ТЕКСТ / ТАТЬЯНА МЕДОВНИКОВА

НЕЛЕГКИЙ ПУТЬ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Российский союз предпринимателей текстильной и легкой промышленности существует уже 10 лет. Сейчас это объединение находится в фазе реорганизации и реструктуризации и планирует расширять сферу своей деятельности и круг входящих в него предприятий. В этот переходный момент ситуацию в текстильной промышленности РФ комментирует президент Российского союза предпринимателей текстильной и легкой промышленности и учредитель компании ООО «Торговый дом Даргез» - производителя постельного белья и принадлежностей, Андрей Разбродин.

Олег Валентинович, каков общий объем производимой и потребляемой в РФ текстильной продукции?

В 2012 году в России произведено: шерсти, подготовленной для прядения - 7853 тонны, (темп к 2011 году - 99,9%, льна, подготовленного для прядения - 285 тонн (95,0% по отношению к 2011 году), синтетических волокон – 118 473 тонн (97%), искусственных нитей и волокон – 21 789 тонн (110%). Объём импорта за 2011 год составил: хлопковолокно - $135 млн, химические волокна, нити и пряжа - $1675 млн, пряжа хлопчатобумажная - $301,7 млн, пряжа шерстяная - $8,24 млн. Объемы экспорта за 2011 год таковы: синтетические волокна - $29,3 млн, хлопчатобумажная пряжа - $52,45 млн, льняная пряжа - $0,75 млн, а пряжа из химических волокон - $0,56 млн.

Фабрика по производству постельных принадлежностей компании «Даргез»

Какова структура импорта в России по видам текстильной продукции и товаров легкой промышленности?

Объемы импорта в нашу страну за 2011 год таковы: ткани всех видов $2660,3 млн, кожаные изделия - $1006,3 млн, меховая одежда - $324 млн, ковры и напольные покрытия - $254,4 млн, трикотажные полотна - $550,5 млн, трикотажная одежда - $4109,33 млн, текстильная одежда - $4651,29 млн, прочая продукция - $1220,19 млн. Совокупный объём импорта в 2011 году составил $14420,8 млн. Основным поставщиком товаров и изделий лёгкой промышленности в позапрошлом году являлся Китай, из которого было ввезено порядка 80% всей импортированной продукции лёгкой промышленности.

На ваш взгляд, чем вызван успех импортной продукции на российском рынке: точным соответствием продукции заданному ценовому сегменту или удачной маркетинговой стратегией?

Сегодня Китай является мировым лидером в производстве и реализации продукции легкой промышленности по всему миру, включая США и ЕС. Государственная поддержка, низкая заработная плата, комплексная модернизация, низкие социальные налоги, отсутствие пенсии - вот главные преимущества китайской текстильной и лёгкой индустрии.

Способна ли российская текстильная индустрия работать в режиме импортозамещения ?

Да, способна. В соответствии со стратегией развития легкой промышленности

Андрей Разбродин

России до 2020 года, доля российских товаров на внутреннем рынке должна составить 50%. Промышленность готова полностью обеспечивать поставки по госзаказам, в том числе оборонному, а также отвечать потребностям экономики страны в технических тканях. Выпуск нетканых материалов, которые идут в промышленную переработку, с 2007 года вырос в 7,3 раза. При положительном решении о принятии школьной формы в России легкая промышленность обеспечит для нее производство шерстяных, хлопчатобумажных, льняных и других тканей. Однако для завоевания 50% внутреннего рынка, необходима комплексная модернизация предприятий текстильной и легкой промышленности, которую без поддержки государства бизнес-сообщество не проведет.

Считаете ли Вы, что российская текстильная и швейная промышленность медленно, но верно, движется к своему концу?

Это не совсем так. В настоящее время сформировался круг предприятий, продукция которых конкурирует с импортной как на внутреннем так и на внешних рынках. За 2 месяца 2013 года индекс производства в текстильно-швейном промышленности - 106,8%, а в кожевенно-обувном -106,6%. И это в то время, когда вся текстильная индустрия страны имеет индекс 98,5%. Лёгкая промышленность, одна из немногих, вышла из кризиса с положительными индексами, так в 2009 году -100%, 2010-119%, в 2011-110%. То есть за 2 года темп роста составил 29%.

Какие сегменты текстильной промышленности вы считаете конкурентоспособными если не на мировом, то на внутреннем рынке?

Мы считаем, что в нашей стране однозначно конкурентоспособно производство технических тканей, нетканых материалов, специальных тканей для силовых структур, а также смесовых для создания одежды. Однако для того, чтобы эти сегменты экономики продолжали развиваться необходимо субсидировать прямые затраты предприятий, занимающихся техническим переоснащением. Например, за счет 50% их погашения государственными вложениями или за освобождение от всех видов налогов на те же 50% с последующей компенсацией доходов, за счет прироста налогов, получаемого предприятием в результате технического перевооружения и создания инновационного продукта.

