

# Перенос производства в Россию: шить или не шить?

Вопрос производства и в лучшие времена был одним из самых остро стоящих для российских брендов. Что уж говорить о временах кризисных! Однако нет худа без добра. С ростом стоимости доллара и евро производство в России дешевеет. Но есть ли техническая возможность производить товар в России?

Чем располагает сейчас наша легкая промышленность?

Напомним, рынок одежды в 2015 году, по данным Fashion Consulting Group (FCG), сократился на 9% в рублевом выражении (до 1,4 трлн руб.), в долларовом выражении он упал на 43%. На долю верхнего ценового сегмента приходилось 10%, среднего – 30%, масс-маркета – 60%. По прогнозам компании на 2016 год, доля масс-маркета будет увеличиваться на 5–10% за счет сокращения продаж в среднем ценовом сегменте. Доля премиума и люкса (верхний сегмент) останется неизменной.

На сегодняшний день наиболее развитую легкую промышленность имеет Китай. По итогам 2015 года около трети всей продукции мирового легпрома было выпущено в КНР. Также к мировым лидерам легкой промышленности можно отнести страны Южной Азии – Индонезию, Индию, Пакистан, Бангладеш. Страны Западной Европы и США тоже имеют развитую легкую промышленность, но их основная направленность – производство одежды и обуви известных мировых брендов из сырья, получаемого из тех же азиатских и других развивающихся стран. Европейским лидером по производству товаров легкой промышленности является Италия, где сосредоточено большое количество торговых домов, специализирующихся на производстве одежды, обуви и кожгалантерейных изделий. А что у нас?

Как сообщает Минпромторг, в России сейчас насчитывается 14 тысяч предприятий легкой промышленности. Их годовой

оборот составляет около 270 млрд руб. Крупных предприятий в отрасли – более 200. В легкой промышленности Российской Федерации занято почти 330 тысяч человек. При этом около 1/3 работников трудятся на малых предприятиях с числом работников менее 50 человек. По итогам 2014 года, их оборот составил 22,3% от общего производства российского легпрома, что в денежном выражении равняется 64,44 млрд руб.

Цифры вроде как неплохие. Прибавим, что российское производство сравнялось по цене с китайским, а в некоторых случаях оказалось даже на 10–15% дешевле азиатского. Снижение себестоимости производства в России дало шанс крупным ритейлерам перенести производство на родину. И некоторые (например, Finn Flare, SELA, «Глория Джинс» и другие) интенсивно начинают размещать заказы на производство в России. Этому способствует и увеличение стоимости рабочей силы в Юго-Восточной Азии, и освобождение внутреннего рынка от продукции легкой промышленности иностранного производства.

Еще одно преимущество местного производства – близость как к европейским, так и к азиатским рынкам сбыта. Переноса производства в Россию, компании ощутили выигрывают в логистике.

Рабочая сила в Китае дорожает с каждым днем. Зарплата работника китайской текстильной фабрики за десятилетие выросла втрое и сейчас составляет

700 долларов, что уже ощутимо превышает средний доход работника российских предприятий. Как следствие, дорожает и продукция. В итоге стоимость пары обуви из натуральной кожи, произведенной в России, не превышает стоимости пары обуви из синтетики, произведенной в Китае. А в таких условиях мы можем стать интересны европейским компаниям уже в качестве поставщиков.

Однако развитие и укрепление отечественного рынка невозможно без оптимизации затрат и четкого отлаженного производственного процесса. Несмотря на ежегодно увеличивающееся количество закрытых фабрик, в России все еще остается немало предприятий, но не все участники индустрии знают об уровне их оснащения, ценовом предложении и качестве получаемого продукта. В итоге загрузка производственных мощностей фабрик остается неполной, а бренды продолжают поиск оптимального производства.

## ГОСПОДДЕРЖКА

По данным Fashion Consulting Group, уровень изношенности основных фондов швейных предприятий достигает 80–85%. Легкая промышленность нуждается в современном, усовершенствованном оборудовании, иначе говоря, в развитии инноваций в области машиностроения. Следовательно, возрастает необходимость в проведении исследований, в развитии таких сфер, как станкостроение, машиностроение и нанотехнологии. Само по себе



создание наноматериалов без последующего их применения не имеет смысла.

В условиях морального и физического старения основных производственных фондов значительной части предприятий, вливания из государственного бюджета становятся необходимым условием поддержания существующих мощностей и развития перспективных и конкурентоспособных производств. Прибыль, получаемая от предприятий, использующих изношенное и морально устаревшее оборудование, не может быть стабильной, а значит, и выплаты налогов от таких предприятий будут соответствующими. Именно поэтому в ряду антикризисных мер для поддержки предприятий текстильной и легкой промышленности Правительство РФ предоставляет субсидии из средств федерального бюджета на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в российских кредитных организациях. Это мера, безусловно, полезная и, как всякая косвенная поддержка, эффективная. Можно считать, что таким образом одновременно поддерживается легкая промышленность и банковский сектор, и делается это на понятных и рациональных условиях.

