

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Лаборатория
экономико-
социологических
исследований

аналитика ЛЭСИ

Серия основана в 2008 г.

Ответственный редактор серии
В.В. Радаев



Издательский дом
Высшей школы экономики
Москва 2013

Лаборатория
экономико-
социологических
исследований

аналитика ЛЭСИ

Выпуск 13

КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ И СПОСОБЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

аналитический
отчет



УДК 338.2(677+685+687)

ББК 60.56

К52



Исследование выполнено по заказу
Ассоциации компаний розничной
торговли (АКОРТ)
Издание подготовлено
при финансовой поддержке АКОРТ

Ключевые проблемы развития легкой промышленности
К52 в России и способы их преодоления [Текст] : аналит. отчет /
отв. ред. сер. В. В. Радаев ; Нац. исслед. ун-т «Высшая шко-
ла экономики» ; Лаб. экон.-социол. исслед. — М. : Изд. дом
Высшей школы экономики, 2013. — 343, [1] с. — 300 экз. —
(Аналитика ЛЭСИ. Вып. 13). — ISBN 978-5-7598-1115-2
(в обл.).

УДК 338.2(677+685+687)

ББК 60.56

ISBN 978-5-7598-1115-2

© Лаборатория
экономико-социологических
исследований НИУ ВШЭ, 2013
© Оформление. Издательский дом
Высшей школы экономики, 2013

СОДЕРЖАНИЕ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ	7
Раздел 1. АНАЛИЗ РОССИЙСКОЙ СИТУАЦИИ	13
1. Общее состояние легкой промышленности в России (по данным Росстата)	15
2. Состояние предприятий легкой промышленности в России (по базам данных СПАРК, FIRA-PRO и Ruslana)	36
3. Принципиальные особенности текстильной и швейной промышленности в России в сравнении со всей обрабатывающей промышленностью (количественный анализ).....	110
4. Легкая промышленность в России с позиции конечных потребителей (рынок одежды).....	146
5. Текущие проблемы легкой промышленности в России	165
6. Проблемы легкой промышленности в средствах массовой информации.....	196
Раздел 2. МИРОВАЯ ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ: ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ, МЕЖДУНАРОДНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ, КЛЮЧЕВЫЕ КЕЙСЫ.....	205
7. Основные этапы развития мировой легкой промышленности	210
8. Динамика рынка текстиля и одежды в 2008–2012 гг. и современное состояние мирового рынка	227

9. Ключевые кейсы (Германия, Турция, Китай)	241
10. Глобальные тренды в развитии легкой промышленности и место России в этих трендах (обобщающие выводы)	294
ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ.....	305
РЕЗЮМЕ.....	337

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Лаборатория экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) провела исследование на тему «Ключевые проблемы развития легкой промышленности в России и способы их преодоления». Ниже представлены общая характеристика и основные результаты данного исследования¹.

Постановка проблемы

В настоящее время развернулось активное обсуждение мер по решению нарастающих проблем в легкой промышленности России. Отрасль привлекла к себе внимание экспертов и представителей власти. Ее проблемы обусловлены серьезной сырьевой зависимостью, физическим и моральным устареванием технологического оборудования, недостаточной конкурентоспособностью отечественных предприятий, активным ростом зависимости от импорта сырья и готовой продукции, фактическим отсутствием экспортной активности, недостаточным развитием цивилизованных форматов торговли, обилием недобросовестных форм конкуренции.

Эксперты сходятся на том, что за период экономических реформ отрасль во многом потеряла прежние позиции, и сегодня ставится вопрос о ее выживании в долгосрочной перспективе. Целесообразно ли сохранять и развивать отечественную легкую промышленность, что для этого следует делать? Каковы могли бы быть меры эффективной государственной поддержки? Или же отрасль обречена на постепенное увядание? Ответы на эти вопросы требуют специального исследования.

¹ Текст подготовлен исследовательским коллективом в составе: д.э.н. В.В. Радаев (руководитель исследования) («Введение», разделы 3, 5, 10, «Основные выводы и рекомендации»), к. соц. н. З.В. Котельникова (раздел 2), В.Н. Данилина (разделы 7–9), А.А. Кашеева (раздел 4), Е.А. Назарбаева (разделы 1, 6).

Цель исследования

Анализ состояния основных отраслей российской легкой промышленности и поиск решений, позволяющих преодолеть неблагоприятные инерционные процессы в ее развитии.

Задачи исследования

1. Анализ ситуации в российской легкой промышленности, динамики ее развития в 2000-е годы, специфики ее основных подотраслей (в том числе в сравнении с обрабатывающей промышленностью в целом).
2. Выявление ключевых проблем, с которыми сталкиваются российские предприятия и которые препятствуют удовлетворению растущего потребительского спроса на изделия легкой промышленности за счет внутреннего производства.
3. Обзор международного опыта в части развития отраслей легкой промышленности и анализ глобальных трендов в реструктуризации цепей поставок.
4. Выявление форм недобросовестной конкуренции на российских рынках в сегментах изделий легкой промышленности.
5. Анализ внешнеэкономической деятельности предприятий легкой промышленности, оценка последствий вступления России в ВТО и образования Единого экономического пространства на ситуацию в отрасли.
6. Выработка рекомендаций по поддержке и трансформации российской легкой промышленности.

Объект и предмет исследования

Основным объектом исследования выступают общая ситуация в легкой промышленности, а также деятельность компаний разных подотраслей легкой промышленности, работающих на российском рынке.

Предмет исследования: основные проблемы, препятствующие развитию отечественной легкой промышленности, и способы их преодоления.

Основные источники данных

При анализе ситуации в отрасли использовались разнородные, дополняющие друг друга источники количественных и качественных данных. Массивы количественных данных, составившие информационную основу данного исследования, включают: макроэкономические статистические данные о состоянии легкой промышленности, данные о поведении российских предприятий отрасли и о поведении потребителей изделий легкой промышленности. К использованным в исследовании количественным базам относятся:

- данные официальной статистики Росстата, содержащие агрегированные показатели общего экономического состояния отрасли за период с 1990 г. по настоящее время;
- данные базы СПАРК – системы профессионального анализа рынков и компаний, содержащей детализированную отчетность 22 134 организаций легкой промышленности и 42 697 индивидуальных предпринимателей по широкому кругу экономических и финансовых показателей за период с 2005 по 2013 г.;
- данные базы FIRA-PRO — информационной поисковой системы, предоставляющей инструменты для анализа деятельности более 700 тыс. предприятий и их окружающей среды за период с 1999 по 2013 г.;
- данные базы Ruslana компании Bureau Van Dijk, содержащей детализированную финансовую отчетность 28 050 компаний, функционирующих в сфере легкой промышленности на территории РФ, за период с 1999 по 2012 г.;
- данные базы российских предприятий обрабатывающей промышленности, сформированной Институтом анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ и включающей деталь-

ные панельные данные о 1000 крупных и средних предприятиях обрабатывающей промышленности, включая легкую промышленность, за 2005 и 2009 гг.;

- данные синдикативного исследования потребительского поведения R-TGI компании Synovate Comcon за период с 2004 по 2010 г.;
- данные синдикативного исследования потребительского поведения ГфК Fashion Monitor, исследования ГфК Омнибус и исследования GfK Roper Reports Worldwide за 2009 г.;
- материалы синдикативного исследования потребительского поведения TNS Marketing Index за 2010–2011 гг.;
- данные ресурса Euromonitor International (обзор рынка потребительских товаров 2012 г.).

Анализ данных в части состояния и поведения предприятий легкой промышленности концентрировался на основных аспектах их деятельности, в том числе:

- динамика объемов производства;
- занятость, оплата труда и производительность труда;
- инвестиции и инновации;
- вовлеченность во внешнеэкономическую деятельность;
- наиболее серьезные проблемы, с которыми сталкиваются предприятия;
- отношение к мерам государственной поддержки предприятий.

Количественный анализ был дополнен серией экспертных интервью с представителями отрасли. Функция интервью с представителями компаний заключалась в более детальном раскрытии основных проблем, препятствующих развитию отрасли, и в формулировании конкретных рекомендаций по возможным способам решения этих проблем.

Всего было опрошено 17 экспертов. В исследовании приняли участие руководители крупных и мелких компаний разных отраслей легкой промышленности, работающие в сфере производства и торговли ее изделиями в разных регионах России, руководители отраслевых ассоциаций.

Анализ международного опыта и глобальных трендов опирается на корпус текстов по трансформации легкой промышленности за период со второй половины двадцатого столетия. Активно используются теоретические наработки, прежде всего концепция возникновения и трансформации глобальных цепей поставок Г. Джереффи и др.

В качестве дополнительного источника информации для выяснения экспертных мнений и предложений в области государственной политики привлекались материалы аналитических изданий, профильных ведомств и деловых ассоциаций. Отбор материалов о легкой промышленности в печатных средствах массовой информации производился с помощью базы данных «Интегрум», содержащей архив более 3000 печатных и интернет-изданий.

Соблюдение конфиденциальности

Исследовательская группа соблюдает принятые правила конфиденциальности. Записи интервью и другие первичные материалы с указанием конкретных названий компаний не подлежат передаче и распространению. Данные по отдельным компаниям, которые могут затрагивать коммерческие интересы, и фамилии респондентов в итоговых материалах не указываются. Выдержки из интервью содержат ссылки на тип экспертной группы, к которой относится наш респондент.

Исполнители проекта

Исполнителем проекта является исследовательский коллектив Лаборатории экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» в следующем составе: д.э.н. В.В. Радаев (руководитель проекта), к. соц. н. З.В. Котельникова, В.Н. Данилина, А.А. Кашеева, Е.А. Назарбаева.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» основан в 1992 г. Правительством Российской Фе-

дерации, которое в настоящее время является его учредителем. НИУ ВШЭ имеет статус национального исследовательского университета и входит в число лидирующих аналитических центров в области институциональной экономики и анализа рынков.

Выражение благодарности

Мы благодарим всех представителей компаний и экспертов, принявших участие в исследовании, за плодотворное сотрудничество. Выражаем свою признательность И.В. Белоновскому, В.М. Исаеву и А.В. Разбродину за помощь в организации исследования. Особо благодарим В.М. Исаева за ценные замечания и комментарии по первому варианту работы.

Раздел 1

АНАЛИЗ РОССИЙСКОЙ СИТУАЦИИ

1. ОБЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ (ПО ДАННЫМ РОССТАТА)

Введение

Прежде чем говорить о проблемах предприятий легкой промышленности и их возможных решениях, важно рассмотреть ее состояние и динамику развития на макроуровне за последние 20 лет, используя доступные статистические показатели. Данный раздел посвящен общей характеристике ситуации в отрасли на основе анализа ключевых статистических индикаторов. Используя данные Федеральной службы государственной статистики, мы последовательно рассмотрим долю расходов на товары легкой промышленности в структуре расходов населения, динамику производства в отрасли, динамику и структуру цен, а в заключение остановимся на вопросах экспорта и импорта.

Отдельного внимания заслуживает сравнение основных показателей в динамике с начала 1990-х годов по настоящее время. Участники рынка склонны считать, что российская легкая промышленность пришла в упадок после распада СССР. Количественные оценки объемов производства дают возможность проверить эту гипотезу, а также выделить наиболее и наименее успешные подотрасли.

Легкая промышленность включает две группы производств: текстильное и швейное производство, на которые приходится около 80% объемов выпуска, а также производство кожи, изделий из кожи и производство обуви, на которые приходятся остальные 20% выпуска. Текстильное и швейное производство включает текстильное производство (47% выпуска), охватывающее изготовление пряжи и ниток, тканей, трикотажных и чулочно-носочных изделий, нетканых материалов, ковров и ковровых изделий, крученых изделий и шпагата, и производство одежды, выделку и кра-

шение меха (30%). Последнее объединяет производство швейных изделий, аксессуаров, одежды, производство одежды и головных изделий из меха, из кожи, одежды для спорта и отдыха и спецодежды. Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви охватывают дубление и отделку кожи (8% выпуска), производство товаров и изделий из кожи (1%) и производство обуви (14%) — кожаной, текстильной, резиновой и валяной¹.

В целом легкая промышленность включает 14 отраслей, в которых работают 29 тыс. предприятий и 49 тыс. индивидуальных предпринимателей. Число занятых в отрасли составляет свыше 360 тыс. человек. При этом в легкой промышленности функционирует достаточно большое количество малых предприятий (на 2011 г. их число составляло 3,4 тыс.), а доля занятых на них достигала до трети работников отрасли.

Доля легкой промышленности в ВВП относительно невелика и составляет менее 1%². Доля налоговых поступлений от легкой промышленности к середине 2000-х годов равнялась 1,3% поступлений от промышленности в бюджет и 0,7% всех налоговых поступлений в бюджет³.

Доля отрасли в экспорте и импорте сегодня также невелика: доля продукции обувной и текстильной промышленности в российском экспорте не превышает 0,2%. В российском импорте доля текстиля, текстильных изделий и обуви заметно выше — достигает 5,5%.

В начале 1990-х годов отрасль претерпела серьезные изменения: объем производства в стоимостном выражении снизился в 5 раз, в натуральном — в 8 раз. Производство тканей снизилось с 8,5 млн м² в 1990 г. до 3,5 млн м² в 2011 г. Объем производства

¹ Использованы материалы презентации АКОРТ «Легкая промышленность в России: как разрешать нарастающие проблемы» (2013).

² Тезисы доклада заместителя директора департамента лесной и легкой промышленности Минпромторга России Олега Кашеева на «Неделе моды в Москве». 21.10.2010. URL: <http://www.minpromtorg.gov.ru/industry/light/53>

³ Легкая промышленность России. Группа ИНЭК. URL: <http://www.inec.ru/documents/legprom-rus.pdf>

жестких кожтоваров упал с 1249 млн до 41,6 млн дм² в 2011 г. Аналогичный спад был характерен для всех видов деятельности легкой промышленности. Ниже мы рассмотрим, в какие периоды наблюдался наибольший спад и какие группы товаров он затронул в большей степени.

Расходы на приобретение товаров легкой промышленности и динамика их производства

Изделия легкой промышленности — одна из важных и устойчивых статей расходов российских потребителей. Так, к началу 2013 г. на непродовольственные товары приходилось 37% их расходов. Из них 5,5% средств потребители в последние годы тратят на одежду и белье, 2,5% — на обувь, по 1% составляют расходы на трикотажные и меховые изделия (см. табл. 1.1).

Таблица 1.1. Непродовольственные товары в структуре расходов населения (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Непродовольственные товары	33,74	35,13	35,99	37,37	36,25	35,57	36,88	37,12
Одежда и белье	5,19	5,27	5,13	5,55	5,48	5,59	5,55	5,46
Меха и меховые изделия	0,56	0,74	0,70	0,72	0,65	0,66	0,66	0,69
Трикотажные изделия	1,29	1,30	1,32	1,31	1,34	1,33	1,33	1,27
Обувь кожаная, текстильная и комбинированная	2,52	2,55	2,52	2,53	2,54	2,56	2,50	2,36

Источник: Данные Росстата за соответствующие годы.

При этом среди всех рассматриваемых Росстатом стран Россия является лидером по доле расходов населения на одежду и обувь: в 2008 г., когда проводились сравнения, этот показатель составил в России 7,8%, в то время как в занимающей второе место Латвии доля расходов на одежду и обувь равнялась 6,4% (минимальный показатель был в Израиле — 2,3%)⁴.

⁴ Структура фактического конечного потребления домашних хозяйств. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_39/IssWWW.exe/Stg/05-09.htm

В табл. 1.2 видно, что начиная с 2000 г. в России наблюдался рост как ВВП (кроме кризисного 2008 г.), так и среднедушевых доходов населения. Ситуация была благоприятной для роста спроса на товары легкой промышленности, однако индексы физического объема розничных продаж товаров легкой промышленности не демонстрировали столь же положительных тенденций. С 2000 г. для всех групп товаров легкой промышленности этот показатель оставался на уровне выше 100% (т.е. наблюдался пусть и незначительный, но рост продаж), в кризис же 2009 г. продажи упали по сравнению с предшествующим периодом. Наиболее устойчивыми оказались продажи верхней одежды, в то время как продажи тканей, чулочно-носочных изделий, одежды из меха и кожаной обуви снизились сильнее.

Что же касается динамики объемов производства, то здесь можно сказать, что ситуация выглядит драматическим образом. В начале 1990-х годов в ходе экономических реформ в легкой промышленности произошел обвал производства. Если в 1990 г. объем произведенных тканей составлял 8449 млн м², то к 1995 г. этот показатель упал до 1774 млн м² (т.е. почти в 5 раз). К 2000 г. произошло частичное восстановление, объем производства достиг 2329 млн м² (в 3,6 раза меньше исходного уровня), а в дальнейшем рост практически остановился. В отрасли наблюдались лишь небольшие колебания — как в сторону роста, так и в сторону снижения объемов. Несмотря на то что в 2010 г. впервые за 2000-е годы объем производства тканей превысил 3000 млн м², а к 2011 г. увеличился до 3572 млн м², все равно это почти в 2,5 раза меньше уровня 1990 г.

Наибольший объем производимых тканей на протяжении всего рассматриваемого периода составляли *хлопчатобумажные ткани*. С 1990-х годов их объем снизился в 4,5 раза. С 1995 по 2003 г. наблюдался постепенный рост объемов их производства с почти двойным увеличением, но с 2004 г. он замер на уровне чуть выше 2000 млн м², затем начал снижаться и к 2011 г. упал до 1237 млн м², т.е. до 60% исходного уровня.

В сфере *производства шерстяных, шелковых и льняных тканей* положение ухудшилось в еще большей степени. Например, в нату-

*1. Общее состояние легкой промышленности в России
(по данным Росстата)*

Таблица 1.2. Индексы физического объема розничных продаж товаров легкой промышленности, ВВП и среднедушевые доходы населения

Показатель	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
ВВП, млрд руб.	24 799,9	26 062,5	27 312,3	29 304,9	31 407,8	33 410,5	36 134,6
Среднедушевой доход, тыс. руб.	2 281,10	3 062,00	3 947,20	5 167,40	6 399,00	8 088,30	10 154,80
Ткани	96,3	83,4	99,2	108,2	109,8	107,9	110,4
Верхняя одежда	105,5	108,1	101,0	105,5	105,9	110,6	107,5
Одежда из меха	105,3	105,4	106,1	106,4	103,8	108,0	107,5
Чулочно-носочные изделия	114,7	112,5	105,5	105,4	105,6	108,0	113,8
Обувь кожаная	109,2	108,0	115,9	104,2	102,3	102,9	111,6
Показатель	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
ВВП, млрд руб.	39 218,7	41 276,8	38 048,6	39 762,2	41 468,4	42 895,9	
Среднедушевой доход, тыс. руб.	12 540,20	14 863,60	16 895,00	18 958,40	20 780,00	22 880,40	
Ткани	119,9	113,1	90,4	102,6	108,2	105,2	
Верхняя одежда	102,1	110,1	97,6	102,6	103,7	104,5	
Одежда из меха	103,7	105,8	94,6	101,0	103,6	103,1	
Чулочно-носочные изделия	118,2	115,8	94,2	100,4	106,0	105,3	
Обувь кожаная	103,8	107,4	93,0	102,4	104,9	106,0	

Источник: Данные Росстата за соответствующие годы.

ральному выражению объем производства шерстяных тканей упал с 1990 по 1995 г. в 6,5 раза и в дальнейшем продолжал снижаться. В целом падение к 2011 г. составило 32 раза (!). Объем производства шелковых тканей с 1990 по 1995 г. снизился в 5,3 раза — с 1051 до 198 млн м² и продолжал снижаться на протяжении 2000-х годов. К 2011 г. этот показатель составил 47,7 млн м², т.е. уменьшился еще в 4,2 раза. Чуть менее резкое, но тоже значительное снижение произошло в производстве льняных тканей: с 1990 по 1995 г. — в 4,5 раза, а к 2009 г. — в 13 раз (см. табл. 1.3).

Таблица 1.3. Динамика производства товаров легкой промышленности в 1990–2011 гг. (в натуральном выражении)

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ткани — всего, млн м ²	8449	1774	2329	2625	2783	2869	2690	2785	2804	2700	2485	2611	3355	3572
хлопчатобумажные	5624	1240	1822	2094	2264	2329	2149	2225	2222	2108	1915	1477	1542	1237
шерстяные	466	72,2	54,6	56,5	47,9	44,6	36	30,3	29	28,7	23,9	18,1	15,8	14,4
шелковые	1051	198	178	176	141	145	139	126	136	141	114	91,3	52,5	47,7
льняные	603	133	113	125	143	157	160	122	124	101	97,9	46,8	— ⁵	—
Ковры и ковровые изделия, млн м ²	43,5	12,9	9,2	5,4	5,8	5,4	13,5	13,6	32,2	32,1	30,2	23,9	22,9	20,6
Чулочно-носовые изделия, млн пар	872	288	291	282	297	274	242	282	325	338	319	298	—	—
чулочно-носовые изделия для детей, млн пар	304	61,8	76,5	73,2	85,8	82,9	75	75,5	79,4	83,2	78,7	81,4	—	—
Трикотажные изделия, млн шт.	770	108	121	130	132	131	122	116	114	111	119	120	135	132
трикотажные изделия для детей, млн шт.	387	46,6	55,1	55,6	59,3	55,5	51,4	53,2	49,9	52,7	60	63	—	—
Швейные изделия, млн шт.:														
Пальто, полу пальто	28,1	2,7	2,3	2,7	2,4	2,3	1,8	1,3	1,2	1	1,3	1,2	—	—
пальто-полу пальто для детей	12	0,6	0,1	0,1	0,3	0,3	0,4	0,1	0,2	0,2	0,3	0,2	—	—
Куртки	33,9	7,3	5,7	7,2	8,6	7,2	7,2	7,5	8,4	6,7	6,2	4,3	—	—
куртки для детей	12,6	1,5	1,5	3,1	4,2	3,6	4	4	5,1	3,1	2,3	1,4	—	—

⁵ Здесь и далее в таблицах отсутствуют данные по ряду показателей, так как они не приведены в данных Росстата.

*1. Общее состояние легкой промышленности в России
(по данным Росстата)*

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Костюмы	28	5,4	4,6	5,2	5,3	5,9	5,8	6,6	7,1	6,3	5	4	—	—
костюмы для детей	17,7	1	0,6	1,1	1,3	1,4	0,8	1,7	2,2	1,6	0,9	1	—	—
Платья	136	10,7	8,5	6,8	5	4,7	3,9	3,4	3,2	3,8	3,8	4	—	—
платья для детей	74,5	2,1	4,3	2,4	1,4	1,3	1,2	1	1,1	1,1	0,8	1	—	—
Брюки	54,4	7,9	14,8	16,1	15,3	20,7	16,2	16,2	17,9	15,8	16,2	13,3	—	—
брюки для детей	26,1	1,7	5,3	6,2	6,5	7,4	8,8	9,6	10,6	8,3	8,2	7,4	—	—
Юбки	13,6	1,6	2,9	2,4	2,3	2,2	2,3	2,3	3	3,9	3	2,9	—	—
юбки для детей	1,7	1,6	0,2	0,4	0,2	0,4	0,5	0,4	0,5	1,3	0,8	0,9	—	—
Блузки	11,6	2,1	3,8	4,1	4,2	3,5	3,2	2,6	2,1	2,1	2,3	2,3	—	—
блузки для детей	1,1	0,2	0,4	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	—	—
Сорочки верхние	115	13,6	5,2	6,4	6,3	5,8	4,9	3,4	3,5	4	4	3,4	—	—
сорочки верхние для детей	59,2	3,7	1,4	1,6	1,7	1,8	1,7	0,6	0,7	0,9	0,9	0,7	—	—
Рюкзаки, тыс. шт.	3534	96	45	46	71	56	121	108	178	295	481	373	—	—
Палатки, тыс. шт.	307	9,3	12,6	7,7	4,5	7	2,6	2,8	3,6	5,7	5,8	5	4,8	10,7

Источник: Данные Росстата за соответствующие годы.

Снижение объемов наблюдалось и в *производстве готовой продукции*. Тенденции здесь в целом повторяются: резкое падение за период с 1990 по 1995 г. и затем поддержание уровня производства на этом уровне. При этом объем производства товаров для детей изменялся аналогично объемам производства товаров для взрослых. Некоторые исключения все же встречаются. Например, спад производства рюкзаков в 1995 г. был одним из самых значительных, однако объем производства вырос с 96 тыс. в 1995 г. до 481 тыс. шт. в 2008 г. Впрочем, это особый товар, в сильной степени завязанный на объем госзаказа, и общей картины это, разумеется, не меняет. Более важно то, что по производству ни одного из видов товаров к 2011 г. не удалось выйти на уровень, достигнутый в начале 1990-х годов. Ситуация является специфической для России, где большое влияние оказали распад СССР и экономические реформы, в то время как во многих других странах с 1960-х годов по 2005 г. наблюдался период активного развития отрасли (подробнее см. часть 7).

Более стабильной выглядела ситуация в такой сфере, как *производство шерсти*. Интересно, что, в отличие от производства шерстяных тканей, объемы производства шерсти в хозяйствах не испытывали таких резких колебаний. С 1991 г. ежегодное снижение объемов производства шерсти находилось в интервале 15–25%. С 2001 г. начался рост производства шерсти, остановившийся к 2010 г. Впрочем, в 2010 и 2011 гг. снижение объемов производства было незначительным и находилось в пределах 2% (см. табл. 1.4). При этом важно отметить, что динамика производства шерсти во многом зависит от производства других сельскохозяйственных товаров (в первую очередь от производства мяса)⁶.

Ситуация с *производством продукции из кожи* близка к ситуации с производством тканей. Большая часть производимых товаров из кожи приходится на хромовые кожтовары⁷. Производство

⁶ «Никто не растит барана ради шерсти. Это просто невозможно. То есть шерсти будет столько, сколько будут есть мяса, либо меньше, если ее сожгут и не будут использовать» (руководитель крупной торговой компании).

⁷ Использована классификация Росстата. Хромовые кожтовары — товары из кожи, для дубления которой используют сульфат хрома, сульфат и карбонат натрия.

основных видов товаров здесь упало к 1995 г. и не восстановилось в 2000-е. Среди отдельных товаров исключением в данной отрасли является производство кожаных папок, объем которого к 2009 г. в 3 раза превысил объем 1990 г. (см. табл. 1.5). Но это слабое утешение.

В 2012 г., по данным официальной статистики, после двухлетнего роста выпуска в текстильном, швейном и меховом производстве произошло его сокращение на 2% (за счет уменьшения выпуска в швейном и меховом производствах), а также в производстве кожи, обуви и изделий из кожи — на 10,1%. Такого падения не зафиксировано ни в одном другом обрабатывающем производстве. Однако это снижение выпуска вписывается в общие тенденции падения рынка.

Несмотря на падение производства, финансовое положение в отрасли в 2012 г. несколько улучшилось за счет швейного производства, где основной эффект был достигнут за счет пошива спецодежды. Несколько улучшился показатель обеспечения оборотных средств собственными средствами. Но уровень рентабельности по-прежнему остается невысоким (по российским меркам). Рентабельность от продажи (без вычета средств, предназначенных для уплаты процентов за кредиты, и сальдо операционных и вне-реализационных расходов) в отрасли держится на уровне 7–8%, в то время как рентабельность других обрабатывающих производств в среднем находится на уровне 12%.

Цены на товары легкой промышленности

Динамика цен на товары легкой промышленности складывалась очень неровно. В результате либерализации цен их уровень в 1992 г. взлетел в 10–15 раз, и они продолжали как минимум удваиваться до 1995 г. После кризиса 1998 г. рост цен возобновился, но он был более умеренным: за 2000-е годы цены выросли по разным категориям от 2,5 до 4 раз. При этом цены на одежду в целом повышались несколько быстрее цен на обувь. Из отдельных товаров сильнее всего с 2000 г. подорожали мужские костюмы и сорочки. Предметами одежды, на который цены росли медленнее всего, по

Таблица 1.4. Индекс объемов производства шерсти в хозяйствах всех категорий (в физическом весе, %)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	90,2	87,4	88,7	77,1	76,1	82,7	79,0	78,8	84,0	99,6	101,1	105,8	104,9	105,3	103,0	103,0	103,5	102,8	102,2	97,9	98,2

Источник: Данные Росстата за соответствующие годы.

Таблица 1.5. Динамика производства товаров из кожи

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Жесткие кожаные, млн дм ²	1249	84,8	96,4	104	86	67,9	67,3	57,2	75,5	74,3	66,5	55,1	52,4	41,6
Хромированные, млн дм ²	4573	900	805	1030	1182	1459	1534	1491	2014	2489	2399	1883	2096	2658
Юфтевые кожаные, млн дм ²	654	53,6	130	77,4	88,9	127	125	113	110	88,2	68,3	50,7	63,3	68,2
Сумки (без детских, полевых и специальных), млн шт.	30,1	5,4	3,6	4,9	6	5,2	4,9	4,6	4,9	5,8	6,8	6,7	—	—
Портфели, тыс. шт.	4643	97	97,6	210	317	139	140	766	296	393	391	367	—	—
Папки, тыс. шт.	721	404	216	412	278	184	192	495	413	490	251	2319	—	—
Обувь, млн пар	385	51,6	32,9	37	42,2	47,4	46,4	47,2	57,3	54,2	56,5	57,4	—	—
обувь детская до 24-го размера включительно	171	15	7,8	9	13,3	13,1	11,6	11,2	13,6	14,2	12,2	5,6	—	—
Валяная и фетровая обувь, млн пар	19,2	4,1	5	5,3	5,7	4,7	4,1	3,5	4	4	3,4	2,2	—	—
Резиновая обувь, млн пар	...	22,7	18,5	17,1	14	17,6	17,8	16,1	17,4	21	22	21,5	—	—

Источник: Данные Росстата за соответствующие годы.

данным Росстата, оказались носки и женские туфли (см. табл. 1.6). Причины неоднородного роста цен требуют специального анализа, выходящего за пределы данной работы.

Важным фактором роста конечных цен для потребителей выступал рост цен производителей. В табл. 1.7 приведены индексы цен производителей. Скачок цен на товары текстильного и швейного производства замечен в 2011 г. К 2013 г. рост цен на товары для внутреннего рынка несколько замедлился, а экспортные цены снизились (кроме цен на изделия из кожи).

Заслуживает внимания *структура цены* на товары легкой промышленности. По всем видам товаров полная себестоимость единицы продукции составляет от 40 до 55% розничной цены, отпускная цена — от 50 до 60%. Доля налогов в розничной цене товаров легкой промышленности не превышает 10%. Стоимость сырья находится в интервале до 25% розничной цены. Исключение составляют сапоги и ботинки для детей, где стоимость сырья несколько выше и доходит до 30% розничной цены. Разброс в доле расходов на производство достаточно велик — от 15% для женских сапог до 31% для детских футболок и мужских курток. Наконец, существенную долю в розничной цене занимает наценка торговых организаций. Она варьирует от 32 до 48% (см. табл. 1.8). Это не превышает уровня торговой наценки, характерной для глобальных торговых сетей, работающих в массовом сегменте.

Более подробное описание структуры цены приведено в табл. 1.9. В зависимости от конкретного товара доли сырья, расходов на производство и других составляющих в цене достаточно сильно различаются. Значителен разброс доли себестоимости в стоимости конечной продукции: она варьирует от 10 до 56%. Также обратим внимание на разницу в доле прибыли производителей товаров и продавцов. Так, доля прибыли производителей составляет от 4 до 10%, в среднем же — 6%. В то же время прибыль организаций розничной торговли несколько выше: находится в интервале 7–17%, а в среднем — 14%. Таким образом, в среднем прибыль продавцов оказывается в 2,5 раза выше прибыли производителей.

Таблица 1.6. Динамика средних потребительских цен на отдельные товары легкой промышленности в 1991–2012 гг. (руб.)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Пальто (полу пальто) демисезонное женское с верхом из плащевых тканей, утепленное	545,96	8 500,00	44 333,78	109 259,43	283 799	362 629	400 103	610,65	1 011,43
Костюм-двойка мужской из шерстяных, полушерстяных или смесовых тканей	632,80	6 582,90	49 764,06	136 307,60	403 808	527 424	601 076	891,19	1 411,26
Сорочка верхняя мужская из хлопчатобумажных или смесовых тканей	46,22	804,70	7 296,04	19 615,55	42 662	51 231	58 537	96,96	170,59
Джемпер мужской	268,16	4 557,20	24 371,24	51 036,39	102 497	127 197	137 783	236,17	368,30
Носки мужские из хлопчатобумажной или смесовой пряжи, за пару	5,39	67,30	819,52	2 344,15	5 548	6 553	7 278	10,88	16,85
Колготки женские эластичные плотностью 15–20 DEN	8,65	150,70	1 069,90	3 973,16	9 703	11 525	9 700	19,60	28,78
Полуботинки, туфли мужские с верхом из натуральной кожи, за пару	88,39	4 876,10	32 604,23	74 991,63	181 706	222 348	260 471	434,61	704,73
Сапоги женские зимние с верхом из натуральной кожи, за пару	412,21	10 829,20	86 742,29	181 283,56	352 061	387 473	445 391	1 021,72	1 486,86
Туфли женские модельные с верхом из натуральной кожи, за пару	187,92	5 000,00	24 437,23	52 195,64	119 280	149 050	252 229	468,51	804,51

*1. Общее состояние легкой промышленности в России
(по данным Росстата)*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Пальто (полу пальто)													
демисезонное женское с верхом из плащевых тканей, утепленное	1368,59	1632,26	1829,52	1960,04	2172,11	2435,26	2701,32	3053,52	3400,80	3918,92	4298,34	4788,25	4941,49
Костюм-двойка мужской из шерстяных, полушерстяных или смесовых тканей	1824,78	2245,35	2565,41	2708,21	2939,32	3281,77	3605,84	3998,79	4405,86	4849,00	5143,97	5642,05	5923,32
Сорочка верхняя мужская													
из хлопчатобумажных или смесовых тканей	226,76	270,48	312,44	329,37	357,33	392,86	430,04	471,63	528,43	618,29	674,80	741,48	819,21
Джемпер мужской	448,48	543,59	641,56	686,54	753,57	855,39	941,36	1022,86	1129,86	1267,62	1373,95	1493,41	1559,68
Носки мужские из хлопчатобумажной или смесовой пряжи, за пару	20,24	23,72	26,54	28,12	30,83	33,99	36,70	40,01	43,40	48,98	52,04	54,96	57,94
Колготки женские эластичные плотностью 15-20 DEN	32,52	35,37	38,29	40,28	45,88	51,25	56,58	63,85	72,66	89,66	98,62	107,45	118,01
Полуботинки, туфли мужские с верхом из натуральной кожи, за пару	914,62	1093,47	1237,10	1316,11	1428,56	1559,48	1679,72	1807,08	1934,76	2125,36	2250,88	2376,43	2507,68
Сапоги женские зимние с верхом из натуральной кожи, за пару	1838,87	2098,80	2274,84	2338,61	2490,72	2685,49	2931,90	3195,31	3502,05	3809,53	4091,76	4386,52	4646,59
Туфли женские модельные с верхом из натуральной кожи, за пару	1040,89	1246,97	1438,51	1488,77	1602,77	1700,81	1788,36	1927,82	2089,20	2340,73	2483,88	2645,83	2792,61

Источник: Данные Росстата за соответствующие годы.

Таблица 1.7. Динамика индексов цен производителей для внутреннего рынка в 2006–2013 гг. (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<i>Текстильное и швейное производство</i>								
Всего	—	—	—	—	—	—	108,57	102,69
На внутренний рынок	105,173	105,24	111,09	110,42	105,4	119,24	108,58	102,73
В физических единицах — всего	—	—	—	—	—	—		102,69
На экспорт	—	—	—	—	—	—	103,01	87,81
<i>Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви</i>								
Всего	—	—	—	—	—	—	112,94	111
На внутренний рынок	105,78	105,91	108,69	105,54	107,14	112,86	112,95	111,03
В физических единицах — всего	—	—	—	—	—	—	—	111
На экспорт	—	—	—	—	—	—	100	108,75

Источник: Данные Росстата за соответствующие годы.

Доля расходов на заработную плату сотрудников в цене, вопреки некоторым стереотипам, не столь высока. Она в среднем составляет 10% и варьирует от 6 до 18%.

Наконец, заметную долю в цене составляют налоги. Доля НДС для производителей находится в интервале от 4 до 9% и в среднем составляет 6%. НДС, взимаемый с торговых компаний, оказывается на сопоставимом уровне: 3–10% (в среднем его доля составляет 6% розничной цены товара).

Экспорт и импорт товаров легкой промышленности

В заключение рассмотрим долю экспорта и импорта товаров легкой промышленности. Доля продукции обувной и текстильной промышленности в российском экспорте была невелика и в 1995 г. составляла 1,5% (см. табл. 1.10). Однако к 2011 г. и здесь наметился спад: эта доля снизилась до 0,2%, составив 765 млн долл. в стоимостном выражении. Ситуация с кожаным сырьем и пушниной изменилась в меньшей степени, но там и первоначальная

*1. Общее состояние легкой промышленности в России
(по данным Росстата)*

Таблица 1.8. Структура цен на товары легкой промышленности (2011 г., на конец года в % к розничной цене)

	Стоимость сырья и основных материалов	Расходы на производство, включая коммерческие расходы	Полная себестоимость единицы продукции	Прибыль (+), убыток (-) промышленных предприятий	НДС, акциз и другие налоги	Отпускная цена с НДС и другими видами налогов	Плата за доставку продукции (товара) покупателем, осуществляющую перерабатывающим предприятием	Оборот сферы обращения, включая НДС, начисленный розничной торговле
Куртка мужская зимняя	17,72	30,67	48,39	3,77	9,24	61,40	0,00	38,60
Костюм-двойка мужской	16,37	27,59	43,96	8,50	9,07	61,53	0,00	38,47
Брюки мужские	17,35	25,14	42,49	9,25	7,99	59,73	0,00	40,27
Сорочка верхняя мужская	14,22	29,29	43,51	7,71	7,30	58,52	0,00	41,48
Юбка женская	19,91	30,43	50,34	4,08	6,31	60,73	0,01	39,26
Куртка для детей школьного возраста зимняя	26,51	26,64	53,15	9,89	4,73	67,77	0,00	32,23
Джемпер женский	24,88	19,92	44,80	4,64	5,28	54,72	0,05	45,23
Футболка детская	25,24	30,93	56,17	5,65	4,47	66,29	0,00	33,71
Колготки женские эластичные	21,46	19,21	40,67	5,16	6,40	52,23	0,00	47,77
Колготки детские	19,22	22,64	41,86	6,84	4,53	53,23	0,23	46,54
Полуботинки, туфли мужские	22,59	19,87	42,46	4,22	6,01	52,69	0,01	47,30
Сапоги женские зимние	30,80	15,69	46,49	4,48	6,70	57,67	0,00	42,33
Сапоги, ботинки для детей школьного возраста зимние	36,58	18,37	54,95	6,89	5,32	67,16	0,00	32,84
Ботинки, полуботинки для детей	30,76	23,77	54,53	5,54	5,92	65,99	0,00	34,01

Источник: Данные Росстата за соответствующие годы.

Раздел 1
Анализ российской ситуации

Таблица 1.9. Доля в розничной цене на товары легкой промышленности, 2011 г. (%)

	Мини- мальное значение	Макси- мальное значение	Среднее
Сырье и основные материалы за вычетом возвратных отходов, побочной и сопутствующей продукции	14,2	36,6	23,1
Стоимость основного вида сырья	8,1	32,7	19,2
Стоимость других видов сырья и основных материалов	1,2	9,6	4,1
Возвратные отходы, побочная и сопутствующая продукция (вычитаются)	0,01	1,4	0,3
Расходы на производство, включая коммерческие расходы	15,7	30,9	24,3
Вспомогательные материалы на технологические цели	0,1	3,6	1,0
Топливо и энергия, включая воду и пар на технологические цели	0,4	2,1	1,4
Расходы на подготовку и освоение производства	0,01	0,3	0,1
Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	0,1	2,8	0,8
Заработная плата с отчислениями на социальные нужды	6,3	17,9	9,8
Общехозяйственные (общезаводские) расходы	1,5	10,4	5,2
Общепроизводственные (цеховые) расходы	0,7	7,6	3,9
Прочие производственные расходы	0,1	3,2	0,7
Коммерческие расходы	0,3	4,7	1,5
Полная себестоимость единицы продукции	9,9	56,2	44,3
Фактические прибыль, убыток	3,8	9,9	6,2
Отпускная цена без НДС и других видов налогов	45,8	63,0	53,6
НДС	4,4	9,1	6,3
Другие виды налогов	0,01	0,5	0,1
Отпускная цена с НДС, акцизом и другими налогами	52,2	67,8	60,0
Отпускная цена с НДС, акцизом и другими налогами, включая плату за доставку продукции (товара) покупателям, осуществляемую перерабатывающим предприятием	52,2	67,8	60,0
Плата за доставку продукции (товара) покупателям, осуществляемую предприятием	0,01	0,2	0,1
Оборот сферы обращения	32,2	47,8	40,0

*1. Общее состояние легкой промышленности в России
(по данным Росстата)*

Окончание табл. 1.9

	Мини- мальное значение	Макси- мальное значение	Среднее
Оборот посреднического звена	—	—	— ⁸
Торговая надбавка	27,8	41,1	33,5
Затраты по доставке и продаже товара	15,0	24,1	19,2
Затраты организаций розничной торговли по доставке товара	1,3	3,6	2,3
Прибыль организаций розничной торговли	7,3	17,0	14,3
НДС, начисленный организациям розничной торговли	3,1	9,9	6,2

Источник: Рассчитано авторами на основе данных Росстата.

доля была намного меньше (некуда падать). С 1995 г. произошло уменьшение с 0,4 до 0,1%, или до 387 млн долл. Объем экспортируемых товаров во многих других странах существенно выше. Лидером является Китай, экспорт одежды которого в 2011 г. составил 153,8 млрд долл., а текстиля — 93,4 млрд долл. Замыкает десятку лидеров по объему экспорта Индонезия, экспортирующая одежду и текстиль стоимостью 8,0 млрд и 4,8 млрд долл. соответственно⁹. Таким образом, отставание России является более чем заметным.

В импорте доля текстиля и обуви тоже не очень высока: 5,5% в 2011 г. (см. табл. 1.11). Хотя и в 1995 г. этот показатель был ненамного выше — 5,7%. За весь период доля текстиля и обуви в импорте менялась незначительно и только один раз оказалась ниже 4% (в 2003 г. до начала снижения пошлин она составила 3,7%). Доля в импорте кожевенного сырья и пушнины также снизилась: с 0,3% в 1995 г. до 0,1% в 2011 г. (до 1517 млн долл. в стоимостном выражении).

Заметим, что в стоимостном выражении объем импортируемого текстиля и обуви многократно (в 22 раза!) превышает объем экспортируемого продукта: 16 632 против 765 млн долл. в 2011 г. При

⁸ Не показано, так как оборот посреднического звена входит в цену только одного товара — колготок.

⁹ Merchandise trade // World Trade Organization. 2011. URL: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2012_e/its12_highlights2_e.pdf

Таблица 1.10. Доля легкой промышленности в российском экспорте

	1995		1996		1997		1998		1999		2000		2001		2002		2003	
	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу
Экспорт — всего	78 217	100	85 189	100	85 096	100	71 314	100	72 885	100	103 093	100	99 969	100	106 712	100	133 656	100
Кожевненное сырье, пушнина и изделия из них	313	0,4	342	0,3	400	0,5	389	0,6	207	0,3	270	0,3	229	0,2	267	0,3	332	0,2
Текстиль, текстильные изделия и обувь	1 154	1,5	908	1,1	932	1,1	843	1,1	811	1,1	817	0,8	798	0,8	883	0,8	947	0,7

	2004		2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011	
	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу	Млн долл.	В % к итогу
Экспорт — всего	181 600	100	241 473	100	301 244	100	351 928	100	467 581	100	301 667	100	396 644	100	516 040	100
Кожевненное сырье, пушнина и изделия из них	353	0,2	330	0,1	367	0,1	337	0,1	354	0,1	242	0,1	307	0,1	387	0,1
Текстиль, текстильные изделия и обувь	1 119	0,6	965	0,4	967	0,3	952	0,3	870	0,2	716	0,2	814	0,2	765	0,2

Таблица 1.11. Доля легкой промышленности в российском импорте

33

этом важно помнить, что официальные показатели импорта в данном случае не включают неучтенный (теневой) импорт, масштабы которого составляют до половины официального импорта¹⁰.

Зависимость самой отрасли от импорта достаточно высока (это касается и сырья, и готовой продукции). Доля импорта хлопчатобумажных тканей в ресурсах рынка составляет около 15%, шерстяных тканей — близка к 60%, шелковых тканей — 95%. Доля импорта швейных изделий в ресурсах рынка с середины 2000-х годов устойчиво держится на уровне 82–84%. А доля импорта обуви за этот период находится в пределах 85–88% (3/4 импорта поставляется из Китая). Эта зависимость от импорта продолжает возрастать по основным видам товаров. Так, во второй половине 2000-х годов доля импорта в товарных ресурсах выросла по тканям — с 19 до 39%, по чулочно-носочным изделиям — с 62 до 82%, по кожаной обуви — с 72 до 91%.

В то же время экспортно ориентированная деятельность в отрасли развита явно недостаточно, и объемы экспорта относительно невелики. Даже в льняных тканях, где Россия традиционно выступала одним из крупных производителей, экспорт составляет 1/4 к объему производства. В шерстяных тканях это только 3%. Экспорт одежды из текстиля и обуви достигает лишь 5–6% к объему производства.

Основные выводы

Российская легкая промышленность пережила весьма сложный период после распада Советского Союза и разворачивания экономических реформ. В первой половине 1990-х годов производство тканей в натуральных единицах обвалилось почти в 5 раз. К началу 2000-х годов объемы производства восстановились лишь частично, в течение всего десятилетия роста почти не наблюдалось, он возобновился лишь после финансового кризиса в 2010–2011 гг., но все равно это почти в 2,5 раза меньше уровня 1990 г.

¹⁰ «Приводили данные года два тому назад: из Италии ввозится товар, декларируется на таможне, а в Россию этого товара приходит всего 16%. Куда он исчезает? Из Китая — 10%. Куда он исчезает?» (отраслевой эксперт).

В производстве готовой продукции тенденции в целом повторяются: резкое падение за период с 1990 по 1995 г. и поддержание уровня производства на этом уровне (это касается и товаров для детей, и товаров для взрослых). Причем по производству ни одного из видов товаров к 2011 г. не удалось выйти на уровень, достигнутый в начале 1990-х годов, или хотя бы приблизиться к этому уровню.

В производстве товаров из кожи с 1990 по 1995 г. обвал был еще более резким (почти в 15 раз). Причем, в отличие от производства тканей, остановить падение не удалось и далее, и в 2011 г. товаров из кожи производили еще меньше, чем в 1995 г.

Динамика цен на товары легкой промышленности складывалась очень неровно. В результате либерализации цен их уровень в 1992 г. взлетел в 10–15 раз, и они продолжали как минимум удваиваться до 1995 г. После кризиса 1998 г. рост цен возобновился, но он был более умеренным: за 2000-е годы цены выросли по разным категориям от 2,5 до 4 раз. При этом цены на одежду в целом повышались несколько быстрее, чем цены на обувь.

В среднем себестоимость товара составляет от 1/2 до 2/3 розничной цены (по уровню себестоимости, по всей видимости, мы значительно уступаем Китаю¹¹), вторая весомая составляющая — наценка торговых организаций — колеблется от 32 до 48%.

В части внешнеэкономической деятельности объем экспорта тканей снижался с начала 1990-х годов, и сегодня объем импорта в 22 раза превышает объем экспорта (без учета теневого импорта). Экспорт продуктов кожевенной отрасли и пушнины постиг меньший спад, однако связано это не с относительной успешностью подотрасли, а, скорее, с изначально более низкими объемами производства. В целом зависимость от импорта в отрасли весьма существенна и по сырью, и по готовой продукции, причем в последние годы она продолжает возрастать, в то время как экспортно ориентированная деятельность осуществляется в минимальных масштабах.

¹¹ См. подробнее часть 9 данной работы («Ключевые кейсы»).

2. СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ (ПО БАЗАМ ДАННЫХ СПАРК, FIRA-PRO И RUSLANA)

В данном разделе проводится анализ состояния предприятий отдельных отраслей легкой промышленности, включая текстильное производство, производство одежды из текстильных материалов; выделку и крашение меха; производство изделий из меха; дубление и отделку кожи, производство обуви. Представляемый анализ фиксирует основные тенденции в развитии легкой промышленности во второй половине 2000-х годов. В фокусе находятся экономические и финансовые аспекты деятельности предприятий. Особое внимание уделяется динамике объемов производства, концентрации производства, уровню занятости и оплаты труда, а также объему инвестиций и финансовой устойчивости крупных и средних предприятий легкой промышленности, функционирующих на территории Российской Федерации в настоящее время, и уровню их вовлеченности во внешнеэкономическую деятельность.

Источники данных

В количественном анализе современного состояния предприятий легкой промышленности мы опираемся на три базы данных — СПАРК, FIRA-PRO и Ruslana. Кратко охарактеризуем эти базы, показатели которых дополняют друг друга.

СПАРК — это система для профессионального анализа предприятий и рынков. Ее базовый информационный массив по Рос-

сии сформирован на основе данных, полученных из Единого государственного реестра предприятий и организаций (ЕГРПО) Росстата, а также Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ) и Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП) ФНС. В имеющейся базе представлена информация о 22 234 организациях легкой промышленности и 36 049 индивидуальных предпринимателях. Временной охват СПАРК по интересующим нас показателям включает 2005–2013 гг.

FIRA-PRO — информационная поисковая система, предоставляющая инструменты для анализа деятельности более 700 тыс. предприятий и их окружающей среды. Партнерами FIRA-PRO выступают ГМЦ Росстата России, ГНИВЦ Федеральной налоговой службы России, Центробанк РФ, ФССН РФ. Временной охват по используемым нами показателям — с 1999 по 2013 г.

База Ruslana компании BureauVanDijk содержит детальную информацию (с упором на финансовые показатели) об организациях России за последние 10 лет. В базе доступны данные о 28 050 компаниях, включая филиалы, функционирующих в сфере легкой промышленности на территории Российской Федерации. Временной охват базы Ruslana — с 1999 по 2012 г.

Для иллюстрации наиболее важных положений мы используем выдержки из серии экспертных интервью, собранных в рамках данного исследования.

Структура раздела

Данный раздел состоит из трех частей, посвященных отдельным отраслям легкой промышленности: 1) текстильное производство; 2) производство одежды из текстильных материалов, производство одежды из кожи, выделка и крашение меха; 3) производство кожи, производство изделий из кожи и производство обуви (подробнее см. классификатор видов деятельности в табл. П2.1 Приложения). Каждый раздел начинается с описания общей динамики объемов производства, а также динамики объемов импор-

та и экспорта товаров в рамках рассматриваемого сегмента. Далее идет обзор структуры анализируемой подотрасли и демонстрация основных экономических показателей деятельности полной совокупности предприятий. В заключение приводятся данные о финансовом состоянии крупных и средних организаций, а также об объемах их инвестиций.

Текстильное производство

Объемы производства

Пережив сокрушительное падение в первой половине 1990-х годов, текстильная отрасль начала свое восстановление в конце 1999 г., которое продолжилось в 2000-х годах, хотя и умеренными темпами. Данный тренд подтверждает динамика *индекса интенсивности текстильного производства* НИУ ВШЭ¹: в мае 2013 г. по сравнению с январем 2000 г. выпуск текстильного производства увеличился на 126,6%, т.е. более чем в 2 раза² (см. рис. 2.1). По-

¹ *Индекс интенсивности промышленного производства* (индекс физического объема, очищенный от влияния календарного и сезонного факторов) представляет собой сводные темпы среднесуточных объемов выпуска за каждый месяц рассматриваемого периода по отношению к базовому периоду. Индекс интенсивности промышленного производства НИУ ВШЭ строится на основе временных рядов помесечной динамики в натуральном выражении 303 важнейших видов продукции, объемы выпуска которых составляют 3/4 стоимости выпуска по видам экономической деятельности, относимых к промышленному производству.

Перечень важнейших видов продукции текстильного производства включает: хлопчатобумажную пряжу; шерстяную пряжу, шерстяные ткани, льняные ткани, хлопчатобумажные ткани, ткани из синтетических и искусственных нитей; постельное белье; ковры и ковровые изделия; нетканые материалы; чулочно-носочные изделия; джемперы; трикотажные пуловеры. Подробнее о методологии построения индексов интенсивности промышленного производства см.: URL: <http://dcenter.hse.ru/iipp>

² Достигнутый в 2000-е годы уровень производства пока еще далек от аналогичного показателя начала 1990-х годов. Для сравнения: индекс интенсивности текстильного производства НИУ ВШЭ в апреле 2011 г. на 139% ниже значения показателя в январе 1993 г. Подробнее см. часть 1 первого раздела данной работы «Общее состояние легкой промышленности в России (по данным Росстата)».



Рис. 2.1. Индекс интенсивности текстильного производства — месячный, сглаженный, с сезонной и календарной корректировкой, Россия, с января 2000 г. по май 2013 г. (январь 2000 г. = 100%)

Источник: Фонд экономических исследований «Центр развития» НИУ ВШЭ.

зитивный тренд в текстильном производстве был приостановлен наступившим в 2008 г. мировым финансовым кризисом. В этот период в российской текстильной промышленности заметно снизились темпы прироста; значение индекса ее физического объема в январе 2009 г. было самым низким за все десятилетие, составив 97,8% от уровня января 2000 г. Однако кризисную ситуацию предприятиям рассматриваемой отрасли удалось преодолеть довольно быстро: индекс роста текстильного производства достиг докризисного уровня уже к концу 2009 г.

В дополнение к индексу интенсивности текстильного производства НИУ ВШЭ приведем данные о динамике продаж промышленной продукции во второй половине 2000-х годов. В 2012 г. предприятиями текстильной промышленности было *отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственны-*

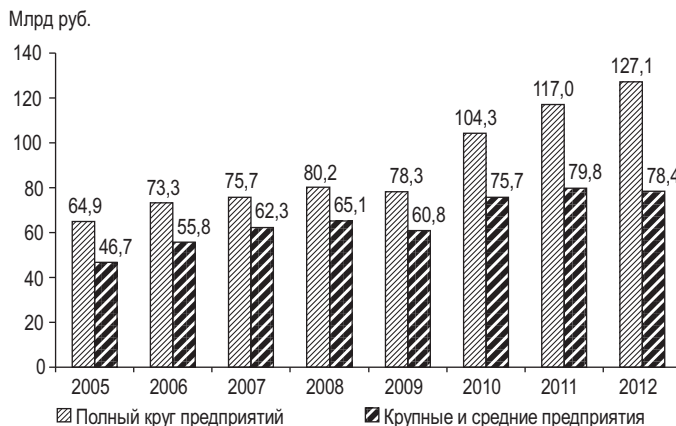


Рис. 2.2. Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами (по чистым видам деятельности), по полному кругу организаций текстильного производства и для средних и крупных предприятий Россия, 2005–2012 гг. (оперативные данные за январь–декабрь каждого года)

Источник: Росстат; Единый архив социологических и экономических данных НИУ ВШЭ; FIRA-PRO.

ми силами³ на сумму 127,1 млрд руб. (в 2011 г. — 117,0 млрд руб.), что в 2 раза больше аналогичного показателя 2005 г. Более того, рис. 2.2 демонстрирует, что выход предприятий текстильной промышленности из кризиса сопровождался заметным увеличением объемов реализации продукции собственного производства. При этом немаловажную роль в этом процессе сыграли малые предприятия, доля которых в общем объеме продаж в посткризисный период увеличилась с 22 до 38%.

³ Объем отгруженных товаров представляет собой стоимость тех товаров, которые произведены данным юридическим лицом и фактически отгружены (переданы) в отчетном периоде на сторону (другим юридическим и физическим лицам), включая товары, сданные по акту заказчику на месте, независимо от того, поступили деньги на счет продавца или нет. Объем работ и услуг, выполненных собственными силами, представляет собой стоимость работ и услуг, оказанных (выполненных) организацией другим юридическим и физическим лицам. Данные приводятся в фактических отпускных ценах без налога на добавленную стоимость, акцизов и других аналогичных платежей. Подробнее о методологии см.: URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/metod/prom/met_otgr.htm

Напомним, что зависимость текстильной отрасли от импорта на сегодняшний день очень высока (см. первый раздел данной работы), а экспортная деятельность развита недостаточно. Так, на российском рынке текстильной продукции объемы импорта таких групп, как трикотажные полотна; технический текстиль; специальные ткани и отделочные материалы; вата, войлок и нетканые материалы, росли на протяжении всего периода с 1999 по 2012 г. Первая группа увеличилась почти в 8 раз, вторая — в 4,5 раза, а третья и четвертая — в 6 раз (см. рис. 2.3 и 2.4). В то же время экспорт ваты, войлока и нетканых материалов вырос почти в 3 раза за рассматриваемый период, экспорт технического текстиля стагни-



Рис. 2.3. Динамика импорта и экспорта трикотажных полотен и технического текстиля, Россия, 1999–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.



Рис. 2.4. Динамика импорта и экспорта специальных тканей, отделочных материалов, ваты, войлока и нетканых материалов, Россия, 1999–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

ровал на относительно низком уровне и к 2012 г. оказался меньше объемов импорта на порядок. Что же касается трикотажных полотен, специальных тканей и отделочных материалов, их экспорт все время оставался практически на нуле.

Из рис. 2.3 и 2.4 видно, что ускоренный рост объемов импорта текстильных материалов (кроме специальных тканей и отделочных материалов) стартовал в 2006 г. Данный тренд можно объяснить проводимой в России *политикой по либерализации таможенных пошлин*, инициированной государством приблизительно в это же время, и сопутствующей легализацией возрастающей части импортных потоков.

Таблица 2.1. Превышение объемов импорта над объемами экспорта трикотажных полотен, технического текстиля, специальных тканей и отделочных материалов, ваты, войлока и нетканых материалов, Россия, 1999–2012 гг., число раз

	1999		2005		2012	
	в стоимостном выражении	в натуральном выражении	в стоимостном выражении	в натуральном выражении	в стоимостном выражении	в натуральном выражении
Трикотажные полотна	214,2	241,0	53,1	77,2	111,8	169,9
Технический текстиль	3,6	5,4	3,7	2,8	11,5	10,8
Специальные ткани, отделочные материалы	1,3	11,2	72,1	191,1	70,8	344,7
Вата, войлок и нетканые материалы	8,9	9,6	5,8	6,3	8,0	10,4

Источник: FIRA-PRO.

В случае с трикотажными полотнами и специальными тканями превышение объемов импорта над экспортом по стоимости измеряется двумя порядками, а в натуральном выражении разрыв достигает 170 и 345 раз соответственно (см. табл. 2.1). Более того, приведенные данные свидетельствуют о том, что ввозимый товар в основной своей массе более дешевый при сопоставлении со стоимостью вывозимой продукции. Также еще раз подчеркнем, что увеличение стоимости импортируемых товаров частично может быть обусловлено процессами легализации внешнеэкономической деятельности, наблюдавшейся с середины 2000-х годов.

Характеристика предприятий текстильной промышленности

Согласно данным базы СПАРК, в середине 2013 г. в текстильной промышленности насчитывается 9131 действующее предприятие и 11 255 индивидуальных предпринимателей. Наибольшее число организаций и индивидуальных предпринимателей (40 и 36,1% соответственно) обозначают основной сферой своей деятельности производство готовых изделий, кроме одежды (см. табл. 2.2).

Территориально предприятия, занятые текстильным производством, распространены крайне неравномерно. Лидерство при-

Таблица 2.2. Число предприятий и индивидуальных предпринимателей по видам деятельности

	Предприятия		Индивидуальные предприниматели	
	число	доля, %	число	доля, %
Прядение текстильных волокон	638	7,0	243	2,2
Ткацкое производство	824	9,0	175	1,5
Отделка тканей и текстильных изделий	441	4,8	458	4,1
Производство готовых текстильных изделий, кроме одежды	3649	40,0	4067	36,1
Производство прочих текстильных изделий	1820	19,9	3545	31,5
Производство трикотажного полотна	145	1,6	223	2,0
Производство трикотажных изделий	1614	17,7	2544	22,6
Всего	9131	100	11255	100

Примечание. Данные приведены по действующим организациям (без филиалов) и индивидуальным предпринимателям, у которых текстильное производство обозначено в качестве основного вида деятельности.
Источник: СПАРК.

надлежит столичным регионам и Ивановской области, которой удалось выжить в переходный период 1990-х годов благодаря традициям и особенностям организации производства в регионе⁴. В настоящее время предприятия текстильной отрасли преимущественно сосредоточены в Москве (24,5%), в Ивановской области (8,9%), в Московской области (8,5%) и в Санкт-Петербурге (6,6%). Что касается индивидуальных предпринимателей данного сегмента, то они расположены главным образом в Москве (8,2%), в Карачаево-Черкесской Республике (6,2%), в Ивановской области (5,4%) и в Московской области (4,9%).

Среди предприятий текстильного производства всего лишь 16,2% были созданы в 1990-х годах и ранее, 83,8% образовались

⁴ «Так получилось, что предприятия были приватизированы. Была фабрика, которая специализировалась на одном переделе, например, на прядении... Другая фабрика специализировалась на другом переделе. И в итоге этот весь комплекс стал раздробленным. С одной стороны, это было большим минусом, скажем, для советских управленцев, потому что они, инженеры, мыслили сопряжением. А с другой стороны, это стало очень мощным фактором выживания, когда каждый владелец свою фабрику оптимизировал и экономил» (руководитель крупной текстильной корпорации).

в 2000-е годы (в том числе 11,3% — в 2012–2013 гг.). Данное обстоятельство свидетельствует о том, что организационная структура отрасли серьезным образом обновилась в период 2000-х годов: крупные предприятия советского периода уступили часть рынка многочисленным предприятиям среднего и малого бизнеса. Согласно экспертным оценкам, появление большего количества предприятий и индивидуальных предпринимателей оказалось возможным благодаря относительно низким издержкам входа в отрасль⁵.

Приведенная далее табл. 2.3 показывает, что малые предприятия, включая микропредприятия⁶, составляют около 82% общего числа организаций текстильного производства, они обеспечивают рабочими местами 26% занятых в отрасли и формируют 39% общей выручки. В свою очередь, доля крупных и очень крупных предприятий равна 9%, на них приходится 59% штатных работников и 37% общей выручки. Сравнение структуры российской текстильной промышленности со структурой немецкого текстильного производства⁷ показывает, что они во многом похожи. Ключевое же отличие состоит в том, что *российская текстильная промышленность характеризуется заметно более низким уровнем производительности труда и низким уровнем дифференциации доходов по размеру*: разрыв

⁵ «(Это объясняется) прежде всего тем, что людям просто в какой-то момент нужно было взять ответственность на себя, и высокая предпринимательская активность, которая характерна для нашего региона, и наличие очень живого рынка, то есть рынка товаров текстильных, и низкий порог входа... низкий порог входа в этот бизнес обеспечили следующее явление: в 90-е годы очень много появилось предпринимателей, которые там, в текстиле, стали делать свой бизнес» (руководитель крупной текстильной корпорации).

⁶ Российским законодательством установлены следующие критерии отнесения предприятия к определенной категории: а) микропредприятие — средняя численность до 15 человек включительно и выручка до 60 млн руб.; б) малое предприятие — средняя численность от 16 до 100 человек включительно и выручка до 400 млн руб.; в) среднее предприятие — средняя численность от 101 до 250 человек включительно и выручка до 1 млрд руб.; г) крупное предприятие — не относящееся к субъектам малого и среднего предпринимательства. Подробнее см.: URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/torg/rozn/met_torg.doc

⁷ См. подробнее часть 9 данной работы («Ключевые к кейсы»).

Таблица 2.3. Структура российского производства текстиля в 2011 г.

Число занятых на предприятиях, чел.	Текстильное производство						Средняя выручка на одно предприятие, млн руб.
	Количество предприятий		Занятость		Общая выручка		
	число	доля, %	чел.	доля, %	млн руб.	доля, %	
19 и менее	426	38	4 505	5	10 319,2	9	24,2
От 20 до 49	401	35	12 926	13	18 285,3	16	45,6
От 50 до 99	108	9	7 309	8	15 789,2	14	146,2
От 100 до 249	98	9	14 729	15	26 742,6	24	272,9
От 250 до 499	67	6	21 915	23	19 682,4	18	293,8
От 500 до 999	22	2	15 277	16	12 945,6	12	588,4
От 1000 и более	9	1	19 331	20	7 635,7	7	848,4
Всего	1131	100	95 992	100	111 400	100	

Примечание. Расчетное количество компаний включает предприятия и их филиалы. Приведенные показатели занятости предполагают среднесписочную численность работников; значения являются расчетными на основе регрессионного анализа по методике Ruslana.

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

в средних доходах малых предприятий (от 20 до 49) и крупнейших предприятий (1000 и более) в России заметно ниже, чем в Германии (18,6 против 68,9). При этом нужно учитывать, что российские статистические данные в силу разных причин не в полной мере отражают доходы предприятий.

В 2011 г. средний уровень производительности труда в российской текстильной промышленности равнялся 1452,8 тыс. руб. на одного работника в год (см. табл. 2.4). При этом разрыв в производительности труда между 20% лучших и 20% худших предприятий по этому показателю составил 28,7 раза (!). На протяжении 2000-х годов средняя производительность труда организаций отрасли текстильного производства с некоторыми колебаниями росла, при этом наблюдалось два скачка до и после финансового кризиса — в 2008 и 2010 гг., которые главным образом обеспечивались ростом производительности у крупнейших предприятий отрасли.

На протяжении 2000-х годов в текстильной промышленности происходило нарастание уровня концентрации и поляризации,

Таблица 2.4. Динамика среднего уровня производительности труда предприятий текстильной промышленности, РФ, 2003–2011 гг., в текущих ценах

Год	Расчетное количество компаний	Процентили				Медиана	Среднее	80/20
		20	40	60	80			
2003	830	42,9	535,1	690,3	711,0	658,6	595,9	16,6
2004	1093	44,8	570,6	693,0	713,6	665,0	567,7	15,9
2005	936	53,7	338,4	656,1	742,0	528,4	574,1	13,8
2006	1119	48,5	296,5	613,5	737,5	440,7	516,2	15,2
2007	1098	72,6	325,9	628,5	796,4	448,2	573,7	10,9
2008	1198	86,4	334,5	663,8	1066,5	501,3	785,3	12,3
2009	1166	59,7	245,1	550,5	832,9	363,5	750,3	14,0
2010	1263	58,0	261,3	629,4	1727,2	432,7	1723,6	29,8
2011	1297	40,0	238,5	590,5	1149,9	386,9	1452,8	28,7
1999–2012	2632					327,9	1102,0	

Примечание. Уровень производительности труда рассчитывается как частное от деления выручки предприятия на количество работников. Количество работников на предприятии является расчетным показателем, полученным посредством регрессионного анализа по методике Ruslana.

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

подразумевающих все больший отрыв компаний-лидеров от основной массы средних и мелких предприятий (табл. 2.4). Однако данный тренд может быть частично обусловлен и тем, что с середины 2000-х годов крупные предприятия встали на путь постепенного «выхода из тени», а средние и мелкие предприятия в связи с налоговым ужесточением и мировым кризисом в конце 2000-х годов, наоборот, придерживались стратегии «ухода в тень»⁸. В итоге разрыв в производительности труда между верхним и нижним квантилями к 2011 г. увеличился в 1,7 раза (по сравнению с 2003 г.), а среднее значение производительности труда стало превышать медианное в 3,7 раза.

⁸ «У нас из-за этого единого социального налога, вы знаете, до 300 тысяч, а может, и больше, малых предприятий закрылось. Но я не думаю, что они куда-то ушли. Они ушли в основном в тень» (руководитель одной из ведущих отраслевых ассоциаций).

Внешнеэкономическая деятельность предприятий

Во внешнеэкономическую деятельность в 2012 г. была вовлечена лишь небольшая доля организаций российской текстильной промышленности — 10,6% (см. табл. 2.5). При этом организации, которые занимаются импортом (8,6%), осуществляют поставки из Германии, Узбекистана, Италии, Туркменистана, Украины, Австрии, Японии, Литвы, Польши, Молдовы, Турции, Испании и т.д. Организации, участвующие в экспорте (5,6%), поставляют продукцию главным образом на Украину, в Литву, Молдову, Германию, Латвию, Азербайджан и др. Обратим внимание на то, что потоки импорта идут с самых разных направлений, а вот экспорт в основном поступает в страны СНГ и Балтии.

Таблица 2.5. Распределение предприятий текстильной промышленности в соответствии с их участием во внешнеэкономической деятельности (ВЭД) в 2012 г.

	Частота	Доля, %
Импорт и экспорт	274	3,6
Только импорт	382	5,0
Только экспорт	152	2,0
Не вовлечены в ВЭД	6787	89,4
Всего	7595	100

Примечание. Данные приведены по предприятиям текстильной промышленности (ОКВЭД), включая филиалы.

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

Предприятия текстильной промышленности, вовлеченные во внешнеэкономическую деятельность, характеризуются значительно более высокими результатами экономической деятельности: средний объем годовой выручки у них в 2011 г. был в 8 раз выше, чем у остальных компаний (см. табл. 2.6). Они также принадлежат к среднему и крупному бизнесу: среднее число работников на этих предприятиях в 5–10 раз больше. Важно подчеркнуть, что организации, встроенные в глобальные потоки, демонстрируют и более высокую производительность труда. На протяжении 2000-х годов

Таблица 2.6. Сравнение основных показателей экономической деятельности предприятий текстильного производства, участвующих в ВЭД, с показателями предприятий, не вовлеченных в ВЭД

	Средний уровень выручки в 2011 г., млн руб.	Среднее число работников в 2011 г., чел.	Средний уровень производительности труда в 2011 г., тыс. руб.	Средний уровень производительности в 1999–2012 гг., тыс. руб.
Экспорт				
Есть	335,0	220,5	3240,0	2737,3,
Нет	39,6	41,1	1121,1	901,1
Импорт				
Есть	279,7	428,3	3132,1	2701,0
Нет	32,5	41,1	990,4	797,5

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

средняя производительность труда предприятий, занимающихся импортом и экспортом, превышала производительность труда предприятий, замкнутых на локальном рынке, в 3 раза. Вовлеченность во внешнеэкономическую деятельность оказывается весьма надежным показателем, указывающим на принадлежность предприятия к лидерской группе.

Экономические и финансовые показатели деятельности крупных и средних организаций текстильного производства

Выручка крупных и средних предприятий текстильного производства в России в 2012 г. составила 88,6 млрд руб. (в 2011 г. — 92,6 млрд руб.), что в 2 раза превышает их выручку в 2002 г. Общий объем *выпуска продукции и услуг*⁹ в 2012 г. у крупных и средних пред-

⁹ Выпуск товаров и услуг представляет собой суммарную стоимость товаров и услуг, являющихся результатом производственной деятельности организации в отчетном периоде. Реализованные товары и услуги включаются в выпуск по фактической рыночной стоимости, нереализованная готовая продукция — по средним рыночным ценам. Изменение незавершенного производства включается в валовой выпуск по себестоимости.

приятий текстильной промышленности равнялся 81,8 млрд руб. (в 2011 г. — 84,3 млрд руб.), по сравнению с 2005 г. это в 1,5 раза выше. Средняя численность работников¹⁰ в декабре 2012 г. составляла 71 тыс. чел., в сопоставлении с декабрем 2002 г. она сократилась в 4 раза (см. табл. 2.7). Таким образом, мы видим, что в России в 2000-х годах наблюдается умеренная положительная динамика объемов продаж и производства при сокращении численности работников отрасли.

Таблица 2.7. Выручка, объемы производства и занятость на крупных и средних предприятиях текстильной промышленности в России в 2002–2012 гг.

	2002	2005	2008	2009	2010	2011	2012
Выручка, млн руб.	42 259	53 407	77481	68 967	83 136	92 610	88 645
Производство, млн руб.	—	53 055	68 212	62 045	78 760	84 275	81 785
Занятость, чел.	290 434	179 498	105 408	93 304	87 101	75 088	71 019

Примечание. Средняя численность работников на декабрь соответствующего года.

Источник: FIRA-PRO, СПАРК.

Наибольший вклад в суммарный выпуск продукции крупных и средних текстильных предприятий вносится производителями прочих текстильных изделий (34,4%), из которых 48,4% составляют производители нетканых материалов и изделий из них (см. рис. 2.5). За производителями прочих текстильных изделий следуют предприятия ткацкого производства (33,3%), из них 54% приходится на производителей хлопчатобумажных тканей. Сопоставляя структуры выпуска товаров и услуг крупных и средних предприятий в 2005 и 2012 гг., обнаруживаем, что заметное сокращение претерпело ткацкое производство (его доля упала с 53,7 до

¹⁰ Средняя численность работников складывается из среднесписочной численности работников, средней численности внешних совместителей и средней численности работников, выполнявших работы по договорам гражданско-правового характера. В среднюю численность работников не включается численность работников, выполнявших работы по авторским договорам. Данные приводятся по юридическим лицам. Число замещенных рабочих мест представляет собой сумму средней численности работников организаций.

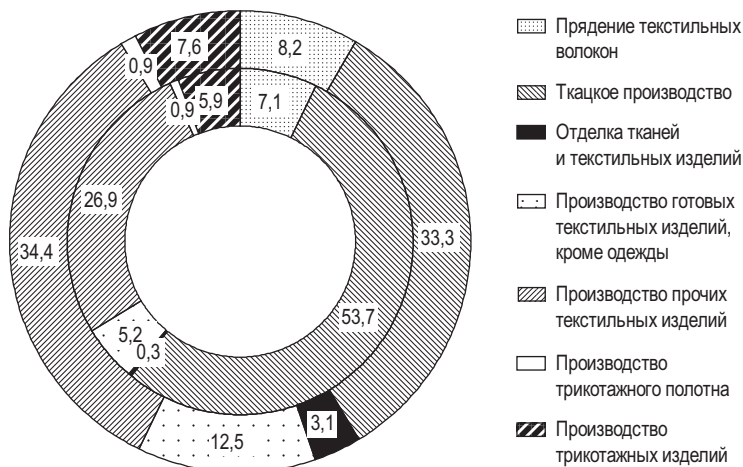


Рис. 2.5. Структура выпуска товаров и услуг крупными и средними предприятиями текстильной промышленности в 2005 и 2012 гг., %

Источник: СПАРК. Внутренний круг — 2005 г., внешний — 2012 г.

33,3%) — главным образом по причине снижения выпуска продукции хлопчатобумажного производства. Наибольший же прирост был характерен для производства прочих текстильных изделий (доля увеличилась с 26,9 до 34,4%) благодаря увеличению выпуска нетканых материалов и изделий из них.

Что касается средней численности работников крупных и средних предприятий текстильной промышленности, то в основном они сосредоточены в ткацком производстве (34,4%, из них 60,8% — работники производства хлопчатобумажных тканей), в производстве прочих текстильных изделий (26,0%) и в производстве готовых текстильных изделий, кроме одежды (14,1%) (см. рис. 2.6).

