



Молодые специалисты, выпускники МГУДТ нынешнего года Людмила ИВАНОВА и Светлана ПАНИЧЕВА работают в составе химико-технологической группы Центра моделирования и технологии. Руководители ЦМиТ заканчивали этот же вуз в начале 2000-х, но и поныне связь с профессурой МГУДТ, со своей кафедрой поддерживают постоянно.

2-3 стр.



Молодой менеджер по оптовым продажам Торгового дома «ПК-«Заря» Юлия КУЛИГИНА, представляя на выставках коллекции наших детских брендов, нередко опирается на видеоряд фильма, специально снятого для обозначения особенностей каждой из трех торговых марок продукции «Парижской коммуны», предназначенной детям.

2 стр.



Осенью 1976 года, 35 лет назад, на «Парижской коммуне» началось освоение литьевой технологии крепления подошв. Активным участником этого события стала Нина Викторовна МАРКОВСКАЯ, в ту пору - молодой химик-технолог ХТЛ, нынешний ноябрьский юбилей, представитель фабричной династии, отсчет которой идет с 20-х годов XX века.

4 стр.

КОММУНАРОВОЕЦ



Газета ЗАО «Московская ордена Трудового Красного Знамени обувная фабрика «Парижская коммуна» • Ноябрь 2011 № 14 (6464) • Издается с 1928 года

На встрече с мэром Москвы С.С. Собяниным

Мэр столицы С.С. Собянин провел встречу с представителями Московской конфедерации промышленников и предпринимателей в здании Мэрии на Тверской, 13. Обсуждались программы развития экономики и трехстороннее соглашение, которым ежегодно определяются параметры социально-экономического взаимодействия трех важнейших институтов: государства, промышленности и профсоюзов.

- Промышленность всегда была для Москвы одним из основных направлений в экономике и, крайне важно, чтобы она продолжала интенсивно развиваться, причем весь прирост должен обеспечиваться за счет повышения эффективности производства и повышения производительности труда, - подчеркнул С.С. Собянин. И добавил также, что стратегия столичных властей предполагает реструктуризацию многих действующих промышленных предприятий, сокращение площадей промышленных зон, сокращение административных барьеров, а также привлечение предприятий для исполнения городского заказа и участия в адресной инвестпрограмме. В целом, по словам С.Собянина, в этом году в реальном секторе экономики Москвы «дела идут неплохо»: рост объемов промышленного производства составляет 14,4%, на минимальном уровне остаются показатели по безработице (0,7% экономически активного населения столицы), задолженности по зарплате практически нет. Тем не менее, отметил мэр Москвы, в промышленном секторе существует также целый ряд проблем, значительная часть территорий промышленных зон используется не рационально. «В промзонах производится продукции на сумму чуть больше 20 тыс. рублей на 1 кв. м. Для столицы это очень мало», - отметил С.С. Собянин. Кроме того, в числе проблем столичной промышленности Мэр назвал невысокий уровень оплаты труда работников (70-80% средней зарплаты по Москве, что, по его мнению, вызвано активным привлечением труда мигрантов) и экологические проблемы, которые, впрочем, носят локальный характер.

Председатель Московской конфедерации промышленников и предпринимателей Е.В. Панина в своем выступлении говорила, что представителей промышленного сектора также волнует ряд проблем. По ее словам, промышленности сегодня не хватает квалифицированных кадров из-за многочисленных недостатков системы профессионального образования. Кроме того, эффективности производства не способствуют многочисленные административные барьеры.

Наш генеральный директор А.А. Никитин выступил на встрече с мэром Москвы и как руководитель ЗАО «МОФ «Парижская коммуна» и как председатель территориального объединения Московской Конфедерации промышленников и предпринимателей в Центральном административном округе столицы. Публикуем тезисы его выступления.

Наш округ остается наиболее эффективной научно-производственной площадкой города

В территориальное объединение в округе входит около 150 организаций промышленности, науки, малого бизнеса, имеющих не только проблемы, которые отмечены в докладе, но и ряд специфических вопросов, связанных с месторасположением.

Ни для кого не секрет, что высокая стоимость земли в ЦАО, возможность использования её в коммерческих целях приносили единовременный сверхдоход, несопоставимый с тем, какой бывает от производственной деятельности. Зачастую это сопровождалось рейдерскими захватами и массовыми сокращениями трудовых коллективов.

Употребляю прошедшее время, говоря об этом, так как надеюсь, что такого не повторится. Кроме того, число занятых в обрабатывающих производствах продолжает неуклонно сокращаться, что также обусловлено изменениями в структуре экономики (увеличение доли сектора услуг и торговли), развитием ресурсоэффективности, в том числе высокопроизводительных производств.

