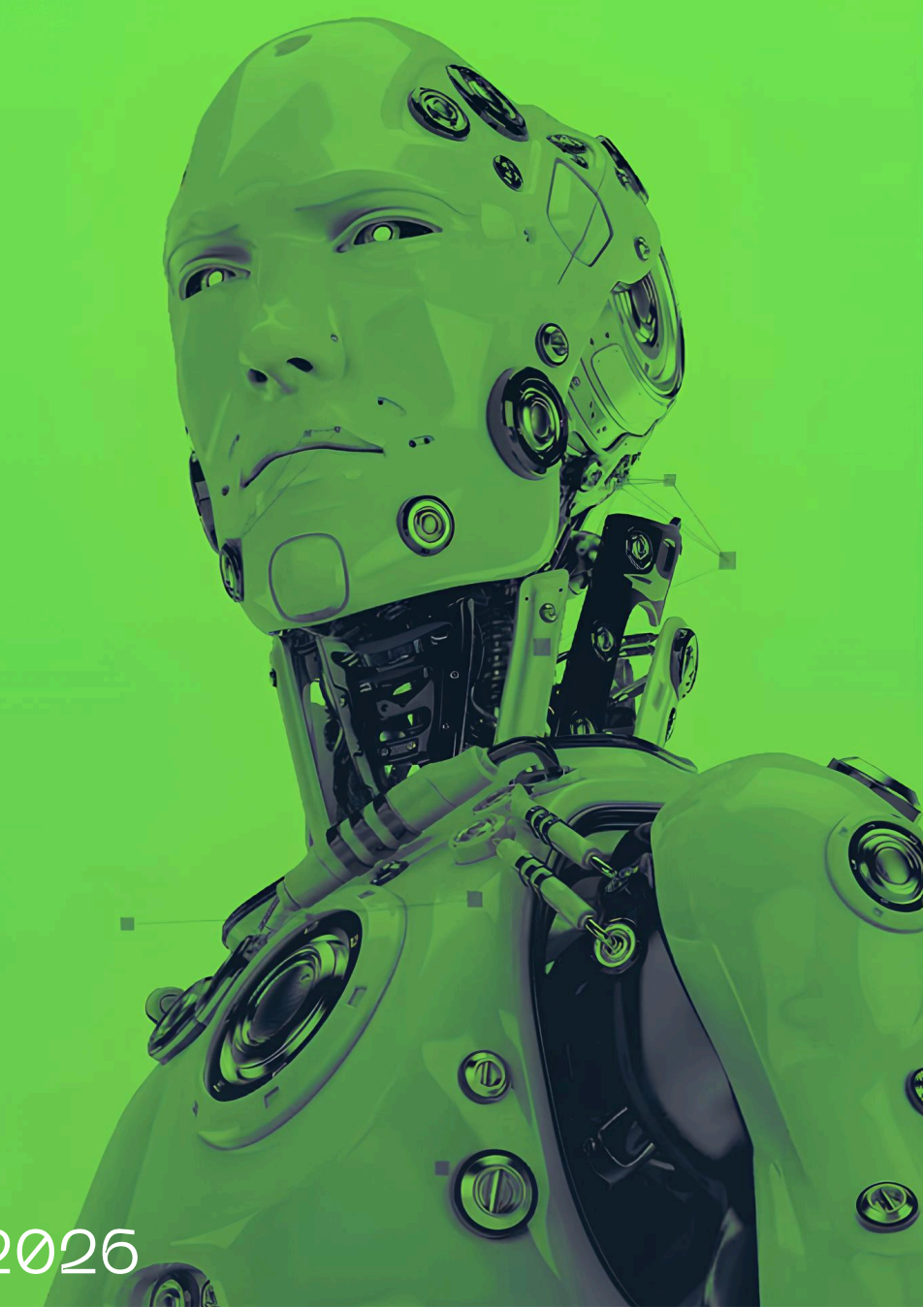


# ОТ КАСТОМНОГО К МАССОВОМУ. НОВАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ КУЛЬТУРА

Конспект встречи создан при помощи  
искусственного интеллекта и Яндекс Телемоста

ЦИГТФ × Яндекс 360

20 МАЯ 2026



## МОДЕРАТОР

Ежикова Евгения, советник генерального директора, Национальный центр промышленного дизайна 2050.ЛАБ