На протяжении 2000-х годов для отечественной текстильной отрасли характерен отток трудовых ресурсов, что согласуется с общим трендом, наблюдаемым в странах Европы. Общее снижение занятости на протяжении 2000-х годов во многом вызвано тенденцией к замещению рабочей силы средствами автоматизации производства: приобретались машины и оборудование, способству-

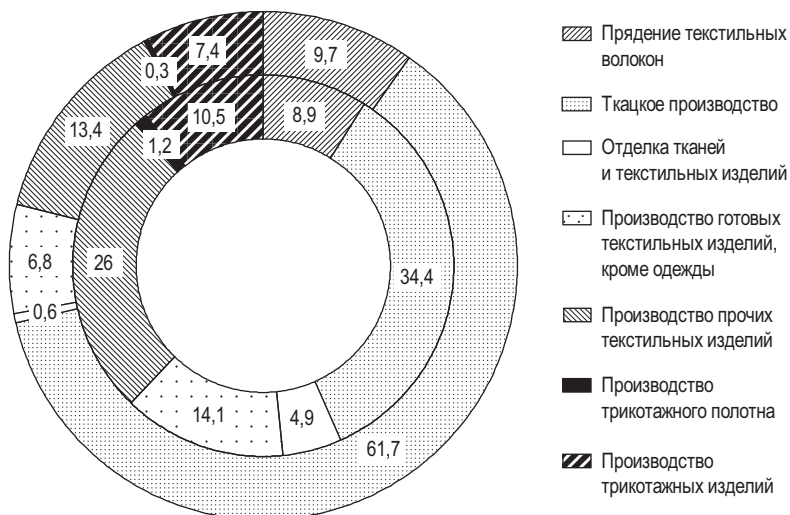


Рис. 2.6. Структура средней численности работников крупных и средних предприятий текстильной промышленности в 2005 и 2012 гг., %

Источник: СПАРК. Внутренний круг — 2005 г., внешний — 2012 г.

ющие росту продуктивности и сокращению трудовых ресурсов¹¹. В результате за рассматриваемый период при сокращении занятости выпуск продукции текстильной отрасли увеличился в 1,5 раза.

Впрочем, данное объяснение не совсем применимо к отечественному ткацкому производству в целом и производству хлопчатобумажных тканей в частности, где наблюдалось грандиозное сокращение средней численности работников (в 5 раз), сопровождавшееся снижением доли выпуска продукции. Одной из наиболее важных причин, объясняющих данный нисходящий тренд в России, является то, что *уровень оплаты работников в текстильной отрасли достаточно низкий* в сопоставлении с общероссий-

¹¹ «Мы все инвестиции в предыдущее десятилетие делали в снижение трудоемкости. Предположим, наша компания приобрела фабрику, на ней трудилось 2000 человек. Через три года на этой фабрике трудилось менее 700 человек, а выпуск на 10% вырос. И так делали все, то есть шли по пути покупки более производительных машин, сокращали людей» (руководитель крупной текстильной корпорации).

ским уровнем заработных плат¹². В апреле 2013 г. среднемесячная заработная плата работников отрасли равнялась 15,6 тыс. руб., что составляет лишь 46,7% общероссийского уровня среднемесячной заработной платы¹³.

Важно отметить, что в текстильном производстве возможности для серьезного повышения заработных плат ограничены, поскольку это повлекло бы увеличение отпускных цен производителей и ослабило позиции в глобальной конкуренции со странами Средней Азии, Юго-Восточной и Южной Азии. Из-за невысокого уровня оплаты труда предприятия сталкиваются с трудностями по удержанию высококвалифицированных специалистов и привлечению молодых работников. Ко всему прочему, низкие заработные платы дополняются *тяжелыми условиями труда*, что снижает привлекательность работы в отрасли.

Инвестиции в основной капитал

Во второй половине 2000-х годов у крупных и средних предприятий текстильного производства наблюдался приток инвестиций в основной капитал. В 2012 г. по отношению к 2002 г. их объем увеличился почти в 2,5 раза (см. рис. 2.7). Значимые всплески были в 2007–2008 гг.¹⁴ и 2010–2011 гг., когда объемы инвестиций

¹² «На других предприятиях у нас были такие случаи, что... привозили людей текстильных профессий, рассчитывали их обучать. Так они все сбежали работать на рынок. Поэтому есть такая проблема: если мы не сможем платить нормальную зарплату, конкурентоспособную зарплату, да еще и люди в таких условиях работают, то, как ни обучай, как ни готовь, ничего не получится» (руководитель крупной текстильной корпорации).

¹³ Самые высокие заработные платы в 2013 г. получают работники производства швейных нитей (25 тыс. руб.), сферы изготовления натуральных шелковых, искусственных и синтетических волокон (21 тыс. руб.), производства шелковых тканей (21 тыс. руб.) и производства нетканых текстильных материалов (21 тыс. руб.).

¹⁴ «В период с 2003 по 2008 г. В текстильные предприятия Ивановской области были сделаны все основные инвестиции. И все эти инвестиции были направлены на то, чтобы повысить эффективность именно вот хлопкового текстиля, переработки хлопка в готовые ткани и швейные изделия. Я сейчас боюсь ошибиться, то ли в 2007 г., то ли в 2008 г. регион показал рекордный выпуск хлопчатобумажных тканей за всю свою историю» (руководитель крупной текстильной корпорации).



Рис. 2.7. Инвестиции в основной капитал и инвестиции в машины, оборудование предприятий текстильного производства, РФ, 2002–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO; расчеты авторов.

достигали 4–5 млрд в год; в результате финансового кризиса временное сокращение инвестиций произошло в 2009 г. (уровень инвестиций на время вернулся к уровню 2004 г.).

Если в начале 2000-х годов инвестиции, которые поступали в отрасль, главным образом направлялись на приобретение оборудования и машин, то в 2007–2011 гг. (за исключением кризисного 2009 г.) у предприятий, по всей видимости, была возможность инвестировать и в новое строительство. Но в целом на докризисный уровень по объему инвестиций выйти пока не удалось.

Финансовое состояние крупных и средних предприятий текстильной промышленности

На протяжении 2000-х годов финансовое состояние крупных и средних организаций текстильной отрасли постепенно улучша-

лось. *Валовая рентабельность предприятий*¹⁵ и *рентабельность продаж*¹⁶ в наблюдаемый период понемногу возрастали: в 2012 г. по отношению к 2002 г. прибыльность крупных и средних организаций текстильной промышленности повысилась в 3–4 раза¹⁷ (см. рис. 2.8). Разрыв в уровне валовой рентабельности и рентабельности от продаж объясняется значительными объемами коммерческих и управленческих расходов у текстильных предприятий.

Важно отметить, что до 2005 г. серьезной проблемой предприятий текстильной отрасли выступала их финансовая неустойчивость. Лишь в 2006 г. предприятиям отрасли удалось преодолеть критичный рубеж 10%-ной *обеспеченности собственными оборотными средствами* (соотношение собственных оборотных средств к величине оборотных активов предприятия), уровень которых до 2005 г. имел отрицательный знак, что, в общем, было характерно для многих отраслей экономики и промышленности в целом того времени¹⁸. В 2012 г. предприятия текстильной промышленности показывают также самый высокий за свою десятилетнюю историю уровень обеспеченности собственными оборотными средствами — 22,8% (см. рис. 2.9).

¹⁵ Рентабельность предприятия рассчитывается как выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и иных аналогичных обязательных платежей за период с начала отчетного года (тыс. руб.), за вычетом себестоимости проданных товаров, продукции, работ, услуг за период с начала отчетного года (тыс. руб.), деленная на выручку (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и иных аналогичных обязательных платежей за период с начала отчетного года (тыс. руб.) (такое пояснение дается в базе FIRA-PRO).

¹⁶ Рентабельность продаж рассчитывается как прибыль (убыток) от продажи товаров, продукции, работ, услуг с начала отчетного года (тыс. руб.), деленная на выручку (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и иных аналогичных обязательных платежей за период с начала отчетного года (тыс. руб.).

¹⁷ «Маржа в нашей отрасли, например у нас в тканях, 10% считается очень, очень неплохой» (руководитель крупного текстильного объединения).

¹⁸ Миннибаева К.А., Остапенко В.В. Обеспеченность предприятия собственными оборотными средствами: факторы изменения // Финансовый менеджмент. 2005. № 4. URL: <http://www.dis.ru/library/detail.php?ID=25599>

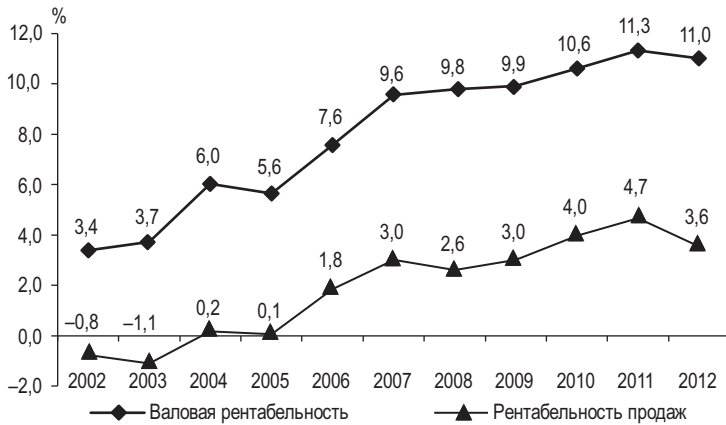


Рис. 2.8. Валовая рентабельность и рентабельность продаж крупных и средних предприятий текстильного производства, РФ, 2002–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

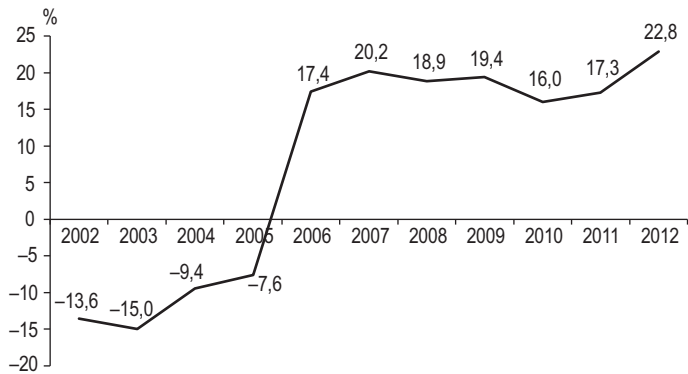


Рис. 2.9. Обеспеченность собственными оборотными средствами крупных и средних предприятий текстильного производства, РФ, 2002–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

На протяжении 2000-х годов снижался *коэффициент финансовой автономии предприятий* (удельный вес собственного капитала в совокупном капитале) текстильной промышленности, а соотношение собственного и заемного капиталов увеличивалось (см.



Рис. 2.10. Соотношение заемного и собственного капиталов и коэффициент финансовой автономии предприятий текстильного производства, РФ, 2002–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

рис. 2.10). Опасения вызывает то обстоятельство, что степень зависимости предприятий текстильной промышленности от внешних кредитов становится все выше и существенно превышает норматив (в российской практике нормативное значение равно 0,5 и более¹⁹). Вдобавок данное обстоятельство свидетельствует и о возможном снижении инвестиционной привлекательности текстильной промышленности в будущем.

Характеризуя стоимостную структуру расходов, отметим, что в 2011 г. в отрасли материальные затраты составляли 65% чистой выручки от продаж, а добавленная стоимость — 35%. При этом в 2011–2012 гг. доля затрат на оплату труда в общем объеме затрат на производство и реализацию в среднем по отрасли равнялась 14–15%, а на электроэнергию — 5–6%.

¹⁹ Любушин Н.П. Система показателей анализа финансового состояния организации и методы их определения. URL: http://www.garweb.ru/conf/fsfo/20030520/smi/msg.asp?id_msg209774.htm

Основные выводы

В период 2000-х годов динамика развития текстильной промышленности была в целом положительной. За этот период объемы производства в отрасли увеличились в 2,3 раза. Также во второй половине 2000-х годов в 2 раза выросли продажи продукции собственного производства. Однако достичь уровня производства начала 1990-х годов пока не удалось.

Предприятия текстильной промышленности недолго переживали финансовый кризис, к концу 2009 г. им уже удалось по многим показателям вернуться на докризисный уровень. Выход из кризиса сопровождался увеличением объемов отгрузки товаров собственного производства, обеспечиваемым главным образом малыми предприятиями.

Заметно увеличилась зависимость текстильной отрасли от импорта. Объемы импорта трикотажных полотен, технического текстиля, ваты, войлока и нетканых материалов начали резко возрастать с середины 2000-х годов. ***Тенденция к увеличению стоимости импорта была частично вызвана государственной политикой по либерализации таможенных пошлин и процессами легализации предприятий, занимающихся внешнеэкономической деятельностью.***

В 2000-х годах в сфере текстильной промышленности произошло значительное обновление организационной структуры (свыше 70% организаций были созданы именно в течение последнего десятилетия). При этом предприятия текстильной промышленности по-прежнему размещены крайне неравномерно, большая часть из них сосредоточена в столичных регионах и традиционно в Ивановской области.

Текстильная промышленность представлена двумя группами участников рынка: с одной стороны, это большое количество мелких и средних предприятий и индивидуальных предпринимателей, а с другой — небольшое количество крупных компаний, что согласуется с европейским опытом. Благодаря наличию второй группы отрасль можно отнести к высококонцентрированным, хотя масштабы концентрации, по всей видимости, еще сильно уступают

европейским рынкам. Тем не менее на протяжении 2000-х годов в российской текстильной промышленности нарастала поляризация в уровне производительности труда, приведшая к 2011 г. к огромным разрывам в ее уровне между верхним и нижним квантилями предприятий (28,7 раза).

Относительно небольшая доля предприятий текстильной промышленности в настоящее время вовлечена во внешнеэкономическую деятельность. ***По уровню производительности труда и по всем другим ключевым показателям (средний уровень выручки, численность занятых) предприятия, занимающиеся экспортом и импортом, во много раз опережают предприятия, работающие исключительно на отечественном рынке.***

Увеличение оборота крупных и средних организаций текстильной промышленности, наблюдаемое в 2000-х годах, сопровождается сокращением численности занятых. Данный тренд обусловлен, с одной стороны, относительно низким уровнем оплаты и малопривлекательными условиями труда, а с другой — ориентацией многих производителей на замещение трудовых ресурсов новым оборудованием и автоматизированными средствами, что приводило к общему росту производительности труда на протяжении 2000-х годов. Исключение в этом тренде составляет ткацкое производство, для которого характерно сокращение и численности работников, и объемов выпуска продукции.

На протяжении 2000-х годов росли валовая рентабельность и рентабельность продаж крупных и средних предприятий текстильной промышленности, составив в 2012 г. 11 и 3,6% соответственно. Во второй половине 2000-х годов предприятиям текстильной промышленности удалось справиться с дефицитом собственных оборотных средств, преодолев минимальный порог в 0,1. Тем не менее несколько настораживает то обстоятельство, что в последние годы значительно усилилась зависимость крупных и средних предприятий текстильной промышленности от внешних кредитов; их коэффициент финансовой автономии в настоящее время принимает критическое значение. Данное обстоятельство может оказаться существенным препятствием для привлечения инвестиций в будущем.

Производство одежды из текстильных материалов; производство одежды из кожи; выделка и крашение меха

В отличие от текстильной промышленности, *индекс интенсивности производства одежды и выделки меха*²⁰ НИУ ВШЭ в 2000-х годах демонстрирует отрицательную динамику. На рис. 2.11 видно, что постепенное снижение темпов роста объемов производства наблюдалось с 2001 г., в период кризиса оно ускорилося, а в 2011 г. производство вышло на докризисный уровень. Но за весь период рост оказался минимальным: в мае 2013 г. объемы производства были всего лишь на 1,9% выше показателя января 2000 г.

В 2012 г. общий объем *отгруженных товаров собственного производства и выполненных работ и услуг собственными силами* (без НДС и акцизов) в отрасли был равен 100,3 млрд руб. (в 2011 г. — 95,1 млрд руб.), превысив в 1,5 раза аналогичный показатель 2005 г. (см. рис. 2.12). Основная часть общего объема продаж товаров собственного производства в отрасли (95,9%) приходится на производителей одежды из текстиля, 3,8% — на предприятия сферы выделки и крашения меха, 0,3% — на производителей одежды из кожи.

Как и в случае текстильной промышленности, в посткризисный период у производителей одежды наблюдается увеличение объемов продаж собственной продукции. Однако, в отличие от текстильной промышленности, здесь в последние годы растет доля крупных и средних организаций: в 2009 г. на них приходилось 50% всех продаж, а в 2012 г. — уже 62%.

²⁰ *Индекс интенсивности промышленного производства* (индекс физического объема, очищенный от влияния календарного и сезонного факторов) представляет собой сводные темпы среднесуточных объемов выпуска за каждый месяц рассматриваемого периода по отношению к базовому периоду.

Перечень важнейших видов продукции производства одежды и выделки меха включает производственную и профессиональную одежду; верхнюю трикотажную одежду; пальто и полупальто; теплые куртки; костюмы; пиджаки, блейзеры, жакеты; брюки, бриджи, шорты, платья; юбки; бельевой трикотаж; мужские рубашки; женские блузки; корсетные изделия; рукавицы и перчатки; головные уборы; меховую и шубную овчину; женские пальто из натурального меха. Подробнее о методологии построения индексов интенсивности промышленного производства см.: URL: <http://dcenter.hse.ru/iip>

2. Состояние предприятий легкой промышленности в России
(по базам данных СПАПК, FIRA-PRO и Ruslana)

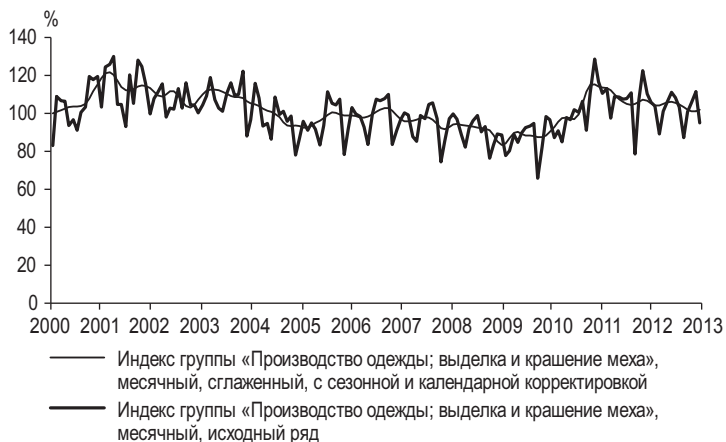


Рис. 2.11. Индекс интенсивности производства одежды и выделки меха, месячный, сглаженный, с сезонной и календарной корректировкой, РФ, с января 2000 г. по май 2013 г. (январь 2000 г. = 100%)

Источник: Фонд экономических исследований «Центр развития» НИУ ВШЭ.

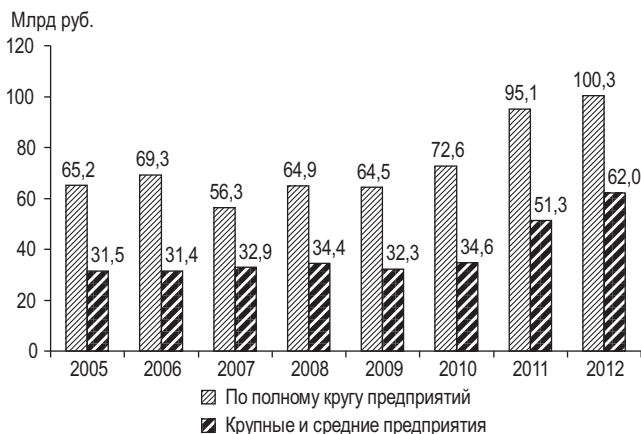


Рис. 2.12. Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами (по чистым видам деятельности), по полному кругу организаций и для крупных и средних предприятий производства одежды, выделки и крашения меха, РФ, 2005–2012 гг. (оперативные данные за январь–декабрь каждого года)

Источник: Росстат; Единый архив социологических и экономических данных НИУ ВШЭ; FIRA-PRO.

Что касается импорта, то его объемы также росли на протяжении всего периода с 1999 по 2012 г. с заметным ускорением, которое началось с 2005 г., по всей видимости, опять же связанным с либерализацией ввозных пошлин в России. Так, объемы ввоза трикотажной одежды и прочей одежды в стоимостном выражении увеличились за рассматриваемый период в 35–45 раз. В то же время экспорт одежды достиг своего максимума к 2002 г. на волне тенденции к замещению импорта в результате девальвации рубля в 1998 г. Затем с исчерпанием посткризисных эффектов рост прекратился, и к 2012 г. произошло его двукратное сокращение (см. рис. 2.13). И если в 1999 г. объем экспорта превышал импорт в 2,5–3 раза, то к 2012 г. по одежде (кроме трикотажных изделий) он стал меньше в 45 раз (в натуральном выражении — почти в 100 раз), а по трикотажной одежде это соотношение превысило 120 раз в пользу импорта (в натуральном выражении — в 180 раз).

Динамика импорта и экспорта в сфере меховых изделий отличается от ситуации в смежных товарных категориях. И импорт, и экспорт росли до 2006 г., хотя и умеренными темпами. Затем рост объемов импорта ускорился (с коротким падением в кризисный 2009 г.), перегнал по масштабам экспорт и в итоге увеличился в 19 раз, а объемы экспорта до 2010 г. снизились почти в 2 раза, чтобы резко увеличиться в 4 раза в 2011–2012 гг., главным образом по причине роста цен на соболиный мех (см. рис. 2.14). И сегодня в стоимостном выражении объем экспорта меха и меховых изделий меньше объема их импорта лишь в 1,7 раза (в натуральном выражении это соотношение намного выше — в 7 раз) (см. табл. 2.8). Данные цифры свидетельствуют о том, что экспортируется более дорогой товар (например, соболь), а ввозятся более дешевые категории меха (например, норка).

Характеристика предприятий по производству одежды из текстильных материалов

Согласно данным базы СПАРК, к середине 2013 г. в текстильной промышленности насчитывается 9114 действующих предприятий и 16 442 индивидуальных предпринимателя. Половина

2. Состояние предприятий легкой промышленности в России
(по базам данных СПАРК, FIRA-PRO и Ruslana)

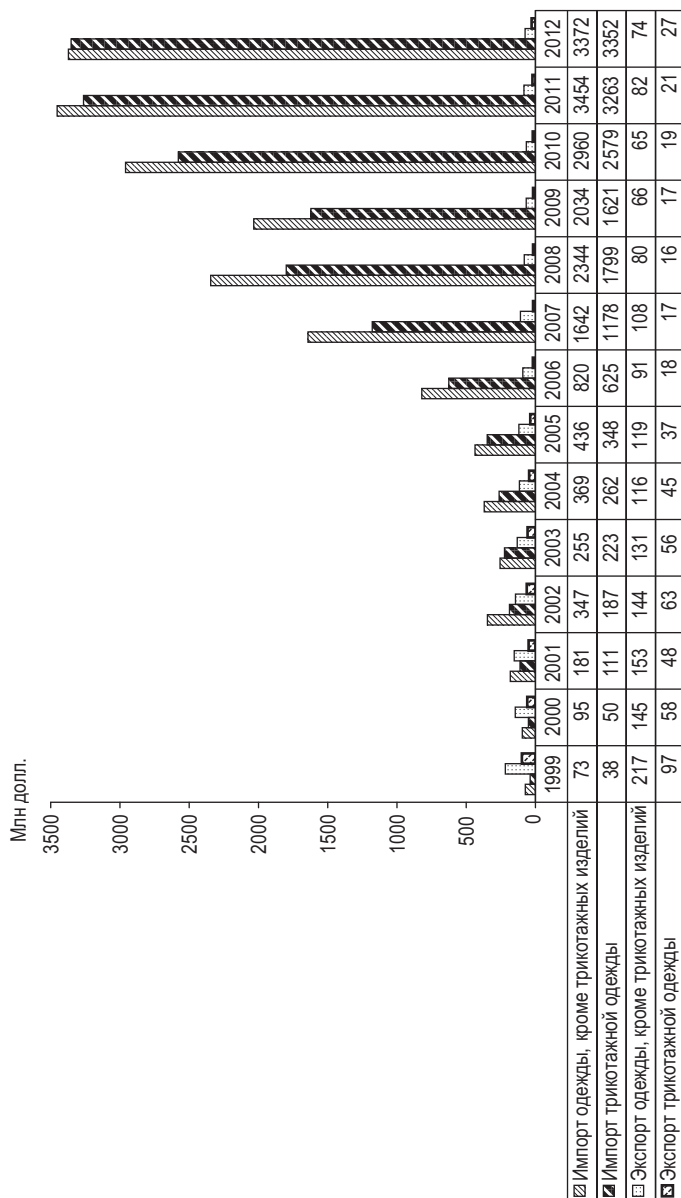


Рис. 2.13. Динамика импорта и экспорта одежды, РФ, 1999–2012 г.
Источник: FIRA-PRO.



Рис. 2.14. Динамика импорта и экспорта меха и изделий из меха, Россия, 1999–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

Таблица 2.8. Превышение объемов импорта над объемами экспорта одежды и меховых изделий, Россия, 1999–2012 гг., число раз

	1999		2005		2012	
	в стоимостном выражении	в натуральном выражении	в стоимостном выражении	в натуральном выражении	в стоимостном выражении	в натуральном выражении
Одежда, кроме трикотажных изделий	0,3	0,5	3,6	4,4	45,2	95,7
Трикотажная одежда	0,4	0,9	9,3	6,2	121,6	179,6
Натуральный и искусственный мех; изделия из него	0,8	8,2	0,8	6,2	1,7	7,1

Источник: FIRA-PRO.

всех организаций (49,6%) в сфере пошива одежды обозначают в качестве своего основного вида деятельности производство верхней одежды и почти половина всех индивидуальных предпринимателей (48,7%) действуют в сфере производства прочей одежды и аксессуаров (табл. 2.9).

Таблица 2.9. Распределение количества предприятий и индивидуальных предпринимателей в текстильной промышленности по видам деятельности в 2013 г. (июль)

	Предприятия		Индивидуальные предприниматели	
	число	доля, %	число	доля, %
Производство спецодежды	2668	29,3	2 677	16,3
Производство верхней одежды	4521	49,6	3 613	22,0
Производство нательного белья	365	4,0	2 146	13,0
Производство прочей одежды и аксессуаров	1560	17,1	8 006	48,7
Всего	9114	100	16 442	100

Примечание. Данные приведены по действующим организациям (без филиалов) и ИП, указавшим производство пошива одежды из текстильных материалов в качестве основного вида деятельности.

Источник: СПАРК.

Наибольшее число компаний, выпускающих спецодежду, функционируют в Москве (13,2%). Значительная часть производителей спецодежды представлена в Ивановской области (7,1%), в Санкт-Петербурге (6,8%), в Московской области (5,7%) и в Свердловской области (4,3%). Индивидуальные предприниматели, занятые в сфере производства спецодежды, преимущественно располагаются в Ивановской области (6,7%), в Краснодарском крае (4,3%) и в Удмуртской Республике (4,1%). Компании, занимающиеся производством верхней одежды, прочей одежды, нательного белья и аксессуаров, сосредоточены главным образом в Москве (21,4%) и в Санкт-Петербурге (8,1%). Индивидуальные предприниматели, работающие в этом сегменте, в целом равномерно представляют все регионы РФ. Однако наибольшее число индивидуальных предпринимателей в сфере пошива одежды наблюдается в Краснодарском крае (4,9%).

В сфере пошива одежды из текстильных материалов насчитывается 21,2% организаций, созданных с 1956 г. по конец 1990-х годов. 69,2% появились в период 2000-х годов, а 9,6% организаций были учреждены в 2012–2013 гг.

В сфере производства одежды малые предприятия, включая микропредприятия, составляют абсолютное большинство (90,2%), на них приходится 42% занятых и 45,2% выручки (см. табл. 2.10).

Таблица 2.10. Структура российской отрасли производства одежды из текстильных материалов в 2011 г.

Число работников на предприятии, чел.	Производство одежды						Средний доход, на 1 предприятии, млн руб.
	Количество предприятий		Занятость		Выручка		
	число	доля, %	чел.	доля, %	млн руб.	доля, %	
19 и менее	710	40,4	7 746	8,2	5 066,5	4,2	7,1
От 20 до 49	743	42,3	22 902	24,3	10 998,4	9,1	14,8
От 50 до 99	131	7,5	8 987	9,5	38 390,2	31,9	293,0
От 100 до 249	81	4,6	11 670	12,4	13 034,2	10,8	160,9
От 250 до 499	70	4	22 174	23,5	25 605,6	21,2	365,8
От 500 до 999	11	0,6	7 518	8	2 838,8	2,4	258,1
От 1000 и более	10	0,6	13 346	14,1	24 621,6	20,4	2462,1
Всего	1756	100	94 343	100	120 555,4	100	

Примечание. Расчетное количество компаний включает предприятия и их филиалы. Приведенные показатели занятости предполагают среднесписочную численность работников, значения являются расчетными на основе регрессионного анализа по методике Ruslana.

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

Доля же крупных и очень крупных предприятий насчитывает всего лишь 5,2%, при этом они обеспечивают местами 45,6% работников отрасли и формируют 44% общей выручки. Сравнив структуру отечественной отрасли производства одежды с ситуацией в Германии, мы увидим, что в России она характеризуется значительно большей поляризацией²¹. В России действуют огромное количество малых предприятий, средний доход которых в сотни раз уступает доходу крупнейших предприятий. При этом последних почти в 2 раза меньше, чем в немецкой отрасли производства одежды. По уровню производительности труда российские производители швейных изделий, как и в случае текстильных предприятий, уступают немецким. Однако данное обстоятельство может быть обусловлено еще и тем, что малый бизнес в России нередко пребывает в «серой» зоне, в результате чего мы не располагаем полными данными.

В 2011 г. средний уровень производительности труда предприятий в сфере пошива одежды из текстильных материалов рав-

²¹ Подробнее см. часть 9 данной работы («Ключевые кейсы»).

Таблица 2.11. Средний уровень производительности в текстильной промышленности, РФ, 2003–2011 гг., тыс. руб.

Год	Расчетное количество компаний	Процентили				Среднее	Медиана	80/20
		20	40	60	80			
2003	2068	35,5	165,0	640,2	710,3	430,5	531,2	20,0
2004	2415	42,6	444,4	677,8	719,5	463,7	614,0	16,9
2005	1858	24,7	163,8	437,3	704,3	400,4	269,4	28,5
2006	2183	32,3	159,1	403,3	684,9	387,3	259,9	21,2
2007	2173	39,6	169,5	382,3	695,8	417,4	268,0	17,6
2008	2112	35,9	157,4	378,6	717,6	595,5	245,5	20,0
2009	2031	22,7	104,0	267,7	671,0	560,2	167,2	29,6
2010	2122	24,2	111,1	322,4	863,5	1307,6	192,8	35,7
2011	2006	20,5	100,0	287,7	878,3	849,2	170,9	42,8
1999–2012	4582					730,7	171,6	

Примечание. Уровень производительности труда рассчитывается как выручка предприятия, поделенная на количество работников. Количество работников на предприятии является расчетным показателем на основе регрессионного анализа по методике Ruslana.

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

нялся 849,2 тыс. руб. на 1 человека. Разрыв в средней производительности труда между самыми лучшими 20% и самыми худшими 20% предприятий по этому показателю составляет 42,8 раза. Это почти в 2 раза превышает аналогичный показатель в текстильной промышленности, а также очередной раз свидетельствует о сильной поляризации отрасли. Из табл. 2.11 видно, что в конце 2000-х годов в отрасли резко возрос уровень концентрации, о чем свидетельствует рост производительности у верхнего квантиля наряду со снижением средней производительности во всех других квантилях.

Внешнеэкономическая деятельность предприятий в сфере производства одежды из текстильных материалов

Как и в других секторах, лишь малая часть производителей текстильной одежды (3,7%) вовлечена во внешнеэкономическую деятельность (см. табл. 2.12). 3,1% общего числа организаций им-

Таблица 2.12. Распределение числа производителей одежды по видам участия в ВЭД в 2012 г.

	Частота	Доля, %
Импорт и экспорт	173	1,0
Только импорт	339	2,0
Только экспорт	113	0,7
Не вовлечены в ВЭД	16 098	96,3
Всего	16 437	100

Примечание. Данные приведены по производителям одежды из текстильных материалов (ОКВЭД), включая филиалы.

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

портируют товары, поставляя их из Италии, Германии, Китая, Финляндии, с Украины, из Великобритании и т.д., а 1,7% их экспортируют, в том числе в Италию, Великобританию, Германию, на Украину, в Корею и другие страны.

Важно отметить, что, как и в случае текстильной промышленности, производители одежды, которые занимаются импортом и экспортом, оказываются заметно крупнее остальных (см. табл. 2.13). Число сотрудников у них в 5–6 раз больше, а уровень производительности при этом в 5–7 раз выше, чем у предприятий, замкнутых на локальных рынках.

Таблица 2.13. Сравнение основных показателей экономической деятельности фирм — производителей одежды из текстильных материалов, участвующих в ВЭД, с показателями предприятий, не вовлеченных в ВЭД

	Средний уровень выручки в 2011 г., млн руб.	Среднее число работников в 2011 г., чел.	Средний уровень производительности в 2011 г., тыс. руб.	Средний уровень производительности в 1999–2012 гг., тыс. руб.
Экспорт				
Есть	656,6	247,9	6063,0	4278,7
Нет	24,8	41,1	540,9	592,3
Импорт				
Есть	481,5	211,8	4225,6	3029,7
Нет	21,3	37,3	538,6	581,6

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

Характеристика предприятий в сфере производства одежды из кожи

В сфере производства одежды из кожи на территории России, по данным СПАРК, действуют 692 организации и 4196 индивидуальных предпринимателей. Организации данного сектора преимущественно зарегистрированы в Москве (40,4%), в Санкт-Петербурге (7,9%), в Московской области (5,1%) и в Свердловской области (4,9%). Индивидуальные предприниматели сосредоточены в Москве (8,9%), в Московской области (5,2%), а также в южных регионах — в Республике Дагестан (5,6%) и в Краснодарском крае (4,3%). Лишь 13,6% компаний возникли в 1990-х годах. Преобладающее большинство (86,4%) образовались в период 2000-х годов (в том числе 8,7% — в 2012–2013 гг.). Среди индивидуальных предпринимателей данного сектора также абсолютное большинство зарегистрированы в период 2000-х годов (более 60% были зарегистрированы после 2005 г.).

Доля мелких компаний здесь составляет 96,7%. В 2011 г. средняя выручка малых организаций данного сектора равнялась 7,4 млн руб., а среднее число занятых на этих предприятиях — 21,1 человека.

В 2011 г. средний уровень производительности труда в отрасли составлял 272,3 тыс. руб. на 1 человека (табл. 2.14). Производительность труда у предприятий верхнего квантиля оказалась в 196 раз (!) выше, чем производительность труда у предприятий нижнего квантиля. На протяжении 2000-х годов в отрасли наблюдалось скачкообразное изменение среднего уровня производительности труда: его рост периодически сменялся существенными падениями.

Характеристика предприятий в сфере выделки и крашения меха

В сфере выделки меха и производства меховых изделий, по данным СПАРК, насчитывается 740 организаций и 1979 индивидуальных предпринимателей. С точки зрения *территориального распределения* в меховой сфере 28,9% компаний расположены в Москве, 9,7% — в Ставропольской области, 7,7% — в Санкт-Петер-

Таблица 2.14. Средний уровень производительности в производстве одежды из кожи, РФ, 2003–2011 гг., тыс. руб.

Год	Расчетное количество компаний	Процентили				Среднее	Медиана	80/20
		20	40	60	80			
2003	74	9,5	44,0	477,0	697,1	308,8	47,3	73,4
2004	108	39,1	338,0	660,6	735,6	426,3	563,0	18,8
2005	76	0	61,0	296,1	675,3	299,1	156,5	—
2006	110	20,3	124,7	380,1	686,9	381,1	222,4	33,8
2007	108	16,6	122,4	355,3	708,5	440,5	239,4	42,6
2008	109	24,5	101,8	261,4	682,6	508,4	183,6	27,9
2009	89	20,6	65,2	194,5	486,8	274,7	103,6	23,7
2010	79	2,5	44,8	179,1	441,5	590,6	79,0	176,6
2011	76	1,3	29,3	124,9	254,8	272,3	61,1	196
1999–2012	220					401,5	104,5	

Примечание. Уровень производительности труда рассчитывается как выручка предприятия, поделенная на количество работников. Количество работников на предприятии является расчетным показателем на основе регрессионного анализа по методике Ruslana.

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

бурге, 5% — в Новосибирской области и 4,2% — в Кировской области. Что касается индивидуальных предпринимателей, то они главным образом сосредоточены в южных регионах России: 17,4% зарегистрированы в Республике Дагестан, 15,2% представлены Ставропольской областью, 5,5% находятся в Краснодарском крае и лишь 5,2% — в Москве.

В сфере выделки и крашения меха число организаций, созданных в период 1990-х годов и ранее, составляет 36,0%. Основная же часть компаний (64%) была создана в 2000-е годы (в том числе в 2012–2013 гг. — 9,1%). Особенно это касается индивидуальных предпринимателей — 94% из них зарегистрированы в 2000-е годы (более половины — после 2005 г.).

В 2011 г. в сфере производства меха и изделий из него малые предприятия составляли 85,9%. Предприятий, где средняя численность работников превышает 250 человек, насчитывается лишь

10%. Среднее количество занятых работников на одном малом предприятии — 31,3 человека, а на одном крупном — 420,6 человека. Средняя выручка для одного малого предприятия равняется 18 млн руб., а для одного крупного предприятия аналогичный показатель составляет 251,1 млн руб.

В 2011 г. средний уровень производительности труда в отрасли был равен 444,0 тыс. руб. на 1 работника в год. Разрыв в уровне производительности труда предприятий верхнего и нижнего квантилей по данному показателю составляет 96,5 раза (!) (см. табл. 2.15). Однако в отрасли наблюдаются значительные колебания от года к году, что затрудняет выявление каких-либо тенденций. Важно отметить только то, что в сфере производства меха и изделий из него в 2000-х годах также происходит усиление поляризации. Вновь мы видим нарастание разрыва между небольшой группой крупных и более производительных предприятий и основной массой мелких фирм.

Таблица 2.15. Средний уровень производительности в сфере выделки и крашения меха, РФ, 2003–2011 гг., тыс. руб.

Год	Расчетное количество компаний	Процентили				Среднее	Медиана	80/20
		20	40	60	80			
2003	93	22,3	366,6	610,9	710,3	428,5	530,0	31,9
2004	114	17,5	334,0	645,0	701,5	409,2	525,2	40,1
2005	88	0	105,3	337,8	721,0	377,1	206,4	—
2006	111	6,9	91,6	338,3	601,8	312,6	154,8	87,2
2007	110	25,5	140,1	392,0	667,3	398,3	280,2	26,1
2008	99	35,9	114,6	373,2	711,0	511,8	210,6	19,8
2009	91	18,9	82,4	212,2	698,3	386,2	132,2	36,9
2010	90	26,3	86,7	239,7	889,3	711,4	144,0	33,9
2011	79	9,0	55,3	161,8	868,2	440,0	68,8	96,5
1999–2012	195	0	53,0	199,2	674,6	366,9	83,3	

Примечание. Уровень производительности труда рассчитывается как выручка предприятия, поделенная на количество работников. Количество работников на предприятии является расчетным показателем на основе регрессионного анализа по методике Ruslana.

Источник: Ruslana.

Внешнеэкономическая деятельность предприятий сферы выделки и крашения меха

Сравнительно более заметная часть организаций рассматриваемой отрасли вовлечена во внешнеэкономическую деятельность. Так, 7,3% занимаются импортом (Австрия, Китай, Эстония, Финляндия, Германия, Италия, Литва, Польша, Корея, Украина, Великобритания), а 3,6% — экспортом (Болгария, Эстония, Германия, Нидерланды, Польша, Швеция, Узбекистан) (см. табл. 2.16).

Таблица 2.16. Распределение числа предприятий выделки и крашения меха по видам участия в ВЭД в 2012 г.

	Частота	Доля, %
Импорт и экспорт	18	2,4
Только импорт	37	4,9
Только экспорт	9	1,2
Не вовлечены в ВЭД	696	91,5
Всего	760	100

Примечание. Данные приведены по предприятиям выделки и крашения меха (ОКВЭД), включая филиалы.

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

Предприятия, вовлеченные во внешнеэкономическую деятельность, демонстрируют заметно более высокие экономические показатели (см. табл. 2.17). Так, на предприятиях, которые участвуют

Таблица 2.17. Сравнение основных показателей экономической деятельности предприятий сферы выделки и крашения меха, участвующих в ВЭД, с показателями предприятий, не вовлеченных в ВЭД

	Средний уровень выручки в 2011 г., млн руб.	Среднее число работников	Средний уровень производительности в 2011 г., тыс. руб.	Средний уровень производительности в 1999–2012 гг., тыс. руб.
Экспорт				
Есть	167,0	237,7	916,6	762,5
Нет	18,0	43,5	400,9	347,7
Импорт				
Есть	106,2	104,4	1158,5	745,0
Нет	18,2	53,8	335,9	318,8

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

в экспортно-импортных операциях, работает в 2 раза больше сотрудников, при этом их производительность труда в 2 раза выше, чем аналогичные показатели у предприятий, сконцентрированных исключительно на отечественном рынке.

Экономические и финансовые показатели крупных и средних организаций производства одежды из текстильных материалов; выделки и крашения меха

Выручка крупных и средних производителей в 2012 г. составила 74,5 млрд руб. (в 2011 г. — 60,9 млрд руб.), что в 2,2 раза превысило их выручку в 2005 г. Общий объем *выпуска продукции и услуг*²² в 2012 г. у крупных и средних предприятий сферы пошива одежды и меха составил 70,9 млрд руб. (в 2011 г. — 63,6 млрд руб.), что в 2 раза выше уровня 2005 г. Средняя численность работников на декабрь 2012 г. была равной 94,6 тыс. человек, снизившись в 1,5 раза по сравнению с декабрем 2005 г. (см. табл. 2.18).

Таблица 2.18. Выручка, объемы производства и занятость по крупным и средним организациям в сфере производства одежды; выделки и крашения меха в России в 2005–2012 гг.

	2005	2008	2009	2010	2011	2012
Выручка, млн руб.	33 713	40 135	38 080	39 773	60 963	74 498
Производство, млн руб.	35 009	36 356	36 909	42 124	63 642	70 865
Занятость, чел.*	139 300	107 829	94 999	99 592	99 236	94 564

* Средняя численность работников приведена на декабрь соответствующего года.

Источник: FIRA PRO; СПАРК.

В 2012 г. наибольший вклад в выпуск продукции крупных и средних организаций рассматриваемой отрасли был сделан производителями одежды из текстильных материалов — 97,6%. Если же

²² Выпуск продукции и услуг представляет собой суммарную стоимость товаров и услуг, являющихся результатом производственной деятельности организации в отчетном периоде. Реализованные товары и услуги включаются в выпуск по фактической рыночной стоимости, нереализованная готовая продукция — по средним рыночным ценам. Изменение незавершенного производства включается в валовой выпуск по себестоимости.

посмотреть на структуру их выпуска, то 55% приходится на производителей верхней одежды, 22,6% — на производителей спецодежды, 7,1% — на производителей нательного белья, 4,3% — на производителей прочей одежды и аксессуаров. Сравнивая структуры выпуска продукции производителей одежды в 2005 и 2012 гг., мы видим, что наибольшее сокращение претерпела доля производителей верхней одежды — с 61,3 до 55%, а наибольший рост был характерен для производителей спецодежды — с 22,6 до 33,6% (см. рис. 2.15).

Основная часть работников отрасли производства одежды; выделки и крашения меха занята в сфере пошива одежды из текстильных материалов (97,9%). Из них 54% заняты в производстве спецодежды, а 33% — в производстве верхней одежды. Важные изменения во второй половине 2000-х годов произошли в структуре занятости в сфере производства верхней одежды, где средняя численность работников в декабре 2012 г. упала в 1,6 раза по сравнению с декабрем 2005 г. (см. рис. 2.16).

В апреле 2013 г. среднемесячная заработная плата работников в отрасли «производство одежды; выделка и крашение меха» равнялась 12,2 тыс. руб., что составляло лишь 36,6% общероссий-

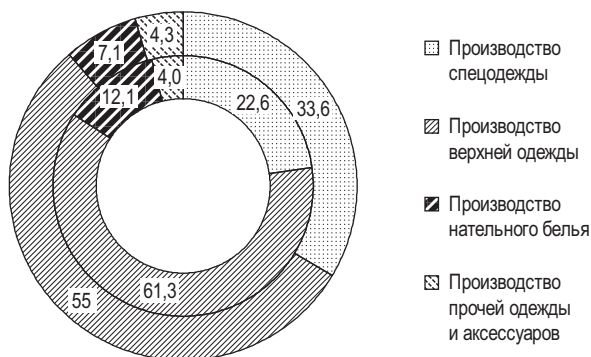


Рис. 2.15. Структура выпуска товаров и услуг крупных и средних производителей одежды из текстильных материалов в 2005 и 2012 гг.

Источник: СПАРК. Внутренний круг — 2005 г., внешний — 2012 г.

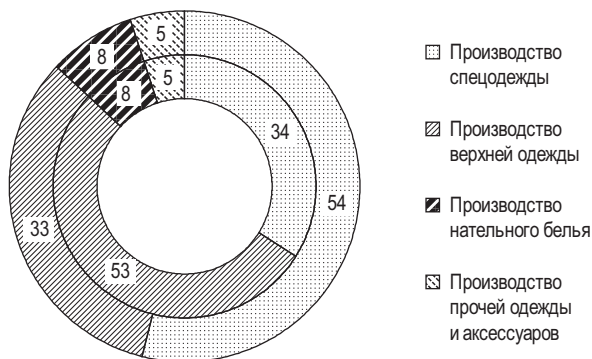


Рис. 2.16. Структура средней численности работников крупных и средних производителей одежды из текстильных материалов в 2005 и 2012 гг.

Источник: СПАРК. Внутренний круг — 2005 г., внешний — 2012 г.

ского уровня средней заработной платы. При этом у работников в сфере производства одежды, аксессуаров и прочих изделий из меха, кроме головных уборов, наблюдалась самая высокая оплата труда (25,3 тыс. руб.). С 2005 по 2013 г. стабильно более высокие заработные платы были характерны для сферы производства меха и меховых изделий. В этот же период относительное улучшение наблюдается и в производстве одежды из кожи: в 2013 г. средний уровень заработной платы увеличился здесь вдвое по сравнению с 2005 г. Что касается сферы производства одежды из текстильных материалов, то на протяжении рассматриваемого периода ситуация оставалась без изменений, однако в 2012–2013 гг. относительный средний уровень заработных плат стал понемногу снижаться.

Инвестиции и финансовые показатели крупных и средних предприятий

С середины 2000-х годов в производстве одежды из текстильных материалов наблюдается рост инвестиций в основной капитал. Объемы этих инвестиций у крупных и средних производителей одежды в 2012 г. в 3 раза превысили объемы инвестиций в основ-

ной капитал в 2005 г. (см. рис. 2.17). При этом важно отметить, что основную часть инвестиций в основной капитал составляют финансовые вложения в оборудование, транспорт и машины.

В отличие от всех других подотраслей легкой промышленности, меховая сфера характеризуется небольшими инвестиционными вложениями, которые к тому же к концу 2000-х годов претерпели двукратное сокращение по сравнению с 2005 г. (см. рис. 2.18). Хотя в 2007–2008 и 2010 гг. наблюдались некоторые позитивные всплески, в целом ситуация в этом отношении не слишком благоприятная.

Фирмы — производители одежды демонстрируют высокий уровень прибыльности. *Валовая рентабельность* в 2012 г. по сравнению с 2005 г. увеличилась в 2,4 раза, составив 37,6% (это в 3,4 раза выше, чем у предприятий текстильной промышленности), а *рентабельность продаж* — в 3 раза (с 6 до 20,1%) (см. рис. 2.19). ***Подобный уровень прибыльности предприятий кажется особенно высоким при сопоставлении с международными аналогами.***

В распоряжении крупных и средних производителей текстильной одежды находится относительно большая доля собственных оборотных средств (2012 г. — 59,8%), что почти в 3 раза превышает обеспеченность оборотными средствами крупных и средних предприятий текстильной промышленности (см. рис. 2.20).

В 2012 г. организации меховой сферы демонстрировали более низкую рентабельность, чем у производителей текстильной одежды (валовая рентабельность — 23,5%, рентабельность продаж — 6,8%) (см. рис. 2.21). Важно отметить, что в результате финансового кризиса крупные и средние предприятия меховой сферы пережили серьезное падение рентабельности в 2009 г., уровень которой им удалось восстановить лишь в 2012 г. При этом обеспеченность собственными оборотными средствами у них очень высокая (в 2012 г. — 81,8%) (рис. 2.22). ***В последние годы наблюдается удорожание сырья, поэтому для поддержания производства требуется больший оборотный капитал.***

На протяжении второй половины 2000-х годов компании швейной промышленности демонстрировали относительную устойчи-

2. Состояние предприятий легкой промышленности в России
(по базам данных СПАПК, FIRA-PRO и Ruslana)

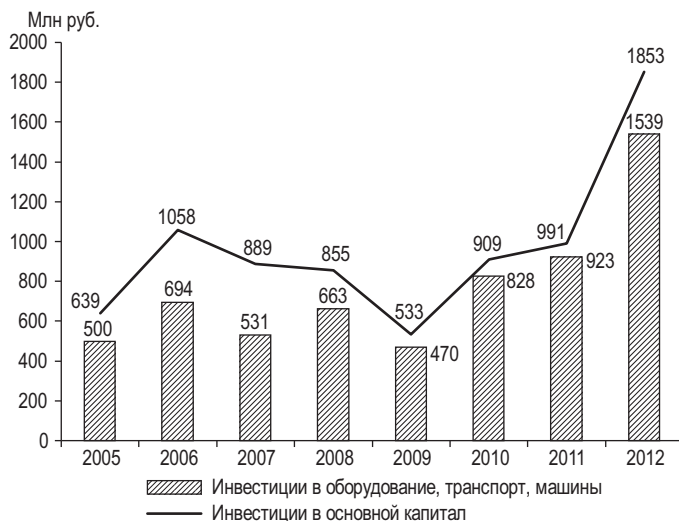


Рис. 2.17. Инвестиции в основной капитал и инвестиции в оборудование, транспорт и машины в производстве одежды из текстильных материалов, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO; расчеты авторов.



Рис. 2.18. Инвестиции в основной капитал и инвестиции в оборудование, транспорт и машины в сфере выделки и крашения меха, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO; расчеты авторов.

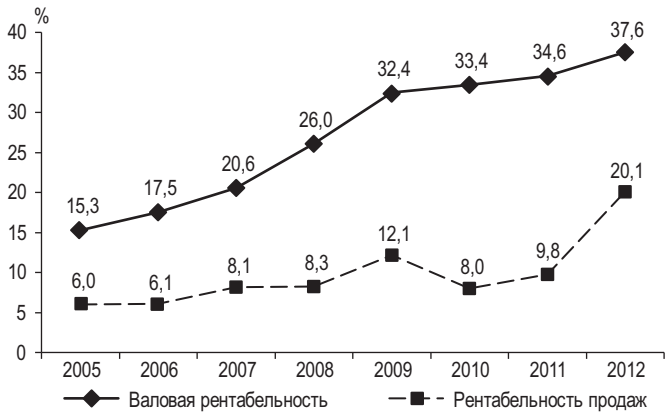


Рис. 2.19. Валовая рентабельность и рентабельность продаж крупных и средних производителей одежды из текстильных материалов, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

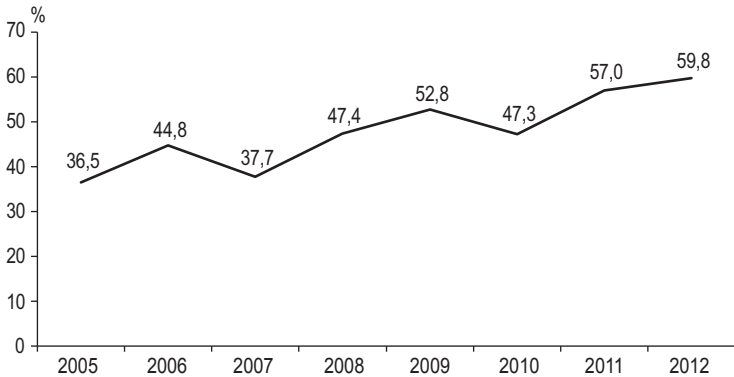


Рис. 2.20. Обеспеченность собственными оборотными средствами производителей одежды из текстильных материалов, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

вость в финансовом отношении. Коэффициент финансовой автономии предприятий сферы выделки и крашения меха был заметно выше, чем у производителей одежды из текстильных материалов. Однако в 2012 г. у производителей текстильной одежды замет-

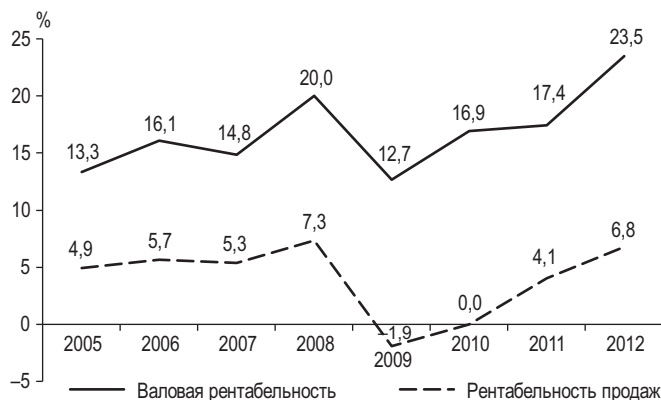


Рис. 2.21. Валовая рентабельность и рентабельность продаж производителей сферы выделки и крашения меха, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

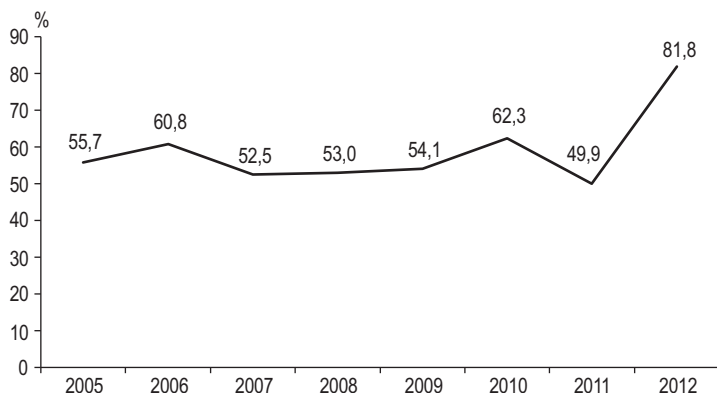


Рис. 2.22. Обеспеченность собственными оборотными средствами крупных и средних производителей сферы выделки и крашения меха, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

но увеличилась финансовая зависимость от заемного капитала (рис. 2.23). В 2012 г. по сравнению с 2011 г. у предприятий сферы выделки и крашения меха доля собственного капитала сократилась почти в 2 раза (рис. 2.24).

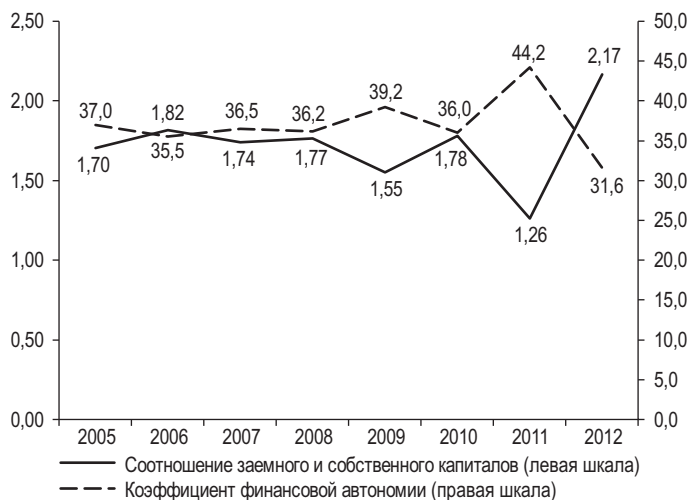


Рис. 2.23. Соотношение заемного и собственного капиталов и коэффициент финансовой автономии для производителей одежды из текстильных материалов, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.



Рис. 2.24. Соотношение заемного и собственного капиталов и коэффициент финансовой автономии для предприятий сферы выделки и крашения меха, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

У крупных и средних производителей одежды из текстиля материальные затраты составляют 48% чистой выручки от продаж, а добавленная стоимость — 52% (это тоже выше, чем в текстильной промышленности). Что же касается крупных и средних предприятий меховой сферы, то у них материальные затраты составляют 61% выручки от продаж, а 39% образует добавленная стоимость. Доля расходов на оплату труда в швейном производстве составляет 17–18% всех затрат на производство и реализацию продукции, а доля расходов на электроэнергию — 1%. В случае меховой сферы расходы на оплату труда выше и равняются 22% (в 2011 г. — 18%), а расходы на электроэнергию — 5%.

Основные выводы

Объемы производства швейной промышленности в период 2000-х годов продолжали сокращаться по сравнению с началом 1990-х. Постепенное снижение темпов роста объемов производства наблюдалось с 2001 г., в период кризиса оно ускорилося, а в 2011 г. производство вернулось на докризисный уровень. В итоге в мае 2013 г. его объемы оказались на уровне января 2000 г. В посткризисный период у производителей одежды наблюдается увеличение объемов продаж собственной продукции. При этом в отличие от текстильной промышленности здесь в последние годы растет доля крупных и средних организаций.

Объемы импорта одежды также росли на протяжении всего периода с 1999 по 2012 г. с заметным ускорением, которое началось с 2005 г. и было обусловлено в том числе либерализацией ввозных пошлин в России. Динамика импорта и экспорта в сфере меховых изделий отличается от ситуации в смежных товарных категориях. Оба росли до 2006 г., хотя и умеренными темпами. Затем рост объемов импорта ускорился (с коротким падением в кризисный 2009 г.), и импорт перегнал по масштабам экспорт.

В швейной промышленности сосредоточено наибольшее количество организаций и индивидуальных предпринимателей отрасли. Предприятия данной сферы по размеру меньше, чем предприятия текстильной промышленности. Как и в других подотрас-

лях легкой промышленности, предприятия и индивидуальные предприниматели распространены неравномерно, в большей мере они концентрируются в столичных регионах. В кожевенном и меховом секторах ведущая роль принадлежит южным регионам Российской Федерации.

Структура отечественной отрасли производства одежды характеризуется нарастанием поляризации и повышенной концентрацией. В ней действуют большое количество малых предприятий, средний доход которых в сотни раз уступает доходу крупнейших предприятий. Относительно малое количество предприятий швейной промышленности вовлечено в экспортно-импортные отношения (самыми активными участниками ВЭД являются предприятия мехового сегмента). При этом для предприятий швейной промышленности, как и для предприятий текстильной промышленности, характерно то, что организации, занимающиеся экспортом и импортом, оказываются более крупными и демонстрируют значительно более высокую производительность труда.

В 2012 г. наибольший вклад (97,6%) в выпуск продукции крупных и средних организаций рассматриваемой отрасли был сделан производителями одежды из текстильных материалов. На этом фоне роль предприятий мехового сегмента и производителей одежды из кожи оказывается совсем незначительной. Во второй половине 2000-х годов оборот и выпуск товаров производителей одежды из текстильных материалов выросли в 2 раза, в то время как оборот и выпуск производителей одежды из кожи сократились в 1,6 раза, а аналогичные показатели предприятий мехового сектора остались практически без изменений.

На протяжении 2000-х годов в швейной промышленности также наблюдалось сокращение численности работников. Во второй половине 2000-х годов общая численность занятых на крупных и средних предприятиях сократилась в 1,5 раза, главным образом за счет снижения численности работников у производителей верхней одежды. Работники в сфере производства одежды из текстильных материалов получают самые низкие заработные платы. Тем не менее именно здесь достигнута самая высокая средняя

производительность труда, которая постепенно увеличивалась в 2000-е годы.

В последние годы у крупных и средних производителей одежды из текстильных материалов значимо выросли объемы инвестиций в основной капитал, главным образом в оборудование, транспорт и машины. В отличие от них у предприятий меховой сферы объемы инвестиций в основной капитал во второй половине 2000-х годов сокращались (хотя они изначально были незначительными). В целом для предприятий швейной промышленности характерна высокая валовая рентабельность. Самые большие значения наблюдаются у производителей одежды из текстильных материалов. Можно зафиксировать, что компании швейной промышленности демонстрируют относительную финансовую устойчивость.

Производство кожи, изделий из кожи и обуви

Объемы производства

В период 2000-х годов производство кожи, изделий из кожи и обуви увеличилось почти в 2 раза: в мае 2013 г. *индекс интенсивности производства кожи, изделий из кожи и обуви*²³ был на 97,2% выше показателя января 2000 г. (см. рис. 2.25). Небольшой спад наблюдался в кризисный период, пиком которого можно считать начало 2009 г. Преодолеть кризисную ситуацию предприятиям удалось уже к концу 2009 г.

²³ *Индекс интенсивности промышленного производства* (индекс физического объема, очищенный от влияния календарного и сезонного факторов) представляет собой сводные темпы среднесуточных объемов выпуска за каждый месяц рассматриваемого периода по отношению к базовому периоду.

Перечень важнейших видов продукции производства кожи, изделий из кожи и обуви включает жесткие кожаные изделия; юфтевые кожаные изделия; чемоданы, сумки и аналогичные изделия; обувь из резины или пластмассы; обувь с верхом из кожи и из текстильных материалов. О методологии построения индексов интенсивности промышленного производства см. подробнее: URL: <http://dcenter.hse.ru/iipp>



Рис. 2.25. Индекс интенсивности производства кожи, изделий из кожи и обуви в натуральном выражении, месячный, сглаженный, с сезонной и календарной корректировкой, РФ, 2000–2013 гг.

Источник: Фонд экономических исследований «Центр развития» НИУ ВШЭ.

В 2012 г. суммарный объем отгруженных товаров собственного производства и выполненных работ и услуг собственными силами (без НДС и акцизов) в отрасли составил 55,5 млрд руб. (в 2011 г. — 48,8 млрд руб.), что в 2,3 раза выше, чем в 2005 г. (см. рис. 2.26). Из общего объема отгруженных товаров собственного производства 52,4% приходится на производителей обуви, 28,1% — на предприятия сферы дубления и отделки кожи и 19,5% — на производителей чемоданов, сумок и аналогичных изделий из кожи.

Подобно остальным подотраслям легкой промышленности, у производителей кожи, изделий из нее и производителей обуви наблюдается увеличение объемов продаж собственной продукции в посткризисный период. При этом в последние годы снижается доля крупных и средних организаций: если в 2009 г. на них приходилось 73% всех продаж, то в 2012 г. — уже 65%.

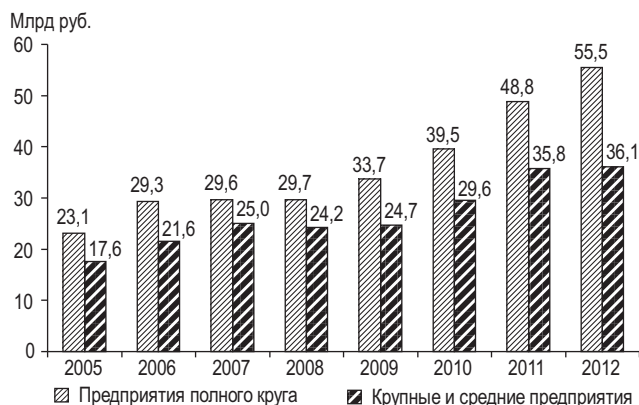


Рис. 2.26. Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами (по чистым видам деятельности), по полному кругу организаций производства кожи, производства изделий из кожи и производства обуви, РФ, 2005–2012 гг. (оперативные данные за январь–декабрь каждого года)

Источник: Росстат; Единый архив социологических и экономических данных НИУ ВШЭ; FIRA-PRO.

В части *внешнеэкономической деятельности* с 1999 по 2012 г. импорт необработанных шкур и выделанной кожи вырос в 4 раза, но в силу очень низких стартовых позиций остался на минимальном уровне. Экспорт необработанных шкур и выделанной кожи вырос в 1,5 раза, а экспорт изделий из кожи и вовсе находился на одном и том же предельно малом уровне. Лишь импорт готовых изделий из кожи продемонстрировал серьезную положительную динамику. Сначала он рос умеренными темпами до 2005 г., но затем произошло ускорение (с неизбежной короткой остановкой в кризисном 2009 г.), обусловленное во многом либерализацией пошлин, с итоговым увеличением к 2012 г. в 47 раз (см. рис. 2.27), что позволило превзойти объем экспорта в стоимостном выражении в 64 раза, а в натуральном выражении — в 151 раз (см. табл. 2.19). В сфере производства необработанных шкур и выделанной кожи, наоборот, объемы экспорта превышают импорт, но масштабы и того, и другого минимальны.

В 1999 г. импорт и экспорт обуви находились примерно на одном уровне. Затем импорт начал расти умеренными темпами

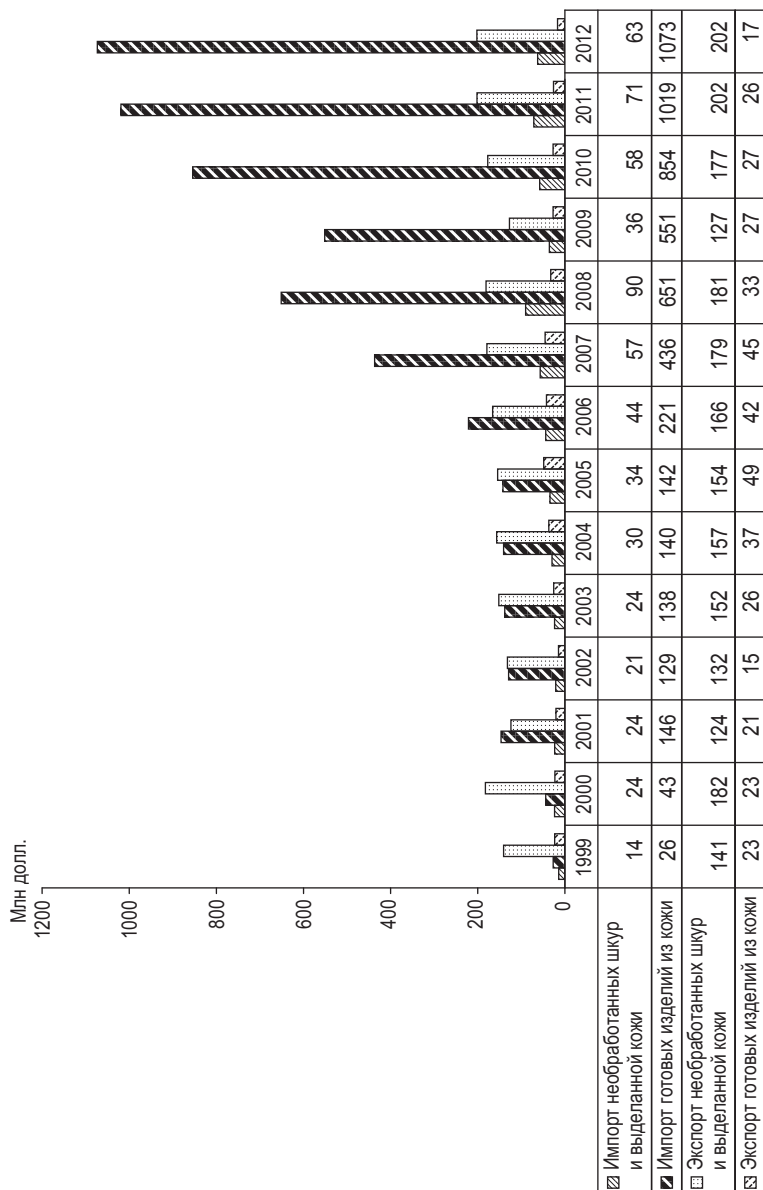


Рис. 2.27. Динамика импорта и экспорта необработанных шкур, выделанной кожи и изделий из кожи, РФ, 1999–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

Таблица 2.19. Превышение объемов импорта над объемами экспорта невыделанных шкур, изделий из кожи и обуви, Россия, 1999–2012 гг., число раз

	1999		2005		2012	
	в стоимостном выражении	в натуральном выражении	в стоимостном выражении	в натуральном выражении	в стоимостном выражении	в натуральном выражении
Необработанные шкуры и выделанная кожа	0,1	0,1	0,2	0,5	0,3	0,8
Изделия из кожи	1,1	6,0	2,9	12,2	64,1	151,0
Обувь	1,8	1,2	20,6	10,3	105,8	76,8

Источник: FIRA-PRO.

(увеличившись в 5 раз до 2004 г.), а затем ускоренным порядком (в том числе по причине либерализации пошлин), чтобы к 2012 г. увеличиться в 66 раз. Что же касается экспорта, то он так и остался на прежнем уровне в течение всего периода (см. рис. 2.28). В итоге по стоимостным объемам импорт превысил экспорт более чем в 100 раз, а в натуральном выражении — в 76,8 раза (см. табл. 2.19). Хотя следует иметь в виду, что рост стоимостных объемов импорта во второй половине 2000-х годов может быть вызван частично процессами легализации участников ВЭД.

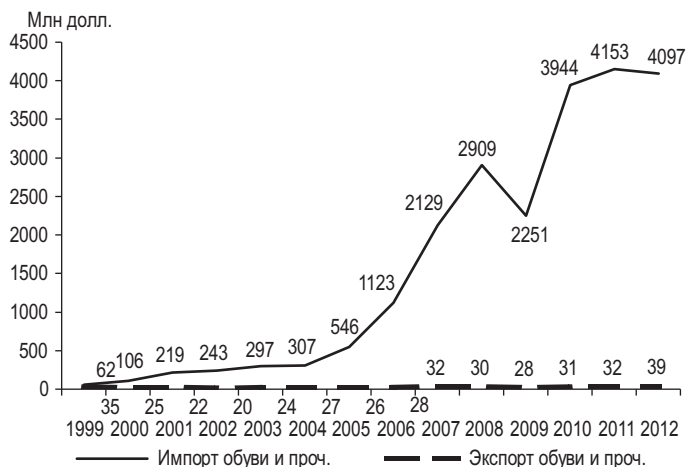


Рис. 2.28. Динамика импорта и экспорта обуви, РФ, 1999–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

Характеристика производителей обуви

Согласно данным базы СПАРК, в июле 2013 г. в сфере производства обуви насчитывается 1649 действующих предприятий и 1606 индивидуальных предпринимателей. Уровень территориальной концентрации в данной сфере умеренный. В сфере производства обуви 21,8% предприятий зарегистрированы в Москве, 7,8% действуют в Санкт-Петербурге и 5,9% — в Московской области. Что касается индивидуальных предпринимателей, то 10,8% из них представлены в Ростовской области, 6,7% — в Республике Дагестан, 5% — в Республике Саха (Якутия) и 4,8% — в Краснодарском крае. По времени 28,6% предприятий зарегистрированы в 1990-х годах и ранее, 63% возникли в период 2000-х годов и 8,4% организаций действуют лишь с 2012 г.

В сфере производства обуви по количеству преобладают малые предприятия (79,2%), на них приходится в общей сложности 21,7% занятых и 30,3% выручки (см. табл. 2.20). Доля же крупных и очень крупных предприятий в общем числе предприятий равна 8,6%, но при этом они обеспечивают местами 61,4% работников отрасли и формируют 43,5% общей выручки. Таким образом, как и в других подотраслях легкой промышленности, здесь присутствует большое количество малых предприятий, средний доход которых в десятки раз уступает среднему доходу крупнейших предприятий.

В 2011 г. средний уровень производительности у производителей обуви был равен 1039,8 тыс. руб. на 1 занятого в год. Разрыв в уровне производительности между предприятиями верхнего и нижнего квантилей составляет 41,8 раза. Из табл. 2.21 видно, что со временем компании — лидеры рынка отрывались от основной массы компаний по показателю производительности труда, хотя не исключено, что данная тенденция обусловлена в том числе более ранней легализацией крупного бизнеса.

Внешнеэкономическая деятельность предприятий

Относительно небольшая часть (12%) фирм — производителей обуви (как и в большинстве других сфер) вовлечена во внешнеэкономическую деятельность. В общем числе 10,5% компаний за-

*2. Состояние предприятий легкой промышленности в России
(по базам данных СПАРК, FIRA-PRO и Ruslana)*

Таблица 2.20. Структура российской отрасли производства обуви в 2011 г.

Число работников на предприятии, человек	Производство обуви						
	Количество предприятий		Занятость		Выручка		Средний доход на 1 предприятие, млн руб.
	число	доля, %	чел.	доля, %	млн руб.	доля, %	
19 и менее	70	30,3	767	3	694,8	2,5	9,9
От 20 до 49	80	34,6	2 553	9,8	2 282,5	8,4	28,5
От 50 до 99	33	14,3	2 318	8,9	5 312,8	19,4	161,0
От 100 до 249	28	12,1	4 383	16,9	7 153,9	26,2	255,5
От 250 до 499	7	3	2 324	8,9	1 477,5	5,4	211,1
От 500 до 999	9	3,9	6 740	25,9	5 365,8	19,6	596,2
От 1000 и более	4	1,7	6 900	26,6	5 049,4	18,5	1262,4
Всего	231	100	25 985	100	27 336,7	100	

Примечание. Расчетное количество компаний включает предприятия и их филиалы. Приведенные показатели занятости предполагают среднесписочную численность работников; значения являются расчетными на основе регрессионного анализа по методике Ruslana.

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

Таблица 2.21. Средний уровень производительности, РФ, 2003–2011 гг., тыс. руб.

Год	Расчетное количество компаний	Процентили				Среднее	Медиана	80/20
		20	40	60	80			
2003	247	41,9	179,9	671,1	709,3	404,7	517,0	16,9
2004	291	43,5	367,5	687,8	708,4	453,8	638,5	16,3
2005	250	16,0	195,4	574,6	750,3	528,2	405,5	47,0
2006	277	33,5	226,2	530,1	769,8	554,4	363,3	23,0
2007	255	46,4	249,8	558,1	982,7	690,3	378,6	21,2
2008	265	41,1	247,9	593,6	1178,5	752,5	393,6	28,7
2009	261	50,4	204,1	535,7	1019,9	716,2	348,1	20,3
2010	260	29,6	174,8	524,4	1424,4	1130,7	344,9	48,1
2011	257	33,5	203,3	646,9	1397,8	1039,8	412,2	41,8
1999–2012	534					758,3	294,3	

Примечание. Уровень производительности труда рассчитывается как выручка предприятия, поделенная на количество работников. Количество работников на предприятии является расчетным показателем на основе регрессионного анализа по методике Ruslana.

Источник: Ruslana.

нимаются импортом, поставляя товары из Китая, Чехии, Финляндии, Италии и Таджикистана, а 4,7% — экспортом (Азербайджан, Финляндия, Германия и Украина) (см. табл. 2.22).

Таблица 2.22. Распределение количества производителей обуви по видам участия в ВЭД в 2012 г.

	Частота	Доля, %
Импорт и экспорт	56	3,2
Только импорт	128	7,3
Только экспорт	26	1,5
Не вовлечены в ВЭД	1542	88,0
Всего	1752	100

Примечание. Расчетное число компаний включает филиалы.
Источник: Ruslana.

Предприятия, вовлеченные во внешнеэкономическую деятельность, демонстрируют производительность труда в 2 раза выше, чем предприятия, работающие на внутренний рынок. Фирмы-производители, участвующие в экспортно-импортных отношениях, более крупные по размеру и имеют в 2 раза выше производительность труда по сравнению с прочими предприятиями отрасли (см. табл. 2.23).