Но, несмотря на эти естественные для рыночной экономики и столичных городов процессы, ЦАО остается местом сосредоточения крупных и средних предприятий науки и промышленности, НИИ, КБ, вузов. Это наиболее эффективная московская научно-производственная площадка. Здесь фиксируется наибольшая производительность с единицы производственной площади, наиболее высокая (в сравнении с другими территориями города) степень кооперации с наукой и образовательным блоком. Обратимся к цифрам. ЦАО занимает 6,1% (66,2 кв.м.) территории Москвы. В то же время в реальном секторе экономики округа функционируют более 100 крупных и средних предприятий, что составляет не менее 10% от городского промышленного ресурса. А выручка от реализации продукции и услуг - 20% от общего объема. На территории округа находится 266 учреждений научной деятельности и около 100 вузов. Действуют, кроме того, и предприятия малого бизнеса.

(Окончание на 2 стр.)



Нынешней осенью Международная оптовая ярмарка «КОЖА-ОБУВЬ-МЕХА-ТЕХНОЛОГИЯ» в ВВЦ и Международная специализированная выставка «МОСШУЗ» в «КРОКУС ЭКСПО» проходили одновременно. И наша «Парижская коммуна» представляла свою продукцию на двух площадках, демонстрируя обувь различных видов на больших просторных стендах во всем разнообразии ассортимента, фасонов и моделей.



Фоторепортаж менеджеров отдела рабочей обуви с ВВЦ А.С. Ключина и В.Д. Орлова.



Новый имидж наших брендов



Продолжение фоторепортажа Н. Мараховской на 2 стр.

Наш округ остается наиболее эффективной научно-производственной площадкой города

(Продолжение. Начало на стр. 1)

Поэтому неслучайно проблемы, связанные с развитием экономики в ЦАО, заняли 3-е место в рейтинге проблем, выявленных в результате работы доверенных лиц по сбору предложений в «Народную программу». Хотя все прекрасно понимают и поддерживают Правительство Москвы в том, что ЦАО в ближайшем будущем должен стать деловым центром с социально-культурными функциями столицы, обеспечив комфортные условия для жителей Москвы и ведения бизнеса.

В настоящее время большинство субъектов промышленности и науки выстраивают свою деятельность, исходя из собственных ресурсов, интересов, особенностей округа, связанных с проблемами транспорта и экологии.

В сфере промышленной деятельности округа на сегодняшний день сформировалось несколько видов промышленных объектов, которые сильно отличаются друг от друга по целевому использованию земельных участков, зданий и сооружений.

Первый вид – это предприятия, которые самостоятельно и во взаимодействии с органами исполнительной власти ценной серьезной усилий сохранили промышленное производство и продолжают выпуск продукции на промышленных площадках, расположенных в округе. Часть оборудования наиболее материалоемкого, а также ориентированного на массовые объемы выпуска продукции, уже практически выведены ими из Москвы. В округе функционируют высокотехнологичные полу- и автоматизированные станочные линии, лаборатории, конструкторские бюро, научно-испытательные стенды и центры моделирования. Есть примеры еще более высокого уровня, такие как Центр лазерных технологий, созданный при МТЗ «Трансмаш», ФГУП «Московское опытно-конструкторское бюро «Марс». Практически все предприятия в Центральной административной округе (которые мы отнесли к первому виду) объединены в Конфедерацию промышленников и предпринимателей. Продукция их имеет высокую степень конкурентоспособности, производство соответствует жестким экологическим нормам. Многие из них имеют собственные структуры сбыта продукции, позволяющие не прибегать к услугам цепи посредников и удерживать приемлемые цены на рынке сбыта. Предприятия активно изучают тенденции рынка, работают с различными партнерами, в том числе, как правило, участвуют и в конкурсах на получение государственного заказа.

С нашей точки зрения, это тот основной резерв, который необходим для перепрофилирования экономики города на выпуск конкурентоспособной продукции, импортозамещающих товаров и реализации инновационных разработок НИИ и вузов.

Второй вид – это организации, у которых все основные производственные мощности выведены из центра города в промзоны других округов или в другие регионы. По существу, в столице размещены не только их центральный офис и инфраструктура по разработке, инженерному обеспечению и реализации продукции, но и центр прибыли. Чаще всего такие организации имеют холдинговую структуру. В мировой практике таких примеров достаточно много.

Третий вид – это предприятия, которые продолжают выпуск промышленной продукции, но в силу определенных обстоятельств не могут существовать без городской или федеральной поддержки. В основе их деятельности был заложен принцип выполнения государственного и городского заказа. Решение о дальнейшей их деятельности, видимо, необходимо принимать после внимательного и комплексного рассмотрения их значимости для города.

