игрушек, мягкой мебели, театральные мастерские и РПК широко используют технологии цифровой текстильной печати. Сейчас же закономерно наступает эра цифровизации раскроя, где затраты времени и трудовых ресурсов особенно ощутимы.

Фабрики самого разного масштаба оснащают свои производства лазерными раскройными станками, которые позволяют бесконтактным способом кроить материалы различных составов и толщины с высокой скоростью и исключительной точностью. Автоматический лазерный станок – именно тот инструмент, который позволяет обеспечить производительность, качество кроя, быструю реакцию на изменения рынка, а также минимизировать брак и сократить задействованный на раскройном участке персонал.

Особую популярность у нас в стране завоевал промышленный лазерный комплекс Photonim P1812 Scan Pro, число инсталляций которого приближается уже к сотне.

В Photonim P1812 Scan Pro предусмотрен вспомогательный портал с установленной на нем камерой с широкоугольным объективом (которая согласована со специальным программным обеспечением) и горизонтальными и вертикальными крупными светильниками, равномерно освещающими рабочее поле. Это решение дает возможность с высокой точностью распознавать контуры кроя на всей поверхности рабочей зоны даже на периферийных участках и безошибочно, без отклонений линий реза, производить обработку напечатанных на ткани деталей швейных изделий.

Функция резки по готовым контурам не исключает работы станка с незапечатанным полотном. В этом случае используются подготовленные в специальном ПО компьютерные лекала, раскладку которых можно произвести не только самым рациональным образом, но и «смешав» крой разных изделий или идентичный в вариациях размерной сетки.

Photonim P1812 Scan Pro имеет рабочее поле 1,8 х 1,2 м, на котором уложена сетчатая конвейерная лента с цепной передачей и контролем натяжения. В комплект станка входят: система автоматической рулонной подачи автономного управления с датчиком контроля петли для стабильной подачи



эластичных материалов и трикотажа; металлическая разглаживающая дуга на входе в зону резки и прижимной вал, предотвращающий проскальзывание текстиля в процессе его перемещения. Вакуумный прижим обеспечивает надежную фиксацию полотна и в сочетании с бесконтактным методом реза лазером гарантирует безупречное качество раскроя.

В качестве режущего инструмента используется лазерный луч с малым пятном фокусировки, сгенерированный CO_2-излучателем большого срока службы мощностью 130 Вт (с возможностью регулировки во время работы) и направленный отражающими зеркалами. Для охлаждения лампы используется фреоновый чиллер с контролем температуры охлаждающей жидкости.





Луч высокой температуры прекрасно справляется с натуральными и синтетическими тканями. Он слегка оплавляет кромку синтетики, чем предотвращает осыпание и пушение нитей и роспуск плетения по краям. В свою очередь отсутствие контакта с текстилем позволяет осуществлять стабильную скоростную резку по всему маршруту обработки без риска деформации и повреждения ткани.

Эффективная система дымоотвода, удаляющая продукты горения из области резки, включает гофру и две улитки, которые подсоединяются к системе общей вытяжной вентиляции.

Мощность лазерного луча позволяет работать с материалами толщиной до 20 мм. Резка осуществляется со скоростью до 600 мм/сек., а гравировка, которая востребована в производстве дизайнерских изделий, в особенности из джинсовых тканей, – до 1800 мм/сек. Лазер также успешно применяется для перфорации ткани и кожи и выборки мелких элементов, составляющих ажур.

Контроль работы лазерного раскройного комплекса Photonim P1812 Scan Pro осуществляется посредством DSP-контроллера, встроенного в систему управления станком. Этот цифровой процессор рассчитывает траекторию, обеспечивает высокую точность и скорость резки, плавность перемещения лазера, контролирует мощность луча в каждой точке, отслеживает показания всех важных датчиков.

Даже в производительных режимах выполнение заданий производится без остановок, так как резка и буферизация данных происходят параллельно благодаря передовому управляющему ПО.

Помимо широкого функционала, высокого качества комплектующих и сборки, долговременной надежности и безопасности, модель лазера Photonim P1812 Scan Pro очень современна в исполнении, эргономична и удобна в обслуживании. Плюс к этому станок соответствует всем российским требованиям к эксплуатации промышленного электрооборудования и стабильно работает даже в условиях неустойчивого сетевого напряжения.

Лазерный станок Photonim P1812 Scan Pro производится на ведущем предприятии КНР, поставляющим по всему миру оборудование для промышленной резки, гравировки и маркировки. Компания имеет множество патентов на изобретения и свидетельств интеллектуальной собственности. Все станки проходят проверку в соответствии с международными стандартами ISO и сертифицируются согласно FDA CE.

Оборудование Photonim P1812 Scan Pro внедрено уже на многих отечественных швейных фабриках, с примерами которых полезно познакомиться тем, перед кем стоит актуальная задача автоматизации раскроя швейного производства.



Photonim P1812 Scan Pro работает на швейной фабрике **«Экохил»** в подмосковной Шатуре. Фабрика выпускает широкий ассортимент одежды под собственными торговыми марками, а также является поставщиком спортивной формы для футбольного клуба «Спартак», партнером ГК «Калашников» и исполнителем гособоронзаказа.

Это предприятие занимает производственную площадь 2100 кв. м, где на разных участках трудится более 120 сотрудников. Производство охватывает полный технологический цикл – от разработки и конструирования моделей до раскроя и пошива, печати и вышивки.

Станок Photonim P1812 Scan Pro запущен в компании **ProPrie** из подмосковных Химок, которая с 2020 года занимается разработкой и пошивом тренировочной спортивной формы для девочек. Предприятие предлагает командные комплекты для спортивной и художественной гимнастики, фигурного катания и танцев, а также полезные подарки для юных спортсменок (подушки для растяжки, косметички и халаты).



