

Review легкая промышленность

Уйти от импорта за счет независимости

— сектор рынка —

Участники рынка и отраслевые эксперты убеждены, что в России созрели все условия для возрождения отечественной обувной промышленности. Именно сейчас появляется шанс потеснить импорт, доля которого на российском рынке доходит до 80%. Стремление правительства страны к импортозамещению вкупе с инвестициями бизнеса в новые технологии, убеждены эксперты, будет способствовать росту потребления на отечественном обувном рынке и повышению конкурентоспособности российских марок.

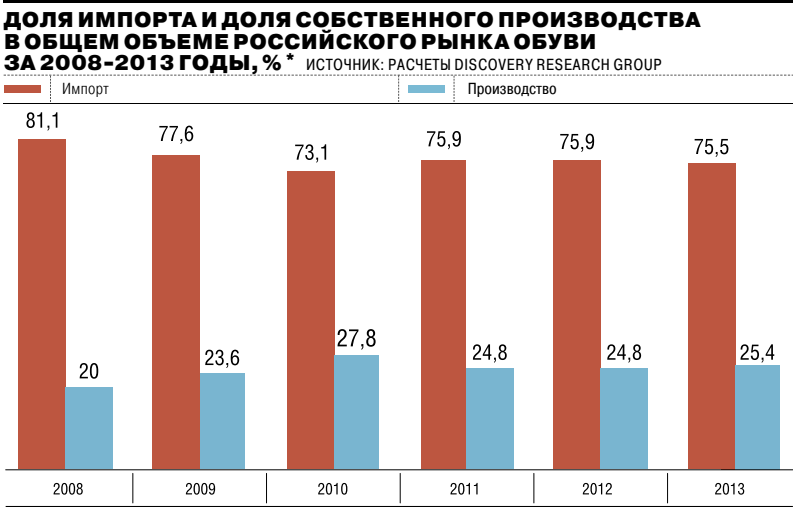
По расчетам Discovery Research Group, сегодня основной поток обуви идет к нам из Китая: на его долю приходится 67% российского импорта. При этом многие известные мировые производители шьют свою продукцию там же (ее доля составляет 50% производимой в КНР обуви). В лидерах по объемам ввозимой в Россию обуви также Италия, Словакия, Румыния и Португалия.

Одной из предпосылок к отвоеванию рынка российскими обувщиками аналитики, во-первых, считают политическую составляющую. Последствия украинского кризиса заставляют российских власти все чаще говорить о необходимости импортозамещения. Подтверждение тому недавние решения президента и правительства РФ о необходимости производства основных товаров легкой промышленности внутри страны. Во-вторых, в России сформировался рынок со стабильным спросом, особенно в среднеценовом сегменте. В-третьих, появились крупные компании, готовые инвестировать в производство обуви, технологии и поиск новых материалов.

Впрочем, подготовка к усилению позиций отечественными обувщиками на внутреннем рынке уже идет. В частности, с этой целью несколько лет назад были отменены импортные пошлины на новое технологическое оборудование для обувного производства, что сделало выгодным его ввоз.

Своими силами

Российский рынок уже подает сигналы о благоприятном состоянии для инвестиций, демонстрируя устойчивый рост. В 90-е годы прошлого века в стране резко снизились объемы производства обуви. По мнению директора новосибирской фабрики S-Ter Ильи Тепера, это было связано с тем, что подавляющее большинство материалов и комплектующих ввозилось из-за границы, поэтому с повышением валютного курса существенно выросла себестоимость продукции. «В первую очередь пострадал рынок специальной и рабочей обуви, падение заказов на которую на предприятия было особенно заметно, и это — последствия общего состояния экономики», — подчеркнул глава S-Ter. Директор Новосибирского технологического института (НТИ, филиал Московского государственного университета дизайна и технологий) Петр Караба-



нов даже сравнивает ситуацию 90-х годов с угрозой национальной безопасности страны.