Четвертый вид – это предприятия, свернувшие свою производственную деятельность, а бывшую производственную территорию они используют для получения прибыли: перепрофилировав часть площадей под оказание отдельных видов услуг, сдачу в аренду, и т.п. Естественно, прежнее наименование промышленного предприятия ни в коей мере не соответствует современному виду их деятельности. А говорить здесь о социальном партнерстве не представляется возможным.

Тем не менее, все четыре вида – это сложившаяся объективная ситуация в ЦАО, все они имеют право на существование, поскольку их деятельность не противоречит существующему законодательству. Хотя из них только единицы субъектов включены Департаментом науки и промышленного производства в реестр инновационно-активных предприятий (их в городе – около 40, в их числе – ЗАО «МОФ «Парижская коммуна»).

Естественно, что без подробного анализа стратегий крупных и средних предприятий невозможна разработка инвестиционно-инновационных программ развития научно-промышленного комплекса округа с учетом сокращения коллективов и обеспечения социального партнерства. Однако крайне необходимо знать, как в целом и какими конкретными действиями город, в лице исполнительной власти, будет выражать свое отношение ко всем этим различным категориям предприятий и организаций? Если усилия будут направлены на ликвидацию промышленного производства – это одна позиция, а для нас – выбор своего дальнейшего курса деятельности в таких условиях. Если в основе новой программы развития науки и инноваций заложено формирование инновационных территорий развития, то где, и с какими критериями, на базе чего и на каких условиях будет решаться данная задача? Важно также понимать, какие имущественные и земельные отношения город будет выстраивать со всеми данными видами организаций: будут они находиться в равных условиях, или будут выработаны определенные приоритеты?

На сегодняшний день отсутствуют стимулы к проведению механизмов регулирования процедуры отказа от излишне занимаемых и не используемых в производственной деятельности земельных участков, не говоря уже о затруднительном процессе согласования и получения разрешения на строительство.

И как в таких условиях даже при наличии такого научно-производственного потенциала округа заинтересовать собственников перепрофилировать предприятия для создания технических кластеров с целью обеспечения кооперации науки, промышленности и малых инновационных предприятий?

Учитывая предоставленную возможность и по поручению своих коллег по МКПП(р) не могу не затронуть вопрос приватизации земли, что позволит повысить возможность привлечения инвестиций на создание и развитие инновационной деятельности.

При этом мы продолжаем надеяться, что в целях создания справедливых условий конкуренции, а также заинтересованности в ускорении освоения и перебазирувания в промзоны Правительство Москвы установит для промзон те же условия, что и в регионах, то есть выкуп не за 20% от кадастровой стоимости, а за 2,5%.



Фоторепортаж Емельяна Мараховского



Новый имидж наших брендов

на Владимировна КУРЕНКОВА, - они называются «Elegami-ORTO» и «Elegami-EGUA». Новая обувь для детей создана в результате многолетних антропометрических и биомеханических исследований и опытно-конструкторских работ ЗАО «МОФ «Парижская коммуна» совместно с Московским государственным университетом дизайна и технологии, Центральным научно-исследовательским институтом кожевенно-обувной промышленности и ведущими итальянскими дизайнерскими студиями. Внутренняя форма и конструкции профилактической детской обуви «Elegami-ORTO» позволяют при ее применении сохранить стопу ребенка здоровой, избежать такого распространенного ныне порока как плоскостопие и ряда других заболеваний. Устройство профилактиче-

На осенней выставке «Мосшуз», проходившей в 49-й раз в МВЦ «КРОКУС ЭКСПО», новые коллекции ЦМиТ «Парижской коммуны» «Весна-лето-2012» были представлены на просторном стенде, размещенном на перекрестке трех линий, оригинально организованном и оформленном дизайнерской студией Т. Шифриной. И это была не единственная инновация, предложенная нашим Торговым домом «ПК-«Заря» посетителям популярной международной специализированной выставки.

- В этом сезоне мы впервые показывали два новых направления детской торговой марки «Elegami», разработанных ЦМиТ для легкой открытой нарядной детской обуви, - рассказала генеральный директор ТД «ПК-«Заря» Еле-



ской вкладной стельки является физиологически наиболее рациональным и безопасным для детей и имеет элементы для поддержки и разгрузки чувствительных участков на подошвенной поверхности стопы. Элементы данной стельки состоят из биологически инертных, безопасных, вязко-упругих композиций с перфорированными участками и функцией «памяти», что в сочетании с льняным полотном обеспечивает легкую приформовываемость к индивидуальным особенностям плантарной поверхности стопы ребенка. «Elegami-EGUA» - это экологическая детская обувь для жаркой погоды, сконструированная и изготовленная с использованием композиционной стельки с уникальными экологическими свойствами. Оба эти новые направления вызвали большой интерес практически всех наших клиентов.