Какие меры могли бы помочь отрасли?

Одна: модернизация технологических процессов на базе современного оборудования.

Рассматривается ли на правительством уровне возможность снижения доли собственности и ее регулирования в отрасли? Или частно-государственное партнёрство это единственно эффективная форма бизнеса?

Все предприятия текстильной и легкой промышленности приватизированы. Частно-государственное партнерство рассматривается как форма повышения налоговой базы предприятий легкой промышленности. Сегодня легковики платят всех видов налогов 20 млрд. руб. При нынешнем рынке товаров и изделий легкой промышленности, оценённом в 2,8 трлн. руб., совокупные налоговые отчисления предприятий отрасли могут составлять до 200 млрд. руб. На рыночном поле требуется одно — сделать его прозрачным, конкурентоспособным. При сегодняшней доле контрабандной и контрафактной продукции, оцениваемой в 1 трлн. руб., серьезно говорить о рынке невозможно.

Можете ли вы привести примеры эффективной работы в России предприятий, которые используют отечественные ткани и сырье?

Сальдированная прибыль отрасли за 2012 год составила 8 млн 900 тыс. руб. Доля убыточных предприятий - 18%, при этом дотаций со стороны государства нет. Ни одна страна в мире, где есть легкая промышленность, не использует 100% своих собственных сырьевых ресурсов, так как есть мировой, биржевой рынок сырья. Уровень рентабельности производства продукции за 2012 год в текстильно-швейном производстве РФ составил 5%, при этом рентабельность продаж товаров легкой промышленности составляет 12%.

Фабрика по производству постельных принадлежностей компании «Даргез»

Фабрика по производству постельных принадлежностей компании «Даргез»

Это еще раз подтверждает отсутствие нормального рынка, на котором должно осуществляться развитие всех его участников.

Считаете ли вы, что для формирования развитого текстильного рынка страны необходимо понимание на государственном уровне, что первостепенной задачей является создание добавленной стоимости отечественного продукта?

Да. Чем выше доля рентабельности российского товара, тем выше добавленная стоимость продукта, и тем выше налогооблагаемая база. Независимо от того где реализуется эта продукция: внутри страны или за рубежом.

То есть пока эта задача не будет осознана как основная для всей экономики – на эффективность принимаемых правительством мер можно не рассчитывать?

Государство знает, но не понимает, или делает вид, что не понимает: самый большой рынок в стране - это розничный рынок товаров легкой промышленности. Он оценен в 2,8 трлн. руб. Это больше чем рынок автомобилей, лекарств, и других товаров. При поддержке и нормальном администрировании со стороны государства это также и огромные налоги в бюджет России.

ТЕКСТ / ТАТЬЯНА МЕДОВНИКОВА

НАШИХ ПЛАНОВ ГРОМАДЬЁ...

С вопросом о том, насколько отечественная текстильная промышленность способна наладить импортозамещение и есть ли в этом потребность у российских производителей-швейников, мы обратились к самим игрокам модного рынка - директору по развитию ООО «Шипилова Фэшн Дизайн» Геннадию Суворову и генеральному директору ЗАО «БАСК» Алексею Гусманову.

Алексей Гусманов

Геннадий Суворов

Какие ткани вы закупаете для производства своей продукции?

Геннадий Суворов: Мы закупаем практически все ткани в Европе. Состав: virgin wool с эластаном или шерсть с натуральными добавками бамбука, крапивы, конопли. Это отлично умеют делать португальские производители. Также мы используем шерсть с вискозой и эластаном – такие ткани традиционно поставляют в Россию итальянские и немецкие бренды. А вот где расположено их производство, мы с уверенностью сказать не можем. Судя по удлинившимся срокам изготовления, многие европейские поставщики перенесли его как раз в Юго-Восточную Азию, что, тем не менее, не мешает им выпускать ткани под заказ. Некоторые передислоцировали свои производства внутри Европы – так, Miroglio Lana не скрывает того, что выпускает всю продукцию в Болгарии, а Marzotto имеет цеха в Чехии.

Алексей Гусманов: Мы преимущественно используем высокотехнологичные материалы и комплектующие от ведущих мировых брендов: пуходержащие сверхлегкие ткани Toyota Tsusho Gelanots®, Itochu, Komatsu и др. (Япония); мембранные ткани с высокими показателями водонепроницаемости и дышащими свойствами (состав - 100% нейлон или 100% полиэстер) Toray Dermizax®, Gelanots® (Япония), Polartec®, Neoshell (США); флис, трикотаж (100% полиэстер) Polartec® (США), Pontetorto® (Италия); утеплители – гусиный пух (Россия), из синтетических - Primaloft One®, Thinsulate 3M, Thermolite (все - США).

