



№ 10 октябрь 2006 / Тенденции

[Александр ВОЙТЮК](#)

"Sales business/ Продажи"

Завоюют ли Россию китайские обувщики?

[Версия для печати](#)

То, что новые ставки пошлин на импортную обувь в августе не стали постоянными, можно считать победой Минпромэнерго и Российского союза кожевников и обувщиков (РСКО). Именно они отстаивают в правительственных кругах необходимость защитить отечественную обувную отрасль от экспансии импортеров. Межведомственная комиссия по защитным мерам согласилась с доводами Минпромэнерго и РСКО – не спешить придавать новым таможенным пошлинам постоянный статус, так как их влияние на отечественную обувную отрасль еще не до конца ясно.

Напомним, что до октября 2005 года тариф на импорт обуви во всех ценовых категориях составлял 15% плюс 1,4 евро за пару. Постановление Правительства РФ № 605 определило, что на обувь стоимостью свыше 15 евро пошлина снижается до 10% (но она должна быть не менее 1,8 евро за пару). В дешевом сегменте обуви – до 15 евро за пару – была назначена пошлина 2 евро. Инициаторами снижения пошлин были Минэкономразвития, Минфин и Национальный обувной союз (в состав его входят ведущие импортеры обуви). По мнению специалистов этих учреждений, только таким способом можно справиться с контрабандой на рынке обуви, которая на сегодняшний день, по экспертным оценкам, составляет 60–70% объема всей приобретаемой обуви в стране : К чему в итоге приведут сниженные пошлины на импорт обуви в Россию: к сокращению объемов контрабандных поставок или окончательному развалу российской обувной промышленности?

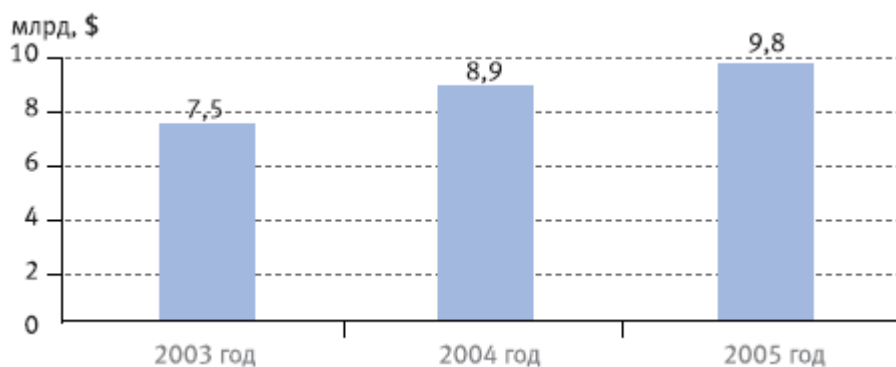
Действительно ли снижение пошлин позволит одолеть контрабанду?

Дебри статистики

По данным Росстата, объем рынка кожаной обуви в России в прошлом году составил 9,8 млрд долларов (см. диаграмму 1). Рост рынка – всего 10,1%. За тот же период рост импорта обуви (без учета контрабанды), по данным российской таможни, в стоимостном выражении достиг 82,7%, а в натуральном – 38%. По мнению аналитиков маркетингового агентства Step by Step, это косвенным образом может свидетельствовать о ввозе более дорогой и качественной обуви в Россию. Одной из причин такого соотношения объемов импорта может быть и усиление контроля при прохождении партий обуви на таможне. Не

секрет, что многие импортеры при декларировании товара значительно занижают стоимость ввозимой обуви.

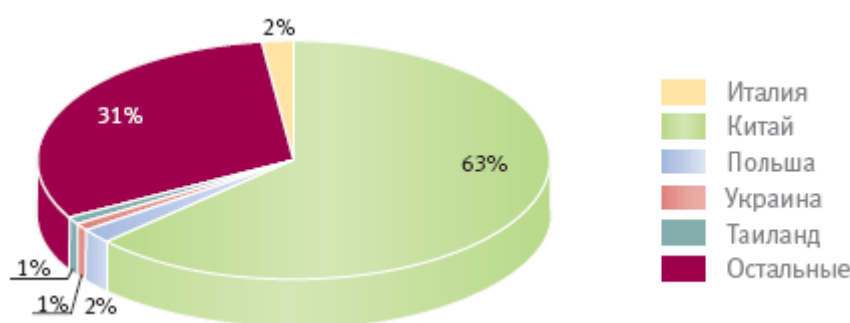
ДИАГРАММА 1. Объем рынка кожаной обуви, Россия



То, что контрабанда обуви для отечественного рынка – настоящая головная боль, видно нево-оруженным глазом. Достаточно взглянуть на структуру рынка (см. диаграмму 3). Снижение доли контрабандных поставок выгодно как крупным импортерам, ввозящим обувь по официальным каналам, так и отечественным производителям. Кроме того, из-за контрабанды весьма и весьма затруднительно составить верное представление о данном сегменте рынка. Например, при определении доли китайской обуви, продающейся в России, участникам рынка приходится опираться не на статистические данные, а на экспертные оценки, согласно которым около 80% контрабандной обуви продается в нижнем ценовом сегменте и реализуется на рынках, где средняя цена на кожаные туфли составляет порядка 350 рублей.