Ассортимент изделий включает: футболки, майки, лонгсливы, шорты, легинсы, спортивные костюмы и даже халаты и пончо для отдыха. Все эти изделия доступны на маркетплейсах OZON и WB.

В пошиве спортивной одежды бренд ProPrie широко использует эластичные материалы, для которых лазерная технология бесконтактного раскроя представляется наиболее подходящей.

Модель Photonim P1812 Scan Pro активно используется в компании «Эспера» из Санкт-Петербурга. Эта фабрика под брендом Espera выпускает высококачественные принадлежности для сна – широкое разнообразие подушек, одеяла и постельное белье.

Предприятие начало работать в 1996 году. Сегодня здесь используют самые передовые технологии и уделяют большое внимание собственным уникальным разработкам, экспериментируя с формой, чехлами и наполнителем. В ассортименте бренда: классические, анатомические, ортопедические подушки, подушки с эффектом памяти, длинные подушки для всего тела, в форме бумеранга и с краевой сеткой для лучшей циркуляции воздуха.

Лазерный станок Photonim P1812 Scan Pro успешно эксплуатируется на известной московской цифровой фабрике текстиля **Saliteks**. Это крупное предприятие, работающее на рынке с 2009 года, специализируется на изготовлении принтованных тканей и их отделке, а также на декорировании текстиля и готовых швейных изделий методами тиснения, фольгирования, лазерной гравировки, установки бусин-заклепок, термоаппликации стразами и пленками.

Сегодня Saliteks сотрудничает со многими отечественными швейными предприятиями и ежедневно выпускает до 10 тысяч кв. м ткани. С момента начала работы компанией были напечатаны сотни тысяч рисунков на тканях атлас, бифлекс, габардин, джерси, дюспо, вуаль и выполнены масштабные заказы для таких значимых корпораций и брендов, как Яндекс, РЖД, Почта России, «Пятерочка» и пр.

Для максимальной концентрации всех процессов в рамках собственного производства и обеспечения высокого качества продукции фабрика Saliteks отказалась от услуг подрядчиков и расширила возможности своего производства за счет внедрения автоматизированного раскройного станка Photonim, который обеспечивает безупречную обработку синтетических и легких тканей.

Модель Photonim P1812 Scan Pro была установлена и в краснодарской компании **«Спец Защита»**. Это предприятие занимается производством военной экипировки и одежды, бронезащиты и тактического снаряжения. Продукция этой торговой марки реализуется через специализированные интернет-магазины военной торговли и доступна на маркетплейсах OZON и WB.

Раскройный станок был приобретен для автоматической резки плотной ткани, которую производить вручную долго и трудозатратно. Лазерный станок обеспечил предприятию быстрый раскрой деталей изделий разного назначения и сложности формы, точность которых гарантировала их правильное совмещение при сборке и пошиве.

Официальным дистрибьютором бренда Photonim в России является компания «Смарт-Т» – ведущий поставщик комплексных решений для текстильного производства. Компания имеет обширный демозал в Москве площадью почти 1000 кв. м, где размещено более 50 единиц оборудования. Помимо столичного офиса сеть региональных представительств «Смарт-Т» насчитывает 11 офисов и демозалов по всей стране – от Санкт-Петербурга до Красноярска.

СМАРТ-Т
www.smart-t.ru



СПОРТТЕКС:
РАЗГОВОР О ЗНАЧИМОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННОГО РОСТА

Беседовали
Ольга ЯКОВЕНКО и **Елена АЛЕНИНА**, директор по развитию SportTex

Компания «СпортТекс» на протяжении трех десятилетий не просто следует трендам легкой промышленности, а сама их формирует. История фирмы – это череда стратегических шагов, каждый из которых расширял спектр возможностей для клиентов. В 1998 году «СпортТекс» начал свою деятельность с поставок туристического снаряжения и специализированных тканей. В 2000 году в ассортимент вошли комплектующие (весла для лодок, каркасы, палаточные ткани и фурнитура). Это определило ключевой принцип работы компании: не просто продажи, а обеспечение клиентов всем необходимым для производства.

Отвечая на запросы активно развивающихся отечественных производств спортивной продукции и снаряжения, «СпортТекс» стал одним из первых поставщиков в России станков для герметизации швов, клеевых соединений и ультразвуковой сварки, необходимых для производства спортивных товаров. Сегодня «СпортТекс» делает ставку на два перспективных вектора.

Первый – политика импортозамещения: активная работа по локализации материалов и разработка высокотехнологичного оборудования в ответ на новые экономические реалии.

Второй: проект федеральных кластеров. Он включает в себя создание партнерской сети образовательно производственных центров «Рабочий факультет», направленный на развитие инфраструктуры муниципалитетов и подготовку нового поколения компетентных специалистов для легкой промышленности. «СпортТекс» инвестирует в кадровый потенциал отрасли, что является залогом ее долгосрочного роста.



В данной статье мы хотим показать, как технологии помогают развитию предприятий легкой промышленности в нашей стране, поговорив с одним из первых клиентов «СпортТекс», основателем российских брендов Сергеем Илатовским, который является отечественным производителем лучших палаток для автономного туризма, высокотехнологичной верхней одежды для пониженных температур. История двух брендов Normal и Laplanger - это путь от увлечения туризмом к созданию технологичной одежды, способной выдерживать экстремальные условия Севера. Их развитие отражает эволюцию отечественного outdoor-рынка: от профессионального снаряжения к премиальной городской экипировке.

В ходе беседы мы обсудили преимущества изделий, ценовую политику, технические решения, проблемы клеевых швов и миграции пуха, тестирование водозащитных покрытий, маркетинг и возможное сотрудничество.

Сергей, расскажите, пожалуйста, об истории развития двух компаний.