Таблица 2.23. Сравнение основных показателей экономической деятельности производителей обуви, участвующих в ВЭД, с показателями предприятий, не вовлеченных в ВЭД

	Средний уровень выручки в 2011 г., млн руб.	Среднее число работников, чел.	Средний уровень производительности в 2011 г., тыс. руб.	Средний уровень производительности в 1999–2012 гг., тыс. руб.
Экспорт				
Есть	282,9	211,7	1722,9	1491,0
Нет	71,9	90,4	906,3	679,2
Импорт				
Есть	305,7	285,3	1642,3	1318,3
Нет	37,5	46,3	831,5	632,4

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

Характеристика предприятий в сфере дубления и отделки кожи

Предприятия в сфере дубления и отделки кожи относительно малочисленны. На сегодняшний момент здесь насчитывается 203 действующие организации и 82 индивидуальных предпринимателя. Уровень территориальной концентрации в данной сфере значительно ниже, чем в ранее рассмотренных подотраслях. Лишь 26,4% компаний функционируют на территории Москвы и 6,7% — в Московской области. Индивидуальные предприниматели данного сегмента относительно равномерно распределены по регионам Российской Федерации. В сфере дубления и отделки кожи 30,2% предприятий были зарегистрированы в 1990-х годах или ранее, 55,4% появились в 2000-е годы, а 14,4% организаций существуют с 2012 г. Почти все индивидуальные предприниматели зарегистрированы в 2000-е годы (в том числе в 2012 г. — 4,8%).

В 2011 г. среднее количество работников, занятых на одном предприятии в отрасли, было относительно выше, чем во многих других сферах (183 человека). Доля предприятий с численностью более 250 человек составляет 29,7%. Средний уровень производительности труда равнялся 5061 тыс. руб. на 1 занятого. Разрыв в уровне производительности между предприятиями верхнего и нижнего квантилей в 2011 г. составляет 27,5 раза (см. табл. 2.24), хотя до этого момента здесь был самый низкий в легкой промышленности уровень поляризации.

Внешнеэкономическая деятельность предприятий

По сравнению с другими сферами легкой промышленности в сфере дубления и отделки кожи более значительная часть организаций вовлечена во внешнеэкономическую деятельность. Так, 18,1% занимаются импортом (Италия, Литва, Польша, Турция, Украина), а 21,1% — экспортом (Италия, Чехия, Польша, Испания). При этом, как и во всех предшествующих случаях, организации — участники ВЭД оказываются более крупными, чем все прочие, а их производительность труда в 6 раз выше, чем у тех, кто работает исключительно на внутреннем рынке (см. табл. 2.25).

Таблица 2.24. Средний уровень производительности в сфере дубления и отделки кожи, РФ, 2003–2011 гг., тыс. руб.

Год	Расчетное количество компаний	Проценти				Среднее	Медиана	80/20
		20	40	60	80			
2003	93	199,8	495,9	698,4	712,6	527,5	630,7	3,6
2004	114	179,7	610,2	700,4	831,3	681,7	695,4	4,6
2005	88	233,2	526,2	703,0	902,8	748,8	683,1	3,9
2006	111	286,5	647,7	736,0	1166,9	4718,8	700,7	4,1
2007	110	221,0	497,0	840,4	1432,7	5394,2	696,0	6,5
2008	99	301,3	756,1	1210,5	2311,4	5225,8	839,9	7,7
2009	91	284,1	580,7	727,0	1789,1	4271,0	686,3	6,3
2010	90	370,6	668,1	1433,2	3087,5	5245,3	925,9	8,3
2011	79	116,9	495,5	1261,6	3216,3	5061,0	935,4	27,5
1999–2012	195					3109,9	564,6	

Примечание. Уровень производительности труда рассчитывается как выручка предприятия, поделенная на количество работников. Количество работников на предприятия является расчетным показателем на основе регрессионного анализа по методике Ruslana.

Источник: Ruslana.

Характеристика предприятий по производству чемоданов, сумок и аналогичных изделий из кожи и других материалов; по производству шорно-седельных и других изделий из кожи

В сфере производства чемоданов, сумок и аналогичных изделий из кожи насчитывается 705 организаций и 485 индивидуальных предпринимателей. В данной сфере 22,5% компаний функционируют на территории Москвы и 19,9% — в Санкт-Петербурге. Что касается индивидуальных предпринимателей, то 9,8% из них работают в Москве, 9,4% — в Санкт-Петербурге, 8,6% — в Московской области и 7,6% — в Омской области. В сфере производства чемоданов, сумок и подобных изделий из кожи 21,1% предприятий зарегистрированы в 1990-х годах или ранее, 65,5% учреждены в 2000-е годы и 13,4% организаций существуют с 2012 г.

В отрасли производства чемоданов, сумок и аналогичных изделий 89% составляют малые предприятия. Средняя численность работников на 1 малое предприятие составляет 30,2 человека, а средняя выручка — 27,2 млн руб.

*2. Состояние предприятий легкой промышленности в России
(по базам данных СПАРК, FIRA-PRO и Ruslana)*

Таблица 2.25. Сравнение основных показателей экономической деятельности предприятий сферы дубления и отделки кожи, участвующих в ВЭД, с показателями предприятий, не вовлеченных в ВЭД

	Средний уровень выручки в 2011 г., млн руб.	Среднее число работников, чел.	Средний уровень производительности в 2011 г., тыс. руб.	Средний уровень производительности в 1999–2012 гг., тыс. руб.
Экспорт				
Есть	554,6	221,4	6383,8	5348,4
Нет	39,4	20,4	1533,4	1169,8
Импорт				
Есть	722,4	251,8	8250,7	6359,6
Нет	44,2	70,9	1233,4	1110,0

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

Средний уровень производительности в отрасли в 2011 г. равнялся 926,0 тыс. руб. на 1 работника. Отрыв в производительности труда предприятий верхнего квантиля от предприятий нижнего квантиля составляет в среднем 12 раз (см. табл. 2.26). Мы

Таблица 2.26. Средний уровень производительности в сфере производства чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи, РФ, 2003–2011 гг., тыс. руб.

Год	Расчетное число компаний	Процентили				Среднее	Медиана	80/20
		20	40	60	80			
2003	80	56,9	611,3	694,8	714,2	505,1	663,5	12,6
2004	98	46,8	626,8	695,5	715,4	501,5	682,4	15,3
2005	82	19,3	260,7	647,0	723,2	442,9	386,4	37,5
2006	94	82,6	329,2	596,5	780,9	485,8	426,4	9,5
2007	86	91,0	327,8	631,3	839,1	500,4	433,5	9,2
2008	88	122,2	404,2	705,7	991,1	606,7	603,0	8,1
2009	86	68,4	243,1	574,2	837,9	469,9	429,4	12,2
2010	93	101,8	374,5	677,0	2012,8	1946,4	557,8	19,8
2011	83	91,6	370,6	671,8	1083,4	926,0	558,5	11,8
1999–2012	202					1000,7	470,9	

Примечание. Уровень производительности труда рассчитывается как выручка предприятия, поделенная на количество работников. Количество работников на предприятии является расчетным показателем на основе регрессионного анализа по методике Ruslana.

Источник: Ruslana.

видим, что в целом уровень дифференциации между группами предприятий в данной сфере ниже, чем в других сферах легкой промышленности.

Внеэкономическая деятельность предприятий

Сравнительно незначительная часть организаций в данной сфере вовлечена во внешнеэкономическую деятельность, из них 4,3% занимаются импортом (в основном Франция), а 3,5% — экспортом. И подобно другим сферам легкой промышленности, предприятия, занимающиеся ВЭД, существенно превосходят предприятия, функционирующие на внутреннем рынке, по показателям объема выручки и производительности труда (см. табл. 2.27).

Экономические и финансовые показатели крупных и средних организаций по производству кожи, изделий из кожи и по производству обуви

Выручка крупных и средних производителей в 2012 г. составила 34,5 млрд руб. (в 2011 г. — 35,0 млрд руб.), что в 1,7 раза превышает их выручку в 2005 г. Суммарный объем *выпуска продукции и услуг*

Таблица 2.27. Сравнение основных показателей экономической деятельности производителей чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи, участвующих в ВЭД, с показателями предприятий, не вовлеченных в ВЭД

	Средний уровень выручки в 2011 г., млн руб.	Среднее число работников, чел.	Средний уровень производительности в 2011 г., тыс. руб.	Средний уровень производительности в 1999–2012 гг., тыс. руб.
Экспорт				
Есть	70,7	55,6	1865,2	2190,4
Нет	38,9	69,1	782,5	877,2
Импорт				
Есть	133,3	144,9	1865,5	2741,1
Нет	26,4	50,2	751,5	788,0

Источник: Ruslana; расчеты авторов.

отрасли «Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви» в 2012 г. равен 38,5 млрд руб. (в 2011 г. — 38,3 млрд руб.), по сравнению с 2005 г. его уровень вырос в 2 раза (см. табл. 2.28). В структуре выпуска продукции и услуг преобладают производители обуви (56,8%), за ними следуют компании, занимающиеся дублированием и отделкой кожи (39,8%).

Таблица 2.28. Выручка, объемы производства и занятость по крупным и средним организациям в сфере производства кожи, изделий из кожи и производства обуви в России

	2005	2008	2009	2010	2011	2012
Выручка, млн руб.	20 111	27 226	27 960	29 646	34 961	34 486
Производство, млн руб.	18 988	25 296	25 503	31 532	38 283	38 574
Занятость, человек	46 779	36 485	34 539	38 738	37 793	35 126

Примечание. Средняя численность работников приведена на декабрь соответствующего года.

Источник: FIRA-PRO; СПАРК.

В декабре 2012 г. в отрасли «Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви» числилось 35 126 работников. Большая часть из них (74,8%) занята в производстве обуви, 18% работников относятся к сегменту дублирования и отделки кожи, 7,2% трудятся в сфере производства чемоданов, сумок и аналогичных изделий из кожи и других материалов. В период с 2005 по 2013 г. средняя численность работников кожевенной отрасли сократилась в 1,5 раза. Рассматриваемый сегмент легкой промышленности характеризуется низким уровнем *оплаты труда*. В апреле 2013 г. среднемесячная заработная плата работников отрасли «Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви» равнялась 16,1 тыс. руб., что составляет 48,1% общероссийского уровня средней заработной платы.

Инвестиции и финансовые показатели предприятий

В 2012 г. объемы инвестиций в основной капитал кожевенной отрасли и производства обуви увеличились в 2 раза. При этом инвестиции поступали неравномерно: пики пришлись на 2006, 2009 и 2011 гг. (см. рис. 2.29). В 2010–2012 гг. инвестиции в оборудование составляли лишь 50% инвестиций в основной капитал.



Рис. 2.29. Инвестиции в основной капитал и инвестиции в оборудование, транспортные средства и машины в сфере дубления кожи, производства чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи, производства обуви, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

Предприятия в сфере дубления и отделки кожи имеют уровень рентабельности, сходный с уровнем текстильных предприятий (в 2012 г. *валовая рентабельность* — 10,3%, *рентабельность продаж* — 4%) (см. рис. 2.30). При этом они испытывают существенную нехватку собственных оборотных средств, что особенно характерно для периода 2006–2007 гг. (см. рис. 2.31).

У производителей обуви *валовая рентабельность* и *рентабельность продаж* заметно выше (18,5 и 9% соответственно), чем у предприятий сферы дубления и отделки кожи (см. рис. 2.32). При этом во второй половине 2000-х годов у производителей обуви постепенно возрастала обеспеченность собственными оборотными средствами, которая увеличилась в 2012 г. в 2,6 раза по сравнению с 2005 г. (см. рис. 2.33).

У производителей чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи самый высокий уровень *валовой рентабельности*, который в 2012 г.

2. Состояние предприятий легкой промышленности в России
(по базам данных СПАРК, FIRA-PRO и Ruslana)

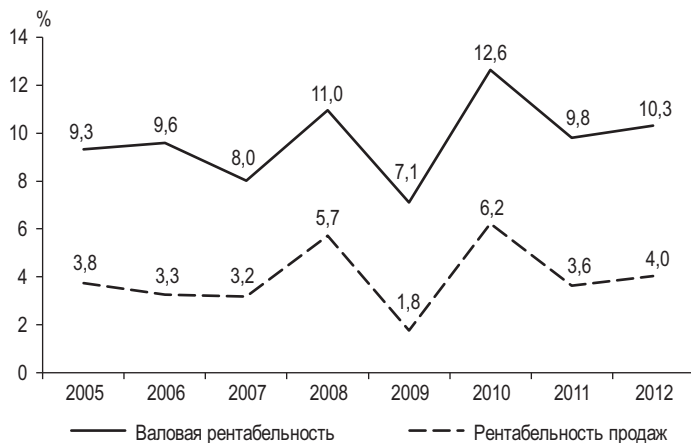


Рис. 2.30. Валовая рентабельность и рентабельность продаж крупных и средних предприятий дубления и отделки кожи, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

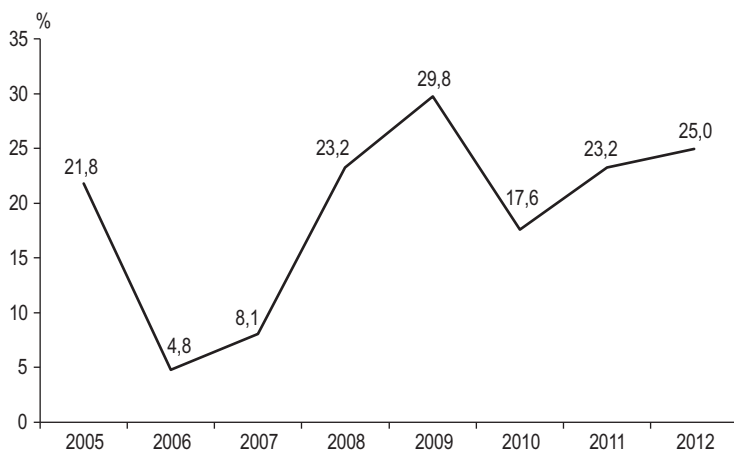


Рис. 2.31. Обеспеченность собственными оборотными средствами крупных и средних предприятий дубления и отделки кожи, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

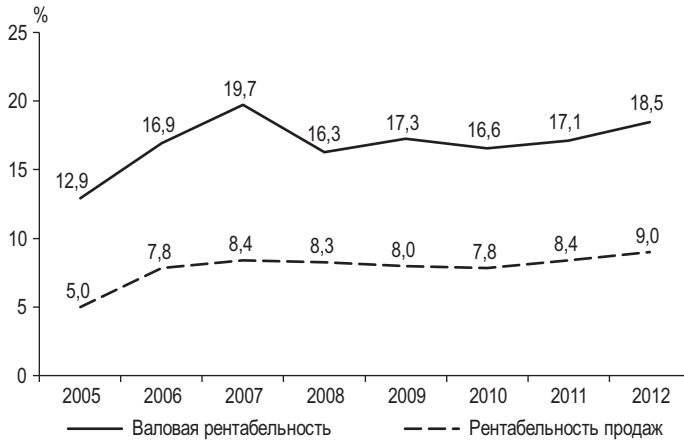


Рис. 2.32. Валовая рентабельность и рентабельность продаж крупных и средних производителей обуви, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

был равен 20,2% (см. рис. 2.34). В дополнение предприятия данного сегмента обеспечены собственными оборотными средствами на уровне российских нормативов, правда, после 2010 г. эта обеспеченность демонстрирует тенденцию к снижению (см. рис. 2.35).

В конце 2000-х годов финансовая устойчивость компаний кожевенной отрасли в целом постепенно повышалась. При этом предприятия сферы дубления и отделки кожи в 2009–2012 гг. резко снизили объемы внешних заимствований (см. рис. 2.36). Подобное снижение, хотя и в более сглаженной форме, продемонстрировали предприятия — производители обуви (см. рис. 2.38). А у производителей чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи объемы внешних заимствований в этот период, наоборот, возросли, а финансовая автономия снизилась (см. рис. 2.37). Что касается производителей обуви, то их показатели финансовой независимости, как и многих других подотраслей легкой промышленности, ниже российских нормативов (0,5 и более). Им также пришлось опираться на заемные средства в период кризиса. Однако начиная

2. Состояние предприятий легкой промышленности в России
(по базам данных СПАРК, FIRA-PRO и Ruslana)

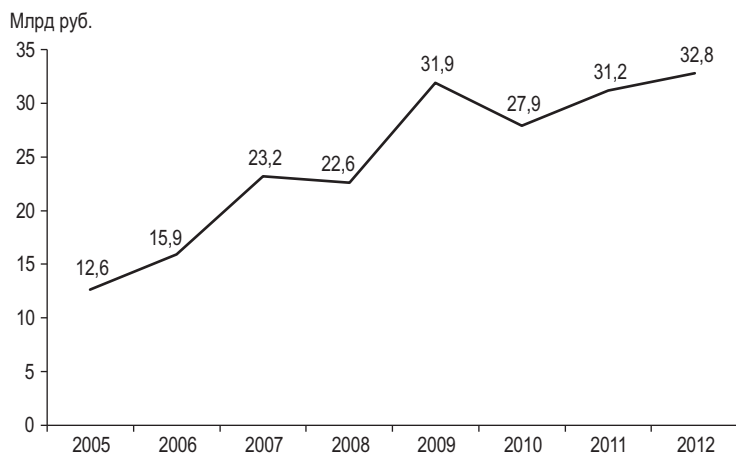


Рис. 2.33. Обеспеченность собственными оборотными средствами крупных и средних производителей обуви, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

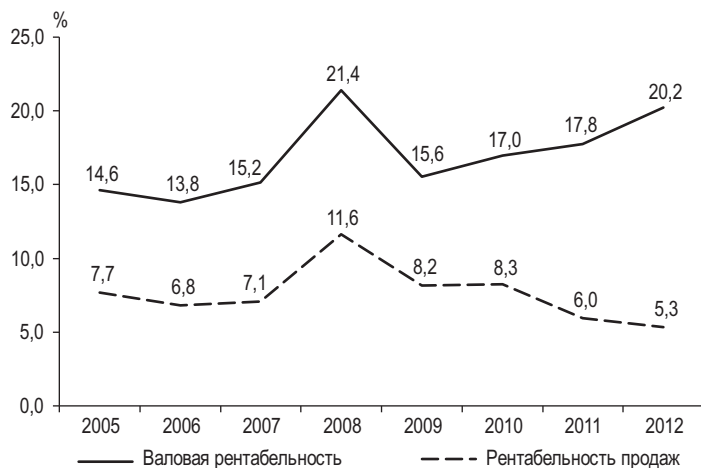


Рис. 2.34. Валовая рентабельность и рентабельность продаж производителей чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

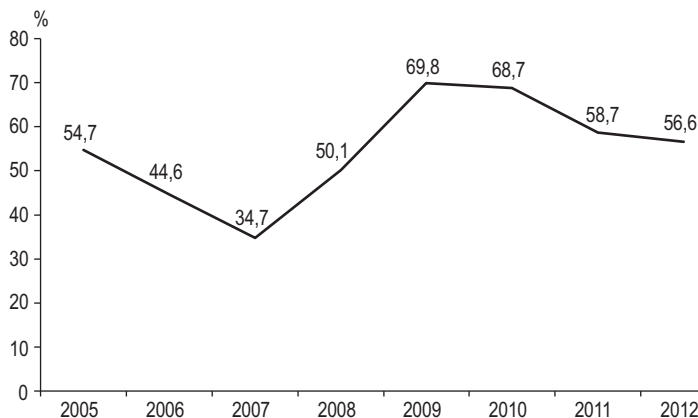


Рис. 2.35. Обеспеченность собственными оборотными средствами производителей чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.



Рис. 2.36. Соотношение заемного и собственного капиталов и коэффициент финансовой автономии предприятий сферы дубления и отделки кожи, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

2. Состояние предприятий легкой промышленности в России
(по базам данных СПАРК, FIRA-PRO и Ruslana)

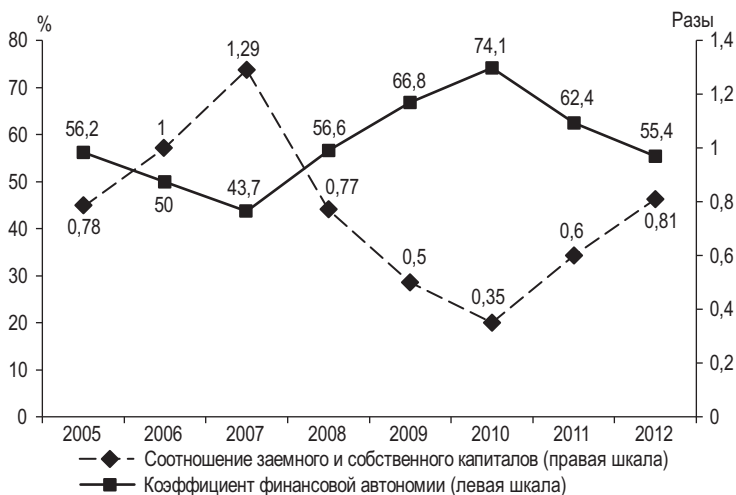


Рис. 2.37. Соотношение заемного и собственного капиталов и коэффициент финансовой автономии у производителей чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.



Рис. 2.38. Соотношение заемного и собственного капиталов и коэффициент финансовой автономии у производителей обуви, РФ, 2005–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

с 2010 г. производители обуви постепенно повышали свою финансовую устойчивость.

Применительно к структуре расходов отметим, что в 2011 г. у производителей обуви материальные затраты составляли 61% выручки от продаж, а добавленная стоимость — 39%. При этом доля затрат на заработную плату в общей совокупности расходов была равна 20–21%. У производителей чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи материальные затраты образуют 43% чистой выручки продаж, а добавленная стоимость — 57%. Расходы на заработную плату равны 36% затрат на производство и реализацию готовой продукции. Что касается предприятий сферы дубления и отделки кожи, то в 2012 г. у них доля расходов на заработную плату была значительно ниже — лишь 12%.

Основные выводы

В период 2000-х годов производство кожи, изделий из кожи и обуви увеличилось почти в 2 раза. В посткризисный период у производителей кожи, изделий из нее и производителей обуви наблюдается увеличение объемов продаж собственной продукции. При этом доля крупных и средних организаций в последние годы снижается.

Наиболее малочисленной по количеству предприятий отраслью выступает сфера дубления и отделки кожи. Однако здесь выше доля предприятий более крупного бизнеса. Они также характеризуются самой высокой в легкой промышленности производительностью труда, здесь и большая доля предприятий — участников ВЭД.

Как и во всех других секторах легкой промышленности, на протяжении 2000-х годов уровень производительности в подотрасли возрастал. Наилучшие экономические результаты демонстрируют предприятия, участвующие во внешнеэкономической деятельности.

Во второй половине 2000-х годов выпуск товаров и услуг крупных и средних организаций кожевенной отрасли и производства обуви вырос в 2 раза. Если сравнивать с международным опытом, то рентабельность продаж, наблюдаемую у производителей обуви,

а также у производителей чемоданов, сумок и аналогичных изделий, можно считать весьма высокой.

Самый высокий уровень обеспеченности собственными оборотными средствами показывают производители чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи. Они же наиболее автономны в финансовом плане. Относительно высока степень зависимости от заемных средств во второй половине 2000-х годов у предприятий сферы дубления и отделки кожи.

Сравнительные характеристики отраслей легкой промышленности (общие выводы)

1. *После обвала 1990-х годов в период 2000-х годов экономические показатели большинства отраслей легкой промышленности демонстрируют умеренную положительную динамику.* Финансовый кризис 2008–2009 гг. временно ухудшил ситуацию. Однако производство изделий легкой промышленности относительно быстро восстановилось и начиная с 2010 г. по многим показателям превзошло докризисный период. Хотя уровня производства начала 1990-х годов еще достичь не удалось, и разрыв остается значительным.

2. *Рост продаж товаров собственного производства в разных секторах неравномерен.* В период с 2005 по 2012 г. быстрее всего росли продажи собственной продукции производителей обуви (они увеличились в 2,3 раза), предприятий текстильной промышленности (в 2 раза), предприятий швейного производства (в 1,5 раза).

3. *В отношении динамики импорта и экспорта почти по всем товарным категориям наблюдается сходная логика развития.* В начале 2000-х годов масштабы импорта растут умеренными темпами, сдерживаемыми последствиями девальвации рубля в 1998 г. Затем по мере исчерпания возможностей импортозамещения рост импорта ускоряется, и за десятилетие объем импорта увеличивается от нескольких раз до нескольких десятков раз. *Форсирование роста стоимостных объемов импорта было обусловлено, с одной стороны, процессами легализации участников ВЭД, а с другой — государственной политикой по либерализации пошлин,* которая началась с середи-

ны 2000-х годов. Что же касается экспорта, то он, как правило, не развивается, стагнирует, оставаясь на протяжении всего периода на неизменном уровне и отставая от объемов импорта до 120 раз. Характерно и то, что разрыв между объемами импорта и экспорта в натуральном выражении, как правило, больше, чем в стоимостном, в 1,5–2 раза. Это свидетельствует о том, что импортируемая в страну продукция заметно дешевле аналогов, экспортируемых из страны.

4. Несмотря на большое число действующих предприятий и индивидуальных предпринимателей, *отрасли легкой промышленности характеризуются высокими показателями концентрации.* В производстве одежды из текстиля и производстве обуви на крупные и очень крупные предприятия приходится 44% общей выручки, в текстильной промышленности — 37% выручки. На общем фоне выделяется сегмент дубления и отделки кожи — здесь действуют небольшое число предприятий и налицо смещение в сторону крупного бизнеса. Наибольшее число предприятий и индивидуальных предпринимателей легкой промышленности — в сфере производства одежды и текстильных изделий.

5. *Предприятия всех отраслей легкой промышленности характеризуются высоким уровнем территориальной концентрации.* Они сосредоточены главным образом в столичных регионах — в Москве, Санкт-Петербурге, Московской области и в крайне небольшом количестве других областей. Так, в меховой отрасли большое количество предприятий сосредоточено в Ставропольской области, в сфере текстильного производства — в Ивановской области, в сфере пошива спецодежды также многие компании находятся в Ивановской области. В отличие от организаций индивидуальные предприниматели в большей степени расположены в регионах. Особую роль здесь играют южные регионы. Так, индивидуальные предприниматели из Республики Дагестан активны в сфере обработки меха и пошива изделий из него, а также в сфере производства одежды из кожи и обуви. Индивидуальные предприниматели, работающие в Карачаево-Черкесской Республике, количественно доминируют в текстильной отрасли. Индивидуальные предпри-

ниматели Краснодарского края лидируют в сфере пошива готовой одежды.

6. В отрасли достаточно высок уровень дифференциации между подотраслями. В 2011 г. наиболее крупными предприятиями в легкой промышленности по показателю годовой выручки являлись предприятия сферы пошива готовой одежды (годовая выручка компании-лидера составляла 24,3 млрд руб.). Затем следуют предприятия сферы дубления и отделки кожи (годовая выручка компании-лидера — 5,4 млрд руб.), текстильной промышленности (4,2 млрд руб.), производства обуви (2 млрд руб.), производства чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи (1 млрд руб.), а также меховой сферы (0,5 млрд руб.).

7. В период 2000-х годов предприятия большинства отраслей легкой промышленности демонстрируют положительную динамику по уровню производительности труда (исключение составляют только производители одежды из кожи). По среднему уровню производительности лидируют компании отрасли дубления и отделки кожи (в 1999–2012 гг. — в среднем 3108,9 тыс. руб.). Второе место принадлежит предприятиям текстильной промышленности (1102,0 тыс. руб.). За ними следуют производители чемоданов и сумок (1000,7 тыс. руб.), далее — производители обуви (758,3 тыс. руб.) и производители одежды из текстиля (730,7 тыс. руб.). Замыкают данный список предприятия по производству одежды из кожи (401,5 тыс. руб.) и меховой отрасли (366,9 тыс. руб.). **Все подотрасли легкой промышленности характеризуются огромными разрывами в производительности труда.** Эти разрывы между 20% лучших и 20% худших компаний по данному показателю со временем нарастали. Так, в 2011 г. в сфере пошива одежды из кожи производительность труда у предприятий верхнего квантиля в 196 раз (!) выше, чем производительность труда у предприятий нижнего квантиля. В меховом сегменте данный показатель составляет 97 раз (!), в сфере пошива одежды из текстильных материалов — 43 раза, в производстве обуви — 42 раза, в текстильной промышленности — 29 раз, в сфере дубления и отделки кожи — 27,5 раза, в сфере производства чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи — 12 раз. Оговорим,

что отчасти это вызвано тем, что более мелкие предприятия могут скрывать часть своей выручки.

8. *Очень небольшая доля предприятий легкой промышленности участвует во внешнеэкономической деятельности.* Более высокая доля таких предприятий наблюдается в сфере дубления и отделки кожи (24,2%), в сфере производства обуви (12%), в текстильной промышленности (10,6%), в сфере выделки и крашения меха (8,5%). В текстильной промышленности, в меховой отрасли и в производстве обуви гораздо больше предприятий, вовлеченных в импорт, а в сегменте дубления и отделки кожи выше доля предприятий, вовлеченных в экспорт (21,1%). К самым популярным странам-партнерам в части экспорта можно отнести Германию, Украину, Италию, Азербайджан, Польшу, а в импорте — Италию, Германию, Польшу, Украину, Финляндию, Китай и Турцию.

9. Во всех подотраслях легкой промышленности предприятия, участвующие во внешнеэкономической деятельности, являются более крупными по сравнению с предприятиями, которые сконцентрированы на отечественном рынке. При этом *экспортно ориентированные предприятия имеют заметно более высокую производительность труда*, которая превышает от 2 до 6 раз аналогичный показатель для всех остальных организаций.

10. *Организационная структура легкой промышленности во многом обновилась в 2000-х годах.* Большинство (как правило, около 2/3) предприятий, работающих в легкой промышленности, появились именно в эти годы. Наибольшая доля самых молодых предприятий, т.е. существующих с 2012 г., в производстве чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи (13,4%) и в текстильной промышленности (11%).

11. *В 2000-е годы выпуск готовой продукции в денежном выражении крупных и средних предприятий показывал умеренный рост.* В производстве одежды из текстиля и кожевенной отрасли он вырос в 2 раза. В текстильной промышленности значение этого показателя увеличилось в 1,5 раза. В сфере производства одежды из кожи и без того небольшой выпуск упал за этот период в 1,6 раза, в меховом сегменте значимых изменений не происходило.

12. На протяжении 2000-х годов в легкой промышленности **происходит стабильное сокращение численности работников**. В настоящее время наибольшая часть работников легкой промышленности трудятся на крупных и средних предприятиях текстильной промышленности. Однако именно здесь во второй половине 2000-х годов выбыло больше всего работников. В рассматриваемый период 2005—2012 гг. численность занятых на крупных и средних предприятиях текстильной промышленности уменьшилась почти в 3 раза, тогда как в сфере производства одежды из текстиля — в 1,5 раза, в кожевенной отрасли — на 1/3.

13. **Российская легкая промышленность характеризуется относительно низким уровнем оплаты труда**, который в среднем составляет половину (49%) от общероссийского среднего уровня заработных плат с колебаниями по отдельным секторам. В 2000-х годах при абсолютном росте уровень оплаты труда работников легкой промышленности в сравнении с общероссийском уровнем снижался, что, по всей видимости, служило одним из факторов оттока рабочей силы из отрасли.

14. **В отрасли наблюдаются очень разные уровни рентабельности**. Самая высокая валовая рентабельность в легкой промышленности наблюдается у крупных и средних производителей одежды из текстильных материалов (в 2012 г. — 32%), за ними следуют крупные и средние предприятия меховой сферы (23,5%), крупные и средние производители чемоданов и сумок (20,2%), крупные и средние производители обуви (18,5%). Замыкают этот список предприятия текстильной промышленности (11%) и компании сферы дубления и отделки кожи (10%). Наиболее высокая доля добавленной стоимости наблюдается у производителей чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи (57%), а также у производителей одежды из текстильных материалов (52%).

15. **В текстильной и швейной отраслях наблюдается тенденция к повышению уровня финансовой зависимости крупных и средних предприятий от заемных средств**. В 2012 г. самый высокий показатель соотношения заемного и собственного капиталов был в текстильной промышленности (4,2) и в меховой отрасли (3,1).

За ними следуют сфера дубления и отделки кожи (2,6) и сфера пошива одежды из текстильных материалов (2,2). Замыкают этот список производство обуви (1,7) и сфера производства чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи (0,8). Важно отметить, что в период кризиса соотношение заемных средств и собственного капитала у крупных и средних предприятий сферы дубления и отделки кожи доходило до 7,3.

16. Инвестиционная активность невысока и не слишком устойчива. Более высокие инвестиционные вложения в основной капитал (прежде всего в оборудование, транспорт и машины) характерны для крупных и средних предприятий текстильной промышленности, а самые незначительные — для меховой сферы.

17. В целом наблюдаемые процессы в отечественной легкой промышленности согласуются с трендами европейских рынков, для которых характерно масштабное сокращение числа занятых и объемов производства в конце XX и начале XXI в. Однако экономические условия, которые лежат в основе этих тенденций в России и в странах Европы, в значительной степени различны.

Приложение к части 2

Таблица П2.1. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (актуален на 2013 г.)

17. Текстильное производство	18. Производство одежды; выделка и крашение меха	19. Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви
17.1. Прядение текстильных волокон 17.11. Прядение хлопчатобумажных волокон 17.12. Кардное прядение шерстяных волокон 17.13. Гребенное прядение шерстяных волокон 17.14. Прядение льняных волокон 17.15. Изготовление натуральных шелковых, искусственных и синтетических волокон 17.16. Производство швейных ниток	18.1. Производство одежды из кожи (производство одежды из натуральной кожи или композиционной кожи) 18.2. Производство одежды из текстильных материалов и аксессуаров одежды	19.1. Дубление и отделка кожи 19.2. Производство чемоданов, сумок и аналогичных изделий из кожи и других материалов; производство шорно-седельных и других изделий из кожи 19.3. Производство обуви

*2. Состояние предприятий легкой промышленности в России
(по базам данных СПАРК, FIRA-PRO и Ruslana)*

Окончание табл. П2.1

17. Текстильное производство	18. Производство одежды; выделка и крашение меха	19. Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви
17.17. Подготовка и прядение прочих текстильных волокон 17.2.Ткацкое производство 17.21. Производство хлопчатобумажных тканей 17.22. Производство шерстяных тканей из волокон кардного прядения 17.23. Производство шерстяных тканей из волокон гребенного прядения 17.24. Производство шелковых тканей 17.25. Производство прочих текстильных тканей 17.3. Отделка тканей и текстильных изделий 17.4. Производство готовых текстильных изделий, кроме одежды 17.5. Производство прочих текстильных изделий 17.51. Производство ковров и ковровых изделий 17.52. Производство канатов, веревок, шпагата и сетей 17.53. Производство нетканых текстильных материалов и изделий из них 17.54. Производство прочих текстильных изделий, не включенных в другие группировки 17.6. Производство трикотажного полотна 17.7. Производство трикотажных изделий 17.71. Производство чулочно-носочных изделий 17.72. Производство трикотажных джемперов, жакетов, жилетов, кардиганов и аналогичных изделий	18.21. Производство спецодежды 18.22. Производство верхней одежды 18.23. Производство нательного белья 18.24. Производство прочей одежды и аксессуаров 18.3. Выделка и крашение меха; производство меховых изделий	

Источник: URL: <http://www.okvad.ru/>

3. ПРИНЦИПИАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТИЛЬНОЙ И ШВЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ В СРАВНЕНИИ СО ВСЕЙ ОБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТЬЮ (КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ)

В чем заключаются принципиальные особенности российской легкой промышленности? Каковы ее болевые точки и возможности для повышения конкурентоспособности? Для ответа на эти и многие другие более конкретные вопросы мы будем использовать количественные данные, полученные исследовательским коллективом Института анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ (далее — ИАПР НИУ ВШЭ) (руководитель — А.А. Яковлев) в ходе специальных опросов руководителей промышленных предприятий¹. Мы будем решать задачу, которая пока не выполнялась специально

¹ Данные получены в ходе серии исследовательских проектов по мониторингу и анализу конкурентоспособности российской обрабатывающей промышленности, выполненных в 2005–2010 гг. по заказу Министерства экономического развития России и Всемирного банка исследовательским коллективом Института анализа предприятий и рынков Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (руководитель — А.А. Яковлев). Мы благодарим наших коллег за предоставление данных, анализируемых в этом разделе. Мы также используем ряд важных выводов, сделанных в ходе реализации данных проектов. Подробнее об их результатах см.: Голикова В.В., Гончар К.Р., Кузнецов Б.В., Яковлев А.А. Российская промышленность на перепутье: Что мешает нашим фирмам стать конкурентоспособными. Аналитический доклад. М.: ГУ ВШЭ, 2006; Авдашева С.Б., Голикова В.В., Гончар К.Р., Долгопятова Т.Г., Кузнецов Б.В., Яковлев А.А. Предприятия и рынки в 2005–2009 годах: итоги двух раундов обследования российской обрабатывающей промышленности. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010; Очерки модернизации российской промышленности: поведение фирм / Под ред. Б.В. Кузнецова. М.: Изд. дом НИУ ВШЭ, 2013 (в печати).

на основе этих данных. Мы оценим состояние и сравнительную конкурентоспособность выборочной совокупности предприятий текстильной и швейной отраслей и сравним это состояние с ситуацией в российской обрабатывающей промышленности в целом.

Характеристика базы данных

Используемые нами данные охватывают множество социально-экономических показателей, характеризующих состояние и деятельность предприятий обрабатывающей промышленности России, включая предприятия легкой промышленности, в период докризисного подъема (2005 г.) и в период, когда отрасль вошла в финансовый кризис (2009 г.). Всего было опрошено 1002 предприятия в 2005 г. и 957 предприятий в 2009 г. Из них к легкой промышленности относились 92 предприятия в 2005 г. и 84 предприятия в 2009 г. В свою очередь, в их состав входили предприятия текстильной промышленности (включая прядение текстильных волокон, ткацкое производство, отделку тканей и текстильных изделий, производство текстильных изделий, кроме одежды, и производство трикотажных изделий) и предприятия швейной промышленности, занимающиеся производством одежды из текстильных материалов и аксессуаров одежды. К текстильной промышленности относятся 52 опрошенных предприятия в 2005 г. и 48 предприятий в 2009 г., а к швейной промышленности — 40 опрошенных предприятий в 2005 г. и 36 предприятий в 2009 г. Данные группы, конечно, невелики, но достаточны для проведения сравнительного статистического анализа. Добавим, что речь идет о панельных данных, т.е. в 2005 и 2009 гг. опрашивались те же самые предприятия, что повышает ценность сопоставлений.

На всех предприятиях по основным вопросам хозяйственной деятельности опрашивались руководители предприятий, включая генеральных и исполнительных директоров, их заместителей по экономике, финансовых и коммерческих директоров, а по вопросам занятости и оплаты труда — руководители кадровых служб и управлений по работе с персоналом.

Выборка имеет ряд важных ограничений. Во-первых, она не охватывает предприятия по производству кожаных изделий и обуви, а также предприятия, занимающиеся выделкой и крашением меха и производством меховых изделий (мы вынуждены были исключить два предприятия меховой отрасли, попавшие в эту выборку в 2009 г.). Вместе с тем в выборке представлены отрасли, обеспечивающие около 80% производства легкой промышленности в России. Во-вторых, опрашивались преимущественно крупные и средние предприятия. Следует считать, что именно они определяют лицо отрасли. Но фактическое отсутствие в выборке малых предприятий следует учитывать при интерпретации полученных результатов.

Полученные данные позволяют нам, помимо изучения показателей опрошенных предприятий легкой промышленности, производить сравнительный анализ сразу в трех измерениях:

- сравнить показатели предприятий текстильной и швейной промышленности с показателями большой группы предприятий других отраслей обрабатывающей промышленности, что позволяет выявить специфику изучаемых предприятий на более общем фоне;
- сравнить показатели предприятий текстильной и швейной промышленности между собой, демонстрируя особенности этих отраслей, занимающих смежные позиции в цепи поставок;
- проследить динамику с середины до конца 2000-х годов. Несмотря на относительно непродолжительный временной период, он включает фазу экономического роста российской экономики и последовавшую в 2008 г. фазу финансового кризиса, в ходе которой в отрасли происходили важные изменения.

Именно по этим трем измерениям мы и построим изложение анализа полученных результатов. В тех случаях, когда задаваемые вопросы в анкетах не повторялись, будем опираться на данные более позднего опроса 2009 г.

Насколько велики обследованные предприятия

Начнем с размера обследованных предприятий. В целом на общем фоне *предприятия легкой промышленности по своему размеру невелики*. Если брать медианные значения, устраняющие отдельные статистические выбросы, то по *объему годовой выручки* они уступают группе предприятий всей прочей обрабатывающей промышленности почти в 3 раза (87 млн руб. против 250 млн), причем в 2005 г. эта разница достигала 4 раз (31 млн и 129 млн руб.). Так что разрыв по этому показателю немного сокращается.

В свою очередь, швейные предприятия — более мелкие, они уступают по *объему годовой выручки* более крупным текстильным предприятиям тоже почти в 3 раза (46 млн против 126 млн руб.), и за период с 2005 г. величина разрыва в точности сохранилась (19 млн и 56 млн руб.) (вновь используются медианные значения).

По *численности занятых* среднее предприятие легкой промышленности уступает предприятиям всей прочей обрабатывающей промышленности в 1,5 раза (200 и 300 чел.), при этом численность занятых на швейных предприятиях, в свою очередь, в 1,5 раза меньше, чем на текстильных (161 и 240 чел.) (см. табл. 3.1). Заметим, что среднесписочная численность занятых на предприятиях и текстильной, и швейной промышленности в 2005—2009 гг. несколько сократилась (примерно на 10%), чего в обрабатывающей промышленности в целом не происходило — здесь средняя численность занятых даже подросла на 3—4%. *Происходит отток занятых из легкой промышленности в другие отрасли.*

Какими видами деятельности занимаются предприятия

Посмотрим, какие подразделения включают опрошенные предприятия, каковы основные виды их деятельности. Вполне естественно, большинство предприятий текстильной промышленности и все швейные предприятия занимаются *изготовлением*

готовой продукции. По другим признакам компании различаются в большей степени (см. табл. 3.1).

Разработкой, проектированием новой продукции и дизайном заняты почти две трети предприятий (63%). По сравнению с обрабатывающей промышленностью в целом, где таковых лишь половина (50%), вполне ожидаемо, что **предприятия легкой промышленности в разработке новой продукции более активны**, — отрасль, работающая на конечный спрос, должна более гибко подстраиваться под его динамику. Особенно важна эта деятельность для швейной отрасли (75% предприятий), причем вовлеченность в нее с годами возросла; в текстильной промышленности подобные звенья при-

Таблица 3.1. Размер и виды деятельности обследованных предприятий, %

Основные показатели	Обрабатывающая промышленность		Текстильная и швейная промышленность		Текстильная промышленность		Швейная промышленность	
	2005	2009	2005	2009	2005	2009	2005	2009
<i>Размер предприятий</i>								
Годовая выручка, млн руб.	129	250	31	87	56	126	19	46
Среднесписочная занятость, чел.	290	300	216	200	262	240	196	161
<i>Виды деятельности</i>								
Изготовление готовой продукции	91	86	95	92	92	85	98	100
Разработка новой продукции и дизайн	53	50	61	63	58	54	65	75
Разработка новых технологий	50	45	47	50	46	44	48	56
Транспортировка продукции	70	58	59	56	52	52	68	61
Оптовая торговля	69	60	77	72	81	67	73	81
Розничная торговля	48	39	63	49	56	42	73	56
Маркетинг и реклама	59	49	55	50	60	46	50	53
Послепродажный сервис и ремонт	36	37	11	5	8	4	15	3

сутствуют реже (54% предприятий), и их распространенность даже снижается.

Сходная ситуация наблюдается и в сфере *разработки новых технологий*, в которую вовлечена половина опрошенных предприятий легкой промышленности. Швейная отрасль и здесь более активна: доля предприятий, занятых подобными разработками, в 2005–2009 гг. выросла с 48 до 56%, в текстильной же промышленности она несколько ниже (44%) и тенденции к росту не проявляет.

По сравнению с обрабатывающей промышленностью в целом предприятия легпрома примерно в той же степени вовлечены в *транспортировку готовой продукции* (56%), *маркетинг и рекламу* (50%). При этом они чаще достраивают свою деятельность звеньями *оптовой и розничной торговли* (72 и 49%), но в 7–8 раз реже берут на себя функции *послепродажного обслуживания и ремонта* (5%) и в 2 раза реже образуют у себя *строительные подразделения* (8%). Вполне естественно, всеми процессами, связанными с продвижением, доставкой и реализацией готовой продукции, швейные предприятия занимаются чаще на 10–15%, чем текстильные. Следует сказать, что в 2005–2009 гг. распространенность этих звеньев во всей обрабатывающей промышленности снизилась: в кризисное время многие предприятия сокращали или замораживали деятельность соответствующих обслуживающих подразделений. В полной мере это коснулось предприятий текстильной промышленности, активность которых по всем этим направлениям в 2005–2009 гг. снизилась (лишь распространенность транспортных подразделений осталась на прежнем уровне). Таким образом, ***наблюдается упрощение структуры текстильных предприятий***. Со швейными предприятиями ситуация более разноречивая: здесь еще более возросла вовлеченность в оптовую торговлю, маркетинг и рекламу и, наоборот, снизилась в сферах транспортировки готовой продукции и розничной торговли, которые, видимо, чаще отдаются специальным компаниям. Таким образом, выбор швейников чаще делается в пользу достраивания оптового, а не розничного звена (последнее связано с большей ресурсоемкостью

и бóльшими сложностями с точки зрения организации деятельности для производителя). Заметно снизилась (с 15 до 3%) и доля швейных предприятий, берущих на себя послепродажное обслуживание и ремонт.

Кому принадлежат предприятия

Как правило, в России *собственность предприятий* отличается высоким уровнем концентрации и закрытости. По данным используемого опроса, в 2009 г. две трети предприятий обрабатывающей промышленности (кроме легкой промышленности) имели собственника с контрольным пакетом акций или паев (64%). Для легкой промышленности это характерно в еще большей степени. Здесь таких собственников имеют 80% предприятий, причем между текстильной и швейной отраслями в данном случае различий нет (речь идет о 67 предприятиях, у которых есть акции или паи). Заметим, что по сравнению с 2005 г. эта структура практически не изменилась.

Устойчивая структура собственности не гарантирует устойчивости позиций самих собственников — за предшествующие четыре года *смена основного собственника* произошла на каждом пятом предприятии легкой промышленности (19%), причем вдвое чаще это происходило с предприятиями текстильной, нежели швейной, отрасли (24% против 12%). Однако, хотя смена собственников и происходила достаточно активно, сама по себе она не вела к значимым улучшениям в деятельности предприятия.

Почти во всех случаях применительно к предприятиям легкой промышленности речь идет о *российских частных собственниках* (им принадлежит в среднем 95% активов, а у текстильных предприятий — 97%), во владении иностранных собственников находится 4% активов, а оставшийся процент принадлежит региональным или муниципальным органам власти (случай швейных предприятий). По доле *иностранных собственников* предприятия легкой промышленности отстают от большинства других отраслей обрабатывающей промышленности, и иностранное участие в соб-

ственности здесь почти не растет. Заметим, что, по данным ИАПР НИУ ВШЭ, *компании с иностранной собственностью в среднем по обрабатывающей промышленности отличаются более высоким уровнем производительности труда и более высокими темпами роста выручки, они также, как правило, являются экспортерами продукции.* В легкую промышленность иностранные собственники особенно не стремятся в силу относительно низкой инвестиционной привлекательности отрасли.

Подавляющая часть компаний не являются публичными — из группы обследованных предприятий акции лишь двух швейных компаний торговались на российской бирже (в 2005 г. таких компаний не было вовсе), а на зарубежные биржи из опрошенных не выходил к моменту второго опроса никто.

Основная часть опрошенных предприятий (85%) и в текстильной, и в швейной отраслях являются *независимыми компаниями* и не входят в состав более крупных холдингов. Доля независимых компаний здесь выше, чем во всей обрабатывающей промышленности (71%). Но эта независимость, по расчетам, сама по себе не является фактором, способствующим или препятствующим эффективной деятельности.

Итак, в легкой промышленности *в большинстве случаев мы имеем дело с независимыми компаниями, принадлежащими основному российскому собственнику.*

На каких рынках работают предприятия

Теперь посмотрим на территориальный аспект работы обследованных предприятий. Подавляющая их часть (80%) работают на *местных рынках* (области, края, республики), и разница между текстильной и швейной отраслями по данному показателю незначительна. Здесь реализуется примерно треть продукции (32%), при этом доля таких предприятий в швейной отрасли несколько выше, чем в текстильной (39% против 25%). Швейные предприятия более локально ориентированы (см. табл. 3.2).

Таблица 3.2. Структура рынков, на которых работают предприятия, %

	Обрабатывающая промышленность		Текстильная и швейная промышленность		Текстильная промышленность		Швейная промышленность	
	Доля пред-приятий	Доля продаж	Доля пред-приятий	Доля продаж	Доля пред-приятий	Доля продаж	Доля пред-приятий	Доля продаж
Местные рынки	82	40	80	32	81	25	78	39
Российский рынок	85	47	91	58	94	62	86	54
Рынки СНГ	52	8	35	5	52	8	14	1
Рынки дальнего зарубежья	26	5	16	6	21	5	11	6

Подавляющая часть предприятий легкой промышленности (91%) работают на более широкий *российский рынок*. На него приходится более половины общего объема продаж (58%), и доля текстильных предприятий по сравнению со швейными здесь выше (62% против 54%).

Каждое третье крупное и среднее предприятие легкой промышленности (35%) работает на *рынки СНГ* и каждое шестое (16%) — на *рынки дальнего зарубежья*. Но распределение между двумя отраслями весьма неравномерное: доля предприятий текстильной промышленности, работающих на рынки СНГ, почти в 4 раза выше, чем швейной, а в отношении рынков дальнего зарубежья и общей доли продаж продукции, идущей на экспорт, эта доля текстильной промышленности в 2 раза больше, чем в более локально организованной швейной отрасли.

По сравнению с обрабатывающей промышленностью в целом предприятия легкой промышленности в большей степени работают на российский и в меньшей степени на местные рынки. Доля предприятий, работающих на экспорт (включая рынки СНГ), меньше, чем в прочей обрабатывающей промышленности (51 и 78% соответственно), но средняя доля продаж продукции, идущей на экспорт, примерно одинакова (11 и 13%).

3. Принципиальные особенности текстильной и швейной промышленности в России в сравнении со всей обрабатывающей промышленностью (количественный анализ)

Особенно важной темой, активно обсуждаемой в последнее время, является возможность работать по *государственным заказам*. Отрасль достаточно сильно ориентирована на этот закрытый рынок. Доля предприятий легкой промышленности, работающих на этом относительно закрытом рынке, в 2005–2009 гг. заметно возросла (с 28 до 40%). Этот рост коснулся предприятий и текстильной, и особенно швейной, промышленности, где доли таких предприятий увеличились соответственно на 7 и 19%. Впрочем, ситуация развивается параллельно со всей обрабатывающей промышленностью, где эта доля также выросла на 12% (см. табл. 3.3).

Менее существенными, но тоже возрастающими по доле выступают *поставки иностранным компаниям, работающим в России*. Таковых 14% с небольшим преимуществом текстильных предприятий. Более важны *поставки на экспорт*, вовлеченность в которые также возрастает параллельно и в легкой промышленности (+7%), и в обрабатывающей промышленности в целом (+9%), хотя первая несколько уступает второй по этому параметру. Более существенную роль экспортные поставки имеют для текстильной отрасли, где доля вовлеченных предприятий превысила половину, в швейной отрасли это число стремится к трети.

Таблица 3.3. Направления поставки товаров и импорт сырья предприятиями, %

	Обрабатывающая промышленность		Текстильная и швейная промышленность		Текстильная промышленность		Швейная промышленность	
	2005	2009	2005	2009	2005	2009	2005	2009
Поставляли товары:								
по госзаказам	29	41	28	40	31	38	25	44
иностранным фирмам в России	16	25	8	14	8	17	8	11
на экспорт	46	55	37	44	48	56	23	31
Доля экспорта в продажах		9		6		7		5
Доля импорта в закупках сырья	25	14	52	50	48	51	58	50

Доля экспорта в продажах продукции легкой промышленности невелика — составляет лишь 6%, несколько уступая по этой доле обрабатывающей промышленности (9%). Разница между текстильной и швейной отраслями по данному параметру несущественна (5–6%). **И с середины 2000-х годов, несмотря на общий рост производства, доля экспорта никак не выросла.**

В объеме экспорта в легкой промышленности, как и в обрабатывающей промышленности в целом, возрастает доля стран СНГ (за 2005–2009 гг. она увеличилась с 55 до 69%) за счет снижения доли стран дальнего зарубежья. Подобные изменения особенно характерны для швейной промышленности, в то время как в текстильной отрасли сдвиги более умеренные.

В этой значительно меньшей экспортной активности, большую часть которой составляют поставки в страны ближнего зарубежья, и в преимущественной ориентации на внутренний рынок проявляется относительно низкая конкурентоспособность российских предприятий легкой промышленности по сравнению с производителями других стран. Результаты анализа, проведенного ИАПР НИУ ВШЭ, показали, что **замыкание на региональном рынке негативно влияет на производительность труда и на темпы роста производства, коррелирует с низким уровнем инноваций.** Экспортная же ориентация (особенно если речь идет о странах дальнего зарубежья), напротив, положительно связана с производительностью и инновационной активностью. В отличие от результатов ИАПР НИУ ВШЭ, указывающих также на положительное влияние экспортной ориентации на уровень рентабельности, по нашим данным, это влияние более противоречивое (см. раздел 2 данной работы).

Руководителей предприятий спросили об основных *проблемах, препятствующих развитию экспорта* продукции российской легкой промышленности. Среди них были названы (в порядке убывания значимости): конкуренция со стороны зарубежных низкотратных производителей (39%), недостаточная государственная поддержка (33%), задержки на таможне при оформлении грузов (24%), а также сложность и длительность сроков возврата НДС

(24%) (впрочем, жалобы на последнюю причину за четыре предшествующих года существенно снизились). Более болезненными почти все перечисленные параметры являются, судя по ответам, для представителей швейной промышленности.

Чрезвычайно важной для отрасли является сегодня проблема *зависимости от поставок импортного сырья*. Эта доля весьма устойчиво держится на уровне 50% для всех обследованных предприятий легпрома и для текстильных предприятий. Уровень зависимости от импортного сырья для швейной промышленности в 2005–2009 гг. несколько снизился (с 58 до 50%), приблизившись к среднеотраслевому уровню. (Заметим, что, по опросным данным, зависимость от импорта меньше, чем по данным официальной статистики.) При этом доля стран СНГ в закупке импортного сырья для легкой промышленности заметно выше, чем для обрабатывающей промышленности в целом (30% против 10% по медианным значениям), но все равно в дальнем зарубежье сырья закупается значительно больше. *Швейная промышленность закупает сырье в дальнем зарубежье почти целиком, в текстильной промышленности доли поставок сырья из СНГ и дальнего зарубежья фактически равны.*

С кем конкурируют предприятия

По числу *прямых конкурентов* на местных рынках, на российском рынке и рынках СНГ предприятия легкой промышленности сходны с предприятиями обрабатывающей промышленности в целом — это число варьирует от 2 до 7 и в целом укладывается в пределы одного десятка. А вот число конкурентов на рынках дальнего зарубежья оценивается представителями легкой промышленности в 8 раз выше (80 против 10 в обрабатывающей промышленности), что вполне может быть иллюзорными представлениями. Добавим, что швейные предприятия оценивают число своих прямых конкурентов в 1,5–2,5 раза выше, чем предприятия текстильной отрасли. Это закономерно с учетом более низких издержек входа на рынок.

Вывод об относительной важности глобальной конкуренции подкрепляется и другими результатами. В табл. 3.4 приводятся

Таблица 3.4. Структура конкуренции предприятий, %

	Обрабаты- вающая промышленность	Текстильная и швейная промышленность	Текстильная промыш- ленность	Швейная промыш- ленность
Отечественные производители	68	64	60	67
Иностранные производители на территории России	36	49	53	44
Компании-импортеры	40	71	75	63

данные о типах конкурентов, оказывающих, по мнению руководителей, заметное или сильное давление на их предприятия. По этим данным получается, что 2/3 (64%) предприятий легкой промышленности испытывают заметное или сильное *давление конкуренции* со стороны отечественных производителей, половина (49%) — со стороны иностранных предприятий, работающих на территории России, и 71% — со стороны компаний, импортирующих продукцию в Россию (см. табл. 3.4). Если сравнивать эти показатели с ситуацией по обрабатывающей промышленности в целом, то **в легкой промышленности давление со стороны иностранных производителей, и особенно со стороны импорта, заметно сильнее**. Причем в большей степени это давление испытывают текстильные предприятия, а швейные предприятия сильнее ощущают воздействие конкуренции со стороны отечественных предприятий.

С кем работают предприятия

В отрасли выстраиваются устойчивые и длительные отношения с поставщиками. На долю поставщиков, с которыми предприятия легкой промышленности работают более 5 лет, приходится более 40% закупок сырья, материалов и комплектующих. Еще треть закупок (32%) приходится на поставщиков, отношения с которыми поддерживаются от двух до пяти лет, 1/5 закупок (20%) — на по-

ставщиков, с которыми работают от полугода до двух лет, и совсем незначительная часть закупок (6%) организована с поставщиками, появившимися менее полугода назад. Различия между двумя отраслями не принципиальны. Различия с обрабатывающей промышленностью в целом также отсутствуют.

Рынок для крупных и средних предприятий высококонцентрирован. Достаточно сказать, что средняя доля крупнейшего поставщика в общем объеме закупок по стоимости составляет 50% (в текстильной отрасли — 53%, в швейной — 45%), и это больше, чем в обрабатывающей промышленности в целом (30%), а доля крупнейшего покупателя — 30%. Таким образом, **уровень ресурсной зависимости от крупных контрагентов в цепи поставок весьма высок**, что неизбежно понижает уровень гибкости в управлении цепями поставок.

Насколько распространены теневые процессы

Широкое распространение теневых процессов — типичное явление для российской экономики. Посмотрим, насколько оно характерно для изучаемой нами отрасли, насколько руководители ее предприятий вовлечены в разного рода неформальные платежи, и как часто они пытаются бороться с недобросовестными практиками.

Прежде всего руководителей предприятий попросили оценить *величину неучтенного оборота* в отрасли. Понимая приблизительность подобных оценок, мы тем не менее считаем важным рассмотреть их на уровне медианных величин, которые устраняют влияние отдельных статистических выбросов.

Итак, доля неучтенного оборота в легкой промышленности оценивается в 2009 г. в среднем на уровне 11% (в обрабатывающей промышленности — 8%). Характерно при этом, что в 2005 г. величина неучтенного оборота оценивалась руководителями выше — на уровне 17% (в обрабатывающей промышленности — 10%) (см.

табл. 3.5). Это снижение доли неучтенного оборота соответствует общей тенденции к ступенчатой легализации отечественного бизнеса на протяжении 2000-х годов, но в то же время противоречит данным Министерства экономического развития России, которое оценивает эту долю в 2011–2012 гг. значительно выше — на уровне 1/4 оборота.

Наряду с этой тенденцией обнаруживаются и более тревожные моменты. Так, распространенность *неформальных платежей за ускорение процедур* получения услуг или ускорение принятия решений от государственных органов в 2005–2009 гг. выросла в легкой промышленности с 53 до 60% (что полностью соответствует динамике в обрабатывающей промышленности в целом). Причем этот рост произошел целиком за счет деятельности предприятий швейной промышленности (увеличение с 50 до 72%).

Еще более тревожными представляются данные, касающиеся частоты дачи *взяток и откатов* при получении государственных или муниципальных заказов. Доля руководителей предприятий легкой промышленности, указавших на эту практику, выросла в 2005–2009 гг. с 24 до 44% (в обрабатывающей промышленности она осталась на прежнем уровне — 20–21%). Причем этот рост характерен практически в равной степени и для текстильной, и для швейной промышленности: в первой распространенность взяток и откатов выросла с 23 до 42%, а во второй — с 25 до 48% (см.

Таблица 3.5. Характеристики теневых процессов, %

	Обрабатывающая промышленность		Текстильная и швейная промышленность		Текстильная промышленность		Швейная промышленность	
	2005	2009	2005	2009	2005	2009	2005	2009
Доля неучтенного оборота	10	8	17	11	12	7	23	11
Неформальные платежи за ускорение процедур	51	61	53	60	56	54	50	72
Взятки и откаты за госзаказы	20	21	24	44	23	42	25	48

табл. 3.5). **Коррупционная составляющая является дополнительным фактором, препятствующим приходу иностранных инвесторов, которых останавливает непрозрачность многих процессов.**

В связи с сохранением значительной доли теневых процессов уместно спросить: как часто предприятия легкой промышленности вынуждены решать спорные вопросы посредством официальных судебных процедур? Выяснилось, что довольно часто. За четыре года, предшествующих опросу 2009 г., около половины предприятий легкой промышленности имели опыт участия в судебных разбирательствах как в качестве истца (52%), так и в качестве ответчика (47%) (разница между предприятиями текстильной и швейной отраслей здесь незначительна).

Кто работает на предприятиях

Насколько предприятия обеспечены работниками? **Уровень обеспеченности предприятий легкой промышленности рабочей силой выглядит несколько хуже, чем по обрабатывающей промышленности в целом.** Оптимальной считают численность работников на своих предприятиях 61% руководителей, а недостаточной — 29% (в обрабатывающей промышленности — соответственно 75 и 12%). Дефицит рабочей силы (там, где он есть) измеряется в среднем 10–11%. В то же время ситуация в 2005–2009 гг. довольно интенсивно менялась к лучшему: доля предприятий с оптимальной численностью за этот период выросла на 50%, а предприятий с недостаточной численностью снизилась на 40%. Это касается обеих отраслей, хотя исходная ситуация в текстильной промышленности в этом отношении была более благоприятной, и 15% руководителей даже заявляли об избытке рабочей силы (на швейных предприятиях таких лишь 3%). Итак, жалоб на дефицит кадров стало меньше, но кадровый голод отнюдь не исчез. И к основным его причинам следует отнести не только отсутствие кадров должной квалификации на местных рынках труда, но и неспособность многих предприятий платить конкурентную заработную плату.

Занятость в отрасли в целом снижается². При этом часть работников легкой промышленности трудится на началах *гибкой занятости*. Переведены на неполное рабочее время на момент 2009 г. 15% работников, в вынужденных отпусках по инициативе предприятия находились 8% работников (10% — в текстильной и 5% — в швейной отраслях).

Как выглядит уровень *образовательной подготовки* работников? Специфика предприятий легкой промышленности по сравнению со всей обрабатывающей промышленностью заключается в том, что *здесь относительно меньше работников с высшим образованием* (11% против 20%) и больше работников с профессионально-техническим образованием (33% против 21%). Лишь немного выросла (+5%) доля работников со средним профессиональным образованием. Доля работников с профессионально-техническим образованием устойчиво выше на швейных предприятиях по сравнению с текстильными (40% против 27%). Зато на текстильных предприятиях больше выпускников общеобразовательных школ — 32% против 19% в швейной отрасли.

Рабочая сила предприятий легкой промышленности, по оценкам их руководителей, характеризуется пониженным уровнем *текучести кадров*. Лишь каждый пятый работает здесь на предприятии до трех лет, а каждый второй имеет стаж работы на данном предприятии более 10 лет (во всей обрабатывающей промышленности эти показатели равны соответственно 28 и 30%, что свидетельствует о меньшей приверженности работников конкретным предприятиям). Различий между текстильной и швейной отраслями в данном случае нет. Напомним, что речь идет о крупных и средних предприятиях, значительная часть которых существует с советских времен. По оценкам экспертов, текучесть кадров в

² По данным официальной статистики, после кризисного падения уровня занятости в отрасли на 15%, в 2010–2011 гг. численность занятых в отрасли продолжает сокращаться на 3–4% в год (исключение составляет лишь производство кожи и изделий из кожи, где наблюдается некоторое увеличение занятости). Отчасти это естественное следствие растущей технической вооруженности производства.

швейной промышленности и в целом на более мелких предприятиях относительно выше ввиду более гибкой системы занятости.

По данным руководителей предприятий, основная часть занятых (95%) — жители области, края или республики. 2–3% являются жителями других регионов России (в текстильной отрасли таких несколько больше) и еще 2–3% являются выходцами из стран СНГ (их чуть больше на швейных предприятиях). Граждане из дальнего зарубежья на обследованных предприятиях не набирают и 0,5%.

Лишь каждое третье предприятие в легкой промышленности (30%) направляло своих работников на *обучение с отрывом от производства* в год, предшествовавший опросу. Чаше это делали текстильные предприятия (38% против 22% в швейной отрасли). Во всей обрабатывающей промышленности эта доля выше — 52%. К тому же обучают персонал, как правило, в малом количестве (в 2/3 случаев речь шла о группах от 1 до 5% работников) и в не продолжительные сроки (в основном — менее месяца).

По *уровню среднемесячной заработной платы* обследованные предприятия легкой промышленности к 2009 г. чуть более 1,5 раза уступали предприятиям обрабатывающей промышленности в целом (8 тыс. руб. против 12,6 тыс. руб. в месяц), что, естественно, осложняет привлечение квалифицированных работников. Тем не менее заработная плата растет в целом быстрее производительности труда. ***И в легкой промышленности наблюдается тенденция к снижению отдачи на рубль заработной платы.***

Где возникают наибольшие сложности с *привлечением рабочей силы*? По оценкам руководителей предприятий, ***наибольшее число проблем возникает с поиском квалифицированных рабочих.*** Каждый третий руководитель (35%) считает, что с этим возникают очень большие или даже неразрешимые в разумные сроки проблемы. За ними по степени сложности следуют специалисты с высшим и средним специальным образованием (14 и 12% соответственно). И легче всего находить неквалифицированных рабочих (8%), по крайней мере, ни один из опрошенных руководителей не считает эту проблему неразрешимой. Более сложным поиск квалифицированных и неквалифицированных рабочих выглядит для пред-

приятий швейной отрасли. Здесь очень большие или практически неразрешимые в разумные сроки проблемы встречаются в 42 и 17% случаев соответственно. Изменений в этом отношении за предшествующие годы произошло немного (см. табл. 3.6).

Таблица 3.6. Проблемы поиска рабочей силы разной квалификации, %

Считают очень большими или неразрешимыми проблемы с поиском	Обрабатывающая промышленность		Текстильная и швейная промышленность		Текстильная промыш- ленность		Швейная промыш- ленность	
	2005	2009	2005	2009	2005	2009	2005	2009
Специалистов с высшим образованием	15	10	12	14	10	13	16	17
Специалистов со средним специальным образованием	15	14	9	12	6	13	13	11
Квалифицированных рабочих	37	23	41	35	25	31	49	42
Неквалифицированных рабочих	5	2	7	8	4	2	11	17

Какие *стимулы* предлагаются предприятиями легкой промышленности, чтобы привлечь и удержать работников? Это конечно же уровень заработной платы. Но интересно, что этот стимул заметно менее значим, чем в остальной обрабатывающей промышленности (54% против 69%). Напомним, что уровень зарплат в изучаемой отрасли относительно менее привлекателен. Половина руководителей говорит о предоставляемых предприятием социальных услугах и о благоприятных условиях труда (48 и 45%), каждый третий (32%) обращает внимание на возможность повышения квалификации, каждый пятый (21%) считает важными условия жизни в прилегающем населенном пункте. Впрочем, по всем этим параметрам структура стимулов мало отличается от своих аналогов в обрабатывающей промышленности в целом. Но есть и отличие: руководители предприятий легкой промышленности в большей степени упирают на необходимость благоприятного социального климата в коллективе (38% против 25% в обрабатывающей промышленности).

В двух отраслях легкой промышленности сложилась различная система стимулов для привлечения и удержания работников. Именно социальный климат более важен для текстильных предприятий (48% руководителей против 28% в швейной отрасли) наряду с благоприятными условиями жизни в населенном пункте (27% против 14% в швейной отрасли). Швейные же предприятия в большей степени педалируют уровень оплаты (58% против 50% в текстильной отрасли) и предоставляемых предприятием социальных услуг (61% против 38% в текстильной отрасли), а также возможности для повышения квалификации (39% против 29% в текстильной отрасли).

Насколько производительны предприятия

Поскольку среднее предприятие легкой промышленности уступает предприятиям всей прочей обрабатывающей промышленности по объему годовой выручки почти в 3 раза, а по численности занятых — лишь в 1,5 раза, по отношению годовой выручки к численности занятых можно заключить, что предприятия легкой промышленности относительно менее производительны с разницей в производительности в 1,5–2 раза. Хотя этот разрыв в 2005–2009 гг. несколько снизился, ***по производительности труда легкая промышленность наряду с лесной и деревообрабатывающей отраслями уступает другим отраслям обрабатывающей промышленности.***

Сходная логика применима и в отношении двух отраслей легкой промышленности. Поскольку швейные предприятия уступают по объему годовой выручки более крупным текстильным предприятиям почти в 3 раза, а численность занятых на швейных предприятиях меньше, чем на текстильных, лишь в 1,5 раза, можно заключить, что швейные предприятия в среднем не только более мелкие, но также более трудоинтенсивные и менее производительные (разница в производительности достигает до 2 раз и за исследуемый период фактически не изменилась).

Важно и то, что для российских предприятий характерен существенный разброс в уровне производительности. При этом

внутриотраслевые различия существенно больше, чем различия между средними значениями для отраслей. По данным ИАПР НИУ ВШЭ, *соотношение производительности труда, измеренной по средней добавленной стоимости на одного занятого в группе 20% лучших и в группе 20% худших предприятий в легкой промышленности, в 2005 г. достигало 16 раз*. К 2009 г. этот разрыв снизился, но все равно остался существенным³. Замечено также, что производительность труда снижается с уменьшением размера поселений, в которых расположены предприятия (особенно это касается текстильной отрасли). Впрочем, там ниже и уровень конкуренции, легче выживать (по крайней мере, до определенного момента), не предпринимая серьезных усилий к изменению ситуации.

Какие стратегии вырабатываются компаниями

Российские компании сильно дифференцированы по уровню менеджмента. Начнем с того, что *горизонты планирования* в обследуемый период, к сожалению, невелики, а планирование в основном краткосрочное. Более чем в каждой третьей компании легкой промышленности (37%) горизонт планирования оказывается менее одного года, а среди текстильных предприятий таких без малого половина (46%) (в обрабатывающей промышленности в целом таких предприятий меньше — 22%). И в целом у большей части предприятий легпрома (82%) горизонты планирования не превышают 3 лет, при этом у швейных предприятий чаще всего речь идет о периоде в 1–3 года. Лишь в 5% предприятий легкой промышленности планирование, по заявлению их руководителей, осуществляется более чем на пятилетнюю перспективу. И хотя с годами доля тех, кто планирует свои действия на 1–3 года, увеличивается,

³ По используемым нами статистическим базам данных, внутриотраслевые разрывы в уровне производительности оказываются намного больше (см. раздел 2 данной работы). Но это увеличение может в сильной степени порождаться тем, что более мелкие предприятия, попадающие в число отстающих, на деле способны просто скрывать часть своей выручки.

многие предприятия продолжают управляться без четкой и сколько-либо долгосрочной стратегии.

Более важно по сравнению с временными горизонтами качество *стратегических ориентиров*, которыми руководствуются предприятия легкой промышленности в своем развитии. И здесь вырисовывается следующая картина. Стать одним из лидеров отрасли по разработке и производству уникальной продукции планируют лишь 15% предприятий, причем их доля понемногу убывала и в текстильной, и в швейной промышленности (заметим, что в обрабатывающей промышленности в целом такого рода амбиции заявляются каждым третьим предприятием). Выпускать продукцию по аналогам ведущих фирм, вопреки возможным ожиданиям, также намерены немногие — примерно каждая пятая компания и в текстильной, и в швейной отраслях. **А в качестве главного стратегического ориентира обозначается стремление закрепиться на рынке традиционной продукции.** Доля таких предприятий в легкой промышленности стабилизировалась на уровне 60%, что характерно и для текстильной, и для швейной промышленности, хотя в первой доля «традиционалистов» несколько снижается, а во второй, наоборот, повышается. В других отраслях обрабатывающей промышленности эта доля заметно меньше (39%) и продолжает снижаться.

Значимым индикатором наличия или отсутствия попыток совершенствования системы управления предприятием является *сертификация по стандартам ISO 9000* или по иным международным стандартам. Такую сертификацию прошло лишь каждое третье предприятие (31%) (напомним, что речь идет о крупных и средних компаниях). Причем речь идет в основном о текстильных предприятиях (40%), среди швейных компаний таких вдвое меньше (19%). В обрабатывающей промышленности в целом подобных компаний заметно больше — 51%. И в целом данные 2005 г. свидетельствовали о том, что **предприятия легкой промышленности были заметно менее активны по всем компонентам совершенствования системы управления предприятиями**, уступая всей прочей обрабатывающей промышленности.

Важным вопросом является то, на что ориентируются компании для *стимулирования спроса* на свою продукцию. Безусловным лидером и для двух отраслей легкой промышленности, и для обрабатывающей промышленности в целом является фактор ***достижения хорошего соотношения цены и качества продукции*** (около 80% ответов во всех случаях). Далее следуют (в порядке убывания значимости): быстрая реакция на потребности покупателей (54%), известность торговой марки (36%), предоставление более выгодных условий оплаты и послепродажного обслуживания (28%). За ними следуют производство уникальной продукции, которую никто больше не выпускает (19%), а также предложение рынку принципиально новых продуктов и хороший дизайн (по 17%). По сравнению с обрабатывающей промышленностью в целом, для предприятий легкой промышленности, в основном работающей на массовый рынок, менее важной оказывается уникальность выпускаемой продукции, а более важными — хороший дизайн, предоставление более выгодных условий оплаты и послепродажного обслуживания (в первую очередь это касается швейной промышленности) и быстрое реагирование на запросы покупателей (более важным это считают руководители текстильных предприятий) (см. табл. 3.7).

С точки зрения динамики перечисленных факторов в период 2005–2009 гг. обращает на себя внимание одно важное обстоятельство: несколько ***снижается вес факторов, относящихся к самому продукту*** (его уникальность, хороший дизайн), ***и возрастает важность маркетинговых факторов, связанных с продвижением продукта***, — известность торговой марки, реакция на запросы покупателей, предоставление покупателям более выгодных условий оплаты и сервиса.

Производятся ли инвестиции в оборудование

Физическая изношенность и моральное устаревание оборудования выступает одним из наиболее критичных моментов, характеризующих состояние отрасли. Достаточно сказать, что в 2009 г. лишь

3. Принципиальные особенности текстильной и швейной промышленности в России в сравнении со всей обрабатывающей промышленностью (количественный анализ)

Таблица 3.7. Стратегические ориентиры и факторы стимулирования спроса на продукцию, %

	Обрабатывающая промышленность		Текстильная и швейная промышленность		Текстильная промышленность		Швейная промышленность	
	2005	2009	2005	2009	2005	2009	2005	2009
<i>Стратегические ориентиры</i>								
Стать одним из лидеров по производству уникальной продукции	34	34	19	15	19	17	18	11
Выпускать продукцию по аналогам ведущих фирм	17	17	16	19	15	19	18	19
Закрепиться на рынке традиционной продукции	44	39	61	60	62	55	60	67
<i>Факторы стимулирования спроса на продукцию</i>								
Хорошее соотношение цены и качества	78	79	83	78	85	79	80	81
Быстрая реакция на потребности покупателей	38	37	49	54	48	63	50	42
Известность торговой марки	35	38	28	36	25	35	33	36
Выгодные условия оплаты и обслуживания	25	28	20	28	27	23	10	36
Производство уникальной продукции	34	30	25	19	29	21	20	14
Предложение новых продуктов	14	14	12	17	14	13	10	19
Хороший дизайн	7	7	23	17	15	8	33	28

20% машин и оборудования на опрошенных предприятиях легкой промышленности находилось в эксплуатации менее 5 лет, доля оборудования в возрасте от 5 до 10 лет составляла 16%, от 11 до 20 лет — 24%, более 20 лет — 40%. Эти показатели хуже, чем по обрабатывающей промышленности в целом. Более сложной является ситуация в текстильной промышленности, которая как раз больше всего нуждается в постоянном техническом перевооружении. Здесь вдвое меньше (по сравнению со швейной отраслью)

доля машин и оборудования в возрасте до 5 и до 10 лет и, наоборот, вдвое больше доля устаревшего оборудования, прослужившего более 30 лет (52%).