На поддержку легкой промышленности в 2014 году из федерального бюджета было выделено 1,7 млрд руб., а в начале 2015 года Минпромторг даже обнародовал антикризисные меры, чтобы не допустить закрытия предприятий. Среди них льготное кредитование и увеличение субсидий. Все-

## РОССИЙСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО СРАВНЯЛОСЬ ПО ЦЕНЕ С КИТАЙСКИМ, А В НЕКОТОРЫХ СЛУЧАЯХ ОКАЗАЛОСЬ ДАЖЕ НА 10–15% ДЕШЕВЛЕ АЗИАТСКОГО

го за 2015 год правительство потратило на развитие отрасли 1,5 млрд руб.

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 26 января 2016 года были утверждены очередные меры по поддержке отрасли. Среди них – предоставление в срок до июня 2016 года субсидий в размере 0,6 млрд руб. из федерального бюджета российским организациям на компенсацию части затрат на производство школьной формы для учеников начальных классов из российских камвольных тканей. Таким образом государство намерено мотивировать швейные предприятия приобретать отечественные камвольные ткани (ожидаемый рост производства камвольных тканей составит 2 млн метров в год). Еще 0,8 млрд было выделено на возмещение части затрат по выплате кредитов.

Но, несмотря на эти меры, российская легкая промышленность обеспечивает всего около 25% внутреннего рынка, остальные 75% приходят извне.

## КТО И ЧТО ШЬЕТ?

Переходя к конкретике, перечислим крупнейшие производственные предприятия, которые шьют одежду под собственными марками,

а также способны взять на себя заказы по пошиву готовой одежды на аутсорсинге.

Основные направления в швейном производстве России – это изготовление пальто и полупальто, курток, костюмов, платьев и сарафанов, брюк и шорт, а также пошив спецодежды.

Крупнейшие компании по производству пальто и полупальто в России: ОАО «Маяк» (Нижегородская область), ООО «Синар» (Новосибирская область), ЗАО «Балтийская линия» (Калининградская область), ЗАО «Элегант».

Куртки производят здесь: ООО «Витекском» (Московская область), ООО «Ариадна-96» (Ростовская область), ОАО «Кукморская швейная фабрика» (Татарстан).

Крупнейшие производители костюмов: ЗАО «Псковская швейная фабрика "Славянка"», ОАО «Сударь» (Владимирская область), ОАО «Элегант» (Ульяновская область), ОАО «Пеплос» (Челябинская область).

Платья и сарафаны: ЗАО ПКФ «Элегант» (Ростовская область), ЗАО «Вязниковская швейная фабрика» (Владимирская область), ООО «КП Мануфактуры» (Московская область).

Отдельно хотелось бы выделить расположенную в Ростовской области корпорацию



Мнение эксперта

**Анна Лебсак-Клейманс, генеральный директор Fashion Consulting Group**

Российское производство может быть реальной альтернативой для брендов, которые продают одежду в ценовых сегментах средний и средний плюс. Это преимущественно дизайнерские марки, такие как, например, VASSA, Elena Shipilova, премиальная линия бренда Kira Plastinina — LuBlu, а также мало-серийные модные марки.

При производстве в России крупным массовым российским брендам приходится решать две задачи одновременно: удерживать невысокие цены, то есть максимально экономить на издержках, но при этом обеспечивать качество, сопоставимое с массовыми и недорогими европейскими брендами, такими как H&M, New Yorker. Под качеством понимается состав сырья, качество пошива, посадка, качество фурнитуры, дизайн. Современный покупатель достаточно образован и имеет возможность сравнивать самые различные предложения. Поэтому коллекции российских брендов должны соответствовать продукции зарубежных конкурентов, которые предлагают одежду по таким же ценам. При производстве в России это пока удается только небольшому количеству брендов. В качестве успешных примеров можно привести сети «ТВОЕ», «Глория Джинс», Glance.

Эффективное швейное производство должно иметь собственную базу качественных тканей, технологии по отработке и внедрению новых образцов, высокую скорость исполнения партий, высокую производительность труда, эффективную систему контроля качества, которая обеспечивает низкий процент брака и пр. Основная часть крупных российских брендов, которые стремятся удерживать низкие цены, но не потерять качество, не могут найти такие производственные площадки для крупнотиражного производства.

Согласно исследованиям Fashion Consulting Group, если российскому покупателю со средним уровнем дохода предложить выбор — приобрести женскую блузку из 100%-ного хлопка аналогичного фасона, но отличающуюся только страной происхождения на этикетке («Сделано в России», «Сделано в Турции» «Сделано в Китае», «Сделано в Германии»), «Сделано

в Италии»), приоритет выбора останется за Италией и Германией, далее покупатели выберут Россию и Турцию, и уже в последнюю очередь — Китай.