Мы начинали в конце 80-х. По образованию мы электронщики, занимались кабельным телевидением, но в итоге ушли в производство. Изначально это было туристическое снаряжение – в то время на рынке практически ничего не было. Мы шили рюкзаки, каждая модель была новой, соревновались с другими производителями, перенимали опыт, искали свои решения.

Одна из ключевых задач была сделать рюкзак правильной формы, чтобы он был удобным и в то же время технологичным в партийном производстве. Технологию я отрабатывал лично сам. В какой-то момент началось корпоративное движение – мы делали рюкзаки и продавали их приличными партиями, по 500 штук. Это было самое начало, когда мы были ещё совсем «маленькими».

А потом случилось так, что нам отдали за долги партию курточной ткани. И мы решили шить одежду. Ткань оказалась хорошей, мужские куртки получились качественными, тёплыми.

В 90-е годы, вы же помните, всего был дефицит. Запасов не держали – что сшили, то сразу продали. Делали одну мужскую модель, один размер, один цвет – и всё расходилось в ноль. Сейчас такого уже не бывает. Мы смотрели на мировой опыт, изучали, кто и что делает, многое придумывали сами.

Так и сложились наши два направления. Зимой шили мужские тёплые куртки, летом – рюкзаки, а затем переключились на палатки. Этим занялись плотно и в итоге заняли значительную долю рынка, потому что палатки были действительно качественные. Рюкзаки у нас тоже профессиональные, экспедиционные – это не городские «рюкзачки», а 100–120 литров для серьёзных походов.

Каков портрет вашего потребителя сегодня? Кто покупает технологичные пуховики Laplanger и кто берет палатки Normal для профессионального туризма?

Я как-то задал вопрос искусственному интеллекту: что такое палатки Normal? Он ответил: «это палатки для автономных туристов». И я понял, что это очень точное определение.

То есть это человек, который идёт в поход на две недели, и не на машине. Не так,что пошёл дождь – и он уехал домой. Качество всего похода напрямую зависит от того, какая у тебя палатка. И вот мы – для него. Потому что в нашей палатке он не замёрзнет, не промокнет, ветер её не положит. В отличие от большинства других.

У нас есть знакомый инструктор, он водит группы. Рассказывает: когда начинают ставить лагерь, он смотрит, у кого какие палатки. И говорит: «Вы ставите налево, а вы – направо». Народ недоумевает, но ставят, потому что инструктор сказал. А потом начинается дождь. И тех, кто слева, он накрывает сверху полиэтиленом, а тех, кто справа, – нет. Потому что он уже знал, чем это кончится.

Вот так. Мы – не «левая» палатка. Мы делаем для профессиональных туристов, а не для тех, кто едет шашлыки жарить. Наши клиенты – это полупрофессионалы, фактически эксперты.

Расскажите о вашей одежде. Какие у нее преимущества? Рассматриваете ли вы возможности запуска партий принципиально новых моделей с новым дизайном и свойствами? Планируете запуск принципиально новых моделей с кардинально другим визуалом, отходящим от утилитарного ДНК брендов?

Первоначально мы выпускали обычную городскую зимнюю одежду, которая ничем не выделялась на рынке. Потом решили перенести технологии из экстремального туризма в сегмент повседневной городской моды. Отправной точкой стал экспедиционный пуховик «Берген», протестированный в реальных условиях на Белом море. Он доказал свою способность защищать от морозов до –60 °C.

Мы не можем слепо следовать трендам, потому что им прощается то, что нам не простят. Приведу пример. Наша самая тёплая женская модель – это двойной пухпакет в шахматном порядке, толщина пакета достигает 9–10 сантиметров. Это нельзя сравнить с итальянским пальто. Я не говорю, что итальянское плохо, но мы делаем одежду для того, чтобы в ней было реально тепло. А не чтобы в туфельках добежать из машины до подъезда.

Сегодня оба бренда продолжают развиваться, сохраняя производство в Санкт-Петербурге. У каждого своя задача: Normal создаёт надёжное снаряжение для активного отдыха и путешествий, Laplanger обеспечивает комфорт и защиту в условиях суровой городской зимы, сохраняя лаконичный и элегантный стиль. Laplanger делает ставку на продуманность, долгосрочные тренды и функциональность, избегая «остромодных» фасонов, которые быстро устаревают.







Создание моделей с новыми технологиями – ваше главное преимущество. Климатическая система внутри пакета, учитывающая температурные зоны тела – насколько это востребовано в повседневной городской среде, а не только в экспедициях?

Наш пуховик, например, можно носить буквально на футболку. Никаких дополнительных слоёв не нужно. Человек не хочет утепляться – надел и пошёл. Конечно, можно надеть свитер, потом жилетку, потом шарфом обмотаться – и так идти. А можно надеть наш пуховик и при –35 °С идти смело.

Правда, надо понимать, что такое «–35». В Питере – это смерть. Особенно на Васильевском острове, где ветер. Влажный, пронизывающий ветер – это ужасно, просто не выйти.

И ещё всё зависит от человека. Кому-то всегда жарко, а кому-то всё время холодно. Есть люди, которые постоянно мёрзнут. Мы делаем одежду для всех, но с запасом – чтобы даже тот, кто вечно мёрзнет, чувствовал себя уверенно.

Поговорим о новых технологиях. На российском рынке активно обсуждают инновационные клеевые решения, герметизацию швов и ультразвуковую сварку. Насколько эти технологии интересны для вашего производства, и видите ли вы реальный спрос на них со стороны клиента? Востребованы ли они сейчас, на ваш взгляд?

В нашем ассортименте – рюкзаки, лёгкие мембранные куртки и палатки. Для всех этих изделий критически важна влагозащита. Поэтому на производстве есть специальные машины для проклейки швов, поставленные компанией «СпортТекс», оборудование для проверки качества герметизации. Мы эту технологию освоили и держим под строгим контролем.