Важным показателем эффективности деятельности предприятия выступает *уровень использования производственных мощностей*. В обследуемой отрасли их загрузка в 2005–2009 гг. устойчиво находилась на уровне 70% (что соответствует среднеотраслевому показателю по всей обрабатывающей промышленности). В 2009 г. появился небольшой сдвиг: этот уровень немного повысился на предприятиях швейной промышленности (77% против 65% в текстильной отрасли). Но при существующем уровне изношенности оборудования вряд ли можно существенно поднять уровень использования производственных мощностей.

Отрасль нуждается в ускоренном и качественном техническом перевооружении, однако его темпы оставляют желать лучшего. В советский период легкая промышленность оставалась на вторых ролях. В период экономических реформ внимание к отрасли значительно упало. При дефиците инвестиций наблюдается хроническое отставание отрасли в области технического перевооружения, что особенно характерно для текстильной промышленности, где в этот период происходили относительно быстрые технологические изменения.

В 2005 г. *доля пассивных предприятий, не делающих инвестиций, составляла две трети*. К 2009 г. эта доля снизилась до половины, но в основном за счет швейных предприятий (в текстильной отрасли ситуация практически не изменилась). Интересно, что, по данным ИАПР НИУ ВШЭ, наибольшая доля активно инвестирующих компаний расположена в средних по размеру городах (от 250 тыс. жителей до 1 млн). Вполне естественно, основная часть инвестиций в основной капитал направляется именно на *приобретение машин и оборудования* (80%) (в обрабатывающей отрасли в целом этот показатель в 2009 г. равнялся 60%). Практически все закупаемые машины и оборудование в легкой промышленности — импортные (95–100%). В 2005 г. 10–12% оборудования было отечественным, но и того с тех пор не стало. Внутренний рынок такого оборудова-

ния слишком мал для машиностроительных предприятий, чтобы они начали серьезно им заниматься. Во всей же обрабатывающей промышленности доля импортного оборудования находится на уровне 60%.

Велики ли эти инвестиции? **В целом уровень инвестиций ниже, чем во всей обрабатывающей промышленности.** В 2/3 случаев (67%), по данным 2009 г., речь шла о вложениях, не превышающих 20 млн руб. в годовом исчислении (в обрабатывающей отрасли в целом таких случаев 43%). В швейной промышленности с меньшим размером предприятий уровень инвестиций закономерно меньше — указали на вложения в пределах 20 млн руб. 3/4 опрошенных (77%). На более крупных предприятиях текстильной отрасли вложения крупнее — здесь 72% ответивших указали на вложения в размере от 6 до 50 млн руб. В любом случае **по масштабам инвестиций в новое и более производительное оборудование российская легкая промышленность проигрывает большинству быстро растущих экономик.**

Руководители предприятий легкой промышленности предоставили информацию о наличии значительных инвестиций по годам с 2005 по 2008 г. Выяснилось, что с каждым годом доля компаний, осуществлявших такие инвестиции, постепенно возрастала — от 15 до 27%. Но и в конце периода половина предприятий никаких инвестиций не производили. По расчетам экспертов ИАПР НИУ ВШЭ, низкая инвестиционная активность в одном году, как правило, свидетельствует о низких инвестициях и в предшествующие годы. Это свидетельствует **о формировании групп застойных предприятий.**

Важно, что за весь период ситуация в текстильной промышленности, повторим, совершенно не менялась — сколь-либо значительные инвестиции осуществляли каждый год лишь 1/5 предприятий, а 2/3 не делали никаких инвестиций вовсе. В швейной промышленности динамика была более благоприятной. Доля предприятий, осуществлявших относительно крупные инвестиции, выросла за рассматриваемый период с 11 до 36% (здесь понижение «крупных инвестиций» может быть иным, чем в текстильной

промышленности). К тому же здесь вдвое чаще, чем в текстильной отрасли, производятся мелкие инвестиции (28% против 13%). Текстильные же предприятия по своей технологии нуждаются в более крупных инвестициях (расходы на создание текстильного предприятия могут превышать расходы на создание швейного предприятия в десятки раз), ресурсов на которые в большей части случаев не находится.

Занимаются ли предприятия инновациями

Для развития отрасли, несомненно, важно, в какой степени инвестиции сопровождаются инновационными мерами. По данным руководителей, *занимались НИОКР* в течение 2005–2009 гг. почти половина предприятий легкой промышленности (45%), в том числе постоянно — 31%. По нынешним временам это не слишком впечатляющий показатель, к тому же он несколько меньше показателя по всей обрабатывающей промышленности (58%). По масштабам расходов на НИОКР российская промышленность уступает многим странам с развивающейся экономикой.

При анализе отдельных *инноваций* выяснилось, что ситуация меняется, и, скорее, в лучшую сторону. Если в 2005 г. текстильная и швейная отрасли были в числе явных аутсайдеров, то к 2009 г. их вовлеченность в реализацию практически всех перечисленных инновационных мер заметно возросла, что вывело предприятия данных отраслей по средним показателям на уровень обрабатывающей промышленности в целом (инновационная активность в которой оставалась относительно стабильной). Доля предприятий, приобретавших за несколько предшествующих лет машины и оборудование, связанные с производством новых продуктов, повысилась с 38 до 56%; выведивших на рынок новую или значительно усовершенствованную продукцию — с 29 до 44%; внедрявших новые технологии — с 22 до 34%; проводивших маркетинговые исследования, связанные с внедрением новых продуктов, — с 27 до 33%; обучавших и готовивших персонал к внедрению новых продуктов — с 32 до 51%.

3. Принципиальные особенности текстильной и швейной промышленности в России в сравнении со всей обрабатывающей промышленностью (количественный анализ)

Характерно, что улучшение показателей происходило параллельно и в текстильной, и в швейной отраслях, хотя по показателям приобретения машин и оборудования (связанных с производством новых продуктов), внедрения новых технологий и обучения персонала швейные предприятия в итоге опережают компании текстильной отрасли. Обращает внимание и то, что **при заметном росте инновационной активности доля предприятий, не осуществлявших вообще никаких инноваций, осталась прежней — речь идет о каждом третьем текстильном предприятии и о каждом пятом швейном предприятии** (см. табл. 3.8).

Таблица 3.8. Инновационные меры, применяемые предприятиями, %

Инновационные меры	Обрабатывающая промышленность		Текстильная и швейная промышленность		Текстильная промышленность		Швейная промышленность	
	2005	2009	2005	2009	2005	2009	2005	2009
Приобретали новое оборудование	49	61	38	56	33	44	45	72
Выводили новые продукты	47	49	29	44	29	42	30	47
Внедряли новые технологии	30	37	22	34	15	25	30	44
Проводили маркетинговые исследования	34	34	27	33	29	31	25	31
Обучали персонал	41	48	32	51	21	42	45	61

По данным опроса 2009 г., эксперты ИАПР НИУ ВШЭ разделили предприятия текстильной и швейной отраслей на пять групп: глобальные инноваторы (1%), инноваторы для внутреннего рынка (10%), инноваторы только для себя (7%), имитаторы (36%) и абсолютно пассивные (46%)⁴. Таким образом, воспроизводится кластер предприятий, которые остаются вне всяких инновационных движений и, по всей видимости, стагнируют.

⁴ Авдашева С.Б., Голикова В.В., Гончар К.Р., Долгопятова Т.Г., Кузнецов Б.В., Яковлев А.А. Предприятия и рынки в 2005–2009 годах: итоги двух раундов обследования российской обрабатывающей промышленности. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010.

Насколько доступны заемные средства

Большинство предприятий легкой промышленности нуждаются в заемных средствах. На пути встают высокая цена заимствований и требования к залогу. Ситуация в середине 2000-х годов в целом улучшалась по мере укрепления финансовой и банковской системы, но позитивный тренд прекратился с наступлением финансового кризиса. В результате большинство предприятий легкой промышленности (58%) считают существенным или очень серьезным препятствием *высокую процентную ставку* (в обрабатывающей промышленности таких лишь 42%). Для текстильной отрасли эта проблема, видимо, несколько более остра: очень серьезным препятствием высокую процентную ставку считают без малого половина руководителей (46% против 23% в швейной отрасли). Добавим, что рублевые займы брались в среднем под 17% годовых, и ситуация в 2005—2009 гг. в этом отношении практически не изменилась (спрашивали о самом длительном рублевом займе).

Высказывается и немалая озабоченность низкой *доступностью* *заемного финансирования* (растущие требования к залогу, необходимость кредитной истории, длительные согласования). Существенной или даже очень серьезной проблемой это считают 53% руководителей предприятий легкой промышленности (в обрабатывающей промышленности — 41%). И эта проблема более остра для текстильной, нежели для швейной, отрасли (58% против 43%).

За *инвестиционными ресурсами* обращаются в основном к отечественным банкам (69%), с зарубежными банками имеют дело единицы (речь идет о двух текстильных предприятиях), ресурсы фондового рынка не использовал никто. Большинство предприятий не планируют привлекать внешних стратегических инвесторов, которые, впрочем, и сами не торопятся приходить в отрасль⁵.

⁵ По официальным статистическим данным, *иностранные инвестиции* в легкую промышленность очень незначительны, они составляли в 2011—2012 гг. лишь 0,3% иностранных инвестиций, накопленных в обрабатывающих производствах, что вдвое меньше соответствующей доли легкой промышленности в отечественных инвестициях. При этом 3/4 иностранных инвестиций поступало в виде торговых и прочих кредитов, и лишь 1/4 — в виде прямых инвестиций со стороны владельцев акций.

Более половины опрошенных предприятий (57%) использовали в качестве источника финансирования инвестиций собственную прибыль, причем в большей степени на этот источник опираются швейные, нежели текстильные, предприятия (63% против 52%).

Пропорция собственных и заемных средств в общей структуре инвестиций предприятий за период 2005–2008 гг. составляла 56% к 44%. В текстильной промышленности эта пропорция чуть ниже: 48% к 52%, в швейной промышленности чуть выше: 62% к 38% (что соответствует структуре обрабатывающей промышленности в целом).

Еще одним важным параметром является *продолжительность кредитных линий*. Традиционные жалобы руководителей предприятий на отсутствие длинных денег подтверждаются полученными данными. Лишь единицы (6%) могли получить заемные средства более чем на три года, еще каждый пятый (20%) получил их на срок от 1 до 3 лет, для каждого третьего срок кредитования ограничился годовым периодом, а более 40% предприятий не брали кредиты вовсе. При этом по сравнению с 2005 г. *активность по привлечению заемных средств заметно возросла, но сроки получения кредитов в целом не росли — речь шла в основном о краткосрочных ресурсах*. Ситуация в прочей обрабатывающей промышленности немного лучше, но различия не радикальны.

Каково финансовое положение предприятий

Оценивая *финансовое положение* своего предприятия в 2009 г., лишь каждый седьмой руководитель в легкой промышленности (14%) посчитал его хорошим, 2/3 руководителей (67%) назвали его удовлетворительным, а каждый пятый (19%) счел откровенно плохим. Заметим, что это несколько хуже ситуации в обрабатывающей промышленности в целом. Различий между текстильными и швейными предприятиями в данном случае нет.

Пессимистическая оценка финансового положения может быть связана в немалой степени с *уровнем долговой нагрузки* предприятия. Внешнюю задолженность на момент опроса 2009 г. имели

55% предприятий легкой промышленности. При этом в критической зоне, когда внешний долг в 2 раза или более превышал поступления от основной деятельности, находились 12% предприятий (различия между текстильными и швейными компаниями здесь несущественны). Характерно, что в годы, предшествовавшие финансовому кризису, по данным ИАПР НИУ ВШЭ, *внешнюю задолженность по кредитам наращивали как стабильно прибыльные предприятия, так и предприятия с низкой эффективностью.*

Рентабельность продаж находится на уровне 12% (средняя величина) и 8% по медианному значению, устраняющему статистические выбросы. В целом это соответствует ситуации в обрабатывающей промышленности⁶. При этом с годами уровень рентабельности продаж не растет, и даже у наиболее конкурентоспособных предприятий она составляет около 15%. Это немало по международным меркам, но недостаточно привлекательно для внешних инвесторов в российских условиях.

В результате лишь небольшое число предприятий легкой промышленности видят как весьма вероятное свое *поглощение* более крупной компанией в ближайшие 2–3 года (10%) или считают весьма вероятным, что могут стать объектом рейдерских атак (13%). А вот о высокой вероятности собственного *банкротства* в ближайшие 2–3 года говорит больше руководителей предприятий легкой промышленности (28%) с незначительной разницей между текстильной и швейной отраслями. *Вероятность банкротства оценивается более высоко, чем в обрабатывающей промышленности в целом* (19%). Добавим, что совершенно невероятным такой исход считает лишь каждый седьмой руководитель предприятий легкой промышленности (14%) (в обрабатывающей промышленности в целом таких 26%). С учетом того что речь идет о крупных и средних предприятиях, по этому параметру ситуация выглядит не слишком благоприятной.

⁶ Это в целом соответствует и данным официальной статистики по всем предприятиям, в соответствии с которыми в 2011 г. рентабельность от продажи в отрасли составляла 8%. В то время как рентабельность других обрабатывающих производств в среднем была несколько выше — на уровне 12%.

Получают ли поддержку от органов власти

Многие предприятия самых разных отраслей традиционно жалуются на недостаточность мер государственной поддержки. В связи с этим правомерно задать вопрос: получали ли такую поддержку от органов государственной власти обследованные предприятия, и если да, то от кого конкретно?

Руководителей предприятий спрашивали об организационной и финансовой поддержке со стороны органов государственной власти разного уровня за два года, предшествовавших опросу. ***Распространенность мер государственной поддержки оказалась несколько выше ожидаемой.*** Организационную поддержку от федеральных органов государственной власти получали единицы, от региональных и муниципальных органов власти — каждое пятое-шестое предприятие (различия между группами предприятий незначительны).

Что же касается *финансовой поддержки*, то ее получали чаще (16% предприятий — от федеральных и 26% предприятий — от региональных органов власти). Обратим внимание на то, что в обоих случаях предприятия легкой промышленности получали такую поддержку несколько чаще, чем предприятия обрабатывающей промышленности в целом, а швейные предприятия становились объектами такой поддержки несколько чаще, чем текстильные. От муниципальных органов финансовая поддержка исходит реже, чем организационная (4—8%).

Но если поддержку получало в той или иной форме каждое четвертое предприятие, ***эффективность мер государственной поддержки оценивается довольно низко.*** В 2005 г. среди руководителей предприятий легкой промышленности оценивали эту эффективность как высокую или хотя бы среднюю в отношении федеральных органов власти буквально единицы (5%), эффективность поддержки со стороны региональных органов власти оценивается более высоко, но и здесь высокую или среднюю оценку дал лишь каждый седьмой руководитель (14%). Остальные считали эту эффективность низкой, указывали на отсутствие поддержки (поч-

ти половина респондентов) или затруднились ответить (разницы между текстильной и швейной отраслями в данном случае нет). Данные за 2009 г. по этому показателю отсутствуют, но разумно предположить, что отношение вряд ли сильно изменилось.

Какие меры со стороны федеральных органов государственной власти руководители предприятий легкой промышленности считают наиболее полезными, в том числе для преодоления последствий финансового кризиса?

На первом месте вновь с большим отрывом запрос на *снижение налоговой нагрузки* (73% предприятий). Половина руководителей предприятий указывают на необходимость *замораживания тарифов естественных монополий*, ведущих к росту цен на энергоресурсы (49%). Значительная группа (41%) ратует за *поддержание курса рубля*. Затем следуют насущные меры *по ограничению импорта готовой продукции* (37%) и *по отмене импортных пошлин на оборудование, сырье и материалы* (29%). Более трети руководителей (35%) обращают внимание на потребность поддержки стабильности банковской системы и обеспечения более эффективного *доступа к кредитным ресурсам*. Каждый четвертый руководитель (26%) считает необходимым *увеличение объема госзаказа*. И, наконец, каждый восьмой руководитель (12%) призывает к мерам по *стимулированию экспорта*. Характерно, что ***доля руководителей, призывающих к ограничению импорта, в 3 раза выше доли сторонников стимулирования экспорта***. Называлось еще около полудюжины проблем, но их отметили менее 10% руководителей, и мы можем считать их менее значимыми.

В целом следует сказать, что иерархия и распространенность предлагаемых мер очень сходны с тем, что предложили руководители других отраслей обрабатывающей промышленности. Пожалуй, довольно резко выделяются лишь проблемы, связанные с импортом, — эти вопросы для представителей легкой промышленности кажутся более настоятельными. В первую очередь здесь речь идет о предприятиях текстильной промышленности. Для швейной же отрасли, судя по ответам руководителей, сравнительно более актуальной выступает проблема расширения госзаказа.

3. Принципиальные особенности текстильной и швейной промышленности в России в сравнении со всей обрабатывающей промышленностью (количественный анализ)

Руководителей предприятий спрашивали отдельно о мерах, которые следует принять региональным и местным органам власти. Вновь **в число наиболее актуальных попали предложения по снижению уровня налогов и расширению госзаказа** (последнее более важно для швейных предприятий). Добавилась еще одна значимая позиция — поддержка в финансировании социальных программ и социальной инфраструктуры (19%), что заведомо более актуально для текстильных предприятий (23% против 14% швейных предприятий) (см. табл. 3.9).

Таблица 3.9. Способы государственной поддержки предприятий, %

	Обрабаты- вающая промышленность	Текстильная и швейная промышленность	Текстильная промыш- ленность	Швейная промыш- ленность
<i>Фактическая организационная поддержка</i>				
Федеральной власти	6	5	4	3
Региональной власти	19	20	17	22
Муниципальной власти	18	17	19	17
<i>Фактическая финансовая поддержка</i>				
Федеральной власти	10	16	15	19
Региональной власти	13	26	21	31
Муниципальной власти	6	6	4	8
<i>Меры, ожидаемые со стороны федеральной власти</i>				
Снижение налогов	71	73	71	75
Замораживание тарифов естественных монополий	52	49	43	53
Поддержание курса рубля	32	41	38	47
Ограничение импорта	17	37	40	31
Обеспечение доступа к кредитам	33	35	33	36
Отмена импортных пошлин на сырье и оборудование	12	29	33	25
Расширение объема госзаказа	20	26	21	33
Стимулирование экспорта	15	12	15	8

Основные выводы

1. На фоне обрабатывающей промышленности в целом по своему среднему размеру предприятия российской легкой промышленности относительно невелики. По объему годовой выручки они уступают предприятиям всей прочей обрабатывающей промышленности почти в 3 раза, а по численности занятых — в 1,5 раза.

2. В легкой промышленности в большинстве случаев мы имеем дело с независимыми компаниями, принадлежащими основному российскому собственнику. Доля иностранных собственников минимальна, и иностранное участие в собственности почти не растет. Собственность предприятий отличается высоким уровнем концентрации и закрытости. Подавляющая часть компаний не являются публичными.

3. Доля экспорта в продажах продукции легкой промышленности составляет лишь 6%, и с середины 2000-х годов, несмотря на общий рост производства, доля экспорта никак не выросла. При этом в его объеме (как и в обрабатывающей промышленности в целом) возрастает доля стран СНГ за счет снижения доли стран дальнего зарубежья.

4. По уровню производительности труда легкая промышленность как трудоинтенсивная отрасль, наряду с лесной и деревообрабатывающей отраслями, уступает другим отраслям обрабатывающей промышленности в среднем в 1,5–2 раза. При этом швейные предприятия в среднем не только более мелкие, но также более трудоинтенсивные и примерно в 2 раза менее производительные, чем текстильные.

5. Типичное для всей российской экономики широкое распространение теневых процессов характерно и для легкой промышленности. Оценки доли неучтенного оборота расходятся: опрошенные руководители говорили в среднем об 11–15%, по данным Министерства экономического развития России, она достигает 25%. Тревожит растущая распространенность неформальных платежей за ускорение процедур получения услуг или принятие решений от государственных органов, а также расширение практики

дачи взяток и откатов при получении государственных или муниципальных заказов.

6. В части менеджмента многие предприятия в отрасли продолжают управляться без четкой и сколь-либо долгосрочной стратегии. А в качестве главного стратегического ориентира в большинстве случаев обозначается стремление закрепиться на рынке традиционной продукции.

7. Уровень обеспеченности предприятий легкой промышленности рабочей силой выглядит несколько хуже, чем по обрабатывающей промышленности в целом. Наибольшее число сложностей возникает с поиском квалифицированных рабочих. К основным причинам относятся не только отсутствие кадров должной квалификации на местных рынках труда, но и неспособность многих предприятий платить конкурентную заработную плату.

8. От половины до 2/3 участников рынка не делают инвестиций. Сколь-либо значительные инвестиции осуществляли в годовом измерении лишь пятая часть текстильных предприятий, в швейной промышленности таких предприятий более трети. При заметном росте инновационной активности доля предприятий, не осуществлявших вообще никаких инноваций, с годами практически не меняется — речь идет о каждом третьем текстильном предприятии и каждом пятом швейном предприятии. В результате воспроизводится кластер предприятий, которые остаются вне всяких инноваций и, по всей видимости, стагнируют. Эти предприятия работают на локальных и относительно неконкурентных рынках, имея при этом достаточно высокую по международным меркам рентабельность, но оставаясь непривлекательными для инвесторов.

9. Финансовое положение предприятий легкой промышленности оценивается их руководителями несколько хуже, чем в обрабатывающей промышленности в целом. О высокой вероятности собственного банкротства в ближайшие 2—3 года говорит более четверти опрошенных руководителей. Характерной чертой предприятий легкой промышленности выступает высокая и по-прежнему растущая степень зависимости от заемных средств.

4. ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В РОССИИ С ПОЗИЦИИ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (РЫНОК ОДЕЖДЫ)

Введение

Российский рынок одежды прежде всего характеризуется высоким уровнем конкуренции и доминированием импортной продукции. При повышении роли конечного потребителя для решения проблемы реализации продукции производителям отечественных брендов и розничным сетям с их собственными торговыми марками необходимо стремиться к предельному пониманию потребностей конечных потребителей, к максимальному приспособлению к их требованиям и быстрой адаптации к их постоянно меняющимся предпочтениям¹.

Ситуация осложняется присутствием на рынке «серого» импорта, когда товар ввозится в страну с разного рода нарушениями². «Серый» импорт и постоянный ценовой демпинг со стороны недобросовестных импортеров способствуют формированию ситуации, когда продать ввезенную в страну с многочисленными нарушениями продукцию выгоднее, чем организовать выпуск в России³.

В данном разделе мы сфокусируемся именно на конечных потребителях/покупателях одежды, на их предпочтениях и потребностях и попытаемся решить следующие *исследовательские задачи*:

- рассмотреть основные сегменты, которые существуют на рынке товаров легкой промышленности, выявить место и возможности отечественных производителей/брендов;

¹ Информационный портал: URL: <http://prom.net.ru/?id=2784>

² Там же.

³ Гайсина Я. Легкая промышленность на старте в ВТО // Российская торговля. 2007. № 7–8. URL: <http://www.roslegprom.ru/Go/ViewArticle?id=1243>

- проследить динамику и изменения покупательского поведения в России;
- проанализировать влияние кризиса 2008 г. на структуру потребительского спроса;
- выделить основные тенденции изменения продаж через разные торговые форматы.

Основные источники данных

Мы используем несколько дополняющих друг друга источников количественных данных, в том числе:

- данные синдикативного исследования «Российский индекс целевых групп» (R-TGI) компании Synovate Comcon. Временной период, который мы можем проанализировать с помощью этих данных, — с 2004 по 2011 г.⁴ Целевой аудиторией R-TGI являются жители 50 российских городов с населением свыше 100 тыс. человек. Его годовая выборка, репрезентирующая 62,5 млн человек, составляет 28,5 тыс. человек (15 000 домохозяйств) и охватывает взрослых старше 16 лет и детей от 10 лет. Ежегодно проводятся четыре волны опросов, в каждой из которых опрашиваются разные респонденты;
- данные синдикативного исследования ГфК Омнибус. Объем выборки — 2100 человек, обеспечивается репрезентация городов с населением свыше 100 тыс. человек;
- данные исследования GfK Roper Reports Worldwide, проведенного в 2009 г.⁵ Данное исследование проведено в

⁴ Подробнее о методологии и методике данного исследования можно прочитать на официальном сайте компании Synovate Comcon: URL: <http://www.comcon-2.ru/default.asp?trID=427>

⁵ Подробнее о методологии и методике данного исследования можно прочитать на официальном сайте компании GfK: URL: <http://www.gfk.ru/Go/Page?id=147>; http://www.gfk.ua/sectors_and_markets/custom_research/regular_research/subfolder/004436/index.en.html

25 странах мира, включая Россию. В ходе исследования было проведено более 30 тыс. интервью среди респондентов в возрасте от 13 лет и старше;

- материалы синдикативного исследования TNS Marketing Index, доступный временной период — 2010–2011 гг.⁶ Выборка репрезентирует все городское население России в возрасте 16 лет и старше, проживающее в городах с численностью населения свыше 100 тыс. человек, — 57,97 млн человек. Общий объем выборки — 45 тыс. респондентов в год;
- данные ресурса Euromonitor International, последние доступные данные — обзор рынка 2012 г.⁷

Сегментация рынка одежды

Согласно данным Евромонитора, мировой рынок одежды в 2012 г. оценивается в 1,7 трлн долл. Рынок динамично развивается и растет. В 2012 г. рост составил 5,8% в денежном эквиваленте. Наиболее растущий регион в мире — Латинская Америка (15,8%), Западная Европа демонстрирует наименьшие темпы роста (см. рис. 4.1). Рынок одежды в России растет медленнее глобального рынка — рост в 2012 г. составил лишь 3,7%. Однако по темпам роста Россия превосходит такие регионы, как Западная Европа, Австралия и Северная Америка⁸.

Покупательский спрос на рынке одежды в сильной степени сегментирован. Здесь существует огромное количество дизай-

⁶ Подробнее о методологии и методике данного исследования можно прочитать на официальном сайте компании TNS: URL: <http://www.tns-global.ru/rus/press/publication/presentations/unitbase.wbp>

⁷ Подробнее о методологии и методике данного исследования можно прочитать на официальном сайте компании Euromonitor International: URL: <http://www.euromonitor.com/apparel-in-russia/report>

⁸ *KundeA*. New Apparel Research: Part 1 — A Focus on Geographies: URL: <http://blog.euromonitor.com/2013/03/new-apparel-research-part-1-a-focus-on-geographies.html>

4. Легкая промышленность в России с позиции конечных потребителей (рынок одежды)

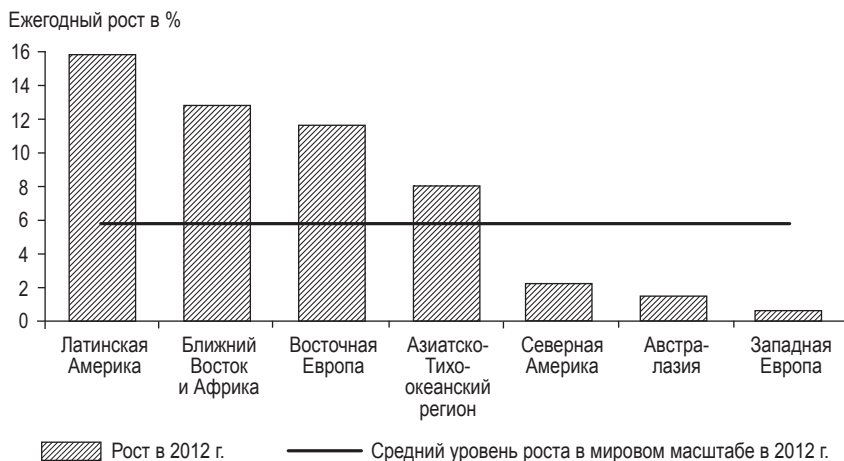


Рис. 4.1. Денежный прирост рынка одежды в 2012 г.

Источник: Euromonitor InternationalNote: Fixed 2012 Exchange Rates.

нерских брендов и брендов массового рынка, которые стараются максимальным образом подстроиться под стиль и статус конечных потребителей. Выделяют, в частности, следующие сегменты рынка⁹:

Верхний сегмент — 15% объема продаж розничного рынка в мире, включая:

haute couture (от-кутюр) ~ 1%. Эксклюзивная продукция непосредственно от самого дизайнера. Покупка одежды этого класса возможна только в Доме моды, создается по индивидуальным меркам клиента и характеризуется высоким качеством и чрезвычайно высокой стоимостью. К этой категории относятся бренды, создаваемые Домами моды, например: Chanel Haute Couture, Couture Atelier Versace, Givenchy Haute Couture, Christian Lacroix Haute Couture, Gautier Paris и т.д.;

⁹ Pecsyp fashion consulting group: URL: <http://www.fashionconsulting.ru/news/fashion/>; <http://www.slideshare.net/YEES2011/ss-4136933>; <http://www.casual-info.ru/shopping/1480/28451/>

***prêt-à-porter de luxe (прем-а-порте де-люкс)* ~ 3%.** Одежда, которая, как и в предыдущем варианте, тесно связана с именем дизайнера, характеризуется небольшой серийностью моделей. Обычно для изготовления одежды используются стандартные размеры, принятые в стране производителя. К этой категории принадлежат такие бренды, как Gucci, Prada, Louis Vuitton, Chanel, Giorgio Armani, Donna Karan, Versace, Christian Dior, YSL, Valentino, Fendi, Gianfranco Ferre, Burberry, Kenzo, Ralph Lauren, Christian Lacroix, Emmanuel Ungaro, Vivienne Westwood, John Galiano и др.;

***prêt-à-porter de luxe young designers (линии готовой продукции от молодых дизайнеров)* ~ 6%.** Имя автора в данной категории остается важным, сохраняются ключевые стилевые элементы продукции из первых двух ниш. Однако одежда этой категории более приспособлена для повседневной жизни, демократичный подход к выбору тканей/материалов значительно отражается на цене. К данной категории относятся такие бренды, как Marc Jacobs, Michael Kors, Max Mara, Calvin Klein, Missoni, Etro, Anna Sui и др.;

***bridge (бридж-сегмент)* ~ 5%.** Этот сегмент включает премиальные марки, производящие/продающие высококачественную одежду и аксессуары для массового покупателя по цене среднего сегмента. Актуальность этого сегмента существенным образом выросла во время экономического кризиса. К этому сегменту можно отнести следующие марки: Apriori, Cavita, Cacharel, IKKS, Zadig & Voltaire, Marella, Stefanel, Laurel и др.

Средний сегмент — 35% объема продаж розничного рынка.

Доля в России — 18%, доля в Москве — 27%. Наиболее динамично развивающийся сегмент. Целевая аудитория: специалисты, офисные служащие, студенты, предприниматели малого и среднего бизнеса. Этот сегмент включает:

***better (средний плюс)* ~ 10%.** Бренды, принадлежащие к этому сегменту, обладают некоторыми характеристиками эксклюзивности и зачастую имеют связь с дизайнерским брендом (например, Yudashkin Jeans). Если это локальная марка, то она всячески старается подстроиться под западный бренд. Основной фокус в комму-

никации направлен на такие характеристики, как качество, стиль и дизайн.

Ключевые страны-производители на локальном рынке: Турция и Россия. Основные марки: Mexx, Morgan, Olsen, MoDaMo, Lacoste, Guess, Karen Millen, Lady and Gentleman, «Снежная королева» и др.;

contemporarily (средний) ~ 25%. Для потребителя не так важна известность бренда, как цена и качество товара. Этот сегмент быстро развивается за счет роста в регионах, является наиболее конкурентоспособным. Ключевые страны-производители: Турция, Китай, Россия, Белоруссия. Основные марки: Benetton, Mango, Befree, S'Oliver и др. Наиболее благоприятная ниша для российских брендов.

Эконом-сегмент — 50% объема продаж розничного рынка.

Основными потребителями этого сегмента являются студенты, рабочие, служащие, специалисты, сотрудники офисов. Игроки рынка различаются, скорее, коммуникацией, нежели ассортиментом товаров. В последние годы массовый рынок претерпел существенные изменения — появилось большое количество брендированных торговых марок, что добавило товарам с низкой стоимостью ценности бренда и более цивилизованного обслуживания. В этих сегментах доминирует продукция, произведенная в Китае.

Moderate ~ 35%. Для потребителей важна прежде всего экономия, а не доплата за известность марки. Этот сегмент особенно быстро растет в регионах. Основное сообщение в коммуникации, как правило, следующее: это лучшая вещь за эту цену! К этому сегменту можно отнести такие марки, как Sela, Sasch, Savage, O'stin, Zarina, Jennyfer, Kira Platinina и т.д. Благоприятная ниша для российских брендов.

Budget ~ 15%. Представлен в основном российскими брендами, азиатским «серым» товаром. О качестве изделий в коммуникации не упоминается, поскольку основным драйвером покупки является цена. К этому сегменту относятся следующие бренды: Incity, «Твое», «Фамилия», «Сток-центр», Gloria Jeans.

Если проанализировать существующие сегменты с точки зрения возможностей для отечественного производителя, то вырисовывается следующая картина¹⁰.

На люковом рынке в сегменте *prêt-à-porter de luxe young designers* (*прет-а-порте де-люкс линии готовой продукции от молодых дизайнеров*) есть возможности для талантливых российских модельеров. Формируется так называемая эстетика новой роскоши — успешно продвигаются «народные», аутентичные мотивы (например, изделия Дениса Симачева). Однако доля отечественной продукции в данном сегменте по-прежнему мала. Сегодня в России эту нишу преимущественно занимают европейские производители. Для успешного продвижения российского бренда в этой нише нужна не только массивированная рекламная кампания, требующая значительных и длительных вложений, но и признание дизайнера за рубежом. Также в России совершенно не развита инфраструктура люковой розницы, многие бутики рассматривают товары локальных дизайнеров как зону риска, поэтому необходимо соответствующим образом адаптировать каналы сбыта под данную продукцию.

Сегмент *bridge* пока не имеет достаточной перспективы для локальных дизайнеров по двум причинам: нет сильного родительского бренда в сегменте *прет-а-порте де-люкс*, на котором смогла бы капитализировать дочерняя марка; у российской марки гораздо больше перспектив в среднем сегменте (например, вторая линия (Yudashkin Jeans) люкового бренда Valentin Yudashkin попадает в более массовый сегмент).

Сегмент *средний плюс* является более перспективным для российских производителей. Однако, если они в перспективе планируют продвигать собственные бренды, необходимо в коммуникации и позиционировании максимальным образом подстраиваться под европейских конкурентов.

¹⁰ Песчеп fashion consulting group: URL: <http://www.fashionconsulting.ru/news/fashion/>; <http://www.slideshare.net/YEES2011/ss-4136933>; <http://www.casual-info.ru/shopping/1480/28451/>

Сегменты *contemporarily* и *moderate* являются ключевыми для крупных российских брендов. Помимо того что основные потребители этих сегментов открыты к российской продукции и признают ее конкурентные преимущества перед низкокачественным азиатским импортом, по оценкам некоторых экспертов, эти сегменты являются наиболее растущими и перспективными в России¹¹.

В целом, чтобы развивать собственные бренды, отечественные производители должны научиться работать с растущими розничными сетями. При этом на этапе накопления компетенций в соответствии с международным опытом возможна работа с собственными торговыми марками розничных сетей.

Динамика предпочтений покупателей одежды в России и влияние кризиса 2008 г.

Существует несколько стандартных факторов, значительно влияющих на объемы покупки одежды и обуви. Среди них — возрастная структура населения России: расходы существенным образом возрастают при возникновении необходимости приобрести детскую и подростковую одежду. Также расходы на одежду возрастают с увеличением доходов населения, а жители мегаполисов на приобретение одежды тратят больше, чем жители небольших городов и других более мелких поселений. Другим фактором является «интенсивность» ношения одежды и обуви: спортивная одежда и обувь, нижнее белье, джинсовая одежда быстрее изнашиваются и требуют замены. Реже всего обновляются шубы и дубленки, что связано с высокой ценой этих вещей, а также с их прочностью и долговечностью. Значимое влияние на объемы покупки одежды и обуви оказывают гендерные характеристики: женщины покупают больше и чаще мужчин, зачастую связывают

¹¹ Pescyp Fashion Consulting Group: URL: <http://www.fashionconsulting.ru/news/fashion/>; <http://www.slideshare.net/YEES2011/ss-4136933>; <http://www.casual-info.ru/shopping/1480/28451/>

процесс выбора и покупки с удовольствием и позитивными эмоциями.

Женская одежда. Самым покупаемым видом одежды среди женщин являются джинсы — почти треть (26% за 2011 г.) российских женщин приобретали эту одежду за полгода. Однако мы видим, что на протяжении последних восьми лет объем покупки джинсов постепенно снижается, и в 2011 г. этот показатель вернулся к уровню 2004 г. На втором месте по уровню покупки — джемперы и свитера (23%), с незначительным отрывом следует покупка платьев и блузок (22 и 19% соответственно). Причем покупка платьев с 2004 до 2011 г. выросла на 15% (см. рис. 4.2), что одновременно сопровождалось значимым снижением покупки костюмов (с 10 до 3%), брюк (с 17 до 14%) и юбок (с 16 до 15%). В 2009 г. уровень покупательской активности значимо снизился практически по всем позициям (небольшой рост по сравнению с 2008 г. демонстрировали только платья), что обусловлено прежде всего последствиями кризиса 2008 г. — именно женщины стали больше экономить на одежде. Платья постепенно укрепляют свои позиции в топе наиболее покупаемых видов женской одежды, и это необходимо учитывать производителям.

Мужская одежда. Джинсы являются наиболее покупаемой одеждой и среди мужского населения (28% за 2011 г.), в этом отношении в период 2004—2011 гг. можно говорить о положительной динамике (см. рис. 4.3). Далее с большим отрывом идет покупка сорочек (13%), курток (16%), джемперов (15%) и брюк (9%). Примечательно, что кризис 2008 г. не отразился на трендах покупки мужской одежды столь значимо, как в случае с женской одеждой: доля тех, кто приобретал джинсы и джемперы, за полгода снизилась всего на 4 процентных пункта.

Детская одежда. Доля покупок по основным позициям — детское белье (16%), джинсы (13%), куртки (12%) и свитера, джемперы (10%) — остается неизменной с 2007 г. (см. рис. 4.4). При этом финансовый кризис 2008 г. повлиял на сокращение средней стоимости покупок и тем самым на увеличение размеров нижнего ценового сегмента рынка детской одежды.

4. Легкая промышленность в России с позиции конечных потребителей (рынок одежды)

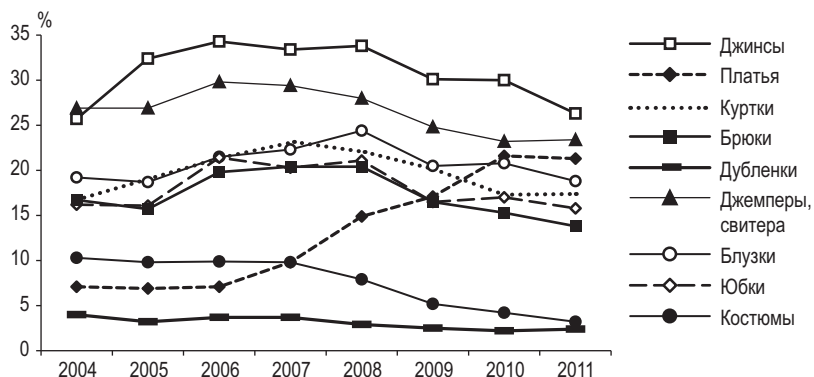


Рис. 4.2. Динамика покупки одежды среди женщин 20–55 лет

Источник: Comcon, R-TGI, отсортировано по покупке за 2010 г.

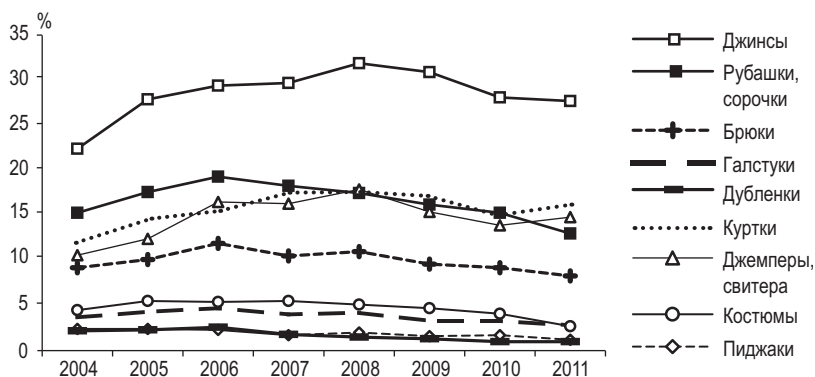


Рис. 4.3. Динамика покупки одежды среди мужчин 20–55 лет

Источник: Comcon, R-TGI, отсортировано по покупке за 2010 г.

Самой популярной детской маркой из России признана Gloria Jeans (компания имеет 50 торговых точек). По данным Comcon, одежда этой марки есть у 22,5% семей с детьми от 6 месяцев до 14 лет¹². При покупке детской одежды важную роль играют

¹² Быховская П. На одежде больше не экономят. URL: <http://www.rbcdaily.ru/market/562949978988548>

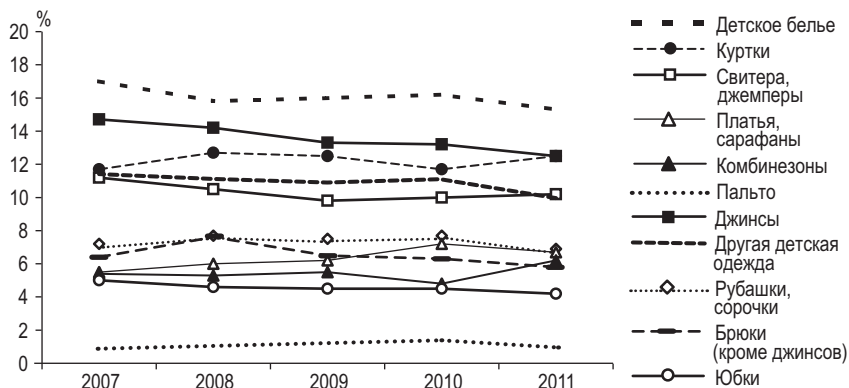


Рис. 4.4. Динамика покупки детской одежды среди женщин с детьми

Источник: Comcon, R-TGI, отсортировано по покупке за 2010 г.

выбор и предпочтения самого ребенка. По данным исследования New Generation компании Synovate Comcon, 43% москвичей и 42% петербуржцев покупают своим детям одежду с изображениями их любимых героев. При выборе товара с изображением популярных героев каждый второй взрослый (42%) учитывает, насколько ребенку нравится тот или иной герой, каждый пятый обращает внимание на качество (20%) и дизайн (17%) продукта¹³. Наиболее востребованными персонажами среди дошкольников и младших школьников (4–9 лет) являются герои мультфильма «Тачки», чуть реже детям покупают вещи со Смешариками и Человеком-пауком. В более старшей возрастной группе (10–15 лет) самыми популярными являются изображения героев «Ледникового периода», однако они набирают лишь около 10%. Вторые и третьи позиции по популярности занимают Человек-паук и герои мультфильма «Тачки»¹⁴.

¹³ Родители-москвичи реже покупают детские товары с изображением героев экрана, чем петербуржцы. URL: <http://www.comcon-2.ru/default.asp?artID=2685>

¹⁴ Там же.

Факторы, влияющие на выбор одежды. При выборе одежды ценовой фактор стоит на первом месте почти у половины россиян (48%). В то же время 20% потребителей прежде всего обращают внимание на комфорт и удобство, 12% — на дизайн одежды, 6% — на модность, 4% — на натуральность ткани¹⁵.

Влияние кризиса на поведение покупателей одежды

Согласно исследованию ГфК Русь Омнибус и GfK Roper Reports Worldwide¹⁶, с началом кризиса каждый четвертый россиянин сократил расходы на одежду, при этом женщины чаще экономили на покупке одежды в отличие от мужчин (31,6% женщин против 20% мужчин)¹⁷. Это связано с тем, что доля женщин, которые покупают одежду просто для удовольствия/чтобы порадовать себя (32,5%), в 2 раза превышает долю мужчин по этому показателю (15%)¹⁸. С началом кризиса женщины стали подходить к выбору одежды более рационально. В кризисный год (2009 г.) половина россиян (51%) не тратили деньги на приобретение одежды известных марок. В частности, доля россиян, покупавших вещи под маркой Adidas, снизилась с 19% в 2008 г. до 13% в 2009 г., под маркой Gloria Jeans — с 10 до 7%, под маркой Nike — с 10 до 5%, Sela — с 7 до 5%¹⁹. Кроме того, под влиянием кризисаросло число людей, ориентированных на покупки одежды на распродажах. Только с февраля по август 2009 г. доля таких покупателей выросла с 2 до 25%²⁰.

¹⁵ Чубаха И. Сто одежек, и все без покупателя. URL: <http://www.gfk.ru/Go/View?id=1016>

¹⁶ URL: http://www.gfk.ua/sectors_and_markets/custom_research/regular_research/subfolder/004436/index.en.html

¹⁷ Покупательские привычки и предпочтения россиян на рынке одежды. URL: <http://www.gfk.ru/Go/View?id=1018>

¹⁸ Там же.

¹⁹ Там же.

²⁰ Там же.

Больше других от кризиса пострадал сегмент одежды класса люкс. Падение спроса на эксклюзивные вещи в 2009 г. в иностранной валюте составило 40–45%. Чтобы сохранить обороты, скидки в сезон распродаж доходили до 70%. В Москве были закрыты все магазины Diesel, магазины Stella McCartney, Alexander McQueen, бутик Vivienne Westwood²¹.

Динамика торговых форматов

Если проанализировать, где россияне покупают одежду (взрослую, детскую, спортивную, верхнюю), то вырисовывается довольно отчетливая картина. Стремительно сокращается доля покупок на открытых рынках и растет доля покупок в специализированных магазинах. Причем данная тенденция характерна как для Москвы, так и для регионов. Открытые вещевые рынки «отживают свой век», им на смену приходят выставки-продажи, ярмарки, крытые торговые центры и фирменные магазины.

Посмотрим, как это происходит по основным категориям одежды. Если в 2004 г. основным местом покупки, например, взрослой *спортивной одежды* был вещевой рынок (48%), то за шесть лет данная ситуация кардинальным образом изменилась. В 2010 г. 41% тех, кто приобретал одежду и обувь за последние полгода, совершали покупки в специализированных магазинах, 20% — в фирменных магазинах и только 17% — на открытых рынках (см. рис. 4.5). Таким образом, мы наблюдаем снижение показателя покупок на открытых вещевых рынках за шесть лет почти в 3 раза. В 2011 г. данная тенденция сохраняется. Здесь необходимо сделать важное уточнение: компанией Comcon с 2011 г. в вопрос о торговых форматах вводится позиция «торговые центры». Именно это методологическое нововведение обуславливает некоторое «проседание» фирменных и специализированных магазинов.

Доля покупок в киосках и ларьках на протяжении всего времени оставалась неизменной — около 2%. Также наблюдаются сни-

²¹ Покупательские привычки и предпочтения россиян на рынке одежды.
URL: <http://www.gfk.ru/Go/View?id=1018>

4. Легкая промышленность в России с позиции конечных потребителей (рынок одежды)

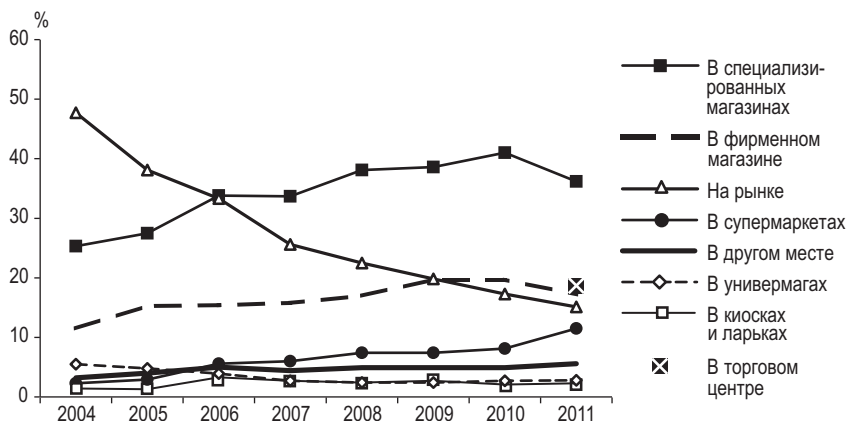


Рис. 4.5. Места покупки взрослой спортивной одежды и обуви

Источник: Comcon, R-TGI, отсортировано по покупке за 2010 г.²²

жение доли покупок в универмагах (с 6% в 2004 г. до 3% в 2011 г.) и рост покупок в супермаркетах (с 2% в 2004 г. до 11% в 2011 г.).

Доля покупателей *джинсовой одежды* на вещевых рынках также сократилась почти в 3 раза (47% в 2004 г. и 16% в 2011 г.). Каждый четвертый покупатель (25%) джинсовой одежды совершает покупку в специализированном магазине, 16% приобретают джинсы в фирменных магазинах (см. рис. 4.6). Доля покупок в фирменных и специализированных магазинах возрастала по мере снижения доли покупок на открытых рынках. Доля покупателей, приобретающих джинсовую одежду в киосках и ларьках, оставалась на уровне 3% за последние 5 лет. Продажи в супермаркетах демонстрируют положительный тренд за счет замещения такого канала продаж, как универмаги.

В 2010 г. почти треть покупателей (31%) приобретают *нижнее белье* в специализированных магазинах, 21% — на открытых

²² Отсортировано по 2010 г., так как с 2011 г. в компании Comcon добавили новые форматы, что отразилось на преемственности и тренде. На рис. 4.5–4.10 скрыт вариант «затрудняюсь ответить», именно поэтому сумма ответов не сходится на 100%.

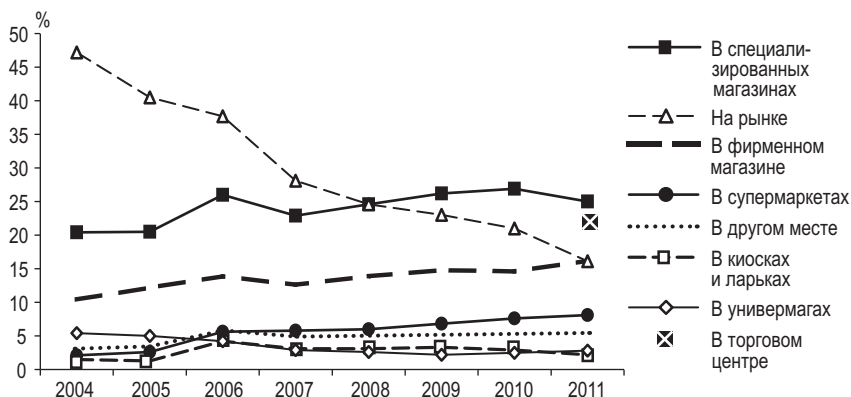


Рис. 4.6. Места покупки взрослой джинсовой одежды

Источник: Comcon, R-TGI, отсортировано по покупке за 2010 г.

рынках, 12% — в фирменных магазинах и 9% — в супермаркетах (см. рис. 4.7). Заметим, что в 2004 г. почти половина (45%) покупателей приобретали эту продукцию на открытых рынках.

Благодаря методологическому уточнению 2011 г., теперь мы видим еще один предпочитаемый формат для покупки одежды и

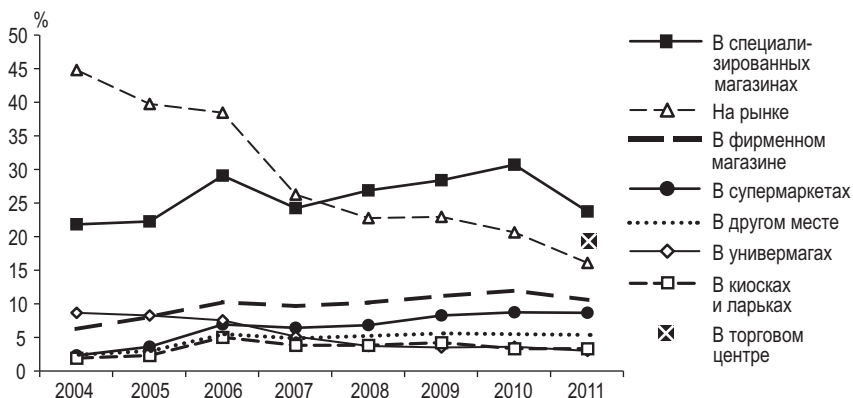


Рис. 4.7. Места покупки нижнего белья

Источник: Comcon, R-TGI, отсортировано по покупке за 2010 г.

белья — торговые центры (19%). Универмаги демонстрируют снижение доли покупателей, и в 2011 г. (наряду с киосками и ларьками) они являются наименее востребованным каналом для покупки белья.

Специализированные магазины, а также фирменные магазины пришли на смену вещевым рынкам и при покупке *верхней одежды* (как мужской, так и женской). Четверть мужчин (25%) и почти треть женщин (29%) покупают себе теплую одежду в торговых центрах. Вещевые рынки как место для покупки одежды в данном случае пока следуют с небольшим отрывом от специализированных магазинов и привлекают четверть покупателей — 24% мужчин и 27% женщин. С 2004 г. примерно на 7% повысилась доля покупок в супермаркетах и одновременно понизилась доля покупок в универмагах (см. рис. 4.8, 4.9). Доля покупок в киосках и ларьках осталась на уровне 2006 г. (около 4%).

Основным местом покупки *детской одежды* являются магазины детской одежды и обуви — треть родителей (35%) покупают детскую одежду именно здесь. Вещевые рынки в данном сегменте также значительно потеряли свое значение: в 2011 г. 21% родителей покупают детскую одежду на рынках, что почти в 2 раза меньше

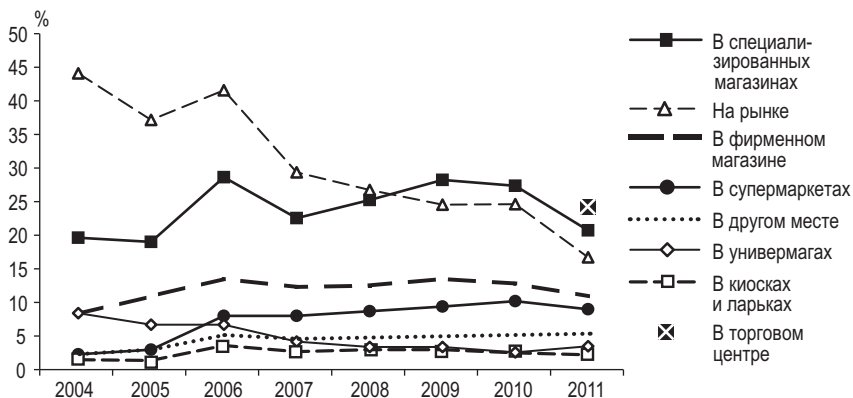


Рис. 4.8. Места покупки мужской верхней одежды

Источник: Comcon, R-TGI, отсортировано по покупке за 2010 г.

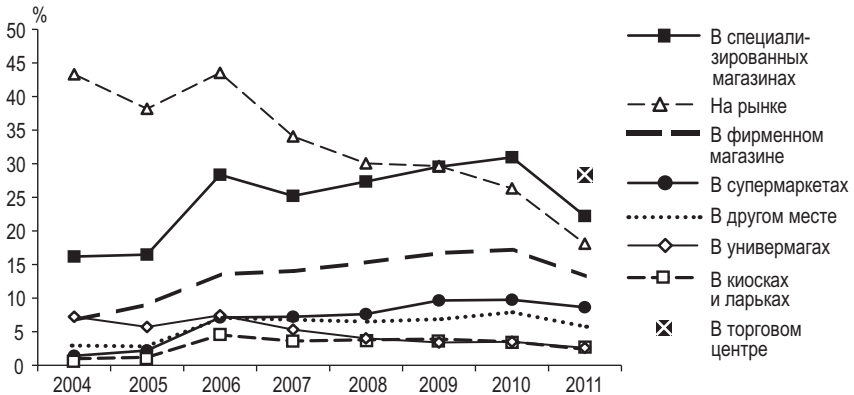


Рис. 4.9. Места покупки женской верхней одежды

Источник: Comcon, R-TGI, отсортировано по покупке за 2010 г.

показателей 2004 г. (см. рис. 4.10). В магазине товаров для детей покупают одежду детям 18% родителей. С 2005 г. заметно снижается количество покупок в универмагах и в то же время растет доля покупок в супермаркетах. В киосках и ларьках в 2010 г. одежду детям покупали лишь 3% родителей.

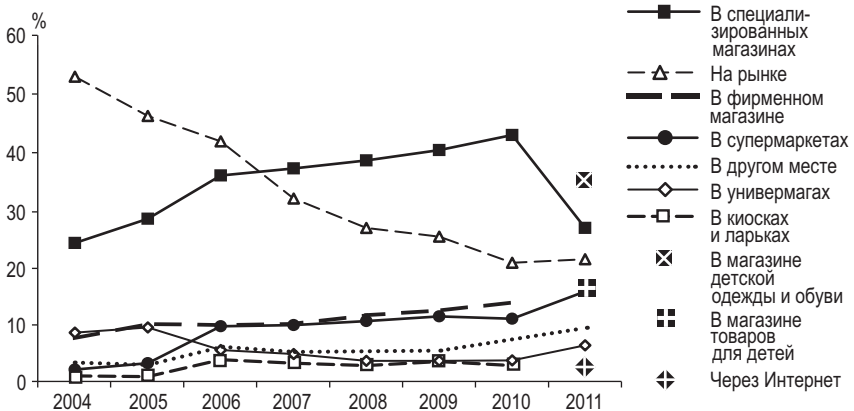


Рис. 4.10. Места покупки детской одежды и обуви

Источник: Comcon, R-TGI, отсортировано по покупке за 2010 г.

С 2011 г. в трендовый анализ добавили замер популярности такого канала, как Интернет. На тот момент 3% родителей покупали одежду онлайн.

Анализ динамики покупательской активности по основным видам одежды позволяет нам сделать следующие важные выводы. Резко снижается роль открытых вещевых рынков. Все большей популярностью среди покупателей пользуются специализированные магазины и фирменные магазины одежды²³. Среди дженералистских форматов растет доля покупок в супермаркетах за счет постепенного ослабления такого канала, как универмаги.

Основные выводы

В настоящее время для массового потребителя цена продукта зачастую стоит на первом месте при выборе одежды. Однако такие факторы, как качество, комфорт и удобство, становятся все более значимыми. И одним из индикаторов этого, безусловно, выступает снижение роли открытых рынков. Современный массовый потребитель в поиске качества и надежности переориентируется на более цивилизованные торговые форматы — специализированные и фирменные магазины. Наряду с этим происходят изменения в дженералистских (универсальных) форматах: на смену универсамов постепенно приходят супермаркеты, торгующие более широким спектром товаров.

Кризис 2008 г. выявил наиболее уязвимые сегменты потребителей: свои расходы на покупку одежды существенным образом сократили женщины, а вот рынок детской одежды во время кризиса практически не пострадал. Больше других испытал негативное влияние кризиса сегмент одежды класса люкс, эконом-сегмент во время кризиса, наоборот, расширился, что для многих

²³ Стоит обратить внимание на то, что в других подотраслях легкой промышленности, например в меховой отрасли, место открытых рынков заняли в том числе выставки-продажи и ярмарки, которые не отвечают в должной мере стандартам современных форматов торговли.

брендов стало отличной возможностью для привлечения новых потребителей.

Если оценивать возможности для российской легкой промышленности в создании брендов для конечных потребителей, то определенные перспективы развития есть как в люксовом сегменте, так и в масс-маркете. Но наиболее перспективными нишами для отечественных производителей являются, на наш взгляд, сегменты средний плюс, средний и эконом. Все эти ниши характеризуются высоким уровнем конкуренции, но это не значит, что в них нет возможностей для отечественных производителей. Вопрос с люксовым сегментом более сложен. Россия в настоящий момент находится за рамками мирового люксового рынка. Чтобы встроиться в этот рынок, необходимо сформировать «национальную» волну, своего рода массовую моду на Россию (что в свое время успешно сделали такие страны, как Бельгия и Япония). Однако формирование такой волны, помимо усилий со стороны бизнеса, не может обойтись без выработки национальной политики и активной государственной поддержки.

5. ТЕКУЩИЕ ПРОБЛЕМЫ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИИ

Чтобы понять, насколько распространены и насколько серьезны те или иные проблемы, стоящие перед отраслью и ее предприятиями, мы будем использовать количественные данные опросов руководителей промышленных предприятий, проведенных в 2005 и 2009 гг. Институтом анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ (руководитель — А.А. Яковлев) (подробнее о параметрах и других результатах исследования см. в части 3 данной работы). Это позволит нам выявить специфику легкой промышленности и сравнить проблемные ситуации в текстильной и швейной отраслях на фоне всей обрабатывающей промышленности в целом. Мы также будем использовать выдержки из интервью с экспертами, проведенных в ходе данного исследования в 2013 г.

Каковы наиболее острые проблемы

Мы проанализируем то, как руководители оценивали наиболее серьезные проблемы, стоящие перед их предприятиями, отправляясь от данных 2005 г., когда наблюдалось относительно спокойное развитие, а затем зафиксируем те изменения, которые принесли с собой кризисные годы (2009 г.). Мы будем фиксировать только те оценки, которые квалифицировали проблему как «существенное» или «очень серьезное» препятствие для деятельности. Если проблема определялась как несущественная, она нами не учитывалась наряду со случаями, когда проблема отсутствует вовсе.

На первом месте с большим отрывом (и, нужно сказать, далеко не только в данном опросе) — проблема слишком *высокого уровня налогов*, ее отметили в 2005 г. 72% руководителей, и к 2009 г. их число почти не изменилось. Сколь-либо заметных различий

в оценках между руководителями текстильных и швейных предприятий также не наблюдается. А вот *по сравнению с прочей обрабатывающей промышленностью проблема налогов выглядит более острой* — там ее упомянули лишь половина опрошенных. Проблема *администрирования налогов* (о ней спрашивали отдельно) тоже упоминается в достаточно большом количестве случаев (41%), но острота этой проблемы во второй половине 2000-х годов, судя по всему, снижается и для текстильной, и для швейной, и для обрабатывающей промышленности в целом. Но в общем высокий уровень налогов по-прежнему остается наиболее болезненной темой (см. табл. 5.1).

Впрочем, на высокий уровень налогов традиционно жалуются предприниматели всех стран. Но далее обнаруживаются некоторые специфические российские черты. Так, на второй позиции по доле упоминаний выступает *дефицит квалифицированной рабочей силы*. Эта проблема для легкой промышленности является более важной, чем для обрабатывающей промышленности в целом, и имеет тенденцию к некоторому усугублению (48% в 2005 г. и 52% в 2009 г.).¹ При этом даже более серьезной она выглядит для предприятий швейной индустрии (58% против 48% в текстильной отрасли в 2009 г.).

Далее следует вторая проблема — *макроэкономическая нестабильность* (инфляция, колебания обменного курса и пр.). На нее в 2005 г. указали 43% руководителей, а к 2009 г. частота упоминаний взлетела до 68% (здесь очевидно влияние финансового кризиса). Различий между текстильной и швейной промышленностью вновь не наблюдается, и с обрабатывающей промышленностью в целом разрыв минимален — проблема действительно имеет надотраслевой характер.

¹ «В России отсутствует приток молодежи, готовой работать в тяжелых условиях труда... А работа в текстильном производстве — это тяжелые условия труда, то есть это шум. А если это швейное производство, то это достаточно интенсивный и монотонный труд... Сегодня низкая зарплата и тяжелые условия труда лишают всякой возможности организовать... приток молодежи» (руководитель текстильного холдинга).

Таблица 5.1. Основные проблемы, с которыми сталкиваются предприятия, %

Основные проблемы	Обрабатывающая промышленность		Текстильная и швейная промышленность		Текстильная промышленность		Швейная промышленность	
	2005	2009	2005	2009	2005	2009	2005	2009
Уровень налогов	49	50	72	69	72	65	73	72
Дефицит рабочей силы	40	32	48	52	46	48	50	58
Макроэкономическая нестабильность	28	64	43	68	44	69	40	67
Администрирование налогов	37	19	41	30	44	35	38	25
Непредсказуемость госрегулирования	39	37	37	50	46	46	48	56
Недобросовестная конкуренция	26	23	32	34	29	34	35	31
Коррупция	24	21	28	23	19	23	40	25
Угрозы безопасности	12	8	15	9	12	6	20	14
Таможенное оформление	12	16	15	29	15	23	15	39
Получение земельных участков	14	15	9	16	10	21	8	11
Получение разрешений на строительство	15	17	8	16	8	19	10	14
Получение лицензий	16	17	15	12	17	15	13	8
Обеспечение электроэнергией	11	14	13	15	13	23	13	6
Транспортная	5	8	6	7	6	6	5	8
Обеспечение связи	3	3	1	2	4	4	3	0
Законодательство в области трудовых отношений	5	11	3	20	4	17	3	25

К ней примыкает третья проблема — *высоких процентных ставок*, затрудняющих заимствование ресурсов. На нее в 2005 г. указали 40% руководителей предприятий легкой промышленности (в обрабатывающей промышленности в целом эта проблема на тот момент была менее остра — о ней сказали 22%). К сожалению, данные за 2009 г. по этому параметру отсутствуют. Но мы полагаем, что его значение, как минимум, сохранилось, а скорее всего, даже возросло².

На высокую позицию в рейтинге проблем (и это еще одна специфическая российская особенность) была поставлена *непредсказуемость государственного регулирования* (37%), которая к 2009 г. выросла до 50% и стала выглядеть более болезненной, чем для прочих отраслей обрабатывающей промышленности (здесь уже причины, скорее всего, не в финансовом кризисе). Интересно, что увеличение частоты упоминаний произошло исключительно за счет руководителей швейных предприятий (у текстильщиков она осталась на прежнем уровне).

Специфика российской ситуации проявляется и в том, насколько важной оказалась, судя по ответам руководителей предприятий, проблема *недобросовестной конкуренции* (злоупотребление доминирующим положением, демпинг, использование личных связей и т.п.). На нее обратил внимание каждый третий руководитель и в текстильной, и в швейной промышленности, а с течением времени ситуация почти не менялась. Добавим, что руководители в других отраслях обрабатывающей промышленности оценивают ее более умеренно (23% в 2009 г.), а *для предприятий легкой промышленности проблема недобросовестной конкуренции оказывается более болезненной*.

Как всегда, актуальна (хотя и не столь распространена, как принято считать) проблема *коррупции*. В 2005 г. на нее как на «су-

² Это подтверждается в том числе материалами интервью: «*Деньги на рынке сегодня взять невозможно. Отсюда и субсидии, которые по процентным ставкам по кредитам на техническое перевооружение, смысла не имеют. Потому что кредит взять с каждым годом становится сложнее*» (руководитель производственно-торгового объединения).

щественное» или «очень серьезное» препятствие указали 28% руководителей предприятий легкой промышленности, причем вдвое больше жалоб поступило от руководителей швейной, нежели текстильной, промышленности (40% против 19%). Это выглядит вполне логичным: коррупция выступает как своего рода побочный продукт упомянутой выше непредсказуемости государственного регулирования (или как доморощенное лекарство против этой «болезни»). Примечательно, однако, что к 2009 г. значимость данной проблемы, по оценкам руководителей, снизилась до 23%, правда, целиком за счет швейной промышленности, где ее значение упало с 40 до 25% (в текстильной отрасли оно даже немного подросло). Вероятно, кризис вывел на передний план другие проблемы, а сама по себе проблема коррупции начала активно раскручиваться лишь в последние пару лет, уже после проведенных опросов. Добавим, что разница с обрабатывающей промышленностью в целом в обеих временных точках невелика.

Проблема *безопасности* (хищений, рэкета, терроризма, угроз личной безопасности) в 2005 г. уже не играла заметной роли, на нее указали 15% опрошенных руководителей предприятий легкой промышленности. Чуть больше проблем в этом отношении видели руководители швейных, нежели текстильных, предприятий (20% против 12%). А к 2009 г. по доле упоминаний значение проблемы безопасности еще более снизилось — до 9%, сравнявшись по уровню значимости с обрабатывающей промышленностью в целом.

В то же время были обозначены еще две проблемы, роль которых, напротив, заметно возросла. Первая среди них связана с *таможенным оформлением* — доля упоминаний с 2005 по 2009 г. здесь почти удвоилась — с 15 до 29%. Причем произошло это обострение именно в легкой промышленности (в обрабатывающей промышленности в целом такого увеличения не наблюдалось). Особенно острой она начала выглядеть для многих руководителей швейной промышленности (39% против 23% в текстильной отрасли). Не исключено, что это связано с повышением активности таможенных органов в данный период.

Затрагивался ряд вопросов, связанных с преодолением административных барьеров. Среди них в 2009 г. обозначаются проблемы *получения и оформления земельных участков* (21% в текстильной и 11% в швейной промышленности), *получения разрешений на строительство и оформление проектной документации* (19% в текстильной и 14% в швейной промышленности), *получения лицензий* (15% в текстильной и 8% в швейной промышленности). Проблемы эти (кроме получения лицензий) понемногу нарастают, но неспецифичны для легкой промышленности — в обрабатывающей промышленности в целом с ними сталкиваются с той же частотой.

В отдельную группу следует выделить проблемы с производственной инфраструктурой. Среди них в 2009 г. особо отмечаются *обеспечение электроэнергией*, что особенно важно для текстильных предприятий (23% против 6% в швейной отрасли), *транспортировка грузов* (6% в текстильной и 8% в швейной промышленности), проблема *обеспечения связи* (4% в текстильной отрасли, швейными предприятиями в 2009 г. не упоминается).

И наконец, в конце списка с незначительными 3–4% упоминаний находилась в 2005 г. проблема *законодательного регулирования трудовых отношений*. Впрочем, к 2009 г. эта доля выросла до 20% (17% в текстильной отрасли и 25% в швейной отрасли). Подобное обострение, скорее всего, было связано с провоцированными финансовым кризисом административными запретами увольнять излишних работников. Когда в подобные дела начинает вмешиваться прокуратура, градус проблемы неминуемо устремляется вверх. Играть свою роль и ограничения на прием зарубежных мигрантов.

Подводя общие итоги, мы можем сказать, что, по оценкам руководителей крупных и средних предприятий легкой промышленности, *на первых позициях стоят проблемы налогообложения, макроэкономической стабильности, финансовых и трудовых ресурсов. Далее следует вторая группа проблем, порождаемых непрозрачностью российской экономики, — непредсказуемость государственного*

регулирования и коррупция, недобросовестная конкуренция и угрозы безопасности. На третьей позиции следуют разного рода административные барьеры и на четвертой — проблемы неразвитости производственной инфраструктуры. Добавим, что на фоне обрабатывающей промышленности в целом первая и вторая группы проблем для предприятий легкой промышленности, судя по ответам их руководителей, выглядят более значимыми, а по третьей и четвертой группам проблем серьезных отличий нет.

Как повлиял финансовый кризис

Финансовый кризис 2008—2009 гг. породил немало проблем и затронул фактически все опрошенные предприятия. Ниже мы приведем список основных финансовых проблем (в порядке убывания значимости) и доли предприятий, которые оценили эти проблемы как «очень острые» (если проблема считалась «не очень острой», то эти оценки нами не учитывались).

Сокращение спроса на свою продукцию как очень острую проблему испытали 62% предприятий легкой промышленности. Второй по распространенности острой проблемой стало *удорожание кредитных ресурсов* (52% предприятий)³. За ними следуют *рост неплатежей* (задержек оплаты) со стороны покупателей продукции (47%) и *требования предоплаты продукции* со стороны поставщиков (47%). Обострившиеся проблемы с заимствованиями ресурсов были вызваны также *повышением требований к залогам* при получении кредитов, что существенно снизило их доступность (40%), и *сокращением сроков кредитования* (36%). Далее, каждое пятое пред-

³ В интервью иногда высказываются другие мнения: «При наступлении кризиса (все-таки на конечный рынок работаем) мы спада потребительского не видели. Его, собственно говоря, и не было особо. Люди, может быть, 2—3 месяца как-то проявляли осторожность и аккуратность... Но тогда сложилась ситуация, что нам отказали в сырьевом кредите наши поставщики, а банки тоже начали прижимать рефинансирование. Конечно, моментальное изъятие средств (все-таки они у нас по всей цепочке разложены) для нас обернулось простоями и убытками» (руководитель текстильного объединения).

приятие (21%) пострадало от *сокращения объема госзаказов*. В результате каждое третье предприятие (31%), по оценкам их руководителей, испытало резкое ухудшение финансового состояния, поставившее предприятие перед *угрозой банкротства*⁴.

При сравнительном анализе данных бросается в глаза то, что почти по всем приведенным позициям доля предприятий легкой промышленности, для которых они приобрели очень острый характер, заметно выше соответствующей доли предприятий обрабатывающей промышленности в целом. Отсюда следует, что ***предприятия легкой промышленности болезненнее переживали финансовый кризис***, и его последствия тяжелее отразились на их финансовом состоянии.

При сравнении же текстильной и швейной отраслей выяснилось, что их проблемы во многом разные: предприятия швейной промышленности в большей степени страдали от сокращения спроса на свою продукцию (64%), от требований предоплаты от поставщиков (50%) и от сокращения объема госзаказов (31%). В то же время текстильные предприятия в большей степени ощутили проблемы удорожания кредитных ресурсов (58%), повышения требований к залогу (54%) и сокращения сроков кредитования (42%), а также роста неплатежей со стороны покупателей продукции (50%) (см. табл. 5.2).

Какие *меры* приняли предприятия легкой промышленности для решения проблем, порожденных финансовым кризисом? Большинство из них применяют диверсифицированный подход, полагаясь на комбинацию разных мер. Более 40% предприятий и в текстильной, и в швейной промышленности сокращали выпуск продукции и уменьшали численность занятых. Но есть и ряд существенных различий. Так, текстильные предприятия чаще прибегали к методам гибкой занятости, переводя часть работников на неполную рабочую неделю и отправляя их в неоплачиваемые отпуска

⁴ Это проявляется в том числе в закредитованности предприятий. Заемные средства в 2011 г. в производственной сфере в 6–7 раз превышали размер годовой прибыли при тенденции к постоянному увеличению.