Сегодня положение дел в отрасли меняется. По данным независимых аналитиков, средние темпы роста российского рынка обуви существенно возросли, и, как сообщил аналитик УК «Финам Менеджмент» Максим Клягин, в последние несколько лет составляли около 10% в год. Несмотря на это, на долю внутреннего производства приходится только около 15% российского обувного рынка в товарной массе и не больше 10% в денежном выражении. В целом господин Клягин оценивает объем отечественного рынка примерно в 800 млрд руб. За последние полтора десятилетия в РФ появились многочисленные новые или были модернизированы действующие предприятия, способные конкурировать с зарубежными производителями. В отрасли идет процесс глобализации, заявляют о себе такие суперритейлеры, как «Центро» и «Кари». На рынок выходят новые амбициозные игроки, например ГК «Обувь России».

«Это закономерный процесс, так было с электроникой и продуктами питания. Следовательно, с обувного рынка уйдут не только многочисленные мелкие магазины, но и средние сети. Пока эти „большие“ игроки заняли нишу дешевой обуви из искусственных материалов и убивают базахолки и сектор дешевых магазинов, но вскоре они перейдут и в самый массовый сегмент — среднеценовой», — считает Илья Тепер.

Трудности роста

Обновляющийся рынок породил и новые проблемы, решение которых находится в компетенции либо государства, либо бизнеса. Так, по оценкам участников рынка, сегодня существенно сдерживают развитие обувного производства в России высокие налоги, трудности с кредитованием и высокие процентные ставки, «серый» импорт и т. п. В этом ряду — и проблема кадров. «Узлы и ссузы по подготовке специалистов для обувной промышленности в стране есть, однако из-за невысокой заработной платы выпускники этих учебных заведений предпочитают работать (и успешно работают) не по профилю. За редким исключением заинтересованности в сотрудничестве между учебными заведениями и обувными предприятиями, к сожалению,

нет», — отмечает Петр Карабанов. К числу исключений он отнес «тесное взаимодействие» НТИ с ГК «Обувь России»: специалисты компании непосредственно участвуют в формировании образовательных программ института, а преподаватели — в разработке программ стратегии развития предприятия, они также ведут исследовательские работы по проблемам повышения технологического уровня производства.

Нехватка рабочих рук заставляет некоторые компании автоматизировать производство. Так, в S-Ter с момента создания сделали ставку на высокопроизводительные литьевые автоматы немецкой фирмы KLOECKNER-DESMASchuhmaschinen GmbH. Сейчас на фабрике действуют две швейно-раскройные линии, позволяющие компьютеризировать производство от момента создания модели дизайнерами до раскройки и автоматического сшивания верха обуви. «Это не только позволило решить проблему дефицита квалифицированных рабочих, но и повысило качество продукции», — отметил Илья Тепер.

Стараясь преодолеть чрезмерную зависимость от иностранных поставщиков, одни компании оптимизируют затраты, закупая сырье практически по всему миру и подыскивая оптимальное соотношение цены и качества. Другие делают ставку на разработку материалов для внутреннего производства. Например, в ГК «Обувь России», ориентирующейся на средний ценовой сегмент, создали собственный научно-исследовательский центр (НИЦ) «Модифицированные полимеры». «Сегодня велик интерес производителей к мембранным материалам, с определенным балансом паро- и водопроницаемости, способным обеспечить комфорт ноги в обуви. Особое внимание уделяется новым технологиям, позволяющим производить эргономичную, биомиметическую (близкую по свойствам к натуральной коже) обувь. Если говорить о пластиковых компонентах (подошва и т. п.), то здесь внимание производителей привлекают композитные материалы. По функционалу это могут быть адаптированные материалы (подстраивающиеся под форму и движение ноги), композиты с определенными реологическими свойствами, например дилатантные материалы (меняющие свои механиче-

ские свойства при изменении воздействия). Плюс материалы, учитывающие российскую специфику, способные не скользить по льду и долго работать при низких температурах. Многие перспективные полимеры для обувной промышленности производятся в России. Это такие материалы, как сополимеры этилена и винилацетата, термоэластопласт, полиуретаны. Все они будут востребованы в качестве базовых материалов для новых композиций и, как результат, позволят производить обувь с более продвинутыми потребительскими свойствами», — пояснил технический директор НИЦ Вадим Хлесткин.