Ещё одно направление, которое нас очень интересует, – ультразвуковая стёжка. Мы изучаем, можно ли сделать пухпакет бездырочным с помощью ультразвука, чтобы пух не вылезал, и насколько такой шов будет крепким при правильных параметрах сборки. Проблема миграции пуха всегда стоит остро. Мы используем разные схемы пухпакетов, я сам их разрабатываю, и мне интересно, что реально могут дать современные технологии – возможно, появятся совершенно новые свойства изделий.

Из недавних разработок – мы сделали клееную ветровку из трёхслойной мембраны. В ней многие элементы не прошиты, а аккуратно проклеены – например, карманы. Это даёт более чистый вид и дополнительную герметичность.

Ваш производственный цех расположен в Санкт-Петербурге. Сейчас многие фабрики жалуются на износ парка станков. Есть ли экономический смысл в модернизации, к примеру, покупке автоматов в текущей экономической ситуации? Каков ваш главный сценарий на ближайшие 2–3 года – рост или тактика выживания? И второй вопрос по кадрам: соответствует ли уровень подготовки ваших швей и конструкторов тем высоким запросам, которые предъявляет современное оборудование?

С кадрами – никакого прогресса в плане модернизации. Мы меняем оборудование, но постепенно, потому что сейчас нет возможности полностью обновиться. Какое развитие, какой рост? Сейчас все, наоборот, ужимают затраты: сокращают арендные площади, урезают штат – я знаю, что это уже пошло по рынку.

Если есть люди, которые, несмотря ни на что, говорят: «Нет, мы растем, мы движемся, мы развиваемся», – они как минимум стабильны. Значит, это энтузиасты, которые нашли свою узкую нишу. Но в целом задача сейчас – держаться на том же уровне. Поддержки от государства для отечественного производства ждать не приходится.

Стратегия одна: за счёт продвижения, за счёт новых моделей, за счёт повышения эффективности работы – удержать позиции. И надеяться, что всё-таки что-то изменится. Я думаю, вам это скажет любой производитель.

Сырьевой вопрос – сегодня это, пожалуй, главная точка напряженности. Расскажите о структуре закупок: какие позиции (мембраны, фурнитура, утеплители) вы берете за рубежом, а что уже удалось заместить отечественными производителями?

Ткань и фурнитура? У нас всё закрыли. Собственно, и раньше выбора особо не было. Возьмём, к примеру, корейцев или китайцев – они работают на весь мир, у них всё отлажено, миллионы артикулов по тканям. У нас технические ткани сейчас стали делать неплохо. Но цена… Производство развивается там, где ему создают условия. У нас условий нет.

Оцените текущее состояние рынка сбыта. Мы видим уход зарубежных производителей, но при этом падение покупательской способности. Есть ли у вас ощущение,









что отрасль находится в кризисе или все же есть потенциал наращивания объема продаж?

Wildberries сейчас, можно сказать, «разбомбили». Но я не думаю, что люди после этого пойдут в обычные магазины – скорее, всё уйдёт в доставку напрямую от производителей. Но отправлять туда свою продукцию уже рискованно, они будут перестраивать логистику, и непонятно, что из этого выйдет.

Мы в своё время работали с «Лентой» —поставляли туда мужские куртки. Ирония в том, что наши модели были самыми дорогими и при этом продавались лучше всех. Но «Лента» нас замучила: делайте дешевле, вы не соответствуете нашей политике. А мы им говорим: но вы же на нас больше зарабатываете! Нет, им политика важнее. Плюс постоянно росли комиссии, бонусы и так далее. Это как в том анекдоте: «Не буду же я руку сбивать». В общем, сейчас многие советуют уходить на собственные сайты, и, наверное, это разумно.

При этом Китаю сделали зелёный свет на всё, что угодно. А где тогда импортозамещение? Мы, например, можем делать для оборонки прекрасные палатки – лучше, чем кто-либо в стране. Но как достучаться до заказчика? Я не знаю. Нам это направление интересно, интересны и корпоративные заказы. Но вопросов пока больше, чем ответов.

Финальный вопрос – о партнерстве. В отрасли часто говорят о взаимопомощи, но на деле конкурируют за госзаказы. Насколько российские производители сегодня готовы к консолидации и совместным соглашениям? Вы видите примеры здоровой кооперации или пока это скорее исключение?

Возможно, какие-то коллаборации или взаимный маркетинг могли бы быть интересны. Но такого у нас ещё не было – каждая фирма сама по себе выживает.

Вот, допустим, раскройный комплекс. Во многих странах он работает сразу на несколько компаний, и это правильно. У нас почему-то эта схема не заработала. Да и цены там оказались такими, что мы посчитали – не выгодно.

Во всяком случае, эта идея витает в воздухе уже много лет, но я не вижу, чтобы она была серьёзно реализована.



ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА
SPORT CASUAL MOSCOW



8–10 июня 2026 г. в Москве в гостинице Измайлово Альфа прошла XXIII выставка-презентация SPORT CASUAL MOSCOW. Посетителям была продемонстрирована основная экспозиция – предзаказ спортивных и детских коллекций Весна-Лето 2027, а также тематические разделы: «Экипировка/Sport Equip» и Kid&JuniorFashion. На стендах были представлены спортивная, повседневная и туристическая одежда, обувь, аксессуары и снаряжение. Выставка прошла при поддержке Министерства промышленности и торговли Российской Федерации и Российской Оутдор Группы (Russian Outdoor Group).