Таблица 5.2. Наиболее острые проблемы, порожденные кризисом, %

	Обрабаты- вающая промыш- ленность	Текстильная и швейная промыш- ленность	Текстильная промыш- ленность	Швейная промыш- ленность
Сокращение спроса на продукцию	50	62	58	64
Рост стоимости кредитных ресурсов	42	52	58	42
Рост неплатежей от покупателей	47	47	50	42
Требования предоплаты поставщиками	30	47	46	50
Повышение требований к залог	36	40	54	19
Сокращение сроков кредитования	29	36	42	28
Сокращение объема госзаказов	17	21	15	31
Угроза банкротства	18	31	31	31

(56%), а на швейных предприятиях чаще сокращали уровень заработной платы, доплат, премий (42%). Текстильные предприятия чаще вводили предоплату для части своих клиентов (42%), а швейные предприятия чаще пытались задерживать платежи отдельным поставщикам (48%). Текстильные предприятия чаще пытались решить проблемы путем повышения отпускных цен на продукцию (31%), а швейные предприятия, напротив, более часто старались понизить цены на продукцию (36%), пользуясь более высоким исходным уровнем рентабельности.

Швейные предприятия также значительно чаще были вынуждены приостанавливать запуск новых инвестиционных проектов (56%) или уже запущенных ранее инвестиционных проектов (31%), вероятно, потому, что у них этих проектов на старте было больше, чем в текстильной промышленности. Швейные предприятия также активнее пытались выйти на новые рынки сбыта (56%), но возможности эти были объективно ограничены, поскольку значительной части предприятий (39%) пришлось урезать расходы на рекламу, что продвижению на новые рынки отнюдь не способствует. Наконец, каждое пятое предприятие в обеих отраслях пыталось обращаться за помощью к государству.

Какие проблемы возникли в цепи поставок

Отметим далее две важные проблемы, которые не были затронуты в используемом нами количественном исследовании, поскольку они касаются не столько стратегии предприятий, сколько ситуации, складывающейся с контрагентами в начале и в конце цепи поставок.

Если говорить о начальных звеньях цепи поставок, то в первую очередь речь идет о *сырьевых проблемах*. Текущее состояние отечественной сырьевой базы оценивается как неудовлетворительное⁵. С распадом СССР многие сырьевые производства оказались за пределами России. В результате импортируется 100% хлопкового волокна, значительная часть шерсти. Мериносовая и тонкая шерсть, натуральный шелк в России не производятся. В постсоветский период, несмотря на благоприятную мировую конъюнктуру, упало производство мехового сырья, а по качеству этого сырья мы оказались неконкурентоспособными⁶. Высока зависимость от импорта и в сфере химических волокон и нитей, которые используются в возрастающем объеме. В отличие от синтетического сырья, которое дешевеет в результате постоянных инноваций в сфере технологий, цены на натуральное сырье ввиду ограничений ресурсной базы имеют тенденцию к росту. Это порождает дополнительные риски, возникающие в связи с колебаниями мировых цен на сырье и с колебаниями курса валют⁷.

На рис. 5.1 видно, что импорт хлопкового сырья в начале столетия снижался, но с 2003 г. начал с некоторыми колебаниями расти и к 2012 г. увеличился в 1,7 раза. Что касается экспорта хлопка, то он демонстрировал умеренный рост (в 1,5 раза в 2000–2004 гг.), а

⁵ «Мы полностью за 20 лет определенной политики развалили даже сам подход к работе на сырьевых рынках» (руководитель производственно-торгового объединения).

⁶ «Мы ни количественно, ни качественно несопоставимы с (меховым) сырьем, которое производится на европейских или на американских фермах» (руководитель крупной торговой компании).

⁷ «Мы практически на пороховой бочке все время относительно цены на хлопок и, соответственно, цены на пряжу» (представитель крупной швейной фабрики).

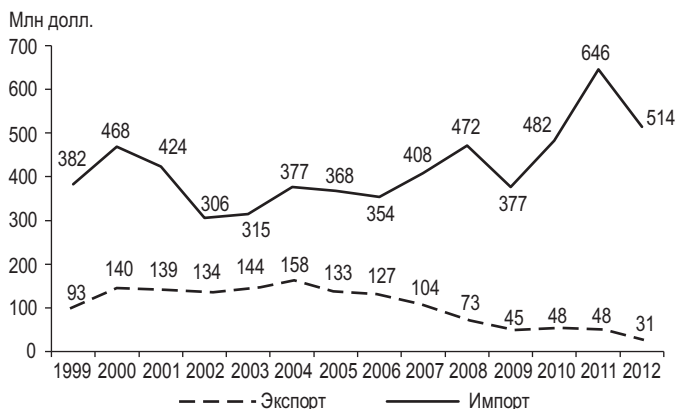


Рис. 5.1. Динамика импорта и экспорта хлопка, РФ, 1999–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

затем устойчивое снижение (в 4,3 раза в 2005–2012 гг.). В 2012 г. мы видим, что объем экспорта хлопка меньше объема импорта по стоимости в 16 раз, а по тоннажу — почти в 37 раз (см. табл. 5.3).

Еще более ярко картина растущей зависимости от импортного сырья вырисовывается на примере *химических нитей и химических волокон*. Объем импорта за все 2000-е годы рос относительно устойчиво (с короткой остановкой в кризисный 2009 г.), причем особенно ускорился в 2010–2011 гг., чтобы увеличиться к 2012 г. в 5 раз по химическим нитям и в 8 раз по химическим волокнам. В то же время объемы экспорта стагнировали, находясь на преж-

Таблица 5.3. Превышение объемов импорта над объемами экспорта хлопка, химических нитей и волокон, РФ, 1999–2012 гг., число раз

	1999 г.		2005 г.		2012 г.	
	в стоимостном выражении	в натуральном выражении	в стоимостном выражении	в натуральном выражении	в стоимостном выражении	в натуральном выражении
Хлопок	4,1	6,3	2,8	8,4	16,4	36,6
Химические нити	1,3	1,2	3,3	4,3	12,9	13,8
Химические волокна	2,5	1,7	4,2	4,3	45,9	61,7

Источник: FIRA-PRO.

нем уровне до 2007 г., а в последующие годы снизились в 2 раза (см. рис. 5.2). Сегодня объем экспорта по стоимости меньше объема импорта по химическим нитям в 13 раз (по сравнению с 1999 г. это соотношение выросло в 10 раз), а по химическим волокнам — в 46 раз (в 1999 г. — всего в 2,5 раза) (см. табл. 5.3).

Динамика соотношений стоимостных и натуральных показателей по химическим волокнам, представленная в табл. 5.3, показывает не только резкое увеличение потребности в этих волокнах, но и значительное удешевление синтетического сырья в 2000-е годы в результате совершенствования технологий.

Другая проблема возникает, наоборот, в конце цепи поставок. Ранее мы уже обращали внимание на относительно высокий уровень консолидации закупок и продаж на рынках текстильной и швейной отраслей, по крайней мере, для крупных и средних предприятий. Один из важных аспектов выстраивания связей в цепи поставок заключается в характере *отношений с розничными сетями*, растущими и набирающими экономический вес. Ввиду своей близости к конечному потребителю розничные сети все больше выступают в качестве организующей силы, подталкивающей к качественным преобразованиям в процессе производства, способной вытягивать производителей с локальных рынков на национальный уровень.

Эти отношения постепенно выстраиваются. Есть много успешных примеров, когда отечественная продукция без всякого административного давления пробивает себе дорогу на полки сетевых магазинов (при условии, что она обеспечивает розничным сетям среднеотраслевой уровень маржинальности, что, к сожалению, достигается отечественными производителями далеко не всегда). Однако в целом жалоб со стороны отечественных производителей довольно много, в том числе на разного рода платежи, требуемые розничными сетями⁸. Напомним также, что, по статистическим

⁸ «Российские производители готовых швейных изделий в крупных торговых сетях почти не присутствуют. Очень жесткие условия вхождения в сети, большие вступительные бонусы» (руководитель крупной швейной компании). «Мы с крупными покупателями больше работаем, а основные продажи у нас в готовых изделиях именно с сетями. То есть канал этот прилично растет и, наверное, будет основным... Но сложностей полно» (руководитель текстильного объединения).

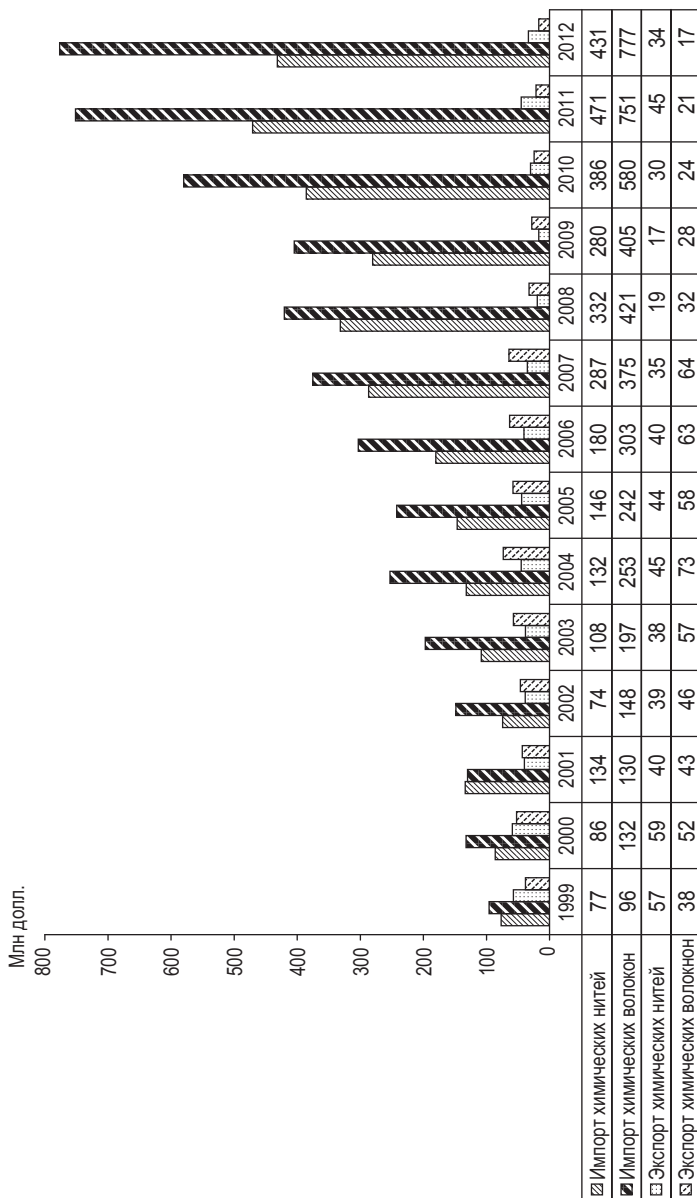


Рис. 5.2. Динамика импорта и экспорта химических нитей и химических волокон, РФ, 1999–2012 гг.

Источник: FIRA-PRO.

данным, наценка торговых организаций, как правило, находится в интервале от 1/3 до 1/2 розничной цены. Основная часть этой наценки покрывает растущие расходы розничных сетей, но понимание масштаба и характера этих расходов у поставщиков есть не всегда, в результате многие считают уровень торговой наценки завышенным. В свою очередь, представители розничных сетей нередко жалуются на необязательность поставщиков, на их способность нарушать договорные обязательства⁹.

Альтернативным решением для отечественных производителей является развитие фирменной торговли, но оно не может решить все проблемы по продвижению отечественных брендов в силу относительно высоких издержек¹⁰. Поэтому поставщикам отечественной продукции и розничным сетям придется работать по улучшению отношений, тем более что в конечном счете обе стороны в этом заинтересованы.

Что принесет вступление в ВТО

Легкую промышленность нередко называют в числе отраслей, наиболее подверженных риску в связи со вступлением в ВТО. В то же время оценки выгод и издержек легкой промышленности различными участниками рынка далеко не однозначны. Еще до вступления в ВТО специалисты предсказывали приток зарубежных товаров по низким ценам. Связывали его прежде всего с тем, что Россия на момент вступления в ВТО имела достаточно слабые переговорные позиции, а значит, была вынуждена уступать требованиям других стран. Последние же стремились по-

⁹ «Основная проблема наших поставщиков состоит в том, что они очень необязательны. Постоянно нарушают договоренности, пропадают (в том числе могут пропасть с твоим товаром), не берут трубки, не отвечают на письма, с ними никогда нельзя ни в чем быть уверенным до конца» (дизайнер сети розничных магазинов одежды).

¹⁰ «Фирменная торговля на сегодня единственная возможность для производителей достойно представлять свою продукцию на рынке и развивать его долю, но из-за недостатка оборотных средств содержать и развивать фирменную торговлю сложно» (руководитель крупной швейной компании).

лучить максимально выгодные для себя условия¹¹. Аналогичные прогнозы относительно роста объема импортной обуви и одежды высказывались в 2012 г. представителем Минпромторга России¹². При обсуждении последствий вступления в ВТО Минпромторг представил такой показатель, как риски легкой промышленности от вступления в ВТО, и оценил его в 2,7 млрд руб., компенсация за счет государственной поддержки должна была составить 600 млн руб.¹³

Основным следствием вступления в ВТО будет снижение таможенных тарифов¹⁴. В легкой промышленности эти изменения затронут разные группы товаров в различной степени. Здесь важны три аспекта: размер новой пошлины, ограничения на минимальный размер пошлины (если они есть) и год введения (изменения) пошлины. Опираясь на Перечень CLXV¹⁵, рассмотрим эти пошлины для каждой группы товаров — начиная с сырья и заканчивая готовой продукцией.

Хлопок. Несмотря на достаточно широкий спектр включаемых в данную группу товаров, изменения коснутся далеко не всех из них. Снижение ставок ожидает 92 наименования товаров. Причем для половины из них оно произойдет достаточно скоро — в 2014 г., остальные изменения поровну распределены между 2015 и 2016 гг. Снижение ставок на 5% произойдет для товаров, таможенная ставка для которых сегодня составляет 15%. Там же, где ставка уже се-

¹¹ Чистосердов А.В. Присоединение России к ВТО: ожидаемые выгоды и возможные издержки // Экономическая наука современной России. Экспресс-выпуск. 2001. № 2 (7). С. 31–38.

¹² Кашеев О. Легкой будет нелегко // Российская газета. 27 марта 2012 г. URL: <http://www.rg.ru/2012/03/27/promyshlennost.html>

¹³ Круглый стол: «Текстильная и легкая промышленность в условиях ВТО. Возможности и риски российских компаний. Задачи государства и бизнеса по оперативному решению возникающих проблем» // Российский союз промышленников и предпринимателей. URL: <http://www.rspp.ru/cc/news/31/1548>

¹⁴ Мы благодарим А.В. Данильцева за помощь в подборе необходимых материалов.

¹⁵ Перечень доступен для скачивания по ссылке: URL: <http://www.stop-vto.ru/wp-content/uploads/docs/part1-sec2-other.pdf>

годня составляет 5% (это прежде всего нитки и пряжа, расфасованные для розничной продажи), никаких изменений не ожидается.

Прочие растительные текстильные волокна; бумажная пряжа и ткани из бумажной пряжи. В этой группе из 30 наименований товаров только для четырех наименований таможенные ставки будут снижены. Изменения затронут джутовое волокно и волокно кокосового ореха (снижение с 5 до 3% к 2014 г.), а также неотбеленные ткани из джутовых волокон (с 10 до 8% к 2014 г.).

Шерсть, тонкий и грубый волос животных; пряжа из конского волоса и ткань. Из почти 80 наименований товаров данной группы изменения затронут больше половины. Новые таможенные ставки будут составлять 5–10%, старые находились на уровне 15%. Абсолютное большинство конечных ставок должно быть установлено к 2016 г.

В случае с *шелком* изменения будут минимальными. Эта группа включает всего 30 наименований, сегодня уровень таможенных ставок для них составляет 5%. К 2014 г. для шелковых тканей этот показатель снизится до 3%.

Химические нити. Сегодня для данной группы товаров, включающей более 100 наименований, таможенные ставки составляют 10% (исключением являются ткани из арамидов — 20%). Впоследствии ставки будут установлены на уровне 5–8%. Переход к ним будет происходить с 2013 по 2017 г., но большая часть конечных ставок будет установлена в 2016 г.

Химические волокна — достаточно обширная группа товаров, включающая около 200 наименований. Однако только для 37 из них будут введены изменения в таможенных ставках. Сегодня они составляют 5 и 10%. Пятипроцентные ставки изменения не затронут, десятипроцентные же ставки будут снижены. Конечные ставки составят от 5 до 8%. Практически все изменения (за исключением двух случаев) будут введены к 2014 г.

Вата, войлок и нетканые материалы; специальная пряжа; бечевки, шнуры, веревки и канаты и изделия из них. Эта группа содержит более 100 наименований товаров, однако изменения затронут только 26 из них. Там, где таможенная ставка составляет 15%, она

будет снижена до 10%. При этом для нескольких видов сетей ставка также снизится с 5 до 3,75%. Но все эти изменения произойдут не в самое ближайшее время — все конечные ставки будут установлены в 2016–2017 гг.

Ковры и прочие текстильные напольные покрытия. Эта группа изделий интересна тем, что здесь меняется сам принцип расчета пошлин. На данный момент существуют фиксированная ставка (20% для указанной группы) и минимальная оплата за 1 кв. м. В будущем же предполагается обозначить фиксированную цену за 1 кв. м, она колеблется в зависимости от конкретного товара, но составляет около 0,3 евро за 1 кв. м. Новая система будет введена в 2015–2016 гг.

Специальные ткани; материалы с прошивным ворсом; кружева; гобелены; отделочные материалы; вышивки. Для большей части товаров данной группы к 2017 г. планируется снизить ставку с 20 до 10%. Исключением являются относительно дорогие ткани — здесь ставка будет снижена только до 13%.

Текстильные материалы пропитанные, с покрытием, дублированные; текстильные изделия технического назначения — еще одна группа изделий, которую затронет изменение таможенных ставок. Снижение ставок в 2016 г. произойдет только по 6 позициям из более чем 40 позиций и составит 5% (с 15 до 10%).

Трикотажное полотно машинного или ручного вязания. В этой группе ставки практически для всех наименований товаров снизятся. Произойдет это преимущественно в 2014 г. (в редких исключениях — в 2015 г.). На сегодняшний день ставки для всех товаров этой группы составляют 10%, затем они будут снижены до 5–8%.

Одежда и принадлежности одежды трикотажные, машинного или ручного вязания. Список наименований в данной группе достаточно велик, и изменения здесь связаны сразу с несколькими аспектами. В первую очередь важно отметить, что после вступления в ВТО произойдет снижение как самой таможенной ставки, так и размера минимального платежа за 1 кг продукции. Исключением являются такие товары, как носки, колготы, шарфы и т.п., для которых установлена только таможенная ставка. Сейчас таможенные

ставки для этих товаров находятся в диапазоне 15–20%, после изменения они окажутся на уровне 10–17,5%. Подавляющее большинство конечных ставок для этой группы будет снижено в 2015 г.

Одежда и принадлежности одежды текстильные (кроме трикотажных, машинного или ручного вязания). В этой группе изменения также затронут почти все виды товаров. Изменения идут по нескольким направлениям: с одной стороны, снижается сама таможенная ставка, с другой — снижается размер минимального платежа. Помимо этого, для нескольких товарных категорий происходит переход от ставки в процентах к оплате фиксированной суммы за 1 кг продукции. Несмотря на то что установление конечной ставки приходится на период с 2013 по 2017 г., в абсолютном большинстве случаев это произойдет в 2017 г.

Прочие готовые текстильные изделия; наборы; одежда и текстильные изделия, бывшие в употреблении; тряпье. Как и в случае с текстильной одеждой, таможенная ставка задается определенным процентом от стоимости и минимальным размером платежа за 1 кг, изменения здесь происходят аналогично: снижается процентная ставка, а с ней уменьшается и минимальный размер платежа. Также остается ряд товаров — мешки, брезенты, навесы, — для которых таможенный платеж будет равен проценту от стоимости. Однако если раньше ставки лежали в интервале от 10 до 20%, то теперь они будут варьировать от 7 до 17,5%. Переход к новым ставкам произойдет преимущественно в 2015 г.

Обувь, гетры и аналогичные изделия; их части. Для данной группы изменения также затронут практически все наименования товаров. Цена здесь, как правило, указывается за пару. В таком случае фиксированная сумма за пару будет просто снижена. Однако для значительной части товаров произойдет переход от установленной сегодня ставки — процент плюс фиксированная сумма за пару — к оплате фиксированной суммы за пару. При этом две трети изменений приходится на 2015 г., треть — на 2016 г.

Головные уборы и их части. Список наименований здесь составляет около 20 позиций, и все будут затронуты изменениями таможенных ставок. Преимущественно произойдет снижение с 20 до

15%. Более резкое падение будет характерно для головных уборов из резины и пластмассы — для них таможенная ставка снизится с 20 до 10%. Установление конечных ставок запланировано на 2015–2016 гг. и в значительной мере на 2017 г.

Зонты, солнцезащитные зонты, трости, трости-сиденья, хлысты, кнуты для верховой езды и их части. Для всех товаров данной немногочисленной группы (всего 9 наименований) к 2017 г. планируется снижение ставки с 20 до 15%.

Обработанные перья и пух и изделия из них; искусственные цветы; изделия из человеческого волоса. Для этой группы товаров также ожидается снижение пошлин с 20 до 15% в 2017 г., исключением являются цветы и плоды из пластмассы, ставки на которые должны снизиться уже в 2014 г.

Необработанные шкуры и кожа [кожевенное сырье] (кроме натурального меха) и кожа. В данной группе почти для всех товаров ситуация сходная. Для без малого 100 наименований связанная ставка ввозной таможенной пошлины составляет 5%, и изменений здесь не ожидается. Только для одного наименования кожи ставка будет снижена до 3% к 2014 г.

Изделия из кожи; шорно-седельные изделия и упряжь; дорожные принадлежности, дамские сумки и аналогичные им товары; изделия из кишок животных (кроме кетгута из натурального шелка). В эту группу входит около 60 наименований товаров, и здесь изменения будут иметь более сложный характер. Снижение таможенных ставок затронет 35 наименований товаров. Сегодня пошлины на них составляют 20% (исключение составляют конвейерные ленты, ремни и прочие изделия из натуральной или композитной кожи и изделия из кишок, для которых ставка находится на минимальном уровне — 3%). Вступление в ВТО повлечет за собой установление ставок на уровне от 8 до 15%. Снижение произойдет не сразу — в период с 2015 по 2017 г., но более чем для половины товаров конечные ставки должны быть введены в 2015 г.

Натуральный и искусственный мех; изделия из него. Эта группа содержит около 100 наименований товаров, и для 77 наименований в результате вступления в ВТО таможенные ставки будут сни-

жены. Сегодня для шкур животных таможенная ставка составляет 10%, для готовых изделий из них — 20%. И те, и другие ожидает двукратное снижение, ставки на шкурки в подавляющем большинстве случаев снизятся к 2014 г., на одежду — к 2015 г. Особо обратим внимание на искусственный мех, для которого ставка будет снижена с 10 до 7%, но только к 2015 г.

Мы видим, что планируемые изменения произойдут в разные годы, но большая часть конечных таможенных ставок будет установлена в 2015 г. (см. табл. 5.4).

Таблица 5.4. Количество конечных таможенных ставок, устанавливаемых в течение каждого года

Год	2013	2014	2015	2016	2017
Количество ставок	22	260	552	156	120

Источник: Перечень CLXV.

Обобщая приведенные выше данные, можно выделить специфические черты, связанные с установлением конечных таможенных ставок для каждого основного звена цепи поставок в легкой промышленности.

Сырье. Говоря о сырье, можно выделить те продукты, которые практически не испытают влияния изменения таможенных ставок: это шелк и необработанные кожи. Для них таможенные ставки практически не изменятся. В большей степени изменится ситуация с мехом и шерстью — здесь ставки установятся на уровне 10% практически для всех товаров данной категории (сейчас они преимущественно составляют 15%). Для хлопка и химических волокон изменения также будут достаточно заметны, правда, коснутся они преимущественно товаров, для которых сегодня ставка установлена на уровне выше 5%, для остальных товаров изменений не произойдет. Изменения будут происходить на протяжении всего периода с 2013 по 2017 г., когда ставки постепенно будут меняться для различных групп товаров. Только для ваты и войлока все изменения ожидаются не ранее 2016 г.

Ткани. В меньшей степени изменение ставок касается текстильных материалов, а по трикотажным тканям ожидается их снижение: с 10 до 5–8%. Для специальных тканей снижение ставок еще более существенно: с 20 до 10%, однако оно несколько отложено во времени и произойдет только в 2017 г.

Готовая продукция. Независимо от используемого материала всю готовую продукцию ожидают изменения как в размере ставки, так и в размере минимального платежа. Для трикотажных изделий ставки должны быть снижены в 2015 г. и будут укладываться в интервал 10–17,5% (сейчас ставки составляют 15–20%). Нетрикотажные изделия изменения затронут чуть позднее: там основное количество конечных ставок будет введено в 2017 г., будут также снижены и ставки, и минимальный платеж. Для ряда товаров произойдет и переход к оплате фиксированной суммы за 1 кг продукции. В случае с обувью для значительного количества наименований продукции произойдет переход к оплате фиксированной суммы за пару товара, основная часть изменений здесь придется на 2015 г. И наконец, для головных уборов, зонтов, продукции из пуха и перьев наиболее распространенной мерой будет снижение таможенной ставки, как правило, с 20 до 15%, в большинстве случаев это произойдет в 2017 г.

В заключение обратимся к анализу усредненных показателей по каждой группе товаров и рассмотрим, насколько сильно изменятся те или иные таможенные ставки (см. табл. 5.5).

Все средние значения устанавливаемых после вступления в ВТО ставок таможенных пошлин не превышают 20% и не оказываются ниже 3%. Основная их часть укладывается в интервал от 4 до 15%. Самые высокие ставки пошлин в среднем будут установлены для одежды и текстильных изделий, бывших в употреблении, и прочих текстильных изделий, самые низкие — для шелка. При этом самое большое падение ставок таможенных пошлин будет наблюдаться для головных уборов, а также для ковров и прочих текстильных напольных покрытий.

Несмотря на то что снижение таможенных тарифов во многих случаях кажется небольшим (2–5%), *в целом вступление Рос-*

Таблица 5.5. Изменение ставок таможенных пошлин по группам товаров

	Среднеарифметическая (невзвешенная) ставка ЕТТ, 2012 г., до присоединения к ВТО, %	Среднеарифметическая (невзвешенная) ставка тарифных обязательств (конечный уровень связывания), %	Снижение
Хлопок	11,04	7,87	3,17
Прочие растительные текстильные волокна; бумажная пряжа и ткани из бумажной пряжи	7,65	6,95	0,70
Шерсть, тонкий и грубый волос животных; пряжа из конского волоса и ткань	8,48	6,69	1,79
Шелк	4,80	3,72	1,08
Химические нити	9,08	7,24	1,84
Химические волокна	8,02	7,40	0,62
Вата, войлок и нетканые материалы; специальная пряжа; бечевки, шнуры, веревки и канаты и изделия из них	8,68	6,69	1,99
Ковры и прочие текстильные напольные покрытия	25,50	11,53	13,97
Специальные ткани; материалы с прошивным ворсом; кружева; гобелены; отделочные материалы; вышивки	15,00	10,28	4,72
Текстильные материалы пропитанные, с покрытием, дублированные; текстильные изделия технического назначения	7,41	6,21	1,20
Трикотажное полотно машинного или ручного вязания	10,00	7,30	2,70
Одежда и принадлежности одежды трикотажные, машинного или ручного вязания	16,06	12,21	3,85
Одежда и принадлежности одежды текстильные (кроме трикотажных, машинного или ручного вязания)	14,81	11,85	2,96

Прочие готовые текстильные изделия; наборы; одежда и текстильные изделия, бывшие в употреблении; тряпье	26,37	19,40	6,97
Обувь, гетры и аналогичные изделия; их части	14,73	8,86	5,87
Головные уборы и их части	86,72	14,64	72,08
Зонты, солнцезащитные зонты, трости, трости-сиденья, хлысты, кнуты для верховой езды и их части	15,00	15,00	0
Обработанные перья и пух и изделия из них; искусственные цветы; изделия из человеческого волоса	12,30	15,00	-2,70
Необработанные шкуры и кожа [кожевенное сырье] (кроме натурального меха) и кожа	3,33	4,87	-1,54
Изделия из кожи; шорно-седельные изделия и упряжь; дорожные принадлежности, дамские сумки и аналогичные им товары; изделия из кишок животных (кроме кетгута из натурального шелка)	19,18	12,76	6,42
Натуральный и искусственный мех; изделия из него	9,61	4,98	4,63

Источник: Перечень CLXV.

сии в ВТО оценивается представителями отрасли как угроза для отечественной легкой промышленности, которая означает рост и без того высокой зависимости от импорта. При относительно невысоком уровне маржинальности и ограниченных возможностях для экономии издержек даже такое снижение оказывается существенным, а уменьшение тарифов на 10% и вовсе способно породить болезненные эффекты, тем более что основная часть изменений планируется на 2014–2015 гг., и времени на адаптацию осталось немного. В большей степени это касается производства готовой одежды. Текстильщики несколько выиграют от возможного удешевления импортного сырья, хотя в то же время может усилиться конкуренция в части производства тканей. И в целом считается, что негативные последствия для данной отрасли заведомо превышают позитивные, а компенсировать ущерб никто не собирается. Кроме того, российская легкая промышленность должна выстроить стабильную систему и научиться работать по стандартам ВТО, ведь на данный момент количество специалистов, готовых работать в соответствии с новыми требованиями ВТО, совсем невелико¹⁶.

Многие производители в отрасли считают, что российское государство недостаточно боролось за сохранение условий, необходимых для защиты отечественных предприятий легкой промышленности, в переговорах по поводу вступления в ВТО, полагая, что в ряде случаев запланированного снижения тарифов можно было бы избежать¹⁷. В то же время нельзя не отметить, что снижение тарифов способствовало «обелению» рынка, снижению его теневой составляющей.

¹⁶ Где тонко // Российская газета. 18 сентября 2012 г. URL: http://www.rgwtо.com/reference.asp?doc_id=57944

¹⁷ «Дело в том, что, когда было принято политическое решение о вступлении в ВТО... легкая промышленность стала одной из разменных монет. Почему мы так говорим? Вот с 2000 г., когда уже пошли действительно серьезные переговоры по той же таможенной тарифной политике, три раза снижались пошлины по легкой промышленности, мы еще не были в ВТО, но они снижались, этим мы показывали свою добрую волю» (руководитель крупного торгово-производственного объединения).

Каковы формы недобросовестной конкуренции

Весьма значимой проблемой на рынках изделий легкой промышленности в настоящее время выступает недобросовестная конкуренция. Она реализуется посредством трех видов деятельности, связанных с использованием соответственно контрафактной продукции, параллельного импорта и «серых» схем. Эти виды деятельности могут быть взаимосвязаны, тем не менее необходимо четко их различать.

Контрафактной является продукция, выпущенная с неправомерным размещением на ней (с подделкой) товарных фирменных знаков в целях введения потребителей в заблуждение. Уточним, что товарный фирменный знак представляет собой средство индивидуализации с помощью обозначений (названия, логотипы, символы), закрепленных в собственности компании, функция которого состоит в различительной способности однородных (сходных/одной группы) товаров. К прямым подделкам примыкают **товары-имитации** — продукция, выпущенная с копированием или стилевым заимствованием (до степени смещения) отдельных элементов товарных фирменных знаков.

Параллельный импорт, в отличие от подделок, сопряжен с использованием оригинального продукта. Он означает введение в гражданский оборот товара, защищенного товарным знаком, посредством импорта без разрешения правообладателя в страну, не предназначенную для его распространения.

«Серые» схемы подразумевают способы хозяйственной деятельности, связанные с уходом от налогов и платежей. Например, «серый» импорт — это импорт товаров с нарушениями порядка таможенного оформления, связанными с недостоверным декларированием, занижением стоимости и/или количества ввозимых товаров¹⁸.

¹⁸ Радаев В.В., Котельникова З.В., Маркин М.Е., Назарбаева Е.А. Легализация параллельного импорта и ее влияние на товарные рынки России / Науч. ред. В.В. Радаев. Вып. 9. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011.

Поддельная продукция. Торговля одеждой и обувью сегодня в России является сферой массового распространения контрафакта, который оценивается в среднем на уровне 30–40% продаж, что особенно характерно для известных брендов спортивной одежды и обуви. В 1990-е годы контрафактная продукция господствовала на российских рынках. В 2000-е годы наметилась тенденция к заметному сокращению ее объемов, что было связано, с одной стороны, с усилением борьбы с подделками и имитациями, а с другой — с повышением осведомленности и требовательности конечных покупателей. В период финансового кризиса 2008–2009 гг. эти позитивные тенденции приостановились в силу роста потребительского спроса на более дешевые товары, а также падения цен на вторичном рынке оборудования, которое может использоваться для незаконного производства¹⁹.

Сегодня на рынках одежды и обуви подделки затрагивают как сегменты премиум-класса, так и сегменты массовых товаров. При этом, по мнению экспертов, продукция премиум-класса больше страдает от имитаций, в то время как массовые продукты — от прямых подделок и фальсификаций. Отмечается, что все чаще потоки контрафакта «прячутся» за потоками оригинальной продукции. Это проявляется не только в улучшении качества, но и в уровне цены, которая совпадает или приближена к цене оригинальной продукции. Все это приводит к более явному обману потребителей в отличие от продажи подделок по пониженным ценам. Иногда более дешевые партии поддельного товара маскируются под «таможенный конфискат» или, значительно чаще, выдаются за «качественную лицензионную продукцию». Становится более распространенным и такой способ введения потребителей в заблуждение, как регистрация отечественных товарных знаков с иностранными наименованиями и их реализация в качестве «импортного» товара.

¹⁹ Подробнее см. предыдущие исследования НИУ ВШЭ: Радаев В.В., Котельникова З.В., Барсукова С.Ю., Куракин А.А. Основные тенденции на рынках контрафактной продукции и возможное влияние Единого таможенного союза. М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2010; Радаев В.В., Барсукова С.Ю., Котельникова З.В. Рынки контрафактной продукции в России // Аналитика ЛЭСИ. Вып. 2. М.: ГУ-ВШЭ, 2008.

По данным исследования, проведенного в НИУ ВШЭ в 2012 г. (автор — Е.Ф. Храмова), доля людей, купавших контрафактные товары за последние 12 месяцев, оказалась довольно существенной — 30%. Наряду с аудио- и видеопродукцией, алкогольной продукцией и косметикой в числе наиболее часто приобретаемых контрафактных товаров оказывается одежда. При этом более половины опрошенных приобретали контрафактную одежду вполне сознательно, предпочитая экономить средства, остальные считают, что их обманывали²⁰. Основными очагами производства подделок на территории РФ, по мнению экспертов, выступают Московская, Ленинградская области, Дальний Восток, а также южные регионы — Ростов-на-Дону, Краснодар, Северная Осетия. Что же касается импорта, то основная масса подделок поступает в первую очередь из Китая (превалирующая часть) и из других стран Юго-Восточной Азии, где значительно ниже общий уровень производственных издержек и накоплены технологии работы с оригинальной продукцией. По-прежнему сохраняют свою роль Турция и Восточная Европа (в первую очередь Польша), а также страны СНГ (Украина, страны Средней Азии).

Параллельный импорт. Параллельный импорт, несомненно, вреден для политики компаний-правообладателей, которые несут не только текущие издержки на производство товара, но и единовременные расходы на разработку и продвижение новых продуктов, в то время как параллельные импортеры паразитируют на чужих инвестициях, пользуются уже сформированным спросом.

При этом для конечного покупателя параллельный импорт вовсе не обязательно оказывается дешевле. В конце 2011 г. Лабораторией экономико-социологических исследований НИУ ВШЭ проводился ценовой мониторинг товаров разного происхождения, включавший (помимо прочих товарных категорий) цены на пять видов спортивной одежды и обуви. Различия цен между параллельным импортом и авторизованной продукцией достигали двух раз,

²⁰ Храмова Е.Ф. Амбивалентность отношения потребителей к контрафактной продукции // Экономическая социология. 2012. Т. 13. № 4. С. 116–153.

но интересно то, что параллельный импорт мог быть как вдвое дешевле, так и вдвое дороже. А в среднем (в отличие от многих других товарных категорий) в сфере спортивной одежды и обуви цена тех, кто предположительно торгует параллельным импортом, была примерно на 15% выше цены официальных российских магазинов²¹.

Но главное — параллельный импорт сплошь и рядом становится прикрытием для ввоза некачественных, просроченных, бракованных, поддельных и фальсифицированных товаров, повышая риски для конечного покупателя. И наиболее серьезная угроза, по мнению многих экспертов, заключается именно в этом²². Если к партии параллельно ввозимого товара добавляется поддельная продукция, то отличить оригинальный товар от поддельного конечный покупатель чаще всего не может, и он становится объектом прямого обмана.

«Серые» схемы. Очень часто распространение контрафактной продукции и параллельный импорт сопрягаются недобросовестными участниками рынка с использованием «серых» схем, связанных с уходом от уплаты налогов и платежей, что повышает их конкурентные преимущества по сравнению с добросовестными компаниями. И если подделки и параллельный импорт имеют массовый характер преимущественно в сегментах одежды и обуви, то использование «серых» схем налоговой оптимизации распространяется и на ткани. Так, при импорте тканей (как и при ввозе одежды и обуви) часто практикуется перекодировка товара с существенным занижением его стоимости для минимизации таможенных платежей и НДС, товары проходят таможенную очистку

²¹ Радаев В.В., Котельникова З.В., Маркин М.Е., Назарбаева Е.А. Легализация параллельного импорта и ее влияние на товарные рынки России / Науч. ред. В.В. Радаев. Вып. 9. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ, 2011.

²² «Нас сильно беспокоит параллельный импорт, мы категорически выступаем против параллельного импорта, обращаемся во все возможные инстанции. Нам очень жаль, что ФАС и те, кто занимается автозапчастями, лоббируют этот параллельный импорт... Это приведет к контрафакту, к каким-то непонятным ситуациям, это будет только вредить российскому рынку, мы категорически против. Это позиция всех, кто работает в обуви и в одежде на российском рынке» (руководитель крупной сети розничных магазинов).

на вес, возможна и чистая контрабанда при работе «вчерную» и полном уходе от официальных платежей.

Масштабы подобных операций очень значительны. Так, по данным Министерства экономического развития России, доля теневого импорта во всем импорте швейных изделий в середине 2000-х годов составляла три четверти, затем она несколько снизилась, но в 2012 г. она все равно составляла половину общего объема импортных изделий. Доля же теневого импорта обуви с середины 2000-х годов колеблется вокруг 60%.

«Серые» схемы незаконной налоговой оптимизации используются в отношении не только импортируемого товара, но и продукции, производимой на отечественных рынках. Частичный или полный уход от уплаты таможенных платежей, НДС, ЕСН или налога на прибыль делает недобросовестную деятельность выгодной, даже если она не слишком эффективно организована. Способствуют этому и относительно низкие издержки входа на рынок²³.

По-прежнему *в качестве основных каналов реализации подделок, параллельного импорта и товара, введенного в оборот с нарушениями налогового законодательства, выступают небольшие независимые магазины и розничные рынки*, которые, несмотря на рост доли цивилизованных розничных сетей, пока занимают преобладающее место на рынке²⁴. Укрепляется тенденция к *перемещению контрафакта в Интернет*, который слабо контролируется отечественными регулирующими и правоохранительными органами.

Риски ЕЭП. Дополнительные риски усиления недобросовестной конкуренции возникают в связи с созданием в 2010 г. Единого

²³ «Теневое, особенно швейное производство устроить не так-то сложно. Для этого нужно небольшое помещение, в общем-то и все. Оборудование недорогое, люди могут приходить и работать гибкие часы... пришел, 2–3 часа поработал и ушел» (руководитель текстильного объединения).

²⁴ В Москве в 2012 г. насчитывалось 150 меховых выставок, на каждой из которых в среднем действуют 40 стендов. Средний объем продаж каждого стенда составляет 8–10 изделий в день стоимостью 80 тыс. руб. каждое. По мнению экспертов, большая часть этого товара является недекларируемой.

таможенного союза и *Единого экономического пространства*. Главные опасения ведущих участников рынка связаны с упразднением границы между Россией и Казахстаном. Сильны ожидания того, что из Казахстана в Россию хлынет поток параллельного импорта и скрывающихся под его прикрытием подделок. Сейчас борьба с контрафактом внутри Казахстана ведется относительно менее активно. Причем дело не столько в нежелании властей Казахстана навести здесь порядок, сколько в отсутствии развитых практик правоприменения и в недостатке опыта у правоохранительных органов. Характерно, что в первые годы действия ЕЭП официальный товарообмен между странами (включая импорт из Казахстана) не вырос, а снизился, в то время как неофициальный импорт на этом направлении, по оценкам экспертов, вырос в несколько раз.

Добавим, что слабо защищена от контрабанды граница Казахстана с Киргизией, через которую поступает поддельная продукция китайского производства. Теперь эта продукция относительно свободно будет поступать и на более привлекательный российский рынок. И для российских производителей проникновение возрастающего количества китайских товаров становится еще более серьезной проблемой²⁵, что особенно касается производителей продукции в более низких ценовых сегментах²⁶.

Основные выводы

1. По оценкам руководителей крупных и средних предприятий легкой промышленности, на первых позициях стоят проблемы налогообложения, макроэкономической стабильности, финансовых

²⁵ «Привезти 10 контейнеров пакистанской ткани, из которых один завезти легально, а остальные нелегально, как делают те, кто торгует импортом, понятно, наверное, выгоднее, чем возиться с производством... Существующая текстильная промышленность Ивановской области обречена в условиях недобросовестной, нечестной конкуренции с «серым» импортом» (руководитель текстильного холдинга).

²⁶ «Низкий ценовой сегмент неконкурентоспособен из-за большого количества контрафакта и контрабанды по демпинговым ценам» (руководитель крупного швейного предприятия).

и трудовых ресурсов. Далее следует вторая группа проблем, порождаемых непрозрачностью российской экономики, — непредсказуемость государственного регулирования и коррупция, недобросовестная конкуренция и угрозы безопасности. На третьей позиции следуют разного рода административные барьеры и на четвертой — проблемы неразвитости производственной инфраструктуры.

2. Предприятия легкой промышленности болезненнее переживали финансовый кризис, и его последствия тяжелее отразились на их финансовом состоянии. Это было связано не столько с падением платежеспособного спроса, который быстро восстановился, сколько с ухудшением условий доступа к заемным средствам при высоком уровне закредитованности предприятий.

3. Несмотря на то что снижение таможенных тарифов во многих случаях кажется небольшим (2–5%), в целом вступление России в ВТО оценивается представителями отрасли как угроза для отечественной легкой промышленности, которая означает рост и без того высокой зависимости от импорта. При относительно низком уровне маржинальности и ограниченных возможностях для экономии издержек даже такое снижение оказывается существенным, а уменьшение тарифов на 10% и вовсе способно породить болезненные эффекты, тем более что основная часть изменений планируется на 2014–2015 гг., и времени на адаптацию осталось немного.

4. Весьма значимой проблемой на рынках изделий легкой промышленности в настоящее время выступает недобросовестная конкуренция, реализуемая посредством использования контрафактной продукции, параллельного импорта и «серых» схем. Дополнительные риски здесь возникают в связи с созданием Единого экономического пространства. Сильны ожидания того, что из Казахстана в Россию хлынет поток параллельного импорта и скрывающихся под его прикрытием подделок.

6. ПРОБЛЕМЫ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Введение

В какой мере выявленные нами проблемы освещаются и обсуждаются в средствах массовой информации (СМИ), в первую очередь в печати? Этот вопрос важен не только с политической, но и с маркетинговой точки зрения. В СМИ не только проводятся те или иные идеи и интересы, но также формируется образ отрасли и производимой продукции в целом — привлекательный или не слишком привлекательный для покупателя. Таким образом, публикации в СМИ оказывают влияние на всех участников рынка — на производителей товаров, на продавцов и на потребителей. Целью данного раздела является обобщение материалов печатных СМИ, посвященных легкой промышленности, выделение наиболее обсуждаемых и игнорируемых вопросов, а также формируемого СМИ общего имиджа отрасли и отечественных производителей.

Раздел структурирован в соответствии с ключевыми вопросами, которые обсуждаются в СМИ в связи с легкой промышленностью. Сначала дается краткая характеристика того, какие СМИ и что пишут о легкой промышленности. Затем последовательно рассматриваются вопросы, связанные со вступлением в ВТО, с расширением госзаказа, противопоставлением отечественных и импортных товаров.

Источники информации

Для анализа использована электронная база данных Интегрум, содержащая архив печатных и интернет-изданий. Архив включает статьи с 2007 г., однако мы обратимся к наиболее све-

жим публикациям, в данном случае речь пойдет только о публикациях 2012–2013 гг. Нашей задачей не является отслеживание динамики интереса СМИ, сосредоточимся только на наиболее актуальных текущих проблемах отрасли. База охватывает различные издания: центральную прессу, региональную прессу, зарубежную прессу, прессу СНГ, интернет-издания и корпоративные издания онлайн. Всего в нее входит более 3000 изданий. Так как легкой промышленности посвящено достаточно большое количество статей (за рассматриваемый период таковых оказалось около 180), для анализа было отобрано фиксированное их количество. Всего отобрано 30 статей, содержащих в одном предложении слова «легкая промышленность» и «проблемы». Эти статьи включают рассуждения самих журналистов, отчеты о различных событиях в сфере легкой промышленности, интервью с важными персонами. Около половины рассматриваемых статей целиком посвящены проблемам легкой промышленности, в другой половине статей легкая промышленность выступает, скорее, в качестве бокового сюжета.

Выборка статей строилась случайным образом. Все отобранные по запросу публикации упорядочены по названию изданий (по алфавиту), затем реализован шаговый механический отбор. Для анализа данных было использовано открытое и осевое кодирование: на основе отобранных текстов был сформулирован список ключевых тем, затем все статьи были сгруппированы по данным темам. После этого внутри каждой темы были выделены основные ее аспекты, обсуждаемые в статьях.

Как освещаются проблемы легкой промышленности

Первое, что обращает на себя внимание: интерес к различным отраслям легкой промышленности со стороны СМИ с 2012 г. был неодинаковым. Так, за рассматриваемый период проблемам отрасли было посвящено 186 статей (для сравнения: в 2007 г. по аналогичному запросу найдено 142 публикации). По аналогичному

запросу относительно розничной торговли в базе найдено 153 статьи, по тяжелой промышленности — только 25 документов, по военной — 22 публикации. Всплеск интереса к легкой промышленности в 2013 г. во многом был спровоцирован совещанием, проведенным Президентом РФ в Вологде в марте данного года. В результате почти каждая четвертая публикация за полуторалетний период приходится на один месяц — с 7 марта по 7 апреля 2013 г. (см. рис. 6.1). Так что подобные совещания играют важную роль если и не для решения проблем отрасли, то, по крайней мере, для привлечения к ним широкого внимания.

Неравномерно распределены публикации в центральной и региональной прессе. На центральную прессу приходится 58 публикаций, на региональные издания — почти в 2 раза больше, тема в большей степени оказывается региональной. Хотя если считать по доле публикаций от числа представленных в базе источников (351 источник — центральные СМИ, 1017 — региональные СМИ), то эта доля в региональных СМИ оказывается более низкой.

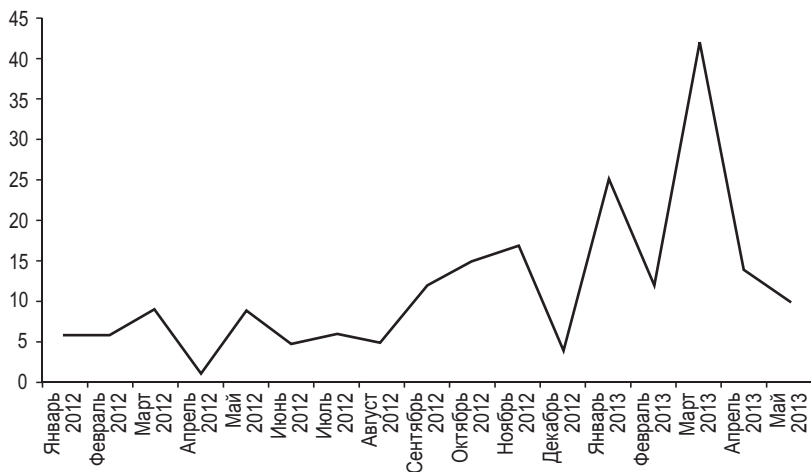


Рис. 6.1. Количество публикаций, содержащих слова «легкая промышленность» и «проблемы», в 2012–2013 гг.

Источник: построено по данным базы Интегрум.

По типу источников легкая промышленность привлекает к себе внимание преимущественно деловых изданий, в их числе «Ведомости», «Коммерсантъ», «Российская газета», «Эксперт». Популярная пресса, конечно, интересуется вопросами производства одежды или обуви, но проблемные области легкой промышленности затрагивает куда реже.

Однозначно оценить тональность публикаций с точки зрения того, позитивно или негативно освещается ситуация в легкой промышленности, нельзя. Но выделяется явный общий фокус: основная часть статей посвящена обсуждению реализуемых мер по поддержке легкой промышленности. Абсолютное большинство авторов говорят о целесообразности поддержки легкой промышленности и обсуждают эффективность тех или иных мер. И только в одной статье авторы задаются вопросом, стоит ли поддерживать легкую промышленность в принципе. При этом заявления представителей государства в этих обсуждениях звучат значительно более оптимистично, они склонны говорить о достижениях и планах по улучшению состояния отрасли, в то время как участники рынка и эксперты больше обращают внимание на существующие проблемы и заметно более сдержанны (или пессимистичны) в своих оценках.

В числе ключевых проблем в публикациях чаще всего называются высокий износ оборудования, высокая стоимость кредитов и аренды площадей для предприятий, зависимость от импорта сырья. При этом проблемы разных подотраслей легкой промышленности обсуждаются весьма выборочно. Например, на заседании в Вологде в марте 2013 г. много говорили о текстиле, но обошли вниманием кожевенное производство.

Оценка последствий вступления ВТО

В 2012–2013 гг. легкая промышленность часто обсуждается в более общем контексте вступления России в ВТО. В первую очередь ставится вопрос о том, насколько полезно или вредно для России членство в ВТО, и однозначного ответа на этот вопрос

эксперты не дают. Впрочем, обращает на себя внимание тот факт, что до вступления в ВТО представители власти видели в нем одни только плюсы, теперь же у них начали проявляться определенные сомнения.

Легкая промышленность часто называется в числе трех отраслей, наиболее подверженных рискам в результате вступления в ВТО. Риски эти связаны с притоком импортных товаров. Некоторые авторы указывают на то, что в других странах легкая промышленность получает больше поддержки от государства и, следовательно, имеет лучшие возможности для выживания и развития.

Со вступлением в ВТО достаточно часто связывают и увеличение потока контрафакта, который и сегодня весьма велик. Однако не все выступающие в СМИ разделяют эту точку зрения. Заявляется альтернативная позиция, в соответствии с которой контрафакт, к сожалению, неотъемлемая и неустраняемая часть экономической реальности. Говорят, что с этим придется смириться и развивать отрасль, если, конечно, объем продаваемых поддельных товаров будет находиться в разумных пределах.

Расширение госзаказа

В большинстве случаев авторы не склонны связывать все риски российской легкой промышленности только со вступлением в ВТО. Они отмечают, что на сегодняшний день отрасль крайне слаба и требует усиленной поддержки. Однако принимаемые меры также оцениваются по-разному. Например, можно обратиться к идее введения школьной формы, заказы которой у представителей российского легпрома призваны стимулировать развитие отрасли. У авторов публикаций по этому поводу возник целый ряд опасений. Первое опасение: если оплата ляжет на плечи родителей, последние могут не согласиться одевать своих детей в одинаковую форму. К тому же проблема неравенства, которую призвано решить введение формы, не станет менее острой: у детей по-прежнему останутся возможности пользоваться различными мобильными

устройствами, приезжать на работу на личном транспорте родителей и т.д. Второе опасение: если производство школьной формы будет связано с госзаказами, а значит, останутся возможности для взяток, как следствие, заказы и поддержку получают не самые успешные компании, а те, кто сможет воспользоваться своими связями. Третье опасение, отмеченное экспертами: неготовность российской промышленности обеспечить учащихся одеждой надлежащего качества, особенно если потребуется изготовление не только повседневной формы, но и костюмов для занятий спортом. В этом случае тканей с определенными свойствами может просто не найтись.

Тема закупок обмундирования для силовых структур в отобранных статьях отдельно не обсуждается. Однако, по мнению автора одной из статей, проблемы здесь возникнут сходные, только возмущения будет меньше, так как форму военные получают за казенные деньги, в то время как за школьников платят родители, которые и могут выразить свое недовольство.

Отечественные товары против импортных товаров

Одной из проблем для легкой промышленности является высокая доля импортных товаров на прилавках и высокий спрос на эти товары. Чтобы поддержать отечественных производителей, предлагается, в частности, обязать торговые компании размещать на своих прилавках не менее 30% российских товаров. Это предложение не осталось без внимания СМИ. Мера оценивается неоднозначно. Сама идея представляется спорной, так как ее реализация связана не с экономической привлекательностью российского товара, а с административным давлением. По нашему мнению, ***переориентация потребителей на отечественные товары не решается принудительным размещением последних на полках магазинов.***

Данная проблема ставится и более широко. Авторы публикаций в СМИ указывают на то, что рынок для товаров отечественной

легкой промышленности в России полностью не сформирован. С одной стороны, для таких товаров просто не создана эффективная система каналов сбыта в отличие, например, от продажи продовольственных товаров, где розничные сети более успешно работают на привлечение потребителя. Но важнее то, что у российского потребителя не сформировано в должной мере представление об отечественном товаре как о высококачественном и заслуживающем покупки. В качестве примера реализации успешной политики в отношении собственного товара приводят Турцию, где в магазинах устанавливаются отдельные витрины с товаром с пометкой «произведено в Турции», причем это служит гарантом качества и привлекает, а не отталкивает покупателей, поскольку зачастую они сравнивают с китайским товаром.

Иными словами, помимо повышения качества и работы над дизайном, нужно создавать положительный образ российского товара. В статьях периодически возникают рассуждения о необходимости такой работы, однако доступный на данный момент материал не позволяет говорить о том, что в этом отношении действительно предпринимаются какие-то серьезные попытки.

Сами работники предприятий указывают еще и на то, что нужно больше сообщать об их успехах и достижениях (каковые действительно имеются). СМИ могут доносить куда больше информации об успехах российских компаний, об их деятельности, об особенностях отечественных товаров, о давно существующих на рынке успешных рыночных игроках.

Истории успеха

Несмотря на все трудности, в отрасли представлен целый ряд фирм, которые смогли адаптироваться и сейчас успешно работают на рынке. Нечасто, но встречаются статьи с описанием их историй. Из них следует, например, что можно преодолеть все существующие проблемы и из малого предприятия превратиться в крупную успешную компанию с множеством работников. В ка-

честве одного из факторов успешности российских предприятий называют более высокое качество их товаров в сравнении с продукцией зарубежных конкурентов, конкурировать по издержкам весьма проблематично.

Даже для успешных предприятий весьма актуальна проблема поиска квалифицированных кадров. Представители таких компаний готовы привлекать молодежь, но им требуется поддержка в части стимулирования профориентации учащихся.

В целом можно сказать, что обсуждение ситуации в легкой промышленности в печатных СМИ фактически сводится к проблемам текстильной отрасли и производства одежды, в то время как производство обуви, кожевенное и меховое производство, как правило, выпадают из такого обсуждения, возможно, в силу низкой доли рынка отечественных товаров. На это указали и участники совещания в Вологде в марте 2013 г.

Основные выводы

Легкая промышленность на фоне других отраслей не выделяется ни отсутствием внимания, ни большим количеством публикаций. Интерес к легкой промышленности со стороны печатных СМИ чаще проявляется в связи с некоторыми более общими аспектами. Так, с 2012 г. чаще всего отрасль интересовала авторов в связи со вступлением в ВТО.

Несмотря на привлечение внимания к отрасли в последний период, правомерно говорить о нехватке публикаций, характеризующих ее с положительной стороны. Участники рынка отмечают недостаток интереса со стороны СМИ к успешным компаниям, распространение информации о которых дало бы возможность привлечь дополнительное внимание к качественным российским товарам и способствовать развитию отечественного рынка. Кроме того, из поля зрения СМИ практически выпадает очень болезненная тема поддельных товаров (возникает она только в контексте ВТО, и далеко не всегда), в то же время публикации в СМИ могли

бы быть использованы для привлечения внимания покупателей к проблеме и для распространения аргументов в пользу покупки оригинальной продукции. Отсутствуют материалы и по другой важной и активно обсуждаемой в связи с другими отраслями теме — параллельного импорта (ввоза в страну оригинальной продукции без разрешения правообладателя).

Мнения экспертов относительно перспектив отрасли расходятся. Характерно, что представители власти оценивают меры, нацеленные на развитие отрасли, более оптимистично, в то время как участники рынка более пессимистичны в своих оценках.

Раздел 2

МИРОВАЯ ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ: ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ, МЕЖДУНАРОДНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ, КЛЮЧЕВЫЕ КЕЙСЫ

Введение

Легкая промышленность во второй половине двадцатого столетия превратилась в глобальную отрасль. Поэтому состояние российской легкой промышленности и перспективы ее развития необходимо оценивать на фоне мировых тенденций.

Мировая легкая промышленность является уникальным примером развития отрасли. С начала 1970-х годов по настоящий момент для нее характерен непрерывный рост выпуска и интенсивности международных торговых потоков с небольшими краткосрочными колебаниями. В период с 1955 по 2000 г. объем торговли текстилем в стоимостном выражении вырос в 34 раза, одеждой — в 249 раз¹. К 2011 г. объем международной торговли одеждой и текстилем достиг 706 млрд долл., что составило 4% мирового экспорта товаров².

Для большинства развитых стран мира именно легкая промышленность, в первую очередь текстильная отрасль и производство одежды, стала на определенных этапах трамплином для экономического развития (как это было два столетия назад в более развитых странах в период первоначального накопления капитала). Так, именно эти отрасли сыграли критически важную роль для экономического развития Великобритании, Японии, отдельных регионов США на этапе ранней индустриализации. Экономические системы Гонконга, Южной Кореи и Тайваня опирались на текстиль и одежду как на основные статьи экспорта с 1950-х до середины 1980-х годов. Позже в «гонку» включились развивающиеся страны Южной и Юго-Восточной Азии³. Интенсивное развитие

¹ *Au K.F., Chan N.Y.* The World Textile and Clothing Trade: Globalization versus Regionalization. The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong. OECD, 2004; *A New World Map in Textiles and Clothing. Adjusting to Change.* OECD.

² WTO. International Trade Statistics. 2012. URL: <http://www.wto.org>

³ *Abernathy F., Dunlop J., Hammond J., Weil D.* Globalization in the Apparel and Textile Industries. What Is New and What Is Not? // *Kenney M., Florida R.* (eds). Locating Global Advantage. Industry Dynamics in the International Economy. Stanford University Press, Stanford, California, 2004. P. 23—52; *Adhikari R., Yamamoto Y.* The Textile and Clothing Industry: Adjusting to the Post-Quota World // *Industrial Development for the 21st Century.* New York: United Nation, 2007.

текстильной отрасли исторически не только свидетельствует о начале процессов индустриализации экономики, но и выступает одним из основных ее двигателей. Кроме того, разница в уровне экономического развития стран является причиной для постоянной диверсификации группы лидеров отрасли: ***по мере роста запасов капитала и уровня технологического развития группу лидеров покидают развитые игроки, уступая место развивающимся, позже вступившим на путь индустриализации.***

В настоящий момент именно легкая промышленность является стратегически важной для развивающихся стран мира, на которые приходится до 70% экспорта одежды. Для этой категории стран развитие легкой промышленности может рассматриваться как один из основных источников экономического роста, который предоставляет сразу несколько возможностей для интенсификации развития⁴. Так, эта отрасль характеризуется низкими барьерами входа, а производственный процесс на многих стадиях является технологически простым и трудоинтенсивным, что позволяет активно использовать относительно избыточный для бедных стран мира фактор — низкоквалифицированный труд. Технология производства гибкая, что дает возможность разбивать производственный процесс на отдельные этапы и создает условия для интернационализации и фрагментации производства, приводя к формированию ***глобальных производственных цепочек***. По мере развития страны могут продвигаться вдоль этих цепочек, переходя на более капиталоемкие стадии, требующие более высокого уровня квалификации, что, в свою очередь, связано с ростом заработных плат и экономическим развитием. Таким образом, легкая — в первую очередь текстильная — промышленность выступает как стратегически важная для развития более бедных стран, превращая их в наиболее динамично развивающихся игроков мировой экономики. Согласно прогнозам ОЭСР, к 2030 г. именно на долю развива-

⁴ Robertson R. Theoretical Foundation and Empirical Approach // *Lopez-Acevedo G., Robertson R. Sewing Success? Employment, Wages, and Poverty following the End of the Multi-fibre Arrangement*. Washington DC: World Bank, 2012. P. 19–40.

ющихся стран придется около 60% мирового ВВП. Значительный вклад в этот рост может внести легкая промышленность.

Первая часть данного раздела содержит результаты исследования основных этапов развития мировой легкой промышленности после окончания Второй мировой войны до настоящего момента. В фокусе внимания находятся основные тенденции в развитии рынков, международного и национального регулирования, повышении роли международных двусторонних и многосторонних соглашений, в эволюции и динамике становления основных игроков на рассматриваемых этапах. Выделяются ключевые события, которые оказали наиболее значительное влияние на развитие отрасли.

Во второй части раздела мы рассматриваем современное состояние отрасли в рамках пятилетнего периода (2008–2012 гг.), используя основные статистические данные по динамике развития, по изменению роли ключевых игроков и структуры рынков, стратегии экспансии крупнейших инвесторов, принципов и инструментов многостороннего регулирования. В зоне особого внимания находятся изменения, ставшие следствием глобального кризиса 2008 г. и последовавшей за ним рецессии. Нами выявляются тренды, которые будут определять развитие отрасли в кратко- и среднесрочном периодах, в том числе оказывать влияние на российский рынок и производителей, нацеленных на экспансию на внешние рынки.

Третья часть раздела содержит ситуационный анализ трех крупных игроков современного рынка легкой промышленности: Германии, Турции и Китая. Наконец, в четвертой части мы формулируем более общие выводы, касающиеся глобальных трендов в формировании и изменении глобальных цепей поставок, чтобы понять, существуют ли возможности для России встроиться в эти цепи.

В ходе исследования авторы опирались на широкий круг статей, опубликованных в ведущих зарубежных экономических и отраслевых журналах (прежде всего на концепцию глобальных цепей поставок), на доклады и аналитические отчеты национальных и международных организаций, на базы данных национальной и международной статистики.

7. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В послевоенном развитии мировой легкой промышленности можно выделить несколько этапов.

Первый этап — от послевоенного восстановления отрасли до заключения соглашений по международной торговле хлопком в начале 1960-х годов.

Второй этап — период действия системы квотирования международной торговли и постепенной ее либерализации с начала 1960-х годов до 2005 г.

Третий этап, начало которому положила отмена всех действовавших количественных инструментов ограничений торговли в 2005 г., что привело к беспрецедентному росту роли Китая в мировой легкой промышленности и реструктуризации рынков. К этому же периоду относится глобальный экономический кризис, разразившийся в 2008 г. в США и быстро распространившийся на большинство стран мира. В ходе последовавшей за кризисом рецессии в отрасли стали проявляться новые тенденции развития.

Первый этап: 1945 г. — начало 1960-х годов. Послевоенное восстановление

Военный и ранний послевоенный периоды характеризовались высоким уровнем протекционизма в международной торговле, отказ от которого был необходим для создания новой экономической реальности, для стимулирования международных отношений, для поиска форм взаимодействия, способных предотвратить развязывание новых военных конфликтов общемирового масштаба. Важный вклад в либерализацию международных торговых отношений

внесло введение в действие в 1947 г. Генерального соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ) — предшественника Всемирной торговой организации (ВТО)¹. Именно ГАТТ стало основным регулятором международных торговых отношений на период с 1947 по 1994 г. В результате применения правил ГАТТ международная торговля возросла в 18 раз со среднегодовым темпом роста, равным 6%². Впрочем, действие ГАТТ распространялось не на все отрасли мировой экономики, в числе которых оказалась и легкая промышленность. После окончания Второй мировой войны регулирование международной торговли хлопком осуществлялось с помощью системы добровольных экспортных ограничений в рамках двусторонних соглашений.

Лидерство США. Локомотивом развития отрасли в первые послевоенные годы стала экономика США, которая в ходе войны не понесла столь серьезных потерь и после ее окончания стала стремительно расти на волне демилитаризации и *роста потребительского спроса на конечные товары и услуги*. В годы войны в стране сформировались независимые от других стран внутренние цепочки поставок³, которые были легко переориентированы на производство «мирных» товаров и услуг. В конце 1940-х годов в число

¹ ГАТТ (GATT) — Генеральное соглашение по тарифам и торговле, многосторонний институт, нацеленный на либерализацию международной торговли, вступивший в действие в 1947 г. В 1995 г. ГАТТ стало одним из основных соглашений Всемирной торговой организации (ВТО) наряду с ГАТС (Генеральное соглашение по торговле услугами) и ТРИПС (Соглашение по торговле объектами интеллектуальной собственности).

² WTO (2012). International Trade Statistics. URL: <http://www.wto.org>

³ Цепочка поставок (supply chain) в текстильной отрасли может быть разбита на четыре основные стадии: предложение необработанных материалов, включая натуральное (хлопок, шерсть) и искусственное (полиэстер, нейлон, акрил) волокна; изготовление пряжи и ткани (текстильное производство); производство готовой одежды; дистрибуция и продажа. См.: Gereffi G., Memedovic O. The Global Apparel Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries. Vienna: UNIDO, 2003; Gereffi G., Humphrey J., Sturgeon T. The Governance of Global Value Chains // Review of International Political Economy. 2005. No. 12 (1). February. P. 78–104.

приоритетных задач регулирования национальной экономики США вошла цель достижения полной занятости⁴, что привело к стремлению максимально сохранить все стадии производственной цепочки внутри страны. В результате легкая промышленность, которая активно росла в ответ на запросы потребительских рынков и необходимость обеспечить максимальную занятость, была представлена тысячами мелких производителей, использовавших преимущественно трудозатратные технологии. В основном все они сохраняли свою независимость друг от друга, не формируя устойчивых вертикально-интегрированных структур. Вплоть до середины 1970-х годов около 70% американского рынка текстиля и одежды было представлено мелкими независимыми компаниями, которые взаимодействовали в рамках краткосрочных договоров о поставках⁵. Столь длительное сохранение такого типа взаимодействия было возможно в условиях надежной защиты от международной конкуренции, угроза потери которой стала ощущаться лишь в середине 1970-х годов.

Возрождение Японии. Послевоенный период был переломным для хлопкового производства Японии, ставшей наряду с Великобританией лидером рынка. В начале 1930-х годов товары из хлопка были основной статьей японского экспорта. Стремительное развитие отрасли привело к необходимости импорта сырья, поставки которого в основном осуществляли Индия и США.

В годы войны отрасль в Японии была полностью уничтожена, и ее восстановление было связано с поддержкой, исходящей от американских производителей. В поисках рынков сбыта продукции, производимой на не пострадавших в годы войны промышленных мощностях, США начали масштабную поддержку возрождения отрасли через поставки сырья, оборудования и оказание финансовой помощи. В результате к 1951 г. Япония восстановила свои

⁴ См., например, Акт о занятости (Employment Act) 1946 г.

⁵ *Cooper W.D.* Textile and Apparel Supply Chain Management Technology Adoption // *Journal of Textile and Apparel, Technology and Management*. 2006. No. 5 (2). Summer. P. 1–22.

позиции на мировой арене, став крупнейшим мировым производителем изделий из хлопка и сохранив этот статус до 1967 г.⁶

Международная экспансия Японии начала представлять угрозу для национального американского рынка, который был стратегически важным для развития страны в послевоенный период, так как одновременно аккумулировал свободную рабочую силу, обеспечивал загрузку производственных мощностей и насыщение рынков потребительских товаров. Для защиты национальных производителей под давлением США Япония была вынуждена ввести добровольные экспортные ограничения с 1955 г.⁷

Однако не только японские производители представляли угрозу для американской легкой промышленности. В середине 1950-х годов нарастает экспансия Гонконга, Португалии, Индии и Египта. Например, объем импорта из Гонконга растет с 0,07 млн долл. в 1956 г. до 63,5 млн долл. в 1960 г.⁸ В целях защиты интересов национальных производителей на Министерской конференции ГАТТ в ноябре 1959 г. представители администрации США поставили вопрос о возможной угрозе экономическому развитию импортирующих стран в условиях стремительной экспансии производителей тканей из развивающегося мира, что привело к заключению в 1961 г. Краткосрочного соглашения по международной торговле хлопком, положившего начало эпохе квотирования.

Основные выводы. После окончания Второй мировой войны в мире сложились благоприятные условия для восстановления и быстрого развития текстильной отрасли и отрасли производства одежды. В первые послевоенные годы развитие отрасли опреде-

⁶ Conlon M. The History of U.S. Cotton in Japan // Global Agricultural Information Network. 2010. April.

⁷ Добровольные экспортные ограничения (ДЭО) — инструмент таможенно-тарифной защиты, предполагающий введение ограничений на объемы своего экспорта страной-экспортером. Как правило, вводятся в результате переговоров и под влиянием требований страны-импортера.

⁸ Matt S. The Evolution and Demise of the Multi-Fibre Arrangement: Examining the Path of Institutional Change in the Textile and Apparel Quota Regime. Economics Senior Thesis, University of Puget Sound. 2006. May 12.

ляют США, для которых легкая промышленность играла стратегически важную роль для успешной демилитаризации экономики. Быстрое наращивание производственных мощностей привело к выходу американского капитала за пределы национальных границ и к активному стимулированию развития отраслей других стран, в первую очередь Японии.

Однако быстрое восстановление позиций Японии — лидера довоенной текстильной промышленности, а также стремительная экспансия Гонконга, Индии, Египта, Южной Кореи и ряда других стран уже в середине 1950-х годов начинают представлять угрозу для национальных рынков наиболее развитых стран.

В результате по инициативе США осуществляется переход от системы двусторонних ограничений торговли к многосторонней системе квот, что выводит текстильное производство из сферы действия правил и процедур ГАТТ, нацеленных на либерализацию международных торговых отношений. Таким образом, развитие рассматриваемой отрасли в течение следующих 40 лет сдерживается протекционистской политикой наиболее развитых стран.

Второй этап: начало 1960-х — 2005 г. **От квотирования к либерализации** **международной торговли**

Появление новых лидеров. На втором этапе развития отрасли произошло несколько крупных сдвигов производственных центров. Так, если в 1950-х — начале 1960-х годов основным лидером отрасли была Япония, то в 1970-х — начале 1980-х годов эту роль взяли на себя Гонконг, Тайвань, Южная Корея. В конце 1980-х — 1990-х годах произошел новый крупный сдвиг из стран азиатской «большой тройки» (Гонконг, Тайвань, Южная Корея) в другие развивающиеся страны. В 1980-х годах активно растет роль Китая, Индонезии, Малайзии, Таиланда, Филиппин и Шри-Ланки. В 1990-х годах к ним присоединяются другие страны Южной Азии и Латинской Америки (см. рис. 7.1).

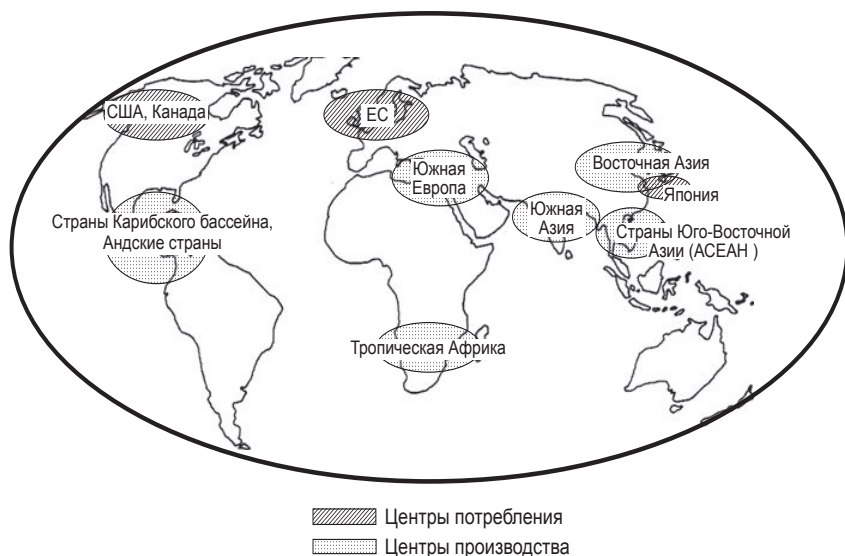


Рис. 7.1. Основные производители и потребители одежды и текстиля после 1990 г.

Источник: Agarwal P., Dhir A., Bhatiani R., Prakash B. Global Textile and Apparel Industry: Vision 2015. Proceedings // International Textile and Apparel Congress (ITAC). Hong Kong, 2007. April.

Также на этом этапе продолжается активное вовлечение в мировую торговлю «периферийных» стран через формирование международных цепей поставок. Одной из основных причин такого вовлечения наряду с постоянным давлением к снижению себестоимости продукции стала сохраняющаяся система квотирования, которая вынуждала лидеров, чьи производственные мощности значительно превышали емкость национальных рынков, вовлекать в отрасль менее развитые страны с целью использования их квот для торговли. Так, корейские производители инвестировали в создание фабрик в Бангладеш, на Карибских островах и в странах Африки южнее Сахары, китайские — в ряде стран Азии и Африки (текстильная промышленность в Лесото, Мадагаскаре и Кении поддерживалась исключительно благодаря инвестициям

китайских и тайваньских производителей⁹, индийских — в Непале). Даже такие относительно небольшие игроки, как Шри-Ланка и Маврикий, осуществляли экспансию на рынки Мальдивских островов и Мадагаскара¹⁰. В результате система квот способствовала расширению отрасли и стимулированию развития беднейших стран мира. Важно отметить, что не всегда это расширение имело долгосрочный характер. Если, например, в таких странах, как Бангладеш и Непал, иностранные инвестиции также поддерживались растущей активностью национальных игроков на развивающемся внутреннем рынке, то на Мальдивах отрасль существовала только на основании деятельности зарубежных инвесторов. С их уходом с рынка отрасль исчезала из экономики страны¹¹.

Введение Соглашения по торговле текстилем (MFA). Рынки США и Европы, надежно защищенные системой квотирования, в этот период характеризуются качественным ростом, что позволило сконцентрировать конкуренцию не в области снижения издержек, а в сфере улучшения качества, дизайна и технологий. Однако смещение центров производства и повышение роли развивающихся стран, являющихся лидерами отрасли, неизбежно должны были привести к пересмотру системы регулирования отрасли на мировом уровне.

До 2005 г. на международную торговлю текстилем и одеждой не распространялись правила и процедуры Генерального соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ), вступившего в действие в 1947 г. Регулирование отношений в этой отрасли осуществлялось посредством системы квотирования, которая была установлена в соответствии с Краткосрочным, а затем Долгосрочным соглашениями по международной торговле хлопком (Short/Long Term

⁹ Naumann E. 2006. The Multifibre Agreement — WTO Agreement on Textiles and Clothing // Tralac Working Paper. № 4. April.

¹⁰ Adhikari R., Yamamoto Y. The Textile and Clothing Industry: Adjusting to the Post-Quota World // Industrial Development for the 21st Century. New York: United Nation, 2007.

¹¹ Ibid.

Agreement Regarding International Trade in Cotton Textiles — LTA), действующими с 1962 г.¹² Документы закрепляли правила квотирования для основных импортирующих стран. В 1974 г. действие LTA было распространено на другие виды сырья, что сформировало основу для Соглашения по торговле текстилем (Multi-Fiber Agreement — MFA).