По данным таможенной статистики, доля китайской обуви в импортных поставках составляет 63%, а, например, итальянской – всего 2% (см. диаграмму 2).

ДИАГРАММА 2. Доли основных стран-импортеров (страна происхождения товара) в общей структуре импорта обуви, в денежном выражении



Чужие среди своих

В отличие от стран Евросоюза ситуация с местными производителями на российском обувном рынке довольно запутанная. Если обратиться к списку участников более-менее крупной обувной выставки, проводимой в России, то картина выглядит вполне оптимистично. В нашей стране действует не одна сотня обувных компаний, которые производят кожаную обувь в нижнем и среднем ценовом сегменте. Причем под

собственными торговыми марками. На поверку оказывается, что подавляющее число из этого списка не производят обувь в России.

В какой именно стране предпочитают «отшивать» обувь, можно без труда определить по данным таможенной статистики (см. диаграмму 2). Именно наши обувные компании обеспечивают китайской обуви лидирующие позиции. Напротив, китайские компании-импортеры на нашем рынке практически не работают.

«На самом деле, у нас мало фирм, которые имеют производственные мощности в России, – рассказывает генеральный директор компании Ralf Ringer Андрей Бережной. – Некоторые ради получения сертификата страны происхождения производят в России небольшие партии обуви, а продают большей частью обувь, сшитую в Китае».

Среди крупных игроков, занимающихся производством в России, следует назвать компании Ralf Ringer, «Юничел», Егорьевскую обувную фабрику, «Калита», «Парижская коммуна».

Понятно, что интересы обувных компаний, заказывающих обувь за границей, и обувных фабрик, производящих обувь в России, – диаметрально противоположны. Для первых низкие таможенные пошлины – это конкурентное преимущество, для вторых – существенное снижение рентабельности, вопрос выживания.

Личный опыт

В принципе мы готовы размещать свои заказы у отечественных производителей

Ирина

Чечель

Директор по маркетингу компании «Эконика-обувь»

Наша компания размещает заказы на фабриках в Италии, Бразилии, Испании, Юго-Восточной Азии.

От российских производителей мы отказались несколько лет назад. И до сих пор не смогли найти партнера, который бы удовлетворял всем нашим требованиям. Дело в том, что для «Эконики» важнейшим фактором было и остается не столько место производства, сколько качество продукции. В этом смысле для конечного потребителя мы – гаранты, что обувь, продаваемая в нашей сети, качественная, вне зависимости от региона и страны производства.

Однако это не означает, что мы принципиально не готовы размещать свои заказы у отечественных производителей. Готовы, и с радостью бы делали это, но только при условии адекватной себестоимости, высокого качества производства и профессионального менеджмента.

В сотрудничестве с российскими производителями есть свои преимущества. В частности, мы, как и многие компании, заинтересованы в сокращении затрат на транспортировку, таможенные пошлины и т. д. Кроме того, работая с российскими поставщиками, мы можем быть более гибкими и оперативно реагировать на изменения на рынке, в частности,

По данным Национального обувного союза, снижение пошлин принесло свои положительные итоги: за I квартал этого года физический объем задекларированного ввоза обуви (количество пар) вырос более чем в 2 раза в сравнении с I кварталом прошлого года.

Однако генеральный директор челябинской обувной компании «Юничел», вице-президент РСКО Владимир Денисенко обращает внимание на тот факт, что снижение пошлин не привело к сокращению уровня контрабандных поставок. «Хотя официальные объемы таможенных сборов действительно выросли за прошедший период в 2,5 раза, «в тени» по-прежнему остается 70% ввозимой обуви».

Подобного мнения придерживается и генеральный директор компании Ralf Ringer Андрей Бережной: «Проблему правильного таможенного оформления не стоит сводить только к вопросу цены. Администрирование не связано напрямую с экономикой. Поэтому аргумент “если снизить пошлины, то все будут ввозить по белым схемам” – неверен. Любой коммерсант будет искать способы снизить издержки. Если есть возможность обойти таможенную, он будет обходить. Если есть возможность заплатить меньше, снизив декларируемую стоимость товара, он будет платить меньше. Поэтому нужно жесткое администрирование. А вопрос контрабанды – это вопрос эффективности государства».

Коммерческий директор обувной компании «Калита» Сергей Вербин признает, что контрабанда на сегодняшний день – это главная проблема обувного рынка России. Но чтобы с ней эффективно бороться, нужно устранить первопричины.