Деловая программа началась с презентаций продукции компаний-участниц. Открыла деловую программу презентация давнего партнера выставки - ООО «Акме-дизайн». Генеральный директор Сергей Илатовский и руководитель оптового отдела продаж Екатерина Юрченко представили аудитории новый продукт в линейке компании, работающей на рынке с 1991 г. и имеющей собственное производство в Санкт-Петербурге. Большинство знает компанию как производителя высококачественного туристического снаряжения - палаток, рюкзаков, спальных мешков. Кроме того, у компании есть второй бренд – Laplanger. Это городские пуховики, которые отлично зарекомендовали себя в условиях низких температур. То есть, компетенции в разработке и производстве технологичной одежды у компании были всегда, и новый шаг, которого ждали покупатели, - это выпуск линейки мембранной одежды для туризма и активного отдыха. Опыт в производстве палаток и спальников дал понимание свойств материалов и технологий, а пошив пуховиков – знание анатомического кроя, идеальной посадки, основанное на анализе лучших мировых образцов лидеров рынка. Одежда Normal - это вещи, в которых удобно активно жить как профессионалам, так и любителям.

А ООО «БАСК», который традиционно показывает на выставке новые линейки одежды, на этот раз представил туристическое снаряжение. Продакт-менеджер по снаряжению БАСК Алексей Адамов рассказал о новых туристических спортивных палатках. БАСК занимается палатками с прошлого века и имеет огромный опыт, но всегда можно изобрести что-то новое. Все снаряжение проходит испытания в лаборатории, но не только. Его многократно тестируют спортсмены, оно прошло испытания практически на всех восьмитысячниках. Что касается палаток, то, не изменяя своим принципам, БАСК готовит линейку «серьезных палаток для серьезных вызовов». Потому что во главу угла ставится качество, надежность и прочность. Но при этом не в ущерб качеству палатки должны обеспечить комфортный отдых туристов и спортсменов. Также спикер продемонстрировал новую линейку баулов разного объема. Большая часть рюкзаков, которые можно было увидеть и пощупать на стенде выставки, была испытана во





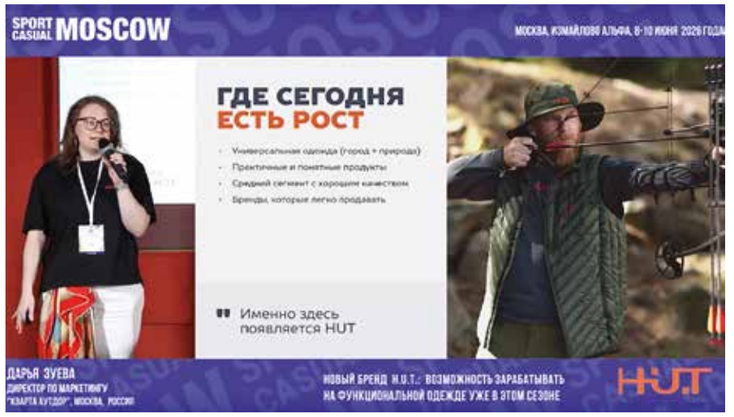
время первого похода на вершину Чо-Ойю (шестую по высоте вершину мира, расположенную в Гималаях).

Максим Краснов, бренд менеджер направления «Спорт» компании «Спортимпорт», представил несколько направлений и брендов. Более десяти лет «Спортимпорт» представляет на российском рынке бренды KV+, ICEBUG, CASCO. Обувной бренд ICEBUG создан в Швеции в 2001 году. Уникальность обуви состоит в том, что она была задумана как всепогодная и позволяющая гулять на природе в любое время не смотря на то, что под ногами: снег, лужи, грязь или лёд. Уникальная подошва с шипами позволяет двигаться в хорошем спортивном темпе без скольжения вне зависимости от времени года. Аналогов данной обуви пока что, как говорят, нет. Бренд выпускает коллекции как для профессионалов, так и для любителей бега, треккинга, спортивного ориентирования, походов по пересеченной местности. KV+ - это все о лыжах. Основатель бренда KV+ - Тауф Хамитов - мастер спорта международного класса по лыжным гонкам, член сборной команды СССР. В 1991 году он уехал в Швейцарию, а в 1998 основал бренд. Начали с лыжных палок, а сейчас бренд предлагает практически полный набор экипировки для лыжников, лыжероллеров, любителей треккинга и скандинавской ходьбы. CASCO – известные всем любителям велосипедного спорта удобные и надежные шлемы. Но не только велосипедисты оценили их: бренд делает шлемы для верховой езды, мотогонок, горнолыжного спорта. Линейка – самая широкая. Кредо бренда – не только надежность и удобство, но и эстетическая составляющая, красота и уникальный дизайн, который можно сделать и под заказ.

Руководитель отдела продаж ООО «МОДНЫЕ ДЕТИ» (TM BRINCO, г. Ярославль) Елена Анисимова поделилась опытом сохранения и развития производства в непростых экономических условиях. Компания уже более двадцати лет работает на рынке и имеет собственное производство в Ярославле. До недавнего времени фирма прекрасно работала, делая два предзаказа в год - в сентябре и феврале. Но времена меняются, и в 2022 году клиенты столкнулись с рядом сложностей. Было решено идти навстречу их интересам, чтобы не потерять. Если очень кратко, то теперь у компании также остались два предзаказа, но были сдвинуты их сроки. Для партнёров предложили гибкую систему лояльности, хорошие скидки, рассрочку на предоплату под процент ниже, чем у банка. Что касается ассортимента, то предлагается, например, к школьной форме присоединить еще повседневную одежду, создав капсулу под запрос клиента. Добавили линейку футера – это всесезонное предложение. Стали делать короткие дропы, идя навстречу клиенту, выявив его потребность. Срок поставки сократили до шести-восьми недель. Это далеко не всё, было сделано еще многое другое: сформировалась новая система отношений с потребителем, что дало положительный эффект. Более подробно рекомендуем посмотреть в видеоматериале на сайте выставки.