Устраивает ли вас качество импортируемых вами тканей и условия сотрудничества с зарубежными поставщиками?

Г. С.: До недавнего времени сложившаяся практика нас вполне устраивала, но в последние два сезона из Европы стало поступать слишком много брака. В российских условиях формальные контракты с европейскими поставщиками чаще всего отсутствуют, а если они и есть, то нет никакой возможности добиться их строгого исполнения в случае конфликтной ситуации. Приведу два примера. В позапрошлом году мы приобрели 600 м достаточно дорогой ткани (не будем здесь называть немецкого поставщика) и изготовили из нее 200 офисных платьев. Модель получилась очень красивой и ее заказали многие байеры. Неожиданно в процессе экспериментальной носки ткань на некоторых платьях стала расходиться и лопаться - даже не по швам, а прямо на спине. Поставщик признал свой брак и компенсировал нам убытки в размере €400 в качестве кредита под будущие поставки. Этой компенсации хватило для комплектации двумя пуговицами из четырех, использованных в дизайне модели. Расходы на разработку, пошив, подкладку, прикладные материалы и прочее нам пришлось списать в убыток. Другой пример - более свежий. Мы заказали для комплектов 500 м дорогой шерстяной ткани со стрейч-эффектом. Нам прислали 560 м. На наш вопрос, откуда появился еще один лишний рулон, итальянский поставщик начал говорить что-то про стандарты изготовления в зоне ЕС, а скорее всего, просто лукавил. Ни пожаловаться в Европейское бюро стандартов, ни вернуть этот рулон отправителю, учитывая стоимость транспортировки и российскую таможню, невозможно. Пришлось оплатить весь объём. Но что нам теперь делать с лишней тканью? Где взять подкладку и фурнитуру еще для 15 комплектов?

Первая компания выпускает дизайнерскую женскую одежду под маркой «Елена Шипилова» в ценовом сегменте «средний плюс» и «премиум» объемом более 40 тысяч изделий в год, что в денежном выражении составляет чуть меньше 200 млн. руб. в розничных ценах. Ее ключевые компетенции – дизайн моделей, соответствующий сезонным трендам, качественная посадка изделий с учётом особенностей фигуры российских покупательниц и подбор высококачественных натуральных тканей и фурнитуры. Производство ведется методом аутсорсинга на различных фабриках в России. При двух сезонных (по 150 артикулов в каждой) и двух круизных коллекциях в год с довольно коротким циклом поставок в настоящий момент компания не видит экономического смысла содержать собственную фабрику и активно развивает систему франчайзинга.

Совсем другую ипостась рынка представляет собой компания «Баск», выпускающая одежду и снаряжение для активного отдыха и экстремальных видов спорта. Характерными чертами ее продукции являются инновационность и высокотехнологичность как самих изделий, так и применяемых материалов и комплектующих. У компании есть собственное экспериментальное и поточное производство в городе Королев (МО), но большую часть заказов она размещает на партнерских предприятиях, более 70% которых составляют российские фабрики. Продукция реализуется по оптовым каналам продаж по России, ближнему и дальнему зарубежью, через экипировочные центры, туристические клубы, интернет-магазины, собственную онлайн- и офлайн-розницу. Среди корпоративных заказчиков - добывающие или крупные промышленные компании, деятельность которых связана с работой персонала в суровых климатических условиях, силовые ведомства и их специальные подразделения.

А. Г.: Качество закупаемых материалов нас устраивает. Что касается коммерческих, финансовых условий и, особенно, логистики, то, конечно, здесь есть потребность оптимизировать закупочные цены и сроки.

Закупает ли ваша компания ткани, произведенные в РФ? Если нет, то что именно вас не устраивает?

Г. С.: Нет, российские ткани мы не закупаем. В отечественных материалах нас не устраивает все: качество, характеристики, условия и сроки поставки. На российских текстильных предприятиях полностью отсутствуют новые технологии финишинга, т.е. окончательной отделки. В составе отечественных шерстяных тканей практически нет эластана, зато есть скучная и немодная цветовая гамма и примитивный дизайн европейских трендов позапрошлого сезона. При этом цены на них неадекватно высокие, так как шерсть наши производители закупают в Австралии и Новой Зеландии.

А. Г.: К сожалению, материалы, подходящие нам по функциональным и эстетическим свойствам, в России не производятся. Мы пользуемся отечественной текстильной продукцией редко - в основном при исполнении госконтрактов, где российские материалы рекомендованы и прописаны в технической документации.

Как вы считаете, способна ли отечественная промышленность работать в режиме импортозамещения?