Инвестор пошел

В целом специалисты и аналитики отмечают, что текущая экономическая ситуация и перспективы дальнейшего роста экономики страны делают производство обуви в России интересным для инвесторов. «Думаю, при грамотном подходе большинство предприятий обувной промышленности сохранят присутствие на рынке. Более того, здесь уже появляются новые амбициозные игроки, и я уверен, что их число будет расти», — считает Илья Тепер.

Одним из таких примеров удачного вложения в отрасль можно назвать инвестиционный проект стоимостью 1,4 млрд руб. по строительству второй обувной фабрики «Обуви России» в Черкесске (Карачаево-Черкесская Республика), первая фабрика компании мощностью 350 тыс. пар в год работает в Новосибирске. Старт проекту был дан в начале этого года, когда между инвестором (ГК «Обувь России») и Минфином РФ, Внешэкономбанком, банком МФК был подписан договор о предоставлении госгарантий РФ на 686 млн руб. Ранее госгарантию на 98 млн руб. выдали власти Карачаево-Черкесии. «Обувь России» планирует вывести фабрику на полную мощность (1 млн пар в год) через пять лет. В ее состав войдут раскройный и швейный цеха, цех по производству деталей низа обуви и сборочное производство. Все подразделения будут оснащены высокотехнологичным оборудованием крупнейших мировых компаний.

«Факторы роста отечественной экономики вкупе со стремлением правительства к импортозамещению позволяют рассчитывать на высокие темпы развития российских компаний в данной отрасли. Этому будет способствовать постепенный рост потребления обуви в России, которое с двух пар в год в 2008 году выросло до четырех пар в 2013-м. К тому же растет доверие потребителей к отечественной обуви. Оно обусловлено постоянным развитием технологий производства, ответственным подходом к выпускаемой продукции, а также тем, что значительная доля отечественной обуви превосходит по характеристикам импортную. Этот факт, в свою очередь, окажет позитивное влияние на темпы импортозамещения», — считает младший аналитик агентства «Инвесткафе» Роман Гринченко.

Юрий Белов

Юрий Лашчин,
заместитель генерального директора
Межрегиональной ассоциации
руководителей предприятий

«Международное сотрудничество помогает созданию импортозамещающих производств»

— В чем преимущества так называемого кластерного подхода и насколько он оправдан в отношении обувной промышленности?

— В настоящее время с целью обеспечения сбалансиро-

ванности развития поднимается вопрос о перенесении центра тяжести экономической политики в регионы России.

Кластерный подход к развитию производства, в том числе обувного, позволяет обеспечить формирование точек роста. Специфика кластеризации выражается во взаимодействии крупных предприятий-лидеров, обладающих хозяйственной стратегией развития производства, с гибкими предпринимательскими структурами малого бизнеса. Передача групп заказов крупным

предприятиям малым и средним компаниям, входящим в кластер, минимизирует затраты на внедрение новых модельных рядов обувной продукции.

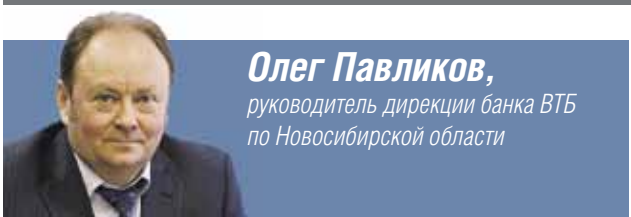
— Какова основная задача предприятия — лидера в кластере?

— Предприятие — лидер кластера выполняет поиск наилучшего размещения производства и предприятий относительно источников сырья, энергии, друг друга, а также потенциальных потребителей в рамках отдельных территорий, способствует техническому пе-

реоснащению производственных мощностей, обеспечивает координацию с региональными программами поддержки малого и среднего бизнеса государственных и муниципальных органов исполнительной власти.

Кроме того, только крупная компания-лидер может позволить себе создание торговых домов в рамках зарубежных товаропроводящих сетей. А международное сотрудничество помогает созданию импортозамещающих производств.