О взаимодействии с клиентами говорили и представители бренда H.U.T. – директор по маркетингу Дарья Зуева и руководитель отдела продаж ООО «Кварта Аутдор» Максим Кныш. H.U.T. - это бренд, который рождён на Севере, его создали в Карелии, где природа действительно проверяет экипировку и одежду на прочность. Где бренд востребован? Это охота, стрелковые виды спорта, активный отдых, туризм, путешествия и все-таки городская среда. За счёт того, что коллекция выглядит, без ложной скромности, суперуниверсально, стильно, её можно использовать и чувствовать себя комфортно, находясь и в городе, и за городом. Конечный потребитель должен чувствовать себя готовым к любым условиям и при этом быть стильным. По мнению спикеров, клиенты получают при среднем ценовом сегменте практически премиум качество. Вся коллекция во всех размерах, во всех цветах есть на складах в Москве и в Санкт-Петербурге. Широкий размерный ряд, лекала, сделанные с учетом особенностей российского покупателя. Есть коллекции на три сезона: лето, межсезонье, зима. Есть служба доставки, выездные презентации, обучение персонала. Клиенту гарантирован всесторонний сервис.

Круглый стол «Сотрудничество российских брендов с федерациями, клубами и командами» стал ключевым событием деловой программы. Это далеко не первая попытка наладить взаимодействие спорта и бизнеса – все началось еще в 2022 году, когда в Российском Международном Олимпийском Университете прошел круглый стол «Фабрики – спорту». Более подробно об этом событии можно прочитать в следующем материале. ◆



СПОРТ КЭЖУАЛ МОСКОУ | SPORT CASUAL MOSCOW

XXIV ВЫСТАВКА-ПРЕЗЕНТАЦИЯ

ОСЕНЬ-ЗИМА 2027/2028

ЭКСПОЗИЦИЯ
«ЭКИПИРОВКА»
«ФИТНЕС КЛУБ»
«ТЕХНОЛОГИИ SPORT CASUAL»



18-20 ЯНВАРЯ 2027

sportcasualmoscow.ru
+7 903 213-01-91

ОФИЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА: МИНПРОМТОРГ РОССИИ ROG



«ФАБРИКИ – СПОРТУ» ЧЕТЫРЕ ГОДА СПУСТЯ. ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ?

Основным событием деловой программы XXIII выставки-презентации SPORT CASUAL MOSCOW, прошедшей в Москве в гостинице Измайлово Альфа 8–10 июня 2026 года, стал круглый стол «Сотрудничество российских брендов с федерациями, клубами и командами». Это мероприятие является продолжением истории, начавшейся еще в 2022 году, когда в российском международном Олимпийском университете прошел круглый стол «Фабрики – спорту», в ходе которого была предпринята первая попытка наладить системные контакты между представителями спортивного менеджмента и производителями и продавцами спортивных товаров и экипировки.

Основным вопросом тогда было то, как в условиях санкций организовать взаимодействие бизнеса и спорта. Итогом стало, в целом, поступательное движение федераций и брендов навстречу друг другу, но насколько оно успешно, и как картина взаимодействия выглядит сейчас, – попытались выяснить участники круглого стола. Модератором выступил Александр Малюгин, генеральный директор ООО «Мануфактура Малюгина». В ходе дискуссии выступали спикеры: Владимир Богданов, генеральный директор ООО «Баск»; Татьяна Иванова, генеральный директор Stayer; **Андрей Малыгин**, заведующий кафедрой спортивного маркетинга университета «Синергия»; Дмитрий Аверин, Федерация горнолыжного спорта России; Иван Луппов, директор по маркетингу «Фанспорт»; Никита Ищеулов, директор по маркетингу Russia Running – платформа сервисов для организаторов стартов. Также в дискуссии приняли участие представители федерации биатлона Москвы, ассоциации гольфа России, федерации спортивного туризма России, представители брендов VERSTA, ARTTEX, ZASPORT. Рассказы основных спикеров о том, что произошло за четыре года, отделяющие тот круглый стол от нынешнего, каждый раз вызывали оживленное обсуждение и выступления спикеров из числа слушателей, поэтому имеет смысл обозначить основные темы дискуссии.



По утверждению практически всех участников мероприятия, успехи в налаживании контактов между федерациями и бизнесом есть, но они незначительны. И причины этого – самые разноплановые. Александр Малюгин («Мануфактура Малюгина») видит одно из основных препятствий в том, что каждая федерация – это «отдельное государство с отдельной жизнью», со своими правилами, регламентами, руководством и ответственными лицами. С кем-то взаимодействие происходит постоянно, как, например, с Всероссийской федерацией эстетической гимнастики. А с кем-то контактов вообще нет, как с федерацией гимнастики России, где недавно поменялись вся структура и аппарат. Но даже там, где есть понимание, не все гладко. БАСК взаимодействует с федерациями альпинизма, с федерацией фигурного катания, с федерацией гребного слалома. Есть хороший контакт со всеми руководителями федераций, и работа идет. Но, по мнению Владимира Богданова (БАСК), ожидания 2022 года не оправдались, так как мы можем, в основном, производить одежду, а федерациям, в первую очередь, нужно оборудование и снаряжение. И хотя есть уже отдельные успехи в плане производства экипировки («Мануфактура Малюгина» наладила выпуск мяча для художественной гимнастики), но, в основном, это импортные товары. Это подтвердил и Дмитрий Аверин (федерация горнолыжного спорта России): в России безуспешно попытались сделать горные лыжи, но одни горные лыжи ничего не дают, к ним надо делать крепления, ботинки и т. д. Хорошо, что европейские партнеры продолжают с нами работать независимо от всех обстоятельств. Ольга Валова (ассоциация гольфа России) говорит, что замучилась покупать любительскую клюшку для гольфа на маркетплейсах, и ждет предложения от того, кто возьмется за ее производство. Понятно, что оборудование для профессионального гольфа по-прежнему будут импортировать, но экипировку любительского уровня вполне можно было бы делать и у нас. Но для наших фабрик пока привычнее для производства одежда и обувь, где российские бренды по качеству вполне могут конкурировать с международными аналогами.