## УЧАСТНИКИ

- Золотоев Андрей, главный инженер, Робком
- Ганюшкин Александр, директор, ООО «РОБОТ»
- Соломин Иван, управляющий директор по маркетингу и работе с государственными органами, Navio
- Львов Александр, генеральный директор, АО «МНТЦ МИЭТ»
- Найденова Ольга, генеральный директор, ООО «ЕБУРЕТ»
- Быстров Артем, руководитель проектов, ВолгаТрейд

**Сессия «От кастомного к массовому. Новая промышленная культура» объединила лидеров инновационных производств для обсуждения пути от индивидуальной инженерной идеи к массовому продукту. Спикеры разобрали, как сохраняется скорость принятия решений в крупных корпорациях, почему дизайн становится частью инженерной инфраструктуры и где проходит граница между кастомизацией и серийностью. Ключевой вывод заключался в том, что будущее промышленности строится не на противопоставлении масштаба и гибкости, а на их синергии через использование современных инструментов и ИИ.**

Открывает сессию **Александр Ганюшкин (ООО «РОБОТ»):** «Учиться никогда не поздно, и 27 лет — это молодой возраст, чтобы начинать все с нуля». Он рассказал историю создания роботов Адам и Ева, отметив, что первый прототип разрабатывался пять лет, а второй — всего два месяца благодаря накопленному опыту и повторному использованию архитектуры. Спикер подчеркнул важность стандартизации компонентов даже при кастомизации, так как это ускоряет сборку и снижает затраты на переобучение команды.

Далее выступает **Иван Соломин (Navio):** «Будущее не за корпорациями, которые играют в стартап, и не за одиночками, мечтающими стать корпорацией, а за теми, кто умеет соединять инженерную интуицию с системным мышлением». Он поделился опытом перехода от гаражного проекта с рекордом мира до создания бренда электромобилей с нуля, отметив потерю «интуиции» при масштабировании из-за бюрократии. Соломин отметил, что ИИ позволяет одиночке конкурировать с большими отделами, но для создания массовых продуктов критически важно сохранять скорость прототипирования.

Своим опытом делится **Андрей Золотоев (Робком)**: «Я люблю, когда все в драйве, когда можно сделать семь сложных машин за 15 дней, а не спать от долгих согласований». Он описал путь от создания шоу-роботов в гараже до масштабного производства гусеничных платформ в Новосибирске, где клиенты диктуют условия, требуя постоянную кастомизацию. Золотоев отметил, что ИИ уже сейчас усиливает работу в части дизайна, но пока не заменяет инженера, а кастомные решения часто служат прототипами для будущих серийных изделий.

Микрофон переходит к **Александру Львову (АО «МНТЦ МИЭТ»)**: «Нужно не забывать про дизайн оборудования, потому что эргономика и эстетика влияют на то, готовы ли люди работать на этом станке». Он рассказал о создании дизайн-кода отрасли электронного машиностроения, который помогает унифицировать внешний вид техники и сократить затраты инженеров на разработку облика. Львов подчеркнул, что доступ к компонентной базе остается ключевым фактором успеха, но именно дизайн и эргономика позволяют вывести продукт на конкурентный уровень.

Следом выступает **Ольга Найденова (ООО «ЕБУРЕТ»)**: «Кастомизация — это новая промышленная революция, и мы строим систему, способную быстро видоизменяться под персонализированный спрос». Она описала эволюцию компании от печати мебели на самодельном 3D-принтере до создания архитектурных панелей и колонн, где каждый проект требует адаптации оборудования. Найденова отметила, что спрос на индивидуальные решения растет, и технологии позволяют делать единичные экземпляры так же выгодно, как серийные, ломая традиционную модель массового производства.

Завершает дискуссию **Артем Быстров («ВолгаТрейд»)**: «Кастомный подход звучит круто, но он наша супер-боль, потому что каждый заказчик хочет перебить предыдущего, и мы страдаем от этого». Он рассказал, как компания выросла из гаражного бизнеса в лидера рынка премиальных автодомов, сузив нишу и сделав ставку на открытость и видео-маркетинг. Быстров признал, что полная кастомизация мешает масштабированию, поэтому компания переходит к мелко-серийному производству, сохраняя гибкость в узлах, но стандартизируя общие решения.