MFA стало эффективным инструментом защиты национальных отраслей США и наиболее развитых стран Европы от конкуренции со стороны производителей из развивающихся стран. Первоначально устанавливая ограничения только на торговлю хлопком, впоследствии участники соглашения формально и неформально распространили их на торговлю всеми видами волокон — как натуральными, так и искусственными.

Существовавшие ограничения стали стимулом для международной фрагментации производства: когда экспорт из Гонконга, Южной Кореи, Тайваня и позже из Китая (основные лидеры отрасли в 1970-х годах) достиг своего максимума, отдельные стадии стали переноситься в страны, которые недоиспользовали свои квоты, в том числе в Бангладеш, Шри-Ланку, Вьетнам, Индонезию, Таиланд, Малайзию и Филиппины (основные лидеры отрасли в 1980-х годах)¹³.

MFA стало одним из наиболее сложных соглашений для пересмотра на пути к либерализации международной торговли, так как одновременно вызывало озабоченность и у наиболее развитых, и у наименее развитых стран. И те, и другие опасались экспансии лидеров: первые — в связи с угрозой реструктуризации рынков и разорения национальных производителей, вторые — в связи с возможностью утраты своей роли в сложившихся глобальных производственных цепочках. В результате действие соглашения продлевалось трижды — в 1977, 1981 и 1986 гг.

¹² Краткосрочное соглашение было подписано в 1961 г.

¹³ Ernst C., Ferrer A.H., Zult D. The End of the Multi-Fibre Arrangement and its Implications for Trade and Employment // Employment Analysis Unit. 2005. Vol. 16; Gereffi G. International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain // Journal of International Economics. 1999. Vol. 48. P. 37–70.

Переход к Соглашению по текстилю и одежде (АТС). В ходе Уругвайского раунда переговоров по ВТО (1986—1994 гг.) по мере роста политического веса Китая и других развивающихся стран участники организации приняли решение о постепенной отмене квот на импорт текстиля с полным отказом от них к 1 января 2005 г., после чего рассматриваемая отрасль должна была регулироваться с помощью стандартных правил и процедур ВТО.

Это решение было закреплено в Соглашении по текстилю и одежде (Agreement on Textiles and Clothing — АТС), которое определяло для этой процедуры переходный период длительностью 10 лет. Предполагалось, что это время будет использовано производителями для подготовки к работе на высококонкурентных международных рынках. Для достижения поставленной задачи были предусмотрены два конкурентных механизма: постепенное сокращение доли котируемых товаров и одновременный рост размеров квот по тем товарам, которые еще сохраняли нетарифную защиту. Таким образом, разработчики рассчитывали осуществить постепенное открытие национальных рынков для импортируемых товаров¹⁴.

Реализация соглашения оказалась не столь эффективной, как было задумано. Во многом это было связано с тем, что странам предоставили возможность самостоятельно определять очередность товаров в процессе отмены квот. В результате сокращение квот в течение этих 10 лет осуществлялось крайне неравномерно. Так, в США в соответствии с МФА действовали 937 видов квот, которые были отменены в следующем порядке: с 1995 по 1997 г. — ни одна квота не была отменена, с 1998 по 2001 г. — отменены 15 квот, с 2002 по 2004 г. — отменены 88 квот, 1 января 2005 г. — отменены 834 квоты¹⁵. Фактически для ряда стран, в первую очередь для

¹⁴ MacDonald S., Pan S., Somwaru A., Tuan F. China's role in world cotton and textile markets: a joint computable general equilibrium/partial equilibrium approach // Applied Economics. 2010. Vol. 42. P. 875–885.

¹⁵ WTO. Comprehensive Report to the Council for Trade in Goods on the Implementation of the Agreement on Textiles and Clothing During the Second Stage of the Integration Process // Textiles Monitoring Body. 31 July 2001. Geneva: WTO, 2001.

крупнейших импортеров, США и Европы, АТС стал инструментом, скорее, для пролонгации защиты национальных рынков с их последующим шоковым открытием в 1995 г., чем для постепенного укрепления конкурентных преимуществ собственных производителей¹⁶. В результате, несмотря на решение, принятое в 1994 г., лишь с 2005 г. начались коренные изменения в отрасли, связанные с либерализацией торговли.

Следует отметить, что революционный эффект АТС был смягчен тремя основными факторами: сохранением возможности применения тарифов, защитных мер (антидемпинговых и компенсационных пошлин) и установлением особых условий для Китая при присоединении к ВТО¹⁷. В 2001 г. одним из условий его присоединения стала возможность применения в отношении китайских производителей одежды и текстиля защитных инструментов вплоть до 10 декабря 2013 г. Они могли вводиться в том случае, если страна-импортер видела в экспансии Китая угрозу для подрыва своего национального рынка. Эти возможности использовали США, Бразилия, Колумбия, Европейский союз, Мексика.

Основные выводы. Второй этап развития отрасли продолжался более 40 лет и был связан с применением ограничительных мер, сдерживающих развитие отрасли и экспансию отдельных стран-участниц. Квотирование стало основной причиной расширения отрасли за счет формирования глобальных цепей поставок с участием бедных стран и экспансией развивающихся стран-лидеров. В этот же период защищенные от конкуренции по издержкам европейские и американские производители переходят на новый уровень взаимодействия с акцентом на дизайн, бренд, качество и технологии.

¹⁶ *Diao X., Somwaru A.* A Global Perspective of Liberalizing World Textile and Apparel Trade // *Nordic Journal of Political Economy*. 2002. Vol. 28. P. 127–145.

¹⁷ *Martin M.* U.S. Clothing and Textile Trade with China and the World: Trends Since the End of Quotas // *CRS Report for Congress*. Congressional Research Service. 2007. July.

Рост производственных мощностей и политического веса развивающихся стран привел к пересмотру и постепенному отказу от сложившейся системы регулирования рынков. При этом переходный период, растянувшийся на 10 лет, в значительной степени определялся стремлением развитых стран максимально продлить действие защитных мер, а не подготовиться к их отмене. Это привело к шоковому изменению правил регулирования в отрасли 1 января 2005 г. и к стремительной экспансии лидеров из развивающихся стран, которую не смогли сдержать даже сохранившиеся отдельные таможенно-тарифные и специальные меры защиты рынков.

Основным результатом второго этапа стало расширение отрасли с одновременным укреплением роли ряда развивающихся стран. Изменение правил регулирования отрасли не привело к созданию полностью свободной торговли, однако отменило квотирование — наиболее часто и масштабно использовавшийся инструмент ограничения торговли.

Третий этап: с 2005 г. по настоящее время. Либерализация торговли, реструктуризация рынков и кризис

Третий этап развития рассматриваемой отрасли включает два крупных потрясения. Первый связан с либерализацией международных торговых отношений в отрасли, открывшей новые возможности для экспансии развивающихся стран. Второй стал результатом глобального экономического кризиса 2008 г. и последующей рецессии, вызвавших к жизни новые тенденции в развитии отрасли, которые могут определить направления ее развития на ближайшие годы.

Либерализационный шок. В результате отмены квот и либерализации международной торговли мировой рынок текстиля и одежды претерпел существенные изменения по масштабам, структуре, производственным цепочкам, ценовой конъюнктуре и характеру

конкуренции¹⁸. После отмены МФА развитые страны — крупные импортеры, в первую очередь США и Европа, использовали возросшую активность производителей Китая, Индии, Бангладеш. Последние в условиях отсутствия квотирования получили возможность активного проникновения на емкие европейский и американский рынки, вытесняя как относительно более мелких производителей из развивающихся стран — традиционных партнеров в условиях системы квот, так и национальные компании развитых стран, превосходя их по эффективности и по уровню затрат¹⁹. Впрочем, в сильной степени это проникновение организовывалось самими национальными компаниями, переносившими производство за пределы страны, и растущими розничными сетями, подталкивающими поставщиков к постоянному снижению уровня издержек.

Несмотря на применение защитных мер в отношении Китая, период 2005—2007 гг. характеризуется активным ростом объемов китайского экспорта, а также доли Индии и Вьетнама на фоне сокращения объемов производства других традиционных поставщиков²⁰. В 2005 г. стоимость китайского экспорта текстиля и одежды в 25 стран Европейского союза (ЕС-25²¹) возросла на 43%, в пер-

¹⁸ Curran L. Forecasting the Trade Outcomes of Liberalization in a Quota Context — What Do We Learn From Changes in Textiles Trade After the ATC? // Journal of World Trade. 2008. Vol. 42 (1). P. 129–150.

¹⁹ Pickles J., Smith A. Delocalization and Persistence in the European Clothing Industry: The Reconfiguration of Trade and Production Networks // Regional Studies. 2011. Vol. 45 (2). P. 167–185.

²⁰ Анализ динамики 2005—2007 гг. подготовлен по материалам: Kowalski P., Molnar M. Economic Impacts of the Phase-Out in 2005 of Quantitative Restrictions under the Agreement of Textiles and Clothing // OECD Trade Policy Working Paper No. 90. 2009. July.

²¹ До расширения 2007 г. в Европейский союз входили 25 стран: Австрия, Бельгия, Великобритания, Венгрия, Германия, Греция, Дания, Ирландия, Испания, Италия, Кипр, Латвия, Литва, Люксембург, Мальта, Нидерланды, Польша, Словакия, Словения, Португалия, Финляндия, Франция, Чехия, Швеция, Эстония.

вую очередь за счет экспорта одежды (рост на 45%). Аналогичный показатель для Индии и Вьетнама: рост на 18 и 6% соответственно, также в основном за счет одежды. Менее значительную, тем не менее положительную, динамику продемонстрировали США, Турция и Болгария. Остальные поставщики сократили масштабы производства. В их числе находятся и страны, которые не участвовали в МФА (Южная Корея, Австралия, Таиланд), и страны, которые имели различные преференции в торговле с ЕС-25 (Марокко, Тунис, Бангладеш, Маврикий).

В 2006 г. негативные показатели сменили знак. Рост экспорта зафиксирован практически у всех поставщиков (Вьетнам — 47%, Гонконг — 47, Бангладеш — 30, Шри-Ланка — 21, Камбоджа — 16, Китай — 13, Пакистан — 13, Маврикий — 10%). Сокращение темпов роста присутствия Китая может быть объяснено в том числе принятием страной обязательств при присоединении к ВТО.

Значение Китая на американском рынке за тот же период возросло в еще большей степени: в 2005 г. стоимость импорта текстильной продукции возросла на 29%, одежды — на 70%. В следующие два года оба показателя остаются положительными, хотя темпы значительно падают — до 12 и 20% соответственно в 2007 г. Также увеличивают свое присутствие на рынках одежды США Индия, Индонезия, Вьетнам, Бангладеш и Камбоджа, на рынках текстильной продукции — Индия и Вьетнам. Одновременно сокращаются доли продаж на текстильном рынке у Южной Кореи, Турции, Мексики, Канады, у ряда европейских стран, на рынке одежды — у Мексики, Гонконга, Гватемалы, Доминиканской Республики и Макао.

В целом два крупнейших мировых рынка демонстрируют схожие тенденции развития, предпринимая попытки в максимальной возможной степени сдержать экспансию Китая в отраслях производства одежды.

Два кластера экспортеров. Отмена квотирования привела к различным последствиям для стран, которые могут быть условно

сгруппированы в два кластера: страны, чья рыночная доля осталась стабильной или возросла, и страны, сократившие свою долю на рынке²².

Первый кластер включает:

- Китай, который может рассматриваться в качестве крупнейшего бенефициара отмены квот. За последние 15 лет доля Китая в мировом экспорте продукции текстильной промышленности возросла с 22 до 39%, в стоимостном выражении — с 32,9 до 130,4 млрд долл.;
- группу стран, чьи поставки возросли. В эту группу входят Бангладеш, Камбоджа, Индия, Индонезия, Пакистан, Шри-Ланка, Вьетнам;
- группу стран, чья позиция на мировом рынке осталась неизменной. В этой группе присутствуют 15 стран Европейского союза (ЕС-15²³), Марокко, Тунис, Турция.

Второй кластер стран состоит из двух групп:

- страны, сократившие свою долю на мировом рынке после отмены системы квотирования. В их числе Канада, Доминиканская Республика, Мексика, Польша, Румыния, Таиланд и США;
- страны, которые в прошлом выступали в качестве лидеров рынка, однако начиная с 1990-х годов их доля стала последовательно сокращаться. В их числе Гонконг, Южная Корея, Филиппины, Тайвань.

Стратегии выживания европейских производителей. Активное проникновение Китая на американский и европейский рынки привело к коррекции стратегий выживания европейских про-

²² Frederick S., Staritz C. Developments in the Global Apparel Industry after the MFA Phaseout // *Lopez-Acevedo G., Robertson R. Sewing Success? Employment, Wages, and Poverty following the End of the Multi-fibre Arrangement*. Washington DC: World Bank, 2012. P. 211–497.

²³ До расширения 2004 г. в Европейский союз входили 15 стран: Австрия, Бельгия, Великобритания, Германия, Греция, Дания, Ирландия, Испания, Италия, Люксембург, Нидерланды, Португалия, Финляндия, Франция, Швеция.

изводителей, продолжавших эксплуатировать мощности внутри страны в условиях ужесточения конкуренции. Можно выделить три основных типа стратегий традиционных поставщиков одежды и текстиля: горизонтальную, вертикальную и основанную на использовании эффекта масштаба²⁴.

Горизонтальная стратегия предполагает концентрацию на нескольких товарных категориях с опорой на современные технологии дизайна, производства, маркетинга и продаж. Она характерна для производителей как из развитых, так и из развивающихся стран.

Вертикальная стратегия нацелена на конкуренцию качества в узких рыночных сегментах. Преимущественно используется производителями из развитых стран.

Стратегия, основанная на использовании эффекта масштаба, связана со стремлением сократить издержки за счет расширения производства и поиска новых рынков сбыта, что в большей степени характерно для производителей из развивающихся стран, в том числе для традиционных поставщиков в рамках MFA — Турции и Мексики.

Результатом применения таких стратегий стало постепенное изменение структуры рынков: если ***в развивающихся странах наблюдается тенденция к консолидации и сокращению числа компаний на фоне увеличения их размера*** с целью максимального использования эффекта масштаба, к обновлению и росту запасов капитала, к увеличению импорта машин и оборудования из развитых стран в страны размещения текстильных производств, то ***в развитых странах проявилась тенденция развития небольших компаний с высокой стоимостью выпуска***.

Изменения ценовой конъюнктуры. Одним из результатов либерализации международной торговли в связи с отменой MFA стало снижение средних цен. Так, с 2000 до 2009 г. средняя цена им-

²⁴ Kowalski P., Molnar M. Economic Impacts of the Phase-Out in 2005 of Quantitative Restrictions under the Agreement of Textiles and Clothing // OECD Trade Policy Working Paper No. 90. 2009. July.

портируемой одежды снизилась: в Европе — на 26,2% (с 18,26 до 13,48 евро/кг), в США — на 17,1% (с 3,57 до 2,96 долл./кв. м)²⁵. Изменения ценовой конъюнктуры на фоне общих тенденций в развитии логистики, транспортной инфраструктуры и информационных технологий в области торговли позволили потребителям наращивать объемы закупаемой продукции, что стало одним из стимулов развития «быстрой» моды (fast fashion), выражающейся в сокращении сроков передачи новых дизайнерских решений и технологий из сектора haute couture в prêt-à-porter и mass market. В результате циклы моды становятся короче, модные сезоны сменяются чаще, и потребительский спрос растет. В существенной степени *эту тенденцию поддерживают общее стремление среднестатистического потребителя к разнообразию, изменения в образе жизни, рост мобильности и влияния социальных сетей, диктующих определенный стиль потребления как индикатор принадлежности к той или иной социальной группе.*

В 2010 г. был зафиксирован рост цен на текстиль, что позволило экспертам прогнозировать начало нового тренда ценовой конъюнктуры. К числу глобальных причин повышения уровня цен можно отнести влияние мирового кризиса 2008 г. и последующей рецессии, изменение характера спроса и рост издержек производства, прежде всего в части изменений заработной платы в крупных странах-экспортерах (например, в Китае и Бангладеш). Так, с 2006 по 2010 г. минимальный уровень ежемесячной заработной платы в Бангладеш вырос с 24 до 43 американских долларов²⁶.

Основные выводы. Третий этап развития отрасли, начало которому положила либерализация мирового рынка текстиля в 2005 г., характеризуется интенсивным проникновением на международные рынки китайских товаров, которые за несколько лет, несмотря на сохранение отдельных ограничительных мер, завоевали лидерские позиции по объему продаж на важнейших региональных

²⁵ Anson R. Editorial: End of the Line for Cheap Clothing // Textile Outlook International. 2010. Vol. 147 (October). P. 4–10.

²⁶ Ibid.

рынках Северной Америки и Европы. Либерализация торговли и беспрецедентный рост Китая повлекли за собой новую реструктуризацию отрасли: Бангладеш, Камбоджа, Индия, Индонезия, Пакистан, Шри-Ланка, Вьетнам увеличили масштабы своего присутствия на мировой арене производства текстиля и одежды; ЕС-15, Марокко, Тунис, Турция сохранили свою долю рынка; остальные игроки (Канада, Доминиканская Республика, Мексика, Польша, Румыния, Таиланд, США, Гонконг, Южная Корея, Филиппины, Тайвань) постепенно сократили свои производственные мощности. Активный рост Китая стимулировал трансформацию стратегий европейских компаний, которые стали в значительной степени опираться на сложную систему международных производственных взаимосвязей и использовать возможности глобальных производственных цепей для сохранения своих конкурентных позиций. Кризис 2008 г. является вторым важным фактором рассматриваемого этапа, под влиянием которого мировая текстильная отрасль оказывается перед лицом новых изменений. Первые проявления кризиса выразились в повышении цен на текстиль, во многом вызванном ростом цен на натуральное сырье, после длительного снижения средних цен на одежду (2000–2009 гг.), что может стать причиной нового передела мирового рынка.

8. ДИНАМИКА РЫНКА ТЕКСТИЛЯ И ОДЕЖДЫ В 2008–2012 ГГ. И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО РЫНКА

Теперь обратимся к анализу современного состояния мирового рынка текстиля и готовой одежды.

Мировой текстильный рынок¹. Этот рынок в течение последних 5 лет (2008–2012 гг.) демонстрирует неоднородные *темпы роста*. В среднем он рос на 5,2% в год, достигнув уровня в 649,2 млрд долл. в 2012 г. В то же время европейский рынок рос на 1,5% в год и достиг 121,4 млрд долл., Азиатско-Тихоокеанский регион — на 6,3% в год и достиг 394,4 млрд долл. Наиболее привлекательным сегментом рынка является производство ткани: на него приходится 82,4% общей рыночной стоимости отрасли.

Глобальный экономический кризис привел к падению темпов роста лишь до уровня 0,7% в 2009 г., однако уже в 2010 г. рост составил 4,1%. В 2012 г. рынок вырос на 7,2%, что свидетельствует о высокой степени устойчивости отрасли в условиях глобальной экономической рецессии. Согласно прогнозу Datamonitor Marketline, к 2017 г. рассматриваемый рынок вырастет на 36,8% — до 887,9 млрд долл., темпы роста на ближайшие 5 лет стабилизируются и составят в среднем 6,5% в год.

Региональная структура текстильного рынка также неоднородна: 60,8% приходится на Азиатско-Тихоокеанский регион, 18,7 и 18,5% — на европейский и американский сегменты соответственно и 2,1% — на Ближний Восток и Африку (см. рис. 8.1 и 8.2).

Влияние покупателей оценивается как умеренное (см. рис. 8.3). Рынок представлен множеством игроков, обладающих различной степенью рыночной силы. Текстильная промышленность поставляет в основном однородную продукцию для различных отраслей,

¹ Оценка рынка проведена по материалам: Datamonitor, 2013.

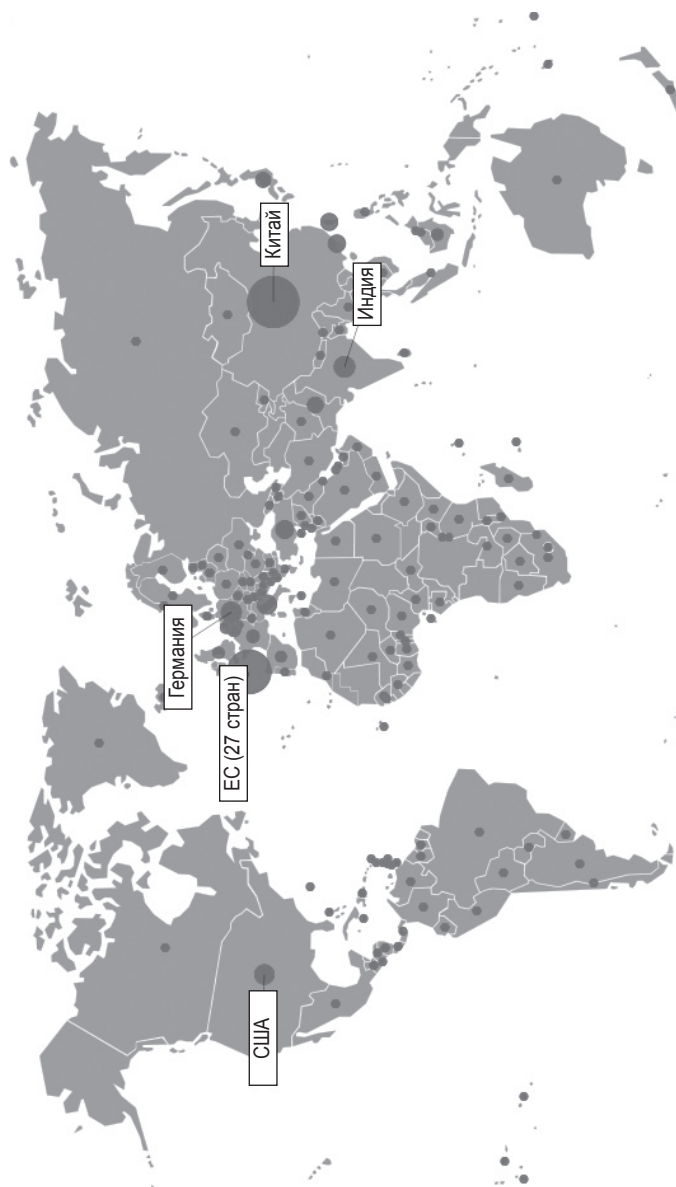


Рис. 8.1. Структура экспорта текстиля, 2012 г.

Примечание. Площадь кругов соответствует относительному объему экспорта текстиля соответствующей страны.
Источник: WTO (2012), International Trade Statistics. URL: <http://www.wto.org>

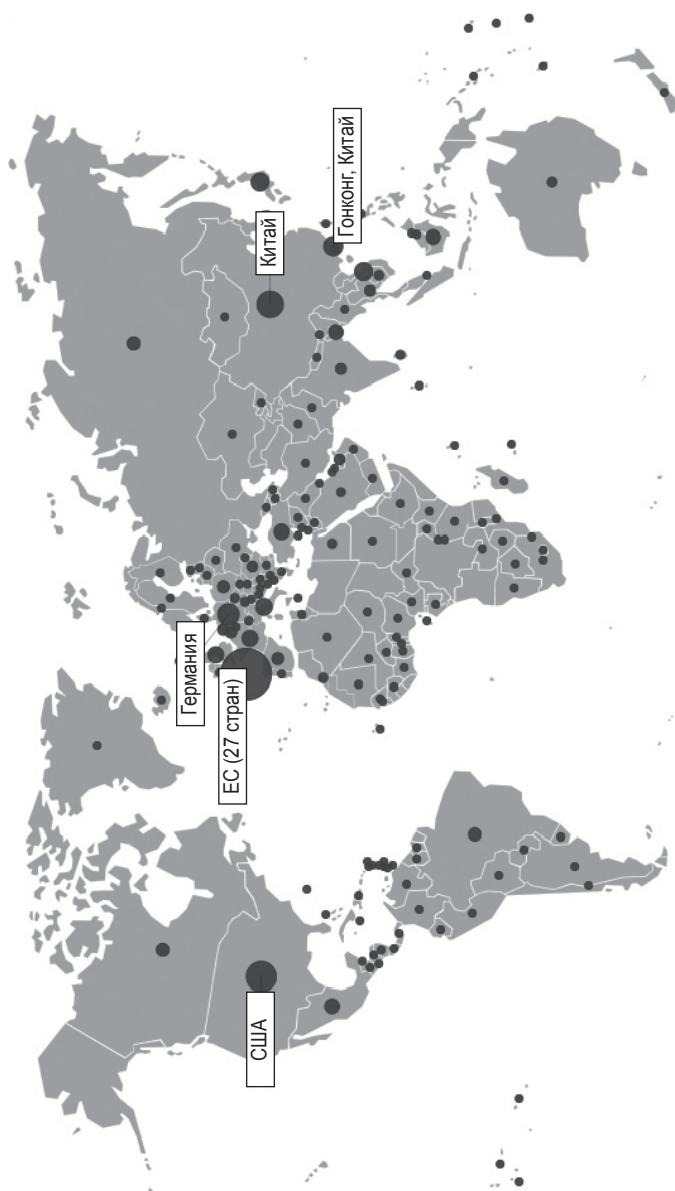


Рис. 8.2. Структура импорта текстиля, 2012 г.

Примечание. Площадь кругов соответствует относительному объему импорта текстиля соответствующей страны.

Источник: WTO (2012). International Trade Statistics. URL: <http://www.wto.org>

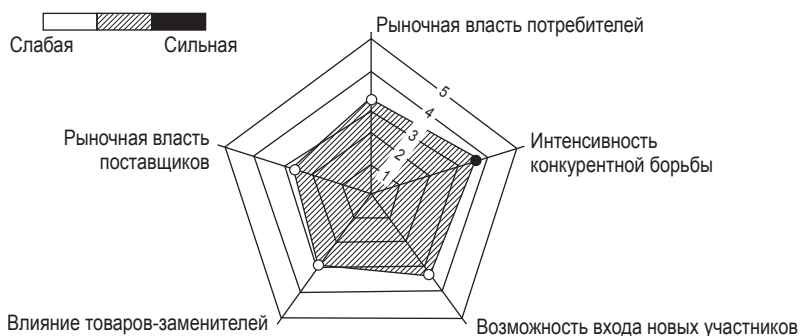


Рис. 8.3. Степень влияния основных конкурентных сил на характер конкуренции на мировом рынке текстиля

Примечание. Каждая сила оценена по пятибалльной шкале, отражающей влияние фактора от 1 (минимальное) до 5 (максимальное).

Источник: Datamonitor Marketline, 2013.

однако в ряде случаев имеет место кастомизация предлагаемых товаров, что снижает степень влияния потребителей и укрепляет позиции отдельных поставщиков. Однако такой характер взаимодействия спроса и предложения имеет нишевой характер в условиях ярко выраженной тенденции к консолидации потребителей.

Поставщики также оказывают умеренное влияние на уровень конкурентной борьбы. Производители предъявляют спрос как на натуральные, так и на искусственные материалы, замещая одни другими в зависимости от колебаний ценовой конъюнктуры. Так, последовательный рост цен на хлопок и шерсть стимулирует переключение производителей на искусственные заменители. Производство натуральных материалов, особенно шерсти, сильно фрагментировано, однако крупные брокеры выравнивают баланс сил, укрепляя силу поставщиков.

Выход на рынок новых игроков предполагает необходимость вложений в производственную базу в соответствии с требованиями технологии производства и экономии на издержках в результате использования эффекта масштаба. При этом бренды не играют значительной роли на рынке. В результате быстрая экспансия новых игроков весьма вероятна, и угроза ее велика. К основным *барьерам*

входа можно отнести степень насыщенности рынков, темпы их роста (что определяет наличие новых ниш для входа игроков) и жесткость технических барьеров. Влияние этих барьеров различается по регионам. Так, доля стран Азиатско-Тихоокеанского региона за последние 5 лет выросла с 55 до 60%, Европы — упала с 22 до 19%. В условиях некоторого замедления темпов экспортной активности Китая, а также негативных прогнозов продолжения роста заработной платы увеличивается относительная доля Южной Азии, в первую очередь Индии и Вьетнама. Так, экспорт текстиля и одежды из Вьетнама растет в среднем на 8,5% ежегодно. В то же время динамика рынков США и Европы заметно замедляется. В стремлении укрепить позиции национальных производителей, продолжающих изготавливать товары внутри страны, перед импортом азиатских товаров США, Канада и Мексика в рамках Североамериканского соглашения о зоне свободной торговли (НАФТА) поддерживают создание вертикально-интегрированных структур, включающих производителей тканей и ритейлеров в США и производителей одежды в Мексике. Однако роль таких структур в конкурентной борьбе на международных рынках невелика.

Угроза переключения на *товары-субституты* также имеет умеренный характер, так как различные категории товаров ограничено взаимозаменяемы, хотя в условиях длительной негативной ценовой динамики такие переключения возможны.

Для рассматриваемой отрасли характерен *высокий уровень внутренней конкуренции*. Основные причины для этого: фрагментированность рынка, высокие барьеры выхода, что связано с необходимостью применения специализированного оборудования, капиталоемкость производства, слабая дифференциация продукции.

Мировой рынок готовой текстильной продукции (одежды)². Данный рынок растет в среднем на 2,3% в год в течение последних 5 лет (2008–2012 гг.), достигнув уровня доходов в 765,6 млрд долл. в 2012 г. После падения в 2009 г. докризисный объем производства

² Оценка рынка проведена по материалам: Datamonitor, 2013, если не указано иное.

был достигнут уже в следующем за падением 2010 г. Темпы среднегодового роста за 2008–2012 гг. составили 2,9%. Большую часть рынка — 63% — составляет производство одежды.

Основное производство сосредоточено в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (53,8%). Доля стран Северной и Южной Америки составляет 25,6%, Европы — 18,8%, Ближнего Востока и Африки — 13,9%. Крупнейшим экспортером является Китай, он аккумулирует более 1/3 всего мирового экспорта (см. табл. 8.1, рис. 8.4).

Основными *импортерами продукции* текстильной промышленности являются США (с большим отрывом), Германия, Япония, Великобритания и Франция, которые в совокупности обеспечивают 52,3% стоимости всего мирового импорта. Если включить в эту группу все страны Европейского союза, то эта доля превысит 3/4 всего объема мирового импорта в стоимостном выражении (см. табл. 8.2, рис. 8.5).

Оценка мирового спроса в натуральном, а не в стоимостном выражении показывает уверенный рост доли развивающихся

Таблица 8.1. Изменение структуры мирового экспорта готовой продукции (одежды) с 1995 по 2012 г. (в % от общей стоимости мирового экспорта, список упорядочен по данным 2012 г.)

Страны	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Китай	15,50	18,60	25,90	32,20	31,80	32,70	35,50	35,80	37,30
Гонконг	13,70	12,40	9,40	7,90	7,20	6,70	6,40	5,40	5,20
Италия	9,30	6,90	6,50	6,50	6,70	6,00	5,50	5,40	5,00
Бангладеш	1,30	2,50	2,40	2,50	2,90	3,20	3,70	4,00	4,40
Германия	4,90	3,50	4,30	4,50	4,70	5,00	4,60	4,70	4,40
Вьетнам	—	0,90	1,60	2,10	2,30	2,60	2,80	3,20	3,70
Турция	4,00	3,40	4,10	3,90	3,60	3,50	3,50	3,20	3,50
Индия	2,60	3,10	2,90	2,70	3,10	3,40	3,00	3,40	3,10
Франция	3,70	2,80	3,00	3,10	3,20	3,10	2,80	2,60	2,40
Нидерланды	2,00	1,20	1,40	1,60	1,60	1,80	1,70	2,20	2,10
Испания	0,70	1,00	1,50	1,70	2,00	2,30	2,10	2,10	2,00

Источник: Euromonitor, 2013.

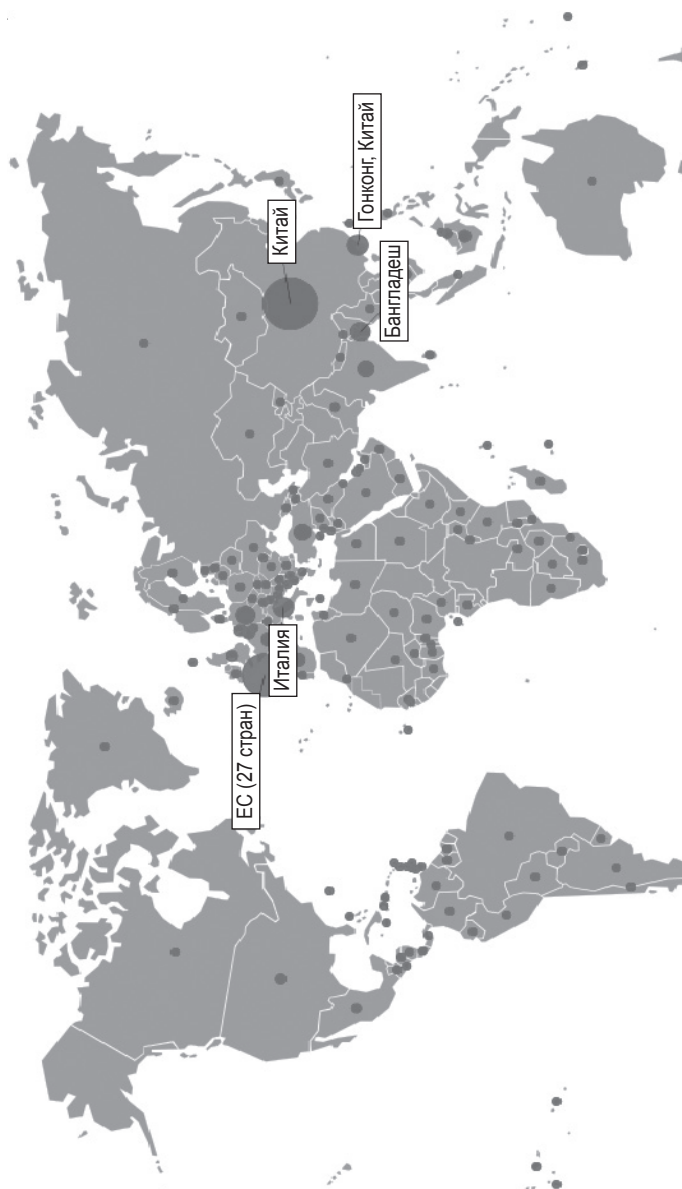


Рис. 8.4. Структура экспорта одежды, 2012 г.

Примечание. Площадь кругов соответствует относительному объему экспорта одежды соответствующей страны.
Источник: WTO (2012), International Trade Statistics. URL: <http://www.wto.org>

Таблица 8.2. Изменение структуры мирового импорта готовой продукции с 1995 по 2012 г.
(в % от общей стоимости мирового импорта, список упорядочен по данным 2012 г.)

Страна	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012
США	24,7	31,6	27,1	24,4	22,3	21,9	22,8	21,4	22,1
Германия	14,7	9,3	8,8	8,8	8,9	9,4	9,2	9,7	9,2
Япония	11,2	9,6	7,9	7,1	7,2	8,0	7,7	8,1	8,5
Великобритания	5,0	6,2	7,3	7,3	6,9	6,9	6,7	6,5	6,7
Франция	6,3	5,6	6,4	6,5	6,7	6,8	6,3	6,1	5,8
Гонконг	7,4	7,8	6,5	5,6	5,1	4,8	4,7	4,0	4,1
Италия	2,8	3,0	4,3	4,7	4,9	4,9	4,7	4,6	4,1
Испания	1,6	1,8	3,3	4,0	4,3	4,2	4,0	4,0	3,7
Нидерланды	3,4	2,4	2,2	2,4	2,5	2,7	2,6	2,9	2,9
Канада	1,6	1,8	2,1	2,3	2,3	2,4	2,4	2,4	2,5
Россия	—	0,1	0,4	1,1	1,4	1,4	1,8	2,1	2,3
Бельгия	2,7	2,4	2,7	2,7	2,9	2,8	2,3	2,3	2,2
Австралия	0,8	0,9	1,1	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4	1,6
Австрия	1,8	1,3	1,5	1,5	1,6	1,6	1,5	1,6	1,5
Южная Корея	0,6	0,6	1,0	1,3	1,2	1,0	1,3	1,5	1,5
Швейцария	2,2	1,4	1,5	1,5	1,5	1,6	1,4	1,4	1,4
Дания	1,1	1,1	1,1	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2	1,2
Польша	0,2	0,2	0,4	0,6	0,9	1,1	1,1	1,1	1,1
Китай	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	1,0	1,0
Швеция	1,3	1,0	1,0	1,0	1,1	1,0	1,1	1,1	1,0

Источник: Euromonitor, 2013.

стран, которая в 2002 г. перешагнула планку в 50%³ и продолжает расти (см. рис. 8.6). В основе этого тренда лежит рост численности среднего класса, который является основным двигателем рыночного спроса на товары конечного потребления.

Производство текстиля и производство одежды различаются по степени трудоемкости и капиталоемкости, требуют технологий различной степени сложности, что позволяет разбивать процесс на этапы и переносить его в страны в соответствии с имеющимися

³ Datamonitor Marketline, 2012.

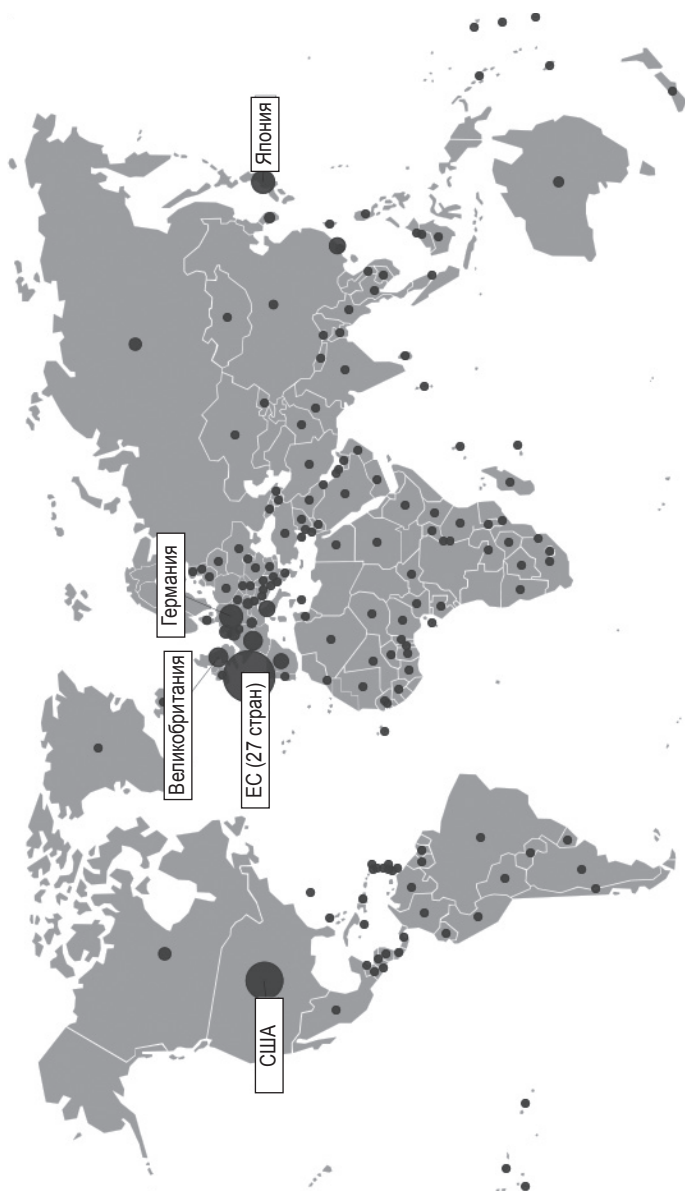


Рис. 8.5. Структура импорта одежды, 2012 г.

Примечание. Площадь кругов соответствует относительному объему импорта одежды соответствующей страны.

Источник: WTO (2012), International Trade Statistics. URL: <http://www.wto.org>



Рис. 8.6. Структура мирового спроса на рынке одежды в натуральном выражении (на рисунке приведены прогнозные данные за 2014–2016 гг.)

Источник: Euromonitor, 2012.

у них сравнительными преимуществами. Так, оба сектора отрасли сконцентрированы в Китае, ЕС-15, Гонконге, Индии и Турции. Япония, Южная Корея, Пакистан и США специализируются на производстве текстильной продукции, Бангладеш, Индонезия, Мексика, Тунис и Вьетнам — на экспорте одежды. Таким образом, наименее развитые страны в основном представлены в сегменте производства одежды, за исключением Пакистана, который экспортирует пряжу и ткань (см. табл. 8.3).

Мировой рынок готовой текстильной продукции фрагментирован и характеризуется высоким уровнем конкуренции (см. рис. 8.7). Глобальная экономическая рецессия вызвала снижение объемов продаж тканей и одежды, что наиболее остро проявилось на крупнейших рынках США и Европы. Согласно прогнозам, кризисные тенденции в развитии отрасли приведут к переключению с натуральных на синтетические материалы, что связано также с высокой волатильностью цен на хлопок.

Спрос на рынке представлен индивидуальными потребителями и коммерческими предприятиями (рис. 8.7). Влияние конечных покупателей на интенсивность конкуренции на рынке умеренное. В то же время крупные потребители, в первую очередь ритейле-

Таблица 8.3. Страны — лидеры по изготовлению пряжи и ткани и производству готовой одежды, 2008 г.

Страна / регион	Экспорт одежды		Страна / регион	Экспорт текстильной продукции	
	стоимость, млн долл.	доля, %		стоимость, млн долл.	доля, %
Мир	335 878		Мир	222 134	
Китай	130 394	38,8	ЕС-15	64 254	28,9
ЕС-15	60 076	17,9	Китай	52 969	23,8
Турция	15 769	4,7	США	11 690	5,3
Бангладеш	13 464	4,0	Индия	10 430	4,7
Индия	12 210	3,6	Азия, кроме Китая, Гонконга, Пакистана и Индии	9 475	4,3
Вьетнам	9 541	2,8	Южная Корея	9 167	4,1
Индонезия	7 630	2,3	Турция	7 906	3,6
Гонконг	5 107	1,5	Япония	7 180	3,2
Мексика	4 634	1,4	Пакистан	6 825	3,1
Тунис	4 489	1,3	Гонконг	3 806	1,7

Источник: Frederick S., Staritz C. Developments in the Global Apparel Industry after the MFA Phaseout // Lopez-Acevedo G., Robertson R. Sewing Success? Employment, Wages, and Poverty following the End of the Multi-fibre Arrangement. World Bank, 2012. P. 211–497.

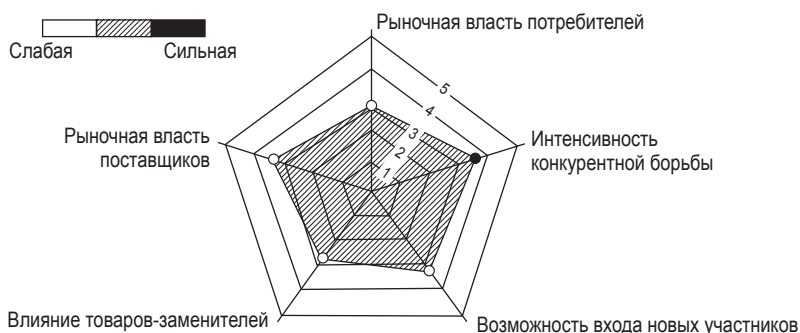


Рис. 8.7. Степень влияния основных конкурентных сил на характер конкуренции на мировом рынке производства одежды из текстильных материалов

Примечание. Каждая сила оценена по пятибалльной шкале, отражающей влияние фактора от 1 (минимальное) до 5 (максимальное).

Источник: Datamonitor, 2013.

ры, обладают значительной рыночной властью, особенно на менее развитых рынках, где отсутствует или низка лояльность бренду, и эластичность замещения велика.

Рыночная власть *поставщиков* также умеренная, что связано с высоким уровнем фрагментации отрасли и с относительно однородными характеристиками материалов. Для отрасли нехарактерна «интеграция назад», несмотря на то что она может усилить позиции компании на рынке. К числу основных причин можно отнести характер спроса производителей, ориентированный на одновременное приобретение различных материалов.

Появление новых игроков рынка сдерживается высокими барьерами входа, наличием эффекта масштаба и специальных требований к качеству рабочей силы. Однако в B2B секторе в отсутствие лояльности бренду вероятность входа новых фирм может повышаться.

Для сегмента крупных игроков возможность переключения на *товары-субституты* отсутствует. Для индивидуальных потребителей в условиях наличия лояльности бренду и недифференцированного характера товара переключение возможно.

Уровень конкурентной борьбы на рынке высок, что продиктовано высокими барьерами выхода и значительным уровнем фрагментации отрасли. Существенный уровень состязательности в сегменте крупных компаний приводит к необходимости выбора одной из четырех возможностей. Крупные компании могут быть представлены на рынки как продавцы (для масс-маркета или нишевые) и производители (полного цикла или бренда)⁴. Производители полного цикла, например, Levi's, VF, Hanesbrands, Fruit of the Loom, являются собственниками всего производственного процесса — от контроля закупки сырья до маркетинга. Производители брендов не имеют собственных производств, они контролируют функции маркетинга и брендинга. Примерами таких компаний являются Nike, Polo, Liz Claiborne. Если в 1970-х и 1980-х годах доля производителей полного цикла была велика, то в настоящий момент в

⁴ Nordås H.K. The Global Textile and Clothing Industry post the Agreement on Textiles and Clothing. Geneva: WTO, 2004.

условиях аутсоринга она снижается, уступая место доле производителей брендов.

Продажи продукции могут осуществляться через крупные сети сектора масс-маркет (Wal-Mart, Target, JC Penny, Tesco) или через специализированных ритейлеров (Gap, Mango, H&M). ***Реструктуризация мирового рынка одежды и текстиля привела к изменению роли крупнейших ритейлеров, которые выполняют роль основного связующего звена между экспортёрами и потребителями.*** Анализ американского рынка показывает рост концентрации ритейлеров и соответственно увеличение их рыночной силы. Так, в 2005–2006 гг. 14% всего экспорта текстиля и одежды Индии (в том числе 27% экспорта одежды) было аккумулировано большой четвёркой ритейлеров: Wal-Mart, JC Penney, Target и Gap. Если же учесть импортные товары из Индии, закупаемые у национальных поставщиков, то эта доля окажется значительно выше.

Основные выводы. Современный этап развития мирового текстильного рынка характеризуется стремительным ростом импорта товаров из развивающихся стран, прежде всего из Китая, в условиях отмены квотирования международной торговли. В результате с 2005 г. происходит последовательная реструктуризация рынков, которая усиливает роль развивающихся стран как производителей полного цикла или участников международных цепей поставок. За последние 7 лет Китай достиг беспрецедентных темпов роста и масштабов проникновения на рынки США и Европы. Экономический взлёт Китая во многом был порожден деятельностью компаний из самих этих стран, переносивших производства за национальные границы в начавшейся гонке за снижение производственных издержек.

Глобальный экономический кризис 2008 г. и последовавшая за ним длительная рецессия обозначили новые тенденции в развитии отрасли⁵. Во-первых, наметился перенос основных центров

⁵ Gereffi G., Frederick S. The Global Apparel Value Chain, Trade and the Crisis. Challenges and Opportunities for Developing Countries. Policy Research Working Paper 5218. Washington DC: The World Bank, 2010. April.

потребления из развитых стран, для которых характерно последовательное сокращение спроса в условиях кризиса, на растущие рынки развивающегося мира. Во-вторых, сокращение спроса на рынках Европы и США, основных для Китая, привело к снижению темпов роста отрасли и к возникновению ряда смежных макроэкономических проблем, которые ощутимо сдерживают восстановление прежних темпов наращивания производственных мощностей страны. Кроме того, ограничить развитие китайской экономики может рост цен на натуральные волокна (хлопок, шерсть), что повысит привлекательность относительно дешевоющих синтетических материалов, требующих избытка капитала, а не труда — важного конкурентного преимущества Китая. Изменение сравнительных позиций стран также может потеснить Китай на мировых рынках, и он уступит место более капиталоемким регионам. Это открывает новые возможности для производителей второй и третьей очередей, чье развитие может сдержать дальнейший экономический рост современных лидеров и привести к новой реструктуризации отрасли.

9. КЛЮЧЕВЫЕ КЕЙСЫ (ГЕРМАНИЯ, ТУРЦИЯ, КИТАЙ)

В этой части содержится ситуационный анализ (case study) трех крупных игроков современного рынка легкой промышленности: Германии, Турции и Китая. Выбор стран обусловлен стремлением детально рассмотреть три различные национальные стратегии, реализация которых позволила игрокам не только занять свою нишу на мировом рынке, но и сохранять, укреплять свои позиции в течение длительного периода времени. Так, Германия является примером развитой экономики, устоявшей под натиском производителей из развивающихся стран за счет перехода на более высокий уровень конкуренции. Турция может рассматриваться как образец успешной государственной политики, благодаря которой происходит постепенное усложнение производственной структуры в процессе перехода на более высокие уровни мировой производственной цепочки — от поставки сырья и изготовления продукции по технологиям заказчика до формирования собственных дизайнерских домов. Выбор Китая как объекта исследования обусловлен как лидерством страны на мировом рынке, так и его интенсивным проникновением на российский рынок, что создает наиболее значительные угрозы для национальной легкой промышленности.

Выбранные кейсы (Китай, Турция и Германия) показывают возможность успешного встраивания в глобальные цепи поставок соответственно с относительно низкого, среднего и высокого технологического уровня. Все три ситуационных анализа проведены по одной схеме: основные этапы формирования отрасли; состояние отрасли на современном этапе; специфика бизнес-стратегий; роль государства в развитии отрасли; возможности и угрозы современного этапа развития; основные выводы и прогнозы; уроки для России. Последний раздел каждого case study фокусируется на

сопоставлении рассмотренной модели с позициями российской легкой промышленности и на выработке рекомендаций и уроков, которые могут быть учтены при коррекции стратегии поддержки отрасли и ее игроков в поиске новых возможностей для развития.

CASE STUDY: ГЕРМАНИЯ

Основные этапы формирования отрасли

Текстильная промышленность, включая производство одежды, — одна из старейших отраслей экономики Германии. Исторически производство было сосредоточено в Северном Рейне — Вестфалии (Аахен, Билефельд, Бохольт, Крефельд, Мёнхенгладбах, Вупперталь), в Баден-Вюртемберге (Альбштадт), в Баварии (Аугсбург, Ашаффенбург), в Саксонии (Хемниц, Криммичау, Плауэн, Циттау), а также в отдельных городах Нижней Саксонии (Нордхорн), Тюрингии (Апольда) и Гессена (Бад-Херсфельд), в густонаселенных землях с развитым аграрным производством и выгодным географическим положением. Именно эти характеристики стали основой для развития отрасли как на стороне спроса (емкие рынки), так и на стороне предложения (относительно трудоизбыточные регионы с удобной транспортной инфраструктурой и доступом к основным рынкам сбыта).

Окончание Второй мировой войны стало началом экономического подъема текстильной промышленности Германии, связанного с ростом спроса, удовлетворить который за счет импортной продукции было невозможно в силу недостатка финансовых средств. С середины 1960-х годов число игроков в отрасли начинает постепенно сокращаться в связи со значительными технологическими изменениями, которые привели к росту автоматизации производства и его эффективности на фоне повышения капиталоемкости и начала консолидации рынков. Кроме того, возрастает конкуренция со стороны международных рынков, что также меняет характер взаимодействия и структуру отрасли.

В конце 1970-х годов и до середины 1990-х годов структурные изменения в текстильной промышленности Германии приоб-

ретают масштабный характер: сжимается занятость, изменяются структура и специализация рынка. Начиная с 1980-х годов немецкое производство переживает глубинные трансформационные процессы, в результате которых к 2010 г. страна приходит крупнейшим потребителем и третьим по величине производителем одежды в Европейском союзе, спрос на которую тем не менее на 95% удовлетворяется за счет товаров, произведенных за рубежом.

Тридцатилетие реструктуризации отрасли можно разбить на три этапа: реструктуризация отрасли, международная интеграция, обеспечение инновационного лидерства.

Первый этап: реструктуризация отрасли (1970–1990-е годы).

Данный этап следует рассматривать в более общем контексте перехода Германии к постиндустриальному обществу. Он характеризуется резким сжатием занятости в производстве как тканей, так и готовой одежды. Так, в землях Северный Рейн — Вестфалия, Бавария и Баден-Вюртемберг масштабы сокращений работников достигли 40%¹. При этом сжатие в производстве одежды было связано в первую очередь с общим сокращением спроса и увеличением дешевого импорта. В производстве тканей реорганизация проводилась с целью роста эффективности в условиях ужесточения конкуренции².

В 1970-х годах обнаруживается тенденция к сокращению числа компаний и занятости в текстильной и швейной отраслях, продолжающаяся по настоящий момент. За период с 1970 г. до конца III квартала 2012 г. число фирм сократилось с 7704 до 557, занятость — с 869 911 до 82 224 человек³. Падение производства одежды было более масштабным, чем сокращение производства текстиля, — на 85 и 50% соответственно⁴. Таким образом, *за 32 года в*

¹ Leonardo-da-Vinci Project. 2009. The Situation of the Textile and Clothing Industry in Germany. URL: <http://portale.parma.it/fashion-net/allegato.asp?ID=458192>

² Spinanger D., Laura P. Germany's Textile Complex under the MFA — Making it under Protection and Going International // Kiel Working Papers. 1994. September.

³ Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie, 2013.

⁴ Heymann E. Textile and Clothing Industry. Innovation and Internationalisation as Success Factors // Deutsche Bank Research. 2011. July 12.

процессе перехода к постиндустриальному обществу отрасль потеряла 93% игроков и 91% рабочей силы.

Второй этап: международная вертикальная интеграция (1990-е годы — начало 2000-х годов). Второй этап происходит на фоне растущих процессов глобализации в мировой экономике. Отрасль получает новый стимул к реорганизации. В центре внимания производителей оказываются логистика, маркетинг и дизайн как источники новых конкурентных преимуществ, что приводит к активному формированию международных вертикально-интегрированных структур. Результатом реструктуризации отрасли стало продолжение сокращения числа компаний и занятости. С начала 1990-х и до 2009 г. и само производство текстиля и одежды в Германии стабильно сокращалось на 7–11% ежегодно. Самый глубокий спад пришелся на 2009 г. (18%-ный темп падения), который был связан в первую очередь с глобальным мировым кризисом. Лишь в 2010 г. падение сменилось ростом на уровне 7%⁵.

Третий этап: инновационное лидерство (2005 г. — по настоящее время). Отмена квотирования и либерализация международной торговли текстилем и готовой одеждой в 2005 г. ознаменовали начало третьего этапа тридцатилетней реструктуризации, окончательно закрепив специализацию Германии на капиталоемкой, научно- и инновационно интенсивных стадиях производственного процесса. **Страна становится мировым лидером по производству технического текстиля**, предполагающего крупные вложения в науку и разработки.

Состояние отрасли на современном этапе

В настоящий момент Германия является третьим по величине экспортером текстиля и одежды в мире после Китая и Италии. Отношение объема экспорта к объему внутреннего производства

⁵ Heymann E. Textile and Clothing Industry. Innovation and Internationalisation as Success Factors // Deutsche Bank Research. 2011. July 12.

текстиля и одежды в Германии возросло с 10% в 1970 г. до 43,7% в 2012 г.⁶.

Основными торговыми партнерами Германии являются государства — члены Европейского союза, на которые приходится около 71,2% экспорта текстиля и одежды. Доля других стран Европы составляет 17,6%, азиатских стран — 5,6%. Таким образом, 88,8% всего немецкого экспорта имеет внутривосточный характер⁷. Экспортные доходы распределены между двумя основными секторами в следующем соотношении: на продажи одежды приходится 41% экспортной выручки, на продажи текстиля — 59%⁸.

Германия — крупнейший импортер одежды и текстиля в Европейском союзе и второй в мире импортер текстиля (после США). Национальные производители Германии обеспечивают около 5% всего немецкого рынка. Эту долю формируют преимущественно производители высококачественных товаров среднего и верхнего ценовых сегментов. Внутреннее производство также играет заметную роль в производстве технического текстиля. Этот сегмент с середины 1990-х годов вырос в реальном выражении на 40%.

Импорт составляет более 90% всех продаж в стране. Основным поставщиком является Азия с долей в 51,9%, затем следуют страны Европейского союза — 29,5%, другие европейские страны — 14,7%. Среди стран наибольший вес у Китая (28%), Турции (10,8%) и Бангладеш (8,8%)⁹.

За последние 10 лет текстильный и швейный сектора показывали положительную динамику роста, за исключением кризисных 2008—2009 гг. (см. табл. 9.1).

Уменьшение количества игроков в отрасли, начавшееся в 1980-х годах и продолжающееся по настоящее время (см. рис. 9.1),

⁶ Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie, 2013.

⁷ Данные за первые три квартала 2012 г. Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie, 2013.

⁸ IXPOS. 2013. The German Business Portal. URL: <http://www.ixpos.de>

⁹ Данные за первые три квартала 2012 г. Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie, 2013.

Таблица 9.1. Статистические данные по развитию немецкой текстильной и швейной промышленности, млн евро

	2000	2008	2009	2010	2011
Продажи	26 409,4	17 154,8	14 630,5	16 101,7	17 171,4
Производство	16 375,2	12 213,2	9 958,6	11 057,1	11 809,3
Импорт	31 730,1	31 268,3	30 050,6	32 756,3	37 627,2
Экспорт	18 943,2	22 613,2	20 624,6	22 165,7	24 577,3
Занятость, чел.	185 195	92 222	83 197	80 985	81 683

Источник: Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie, 2013.

связано не столько с массовыми банкротствами компаний (число которых относительно невелико по сравнению с другими отраслями), *сколько с процессами постепенной консолидации рынка и роста концентрации торговли*. Крупные ритейлеры теснят средние компании: рост их рыночной силы позволяет диктовать свои условия поставщикам по сокращению издержек и ускорению циклов поставок, по внедрению системы just-in-time, что перекладывает основные риски на производителей. Однако концентрация среди ритейлеров Германии меньше, чем, например, в США, в результате чего существенная часть рынка на данный момент представлена независимыми игроками, деятельность которых защищена с помощью мер государственного регулирования в рамках развитой системы местного самоуправления.

Специфика бизнес-стратегий

К 2006 г. рынки текстиля и одежды Германии имеют схожую структуру (см. табл. 9.2, 9.3): от 43 до 46% рынка представлено мелкими и средними компаниями, аккумулирующими примерно 10% дохода всей отрасли. Таким образом, примерно половина всех участников рынка — это небольшие семейные фирмы, общая доля доходов которых соответствует доле дохода крупных игроков, число которых не превышает 1%. Сложившаяся структура — результат особенностей финансовой системы Германии, в сильной степени

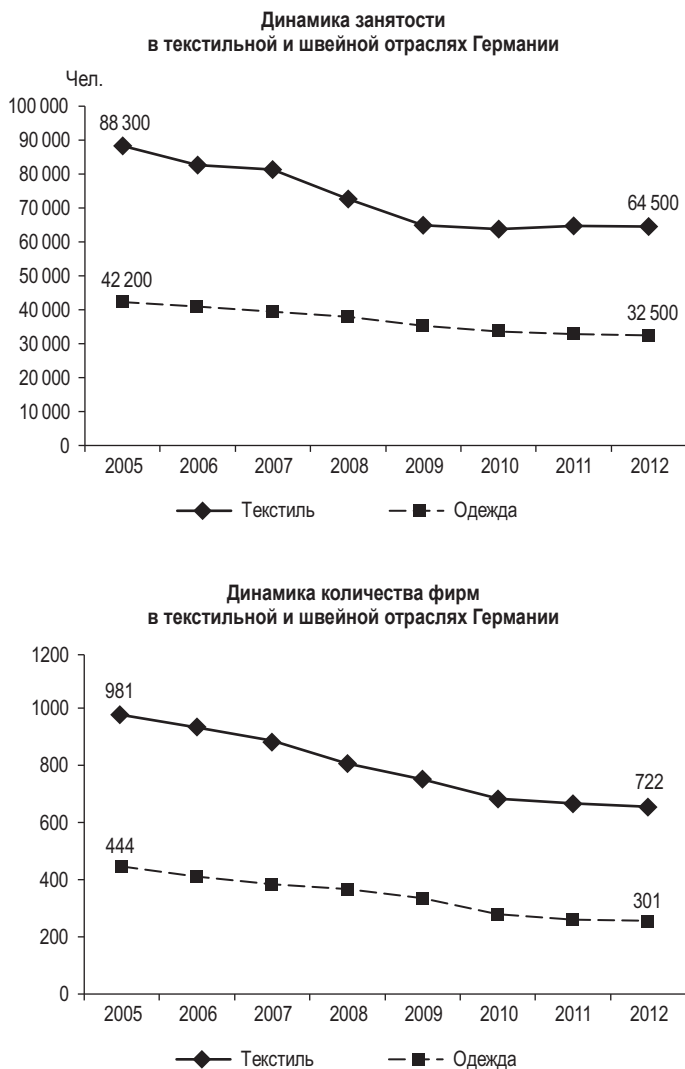


Рис. 9.1. Сравнительный анализ развития немецких текстильной и швейной отраслей промышленности в 2005–2012 гг.

Источник: Gesamtverband textil+mode, 2013, URL: <http://www.textil-mode.de>

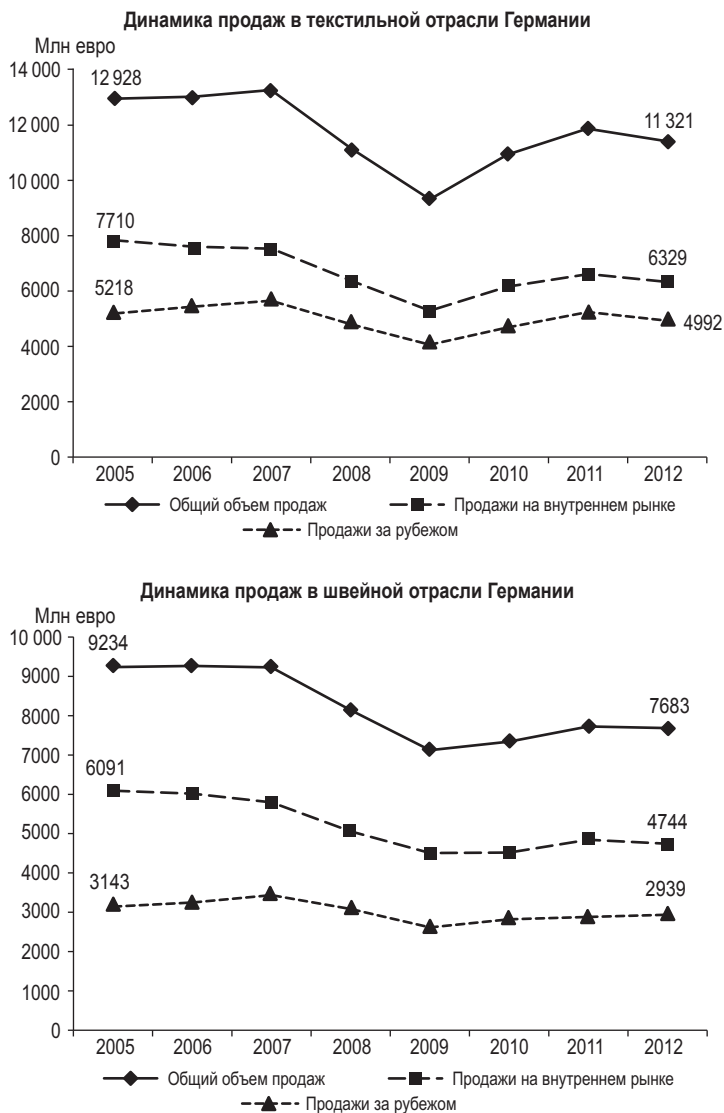


Рис. 9.1 (окончание). Сравнительный анализ развития немецких текстильной и швейной отраслей промышленности в 2005–2012 гг.

Таблица 9.2. Структура немецкого рынка текстиля в 2006 г.

Число занятых на предприятии, чел.	Текстильное производство						средний доход на одно предприятие, млн евро
	количество предприятий		занятость		общий доход		
	число	доля, %	чел.	доля, %	млн евро	доля, %	
От 20 до 49	378	43	12 539	14	1 295	10	3,4
От 50 до 99	238	27	16 451	18	2 286	17	9,6
От 100 до 249	191	22	29 965	32	4 470	34	23,4
От 250 до 499	56	6	18 248	20	2 907	22	51,9
От 500 до 999	11	1	7 286	8	878	7	79,8
От 1000 и более	6	1	7 863	8	1 405	10	234,2
Всего	880	100	92 352	101	13 242	101	

Источник: Gesamtverband Textil + Mode, 2007, URL: <http://www.textil-mode.de>, расчеты авторов.

Таблица 9.3. Структура немецкого рынка одежды в 2006 г.

Число работников на предприятии, чел.	Производство одежды						средний доход на одно предприятие, млн евро
	количество предприятий		занятость		выручка		
	число	доля, %	чел.	доля, %	млн евро	доля, %	
От 20 до 49	188	46	6 339	14	958	11	5,1
От 50 до 99	95	23	6 665	15	1419	15	14,9
От 100 до 249	90	22	13 323	30	3006	33	33,4
От 250 до 499	24	6	8 350	18	1554	17	64,75
От 500 до 999	8	2	5 370	12	1161	13	145,125
От 1000 и более	3	1	5 093	11	1034	11	344,7
Всего	408	100	45 139	100	9134	100	

Источник: Gesamtverband Textil + Mode, 2007, URL: <http://www.textil-mode.de>, расчеты авторов.

ориентированной на банковский сектор, а также общих тенденций развития отрасли. Финансовая система страны опирается на универсальные банки, которые включают коммерческие банки, кооперативные кредитные и различные общественно-правовые кредитные институты. Основной задачей двух последних типов

институтов (возникли в XIX в., интенсивно расширили свою деятельность после Второй мировой войны) является обеспечение потребностей своих членов, в том числе путем применения разнообразных финансовых инструментов. В отличие от коммерческих банков, нацеленных в первую очередь на получение прибыли, кооперативные и прочие финансовые институты предоставляют широкий спектр возможностей для кредитования и развития малого и среднего бизнеса, стимулируя его развитие. Ключевым отличием рынков текстиля и одежды также является более высокий уровень выручки в расчете на одно предприятие: средний доход в отрасли производства одежды по ряду групп до 1,8 раза выше, чем в текстильной отрасли.

Данные по занятости и доходу (см. табл. 9.2–9.3) показывают, что в целом нет значительных различий в уровне производительности малых, средних и крупных предприятий¹⁰. Несколько более высокий уровень производительности крупных предприятий отмечен в текстильном секторе. Показатели производительности в секторе производства одежды в целом более однородны.

Текстильная промышленность Германии стала одной из первых в мире включаться в процессы *интернационализации производственных процессов* (с 1960-х годов). Немецкие производители перемещали отдельные стадии производства в страны с дешевой рабочей силой, одновременно повышая капиталоемкость национальных предприятий. Развитие отрасли шло путем расширения присутствия немецкого капитала в странах Восточной Европы (Чехия, Венгрия), а затем и в Азии (Китай, Индия, Индонезия). Такая стратегия поддерживала тенденцию к сокращению среднего уровня издержек, что усиливало конкуренцию и фактически «выталкивало» компании на мировой рынок с целью использования возможностей, предоставляемых системой международного разделения труда.

¹⁰ Такая однородность резко контрастирует с российской ситуацией с огромными разрывами в уровне производительности труда между предприятиями (см. раздел 2 данной работы).

Либерализация рынков после отмены АТС в 2005 г. ускорила эти процессы. На рынке одежды немецкие компании сворачивают производство, перенося его на развивающиеся рынки в форме прямых иностранных инвестиций или с целью переработки вне таможенной территории (outward processing). Статистика деятельности немецких производителей за рубежом неполна, однако можно утверждать, что иностранный сегмент отрасли привлекает в 2 раза больше работников, чем национальный¹¹. Этот факт свидетельствует об активном вовлечении немецких производителей в глобальные производственные цепочки, в рамках которых более трудоинтенсивные и технологически простые стадии производства переносятся в страны с избытком дешевой рабочей силы, в то время как высшие стадии цепочек концентрируются на территории страны.

Практика *аутсорсинга* стала применяться немецкими компаниями с конца 1960-х годов. В настоящее время производители чаще используют различные формы сотрудничества с внешними компаниями, чем осуществляют прямые иностранные инвестиции. Наиболее распространенной формой является модель Cut-Make-Trim (CMT), которая оставляет ведущей фирме контроль за закупкой фурнитуры и материала, а также за его раскроем. Компании реже применяют аутсорсинговые схемы «под ключ». Чаще производители, будучи владельцами брендов, отслеживают производственный процесс, направляя на заводы-поставщики своих специалистов для контроля и обучения персонала. Сложившаяся практика может свидетельствовать о том, что *свои конкурентные преимущества немецкие производители видят прежде всего в обеспечении качества, а не в «гонке» издержек, характерной для Азиатско-го региона*. Что в сочетании с отсутствием внутренних зон для размещения трудоинтенсивных производств и распространенности CMT-схем повышает значимость расстояния до места размещения

¹¹ Heymann E. Textile and Clothing Industry. Innovation and Internationalisation as Success Factors // Deutsche Bank Research. 2011. July 12.

производств. Это объясняет интерес немецких производителей к сотрудничеству с предприятиями в странах Центральной и Восточной Европы и в Турции.

Отличительной чертой немецкого рынка является высокий уровень *квалификации рабочей силы* на всех стадиях производства. Эта характеристика позволяет производителям противостоять экспансии Азии за счет концентрации на производственных стадиях, требующих специальных знаний (например, в области разработки новых материалов, дизайна, управления цепочками поставок и т.д.). В основной стратегии немецких компаний нацелены на массовое производство диверсифицированных товаров в сочетании со стратегией сокращения издержек.

Среди новейших тенденций рынка следует отметить интенсивный рост *электронной торговли*. Так, в 2011 г. одежда стала наиболее популярным продуктом, заказываемым онлайн. В результате около 47% всех интернет-ритейлеров Германии специализируются на продаже этой продукции¹².

Проведенный анализ показывает, что в отрасли представлены *две группы производителей*: относительно небольшие (часто семейные) компании и крупные международные игроки. Первые сохраняют свои позиции в силу исторических особенностей развития страны, а также по причине перехода на более высокий уровень конкуренции. Они завоевывают внимание потребителя не низкими издержками, а высоким качеством, брендом, дизайном, инновационным характером производимой продукции. Возникновение крупных компаний стало результатом глобализационных процессов, а также ответом на экспансию игроков из развивающихся стран. Эти игроки рынка участвуют в различных аутсорсинговых схемах, формируя глобальные производственные цепочки. При этом они сохраняют контроль над всеми стадиями производства с целью обеспечения качества производимой продукции.

¹² IXPOS. 2013. The German Business Portal. URL: <http://www.ixpos.de>

Роль государства в развитии отрасли

Государство играет значительную роль в регулировании доступа на рынки одежды и текстиля через системы стандартизации и сертификации продукции, а также через введение ограничений на импорт.

Задачи *стандартизации* решает Комитет по стандартизации текстиля и текстильного оборудования (Textilnorm — Textiles and Textile Machinery Standards Committee). В круг его обязанностей входят установление требований к текстилю, одежде и оборудованию, а также проведение проверок и разработка тестов. Кроме того, действуют стандарты ЕС, которые относительно строже стандартов, применяемых в третьих странах. Это создает дополнительную защиту для национальных производителей, что разрешено в связи с отсутствием единой мировой системы стандартизации для текстильной промышленности.

Отдельного внимания заслуживает немецкое законодательство в области *маркировки*, относящейся к группе технических барьеров. Вся текстильная продукция, произведенная в Германии или импортированная, должна содержать маркировку с указанием состава, требований и рекомендаций по уходу, а также размера. Эти требования гармонизированы с соответствующей директивой Европейского союза (EU Directive 96/74/EC) и закреплены в соответствующих законодательных актах.

Кроме того, в стране применяется система добровольной маркировки, в том числе европейская экомаркировка (European Ecolabel), позволяющая обозначить товары, изготовленные и подлежащие последующей утилизации в соответствии с экологическими требованиями.

Среди применяемых *ограничений импорта* наиболее важное значение имеют требование к стране происхождения (товар может считаться произведенным в ЕС, если он прошел не менее двух значимых производственных стадий на территории стран-членов) и импортный тариф, предусмотренный правилами ЕС. Так, средний импортный тариф установлен на относительно высоком уровне по

сравнению с другими отраслями и составляет в среднем 6,9% для текстиля и 12% для одежды¹³. Производители текстильной продукции, содержащей потенциально опасные химические компоненты, обязаны пройти процедуру регистрации в Европейском химическом агентстве (European Chemicals Agency).

Поддержку и защиту национальных производителей оказывают различные государственные и негосударственные структуры как на федеральном, так и на региональном уровне. Наиболее значимую роль играют:

- Конфедерация немецкой текстильной и модной отрасли (Gesamttextil — Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e.V.), которая включает в свой состав региональные организации и торговые ассоциации; организация является основным переговорщиком на национальном и международном уровнях, отстаивающим интересы отрасли по всем вопросам ее развития;
- Textination — официальный веб-ресурс отрасли, основной информационный источник данных о рынке;
- Институт немецкой розничной торговли текстилем (BTE — Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels e.V.), поддерживающий развитие рынка и предоставляющий доступ к профилям и контактным данным его участников;
- Немецкая федерация продаж и маркетинговых групп (ZGV — Mittelstandsverbund) — основная структура поддержки среднего и малого бизнеса отрасли.

Таким образом, государственные и общественные структуры оказывают содействие развитию текстильной отрасли Германии как на федеральном, так и на региональном уровне, поддерживая конкурентоспособность игроков преимущественно мерами нетарифного регулирования и сохраняя сложившуюся структуру рынка.

¹³ The Textile and Clothing Sector and EU Trade Policy. February 2011. URL: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/october/tradoc_148259.pdf

Возможности и угрозы современного этапа развития

Немецкая легкая промышленность продолжает динамично трансформироваться. Изменения происходят под влиянием стремительно возрастающего конкурентного давления со стороны Китая, получившего возможность широкого проникновения на платежеспособные емкие рынки Европы после отмены системы квотирования, с помощью которой международные рынки регулировались в течение 40 лет (с начала 1960-х до 2005 г.). Для сдерживания притока китайских товаров Европейский союз воспользовался возможностями введения *защитных мер*, предусмотренными в рамках особых условий вступления Китая в ВТО, в результате чего полная либерализация торговли текстилем и одеждой произошла лишь в 2009 г. Однако вступление в ВТО предполагает открытие и огромного внутреннего рынка Китая, что создало новые возможности для развития немецких производителей. В результате за первые три квартала 2012 г. экспорт одежды и текстиля из Германии в Китай возрос на 11,3% по сравнению с аналогичным периодом 2011 г.¹⁴ Хотя немецкие поставки на данный момент составляют лишь 3,6% импорта в Китай из Германии.

Помимо Китая, производители Германии в более низких ценовых сегментах испытывают конкурентное давление со стороны Украины и Румынии, а также Индии, Пакистана и Вьетнама. В перспективе существенную угрозу может представлять также Турция, которая в последние годы демонстрирует уверенный качественный рост, осваивая верхние сегменты производственной цепочки.

Прогнозы развития отрасли в основном предсказывают сохранение существующих тенденций сокращения национального производства одежды и текстиля¹⁵. Двигателем роста может стать

¹⁴ Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie, 2013.