На лекцию студенты МГУДТ приходят в ассортиментный кабинет фабрики

История упаковки как инструмента продаж началась с давних времен, но настоящее значение она получила относительно недавно – в XIX веке. А реальное признание упаковка как важный элемент представления товара потребителю приобрела с появлением магазинов самообслуживания, когда активизировалась роль покупателя. Функции упаковки существенно расширились. Если прежде она, в основном, служила защитой продукта при его перемещении, хранении и реализации, позволяющей наилучшим образом осуществлять его погрузку и разгрузку, то теперь она перестала быть просто тарой и воспринимается как дополнительное средство информирования потребителя, привлечения его внимания к товару, обеспечения доверия к его производителю. Естественно, что это потребовало новых подходов к дизайну упаковки, к технологии изготовления. А для этого понадобились соответствующие специалисты. Технологический институт МГУДТ начал готовить инженеров данного профиля относительно недавно.

Новый курс «Введение в специальность технологии упаковки» читает доктор технических наук Иван Русланович Татарчук, заместитель начальника нашего Центра моделирования и технологии. Лекции проходят еженедельно вечером в ассортиментном кабинете. По итогам семестра студентам-третьекурсникам предстоит сдать зачет и экзамен.

Е. Мараховский. Фото автора



Представляем победителей конкурса «Лучший менеджер года»



БУЛАТОВ Андрей Геннадьевич – ведущий менеджер по рекламе Торгового дома «ПК-Заря» – победитель конкурса «Лучший менеджер 2011 года» в номинации «Лучшая идея года»

Булатов Андрей Геннадьевич работает в группе предприятий ЗАО МОФ «Парижская коммуна» в ООО ТД «ПК-Заря» более семи лет в должности ведущего менеджера по рекламе. В руках Андрея Геннадьевича сосредоточена вся многогранная, как по форме, так и по содержанию, рекламная деятельность. Время, которое Андрей Геннадьевич проработал в Торговом доме, показало, что со своими обязанностями главный «рекламщик» справляется мастерски. Особенно примечательно, что А.Г. Булатов работает один, и помощников у него нет, но он все успевает делать: и макеты каталогов разработать, и книгу издать, и утвердить эскизы выставочного стенда, и отснять новый ассортимент.

Оригинальная идея обеспечила успешное выведение коллекций детской обуви новых брендов

Секрет столь результативной работы Андрея Геннадьевича заключается, по моему мнению, в умении организовать работу, правильно планировать подготовку мероприятий, в глубоком и профессиональном владении теорией рекламной деятельности.

Андрей Геннадьевич всегда был творческим человеком и серьезно увлекался искусством, поэтому получил первое образование – как режиссер кино и ТВ. Но жизнь внесла в творческую деятельность свои коррективы, Андрей Геннадьевич, уже работая в Торговом доме, почувствовал необходимость получить образование в области рекламы. В 2007 году А.Г. Булатов получает второе высшее образование по специальности «рекламный менеджмент».

Полученное специальное образование дало А.Г. Булатову возможность более системно подойти к организации рекламной деятельности. Во-первых, ввести в практику работы планы рекламной деятельности по полугодиям, поддержанные утвержденными бюджетами. Во-вторых, организовать анализ рекламных расходов, с целью определения эффективности мероприятий. В-третьих, в целях оптимизации рекламных затрат Андрей Геннадьевич в практику работы ввел отбор рекламных компаний по принципу «цена + качество». Этот шаг позволил значительно снизить рекламные расходы за год (в пределах 10%) и сформировать пул партнеров-рекламщиков, способных качественно выполнять заказы. Лучшей идеей Андрея Геннадье-

вича в 2010 году является разработка концепции рекламных материалов (выставочный стенд, каталог, календарь, комплект контрагента), отражающих новую архитектуру бренда «Парижская коммуна». Появление данной концепции позволило не только выразительными средствами презентовать новые бренды детской обуви: «Парижская коммуна», «Топотам» и «Элегами», но и снизить рекламные расходы группы предприятий ЗАО МОФ «Парижская коммуна» в 2010 году почти на миллион рублей, отказавшись от услуг креативных разработчиков. Рекламные материалы с новой оригинальной концепцией обеспечили успешное выведение новых коллекций детской обуви торговых марок «Парижская коммуна», «Топотам» и «Элегами» на российский рынок. Рекламные проекты в 2010 году, несмотря на значительно оптимизированные бюджеты, подняли рекламную деятельность в группе предприятий ЗАО МОФ «Парижская коммуна» на более высокую ступень и создали хороший творческий задел на будущее. Достигнутый уровень организации рекламной деятельности был невозможен без творческой, креативной энергии А.Г. Булатова, а идея концепции, отражающей архитектуру бренда «Парижская коммуна», наполнили рекламные средства новым, оригинальным содержанием.