История взаимоотношений бизнеса и федераций – это совсем не про прибыль, а, скорее, наоборот. Действительно, зачем компании, основной оборот которой делают массовые продажи для покупателей, далеких от спорта высших достижений, ломая технологические процессы, практически за свой счет отшивать небольшие по сути капсульные коллекции с огромным размерным рядом, кучей нюансов, начиная от подбора цветов команды и заканчивая дорогостоящими технологичными элементами? Наиболее доходчиво, пожалуй, на этот вопрос ответил Андрей Малыгин (университет «Синергия»), хотя в выступлениях всех других участников прозвучало, в принципе, то же самое. У бизнеса с федерациями общие клиенты. Для федераций – это участники и посетители соревнований и мероприятий, для продавцов – это рынок сбыта продукции. Спортивная федерация, выполняя функции развития вида спорта, является центром, объединяющим огромное количество бизнес-единиц, коими являются в первую очередь спортивные клубы, а также спортивные школы, любительские спортивные организации. Спортивный клуб – это основная бизнес-единица любого вида спорта, который развивается именно благодаря их наличию. То, что частные клубы сейчас вовсю завоевывают спортивный рынок, выходят на международные соревнования, подтвердили и другие спикеры. Федерация интересна бренду именно своим охватом вовлеченной аудитории.

Взаимодействие с федерацией, спортивным клубом, спортивной школой, детской спортивной командой является хорошим элементом маркетинга. Владимир Богданов сразу сказал, что цель БАСК при работе с федерациями – это повысить узнаваемость бренда, поэтому все рекламные акции БАСКа – долгоиграющие. По мнению Владимира Богданова, сейчас ожидать крупных продаж не приходится, поэтому БАСК работает на будущее, одевая профессиональных горных гидов-проводников, участников и судейскую команду первых соревнований по фигурному катанию на льду Байкала, ХК «Норильск». Это все работа на будущее. Практика показывает, что стратегия верная. Иван Луппов («Фанспорт») рассказал о том, что многолетнее участие компании в спортивном фестивале «Минибаскет» привело к тому, что юные спортсмены спустя несколько лет, сами становясь тренерами и открывая свои спортивные школы, приходят к ним, потому что бренд уже знаком: «Взаимодействуя с профессиональным клубом, мы подтягиваем всю вертикаль – связанные с ним спортшколы, любительские ветеранские команды, молодежку. Они подтягиваются уже на коммерческой основе».

Подводный камень всей этой прекрасной истории заключается в том, что «уже на коммерческой основе» - это потом, а сначала – годы по сути спонсорской работы. У БАСКа тоже





долгоиграющие имиджевые проекты стали возможными благодаря появлению инвестора. Александр Малюгин задавал вопрос о том, как начать работать с федерацией, всем спикерам. Начало всегда очень непростое. Федерация зависима от господдержки, спонсоров, благотворителей. И раньше при более благоприятных условиях рынка, но наличии серьезных международных конкурентов, и сейчас в ситуации ограниченных финансовых возможностей, путь, который проходит бренд или производитель в отношениях с федерацией или профессиональной спортивной командой, начинается практически как благотворительная акция. И повезет, если это потом перерастет в коммерческий проект. Stayer – один из старейших брендов, который имеет богатейший опыт разработки экипировки для спортивных федераций. Бренд начал работать с федерацией фристайла России в 2005 году, затем подключилась федерация фристайла Санкт-Петербурга. И в течение почти десяти лет бренд был классическим спонсором и даже благотворителем. Татьяна Иванова: «Мы работали напрямую с федерациями. Разрабатывали до шести видов различных по своей специфике экипировок. Мы росли за счет этого профессионально, а спортсмены и федерации имели достаточно долгое время бесплатную экипировку. В какой-то момент наши силы иссякли. Федерации выросли в количествах, в запросах. У них появились деньги, и мы уже перешли на коммерческие условия. Зайти – это долго и сложно, и мы свой путь прошли через огромные вложения. И в плане денег, и в плане компетенций». Это работа, по сути НИОКР, который Stayer годами делает полностью за свой счет. И не только Stayer, другие спикеры говорили о том же.

Ситуация осложняется тем, что в прошлом году порядок получения федерациями государственных денег изменился. По сообщению Дмитрия Аверина, который сказал «спасибо» Министерству спорта за то, что он не бросает федерации, сейчас весь спорт высших достижений в нашей стране финансируется за счет Министерства спорта и ЦСП (Центра спортивной подготовки). Деньги выделяются как на единый календарный план проведения соревнований и сборов, так и на закупку экипировки, спецоборудования. Финансирование все-таки идет, хотя стараются особо не шиковать. Сейчас системы две. Или федерация сама выбирает и подает заявки на финансирование того, что необходимо, или сейчас многие федерации в этой цепочке используют ЦСП. Заявки подаются в Центр, а они уже с поставщиками работают сами. Но в прошлом году по поручению Президента России был создан Российский спортивный фонд (РСФ), бюджет которого в основном формируется за счет букмекерских денег. Практически ни у кого из присутствующих на круглом столе не было опыта работы с фондом, за исключением члена президиума федерации спортивного туризма России Леонида Постовского: «У нас уже есть опыт получения финансов через РСФ, это позволяет федерациям закупаться напрямую, там нет торгов и выбор поставщиков достаточно свободный, просто расходы идут с определенного счета, контролируемого фондом. Да, свобода несколько сократилась, но есть возможность получить финансирование на достаточном уровне». Все остальные пока ждут реакции фонда на свои запросы. И пока дождаться не могут, как федерация биатлона России, например.