Какие? «Во-первых, коррупция на таможне, – считает Сергей Вербин. – С помощью взятки можно нелегально ввезти большую часть партии. Во-вторых, поставки готовой обуви в качестве комплектующих. Например, импортер завозит обувь, у которой не хватает только стельки. После того как стельки вставлены, обувь поступает в продажу».

Чем аукнется для России европейские пошлины?

Мнение участников рынка о том, чем обернется для российского рынка введение Евросоюзом антидемпинговых пошлин на китайскую обувь, разделились. Так, Сергей Вербин уверен, что китайцы «переориентируют» поставки обуви с Европы на Россию. Единственный способ остановить этот «прилив», по его мнению, – поднять пошлины на импортную обувь.

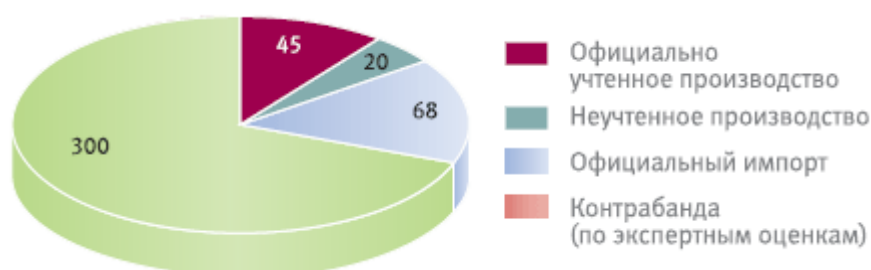
В свою очередь, Владимир Денисенко считает, что европошлины вряд ли окажут влияние на объемы ввозимой из Китая обуви: «Сейчас в Россию ее поставляется столько, сколько можно продать и даже больше. Кроме того, следует учитывать, что в Россию ввозят обувь из Китая российские бизнесмены. Сами китайцы экспортируют сюда очень мало. Если бы наши предприниматели могли ввезти больше обуви и продать, они бы это сделали. Сегодня нужно говорить о перенасыщении рынка».

Андрей Бережной также полагает, что введение Евросоюзом антидемпинговых пошлин вряд ли серьезно отразится на России: «Возможно, китайцы понизят цены для наших закупщиков, возможно, приступят к более активной работе на нашем рынке. Но пошлины Евросоюза – это вопрос не прямого действия, а следствие неких тенденций на рынке».

Как бороться с китайской гегемонией?

Российские обувщики уверены, что выправить положение дел на отечественном рынке без помощи государства не удастся. Сейчас производство пары кожаной обуви в Китае (без учета расходов на сырье) обходится для обувной компании дешевле, чем в России. Отечественные производители занимают на рынке скромные 15% (см. диаграмму 3). Они вынуждены работать с минимальным уровнем рентабельности, иначе стоимость обуви оказывается не конкурентоспособной. Но гораздо более тяжелыми последствиями грозит обернуться инвестиционная непривлекательность обувной промышленности. Модернизация производства на большинстве предприятий не ведется, нет притока квалифицированных работников. Может так случиться, что через несколько лет отечественные предприятия будут проигрывать конкуренцию с азиатским импортом не только в ценовом отношении, но и в технологическом.

ДИАГРАММА 3. Структура российского обувного рынка, млн пар



По мнению Андрея Бережного, наиболее перспективный путь развития для отечественной обувной промышленности – выбрать модель автопрома. Ввести высокие пошлины, которые будут подталкивать импортеров и производителей переносить производство в Россию. Причем речь идет не только о китайских производителях, но и о европейских.

«Модель автопрома выглядит наиболее правильной, – считает Андрей Бережной. – Зарубежные автомобильные компании начинали свою работу с конечного сборочного производства, а сейчас все больше локализуют производство. В обувной промышленности наиболее сложными являются подготовительные процессы, технологические и логистические. Вот два вопроса, которыми многие наши производители владеют плохо. Когда у них будут “наработанные” поставщики материалов, методы контроля качества сырья, когда вырастет коммерческая составляющая производства, тогда и появится возможность производить больше обуви здесь». Генеральный директор Ralf Ringer уверен, после того, как Россию придут зарубежные производители готовой обуви, придут в нашу страну и производители комплектующих материалов.

Следует отметить, что РСКО планирует в следующем году добиваться от правительства повышения таможенных пошлин до уровня 20%. По мнению отечественных производителей, этой ставки будет достаточно, чтобы импортеры всерьез задумались о переносе производства в Россию. Напомним, что размер пошлины на ввоз импортных автомобилей в Россию составляет 20–25%

№ 2 февраль 2007 / Товар

Виктор ТАМБЕРГ

Партнер "Тамберг & Бадъин"

Андрей БАДЪИН

Партнер «Тамберг & Бадъин»