А.В. Куренков, зам. генерального директора по стратегическому и корпоративному развитию

Совместить бренды в едином ключе оказалось задачей нетрадиционной

Её Величество Идея. Создать, родить, генерировать идею, «обросить» костяк идеи «мясом и мышцами» визуального восприятия, натянуть на получившееся «кожу» художественного оформления – это, пожалуй, самый сложный процесс человеческого созидания. Недаром сказано: «Миром движут и управляют идеи». Но не все идеи движут планеты в пространстве и подстёгивают инновациями прогресс, большинство из них генерируются для решения небольших, но не менее важных задач. О такой идее, в которой удалось совместить - на первый взгляд - несовместимое, и пойдёт речь.

Три новых бренда детской обуви в своей концепции представляют совершенно разные стилевые решения. Каждый из них подразумевает не только свое визуальное решение, но и обувь, соответствующую стилевому направлению. Совместить все бренды в едином ключе было задачей нетрадиционной и сложной. Для того, чтобы решить данную задачу, проводились тендеры среди рекламных и дизайнерских компаний, а также постоянно шел поиск визуальных и изобразительных решений. Необычная идея совмещения брендов в стиле «кубик Рубика» стала плодом длительных размышлений, поисков, ошибок и поворотов не туда. Может кто-то скажет, «а что здесь такого сложного, всё же просто». И это лучшая оценка, потому что когда зритель не видит пот и тернистый путь, проделанный менеджером к конечному результату, это значит, что все сделано правильно. И легкость восприятия зрителем это подтверждает.

В результате разработанной концептуальной идеи, совмещающей все бренды, появились новые решения в оформлении выставочных стендов, каталогов обуви, появилось связующее звено для монтажа разделов во время создания фильма о нашей детской обуви. Удачная находка и по сей день используется во всех рекламных материалах, которыми представлены линии нашей детской обуви. Что и является одним из факторов увеличения объемов заказов обуви ТД «ПК-Заря».

Параллельно с идеей единого «кубика брендов» был разработан новый критерий планирования и оценки эффективности рекламы. Кризис предыдущих лет во многом определил иной взгляд на рекламную деятельность, что позволило прийти к так называемому «достаточному минимуму», и оказалось особенно необходимо при увеличении объема выставок и других рекламных мероприятий.

Идея единой стилистики брендов открыла новые пути и направления в концепции брендов, которые требуют новых идей, которые нужно генерировать и создавать дальше.

А.Г. Булатов, ведущий менеджер по рекламе

В центре внимания – качество

На расширенном совещании с участием генерального директора А.А. Никитина, его заместителей, начальников отделов и цехов «Парижской коммуны», руководителей и специалистов дочерних предприятий производственной группы и торговых подведены итоги работы за девять месяцев текущего года. С докладом выступил заместитель генерального директора ЗАО «МОФ «Парижская коммуна» М.В. Белов. Результаты деятельности с начала года по октябрь прокомментировал генеральный директор А.А. Никитин, дал положительную оценку результатам, по которым достигнут заметный рост, но, в основном, обратил внимание присутствующих на неиспользованные резервы, которые оценил остро критично как упущенные возможности дальнейшего роста.

О том, что намечено сделать в завершающем квартале нынешнего года и перспективах на первое полугодие следующего доложила начальник планово-экономического отдела Е.В. Губарева.



Третий вопрос повестки дня «О качестве выпускаемой продукции по итогам сезона «Весна-лето 2011 г.» и мерах, направленных на его совершенствование» стал важнейшим на совещании. Обсуждение доклада заместителя генерального директора по производству В.В. Сухова было наиболее активным и бурным. Начало нелицеприятному рассмотрению повторных промахов и ошибок было положено выступлением генерального директора ТД «ПК-«Заря» Е.В. Куренковой, особенно жесткие оценки были даны инженерному сопровождению разработанной ЦМиТ обуви, выпускаемой предприятиями группы на основе субконтракции.

НОВЫЙ ГРАВИРОВАЛЬНО-ФРЕЗЕРНЫЙ СТАНОК ДЛЯ ИЗГОТОВЛЕНИЯ КЛЕЙМ

Отделом главного механика приобретен новый гравировально-фрезерный станок - на снимке: главный механик Александр Васильевич СЕРГЕЕВ объясняет принципы его действия. Он предназначен для изготовления клейм. До настоящего времени их приходилось заказывать на стороне, и это было достаточно затратным. Требования к качеству клеймления обуви, к аккуратности и точности нанесения информации (торговая марка, размер, номер модели и т.п.) на детали верха обуви значительно возросли и воспринимаются потребителем как элемент дизайна.