Беседовала Анна Гадалина



Олег Павликов,
руководитель дирекции банка ВТБ
по Новосибирской области

«Главное для нас не степень обеспеченности кредитуемой сделки, а финансовая устойчивость партнера»

— Участники рынка убеждены, что сейчас в России сформировались предпосылки для развития обувного производства. Топ-менеджмент компаний, говоря о необходимости импортозамещения, объявляет о модернизации

действующих фабрик и строительстве новых. Вы эти предпосылки видите? Вложения в развитие обувного производства в России сегодня актуальны? — Российский обувной рынок является третьим по величине после рынков про-

дуктов питания и одежды. Причем наиболее динамично развивается среднеценовой сегмент, который прирастает на 14-15% в год, что в полтора раза быстрее, чем рынок в целом. Это связано с тем, что меняется культура потребления: покупатели обращают больше внимания на бренды, стиль и дизайн обуви, и растет доля людей со средними доходами.

Сегодня конкуренция на рынке усиливается главным образом за счет расширения географии крупных обувных сетей. Кроме того, крупные розничные сети развивают собственные производства в России, что дает им возможность более мобильно реагировать на изменение спроса, эффективнее организовать

контроль качества и снизить логистические издержки. Основные перспективы обувного рынка я связываю с ростом крупных обувных сетей и их экспансией в регионы, развитием новых каналов продаж, в том числе и интернет-торговли. Также обувные сети активно инвестируют в развитие брендов и совершенствование коллекций, привлекают к сотрудничеству иностранных дизайнеров.

— При каких условиях банки готовы кредитовать подобные проекты?

— Мы готовы финансировать игроков обувного рынка, равно как и ритейлеров других рыночных сегментов, показывающих положительную динамику развития в своем рыночном сегменте.

Подходы к оценке возможности реализации проектов индивидуальны, и единого алгоритма работы с подобными проектами не существует. Так или иначе, наличие залоговой массы, представленной в виде твердого залога (имущественные комплексы и прочие капитальные активы), а также государственных гарантий может существенно снизить потенциальные риски банка по сделке и позволить приступить к ее реализации. Однако главным для нас, как и для любого кредитного учреждения, является не степень обеспеченности кредитуемой сделки, а финансовая устойчивость кредитуемого партнера.

Беседовала Анна Гадалина



Цена вопроса

директор ГК «Обувь России»

Антон Титов



Российский обувной рынок является третьим по объему потребительским рынком в стране. Россияне сегодня в среднем потребляют 3-3,5 пары обуви в год, по этому показателю мы значительно отстаем от Европы и США (4-6 и 6-8 пар соответственно). С учетом ярко выраженной сезонности российский рынок обладает большим потенциалом роста. Кроме того, он устойчив к любым кризисным явлениям, поскольку по степени востребованности обувь стоит на втором месте после продуктов питания.

Несколько лет назад в обувном производстве произошла серьезная технологическая перестройка, когда ряд процессов, например раскрой и пошив, которые раньше выполнялись преимущественно вручную, были автоматизированы. Лидером этого направления стал Тайвань. Совершив серьезный прорыв в сфере обувного производства и существенно доработав специализированное программное обеспечение, тайваньцы постепенно вытесняют с рынка традиционных лидеров в производстве оборудования для обувных фабрик — компании Германии и Италии. Важная предпосылка для развития обувной отрасли в России, на мой взгляд, наличие уже готового и при этом достаточно емкого внутреннего рынка потребления. Позитивно влияет на развитие производства отмена ввозных пошлин на технологическое оборудование. Его в Россию всегда завозили, но если раньше из Германии и Италии, то сейчас из Тайваня. Отмена пошлин позволяет крупным обувным компаниям модернизировать собственные производственные мощности или создать фабрики уже на базе новых технологий. Тем более что далеко не все фабрики, в том числе и в Китае, модернизировали производство — только самые крупные и передовые.