Г. С.: Каждый сезон мы выезжаем на закупки материалов на выставки Premiere Vision в Париж и Unica в Милан. Когда я вижу огромные экспозиционные площади, сотни боксов, в которых предлагаются ткани с адекватным соотношением цена-качество, я понимаю, что российские текстильные производители отстали от своих европейских коллег лет на 30. А вспоминая опыт общения с абсолютно безграмотным в экономическом и рыночном смысле руководством российских текстильных фабрик, думаю, что, скорее всего, это произошло навсегда.

Известно ли вам, какие меры предпринимает правительство РФ для поддержки внутреннего производства сырья, тканей и полуфабрикатов для текстильной и лёгкой промышленности?

Г. С.: Мы уже участвовали в одном текстильном проекте правительства РФ под названием «Супер-100» - по поддержанию российского производства шерстяных тканей. Он для нас оказался суперневыгодным, и мы сочли за благо зафиксировать свои убытки и срочно выйти из проекта. Никакого желания входить в ту же реку второй раз у нас нет.

А. Г.: Не могу сказать, что полностью в теме, так как не ожидаю какой-либо помощи от правительства, наверное, как и большинство представителей среднего бизнеса. Но некоторые меры мне известны, например «Постановление правительства РФ от 30 марта 2012 г. №269». В нем прямо поддерживаются российские и белорусские производители камвольных тканей. Однако, на мой взгляд, вряд ли это является поддержкой отрасли, скорее, лишь помощью конкретным крупным предприятиям. У меня есть любопытный пример, как иногда это постановление реализуется на практике: в одном из недавних открытых аукционов Гособоронзаказа на поставку специальных костюмов было установлено обязательное требование к участникам в виде соответствия постановлению №269. При этом в технической документации на костюмы не было предусмотрено ни одного материала или комплектующих российского или белорусского производства.

Что бы вы сделали в масштабах региона или страны для того, чтобы производственная цепочка индустрии выстроилась и стала эффективной?

Г. С.: Нужен интегрированный подход ко всей отрасли. Но это совершенно не стиль правительства РФ. Например, что мы увидели в проекте «Супер-100»? Правительство выделило немножко денег, Брянский камвольный комбинат купил какие-то модернизирующие насадки на станки и стал «выпускать» ткань Super'100. Но это полная иллюзия. Данный комбинат может из импортного сырья, используя импортные красители и европейские дизайны тканей 90-х годов, произвести купоны опытной партии «Супер 100». Качество этого материала никто никогда не проверял, потому что никто не видел промышленных объемов его выпуска. А цена на данную материю примерно на 15-20% превышала цены европейских поставщиков более качественной шерсти Super'120. Маркетинговых исследований ёмкости рынка для этой новой ткани никто не проводил и даже не считал нужным это делать. Какая судьба у такой продукции? Она может быть востребована только на искусственно созданном рынке с принудительной системой поставок и продаж. Звучит дико? Да нет, в российских условиях – нормально. Возможный вариант реализации продукции: ввести обязательную школьную форму и прописать стандарты и требования к ее производителям, вы уже догадались, под какую ткань – конечно, под «Супер 100». А далее заставить родителей школьников покупать эту форму. Если идти таким путём – решать все вопросы административно-командными методами – маркетинг становится не нужен, конкуренты отсечены, требования к качеству ткани «соблюдены», сбыт обеспечен. Аналогом подобных решений может служить только искусственно поддерживаемый спрос на автомобили «Жигули» в условиях современного рынка. Но Россия уже имеет отечественный автопром в качестве иждивенца, да и не его одного. Так что мой ответ на ваш вопрос: все надо делать с точностью до наоборот.

Шоу-рум марки Elena Shipilova

А. Г.: Я бы посоветовал предпринимателям из реального сектора не отчаиваться и профессионально делать свою работу.

Как вы считаете, почему в масштабах страны этим вопросом до сих пор не занимаются достаточно компетентные профессионалы? А если это делают они, то почему результаты их работы до сих пор не заметны?

Г. С.: А кто вообще этим занимается в масштабах страны? Где эти люди и их программы на практике? Мы их не видели за те 5 лет, что существует наш бизнес. Государственные программы сосуществуют с нами как бы в параллельных пространствах. Один раз нам удалось получить субсидию в 350 тыс. руб. от московского правительства. Эта сумма составила 0,5% от годового объема нашего производства, а на следующий год и эта программа была закрыта. Так что путь от малого до среднего бизнеса мы прошли самостоятельно, без участия государства. И не стоит удивляться, если через некоторое время такие предприятия, как наше, окажутся в собственности иностранных компаний, а часть налогов потечет в бюджеты иных стран. Этому есть немало примеров в других российских отраслях - будут и в лёгкой промышленности. И особенно в fashion-индустрии, которая на глобальном рынке занимает четвертое место с годовыми доходами в 2/3 триллиона долларов.