Новый станок был опробован и испытан ведущими инженерами ОГМ В.Н. Ларичевым и Н.В. Варфоломеевым и передан на дочернее предприятие ЗАО «Донская обувь» для установки и обучения персонала работе на данном оборудовании.



История далекая и близкая

29 октября 1941 года, когда линия фронта близко подошла к Москве, Государственный Комитет Обороны принял решение об эвакуации фабрики «Парижская коммуна» в Свердловск. Оборудование было демонтировано за 24 дня. На Урал вывезли 1800 станков и машин, много материалов, инвентаря, запасных частей. Уехала большая часть коллектива наших обувщиков. На новом месте разгрузка вагонов велась при 30-градусном морозе. В тот год зима началась рано по всей стране.

Москвичи влились в коллектив фабрики-новостройки «Урал-обувь» и вместе быстро нарастили производственные мощности. В короткий срок был увеличен выпуск армейской обуви в четыре раза.

В то же время в декабре 1941 года, когда наша армия перешла в контрнаступление, Наркомат легкой промышленности прекратил эвакуацию «Парижской коммуны» и развернул восстановительные работы. Исполняющим обязанности директора фабрики был назначен И.М. Архипов, главным инженером – В.Г. Богданов.

13 декабря 1941 года Кировский РК ВКП(б) провел совещание районного актива с участием представителей «Парижской коммуны» по развертыванию работы на оставшихся в Москве предприятиях района.

Глав распорядился вернуть нашему предприятию те заготовочные машины и чепрачную кожу, которые были подготовлены к эвакуации в Свердловск, но еще находились в вагонах на подмосковной железнодорожной станции. Вскоре швейное оборудование было доставлено на «Парижскую коммуну», а чепрак получить не удалось: материал был уже передан на «Буревестник», который тоже восстанавливался. Зато из Горького В.Г. Богданов привез оборудование Полтавской обувной фабрики, эвакуированное туда летом 1941 года перед оккупацией врагом Украины.

Раньше всех был создан организационный цех, где шили вещмешки, кистеты. Позже на его базе был создан цех детской обуви.



Среди ветеранов фабрики есть еще, к нашей общей радости, те, кто трудился на «Парижской коммуне» в годы Великой Отечественной войны, кто были очевидцами и участниками событий этого героического периода нашей истории. В ту пору они были молодыми тружениками тыла, наравне со старшими поколениями им пришлось вынести тяготы жизни и производства той поры. Понине в нашей ветеранской организации есть награжденные медалью «За оборону Москвы», их около полутора десятков. Среди них – Валентина Васильевна Курмаева. Мы видим ее на отдельном портрете и на фотографии дежурной команды по тушению фугасных бомб – вторая справа, самая маленькая ростом. Зажигательные бомбы сосредоточенного действия предназначались врагом для уничтожения фабрично-заводских и железнодорожных сооружений. Вокруг Саратовского вокзала в Замоскворечье (Павелецким его стали называть уже после войны) сложилась крупная промзона. И наша местность, таким образом, была объектом «особого внимания» вражеской авиации.

Во время дежурства на крыше при авианалете надо было очень внимательно следить за падением фугасов, - вспоминает Валентина Васильевна, - продолжительность зажигательного действия всего 3-15 минут. Не успеешь погасить – вспыхнет пожар. А ведь бомба – она и в дежурного по пасть может. В первое время так и казалось. А потом привыкнешь – и ничего. Страшно уже другое: как бы не уснуть. Днем-то мы работали подолгу. В промежутках между налетами очень спать хотелось.

Валентина Васильевна Курмаева работала на нашей фабрике полвека.



Медалью «За оборону Москвы» и «За доблестный труд в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг.» награждена передовая раскройщица, а впоследствии – мастер участка раскройного цеха Мария Игнатьевна Бушуева – старейшая из членов нашей фабричной ветеранской организации (профгруппа Л.Н. Трушкиной). В январе нынешнего года ее поздравили со 100-летием со дня рождения. Мария Игнатьевна помнит годы первых пятилеток, знала наших лучших стахановцев-закройщиков И. Сычева и Д. Гарабина, которые перекрывали норму в 2-3 раза и зарабатывали соответственно больше тысячи рублей в месяц. Отлично знала Василия Матросова, стахановца послевоенных лет и лауреата Государственной премии. Он был постарше Марии Игнатьевны, но на «Парижскую коммуну» пришел немногим раньше нее – в 1929 году с фабрики им. Капанова.