Несмотря на наличие новых производственных проектов, говорить о масштабном импортозамещении на рынке пока рано

И все же продукция российских фабрик пока довольно сложно конкурировать с импортной обувью, ввозимой из Азии. Одна из причин этого в том, что доля заработной платы в себестоимости продукции слишком велика. В сегменте дешевой обуви она доходит до 30-40%, в среднеценовом — в пределах 15%. Однако автоматизация раскройно-швейных процессов позволяет повысить производительность труда более чем в два раза и свести долю заработной платы в себестоимости продукции к минимуму. Как раз этот фактор благоприятно влияет на перспективы производства обуви в России именно в среднеценовом сегменте, в котором важную роль играют материалы, технологии и в конечном итоге бренд. А это 40% обувного рынка России, или \$12,29 млрд.

Вкладывать в создание новых обувных фабрик или модернизировать уже имеющиеся сегодня могут позволить себе прежде всего крупные производители, которые имеют прочные позиции и стабильные каналы сбыта (такие компании, как «Юниichel», Ralf Ringer и другие). Они уже давно на рынке и сформировали аудиторию лояльных потребителей. А также крупные розничные сети, работающие в среднеценовом сегменте, те, кто в своей стратегии делает ставку на бренды и занимается разработкой продукта с самого начала. У них большие масштабы бизнеса, поэтому такие компании могут активно инвестировать в развитие.

В качестве примера реализации такой стратегии приведу собственные фабрики. Для нас они являются площадкой, где тестируются и внедряются новые материалы и технологии, открываются возможности для разработки уникального ассортимента и использования новых дизайнерских идей. Весной этого года мы запустили масштабную трехлетнюю программу по модернизации производства в Новосибирске, в которую инвестируем \$20 млн. Программу планируем финансировать поэтапно из собственных средств. Будем постепенно переходить на автоматизированные раскройно-швейные системы. Результатом реализации программы должно стать увеличение производительности как минимум в два раза и рост объемов производства: на первом этапе — с 350 тыс. до 500 тыс. пар, на втором — до 1 млн обуви в год. Кроме того, у нас заработал новый производственный комплекс по изготовлению обуви из сверхлегкого материала ЭВА.

В ноябре 2013 года мы создали научно-исследовательский центр. Его основная задача — разработка сверхлегких, сверхпрочных и морозостойких материалов для обувного производства. Сейчас полимеры используются в большинстве отраслей, поскольку обладают неограниченными возможностями по приданию им различных свойств. Наш научно-исследовательский центр базируется в технопарке новосибирского Академгородка. В 2014 году мы планируем инвестировать в разработки более 30 млн руб. Несмотря на наличие новых производственных проектов, говорить о масштабном импортозамещении на рынке пока рано. Основным ограничением для развития производства является тот факт, что в России фактически не развит рынок комплектующих для обуви. У нас всего несколько кожезаводов, и они не покрывают потребности фабрик, которым для производства необходимы кожи разных фактур. Нет предприятий по производству гранул для подошв, меха и т. п., практически все приходится импортировать, что опять же увеличивает валютные риски отечественных фабрик.

Для создания таких базовых производств необходимо наличие отраслевой программы. Инвестиции в запуск одного кожезавода окупаются за 7-10 лет, и банки не готовы выделять долгосрочные кредиты на реализацию таких проектов. А частный бизнес не обладает достаточным собственным капиталом для столь масштабных инвестиций. Одним из механизмов реализации производственных проектов в России является запуск комплексных программ по развитию регионов и использование инструмента госгарантий. Как раз по такому пути мы пошли в Карачаево-Черкесской Республике, где строим фабрику. Наш проект включен в программу развития Северного Кавказа, в рамках которой мы получили госгарантию и привлекли кредит в банке на пять лет. Инвестиции в строительство новой фабрики составят 1,4 млрд руб., проект финансируем за счет собственных и заемных средств в соотношении 30:70. При выходе на полную мощность предприятие будет производить 1 млн пар обуви в год.

Сегментация производства по видам обуви — женская, мужская, детская — в 2013 году

ИСТОЧНИК: РАСЧЕТЫ DISCOVERY RESEARCH GROUP ПО ДАННЫМ РосСТАТА