¹⁵ Hauser J. Export Marketing Survey: German Market for Textile and Clothing // The European Union's Tacis Programme for Moldova. 2010. June.

производство технического текстиля, а также разработка новых продуктов, прибыльность которых в текстильной отрасли на 25% выше, чем в среднем в промышленности Германии¹⁶.

Основные выводы и прогнозы

Текстильная отрасль Германии в течение второй половины XX и в начале XXI в. прошла путь от послевоенного бума через глубокую реструктуризацию к выработке стратегии развития в условиях ужесточающейся конкурентной борьбы на мировом рынке. Кардинальные изменения структуры отрасли, растянувшиеся более чем на 30 лет, заключались в процессах частичной консолидации и формирования первых международных вертикально-интегрированных структур интернационализации производства. Последние основывались на схемах аутсорсинга с сохранением контроля над производственным процессом с целью обеспечения высокого уровня качества производимой продукции. Одновременно рынку удалось сохранить исторически сформировавшиеся характеристики, в числе которых значительная роль независимых компаний и наличие большого сектора средних игроков. Еще одна важная особенность отрасли Германии заключается в высокой квалификации рабочей силы, что определяет конкурентные преимущества страны в производстве высокотехнологичной продукции и специализации на конечных стадиях производственной цепочки и способствует производству продукции в высшем и среднем сегментах. При этом производительность мелких, средних и крупных предприятий находится примерно на одном уровне, что разительно контрастирует с опытом России.

Наблюдаемые тенденции развития немецкой отрасли позволяют прогнозировать сохранение тенденций консолидации отрасли и укрепление позиций страны в сегменте технически сложных (технический текстиль) (поле деятельности для вертикально-

¹⁶ Heymann E. Textile and Clothing Industry. Innovation and Internationalisation as Success Factors // Deutsche Bank Research. 2011. July 12.

интегрированных структур) и эксклюзивных товаров (область специализации игроков среднего размера). Велика вероятность дальнейшего развития вертикально-интегрированных структур в сочетании с активной опорой на конкурентные преимущества не только Европы, но и быстро растущих стран Азии и сокращения роли средних компаний на национальном рынке, что может обеспечить устойчивое развитие немецкой текстильной промышленности в условиях экспансии развивающихся стран.

Уроки для России

Германия является примером развитой страны, сохранившей и даже укрепившей свои позиции в мировой легкой промышленности в условиях ужесточения конкуренции и экспансии развивающихся стран. Причины успеха кроются как в исторической динамике и традициях развития отрасли, так и в усилиях, которые были предприняты государством (преимущественно институциональные меры) и в значительно большей степени частными игроками. Некоторые из последних могут быть использованы в практике других стран, в том числе в России.

Так, внимания заслуживает *активная кооперация* участников рынка, которая создает площадку для сотрудничества, обмена информацией, выработки консолидированной позиции. Она формирует крупную институциональную единицу, способную вести диалог на национальном и международном уровнях. Важно отметить, что существование такой системы позволяет защищать интересы не только и не столько крупных, сколько мелких игроков, сохраняя таким образом конкурентный характер рынка. Значительную роль играет государство, создающее условия развития отрасли и стимулируя ее игроков через развитую систему институционального и нетарифного регулирования.

Следует также подчеркнуть специфику развития компаний. В условиях отсутствия возможностей для эффективного противостояния производителям из трудоизбыточных стран немецкие фирмы переориентировались на более инновационный и капи-

талоемкий сектор отрасли. Это позволило им выйти из-под удара китайских и других азиатских производителей и сохранить свою долю на рынке.

Крупные же компании пошли по пути реализации стратегии узкой специализации с одновременным формированием или встраиванием в уже существующие глобальные производственные цепочки, что обеспечило их рост и укрепило позиции на мировом рынке.

CASE STUDY: ТУРЦИЯ

Основные этапы формирования отрасли

Турция занимает пятое место среди крупнейших поставщиков одежды в мире и второе по экспорту в страны Европейского союза. Это крупный участник мировой легкой промышленности, роль которого постепенно возрастает.

История формирования текстильной отрасли Турции восходит к периоду существования Османской империи, где уже в XVI–XVII вв. производство текстиля было хорошо развито и широко распространено. После распада империи власти Турецкой Республики включили рассматриваемую отрасль в число стратегически важных для развития страны, в связи с чем проводили последовательную политику протекционизма и государственной поддержки. В результате начиная с 1923 г. в текстильной промышленности активно формируются государственные предприятия и инвестируются значительные национальные средства. С 1960-х годов Турция начинает экспортировать продукцию текстильной промышленности, однако к 1970-м годам текстиль в структуре экспорта не превышает 3%¹⁷. В 1980-х годах с началом либерализации и переходом к экспортно ориентированной

¹⁷ Tan B. Overview of the Turkish Textile and Apparel Industry. Harvard Center for Textile & Apparel Research. 2000. URL: <http://home.ku.edu.tr/~btan/publications/TechReports/HCTARTurkishTextile01.pdf>

национальной стратегии развития страна осуществила активную экспансию на мировой рынок (см. рис. 9.2), пройдя в своем развитии два этапа: с 1980-х по 2000-е годы и с начала 2000-х годов по настоящий момент¹⁸.

Первый этап: 1980–2000-е годы.

Завоевание рынка

Турция вышла на мировой текстильный рынок в 1980-х годах как самостоятельный поставщик «под ключ» (Full Package/OEM — Original Equipment Manufacturing), что стало возможным благодаря существованию к этому моменту **развитой национальной текстильной отрасли и внутреннего рынка**. Страна быстро вошла в число мировых лидеров, заняв пятую строчку в глобальной таблице рангах после Китая, Гонконга, Италии и Германии.

Стремительное развитие Турции было обусловлено несколькими факторами. Страна проводила последовательную политику развития зон свободной торговли, располагала дешевой квалифицированной рабочей силой и обладала преимуществом близкого соседства с европейскими странами, что быстро сделало ее привлекательным партнером для них. К 1990-м годам Турция уже активно сотрудничала с европейскими, в первую очередь с немецкими, заказчиками, к которым в начале 2000-х годов присоединились и американские игроки¹⁹.

Гибкость и быстрое приспособление турецких производителей к требованиям мирового рынка проявились в раннем внедрении международных, в том числе европейских, стандартов производства (с 1990-х годов) (см. рис. 9.2).

¹⁸ Обзор этапов подготовлен по материалам: *Fernandez-Stark K., Frederick S., Gereffi G.* The Apparel Global Value Chain. Economic Upgrading and Workforce Development. Duke Center on Globalization, Governance and Competitiveness. 2011. November.

¹⁹ *Tokatli N.* Globalization and the changing clothing industry in Turkey // *Environment and Planning A*. 2003. Vol. 35. P. 1877–1894.

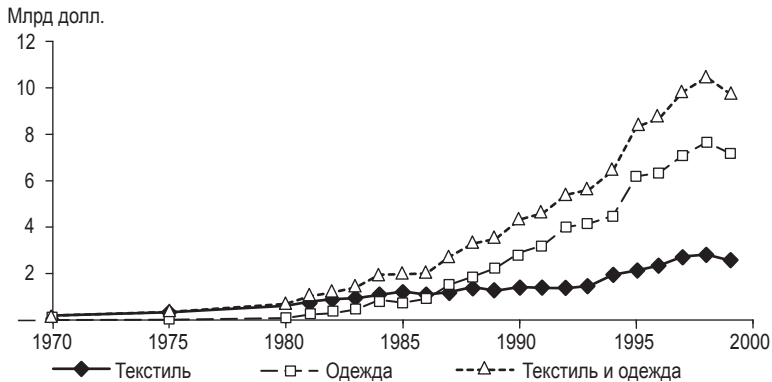


Рис. 9.2. Динамика турецкого экспорта текстиля и готовой текстильной продукции

Источник: Tan B. Overview of the Turkish Textile and Apparel Industry. Harvard Center for Textile & Apparel Research. 2000. URL: <http://home.ku.edu.tr/~btan/publications/TechReports/HCTARTurkishTextile01.pdf>

Второй этап: с 2000-х годов по настоящее время.

Стратегия лидерства в индустрии дизайна и моды

Следующим шагом на пути развития турецкой текстильной промышленности стало продвижение в сегмент самостоятельной разработки дизайнерских решений (ODM — Original Design Manufacturing) и создания собственных брендов (OBM — Original Brand Manufacturing). Этот этап характеризуется последовательным переходом отрасли на следующую стадию производственной цепочки, реализация которого стала возможна при активной поддержке государства в области подготовки кадров и развития бизнеса. Создание брендов требует от производителя особых компетенций в области дизайна и маркетинга, более того, требует смещения центра компетенций от собственно производственных процессов. В результате если еще в 1996 г. в Турции работало всего несколько дизайнеров, то уже через 10 лет был запущен проект «Неделя моды в Стамбуле», а к 2007 г. ряд турецких фирм при участии иностранных производителей и самостоятельно начали производство товаров под собственными брендами.

Производители и правительство страны согласованно поддерживали стратегию превращения Стамбула в один из пяти лидирующих мировых центров в индустрии моды к 2023 г.

Состояние отрасли на современном этапе

В настоящий момент Турция занимает пятое место среди крупнейших поставщиков одежды в мире, является вторым по величине экспортером продукции легкой промышленности в страны Европейского союза. Товары, произведенные с участием турецких производителей, экспортируются более чем в 170 стран. Страна характеризуется высокой зависимостью от европейского рынка, на который она поставляет 80% всей производимой на экспорт продукции²⁰.

Рынок рабочей силы Турции — пятый по величине в мире. Около 3 млн человек заняты в текстильной и швейной промышленности, неформальный рынок труда оценивается в 50–70% от официальных данных. С 2007 г. решением правительства Турции повышение уровня квалификации рабочей силы и развитие программ профессиональной переподготовки вошли в число национальных приоритетов. Одновременно наблюдаются тенденции к улучшению условий труда работников, приведению их в соответствие с международными стандартами.

Объемы международной торговли Турции на протяжении последних пяти лет растут умеренными темпами (см. рис. 9.3). Снижение объемов экспорта и импорта в 2009 г. под влиянием глобального экономического кризиса уже на следующий год сменилось повышательным трендом, уверенно восстановились докризисные объемы торговли по всем основным группам товаров к 2011 г.

²⁰ *Karlaalp H.S., Yilmaz N.D.* Assessment of Trends in the Comparative Advantage and Competitiveness of the Turkish Textile and Clothing Industry in the Enlarged EU Market // *Fibres & Textiles in Eastern Europe*. 2012. Vol. 20. No. 3 (92). P. 8–11; *Karlaalp H.S., Yilmaz N.D.* Comparative Advantage of Textiles and Clothing: Evidence for Bangladesh, China, Germany and Turkey // *Fibres & Textiles in Eastern Europe*. 2013. Vol. 21 (1). P. 14–17.

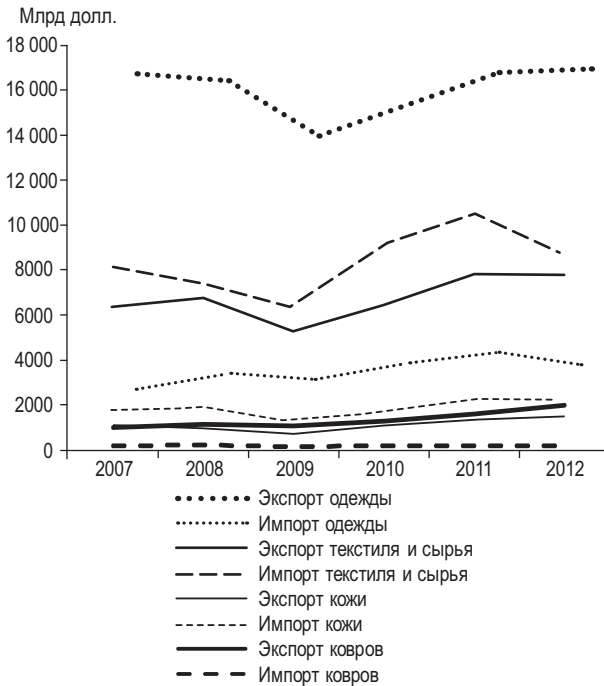


Рис. 9.3. Динамика международной торговли товарами легкой промышленности Турции

Источник: ITKIB. 2013. The General Secretariat of Istanbul Textile and Apparel Exporters' Association, Turkish Clothing Industry. URL: <http://www.ITKIB.org.tr>

Экспорт продукции легкой промышленности в 2012 г. составил 17,6% общего объема экспорта²¹. Среди товаров легкой промышленности наибольшую долю в экспорте занимает одежда. В структуре экспорта одежды доминируют Германия (21,6% всего экспорта одежды), Великобритания (13,9%), Испания (9%), Франция (6,4%). Тройка лидеров по экспорту текстиля и сырых материалов, кожи и изделий из нее: Россия (14,6% экспорта текстиля

²¹ Источник статистических данных за 2012 г.: ITKIB. 2013. The General Secretariat of Istanbul Textile and Apparel Exporters' Association, Turkish Clothing Industry. URL: <http://www.ITKIB.org.tr>

и сырья, 20,4% экспорта кожи и изделий из нее), Италия (8,7 и 9,1%), Германия (5,9 и 7,2%). Крупные потребители турецких ковров: Саудовская Аравия (16,6% экспорта ковров), Ирак (9,9%), США (9,1%), Ливия (6,5%).

Основной статьей импорта продукции легкой промышленности являются текстиль и сырье, по которым в течение последних пяти лет сохраняется дефицит торгового баланса. Импорт продукции легкой промышленности в 2012 г. составил 57% общего объема импорта. Крупнейшими импортерами одежды являются Китай (34% всего импорта одежды) и Бангладеш (21,6%). Среди импортеров текстиля и материалов, а также кожи и изделий из нее тоже доминирует Китай (19,6% всего импорта текстиля и сырья и 35,5% всего импорта кожи и кожаных изделий). Тройка лидеров по импорту ковров: Индия (33,6% всего импорта ковров), Китай (20,7%) и Бангладеш (12,5%).

Специфика бизнес-стратегий

Несмотря на предпринимаемые правительством усилия, в настоящий момент в структуре турецкого рынка доминируют производители «под ключ», на которых приходится 60% всего производства. Они находятся в середине производственной цепочки, напрямую взаимодействуя с глобальными покупателями и передавая отдельные трудозатратные операции в Египет и Марокко. Одновременно растет число компаний, которые продвигаются вверх по производственной цепочке до стадий разработки собственного дизайна и бренда²². Такая стратегия становится возможной в результате сотрудничества с лидерами рынка и передачи опыта управления производственными процессами, требующими внедрения технологий и привлечения более квалифицированной рабочей силы. Большинство компаний принадлежат национальным собственникам, прямые иностранные инвестиции невелики.

²² Neidik B., Gereffi G. Explaining Turkey's emergence and sustained competitiveness as a full-package supplier of apparel // *Environment and Planning A*. 2006. Vol. 38. P. 2285–2303.

Роль государства в развитии отрасли

На всех этапах развития текстильного производства ключевым фактором конкурентоспособности Турции являлась квалифицированная дешевая рабочая сила (по сравнению с развитыми странами), наличие которой в сильной степени связано с деятельностью государства. Уже на первом этапе (1980–2000-е годы) правительство страны уделяло большое внимание развитию образовательной системы подготовки кадров для текстильной отрасли. Помимо школьного образования, работники имели возможность обучения в высших учебных заведениях, а также по программам переподготовки и повышения квалификации, связанным с последующей работой в текстильной индустрии.

Передача технологий и опыта западноевропейских производителей осуществлялась также посредством реэмиграции турецких работников. Отдельным примером такой политики государства, направленной на формирование условий для возвращения рабочей силы, стало решение о создании специальной зоны для компаний, которые работали в турецком анклаве в Амстердаме, однако были закрыты по решению правительства в 1992 г. В результате половина компаний перенесли свое производство в Турцию.

Высокая квалификация работников и развитие системы образования привели к повышению производительности труда, специализации производственного процесса и к формированию более широкого спектра профессий для нужд текстильного производства. Одновременно расширялись требования сертификации, которым обязаны были соответствовать работники, занятые в международных производственных цепочках. В 2003 г. началось создание институтов, в задачу которых входили мониторинг и приведение в соответствие международных требований и национальных программ повышения квалификации. В 2009 г. была создана специальная структура для установления профессиональных стандартов и систем сертификации.

Начиная с 2000-х годов страна взяла курс на переход на следующую ступень производственной цепочки, предполагающей фор-

мирование национальной школы дизайнеров и модельеров. Надо отметить, что и за предыдущие 10 лет количество дизайнеров, работающих в Турции, резко возросло. Однако подавляющее большинство из них прошли подготовку в европейских школах дизайна и моды. С середины 2000-х годов при поддержке правительства в стране стали формироваться собственные институты подготовки дизайнеров²³.

Еще одним важным направлением развития индустрии стала поддержка государством создания и продвижения собственных брендов, что выступило основой следующего шага на пути развития легкой промышленности Турции. Правительство разработало систему стимулов, поддерживающих компании, разрабатывающие собственные бренды, для участия в международной конкурентной борьбе. Так, с 2004 г. в стране при совместной поддержке государства и отраслевых организаций реализуется комплекс мер под общим названием Turquality. Программа нацелена на формирование национального бренда турецкой текстильной продукции на мировых рынках. Примерами таких компаний являются Fabrika, Bilsar Tekstil, LTB, Derri, COLIN'S, Esas Tekstil, Harmanli Deri, Ipekyol, Mercek Holding, Mithat Giyim, DAMAT/TWEEN, Pasha Deri, Polo Giyim, Ramsey и Sarar. Компания Bilsar реализует стратегию создания собственной розничной сети, начало которой положено в Милане и Париже, где уже работают подразделения компании. Под «зонтиком» Turquality работают три турецких дизайнерских дома: Atil Kutoglu, Ayse-Ece Ege (Dice Kayek) и Hussein Chalayan²⁴.

Реализация стратегии разработки собственных брендов компаний сопровождается государственной поддержкой необходимых институциональных изменений в системе образования, где созда-

²³ Tokatli N., Kizilgün Ö. From manufacturing garments for ready-to-wear to designing collections for fast fashion: evidence from Turkey // *Environment and Planning A*. 2009. Vol. 41. P. 146–162.

²⁴ Erten S. Fashion Design. Fact Sheet. Ministry of Foreign Affairs. Consulate General of the Kingdom of the Netherlands. 2010.

ются и развиваются кратко- и долгосрочные программы в области маркетинга и бренд-менеджмента.

С 2009 по 2014 г. Турция реализует «Стратегию поддержки индустрии текстиля, одежды и кожевенного производства», которая предполагает применение 28 различных мер в отношении компаний, численность сотрудников которых составляет не менее 30 человек. В их числе налоговые преференции, освобождение от уплаты НДС и таможенно-тарифных сборов, 50%-ная поддержка расходов на энергоресурсы, льготное кредитование, льготы в области социальных отчислений, субсидии, а также комплекс инструментов для стимулирования переноса производства в менее развитые регионы страны.

Возможности и угрозы современного этапа развития

Турецкая модель является весьма успешным примером развития отрасли текстиля и производства одежды. Некоторые опасения вызвал глобальный кризис, однако быстрое восстановление отраслевых показателей даже на фоне продолжающейся рецессии свидетельствует об устойчивости этого сектора экономики. В течение ближайших нескольких лет в условиях возможного ослабления азиатских игроков перед турецкими производителями могут открыться новые возможности для экспансии как на развитые рынки Европы, так и на рынки стран постсоветского пространства, где по-прежнему сохраняются возможности для роста.

Определенные риски связаны с переходом Турции на высшие стадии производственной цепочки — разработку дизайна и собственных брендов. Турецкие производители не имеют длительной истории и сложившегося образа производителя высококачественной продукции в глазах искушенных европейских потребителей, что может существенно замедлить экспансию компаний и увеличить срок окупаемости сделанных инвестиций. Данный переход станет еще одной проверкой устойчивости отрасли. В случае удачи в среднесрочном периоде мы можем ожидать появления на миро-

вом рынке нового сильного игрока, который в состоянии конкурировать не только по издержкам с азиатскими производителями (как в производстве, так и по транспортным затратам, что обусловливается географической близостью основных рынков сбыта), но и по качеству продукции, что создаст новую угрозу для европейских компаний.

Основные выводы и прогнозы

Турция является примером успешной реализации последовательной государственной политики по поддержке развития легкой промышленности для достижения мирового уровня конкурентоспособности. Опора на существующие сравнительные преимущества страны, в числе которых наиболее важными являются дешевая квалифицированная рабочая сила и стимулирование стратегически важных институтов и процедур, позволяют стране уверенно укреплять свои позиции на мировом рынке. Стратегия, нацеленная не столько на сокращение издержек, сколько на обеспечение высокого уровня производительности и качества, открывает возможности для перехода на более высокий уровень конкуренции, перехода от исполнения задач поставщика товаров для глобальных компаний к созданию самостоятельных фирм и брендов. Это не только позволяет поддерживать стабильный рост отрасли, но и ослабляет конкурентное давление в базовых секторах отрасли со стороны стран Азии, прежде всего Китая, ориентированных в существенной степени на конкуренцию по издержкам.

Уроки для России

Для России изучение опыта Турции важно в первую очередь в связи с крайне успешной моделью стимулирования развития отрасли, реализованной этой страной. Вместо целевой поддержки национальных экспортеров, осуществление которой ограничено требованиями ВТО, турецкие лидеры направили усилия на последовательное улучшение институциональных условий. Акцент на образовании очевидно привел к возникновению в экономике и

обществе ряда положительных экстернальных эффектов, связанных, например, с ростом качества жизни. А включение этой задачи в сферу государственных приоритетов позволило рынку и населению уловить исходящие от регуляторов сигналы, что в сочетании с финансированием и иными формами поддержки привело к созданию необходимой базы для претворения планов в жизнь. Следует также отметить, что данная политика осуществляется в тесном взаимодействии и координации с производителями, что позволяет принимать решения, в наибольшей степени соответствующие потребностям рынка (как, например, поддержка разработки и вывода на рынок национальных брендов на современном этапе).

Наиболее важный урок Турции состоит в необходимости консолидации усилий государственного сектора и участников индустрии по созданию условий для успешного развития отрасли.

CASE STUDY: КИТАЙ

Основные этапы формирования отрасли

Становление Китая как крупнейшего игрока мировой текстильной промышленности стало результатом экономических реформ конца 1970-х годов, нацеленных на активное встраивание страны в мировую экономическую систему. В течение более чем 30 лет китайский экспорт текстиля и одежды стремительно рос. Так, если в 1980 г. доля китайских товаров в мировом экспорте текстиля составляла 4,62%, а в мировом экспорте одежды 4%, то к 2004 г. эти значения возросли до 17,17 и 23,97% соответственно²⁵.

80% текстильного производства в Китае сосредоточено в рамках кластеров в прибрежных провинциях. Наиболее значительную роль в потреблении играют регионы Дельты реки Янцзы,

²⁵ Song H. Global Quota System and China's Textile and Clothing Industry // China & World Economy. 2006. Vol. 14 (5). P. 78–92.

Дельты Жемчужной реки и Бохайского залива, однако постепенно спрос на одежду и текстиль растет и во внутренних провинциях страны²⁶.

Путь страны к мировому лидерству можно разбить на пять основных этапов, на каждом из которых значительное влияние на динамику роста отрасли оказывали различные двусторонние и многосторонние соглашения и инструменты регулирования, где переговорная позиция Китая длительное время была достаточно слабой. Кроме того, существенную роль играли торговоотвлекающие эффекты таких региональных группировок, как Североамериканская зона свободной торговли (НАФТА, включает США, Канаду и Мексику) и Соглашение о свободной торговле между ЕС и Турцией.

Первый этап. Конец 1970-х годов — 1983 г.

Постреформенное развитие

Немедленным результатом начавшихся в конце 1970-х годов реформ по открытию китайской экономики для иностранных инвестиций стало интенсивное проникновение произведенных в Китае товаров на мировой рынок, в первую очередь на рынки Японии и Гонконга. Следующий шаг был сделан в направлении США и стран Европейского союза с помощью компаний-посредников из Японии и Гонконга, которые помогли выстроить цепи поставок и преодолеть первоначальное недоверие к китайским производителям. Так, с 1976 по 1980 г. ежегодный темп роста стоимости экспорта текстиля и одежды из Китая в ЕС составил 123,39%. Однако в 1981—1983 гг. в результате введения в действие двусторонних соглашений Китая с США и Европейским союзом годовые темпы резко сократились до 10,52%²⁷.

²⁶ The Chinese Market for Clothing. International Trade Center. Geneva: ITC, 2012. P. 2.

²⁷ Ibid.

Второй этап. 1984–1994 гг.**Многостороннее квотирование торговли**

В 1984 г. Китай присоединился к Соглашению по торговле текстилем (Multi-Fiber Agreement — MFA)²⁸, в результате чего темпы роста возросли до 16,18% в год²⁹. Распространение правил и процедур MFA на китайский экспорт стали основанием для пересмотра действовавших к тому моменту двусторонних соглашений Китая с США, Канадой, Норвегией, Финляндией и Австрией в пользу расширения возможностей для дальнейшего роста, обеспечения стабильности и прозрачности рынка для китайских производителей.

Третий этап. 1995–2001 гг.**Переход от регулирования к либерализации**

На третьем этапе темпы роста выпуска вновь сократились до 6,18% в год³⁰, что было связано с созданием 1 января 1995 г. на базе ГАТТ Всемирной торговой организации. В рамках ВТО MFA уступило место Соглашению по текстилю и одежде (Agreement on Textiles and Clothing — ATC), которое было нацелено на урегулирование десятилетнего (1995–2005 гг.) переходного периода от системы квотирования к свободной международной торговле текстилем и одеждой. Китай, не будучи членом ВТО, не имел доступа к преимуществам ATC, которые страны-члены, по сути, использовали для того, чтобы максимально продлить действие внешне-торговых защитных мер. Доступ Китая на рынки стран-партнеров вновь осуществлялся на основании двусторонних соглашений между странами. Это повышало издержки их заключения, требо-

²⁸ Соглашение по торговле текстилем (Multi-Fiber Agreement — MFA), действовавшее с 1974 по 2004 г., устанавливало ограничения (квоты) на торговлю хлопком, а впоследствии и на торговлю всеми видами волокон — как натуральными, так и искусственными.

²⁹ *Song H.* Global Quota System and China's Textile and Clothing Industry // *China & World Economy*. 2006. Vol. 14 (5). P. 78–92.

³⁰ *Ibid.*

вало более длительного периода согласования правил, что, в свою очередь, приводило к сокращению темпов роста и увеличению потерь.

Четвертый этап. 2002–2004 г. Вступление в ВТО

На четвертом этапе со вступлением Китая в ВТО среднегодовые темпы роста экспорта текстиля и одежды вновь растут до 20,93%³¹ как результат получения возможности использования АТС, в последние годы действия которого число отменяемых квот стремительно сокращается. Кроме того, страна получает доступ к системе урегулирования споров, поддерживаемой ВТО, что позволяет уменьшить потери, возникающие в рамках двусторонних отношений со странами-партнерами, и усилить свою переговорную позицию³².

Состояние отрасли на современном этапе

В 2005 г. начинается современный — пятый — этап развития отрасли, который сопровождается полной либерализацией международной торговли текстилем и одеждой, что было связано с завершением десятилетнего периода перехода от системы квотирования к свободной торговле³³.

Страны — партнеры ВТО пользуются дополнительными условиями вступления Китая в ВТО³⁴, согласно которым они имеют возможность применения в отношении китайских производите-

³¹ *Song H.* Global Quota System and China's Textile and Clothing Industry // *China & World Economy*. 2006. Vol. 14 (5). P. 78–92.

³² *Yeung G., Mok V.* Does WTO Accession Matter for the Chinese Textile and Clothing Industry? // *Cambridge Journal of Economics*. 2004. Vol. 28. P. 937–954.

³³ *Berger B., Martin R.* The Chinese Export Boom: An Examination of the Detailed Trade Data // *China & World Economy*. 2013. Vol. 21(1). P. 64–90; *Chi T., Kilduff P.* An assessment of trends in China's comparative advantages in textile machinery, man-made fibers, textiles and apparel // *Journal of The Textile Institute*. 2006. Vol. 97 (2). P. 173–191.

³⁴ §242 Working Party Report to China's Protocol of Accession to the WTO.

лей одежды и текстиля *ограничений и защитных мер*, если экспансия Китая представляет угрозу для национального рынка.

Первый тип защитных инструментов действовал до 31 декабря 2008 г. Они предполагали возможность введения годовой квоты в размере, от 6 до 7,5% превышающем объем импорта за 12 предшествующих месяцев без согласования или уведомления ВТО. Такие санкции в отношении Китая были введены США, Бразилией, Колумбией и Европейским союзом.

Второй тип защитных мер может быть использован вплоть до 10 декабря 2013 г. В этом случае страна обязана уведомить ВТО о возникновении особых обстоятельств, требующих введения торговых ограничений. Применение защитных мер возможно после консультаций или в критической ситуации, если риски доказаны. Этот тип защиты может быть реализован в форме квот, тарифов или других инструментов на срок до трех лет. Например, такой возможностью уже воспользовались Мексика и Европейский союз.

Кроме того, в этот же период Китай подписывает два двусторонних соглашения по экспорту китайской продукции на рынки США (ноябрь 2005 г.) и Европейского союза (июнь 2005 г.), которые, по сути, вновь вводят ограничения в торговле³⁵.

Важным фактором на современном этапе выступил мировой экономический кризис 2008 г., который послужил началом глобальной рецессии. Это стало причиной колебаний конъюнктуры на всех мировых рынках. В Китае одним из последствий также стала угроза утраты своей роли большого рынка со значительным предложением дешевой рабочей силы. Рецессия в мировой экономике стала причиной роста безработицы и миграции населения во внутренние районы страны. С постепенным восстановлением экономики спрос на рабочую силу вновь растет, однако обратную миграцию работников это не стимулирует. В результате в районах концентрации промышленности наблюдаются рост заработных плат и увеличивающийся дефицит рабочей силы. К 2012 г. темпы

³⁵ Pan S., Welch M., Mohanty S., He X. Distortions of Sino-US and Sino-EU Safe-guard Agreements: Effects on World Textile Markets // China & World Economy. 2007. Vol. 15 (4). P. 78–88.

роста расходов на рабочую силу в Китае достигли уровня 15–20% ежегодно³⁶. Так, в провинции Чжэцзян, известной как «Земля рыбы и риса», расположенной на восточном побережье Китая и являющейся одним из крупнейших и экономически развитых регионов, специализирующимся на производстве электромеханических приборов, текстиля, химических продуктов, продуктов питания и строительных материалов, среднемесячные затраты на рабочую силу возросли на 140–220% за период с 2006 по 2010 г.³⁷

Следует отметить, что колебания мировых рынков сбыта в рассматриваемый период были в некоторой степени смягчены ростом спроса со стороны внутреннего рынка. Так, за последние 20 лет потребление на душу населения в Китае возросло в 10 раз, в том числе потребление текстильной продукции жителями городов выросло тоже в 10 раз, жителями сельских районов — в 5 раз (см. рис. 9.4). Развитие внутреннего рынка последовало за открытием экономики Китая для инвестиций и придало дополнительную устойчивость отрасли.

Начиная с 2000 г. высокими темпами растет внутреннее потребление текстиля и одежды в Китае (см. рис. 9.6). Так, подушевое потребление волокон возросло с 4,1 кг в 2000 г. до 20,3 кг в 2008 г.³⁸. Значительный рост внутреннего спроса привлекает иностранных игроков, которые приходят в Китай уже не только с целью снижения издержек производства и последующего экспорта в другие страны, но и все более с целью реализации своей продукции. В высших сегментах цепочек доминируют такие европейские производители, как Giorgio Armani, Cerruti 1881, Hugo Boss, Dunhill, Chanel, Dior, Ermenegildo Zegna и Salvatore Ferragamo. Средний и низший сегменты представлены зарубежными и национальными брендами, произведенными в основном в Китае. Лишь небольшую долю составляют игроки, чье производство расположено за

³⁶ Datamonitor Marketline, 2013.

³⁷ Anson R. Editorial: End of the Line for Cheap Clothing // Textile Outlook International. 2010. Vol. 147 (October). P. 4–10.

³⁸ The Chinese Market for Clothing. International Trade Center. Geneva: ITC, 2012. P. 1.

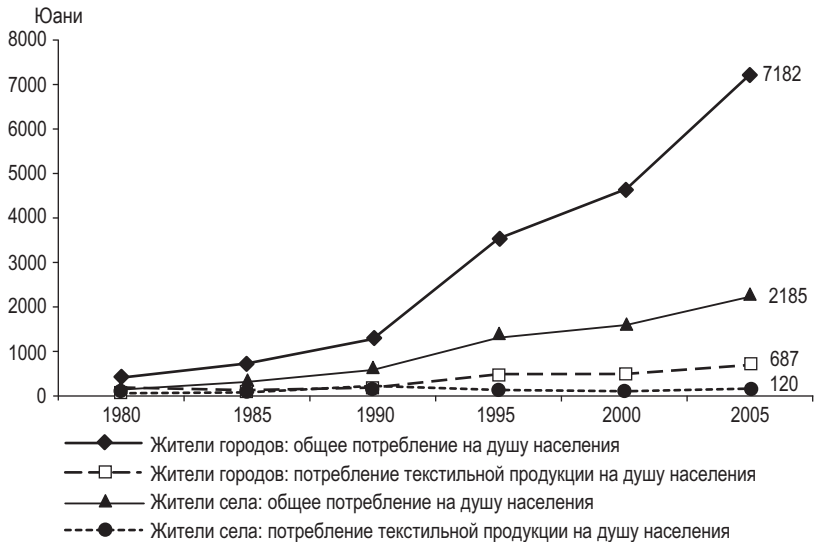


Рис. 9.4. Динамика внутреннего потребления в Китае

Источник: Zhang Y., Wang T. Profitability and Productivity of the Chinese Textile Industry // China & World Economy. 2010. Vol. 18 (5). P. 1–21.

пределами страны в развивающихся и наименее развитых странах. В их числе Nike, Adidas, Tommy Hilfiger, Zara и H&M. Эти производители импортируют в Китай продукцию, произведенную в Бангладеш, Египте, Марокко, Вьетнаме, Камбодже, Турции, Индии, а также в Испании, Португалии (например, в двух последних развитых странах производится продукция, продаваемая в Китае под брендом Zara). Среди крупнейших мировых ритейлеров определяющую роль на рынке играют Wal-Mart и Carrefour³⁹.

Сопоставление динамики объемов производства, продаж и экспорта одежды и текстиля (см. рис. 9.5–9.7) показывает, что рост потребления продукции рассматриваемого сектора предшествовал стремительному взлету экспорта. Временной лаг относительно

³⁹ The Chinese Market for Clothing. International Trade Center. Geneva: ITC, 2012. P. 2.

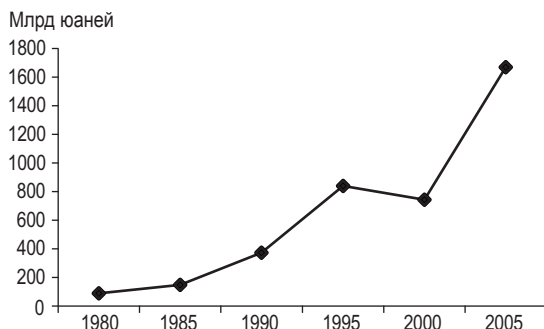


Рис. 9.5. Динамика производства продукции текстильной промышленности Китая

Источник: Zhang Y., Wang T. Profitability and Productivity of the Chinese Textile Industry // China & World Economy. 2010. Vol. 18 (5). P. 1–21.

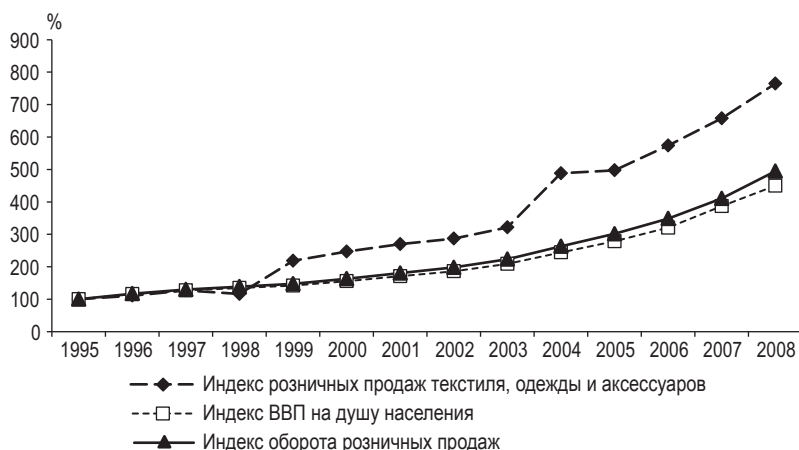


Рис. 9.6. Динамика розничных продаж одежды и текстиля в Китае, 1995–2008 гг.

Источник: The Chinese Market for Clothing. International Trade Center. Geneva: ITC, 2012.

мал (2–3 года), однако он свидетельствует о том, что внутреннее потребление могло стать дополнительным стимулом развития отрасли, темпы роста которой быстро превысили темпы расширения внутреннего спроса, это привело к развитию экспортной деятельности компаний. Очевидно, что не рост внутреннего рынка стал

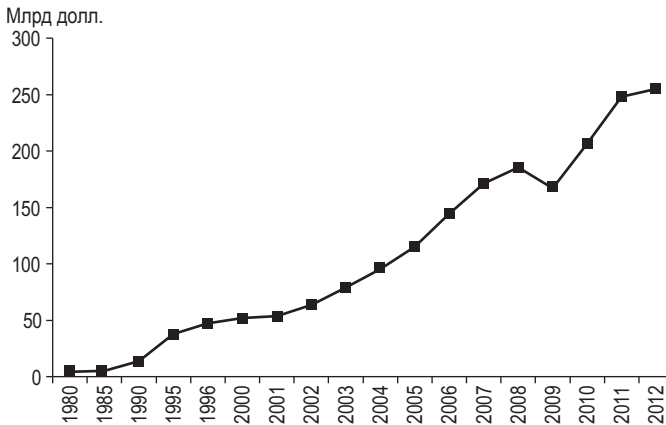


Рис. 9.7. Динамика объемов экспорта одежды и текстиля из Китая

Источник: The Chinese Market for Clothing. International Trade Center. Geneva: ITC, 2012; *Hkust L.* China's Textile and Clothing Industry. 2005. URL: http://s3.amazonaws.com/zanran_storage/www.bm.ust.hk/ContentPages/18112599.pdf

основным локомотивом стремительного проникновения китайской продукции на мировой рынок. Решающую роль здесь сыграл международный торговый капитал.

Экономическому успеху предшествовало открытие китайской экономики для иностранных инвестиций, в результате чего произошел массовый рост китайских производств, значительная часть которых находилась в собственности иностранных компаний. Эти компании (преимущественно из Японии и из стран Юго-Восточной Азии) выступили в роли посредников между локальными производителями и глобальными компаниями — розничными сетями (в первую очередь это крупнейшая компания Wal-Mart⁴⁰) и держателями мировых брендов, которые способствовали перемещению производства в Китай в 1990-е годы. Внешние факторы (приток иностранного капитала и включение в глобальные цепи поставок, которые, несомненно, были связаны друг с другом) не

⁴⁰ Gereffi G., Christian M. The Impacts of Wal-Mart: The Rise and Consequences of the World's Dominant Retailer // Annual Review of Sociology. 2009. Vol. 35. P. 573–591.

только способствовали формированию мощного экспортного потенциала Китая, но и развивали внутренний рынок, создавая дополнительную важную опору для индустрии и укрепляя ее независимость от внешних конъюнктурных колебаний. Вслед за инвестициями в производство в Китае появились крупные розничные сети (в том числе глобальные — такие как Wal-Mart).

Поэтому сегодня, когда говорят об «экспансии Китая» и о захвате китайскими производителями мировых рынков, допускают явную неточность: данная «экспансия» была организована в конечном счете глобальными компаниями, функционирующими за пределами Китая, который, впрочем, удачно воспользовался открывшимися возможностями.

Постепенное наращивание Китаем масштабов присутствия на мировом рынке сопровождалось диверсификацией направлений развития. В 1996 г. 60% китайского экспорта одежды (25 млрд долл.) реализовывалось на рынках Японии и Гонконга, 22,6% — на рынках США и ЕС-15. К 2008 г. экспорт одежды из Китая увеличился примерно в 5 раз — до 120 млрд долл. При этом доля США и ЕС-15 составила 39,3%, в то время как на Японию и Гонконг пришлось 21,1%. Таким образом, доля четырех стран — крупнейших потребителей одежды, произведенной в Китае, составила примерно 60%, что свидетельствует об уменьшении зависимости страны от традиционных партнеров в результате наращивания присутствия на таких новых рынках, как Россия и страны бывшего СССР. Так, если в 1996 г. доля России в экспорте Китая составляла 2,5% (635 млн долл.), то к 2008 г. она выросла до 4,7% (5640 млн долл.)⁴¹.

Специфика бизнес-стратегий

Текстильная промышленность Китая — быстроразвивающийся сектор национальной экономики (см. рис. 9.5), играющий значительную роль в развитии страны. В 2005 г. около 15%

⁴¹ Gereffi G., Frederick S. The Global Apparel Value Chain, Trade and the Crisis. Challenges and Opportunities for Developing Countries. Policy Research Working Paper 5218. The World Bank, 2010. April.

всех рабочих мест в Китае было сосредоточено в текстильной промышленности. Текстиль и одежда составляют 16,4% всего китайского экспорта⁴².

Текстильная промышленность — одна из первых отраслей Китая, где активно развиваются *частные фирмы*. К 2010 г. она характеризуется самым интенсивным уровнем конкуренции в стране с наиболее высокой долей участия частного капитала⁴³. Этот сектор представлен в основном небольшими компаниями. В структуре крупных компаний 2/3 составляют государственные предприятия. Основные стадии производственных цепочек китайских фирм, как правило, сосредоточены внутри страны. Это связано как с отсутствием опыта и квалификации, необходимых для разработки и реализации стратегии интернационализации производства, так и с высокими ожидаемыми рисками инвестиций в страны с более низким уровнем развития⁴⁴.

Интенсивная конкуренция в отрасли, в отличие, скажем, от ситуации в Германии, связана в основном с *конкуренцией издержек*. В условиях отсутствия масштабных инвестиций в инновации, технологии управления и маркетинг снижение цен, а не повышение качества является основным инструментом конкурентной борьбы (политика value for money).

В 2010 г. на основании данных по трем основным секторам текстильной индустрии Китая — производству текстиля, производству одежды и производству химических волокон — был проведен анализ эволюции основных рыночных показателей деятельности компаний с 1999 по 2006 г.⁴⁵ Выборка включила крупные и средние фирмы перечисленных секторов, которые в 2004 г. представляли 89, 86 и 98% общего выпуска, 87, 79 и 94%

⁴² Zhang Y., Wang T. Profitability and Productivity of the Chinese Textile Industry // China & World Economy. 2010. Vol. 18 (5). P. 1–21.

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Ibid.

всех активов, 77, 69 и 91% рабочих мест в секторах производства текстиля, одежды и химических волокон соответственно. Высокая доля охвата секторов позволяет рассматривать результаты исследования как релевантные для оценки деятельности всей текстильной отрасли.

Сектор производства текстиля

Исследование показало, что в секторе производства текстиля доминирует внутренний спрос: в 2006 г. 75% продукции было реализовано на национальном рынке и только 25% направлено на экспорт. В структуре цены 79,93% составляют затраты на материалы, 6,75% — на труд, 4,19% — на капитал⁴⁶. Прибыльность крайне низка — максимальное значение за рассматриваемый период составило 4,08%. При этом в условиях небольших колебаний цен (в пределах 6%) и значительных изменений цен на факторы производства (до 138% по заработной плате и 11% по ценам на материалы), связанных с кризисными явлениями в мировой экономике и повышательной динамикой спроса на материалы со стороны быстро растущей китайской промышленности, рост продаж весьма велик.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в рассматриваемый период *эффективность производства в отрасли резко возросла*⁴⁷. Действительно, расчеты показывают, что в реальном выражении выпуск сектора рос на 17,5% ежегодно. При этом рост

⁴⁶ Важно отметить, что уровень себестоимости продукции российских текстильных предприятий уступает уровню себестоимости китайских производителей. См. подробнее 1-ю и 2-ю части данной работы («Общее состояние легкой промышленности в России (по данным Росстата)», «Состояние предприятий основных отраслей легкой промышленности в России (по базам данных СПАРК, FIRA-PRO и Ruslana)»).

⁴⁷ Lemoine F., Ünal-Kesenci D. Rise of China and India in International Trade: From Textiles to New Technology // China & World Economy. 2008. Vol. 16 (5). P. 16–34; Lu Y., Karpova E. An Investigation of Chinese Textile Firms' R&D Performance // Clothing and Textiles Research Journal. 2012. Vol. 30. June. P. 217–231.

материалоемкости составил 17,6% в год, капиталоемкости — 7–8% в год, трудоемкости — 3% в год. Соответственно, с учетом темпов роста выпуска производительность капитала росла в среднем на 10,5% в год, труда — на 14,8%. Среднегодовой темп роста общей производительности факторов производства (TFP — total factor productivity) составил 2,6%. Причины описанной динамики связаны в первую очередь с повышением технологического уровня производства.

Важно отметить, что рост производительности сопровождался ухудшением конъюнктуры рынков: стабильный уровень цен на готовую продукцию поддерживался в условиях роста заработной платы и цен на материалы, что оказывало негативное влияние на и так невысокие уровни прибыли.

Сектор производства одежды

Сектор производства одежды является наиболее экспортно ориентированным: до половины и более произведенной продукции продается на мировом рынке. Отсутствие собственных брендов и наличие производственных мощностей делают этот сектор крайне привлекательным для иностранных производителей, строящих глобальные производственные цепочки.

В условиях относительно стабильных цен на готовую продукцию и на материалы при значительном росте заработных плат (к 2006 г. они удваиваются) увеличение производства также может свидетельствовать о росте производительности. В структуре цены 72,4% составляют затраты на материалы, 11,2% — на труд, 2,8% — на капитал. За рассматриваемый период производство в реальном выражении росло в среднем на 16,4% на фоне 13,6%-ного увеличения объема использования материалов. Расчеты показывают, что среднегодовой рост TFP составил 2,8%. Аналогично сектору производства текстиля конъюнктура рынков оказывала негативное влияние на прибыльность, небольшое увеличение которой было обеспечено в основном за счет роста эффективности производства.

Сектор производства химических волокон

Сектор производства химических волокон сформировался с помощью прямых иностранных инвестиций (в том числе благодаря обеспечению гарантий их возврата) и целенаправленного государственного стимулирования. «Старый» Китай не имел современной химической промышленности, поэтому начиная с первой пятилетки (1949—1954 гг.) задачи развития химии входили в число приоритетов. Скачкообразный рост вложений в производство химических волокон пришелся на начало XXI в.⁴⁸

В настоящий момент Китай обладает крупнейшими в мире мощностями по производству химических волокон. При этом доля экспортируемого продукта крайне невелика — не превышает 8%. В структуре цены 86,4% составляют затраты на материалы, 3,1% — на труд, 5,2% — на капитал. Прибыльность — в пределах 2%. В течение рассматриваемого периода в секторе наблюдается рост материалоемкости с одновременным повышением индекса цен на материалы, что может свидетельствовать о диверсификации отрасли, требующей расширения спектра применяемых комплектующих.

Эффект роста производительности и неблагоприятных изменений цен был наиболее сильным (см. табл. 9.4). Рост выпуска составил в среднем 15,7% в год, рост TFP — 6,2%. Столь значительное увеличение TFP опирается на исключительные показатели эффективности труда: рост производительности составил в среднем 16,6% в год.

Низкая прибыльность еще раз подтверждает преобладание в отрасли конкуренции по издержкам. А в условиях нарастающей емкости внутреннего рынка источником давления на цены в сторону понижения является не только необходимость противостояния иностранным производителям, но и внутренняя конкуренция китайских компаний между собой. Результатом становится поддержание стабильно низкого уровня прибыльности компаний.

⁴⁸ *McCann J.* China's textile and apparel industry and the global market: five competitive forces // *SAM Advanced Management Journal*. 2011. Vol. 76 (1). Winter.

Таблица 9.4. Динамика индексов цен в текстильной отрасли Китая⁴⁹

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<i>В секторе производства текстиля</i>								
Продажи, млрд юаней	415	481	529	604	750	1002	1237	1497
Индекс цен на товары	100	99	99	97	99	103	104	106
Индекс цен на материалы	100	105	102	94	103	107	110	111
Индекс заработной платы	100	114	119	129	141	186	211	238
<i>В секторе производства одежды</i>								
Продажи, млрд юаней	185	213	221	273	324	380	478	591
Индекс цен на товары	100	100	101	100	100	101	101	102
Индекс цен на материалы	100	99	99	97	99	103	104	106
Индекс заработной платы	100	115	111	118	131	153	173	200
<i>В секторе производства химических волокон</i>								
Продажи, млрд юаней	94	119	95	109	141	189	257	314
Индекс цен на товары	100	97	95	93	97	105	110	111
Индекс цен на материалы	100	117	97	107	120	159	163	174
Индекс заработной платы	100	128	105	119	125	169	175	202

Источник: Zhang Y., Wang T. Profitability and Productivity of the Chinese Textile Industry // China & World Economy. 2010. Vol. 18 (5). P. 1–21.

Роль государства в развитии отрасли

Развитие текстильной отрасли и отрасли по производству одежды в Китае связано с активной поддержкой государства, что характерно для текущей социально-экономической модели страны. Открытие экономики и реформы конца 1970-х годов были неразрывно связаны со стимулирующей национальной политикой. Текстильная отрасль и отрасль производства одежды, с одной стороны, смогли использовать преимущества общей макроэконо-

⁴⁹ Динамику потребительских цен на отдельные виды товаров легкой промышленности и динамику индексов цен производителей для внутреннего рынка в России см. в 1-й части данной работы («Общее состояние легкой промышленности в России (по данным Росстата)»).

мической политики (например, поддержание заниженного курса юаня), а с другой — стали предметом длительных переговоров на международном уровне, нацеленных на ликвидацию барьеров для развития (ЛТА, МФА, системы квот и двусторонних соглашений). Отрасли также являлись объектом различных государственных экономических программ.

Масштабная реструктуризация отрасли была осуществлена в 1997–2000 гг. в преддверии вступления страны в ВТО и отмены системы квотирования в международной торговле. В этот период из производственного процесса было выведено устаревшее оборудование, значительное количество государственных предприятий прошли процедуру банкротства или оказались вовлечены в процессы слияния и поглощения, в результате чего 1,4 млн человек потеряли работу или были вынуждены ее сменить. В 1997–1998 гг. ряд государственных компаний получили поддержку в форме субсидий и налоговых льгот в размере 1,6 млрд юаней и 1,5 млрд юаней соответственно. Более 30 млрд долл. было потрачено на импорт современного оборудования для развития индустрии⁵⁰.

С 2001 по 2005 г. были осуществлены значительные вложения в модернизацию производственной базы отрасли. Китай импортировал оборудование на сумму 18,9 млрд долл., что составило 50% всех инвестиций в основные фонды за указанный период. Однако принятые меры представлялись недостаточными для радикальной модернизации национальной отрасли, так как китайские предприятия не осуществляли инвестиции в НИОКР, обосновывая это высокой степенью зависимости от импорта оборудования и технологий. Индустрия оставалась фрагментированной, в ее структуре преобладали небольшие предприятия, которые конкурировали между собой в трудоинтенсивных и низкотехнологичных сегментах или были нацелены исключительно на выполнение заказов международных компаний в рамках программ OEM⁵¹.

⁵⁰ Stewart T. China's Support Programs for Selected Industries: Textile and Apparel. Trade Lawyers Advisory Group LLC. 2007. June.

⁵¹ Ibid.

Для решения перечисленных проблем в 2006 г. был введен в действие 11-й пятилетний план, нацеленный на развитие текстильной промышленности. Среди направлений поддержки, предусмотренных планом, следует отметить:

- целевое субсидирование и предоставление налоговых льгот для развития технологий и модернизации оборудования;
- стимулирование создания национальных брендов, научно-исследовательских, логистических и дистрибуционных центров, переноса отдельных стадий производства за рубеж, разработки и адаптации к существующим процедурам международной сертификации и регистрации торговых марок;
- поддержка разработки и использования оборудования, разработанного и произведенного в Китае⁵².

Государственная поддержка осуществлялась по следующим основным направлениям⁵³:

1. Субсидии

- а. Специальный фонд по поддержке реструктуризации текстильной промышленности и интернационализации китайских компаний (1,36 млрд юаней, в том числе 560 млн юаней на цели технологического развития и реструктуризации и 800 млн юаней на интернационализацию компаний).

Фонд предполагает поддержку в форме целевых субсидий на создание технопарков и каналов дистрибуции, на внедрение новых технологий, на бренд-менеджмент, маркетинг, защиту прав интеллектуальной собственности. Возможность запрашивать средства получили как отдельные компании, так и провинции страны. Так, власти провинции Цзянсу получили субсидию на 110 млн юаней в 2006 г. как основной экспортер текстиля и одежды в Китае.

⁵² *Stewart T. China's Support Programs for Selected Industries: Textile and Apparel. Trade Lawyers Advisory Group LLC. 2007. June.*

⁵³ Обзор подготовлен по: *Stewart T. China's Support Programs for Selected Industries: Textile and Apparel. Trade Lawyers Advisory Group LLC. 2007. June.*

- b. Фонд поддержки торговых операций в сельском хозяйстве, в легкой промышленности и текстильной индустрии.

Деятельность Фонда направлена на предоставление субсидий на осуществление НИОКР, а также на поддержку проведения международных и национальных выставок, семинаров и программ переподготовки.

- c. Специальный фонд поддержки развития брендов.

Средства Фонда предназначены для поддержки деятельности компаний и провинций по созданию и укреплению национальных брендов.

2. Налоговые льготы

- a. Освобождение от выплаты налогов или налогообложение по льготным ставкам.

С 2006 г. расходы на рекламу компаний, занятых в секторе производства одежды, в размере до 8% доходов от продаж учитываются при исчислении подоходного налога (выплаты сокращаются на сумму произведенных расходов). Если расходы составляют более 8%, выплаты могут быть соответственно сокращены в следующем году. По такой же схеме учитываются затраты на исследования и развитие новых продуктов и технологий. Если же расходы на НИОКР превысили размеры вложений по сравнению с прошлым годом на 10% или более, то компания может получить возможность сокращения налоговых выплат еще на 50% от всех расходов на НИОКР. Такая же схема распространяется на расходы на переподготовку персонала и амортизацию научно-исследовательского оборудования.

Предприятия, занятые в высокотехнологичных секторах, платят налог на доходы по льготной ставке (15% вместо 25%).

- b. Возврат налога на добавленную стоимость и таможенно-тарифных сборов.

Компании, занятые в производстве сложного текстильного оборудования, имеют право на возврат тамо-

женно-тарифных сборов на импорт комплектующих и материалов, которые не могут быть произведены в стране.

Система возврата налога на добавленную стоимость применяется как инструмент стимулирования экспорта с 1985 г.⁵⁴ Данные льготы доступны как китайским, так и иностранным компаниям, имеющим право на экспорт. Ставка возврата НДС в Китае колеблется от 0 до 17% по разным группам товаров. Возврат НДС (полностью или частично в зависимости от категории товара) осуществляется лишь при условии его первоначальной уплаты. В некоторых провинциях Китая применяется система накопительного возврата, когда сумма уплаченного налога возвращается только через год после начала экспортной деятельности.

3. Поддержка отдельных проектов

В 2006 г. Китай выделил государственные средства на развитие текстильной индустрии в одном из лидирующих регионов — в Ханчжоу.

Помимо государственной поддержки на национальном уровне, широкомасштабная деятельность по стимулированию текстильной отрасли осуществляется в регионах. К числу основных инструментов относятся денежные премии и награды, субсидии, налоговые льготы.

В 2009–2011 гг. был реализован Государственный план развития 10 отраслей промышленности Китая, который предполагал стимулирование национального потребления, ускорение технического прогресса, внедрение энергосберегающих и других экологически эффективных технологий, повышение качества продукции, поддержку внешнеторговой деятельности путем стимулирования концентрации, создание собственных брендов, улучшение инфраструкту-

⁵⁴ China Briefing. URL: <http://www.china-briefing.com/news/2013/03/22/export-tax-rebates-in-china.html>

ры, развитие специальных экономических зон, усиление налоговой и финансовой поддержки вплоть до предоставления льгот.

После завершения плана текстильная и швейная отрасли промышленности не вошли в группу стимулируемых правительством высокотехнологичных секторов. Однако глобальный кризис 2008 г. привел к сокращению темпов прироста объемов экспорта и даже к закрытию ряда предприятий в южных провинциях страны, что вызвало необходимость дополнительной поддержки производителей одежды и текстиля. Это было связано не только с экспортным характером отрасли, но и с ее большим социально-политическим значением как крупного работодателя для низкоквалифицированной рабочей силы.

Так, в ответ на ревальвацию национальной валюты, колебания цен на энергоресурсы и материалы, сжатие внутреннего и мирового спроса с августа 2008 г. государство поэтапно повышало ставки возврата НДС на экспортируемые товары. Была начата «Программа оптимизации и поддержки» для текстильного экспорта. 1 января 2009 г. проведена реформа системы налогообложения оборота, в соответствии с которой предусмотрено уменьшение налога, взимаемого при покупке инвестиционных товаров, с целью удешевления инвестиций. Также был понижен налог с оборота для малых промышленных предприятий, по ряду проектов были предоставлены специальные субсидии.

В январе 2012 г. Китай приступил к реализации 12-го пятилетнего плана развития текстильной промышленности⁵⁵, согласно которому ежегодный рост объемов деятельности предприятий должен составить 8%, общего экспорта индустрии — 7,5%. Были определены четыре основных направления развития отрасли в соответствии с планом: производство новых материалов, расширение производственных мощностей с применением сложного оборудования, поддержка сектора технического текстиля и некоторых традиционных секторов. Правительство нацелено на более актив-

⁵⁵ China Textile Industry. TUSIAD China. China Business Inside. 2012. October.

ное вовлечение в производство внутренних и западных регионов страны с опорой на ожидаемые программы поддержки отрасли на региональном уровне.

Так, в провинции Фуцзянь правительство стимулирует инновационную маркетинговую деятельность компаний путем предоставления специальных субсидий в размере 1 млн юаней при условии достижения определенных показателей в развитии розничной сети (открытие торговых центров с представительствами не менее чем 30 продавцов или электронных магазинов, годовой оборот которых составляет не менее 100 млн юаней).

В Синьцзян-Уйгурском автономном районе (северо-западная часть Китая) учрежден фонд, который может выдать до 20 млн юаней субсидий ежегодно на поддержку развития текстильной промышленности. Финансовая поддержка предоставляется предприятиям, которые проводят интенсивную технологическую модернизацию. Кроме того, с 2011 г. компании текстильной индустрии освобождены от уплаты локального подоходного налога на 5 лет, а наиболее крупные (доход которых превышает 20 млн юаней в год) — от уплаты налога на собственность и городское землепользование также на 5 лет. Для предприятий, расположенных в экономически депрессивных районах, предусмотрены освобождение от уплаты подоходного налога в течение двух лет после первого года получения положительной прибыли и сокращение выплат на 50% еще на три года.

В апреле 2012 г. китайские власти представили план развития текстильной отрасли на период 2011–2020 гг., в котором обозначены пять основных направлений поддержки⁵⁶:

- 1) расширение национального потребления и укрепление (стабилизация) позиций страны на мировых рынках путем диверсификации структуры экспорта;
- 2) развитие технологических инноваций и бренд-менеджмента путем предоставления государственных субсидий;

⁵⁶ China Textile Industry. TUSIAD China. China Business Inside. 2012. October.

- 3) сокращение устаревших производственных мощностей, рост энергоэффективности и производительности;
- 4) стимулирование переноса производственных мощностей в центральные и западные части страны;
- 5) расширение финансовой поддержки отрасли путем повышения ставки возврата НДС с 14 до 15% и симулирования финансовых институтов к предоставлению кредитных гарантий и финансовой поддержки малым и средним предприятиям текстильной индустрии.

Таким образом, государственная поддержка отрасли нацелена на разработку и реализацию долгосрочных программ в сочетании с введением краткосрочных инструментов и процедур с целью оперативного вмешательства для предотвращения кризиса производства. Кроме того, государство активно защищает отраслевые интересы на мировой арене путем участия в двусторонних и многосторонних соглашениях.

Возможности и угрозы современного этапа развития

Мировой кризис, рост издержек, связанный с удорожанием материалов и повышением заработной платы, укрепление юаня и снижение темпов роста как внутреннего, так и внешнего спроса оказали негативное влияние на темпы развития отрасли.

Несмотря на значительную поддержку государства, перспективы развития отрасли неоднозначны. Высокая социально-экономическая значимость индустрии делает ее приоритетной в системе антикризисных мер, однако рост госрасходов на поддержку не является достаточным условием для сбалансированного развития. Современное состояние отрасли характеризуется определенными рисками, в числе которых:

- рост заработных плат, повышающий затраты производителей и подрывающий выявленное сравнительное преимущество страны;
- концентрация на конкуренции по издержкам, что приводит компании в зону противостояния с азиатскими странами

ми «второго эшелона». Работа в этом сегменте рынка сдерживает мотивацию компании к движению вдоль производственной цепочки с переходом на более высокие ее стадии, связанные с разработкой собственных брендов и дизайна. Это может сыграть негативную роль в долгосрочной перспективе развития отрасли, ослабив игроков мелкого и среднего сегментов и создав предпосылки для экспансии иностранного капитала на национальный рынок. Кроме того, отсутствие нацеленности на качество может постепенно сузить рынок сбыта китайских товаров;

- относительно низкий по международным меркам уровень прибыльности, который существенно сдерживает возможности для инвестиций в производство. Основную долю структуры цены составляют издержки на материалы, в то время как затраты на факторы производства не превышают 10%. В результате компании практически лишены возможности осуществлять контроль над издержками, будучи в значительной степени зависимыми от конъюнктуры рынков сырья. А рост стоимости труда может стать причиной повышения цен на производимые товары и ослабления конкурентных позиций страны на мировом рынке одежды, либо придется более активно осваивать среднеценовые сегменты.

Основные выводы и прогнозы

Китай является крупнейшим в мире производителем текстиля, демонстрируя высокие темпы роста отрасли и быструю экспансию на рынки развитых стран с момента открытия экономики в конце 1970-х годов. Становление Китая как крупного игрока сдерживалось различными двусторонними и многосторонними соглашениями, что было связано с особым положением текстильной отрасли, долгое время находившейся вне сферы регулирования инструментами ГАТТ и ВТО. Кроме того, свою роль сыграло запаздывание в процессе присоединения страны к основным

соглашениям, в том числе к Соглашению по торговле текстилем (МФА) и Всемирной торговой организации. Большинство ограничений, применявшихся в отношении Китая, были нацелены на защиту национальных производителей Европы, США, Мексики и других стран, которые тем не менее не смогли создать препятствий на пути проникновения китайских товаров.

Глобальный экономический кризис оказал негативное влияние на развитие отрасли, поставив под угрозу лидерство Китая, основанное в первую очередь на низких издержках и быстрых темпах развития. Кроме того, позиции страны становятся менее устойчивыми в связи со сложившейся структурой национального рынка, где присутствуют крупные государственные компании и большое число мелких и крупных частных игроков. Для этого рынка характерна интенсивная конкуренция в условиях отсутствия сильных брендов и низкой прибыльности, что ограничивает возможности для инвестиций.

Масштабные иностранные инвестиции в сочетании с целенаправленной политикой государства создали условия и для развития собственных производителей. До настоящего момента эффекты интенсивной конкуренции и негативная динамика цен компенсировались ростом производительности факторов производства. Однако в условиях низких прибылей такая ситуация представляется неустойчивой: если крупные государственные компании могут повышать свой технологический уровень даже на фоне низких прибылей, то частные компании, особенно средние и мелкие, могут оказаться неспособными противостоять наблюдаемым трендам. В этом случае либо можно ожидать роста программ поддержки национальных экспортеров, что вызовет сложности в связи с необходимостью соблюдения правил ВТО и потребует значительного увеличения государственных расходов, либо данная ситуация приведет к волне банкротств и реструктуризации отрасли. Также возможным сценарием развития является экспансия капитала многонациональных корпораций, строящих свои глобальные производственные цепочки, которые могут

расширить свое присутствие на рынке в условиях ослабления позиций национальных производителей.

Негативные факторы, оказывающие влияние на текстильную промышленность Китая, могут создать благоприятные условия для роста стран с низким уровнем дохода и для новой реструктуризации мирового рынка.

Уроки для России

Китайская модель проникновения на мировые рынки текстиля и одежды в течение почти 10 лет демонстрировала высокую положительную динамику и могла рассматриваться как универсальный рецепт успеха для развивающихся стран и стран — новичков на рынке. Однако современные тенденции выявили ряд факторов, которые могут оказать негативное влияние на средне- и долгосрочное развитие отрасли. В их числе в первую очередь следует выделить концентрацию на конкурентной борьбе в нижних сегментах производственной цепочки и отсутствие значительных инвестиций в инфраструктуру и инновации в отрасли. При попытках проникновения российских компаний на международные рынки следует принимать во внимание нестабильность конкурентного преимущества, основанного на низкой стоимости трудовых ресурсов, тем более что она может считаться относительно низкой лишь по европейским стандартам. Такая модель предполагает зависимость производителей от колебаний рыночной конъюнктуры и нестабильность лидерских позиций. Кроме того, низкая прибыльность может стать причиной порочного круга и «застывания» в нижней части производственной цепочки.

Как положительный урок Китая следует отметить отдельные инструменты поддержки национальных производителей (например, реформа налогообложения, система возврата НДС, освобождение от таможенно-тарифных сборов, субсидии), реализуемые как на федеральном, так и на региональном уровне, и активную позицию государства в защите интересов отрасли на мировой арене, что, несомненно, способствует укреплению позиций компаний.

Используемые сокращения

ВВП — валовой внутренний продукт

ВТО/WHO — Всемирная торговая организация / World Trade Organization

ГАТТ — Генеральное соглашение по тарифам и торговле

ЕС — Европейский союз

ЕС-15 — Европейский союз до расширения 2004 г. (15 стран: Австрия, Бельгия, Великобритания, Германия, Греция, Дания, Ирландия, Испания, Италия, Люксембург, Нидерланды, Португалия, Финляндия, Франция, Швеция)

ЕС-25 — Европейский союз до расширения 2007 г. (25 стран: Австрия, Бельгия, Великобритания, Венгрия, Германия, Греция, Дания, Ирландия, Испания, Италия, Кипр, Латвия, Литва, Люксембург, Мальта, Нидерланды, Польша, Словакия, Словения, Португалия, Финляндия, Франция, Чехия, Швеция, Эстония)

НАФТА — Североамериканское соглашение о зоне свободной торговли

НИОКР — научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки

ОЭСР — Организация экономического сотрудничества и развития

АТС — Agreement on Textiles and Clothing

B2B — business-to-business

BWT — Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie

LTA — Long Term Agreement Regarding International Trade in Cotton Textiles

MFA — Multi-Fiber Agreement

TFP — total factor productivity

10. ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ В РАЗВИТИИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И МЕСТО РОССИИ В ЭТИХ ТРЕНДАХ (ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ)

В данном разделе мы сформулируем более общие выводы, касающиеся закономерностей формирования и изменения глобальных цепей поставок, чтобы понять, существуют ли возможности для России встроиться в эти цепи, и каковы эти возможности.

Новая роль торгового капитала и возникновение глобальных цепей поставок

Торговый капитал, соединивший внутреннюю и международную торговлю, в XIV–XVIII вв. сыграл важную роль в первоначальном накоплении капитала и становлении промышленного капитализма. В современный период глобального капитализма его роль вновь усилилась и видоизменилась, при этом торговый капитал все более превращается из посредника в организующую силу глобальной экономики, определяющую, что и где будет производиться.

Переход к обществу массового потребления, когда ключевым фактором стали не ограниченные возможности производства дефицитных продуктов, а способность удовлетворять потребности конечных потребителей, выдвинул на передний план два типа компаний: глобальные розничные сети (Wal-Mart, Target, JCPenney, Sears) и компании, управляющие международными брендами (Nike, Liz Claiborne, Disney). Оба типа компаний, как правило, не имеют собственных крупных производств, являясь «производителями без фабрик». Первые реализуют продукцию конечному потребителю и продвигают собственные торговые марки. Вторые

разрабатывают дизайн, осуществляют разработку и продвижение глобальных брендов, маркетинг. И в силу близости к конечному потребителю и детального знания его потребностей они приобрели решающую рыночную силу над производителями и стали все более независимыми от конкретных производств, концентрируясь на звеньях цепи поставок с более высокой добавленной стоимостью. Эти компании начали с субординации своих национальных производителей, а затем побудили их во все возрастающей степени переносить трудоемкое и менее прибыльное производство на аутсорсинг в страны с более низкими трудовыми издержками. В результате все большее количество товаров, потребляемых в развитых странах, импортировалось из других стран — напрямую самими ритейлерами или через их поставщиков¹.

Так крупнейшие ритейлеры и обладатели мировых брендов сформировали глобальные цепи поставок, регулируемые покупателями, изменив структуру производства, объекты управления и способы генерирования стоимости. Они превратились в настоящие драйверы роста для многих развивающихся экономик в Азии, Латинской Америке и части Африканского континента. Это достигалось путем прямого размещения заказов у компаний в этих странах и через выросших международных посредников, а также косвенным путем — через давление на своих крупных поставщиков, побуждающее их к снижению цен и перемещению производств в страны с более низкими производственными издержками и благоприятным предпринимательским климатом. Оба пути приводили к одному результату: покупательная сила концентрировалась у группы крупных глобальных компаний, в то время как производственные мощности деконцентрировались и перемещались из одних стран в другие вслед за формированием более благоприятных

¹ В середине 1990-х годов компания Wal-Mart импортировала лишь 6% своих товаров. Спустя 10 лет эта доля выросла до 60%, а если учитывать импортируемые товары, закупаемые у американских поставщиков, то она стала намного больше (Interview with Gary Gereffi. Frontline, September 9, 2004. URL: <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/shows/walmart/interviews/gereffi.html>).

возможностей для эффективного производства. И если торговый капитал в период становления капитализма перемещал товары, то современный торговый капитал вместе с товарными потоками перемещает производства. Теперь, чтобы быть успешным, локальное производство должно встраиваться в эти глобальные цепи.

Строго говоря, в ходе глобализации сформировались два основных типа цепей поставок: управляемые производителями (в основном высокотехнологичные отрасли) и управляемые покупателями (в основном рынки стандартных потребительских продуктов). Легкая промышленность стала типичным случаем цепей поставок, управляемых покупателями². Именно здесь имеющие высокие доли рынка закупщики и обладатели брендов управляют множеством разрозненных производств, работающих в конкурентной среде с низкими барьерами входа на рынок.

Основные волны глобальных преобразований

По мере формирования и развития глобальных цепей поставок в послевоенный период происходили важные изменения как в территориальном размещении производств, так и в применяемых моделях управления цепями поставок.

Территориальные сдвиги шли несколькими волнами. В 1950–1960-е годы заказы из США и Западной Европы размещались в Японии, в 1970-е — в Северо-Восточной Азии (Гонконг, Южная Корея и Тайвань), в 1980-е годы производство перемещается в Китай и в страны Юго-Восточной Азии (Индонезия, Таиланд, Филиппины, Малайзия). В 1990-е годы процессы все больше двигают-

² Bonacich E., Cheng L., Chinchilla N., Hamilton N., Ong P. (eds). *Global Production: The Apparel Industry in the Pacific Rim*. Philadelphia, PA: Temple University Press, 1994; Gereffi G. *The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks* // Gereffi G., Korzeniewicz M. (eds). *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport: Praeger, 1994; Gereffi G. *International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain* // *Journal of International Economics*. 1999. Vol. 48. P. 37–70.

ся в Южную Азию (Индия, Бангладеш, Пакистан), в Центральную Америку и в страны Карибского бассейна (Мексика, Гондурас, Доминиканская Республика, Сальвадор, Гватемала). В 1990-е годы к процессу также присоединяются Турция, страны Северной Африки (Тунис, Марокко), в 2000-е годы — страны Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ). При этом важно, что указанные перемещения не всегда подчинялись простой логике экономии трудовых издержек (хотя этот фактор для трудоемких производств всегда играл весомую роль). Свое влияние оказывала также и проактивная политика ряда стран (Бангладеш, Индия в 2000-е годы).

Наряду с массовым переносом производства в Азиатский регион компании из развитых стран переносили производства в близлежащие страны (экономя на издержках транспортировки) и в страны, с которыми исторически сложились более тесные связи: компании США двигались в Мексику и страны Карибского бассейна, компании Франции и Италии — в Тунис и Марокко, компании Германии — в Турцию. Западноевропейские страны пошли также в страны ЦВЕ (Румыния, Болгария, Польша). Сами же ведущие западноевропейские страны (Германия, Франция, Италия) сохраняют определенную долю производства и экспорта, но преимущественно в более технологичных сегментах и производствах из более качественного сырья (натурального и синтетического) более качественной продукции с высокой добавленной стоимостью³.

Территориальные сдвиги были сопряжены с изменением моделей организации цепей поставок. Так, вскоре страны Северо-Восточной Азии перешли от простого конвейерного производства, при котором они работают на импортных полуфабрикатах и заготовках, по чужим лекалам и технологиям, под жестким контролем

³ Gereffi G., Memodovic O. The Global Apparel Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries? United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Sectoral Studies Series, 2003, available for downloading at: URL: <http://www.unido.org/doc/12218>; Lopez-Acevedo G., Robertson R. (eds). Sewing Success? Employment, Wages, and Poverty following the End of the Multi-fibre Arrangement. Washington, D.C.: The World Bank, 2012.

ведущих западных фирм, к более сложной системе предоставления полного комплекса услуг (*full-package sourcing*). Новая модель предполагала более высокую степень автономии, более развитые компетенции производителей, которые начинают сами определять способы производства, сами изготавливают полуфабрикаты и заготовки. Здесь появляются элементы оригинального производства готовой продукции, а в дальнейшем — производство собственных брендов (*original brand name manufacturing, OBM*), значительная часть которого связана с копированием современных образцов из более развитых стран. В целом это привело к переходу от кэптивной модели (*captive model*), связанной с жестким контролем со стороны заказчиков, к более отношенческой модели (*relational model*), где отношения производителей и байеров становятся более партнерскими⁴.

Наряду с этим в Азии (Япония, Гонконг) возникли мощные посредники — крупные торговые фирмы, размещающие заказы между множеством некрупных фирм в соответствии с существовавшими с 1970-х годов до 2005 г. квотами. А относительно простое конвейерное производство с более жестким контролем со стороны закупщиков перемещается в менее развитые страны юго-востока, а затем юга Азиатского региона.

В Европе также сложилась иная модель, построенная не на прямом импорте продукции в страны ЕС, а на основе системы вынесенной переработки (*outward processing trade*). В этой системе развитые западноевропейские страны экспортируют материалы и заготовки в страны Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ), а затем реимпортируют готовую одежду после ее изготовления⁵. С началом реформ и распадом Совета Экономической Взаимопомощи (СЭВ) легкая промышленность в странах ЦВЕ испытала

⁴ Gereffi G., Humphrey J., Sturgeon T. The Governance of Global Value Chains // Review of International Political Economy. 2005. Vol. 12. P. 78–104.