Герой Социалистического Труда Людмила Васильевна Румянцова считает себя воспитанницей мастера Марии Игнатьевны Бушуевой и своего первого бригадира Раисы Глумовой. Об этом написано на 1 полосе газеты «Коммунар» (март 1987 г. № 8 (5955) в очерке Е. Орловой «Опередить себя вчерашнего»: «Самые теплые слова говорит Румянцова о Бушуевой: «Мария Игнатьевна была прекрасным специалистом, требовательным мастером, настоящим наставником. Меня воспитывали в лучших традициях фабрики».

Мария Игнатьевна Бушуева проработала на «Парижской коммуне» 44 года. Ее ударный добросовестный труд отмечен семью медалями.

Московский колледж малого бизнеса № 4 в этом году отмечает 80-летие со времени основания. В 1931 году он был создан как школа ФЗО (фабрично-заводского обучения) при обувной фабрике «Парижская коммуна». На всем протяжении своего существования это учебное заведение профессионального образования – одно из старейших в Москве и России – неразрывно связано с нашим предприятием. Более половины своей истории оно размещалось и действовало в стенах обувной фабрики «Парижская коммуна», готовило кадры обувщиков по профессиям: раскройщик материалов, заготовщик верха обуви, затяжчик. Среди выпускников ФЗО, ФЗУ, ГПТУ-114 (так в разное время назывался нынешний колледж № 4) немало передовых рабочих, специалистов, руководителей, которые знамениты на всю отрасль.



Книга об истории нашей фабрики «Имени Парижской коммуны» охватывает период до середины 1976 года, когда началась полная реконструкция фабрики, переоснащение производства, освоение новых технологий. Публикуем отрывок из первой главы новой книги, которая продолжит повествование и расскажет о современной истории предпри-

ятия. Читайте воспоминания нашего ноябрьского юбиляра, представителя фабричной трудовой династии Нины Викторовны МАРКОВСКОЙ. За освоение производства обуви на подошве из цветного полиуретана в 1978 году она, молодой химик-технолог, была удостоена премии Министерства легкой промышленности РСФСР.

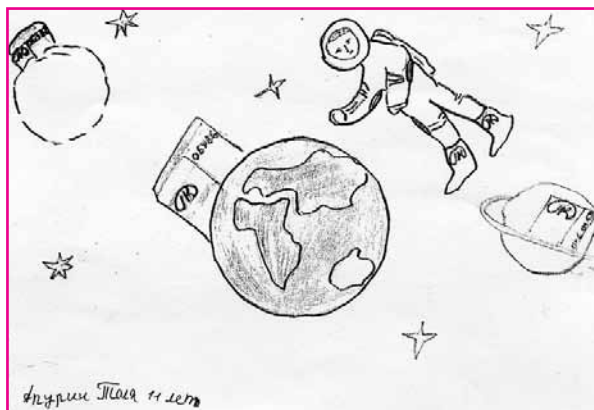
Монтировали и запускали первые литьевые агрегаты осенью 1976-го

Первые литьевые агрегаты на «Парижской коммуне» сначала появились в старых цехах (№ 1, № 4), здесь с 1976 года стала внедряться литьевая технология. По срокам эта работа совпала с началом реконструкции, с введением первого производственного корпуса ЗПК-1. Оставалось достаточно времени до ввода его в эксплуатацию, чтобы определить, насколько полезно данное новшество, стоит ли его тиражировать и насколько широко, в каких объемах, где и как размещать в ходе реконструкции, целью которой было расширение ассортимента выпускаемой на «Парижской коммуне» обуви, улучшение ее качества, повышение производительности труда.

— Монтировали и запускали литьевые агрегаты осенью, — вспоминает инженер-химик Нина Викторовна Марковская, — а до этого в начале года зимой мы ездили вчетвером: два химика, модельер и технолог — в Ленинград на «Скороход» учиться. Нам предстояло ознакомиться с производством, с технологическими особенностями нового метода крепления низа обуви, уяснить, как замешиваются химические составы, в каких пропорциях, когда и какие анализы делать, что и как проверять, как заполнять сопроводительную документацию. Среди тех, кто нас обучал, был Леонид Моисеевич Лоев, там мы впервые его увидели. А в конце года он приехал к нам в Москву, его перевели работать на «Парижскую коммуну». И сразу рядом с ним, признанным специалистом по литью подошвы, мы почувствовали себя уверенней. Рядом с основной, самой первой каруселью «Десмы» в старом помещении цеха № 1 на нижнем этаже появилась маленькая лабораторная установка для нас, химиков. Первые подошвы у нас были ахроматической цветовой гаммы: черные, белые и серые — этот цвет мы получали путем смешивания двух основных красителей. Серая подошва была разнообразной в зависимости от степени насыщенности — целая линейка на выбор. На теплый женский сапожок «Аляска», понятно, предназначалась черная подошва. А на летние туфли мы подбирали подошву в тон (они шли и из натуральных ла-