Федерации зависят от государственного и частного финансирования, и сейчас это очень осложняет жизнь тем, кто хочет им что-либо продать. Швейное производство, как и любое, зависимо от поставок комплектующих, которых в одном сложном изделии может быть более сотни. В нынешних условиях их нужно заказывать заранее, логистика сейчас сложная, а клиент может захотеть все и быстро, и чтобы как на картинке на маркетплейсе. И, желательно, по цене того же маркетплейса. Классическая ситуация: производство, узнав о заявке, просчитывает заказ, согласовывает его с федерацией, делает расчеты, иногда на свой страх и риск закупает материалы и фурнитуру. Но федерация не знает, когда будут деньги и будут ли вообще. Объявляется тендер, который из-за его правил выигрывает не опытная профессиональная команда, а новая неопытная компания, которая не в состоянии оценить, за что берется. В результате у проигравшей тендер компании – финансовый провал, а новый исполнитель проваливает заказ, и заказчик вынужден опять обратиться к профессионалам, чтобы те исправили ситуацию. Если ее вообще возможно исправить. Об этом говорила и Татьяна Иванова, и Наталья Потапова (ZASPORT, операционный директор), и представитель компании ARTTEX. Было выражено пожелание как-то повлиять на изменение порядка тендеров. Создать сначала комиссию, которая бы проводила экспертизу образцов. И при признании их годными, в тендере бы приняли участие уже только профессиональные команды. Речь также шла о том, что заказчик порой не



в состоянии сформулировать техническое задание, и хочет невозможного – и по технологии, и по цене. И задача производителей и брендов – наладить такую коммуникацию с клиентом, чтобы он понимал все технические нюансы. С другой стороны, и бренд должен знать о «своем» виде спорта все нюансы, регулярно общаться со спортсменами, тренерами, вносить корректировки в коллекции.

Еще один момент нестыковки бизнеса и большого спорта – это разный уровень маркетинга. Александр Малюгин посетовал на то, что у некоторых федераций не обновляются сайты, нет соцсетей. И если бренд ставит задачу выйти через федерацию на большую аудиторию, маркетинговые мероприятия он по сути должен проводить сам – сам организовывать турниры, соревнования, курировать блоги спортсменов и т. д. Никита Ищеулов (Russia Running) предложил самим брендам пригласить атлетов с серьезными достижениями, о которых почти никто не знал, и рассказать о них широким массам. Федерации делать из них медийные лица не умеют, в этом заинтересованы только производители. Этим занимались крупные спортивные бренды, пока не ушли из России. Надо рассказать историю спортивного успеха живого человека, людям это интересно. Через это они потянутся сначала в любительский спорт, а потом их дети – в профессиональный. С Никитой Ищеуловым не согласна Татьяна Иванова, опирающаяся на многолетний опыт работы с блогерами-спортсменами: «Мы стараемся работать с самыми яркими представителями. Дало ли это нам какое-то облегчение в плане рекламы? Нет. Задача спортсменов – получать медали. Они не в состоянии грамотно выразить свои мысли и свои потребности. Большинство из них не умеет ни говорить, ни медийно развиваться. Те единицы, кто, завершив карьеру, имеют свои спортивные школы и блоги, вот с ними можно взаимодействовать. Мы работаем не в массовом виде спорта. Поэтому количество подписчиков в соцсетях не дает той цифры, которая была бы нужна бренду, занимающемуся горнолыжной экипировкой».

В финале круглого стола участники подвели итоги. Да, сейчас с федерациями все взаимодействуют так, как умеют, и федерации тоже все разные и с разными подходами. Есть



потребность сделать отношения «бизнес-федерация» более системными и эффективными. Для поставщика есть необходимость погружения в специфику того вида спорта, товары для которого он выпускает. Федерациям необходимо понимание того, что если ей нужны спонсоры, а они точно нужны, то этих спонсоров привлечь можно и нужно. Но для этого необходимо найти с производителями общий язык. Чтобы федерации могли рассчитывать на российского производителя, они должны настроиться на то, чтобы выстроить долгосрочную работу. И взаимодействовать надо с проверенными брендами и фабриками. Также было бы уместно подумать о создании интегратора в сфере спортивных товаров, который бы давал экспертную оценку брендам и мог направить клиента при его выборе. А также лоббировать интересы спортивного сообщества в административных и государственных структурах, тем более, что, как сказала Татьяна Иванова, в других сферах деятельности этот опыт есть, и он положительный. Что касается самой темы, то было решено более детально и разносторонне продолжить обсуждение поднятых сейчас вопросов на зимней XXIV выставке-презентации SPORT CASUAL MOSCOW, привлечь больше участников как со стороны спорта, так и из бизнеса. ◆



20-Я ЮБИЛЕЙНАЯ ОБЩЕОТРАСЛЕВАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
ИНТЕРТКАНЬ
ОСЕНЬ
До встречи
на выставке!
29/09–01/10
2026
Крокус Экспо
Павильон 2,
залы 9 и 10
16–18/03
2027
Крокус Экспо
Павильон 2,
залы 5 и 8
Организатор:
СОЮЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
СОЮЗЛЕГПРОМ
При поддержке:
Минпромторг России
РСПП
Торгово-промышленная палата Российской Федерации
В интересах бизнеса, во благо России
18+

ИНЛЕГМАШ • INLEGMASH

РОССИЙСКАЯ ТЕКСТИЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ

ИНЛЕГМАШ

24–26.02.2027

РОССИЯ, МОСКВА,
ВК «ТИМИРЯЗЕВ ЦЕНТР»

26-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

WWW.INLEGMASH-EXPO.RU

РЕКЛАМА
12+

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ

Минпромторг России

Ассоциация Текстильщиков России

ПОД ПАТРОНАТОМ

ТПП РФ

ОРГАНИЗАТОР

ЭКСПОЦЕНТР