⁵ Hanzl D., Havlik P. Textiles in Central Eastern Europe and Russia: A Comparative Analysis in the European Context // East-West Journal of Economics and Business. 2003. Vol. 6 (2). P. 63–88.

серьезный спад, и включение в систему вынесенной переработки позволило его приостановить (по крайней мере, до шока 2005 г., связанного с отменой квот в рамках ВТО).

Таким образом, в ходе волн индустриализации некоторые страны поднимались по шкале развития, переходя от простого конвейерного производства к подключению функций закупок и дистрибуции, затем к более сложному производству чужих брендов с элементами собственного дизайна, наконец, к созданию собственных брендов. Одновременно модели, соответствующие предшествующей стадии индустриализации, экспортировались в другие группы стран.

Россия на фоне глобальных трендов

Легкая промышленность в России еще в советское время никогда не находилась в числе приоритетных отраслей (доминировали ресурсодобывающие отрасли и тяжелая промышленность). В начале 1990-х годов в ходе рыночных реформ производство упало в 5 раз и в текстильной, и в швейной промышленности. В 1998 г. в результате финансового кризиса добавилось сокращение платежеспособного спроса населения.

Хотя по уровню заработной платы Россия относительно конкурентоспособна по сравнению с наименее развитыми странами ЦВЕ (Болгария, Румыния), производительность труда в российской легкой промышленности к началу 2000-х годов была в 5 раз ниже, чем в странах ЦВЕ в целом, и в 10–11 раз ниже, чем, например, в Чехии⁶.

Но главное — Россия не смогла включиться в глобальные (в том числе в европейские) цепи поставок. Вслед за 1990-ми годами были также упущены возможности для развития в 2000-е годы. Прямых иностранных инвестиций практически нет, в страну им-

⁶ *Hanzl D., Havlik P. Textiles in Central Eastern Europe and Russia: A Comparative Analysis in the European Context // East-West Journal of Economics and Business. 2003. Vol. 6 (2). P. 63–88.*

портируются большая часть сырья (цены на которое в последний период сильно выросли), практически все новое оборудование и значительная часть готовой продукции (с высокой добавленной стоимостью), а экспорт минимален (преимущественно текстиль низкого качества и с низкой добавленной стоимостью). Производство в отрасли почти полностью замкнуто на внутренний российский рынок (частично — на еще более мелкие региональные рынки). Занятость в отрасли сокращается под натиском более дешевой импортной продукции (в том числе ввозимой по теневым схемам с использованием недобросовестной конкуренции).

Рецессия, последовавшая за глобальным кризисом 2008 г., обозначила признаки начала нового этапа реструктуризации мировой легкой промышленности, в результате которой перед российскими производителями может открыться ряд новых возможностей.

Первая тенденция, которая обращает на себя серьезное внимание, — *повышательная динамика цен на натуральное сырье* при общей ограниченности объемов его производства (по оценкам экспертов, мировое производство хлопка возрастет не будет)⁷, что может стать стимулом для переключения производителей и промышленных потребителей на синтетические материалы. Такое развитие событий откроет новые ниши для стран, которые проигрывают мировым лидерам (Китаю, странам Юго-Восточной и Южной Азии) по трудоустроенности, однако активно развивают капиталоемкие виды производства (или стадии производственного процесса) путем осуществления инвестиций в основные фонды, НИОКР и переподготовку персонала. Для России значительную поддерживающую роль может сыграть имеющийся задел в отдельных секторах химической промышленности. Ставка же на

⁷ «Хлопка выращивают каждый год на Земле в зависимости от погодных условий от 24 до 27 миллионов тонн. И перспектив пока того, что будут выращивать больше, нет, потому что все-таки хлопок растет на тех же самых площадях, на которых растет продовольствие» (руководитель текстильного объединения). «Мировая тенденция такова, что посевы хлопка постепенно будут сокращать в угоду продовольственным продуктам» (руководитель производственно-торгового объединения).

трудоемкие типы производства вряд ли приведет к положительным последствиям, так как, даже несмотря на некоторый спад динамики развития Китая, в Южной и Юго-Восточной Азии достаточно стран, которые могут составить достойную конкуренцию Китаю и в перспективе успешно и относительно быстро занять его нишу.

Вторая важная тенденция — *реструктуризация рынков сбыта*. С высокой вероятностью в ближайшие несколько лет следует ожидать быстрого роста спроса на потребительские товары со стороны развивающегося мира, причем не столько в низшем, сколько в среднем и высшем ценовых сегментах. Стремительная экспансия развивающихся стран постепенно приводит к росту доходов населения с одновременным проникновением даже в традиционные азиатские общества отдельных элементов западноевропейской и американской (а также уже и российской) культуры, в числе которых для легкой промышленности немаловажен культ потребления. Рост домашнего рынка сбыта может сдерживать международную экспансию Китая, Индии и других стран Азии, что несколько снизит интенсивность конкурентной борьбы на рынках Европы и Северной Америки и откроет дополнительные возможности для экспансии игроков из стран второго и третьего эшелонов, к которым в настоящий момент относится и Россия. Однако необходимо учитывать тот факт, что выход на сложившиеся развитые рынки затруднен в связи с их насыщенностью, что является основным барьером для новых игроков. На этом поле игра в основном идет между компаниями из развитых стран, которые вполне успешно работают на рынке, делая ставку на товары из среднего и высшего ценовых сегментов.

Такие характеристики спроса, как динамичность, короткий жизненный цикл товаров, изменчивость и следование за модой, могут создать благоприятные условия для выхода в отдельные ниши высококачественных и оригинальных товаров. Эта возможность может открыться для тех компаний, которые готовы к осуществлению вложений в дизайн, инновационность, технологичность и другие качественные характеристики продукции.

В России, похоже, сегодня при обсуждении проблем легкой промышленности по инерции делается упор на внутренние факторы: наличие собственного потребительского рынка, накопленные в отрасли профессиональные компетенции, необходимость государственной поддержки, попытки воссоздать утраченные сырьевые источники.

В настоящее время многие рассчитывают на расширение внутреннего рынка для отечественных производителей путем дальнейшего увеличения государственного заказа (введение школьной формы, пошив обмундирования и изготовление прочих изделий для армии и силовых структур и пр.). Эту меру следует оценивать позитивно с точки зрения поддержания текущего состояния отрасли, но она может дать лишь временные эффекты и для ограниченного круга предприятий, которые смогут включиться в систему госзаказа. Стимулирование подобного закрытого рынка поддержит часть отрасли, но не произведет в ней сколь-либо радикальных изменений, а в качестве побочного эффекта — усилит ее замыкание на внутренний рынок. В случае же вполне вероятного активного использования коррупционных схем оно породит паразитизм аффилированных предприятий, которые могут оказаться далеко не самыми эффективными.

В то же время роль внешних факторов игнорируется — мало кто заботится о привлечении иностранных инвестиций, занимается стимулированием экспорта. Все это считается сложным (чуть ли не безнадежным) делом. Но существенные долгосрочные изменения возможны лишь при встраивании предприятий отрасли в глобальные цепи поставок. Не случайно согласно международному опыту в большинстве развивающихся стран экономические показатели развития отрасли, включая уровень заработной платы работников, находились в прямой зависимости от динамики экспорта. И без мобилизации этих внешних факторов (в дополнение к внутренним источникам роста) решительных изменений в отрасли ожидать не приходится — она будет постепенно сдавать свои позиции.

У российской легкой промышленности есть три принципиальных пути встроиться в глобальные цепи поставок, которые могут

дополнять друг друга: можно идти со стороны сырья, со стороны маркетинга и продаж и со стороны производства.

Первый вариант — встраивание в цепи поставок со стороны сырья. Возможности для производства натурального сырья (хлопка, шерсти, льна) на российской территории, несмотря на заявления последнего времени, ограничены. Даже в тех случаях, когда есть подходящие климатические условия, его производство, скорее всего, окажется экономически невыгодным. Перспектива здесь видится, скорее, в производстве нетканых синтетических материалов и химических нитей, включая технический текстиль для отраслей непотребительского сектора и смесовые ткани для производства потребительской продукции. В качестве конкурентных преимуществ (в том числе по сравнению с Китаем) мы имеем собственное дешевое сырье (нефть), относительно развитую нефтехимическую промышленность и отсутствие сильных конкурентов в регионе. А спрос на эту продукцию может предъявляться не только на внутреннем рынке.

Второй вариант — встраивание со стороны маркетинга и продаж. Он сопряжен с попытками создавать собственные бренды и входить с ними в крупные розничные сети с последующим их выводом на международный рынок по мере международной экспансии розничных сетей (преимущественно в страны СНГ). Речь идет о передовых компаниях швейной промышленности и о крупных дистрибьюторах, ориентирующихся не только на внутренний рынок, но и на экспорт. Создание сильных отечественных брендов, в которых могли бы быть заинтересованы розничные сети, требует значительных и относительно длительных вложений, а также переноса акцента с производственных процессов на маркетинг и дизайн. Промежуточная ступень на этом нелегком пути — работа с собственными торговыми марками розничных сетей.

Третий вариант — встраивание со стороны производства. Он связан с включением в европейские цепи поставок и конкурированием со странами ЦВЕ. Первоначально речь идет о работе с чужими брендами с возможными последующими попытками продвижения собственных брендов. Предпосылкой этой стратегии

является техническое перевооружение предприятий и значительное (в 3–5 раз) повышение производительности труда. Хотя после подписания соглашений по отмене квот в рамках ВТО в 2005 г. реализовать этот вариант становится сложнее. В конкуренцию на этом поле все активнее включаются Китай и другие страны Юго-Восточной Азии. Но Россия сохраняет определенные конкурентные преимущества — это в первую очередь квалифицированная и относительно дешевая (на европейском фоне) рабочая сила.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Характеристика ситуации в отрасли

Российская легкая промышленность пережила весьма сложный период. *В первой половине 1990-х годов с разворачиванием экономических реформ произошел резкий обвал производства.* Так, выпуск тканей в натуральных единицах с 1990 по 1995 г. упал почти в 5 раз. Столь же резкое падение наблюдалось в производстве готовой продукции (это касалось и товаров для детей, и товаров для взрослых). А в производстве товаров из кожи обвал был еще более значительным (почти в 15 раз).

В период 2000-х годов в большинстве отраслей легкой промышленности экономические показатели демонстрируют умеренную положительную динамику. Исключение составляют производство одежды из кожи, выделка и крашение меха, производство меховых изделий. А, например, в производстве товаров из кожи остановить падение не удалось и в 2000-е годы, и к концу данного периода этих товаров производили еще меньше, чем в 1995 г.

Рост производства во второй половине 2000-х годов в разных секторах неравномерен. В период с 2005 по 2013 г. быстрее всего рос розничный оборот производителей одежды из текстиля (он увеличился в 2,8 раза), предприятий кожевенной отрасли и производства обуви (в 2 раза), предприятий текстильной промышленности (в 1,7 раза). Что касается производителей одежды из кожи, то их оборот (и без того небольшой) в рассматриваемый период, наоборот, сократился в 1,6 раза. Оборот же предприятий мехового сегмента оставался неизменным.

Финансовый кризис 2008–2009 гг. кратковременно ухудшил ситуацию. Однако производство изделий легкой промышленности относительно быстро восстановилось вслед за восстановлением

потребительского спроса и уже в 2010 г. по многим показателям превзошло докризисный период. Хотя при этом ни по одной товарной категории к 2011 г. не удалось выйти на уровень, достигнутый в начале 1990-х годов, или хотя бы приблизиться к этому уровню, разрывы остаются весьма значительными.

При анализе периодически выявляются расхождения статистических данных, содержащихся в разных базах. Как правило, это вызвано тем, что в одних случаях агрегированы данные по совокупности крупных и средних предприятий, в других — они дополняются данными о малых предприятиях и индивидуальных предпринимателях.

Характеристика предприятий отрасли

В 2000-х годах организационная структура легкой промышленности во многом обновилась. Большинство предприятий, работающих в легкой промышленности (как правило, около 2/3), появились именно в эти годы. Наибольшая доля самых молодых предприятий (существующих с 2012 г.) — в текстильной промышленности (11%) и в производстве чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи (13,4%).

Несмотря на большое число действующих предприятий и индивидуальных предпринимателей (особенно в сферах производства одежды и текстильных изделий), *отрасли легкой промышленности характеризуются высоким уровнем концентрации.* К наиболее концентрированным сегментам можно отнести производство одежды из текстиля (на пять ведущих компаний здесь приходится 54,8% продаж), выделку и крашение меха; производство изделий из меха (52,2%), производство обуви (37%) и дубление и отделку кожи (32,9%). Текстильная промышленность относится к наименее концентрированным сегментам легкой промышленности (19,7%). На общем фоне выделяется сегмент дубления и отделки кожи: здесь действует небольшое число предприятий и налицо смещение в сторону крупного бизнеса.

На фоне обрабатывающей промышленности в целом **по своему среднему размеру предприятия российской легкой промышленности относительно невелики**. Если сравнивать группу крупных и средних предприятий, то по *объему годовой выручки* эта группа уступает предприятиям всей прочей обрабатывающей промышленности почти в 3 раза, а по *численности занятых* — в 1,5 раза. В свою очередь, швейные предприятия — более мелкие, они уступают по объему годовой выручки более крупным текстильным предприятиям почти в 3 раза, а по численности занятых — в 1,5 раза.

Предприятия всех отраслей легкой промышленности характеризуются высоким уровнем территориальной концентрации, они сосредоточены главным образом в столичных регионах — в Москве, Санкт-Петербурге и Московской области. Кроме того, в меховой отрасли количественно преобладают предприятия из Ставропольской области, в сфере текстильного производства — из Ивановской области, в сфере пошива спецодежды также доминируют компании Ивановской области. В отличие от организаций, индивидуальные предприниматели в большей степени расположены в регионах. Особую роль здесь играют южные регионы России. Так, индивидуальные предприниматели из Республики Дагестан активны в сфере обработки меха и пошива меховых изделий, а также в сфере производства одежды из кожи и обуви. Индивидуальные предприниматели, работающие в Карачаево-Черкесской Республике, количественно доминируют в текстильной отрасли. Индивидуальные предприниматели Краснодарского края лидируют в сфере пошива готовой одежды.

Собственность предприятий легкой промышленности отличается высоким уровнем концентрации и закрытости. Почти везде речь идет о российских частных собственниках. По доле иностранных собственников предприятия легкой промышленности отстают от большинства других отраслей обрабатывающей промышленности, и иностранное участие в собственности здесь почти не растет. Если у предприятия есть акции или пай, то 80% таких предприятий имеют собственника с контрольным пакетом акций или паев.

При этом подавляющая часть компаний не являются публичными. Наконец, в большинстве случаев мы имеем дело с независимыми компаниями, не входящими в состав более крупных холдингов.

В период 2000-х годов в большинстве отраслей легкой промышленности наблюдается рост уровня производительности труда (исключение составляют только производители одежды из кожи). По среднему уровню производительности лидируют компании отрасли дубления и отделки кожи (в 1999–2012 гг. — в среднем 3108,9 тыс. руб.). Второе место принадлежит предприятиям текстильной промышленности (1102,0 тыс. руб.). За ними следуют производители чемоданов и сумок (1000,7 тыс. руб.), далее — производители обуви (758,3 тыс. руб.) и производители одежды из текстиля (730,7 тыс. руб.). Замыкают данный список предприятия производства одежды из кожи (401,5 тыс. руб.) и меховой отрасли (366,9 тыс. руб.).

По уровню производительности труда легкая промышленность как трудоинтенсивная отрасль наряду с лесной и деревообрабатывающей отраслями уступает другим отраслям обрабатывающей промышленности в среднем в 1,5–2 раза. При этом швейные предприятия в среднем не только более мелкие, но также более трудоинтенсивные и примерно в 2 раза менее производительные, чем текстильные.

Внутриотраслевые различия в уровне производительности труда существенно больше, чем различия между отраслями. Все подотрасли легкой промышленности характеризуются огромными разрывами в производительности труда между 20% лучших и 20% худших компаний. Так, по данным используемых нами баз, в сфере пошива одежды из кожи производительность труда компаний верхнего квантиля в 196 раз (!) выше, чем производительность труда у предприятий нижнего квантиля, в меховом сегменте данный показатель составляет 97 раз (!), в сфере пошива одежды из текстильных материалов — 43 раза, в производстве обуви — 42 раза, в текстильной промышленности — 29 раз, в сфере дубления и отделки кожи — 27,5 раза и в сфере производства чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи — 12 раз. Производительность труда в

целом снижается с уменьшением размера поселений, в которых расположены предприятия (особенно это касается текстильной отрасли).

Типичное для всей российской экономики широкое распространение теневых процессов характерно и для легкой промышленности, в которой создание теневых предприятий не требует серьезных усилий. Оценки доли неучтенного оборота в легкой промышленности расходятся: руководители крупных и средних предприятий говорили в ходе опроса в среднем об 11–15%, по данным Министерства экономического развития России, он достигает 25%. Значительная роль теневой экономики затрудняет оценку масштабов и динамики отрасли. Во-первых, происходит занижение оборота, численности занятых и уровня зарплат. Во-вторых, происходящее в 2000-е годы постепенное «обеление» внешнеэкономической деятельности привело к серьезному завышению темпов роста импорта, часть которого раньше ввозилась с использованием «серых» и «черных» схем. В-третьих, поскольку теневые составляющие распределены неравномерно, это затрудняет сравнительные оценки внутри отрасли. С одной стороны, в разной степени учитывается оборот предприятий. В результате приведенные выше гигантские внутриотраслевые разрывы в уровне производительности труда могут в сильной степени порождаться тем, что более мелкие предприятия на «дне» рынка могут скрывать часть своей выручки, в то время как более передовые и крупные предприятия учитывают ее в полной мере. С другой стороны, может занижаться численность занятых, что более характерно, скажем, для швейной, нежели для текстильной, промышленности и порождает дополнительные искажения при сравнении подотраслей.

Тревожат растущая (по оценкам руководителей предприятий) распространенность неформальных платежей за ускорение процедур получения услуг или ускорение принятия решений от государственных органов, а также расширение практики дачи взяток и откатов при получении государственных или муниципальных заказов. Заметим, что подобного рода ситуация является дополнительным фактором, препятствующим приходу иностранных

инвесторов, которых останавливает непрозрачность многих процессов.

В части менеджмента многие предприятия в отрасли продолжают управляться без четкой и сколь-либо долгосрочной стратегии. А в качестве главного стратегического ориентира в большинстве случаев обозначается стремление закрепиться на рынке традиционной продукции. На среднем уровне предприятия легкой промышленности заметно менее активны по всем компонентам совершенствования системы управления предприятиями, уступая обрабатывающей промышленности в целом.

Занятость и оплата труда

На протяжении 2000-х годов в легкой промышленности происходит стабильное сокращение численности работников. В настоящее время наибольшая часть работников списочного состава легкой промышленности трудятся в текстильной промышленности. Однако именно здесь во второй половине 2000-х годов вышло больше всего работников. В рассматриваемый период 2005–2013 гг. численность занятых в текстильной промышленности уменьшилась в 3 раза, тогда как в кожевенной отрасли и в сфере производства одежды из текстиля — в 1,5 раза. В последние годы численность работников в отрасли продолжает снижаться — по 3–4% в год, наблюдается отток работников в другие отрасли. Отчасти это естественное следствие растущей технической вооруженности производства.

Уровень обеспеченности предприятий легкой промышленности рабочей силой выглядит несколько хуже, чем по обрабатывающей промышленности в целом. Жалоб на дефицит кадров к концу 2000-х годов становится меньше, но кадровый голод не исчезает. Наибольшее число сложностей возникает с поиском квалифицированных рабочих. К основным причинам относятся не только отсутствие кадров должной квалификации на местных рынках труда, но и неспособность многих предприятий платить конкурентную заработную плату.

Российская легкая промышленность характеризуется относительно низким уровнем оплаты труда, который в среднем составляет половину (49%) от общероссийского среднего уровня заработных плат и примерно 2/3 уровня заработных плат на предприятиях обрабатывающей промышленности в целом. Разумеется, есть различия по отдельным секторам (например, по мнению экспертов, зарплата в швейной промышленности заметно выше, чем в текстильной¹). В 2000-х годах при абсолютном росте уровень оплаты труда работников легкой промышленности в сравнении с общероссийским уровнем снижался, что, по всей видимости, служило одним из факторов оттока рабочей силы из отрасли (другим фактором было техническое переоснащение предприятий и внедрение более производительного оборудования). Предприятия попали в своего рода «ножницы» — при относительно низкой оплате труда (особенно в текстильной отрасли) и тяжелых условиях труда (шум текстильного и монотонность швейного производства) трудно обеспечивать приток обученной молодежи.

На предприятиях легкой промышленности относительно меньше работников с высшим образованием и больше работников с профессионально-техническим образованием. В этом заключается специфика отрасли по сравнению со всей обрабатывающей промышленностью. Доля таких работников устойчиво выше на швейных предприятиях, а на текстильных предприятиях больше выпускников общеобразовательных школ.

Инвестиции и инновации

Одним из наиболее критичных моментов, характеризующих состояние отрасли, выступает физическая изношенность и моральное устаревание оборудования. По данным Минпромторга России, 50% оборудования работает более 15 лет. По этим показателям отрасль уступает обрабатывающей промышленности в целом (более слож-

¹ Это не подтверждается данными СПАРК. Не исключено, что в швейной отрасли выше уровень неучтенной занятости и теневого заработка.

ной является ситуация в текстильной промышленности, которая как раз больше всего нуждается в постоянном техническом перевооружении). Уровень использования производственных мощностей не превышает 70% (в производстве шерстяных и льняных тканей он снизился до 20–25%). И при существующем уровне изношенности оборудования этот уровень вряд ли может быть существенно повышен. **Инвестиционная активность в отрасли невысока и не слишком устойчива.** Отрасль нуждается в ускоренном и качественном техническом перевооружении, однако его темпы оставляют желать лучшего. В советский период легкая промышленность оставалась на вторых ролях. В период экономических реформ внимание к отрасли значительно упало. При дефиците инвестиций наблюдается хроническое отставание отрасли в области технического перевооружения, что особенно характерно для текстильной промышленности, где в этот период происходили относительно быстрые технологические изменения.

От половины до двух третей участников рынка не делают инвестиций, происходит формирование групп застойных предприятий. Средний размер инвестиций также ниже, чем во всей обрабатывающей промышленности. Сколько-либо значительные инвестиции осуществляли в годовом измерении, по данным опроса руководителей, лишь пятая часть текстильных предприятий. В швейной промышленности таких предприятий более трети. Хотя следует учесть, что текстильные предприятия по своей технологии нуждаются в более крупных инвестициях (расходы на их создание могут превышать расходы на создание швейного предприятия в десятки раз). Этих ресурсов в большинстве случаев не находится. И по масштабам инвестиций в новое и более производительное оборудование российская легкая промышленность проигрывает большинству быстро растущих экономик. Самые же незначительные инвестиционные вложения в основной капитал отрасли (оборудование, транспорт и машины) характерны для меховой сферы.

Показатели инновационной активности в отрасли в последний период несколько улучшаются, особенно в разработке новой про-

дукции, — отрасль, работающая на конечный спрос, должна более гибко подстраиваться под его динамику (особенно важна эта деятельность для швейной отрасли). Но при заметном росте инновационной активности доля предприятий, не осуществлявших вообще никаких инноваций, с годами практически не меняется — речь идет о каждом третьем текстильном предприятии и о каждом пятом швейном предприятии.

Воспроизводится кластер предприятий, которые остаются вне всяких инновационных движений и, по всей видимости, стагнируют. Эти предприятия работают на локальных и относительно неконкурентных рынках, имея при этом достаточно высокую по международным меркам рентабельность, но оставаясь непривлекательными для инвесторов.

Участие во внешнеэкономической деятельности

В отношении динамики импорта и экспорта почти по всем товарным категориям наблюдается сходная логика развития. В начале 2000-х годов масштабы импорта растут умеренными темпами, сдерживаемыми последствиями девальвации рубля в 1998 г. Затем по мере исчерпания возможностей импортозамещения *рост импорта ускоряется*, и за десятилетие он увеличивается от нескольких раз до нескольких десятков раз (в сильной степени этот рост вызван прогрессирующим «обелением» внешнеэкономической деятельности по мере снижения тарифов и легализации ведущих участников рынка). В то же время *экспорт, как правило, не развивается, стагнирует, оставаясь на протяжении всего периода на сходном уровне* и отставая от объемов импорта до 120 раз. Характерно и то, что разрыв между объемами импорта и экспорта в натуральном выражении, как правило, больше, чем в стоимостном, в 1,5–2 раза. Это свидетельствует о том, что в страну идет преимущественно дешевая импортная продукция по ценам, которые заметно ниже цен на товарные аналоги, экспортируемые из страны.

В целом зависимость от импорта в отрасли весьма существенна и по сырью, и по готовой продукции. Импортируются также практически все закупаемые машины и оборудование. В Россию завозится 100% хлопкового сырья, 85% шерсти, примерно столько же химических волокон и нитей. При этом натуральное сырье дорожает в силу ограниченности сырьевых баз, а синтетическое дешевеет в силу применения все более совершенных технологий. Сырьевая зависимость порождает дополнительные риски, возникающие в связи с колебаниями мировых цен на сырье и колебаниями курса валют.

Доля импорта хлопчатобумажных тканей в ресурсах рынка составляет около 15%, шерстяных тканей — близка к 60%, шелковых тканей — 95%. Доля импорта швейных изделий в ресурсах рынка с середины 2000-х годов устойчиво держится на уровне 82–84%. А доля импорта обуви за этот период находится в пределах 85–88%. Эта зависимость от импорта продолжает возрастать по основным видам товаров. Так, во второй половине 2000-х годов доля импорта в товарных ресурсах выросла по тканям с 19 до 39%, по чулочно-носочным изделиям — с 62 до 82%, по кожаной обуви — с 72 до 91%. Не следует воспринимать импорт как однозначно негативный фактор по отношению к отечественным производителям, поскольку, помимо прочего, он стимулирует конкуренцию. Отгораживаться от импорта уже и невозможно в силу вступления в ВТО. К тому же технологическая зависимость отечественных предприятий от импорта велика по многим параметрам. **Негативными факторами для отечественных производителей выступают дешевый импорт, ввозимый с использованием незаконных «серых» схем, и дешевый контрафакт.** Именно с ними и следует бороться.

Заметим, что, по данным Министерства экономического развития России, доля официальных импортных товаров на рынке изделий легкой промышленности приближается к 50%. Примерно 1/4 составляют отечественные товары, а оставшаяся 1/4 приходится на неучтенную продукцию.

Экспортно ориентированная деятельность осуществляется в минимальных объемах (например, экспорт одежды из текстиля

и обуви достигает лишь 5–6% к объему производства). Мало кто ею занимается всерьез. При этом доля экспорта в продажах продукции легкой промышленности, несмотря на общий рост производства, практически не растет. А там, где наблюдается некоторый рост (например, меховые изделия), преимущественно он является следствием роста цен на сырье, а не расширения экспортно ориентированного производства. Добавим, что в объеме экспорта в текстильной и швейной отраслях возрастает доля стран СНГ за счет снижения доли стран дальнего зарубежья.

Во внешнеэкономической деятельности участвует очень небольшая доля предприятий легкой промышленности. Более высокая доля таких предприятий наблюдается в сфере дубления и отделки кожи (24%), в сфере производства обуви (12%), в текстильной промышленности (11%) и в сфере выделки и крашения меха (9%). Косвенная вовлеченность намного выше, поскольку большинство предприятий используют импортные материалы и химикаты, отсутствующие в России, закупая их через другие российские предприятия. В текстильной промышленности, в меховой отрасли и в производстве обуви гораздо больше предприятий импортируют, а в сегменте дубления и отделки кожи доля предприятий, вовлеченных в экспорт, даже немного превышает долю импортирующих предприятий (21% против 18%). К самым популярным странам — партнерам в экспорте можно отнести (по мере их значимости) Германию, Украину, Италию, Азербайджан, Польшу, а в импорте — Италию, Германию, Польшу, Украину, Финляндию, Китай и Турцию.

На агрегированном уровне относительное замыкание на внутреннем рынке коррелирует с низкой производительностью труда, с умеренными темпами роста производства и с низким уровнем инноваций, хотя порой может сопровождаться достаточно высоким уровнем рентабельности. Во всех подотраслях легкой промышленности предприятия, участвующие во внешнеэкономической деятельности, являются более крупными по сравнению с предприятиями, которые сконцентрированы на отечественном рынке. При этом экспортно ориентированные предприятия имеют заметно

более высокую производительность труда, превышающую от 2 до 6 раз аналогичный показатель для всех остальных организаций.

Вступление России в ВТО оценивается как угроза для отечественной легкой промышленности, несмотря на то что снижение таможенных тарифов во многих случаях кажется небольшим (2–5%), означая рост и без того высокой зависимости от импорта. При относительно невысоком уровне маржинальности и ограниченных возможностях для экономии издержек даже такое снижение оказывается существенным, а уменьшение тарифов на 10% и вовсе способно породить болезненные эффекты, тем более что основная часть изменений планируется на 2014–2015 гг., и времени на адаптацию осталось немного. Поэтому считается, что негативные последствия для данной отрасли заведомо превышают позитивные, а компенсировать ущерб никто не собирается.

Финансовое положение предприятий

Финансовое положение предприятий легкой промышленности оценивается их руководителями несколько хуже, чем в обрабатывающей промышленности в целом. **О высокой вероятности собственного банкротства в ближайшие 2–3 года говорят более четверти опрошенных руководителей.** Пессимистическая оценка финансового положения в немалой степени связана с уровнем долговой нагрузки предприятий, усилившейся в период финансового кризиса. Характерно, что в годы, предшествовавшие финансовому кризису, внешнюю задолженность по кредитам наращивали как стабильно прибыльные предприятия, так и предприятия с низкой эффективностью.

Характерной чертой предприятий легкой промышленности выступает высокая степень зависимости от заемных средств. Здесь ситуация в середине 2000-х годов в целом улучшалась по мере укрепления российской финансовой и банковской системы, но позитивный тренд прекратился с наступлением финансового кризиса. В результате для большинства предприятий существенным препятствием выступает высокая процентная ставка. Высказыва-

вается немалая озабоченность растущими требованиями к залогу, необходимостью кредитной истории, длительными согласованиями². Причем эти проблемы более остры для текстильной, нежели для швейной, отрасли. По-прежнему наблюдается нехватка «длинных денег». Даже в предкризисный период, когда активность по привлечению заемных средств заметно возрастала, сроки получения кредитов в целом не росли — речь шла, как правило, о краткосрочных ресурсах. За инвестиционными ресурсами компании обращаются в основном к отечественным банкам, с зарубежными банками имеют дело единицы, ресурсы фондового рынка не использует почти никто. Большинство предприятий не планируют привлекать внешних стратегических инвесторов, которые, впрочем, и сами не торопятся приходить в отрасль.

В текстильной и швейной отраслях наблюдается тенденция к повышению уровня финансовой зависимости от заемных средств. В 2012 г. самый высокий показатель соотношения заемного и собственного капиталов был в текстильной промышленности (4,2) и в меховой отрасли (3,1). Этот список замыкает сфера пошива одежды из текстильных материалов (2,2). В отличие от текстильной и швейной отраслей, в сфере дубления и отделки кожи, производства чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи, а также производства обуви к 2012 г. этот показатель по сравнению с 2005 г. не претерпел существенных изменений. Так, в сфере дубления и отделки кожи его значение равно 2,6, в производстве обуви — 1,7, а в сфере производства чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи — 0,8. Важно отметить, что в период кризиса соотношение заемных средств и собственного капитала у предприятий сферы дубления и отделки кожи доходило до 7,3.

Финансовая автономия предприятий большинства подотраслей легкой промышленности является относительно низкой. Так, уро-

² «Наши банки пошли в направлении ужесточения кредитной политики своей... Они понижают профиль риска своего. Сейчас не берут в залоги то, что еще в прошлом-позапрошлом году брали» (руководитель производственно-торгового объединения).

вень финансовой независимости находится ниже значения, принятого критическим в мировой практике (30%), у предприятий текстильной промышленности (19%), меховой сферы (24%), сферы дубления и отделки кожи (28%). Данный факт говорит об их финансовой неустойчивости и о недостаточной инвестиционной привлекательности. В свою очередь, демонстрируют чуть более высокие показатели производители чемоданов, сумок и прочих изделий из кожи (55%), производители обуви (37%) и производители одежды из текстильных материалов (32%).

В отрасли наблюдаются очень разные уровни рентабельности.

Самая высокая валовая рентабельность в легкой промышленности наблюдается у производителей одежды из текстильных материалов (в 2012 г. — 32%), за ними следуют предприятия меховой отрасли (около 24%), производители чемоданов и сумок (20%) и производители обуви (около 19%). Замыкают этот список предприятия текстильной промышленности (11%) и компании сферы дубления и отделки кожи (10%). Рентабельность продаж у многих крупных и средних предприятий легкой промышленности находится на уровне 8–10%, при этом с годами она практически не растет, составляя даже у наиболее конкурентоспособных предприятий около 15%. По международным меркам указанные нормы рентабельности достаточно высоки, но среди «избалованных» российских инвесторов они считаются явно недостаточными.

Растущая сила цивилизованной розницы

В настоящее время для массового потребителя цена продукта зачастую стоит на первом месте при выборе. Однако такие факторы, как качество, комфорт и удобство, становятся все более значимыми. И одним из индикаторов этого выступает снижение роли открытых рынков. ***Современный массовый потребитель в поиске качества и надежности перебирается в более цивилизованные торговые форматы*** — специализированные и фирменные магазины. Наряду с этим происходят изменения в дженералистских (универсальных)

форматах: на смену универсамгам постепенно приходят супермаркеты, торгующие более широким спектром товаров.

Во всем мире растет организующая роль крупного ритейла и компаний, управляющих мировыми брендами, в глобальных цепях поставок. Специфика России заключается в фактическом отсутствии собственных сильных брендов и малой роли соответствующих компаний. В то же время *в России создана современная розничная торговля, роль которой в цепях поставок, регулируемых покупателем, заметно повышается*. Современные сетевые структуры становятся драйверами роста и качественного преобразования производства.

Основные проблемы предприятий

Среди наиболее серьезных проблем, стоящих перед предприятиями, на первом месте, по оценкам их руководителей, с большим отрывом идет проблема уровня налогообложения (о ней говорят почти 3/4 руководителей). И по сравнению с прочей обрабатывающей промышленностью эта проблема выглядит более острой. На второй позиции по доле упоминаний выступает дефицит квалифицированной рабочей силы. Актуальна и проблема коррупции (хотя она не столь распространена, как принято считать).

Весьма болезненной для предприятий легкой промышленности выступает проблема недобросовестной конкуренции. Она реализуется посредством использования контрафактной (поддельной) продукции (30–40% продаж), параллельного импорта (ввоз в страну оригинальной продукции без разрешения правообладателя торговой марки) и «серых» схем, связанных с уходом от уплаты налогов и платежей. По данным Министерства экономического развития России, доля теневого импорта во всем импорте швейных изделий в 2012 г. составляла половину, а в импорте обуви — 60%.

Каналы розничной торговли весьма неоднородны. По-прежнему в качестве основных каналов реализации подделок, параллельного импорта и товара, введенного в оборот с нарушениями налогового

законодательства, выступают небольшие независимые магазины и розничные рынки, которые, несмотря на рост доли цивилизованных розничных сетей, пока занимают преобладающее место на рынке. ***Укрепляется тенденция к перемещению контрафакта в Интернет***, который слабо контролируется отечественными регулирующими и правоохранительными органами.

Дополнительные риски усиления недобросовестной конкуренции возникают в связи с созданием Единого экономического пространства. Сильны опасения того, что из Казахстана в Россию хлынет поток параллельного импорта и скрывающихся под его прикрытием подделок. Характерно, что в первые годы действия ЕЭП официальный товарооборот между странами (включая импорт из Казахстана) не вырос, а снизился, в то время как неофициальный импорт, по оценкам экспертов, вырос в несколько раз.

Одна из важных проблем заключается в характере отношений производителей с розничными сетями. В целом есть довольно много жалоб со стороны отечественных производителей, в том числе на необходимость разного рода платежей, требуемых розничными сетями. В свою очередь, представители розничных сетей нередко жалуются на необязательность поставщиков, на их неспособность соблюдать договорные обязательства.

В целом проблемы предприятий легкой промышленности раскладываются на несколько групп. На первых позициях, по оценкам их руководителей, кроме проблемы налогообложения, стоят проблемы макроэкономической стабильности, финансовых и трудовых ресурсов. Далее следует вторая группа проблем, порожаемых непрозрачностью российской экономики, — непредсказуемость государственного регулирования и коррупция, недобросовестная конкуренция и угрозы безопасности. На третьей позиции следуют разного рода административные барьеры и на четвертой — проблемы неразвитости производственной инфраструктуры.

Предприятия легкой промышленности болезненнее переживали финансовый кризис 2008 г., который породил немало проблем и

затронул фактически все опрошенные предприятия. Его последствия тяжелее отразились на их финансовом состоянии, чем на предприятиях многих других отраслей. Так, по данным GfK Rus, с началом кризиса каждый четвертый россиянин (26%) сократил расходы на одежду. При этом предприятия швейной промышленности в большей степени страдали от сокращения спроса на свою продукцию, от требований предоплаты от поставщиков и от сокращения объема госзаказов, а текстильные предприятия в большей степени ощутили проблемы удорожания кредитных ресурсов, повышения требований к залогу и сокращения сроков кредитования, а также роста неплатежей со стороны покупателей продукции.

Ухудшение ситуации в период финансового кризиса было вызвано не только сокращением платежеспособного спроса — он оставался относительно стабильным, и платежи от розничных продавцов продолжали поступать. *Главной причиной ухудшения стало ужесточение условий доступа к кредитным ресурсам со стороны банковской системы* в условиях повышенной закредитованности многих предприятий не только в части высоких процентных ставок, но и в части залоговой политики.

Для решения проблем, порожденных финансовым кризисом, большинство предприятий применяли диверсифицированный подход, полагаясь на комбинацию разных мер. Текстильные предприятия чаще прибегали к методам гибкой занятости, переводя часть работников на неполную рабочую неделю и отправляя их в неоплачиваемые отпуска, а на швейных предприятиях чаще сокращали уровень заработной платы, доплат, премий. Текстильные предприятия чаще вводили предоплату для части своих клиентов, а швейные предприятия чаще пытались задерживать платежи отдельным поставщикам. Текстильные предприятия чаще пытались решить проблемы путем повышения отпускных цен на продукцию, а швейные предприятия, напротив, более часто старались понизить цены на продукцию.

В отрасли доминируют частные предприятия, но уровень предпринимательской активности недостаточно высок. По-прежнему

высоки ожидания поддержки от государства — в виде госзаказа или протекционистских мер, субсидий или налоговых льгот. Каждое пятое крупное и среднее предприятие в текстильной и швейной отраслях в конце 2000-х годов пыталось обращаться за помощью к государству. Распространенность мер государственной поддержки не столь мала — ее получало в той или иной форме в годовом измерении каждое четвертое из числа средних и крупных предприятий. Но эффективность мер государственной поддержки оценивается руководителями довольно низко.

Проблемы отрасли в средствах массовой информации

Легкая промышленность в средствах массовой информации не избалована вниманием. Исключение составил март 2013 г., когда Президентом РФ проводилось специальное совещание в Вологде: месячная публикационная активность взлетела в 4 раза по сравнению с обычной ситуацией. Обсуждение в основном ограничивается проблемами текстильной отрасли и производства одежды, в то же время обувное, кожевенное и меховое производства фактически выпадают из таких обсуждений. Часто отрасль рассматривается в связи с более общими проблемами (прежде всего в связи со вступлением России в ВТО).

Участники рынка отмечают недостаток внимания со стороны СМИ к успешным российским компаниям и качественным российским товарам. Кроме того, из поля зрения СМИ практически выпадает очень болезненная тема поддельных товаров. Отсутствуют материалы и по другой важной и активно обсуждаемой в связи с другими отраслями теме — параллельного импорта (ввоза в страну оригинальной продукции без разрешения правообладателя).

Мнения экспертов относительно перспектив отрасли расходятся. Характерно, что представители власти оценивают меры, нацеленные на развитие отрасли, более оптимистично, в то время как участники рынка более пессимистичны в своих оценках.

Уроки из международного опыта

После Второй мировой войны растущий уровень благосостояния и формирование общества потребления в наиболее развитых странах выдвинули на передний план два типа компаний — глобальные розничные сети (Wal-Mart, Target, JCPenney, Sears) и компании, управляющие международными брендами (Nike, Liz Claiborne, Disney). Они сформировали глобальные цепи поставок, регулируемые покупателями, и превратились в настоящие драйверы роста для многих развивающихся экономик в Азии, Латинской Америке и части Африканского континента. По мере их развития *прошло несколько волн территориальных сдвигов производства*: в 1950–1960-е годы заказы из США и Западной Европы размещались в Японии, в 1970-е — в Северо-Восточной Азии (Гонконг, Южная Корея и Тайвань), в 1980-е годы производство перемещается в Китай и в страны Юго-Восточной Азии (Индонезия, Таиланд, Филиппины, Малайзия). В 1990-е годы процессы все больше двигаются в Южную Азию (Индия, Бангладеш, Пакистан), в Центральную Америку и в страны Карибского бассейна (Мексика, Гондурас, Доминиканская Республика, Сальвадор, Гватемала). В 1990-е годы к процессу также присоединяются Турция, страны Северной Африки (Тунис, Марокко), в 2000-е годы — страны Центральной и Восточной Европы. При этом указанные перемещения не всегда подчинялись простой логике экономии трудовых издержек (хотя этот фактор для трудоемких производств всегда играл весомую роль). Свое влияние оказывала также и проактивная политика ряда стран (Бангладеш, Индия в 2000-е годы).

Территориальные сдвиги были сопряжены с изменением моделей организации цепей поставок. Так, страны Северо-Восточной Азии перешли от простого конвейерного производства, при котором они работали на импортных полуфабрикатах и заготовках, по чужим лекалам и технологиям, под жестким контролем ведущих западных фирм, к более сложной системе предоставления полного комплекса услуг (full-package sourcing). А относительно простое конвейерное производство с более жестким контролем со стороны

закупщиков перемещается в менее развитые страны юго-востока, а затем юга Азиатского региона.

В Европе сложилась модель, построенная на основе системы вынесенной переработки (outward processing trade). В этой системе ведущие западноевропейские страны (Германия, Франция, Италия) сохраняют определенную долю производства и экспорта преимущественно в технологичных сегментах и производствах из более качественного сырья (натурального и синтетического) более качественной продукции с высокой добавленной стоимостью. Но при этом они также экспортируют материалы и заготовки в страны ЦВЕ, а затем реимпортируют готовую одежду после ее изготовления. С началом реформ и распадом СЭВ легкая промышленность в странах ЦВЕ испытала серьезный спад, и включение в систему вынесенной переработки позволило его приостановить (по крайней мере, до шока 2005 г., связанного с отменой квот в рамках ВТО).

Что подсказывает нам этот мировой опыт? Прежде всего, **без включения в глобальные (в том числе в европейские) цепи поставок невозможно добиться серьезного успеха.** Далее, при попытках проникновения российских компаний на международные рынки следует принимать во внимание нестабильность конкурентного преимущества, основанного на низкой стоимости трудовых ресурсов. Такая модель предполагает зависимость производителей от колебаний рыночной конъюнктуры и нестабильность лидерских позиций (сегодня это касается ослабления позиций Китая). Кроме того, низкая прибыльность может стать причиной «застывания» в нижней части производственной цепочки.

В мире существует успешный опыт встраивания в глобальные цепи поставок с относительно низкого, среднего и высокого технологического уровня. Соответствующими кейсами для нас являются Китай, Турция и Германия. При анализе китайского опыта обычно обращают внимание на низкие трудовые издержки, на поддержку отечественных производителей и их экспортной активности со стороны государства. Между тем часто упускается из виду принципиальная роль внешних экономических факторов. Экономическому успеху предшествовало открытие китайской эконо-

мики для иностранных инвестиций, в результате чего произошел массовый рост китайских производств, значительная часть которых находилась в собственности иностранных компаний. Эти компании (преимущественно из Японии и стран Юго-Восточной Азии) выступили в роли посредников между локальными производителями и глобальными компаниями — розничными сетями и держателями мировых брендов, которые способствовали перемещению производства в Китай в 1990-е годы. Внешние факторы не только способствовали формированию мощного экспортного потенциала Китая, но и развивали внутренний рынок, создавая дополнительную важную опору для индустрии и усиливая ее независимость от внешних конъюнктурных колебаний.

В качестве положительного урока Китая, ставшего бесспорным лидером, особенно после отмены квот в 2005 г., следует отметить и активную политику поддержки национальных производителей (например, реформу налогообложения), и активную позицию государства в защите интересов отрасли при вступлении в ВТО, что, несомненно, способствовало укреплению позиций китайских компаний.

Изучение опыта Турции важно по другим причинам. Вместо целевой поддержки национальных экспортеров, осуществление которой ограничено требованиями ВТО, турецкие лидеры направили усилия на последовательное улучшение институциональных условий. Так акцент на образовании привел к возникновению в экономике и обществе ряда положительных экстерналийных эффектов, связанных с ростом качества жизни. А включение этой задачи в сферу государственных приоритетов позволило дать рынку и населению необходимые сигналы. Кроме того, важный урок Турции состоит в необходимости консолидации усилий государственного сектора и участников индустрии по созданию условий для успешного развития отрасли.

Германия является для нас примером развитой страны, сохранившей и даже укрепившей свои позиции в мировой легкой промышленности в условиях ужесточения конкуренции и роста экономик развивающихся стран. Так, внимания заслуживает ак-

тивная кооперация участников рынка, которая создает площадку для сотрудничества, обмена информацией, выработки консолидированной позиции. Следует также подчеркнуть специфику стратегий развития германских компаний. В условиях отсутствия возможностей для эффективного противостояния производителям из трудоизбыточных стран немецкие фирмы переориентировались на более инновационный и капиталоемкий сектор отрасли. Это позволило им выйти из-под удара китайских и других азиатских производителей и сохранить свою долю на рынке.

Основные меры поддержки отрасли

Проанализировав ситуацию в российской легкой промышленности на фоне других отраслей и с учетом глобальных трендов, перейдем к обсуждению того, что сегодня предлагается делать.

Предлагаемые решения следует разделить на две группы — меры поддержки и меры трансформации отрасли. Первая группа — *меры поддержки отрасли*, которые нацелены на улучшение условий деятельности существующих предприятий и возникновение новых предприятий в существующих рыночных нишах. Вторая группа — *меры по трансформации отрасли*, которые в случае успеха могут вывести ее в принципиально иное состояние, осуществить заметные прорывы.

Среди мер, ожидаемых со стороны *федеральных органов государственной власти*, которые руководители предприятий легкой промышленности считают наиболее полезными, в том числе для преодоления последствий финансового кризиса, обозначаются следующие. **На первом месте с большим отрывом оказывается запрос на снижение налоговой нагрузки** (3/4 предприятий). Половина руководителей предприятий указывают на необходимость замораживания тарифов естественных монополий, ведущих к росту цен на энергоресурсы. Значительная группа ратует за поддержание курса рубля. Затем следуют насущные меры по ограничению импорта готовой продукции и отмене импортных пошлин на оборудование, сырье и материалы. Около трети руководителей обраща-

ют внимание на потребность поддержки стабильности банковской системы и обеспечения более эффективного доступа к кредитным ресурсам. Каждый четвертый руководитель считает необходимым увеличение объема госзаказа. И наконец, лишь каждый восьмой руководитель призывает к мерам по стимулированию экспорта.

В целом следует сказать, что иерархия и распространенность предлагаемых мер очень сходны с тем, что предлагают руководители других отраслей обрабатывающей промышленности. Пожалуй, довольно резко выделяются лишь проблемы, связанные с *импортом*, — эти вопросы для представителей легкой промышленности кажутся более настоящими.

Что конкретно предлагается участниками рынка в части снижения налоговой нагрузки? Учитывая трудоемкость отрасли, в качестве меры поддержки руководители предприятий предлагают субсидирование отчислений *единого социального налога* (со ссылками на опыт Турции). Речь идет о возврате государством части платежей после их фактического перечисления в Пенсионный фонд (при разумных сроках такого возврата), чтобы поддерживать рост заработной платы в отрасли и снизить стимулы к уходу в теневую экономику³.

В части *налога на добавленную стоимость* предлагается оплачивать его не по отгрузке, а по реализации, что помогло бы высвободить значительные оборотные средства⁴. В качестве контраргументов со стороны регулятора говорится о трудностях администрирования данного налога при оплате по реализации при значительном распространении фирм-однодневок. Но это лишь означает необходимость построения таких правил игры, при которых возможность использования «серых» схем налоговой оптимизации будет

³ «У нас из-за этого *единого социального налога*, вы знаете, до 300 тысяч, а может, и больше, малых предприятий закрылось. Но я не думаю, что они куда-то ушли. Они ушли в основном в *тень*» (руководитель крупного торгово-производственного объединения).

⁴ «У нас вся система оборота носит конфискационный характер для производителя. Мы платим НДС по отгрузке. Поэтому у нас кредитный портфель у всех *перегружен*» (руководитель производственно-торгового объединения).

минимизирована, а добросовестные участники рынка смогут эффективнее использовать свои ресурсы.

Несколько реже звучат призывы к обнулению ставки *налога на прибыль*. Среди прочих мер неналогового характера делаются предложения по субсидированию предприятиям легкой промышленности расходов на электроэнергию.

Трудно оценить, в какой степени возможна реализация указанных предложений с финансовой и политической точек зрения. Но при их рассмотрении следует учитывать, что *отрасль сильно дифференцирована*. Здесь есть свои лидеры (около четверти предприятий). Эти предприятия больше экспортируют, активнее занимаются техническим перевооружением и инновациями, у них значительно выше уровень производительности труда и уровень квалификации менеджмента, они более активно совершенствуют систему управления. Хотя группа конкурентоспособных лидеров неустойчива, сталкивается с высокими рисками быстрой утраты конкурентоспособности (в частности, в результате зависимости от импорта). В то же время почти половина компаний живут без инноваций и крупных инвестиций, без изменений в управлении, демонстрируя тенденцию к стагнации. Они попадают в своего рода замкнутый круг: низкая производительность — низкая прибыльность — низкая инвестиционная привлекательность — отсутствие технологической модернизации и инноваций — отсутствие роста производительности. И налоговые льготы сами по себе эту группу, видимо, не спасут.

В тех случаях, где производство не имеет долгосрочной перспективы и экспортного потенциала, его прямая государственная поддержка, в принципе, кажется сомнительной. И в отношении анклавов неконкурентоспособных предприятий она не приведет к какому-либо осязаемому результату.

В этой ситуации поддерживать все предприятия отрасли путем прямых субсидий и льгот не только невозможно в силу ограниченности финансовых ресурсов, но и нецелесообразно. Значительная часть предприятий все равно не выживет в среднесрочной и тем более в долгосрочной перспективе, если не произойдет серьезных

изменений⁵. Но речь не идет также и о селективной поддержке отдельных предприятий и групп предприятий — такая политика связана с созданием неравных конкурентных условий и с повышенной коррумпированностью.

В целом для запуска эффективных бизнес-процессов нужны не столько прямые субсидии и льготы, сколько создание стимулов и поддержка инициативы. Важно снижать для компаний издержки, связанные с инновациями, инвестициями и внешнеэкономической деятельностью, предоставлять услуги в сфере трансфера технологий, а также создавать дополнительные стимулы к развитию конкуренции. Подобные условия создаются для всех, но пользуются ими более активные участники рынка.

Следует позитивно оценивать поддержку технологических инноваций, которая в настоящее время выражается в предоставлении налоговых льгот при техническом перевооружении. Конечно, объемы подобной государственной поддержки сегодня невелики в силу недостаточной инвестиционной активности предприятий. Субсидирование процентных ставок по кредитам на техническое перевооружение имеет очень ограниченный эффект в условиях, когда этот кредит, в принципе, недоступен для большинства предприятий.

Из негативных примеров обратим внимание на стремление решить наболевшие вопросы сугубо административными мерами — например, попытки заставить торговые сети выставлять на полках не менее 30% отечественного товара, как это активно предлагается в настоящее время. На наш взгляд, **попытки сугубо административного решения вопросов совершенно бесперспективны**. В России уже есть опыт активного административного вмешательства государства в гражданско-правовые отношения между торговыми

⁵ «Есть ряд предприятий, их небольшое количество, которые работают, будем говорить, на уровне мировых стандартов и выпускают продукцию. Есть они и в текстиле, и в швее, и в коже, и в обуви. Но их единицы. Но ориентироваться все равно нужно на них, а не на тех, кто умирает. А есть которые выживают в этих условиях» (руководитель крупного торгово-производственного объединения).

сетями и их поставщиками в сфере торговли продовольственными товарами путем принятия в 2009 г. ограничительного Закона о торговле (№ 381-ФЗ). Проведенный в Высшей школе экономики детальный анализ первых итогов применения данного закона показал, что существенных изменений в характере контрактных отношений не произошло, зато заметно выросли административные издержки предприятий, связанные с дополнительными проверками, возбужденными делами и налагаемыми штрафами⁶. Воспроизводить подобные опыты в сфере торговли непродовольственными товарами представляется по меньшей мере излишним.

Активно обсуждаются меры по стимулированию спроса на внутреннем рынке путем *расширения госзаказа*. В целом эту меру следует оценивать позитивно с точки зрения поддержания текущего состояния отрасли. Объем госзаказа может быть очень значительным для отрасли и распространяться на весьма широкий круг изготавливаемых изделий как из натуральных, так и из синтетических материалов. Приоритет отечественных предприятий в части поставок обмундирования и других товаров армии и государственным силовым ведомствам представляется оправданным. Что касается таких крупных направлений, как изготовление школьной формы, то здесь судьба госзаказа не столь очевидна. Придется учитывать, помимо прочего, интересы школ и родителей, которые должны за это заплатить. В любом случае необходимо переходить от политических заявлений (если они действительно серьезны) к широкому обсуждению и определению множественных параметров данного проекта, включая преследуемые цели и наиболее эффективные средства их достижения. Сдерживающим фактором в данном отношении является высокий уровень коррупции, который почти неизбежно будет сопровождать расширение госзаказа.

⁶ Подробнее о результатах исследования по оценке регулирующего воздействия Закона о торговле см.: *Радаев В.В.* Кто выиграл от принятия Закона о торговле? // Вопросы государственного и муниципального управления. 2012. № 2. С. 33–59; *Радаев В.В.* Что изменил Закон о торговле: количественный анализ // Экономическая политика. 2012. № 1. С. 118–140.

И при активном использовании коррупционных схем оно приведет не к развитию отрасли, а к паразитированию аффилированных предприятий.

Руководители предприятий обращают внимание на необходимость упрощения процедур **получения и оформления земельных участков**, а также упрощения процедур получения разрешений на строительство. Упомянуты возможные льготы по аренде земли или по продаже земли с отсроченной выплатой. И, конечно, государство может способствовать развитию отрасли путем вложений в производственную инфраструктуру, предотвращающих пока еще нередкие отключения электричества и воды.

Государство должно сыграть более активную роль и в другом отношении. Высокая конкуренция стимулирует предприятия к более активной реструктуризации и к более активным инновациям только в том случае, если это добросовестная конкуренция. С этой точки зрения важно направить повышенные усилия на **борьбу с контрафактом и теневыми («серыми») схемами**, связанными с систематическим уклонением от уплаты налоговых и таможенных платежей. Давление такого рода недобросовестной конкуренции только усиливается в связи с созданием Единого экономического пространства и расширением теневых потоков продукции на восточном направлении (Китай — Киргизия — Казахстан). В связи с этим важно, чтобы в обсуждаемый в настоящее время законопроект об обороте контрафактной продукции вошли положения о конфискации и уничтожении контрафактной и фальсифицированной продукции без ее передачи на реализацию сторонним организациям, о прекращении деятельности по производству контрафакта.

Меры по трансформации отрасли

Даже при реализации всех перечисленных выше мер (что следует признать малореалистичным) ситуация в отрасли сколь-либо радикальным образом не изменится. С их помощью можно лишь затормозить или приостановить негативные тенденции, отчасти расширить масштабы деятельности на внутреннем рынке (как в

случае расширения госзаказа). По нашему мнению, без существенной трансформации отрасли и ее вписывания в новые глобальные тенденции остановить негативные тренды не удастся даже при усилении государственной поддержки. Какую систему мер можно предложить, если мы хотим качественным образом изменить сложившуюся ситуацию? Очень кратко остановимся на нескольких важных идеях, которые многим могут показаться спорными.

Прежде всего, рассчитывать на создание (или воссоздание ранее утраченной) *сырьевой базы* в части дорожающего натурального сырья (хлопок, шерсть, лен), как это предлагается в настоящее время, не слишком реалистично. Для производства хлопка нет столь благоприятных погодных условий, к тому же спрос на хлопковое сырье будет продолжать снижаться. Производство шерсти в российских условиях относительно невыгодно по сравнению с мясным направлением в животноводстве, вдобавок практически отсутствует производство высококачественного сырья. Производство льна занимает лишь 1–2% всего мирового производства. В России эта доля на порядок выше. Но, несмотря на благоприятные климатические условия в России, производство льна оказывается недешевым, а выделка и крашение льна относительно сложны. Отечественная же продукция из льняных материалов производится в основном с низкой добавленной стоимостью. Отдельные успешные проекты в производстве того же льна, наверное, возможны. Но в целом ***экономически импорт сырья победить не удастся — отечественное сырье будет слишком дорогим при относительно невысоком качестве.***

Далее, два передела, связанных с переработкой сырья и зависящих от колебаний цен на сырье, — прядение и ткачество — почти неизбежно будут перемещаться в страны, где выращивается хлопок (Китай, Средняя Азия и др.). Долю импорта тканей вряд ли удастся снизить, скорее, она будет возрастать. В этой ситуации важно вкладывать в производство готовой продукции, заниматься дизайном и дистрибуцией, т.е. ***сохранять и развивать переделы с высокой добавленной стоимостью***, которые при этом требуют сравнительно меньше начальных инвестиций.

В производстве готовой продукции в нижнем ценовом сегменте отечественным предприятиям конкуренцию с импортом (прежде всего с китайским) не выиграть. Хотя этот сегмент и далее будет расти опережающими темпами, в нем они, видимо, не будут конкурентоспособны, в том числе из-за большого количества контрафакта и контрабанды по демпинговым ценам. В сложившихся условиях жесткое конкурирование исключительно по цене быстро приводит в тупик.

Работать на верхний ценовой сегмент российским предприятиям также сложно ввиду отсутствия сильных брендов, создание которых требует значительных вложений и переноса акцента с производственных процессов на маркетинг и дизайн. Поэтому следует ориентироваться преимущественно на работу в среднем ценовом сегменте за счет применения новейших технологий и вывода на рынок моделей с относительно высоким качеством по приемлемой для массового потребителя цене.

Что в этих условиях делать с самой крупной — текстильной — отраслью, где за десятилетия накоплены опыт производства и профессиональные компетенции? ***Целесообразно сохранять ядро дееспособных текстильных предприятий, но при этом переориентирова его в сторону производства синтетических материалов.*** При наличии собственного нефтяного сырья необходимо наращивать компетенции и мощности в техническом текстиле, включая ткани нового поколения. Растущий спрос на изделия из химических волокон и химических нитей предъявляется в строительстве, в производстве отделочных материалов, в автомобильном производстве, а в сфере домашнего текстиля — в быстро расширяющейся нише производства изделий из смесовых тканей. Таким образом, если говорить о серьезных государственных инвестиционных проектах, то они могут быть направлены на развитие производства полиэфирных волокон и нитей (которое было в сильной степени потеряно с распадом СССР). Это означает, что успехи легкой промышленности на этом направлении оказываются производными от развития химической отрасли, которая пока не слишком ориентирована на потребности легпрома.

Такой подход означает **смену парадигмы в сырьевой политике**, которая опирается на дешевое отечественное нефтяное сырье и относительно развитую нефтехимическую промышленность. Сегодня импортируемое качественное синтетическое сырье слишком дорого. При наличии же доступной синтетики многие предприятия получают возможность переориентироваться на смесовые ткани. И на этом направлении есть шансы обеспечить конкурентоспособность с Китаем, захватившим лидерские позиции в производстве технического текстиля, с учетом того, что Китаю придется закупать нефтяное сырье, зарплата в стране неуклонно растет, а логистические издержки на перевозки объемного материала относительно велики. Конечно, как и всякое другое направление, подобное развитие требует инвестиций, но в данном случае речь идет об инвестициях с более быстрыми сроками окупаемости по сравнению с техническим перевооружением традиционных текстильных предприятий.

Другое направление деятельности — как для бизнеса, так и для государственных структур (если они намерены оказывать отрасли какую-то поддержку) — **поддержка экспортно ориентированных производств**. Несмотря на относительную ненасыщенность внутреннего рынка и на то, что многие руководители не относят это к числу основных проблем, нужно стимулировать экспорт на рынки дальнего зарубежья. Помимо сугубо экономической стороны (расширение рынка), здесь чрезвычайно важен обучающий эффект (работа в соответствии с более высокими требованиями и встраивание в международные цепи поставок). Поэтому при разработке мер, направленных на привлечение иностранных инвестиций, следует отдавать предпочтение проектам, рассчитанным на выпуск экспортной продукции. Необходимо работать на создание условий для субконтрактных отношений между национальными производителями и транснациональными компаниями (прежде всего западноевропейскими) — как в России, так и за рубежом.

В России сегодня при обсуждении проблем легкой промышленности по инерции делается упор на внутренние факторы: наличие соб-

ственного потребительского рынка, накопленные в отрасли профессиональные компетенции, необходимость государственной поддержки, попытки воссоздать утраченные сырьевые источники. В то же время роль внешних факторов игнорируется — мало кто заботится о привлечении иностранных инвестиций, занимается стимулированием экспорта. Все это считается сложным (чуть ли не безнадежным) делом. Но без мобилизации этих внешних факторов (в дополнение к внутренним источникам роста) решительных изменений в отрасли ожидать не приходится — она будет постепенно сдавать свои позиции. В связи с частичным возвратом в страны Евросоюза производств, требующих высоких профессиональных компетенций, появляются дополнительные перспективы встроиться в цепь поставок, как это сделали другие страны Центральной и Восточной Европы на основе упомянутой ранее системы вынесенной переработки (*outward processing trade*) (прежде всего речь идет о Германии, Испании, Франции). При наличии в России достаточно квалифицированной и в то же время относительно невысоко оплачиваемой (на европейском фоне) рабочей силы условия для такого встраивания, в принципе, есть.

Совершенно принципиальным является вопрос инвестиций (в том числе иностранных). Если мы хотим двигаться в сторону серьезных изменений, российское государство должно подать позитивные сигналы, заявив о том, что собирается развивать легкую промышленность и гарантирует сохранность инвестиций, обеспечивает преференции для таких инвестиций, повышает прозрачность правил игры, поддерживает экспортно ориентированную деятельность.

Сегодня о *поддержке экспорта* со стороны государства руководители предприятий говорят лишь в единичных случаях, хотя именно ее можно считать важной функцией государства. Среди основных проблем, препятствующих развитию экспорта продукции российской легкой промышленности, называются (в порядке убывания значимости): конкуренция со стороны зарубежных низкокзатратных производителей, недостаточная государственная поддержка, задержки на таможне при оформлении грузов, слож-

ность и длительность сроков возврата НДС, а также низкий имидж товаров с лейблом «сделано в России».

Именно государство должно добиться дальнейшего *упорядочивания таможенных процедур* с повышением закрытости по отношению к «серому» и параллельному ввозу (от чего выиграют отечественные производители) и с усилением открытости для экспортно ориентированных производств (от чего отечественный рынок явно не пострадает). Требуются и дополнительные усилия по повышению прозрачности институциональной среды, отсутствие которой в немалой степени сдерживает приход иностранных инвесторов.

Помимо политической и административной поддержки отечественных предприятий в их продвижении на международные рынки, государственная поддержка может оказываться через софинансирование расходов на повышение квалификации, прохождение международной сертификации, поддержку выставок, ознакомительных поездок и стажировок для представителей индустрии. При этом речь идет о разработке программ не для отдельных предприятий, здесь целесообразно работать через дееспособные отраслевые союзы и ассоциации, поощряя развитие саморегулирования в отрасли, где доминируют относительно некрупные — даже по российским меркам — предприятия.

РЕЗЮМЕ

С разворачиванием экономических реформ в первой половине 1990-х годов в российской легкой промышленности произошел резкий обвал производства, масштабы выпуска по разным видам продукции в натуральном выражении упали от 5 до 15 раз. В период 2000-х годов в большинстве отраслей легкой промышленности экономические показатели демонстрировали умеренную положительную динамику. Финансовый кризис 2008–2009 гг. кратковременно ухудшил ситуацию, но производство изделий легкой промышленности восстановилось уже в 2010 г. При этом ни по одной товарной категории к настоящему времени не удалось выйти на уровень начала 1990-х годов, разрывы остаются весьма значительными.

В отношении динамики импорта и экспорта почти по всем товарным категориям наблюдаются сходные тенденции. В начале 2000-х годов масштабы импорта росли умеренными темпами, сдерживаемыми последствиями девальвации рубля в 1998 г. Затем по мере исчерпания возможностей импортозамещения рост импорта ускоряется, и за десятилетие он вырастает в несколько раз (отчасти это вызвано его постепенным «обелением» в результате легализации бизнеса). Зависимость от импорта по многим позициям превышает 80%. При этом в страну идет преимущественно дешевая импортная продукция. В связи с этим вступление России в ВТО и сопряженное с ним снижение тарифов оцениваются участниками рынка как дополнительная угроза для отечественной легкой промышленности.

Экспортная деятельность в отрасли практически не развивается, стагнирует, оставаясь на протяжении всех 2000-х годов на сходном уровне (экспорт одежды из текстиля и обуви достигает лишь 5–6% к объему производства). Относительное замыкание предприятий на внутреннем рынке коррелирует с низкой произ-

водительностью труда, с умеренными темпами роста производства и с низким уровнем инноваций.

Подотрасли легкой промышленности характеризуются высоким уровнем концентрации — территориальной (размещение в нескольких регионах) и производственной (наличие группы крупных предприятий), хотя на фоне других отраслей средние размеры предприятий невелики.

Собственность предприятий отличается высоким уровнем консолидации и закрытости. Почти везде речь идет о российских частных собственниках, иностранное участие в собственности почти не растет. Подавляющая часть компаний не являются публичными.

По уровню производительности труда легкая промышленность как трудоемкая отрасль уступает другим отраслям обрабатывающей промышленности в среднем в 1,5–2 раза (наряду с лесной и деревообрабатывающей отраслями). При этом внутриотраслевые различия в уровне производительности труда между передовыми и отстающими предприятиями существенно больше, чем различия между отраслями.

На протяжении 2000-х годов в легкой промышленности происходит стабильное сокращение численности работников (в последние годы — по 3–4% в год у крупных и средних организаций), отчасти вследствие растущей технической вооруженности производства. При этом наблюдается дефицит рабочей силы (особенно высококвалифицированных рабочих), порождаемый не только отсутствием кадров, но и неспособностью многих предприятий платить конкурентную заработную плату.

Одним из наиболее критичных моментов выступает физическая изношенность и моральное устаревание оборудования, усиливая отставание отрасли, что особенно важно для текстильной промышленности, где в настоящее время в мире происходят относительно быстрые технологические изменения. При этом инвестиционная активность в отрасли невысока и не слишком устойчива. От половины до двух третей участников рынка не делают инвестиций. При некотором росте инновационной активности доля предприятий,

не осуществлявших никаких инноваций, с годами практически не меняется — речь идет о каждом третьем текстильном предприятии и о каждом пятом швейном предприятии.

Воспроизводится кластер предприятий, которые, по всей видимости, стагнируют, оставаясь вне потоков инвестиций и инноваций. Эти предприятия работают на локальных рынках с относительно невысоким уровнем конкуренции, имея порой достаточно высокую по международным меркам рентабельность, но оставаясь непривлекательными для инвесторов.

В части менеджмента многие предприятия в отрасли продолжают управляться без четкой и сколь-либо долгосрочной стратегии. А в качестве главного стратегического ориентира в большинстве случаев обозначается стремление закрепиться на рынке традиционной продукции.

Финансовое положение предприятий легкой промышленности оценивается их руководителями несколько хуже, чем в обрабатывающей промышленности в целом. О высокой вероятности собственного банкротства в ближайшие 2—3 года говорит более четверти опрошенных руководителей. Главной причиной ухудшения ситуации в период финансового кризиса 2008—2009 гг. стало ужесточение условий доступа к кредитным ресурсам со стороны банковской системы в части высоких процентных ставок и залоговой политики. Повышается уровень финансовой зависимости предприятий от заемных средств.

В России создана современная розничная торговля, роль которой в цепях поставок, регулируемых покупателем, со временем заметно повышается. Современный массовый потребитель в поиске качества и надежности перебирается в более цивилизованные торговые форматы. Розничные сети становятся одним из драйверов роста и преобразования производства, хотя отношения с поставщиками зачастую складываются непросто.

Среди наиболее острых проблем, по оценкам руководителей крупных и средних предприятий, на первых позициях стоят проблемы налогообложения, за ними следуют проблемы макроэкономической стабильности, финансовых и трудовых ресурсов. Вторая группа

проблем порождается непрозрачностью российской экономики (непредсказуемость государственного регулирования и коррупция, угрозы безопасности). На третьей позиции следуют разного рода административные барьеры и на четвертой — проблемы неразвитости производственной инфраструктуры.

Весьма болезненной для предприятий легкой промышленности выступает проблема недобросовестной конкуренции посредством использования контрафактной (поддельной) продукции, параллельного импорта и «серых» схем, связанных с уходом от уплаты налогов и платежей. Продукция сомнительного происхождения реализуется преимущественно через небольшие независимые магазины и розничные рынки. Укрепляется тенденция к перемещению контрафакта в Интернет. Дополнительные риски возникают в связи с созданием Единого экономического пространства. Сильны опасения того, что из Казахстана в Россию хлынет поток параллельного импорта и скрывающихся под его прикрытием подделок.

Официальная статистическая информация по отрасли заметно искажается в силу широкого распространения теневых процессов, издержки создания теневых предприятий относительно низки. В последний период происходит процесс «обеления» деятельности более крупных предприятий, тем не менее оценки доли неучтенного оборота доходят до 25%. Тревожат растущая (по оценкам руководителей предприятий) распространенность неформальных платежей за ускорение принятия решений государственными органами, а также расширение практики дачи взяток и откатов при получении государственных или муниципальных заказов.

В отрасли доминируют частные предприятия, но уровень предпринимательской активности недостаточно высок. По-прежнему высоки ожидания поддержки от государства — в виде госзаказа или протекционистских мер, субсидий или налоговых льгот. При этом эффективность мер государственной поддержки оценивается руководителями предприятий довольно низко.

Среди предлагаемых мер по поддержке отрасли на первом месте с большим отрывом оказывается запрос на снижение налоговой на-

грузки (3/4 предприятий). Половина руководителей предприятий указывают на необходимость замораживания тарифов естественных монополий, ведущих к росту цен на энергоресурсы. Значительная группа ратует за поддержание курса рубля. Затем следуют насущные меры по ограничению импорта готовой продукции и по отмене импортных пошлин на оборудование, сырье и материалы. Около трети руководителей обращают внимание на потребность поддержки стабильности банковской системы и обеспечения более эффективного доступа к кредитным ресурсам. Каждый четвертый руководитель считает необходимым увеличение объема госзаказа. И наконец, лишь каждый восьмой руководитель призывает к мерам по стимулированию экспорта.

Активно обсуждаются меры по стимулированию спроса на внутреннем рынке путем расширения госзаказа. При значительных масштабах госзаказ способен поддержать отрасль в ее текущем состоянии, но вряд ли приведет к ее существенной трансформации (повышаются и риски использования коррупционных схем).

Стремление решить наболевшие вопросы сугубо административными мерами (например, заставлять торговые сети выставлять на полках не менее 30% отечественного товара) бесперспективно. В целом для запуска эффективных бизнес-процессов (с учетом сильной дифференциации в отрасли) нужны не столько прямые субсидии и льготы, сколько создание стимулов и поддержка инициативы, развитие конкуренции.

Рассчитывать на воссоздание сырьевой базы в части дорожающего натурального сырья (хлопок, шерсть, лен) не слишком реалистично. Экономически импорт сырья победить не удастся — отечественное сырье будет слишком дорогим при относительно невысоком качестве.

Целесообразно сохранять ядро дееспособных текстильных предприятий, но при этом переориентирова его в сторону производства синтетических материалов. Такой подход означает смену парадигмы в сырьевой политике, которая опирается на дешевое отечественное нефтяное сырье и относительно развитую химическую промышленность.

В производстве готовой продукции в нижнем ценовом сегменте отечественным предприятиям конкуренцию с импортом не выигрывать. Работать на верхний ценовой сегмент также сложно ввиду отсутствия (за некоторыми исключениями) сильных брендов, создание которых требует значительных вложений. В этих условиях следует ориентироваться преимущественно на работу в среднем ценовом сегменте, обеспечивая относительно высокое качество по приемлемой для массового потребителя цене.

В России сегодня при обсуждении проблем легкой промышленности по инерции делается упор на внутренние факторы — наличие собственного потребительского рынка, накопленные в отрасли профессиональные компетенции, необходимость государственной поддержки, попытки воссоздать утраченные сырьевые источники. В то же время роль внешних факторов зачастую игнорируется — мало кто заботится о привлечении иностранных инвестиций, занимается стимулированием экспорта. Между тем роль внешних факторов для национальных экономик в последние полстолетия сильно возросла.

После Второй мировой войны глобальные розничные сети и компании, управляющие международными брендами, сформировали глобальные цепи поставок, регулируемые покупателями, и превратились в настоящие драйверы роста для многих развивающихся экономик в Азии, в Латинской Америке и части Африканского континента. По мере их развития прошло несколько волн территориальных сдвигов производства, которые были сопряжены с изменением моделей организации цепей поставок. Страны Северо-Восточной Азии переходили от простого конвейерного производства (которое перемещалось в менее развитые страны юго-востока, а затем юга Азиатского региона) к более сложной системе предоставления полного комплекса услуг. В странах Центральной и Восточной Европы сложилась модель, построенная на основе системы вынесенной переработки. Рассмотренный в данной работе опыт Германии, Турции и Китая показывает, что можно включаться в глобальные цепи поставок на разных технологических уровнях, но без такого включения невозможно добиться серьезного успеха.

Необходимы поддержка экспортно ориентированных производств и создание условий для развития субконтрактных отношений между национальными производителями и транснациональными компаниями (прежде всего западноевропейскими). Совершенно принципиален вопрос институциональных условий для инвестиций (в том числе иностранных). Именно по этим направлениям важную роль призвано сыграть государство, действующее в содружестве с дееспособными отраслевыми союзами и ассоциациями.

Научное издание
Серия «Аналитика ЛЭСИ»
Выпуск 13

**Ключевые проблемы развития
легкой промышленности в России
и способы их преодоления**

Аналитический отчет

Зав. редакцией *Е.А. Бережнова*
Редактор *Н.В. Андрианова*
Художник обложки *А.М. Павлов*
Компьютерная верстка и графика: *С.В. Родионова*
Корректор *Н.В. Ананьева*

Подписано в печать 05.11.2013. Формат 60×88¹/₁₆
Гарнитура Newton. Усл. печ. л. 20,9. Уч.-изд. л. 16,2
Тираж 300 экз. Изд. № 1718. Заказ №

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20
Тел./факс: (499) 611-15-52