ков разных цветов, включая черный, и из натуральной кожи, как одного оттенка, так и комбинированной). А потом вскоре, когда появилось стремление делать туфельки разнообразных веселых расцветок на цветных полиуретанах, мы стали тесно сотрудничать с химиками Центрального научно-исследовательского института кожевенной промышленности (ЦНИИКП). Тогда при освоении цветных подошв я и познакомилась с Тамарой Петровной Швецовой, дочерью первого технорука нашей «Парижской коммуны» Петра Марцевича Земзара. Тамара Петровна — химик-обувщик высочайшего уровня, автор очень полезных книг по отделке, которые у меня и поныне всегда под рукой, к ним я постоянно возвращаюсь, читаю и перечитываю. Для Тамары Петровны наша «Парижская коммуна» была родным предприятием, первым местом работы. Ее отец был одним из создателей фабрики, из тех организаторов производства, которые пришли сюда еще в 1921 году и готовили предприятие к открытию. Потомственный инженер-обувщик «Парижской коммуны» во втором поколении, Тамара Петровна начинала свою трудовую биографию здесь в 30-е годы вместе с братом Александром. Талантливый механик-конструктор, брат прожил недолгую жизнь, погиб на фронте молодым. Имя его упоминается в книге по истории нашего предприятия в разделе, где речь идет о создании поточного производства. Александр Земзар занимался усовершенствованием первых цепных конвейеров. Тамара Петровна тоже еще в молодости проявила себя как неординарный инженер-химик. Во время войны она была как раз в группе тех специалистов нашей фабрики, которые разрабатывали и внедряли по заданию Государственного комитета обороны производство армейских сапог методом горячей вулканизации, за успех в этой сложной работе награждена орденом «Знак Почета». После перехода в научно-исследовательский институт Тамара Петровна не порывала связи с нашей фабрикой, участвовала во внедрении новых технологий. Так было и при освоении цветных полиуретанов.

Химики ЦНИИ кожевенной промышленности разрабатывали их на основе отечественных красителей. В этот период Тамара Петровна чаще всего приезжала к нам на фабрику с ближайшей коллегой Татьяной Румакиной. И мы вместе подбирали красители, благо, что завод, который их производил, был совсем рядышком от нас по соседству на Дубининской улице. Затеяла это все Тамара Петровна. А Леонид Моисеевич Лоев нас в этом начинании всерьез поддерживал, многому учил, передал методику расчетов. Это был очень интересный, творческий процесс. Мы подбирали, выскивали такие красители, которые не только цвет давали, но и в качестве химического реагента работали как катализатор. Это позволяло нам ускорять литьевой процесс, в результате машина «ехала» быстрее, повышалась производительность труда. А в ту пору, когда объемы выпуска планировались огромные, это было очень ценно и важно. Правда, бывали у нас нарекания от механиков. Как мы ни старались растворить краситель, взвеси иногда оставались и оседали внутри труб агрегатов, «зависали» механизмы. Это не отражалось на качестве подошв, но добавляло забот ремонтникам цехов. Потом появились пигменты-пасты, которые растворялись без остатка — проблема была снята. Работали мы с четырьмя основными цветами: черным, белым, желтым, красным. Из них мы и создавали остальные. В основном, конечно, традиционных обувных цветов: коричневого и бежевого во всем богатстве оттенков. Для математического моделирования использовали, так называемый, «треугольник». На основе белого, желтого, красного цветов путем 10-процентного добавления был создан «переходящие ряды». На «треугольнике» модельеры Любовь Журавлева, Галина Ожерельева и другие (в художественно-конструкторском бюро с полиуретановой подошвой работала в основном молодежь — сверстники мои) выбирали цвет подошвы и показывали мне: «Нужен вот такой». Красиво получалось. Я сама тогда с удовольствием и подолгу носила нашу женскую обувь, как и все у нас в семье.



Конкурс рисунков детей к 90-летию фабрики

Продолжаем публиковать рисунки детей в честь 90-летия фабрики. Их тематику определяют сами ребята. Сначала их произведения соответствовали теме «Обувь как элемент образа любимого литературного героя». Но впоследствии стало очевидно, что мальчики отдают предпочтение специальной обуви для необычных мужских профессий. Вот и 10-летний Толя – сын начальника службы эксплуатации имущественного комплекса Вячеслава Анатольевича Апурина – нарисовал космонавта, у которого обувь нашей марки является частью скафандра.