Качественная одежда Made in Russia сегодня все еще дороже, чем одежда аналогичного качества из Бангладеш, Китая или Филиппин. Тем не менее возможно увеличение доли российских товаров в отдельных товарных категориях, где российское производство исторически сильное и где сохранились крупные предприятия с хорошими традициями, например, мужские костюмы, верхняя одежда. В этих категориях российское производство может предлагать конкурентоспособный продукт в среднем ценовом сегменте брендированных товаров.

На данный момент еще рано говорить о том, что ритейлеры массово начали переводить производство в Россию. Да, они рассматривают такие возможности, пробуют искать альтернативы. Но никто из крупных игроков не планирует совсем отказаться от производства вне страны. Размещение заказов на отшив в регионах с эффективным производством и низкой стоимостью рабочей силы — это логика современной индустрии моды. Так действуют не только компании из стран с дорогой рабочей силой, но и более «бедных» регионов. Например, крупные бренды из небогатой Восточной Европы производят коллекции в Китае, Вьетнаме и Бангладеш.

Существует и другая тенденция — активное развитие российских вертикальных производителей, то есть марок, которые появились на базе собственных фабрик. Это, например, производители мужских костюмов или трикотажной одежды. На фоне подорожавшего импорта сегодня они могут предложить более привлекательные цены для российских покупателей, чем те, кто закупает коллекции за валюту.

**История вопроса**

Первоначально в Китае не шили, а закупали и привозили в Россию продукцию по пате или контрафакт известных брендов. Так происходило в «дикие» девяностые. Потом такие коллекции начали «брендировать», то есть регистрировать бренды и маркировать продукцию собственными торговыми марками. В 2000-х происходил бурный рост и в сфере торговой недвижимости, то есть началось активное строительство ТЦ и стартовали первые розничные сети с таким

«Глория Джинс». Эта известная компания — самый крупный на данный момент российский производитель платьев, сарафанов, брюк, шорт и курток. «Глория Джинс» планирует увеличить собственное производство в России. И они не одни.

**ПЕРЕВОДИТЬ ИЛИ НЕ ПЕРЕВОДИТЬ?**

Вопрос о переводе производства в Россию так или иначе затронул всех крупных ритейлеров в это непростое время. Кто-то, например компания SELA, не видит возможности воссоздания здесь полноценной инфраструктуры, подобной той, что предлагают фабрики Китая. А кто-то готов переезжать и расширяться.

Компания «Розтех» (бренды «Дикая орхидея», «Бюстье», «Дефиле» и «Гранд дефиле») собирается удвоить собственное производство в России — до 8 млн единиц товара в год. Два новых предприятия могут быть арендованы в Смоленской области в ближайшее время. Раньше компания размещала заказы преимущественно в Китае и Прибалтике, а сейчас — на двух фабриках в Московской и Смоленской областях. Желание увеличить мощности в «Розтехе» объясняют постоянной перегруженностью уже имеющихся в России собственных фабрик и стремлением иметь большую независимость от курса валют. Важно подчеркнуть, что ритейлер готов поделиться возможностями половины своих фабрик с конкурентами!

Melon Fashion Group (бренды befree, Zarina и Love Republic) тоже выразили желание увеличить производство в России. В 2016 году обзавелась производством в столице и финская компания Finn Flare. Она купила цех площадью 300 м<sup>2</sup> и мощностью до 100 изделий в сутки.

брендированным товаром. Тогда же оптовые продажи стали постепенно переходить в формат франчайзинга: дистрибьюторы не только закупали товар, но и получили право использовать вывеску бренда на магазине. С этого момента компании начали не только закупать и брендировать товар, но и сами разрабатывать коллекции, делать заказы на производстве, где они ранее закупали готовую одежду, а потом и переходить на другие фабрики, по мере развития подбирая оптимальные производства под задачи своего бренда, под свой ассортимент.

фото: shutterstock

С началом кризиса ритейлер «Спортмастер» начал размещать часть своих заказов на отечественных предприятиях (всего компания использует 500 фабрик по всему миру). Сейчас 15% их одежной и обувной продукции производится в России.

Подхватывают тренд марки Bosco и Elis. Бренд Bosco намерен построить в индустриальном парке «Камешково» во Владимирской области фабрику по пошиву спортивной одежды. Российский бренд женской одежды Elis планирует открыть в 2016 году в Саратовской области швейное производство брюк и юбок. Марка Kira Plastinina начала наращивать производство в России еще полтора года назад, объясняя это возможностью уси-



ПРИБЫЛЬ, ПОЛУЧАЕМАЯ ОТ ПРЕДПРИЯТИЙ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ ИЗНОШЕННОЕ И МОРАЛЬНО УСТАРЕВШЕЕ ОБОРУДОВАНИЕ, НЕ МОЖЕТ БЫТЬ СТАБИЛЬНОЙ

ления контроля за качеством производимой продукции. Два года назад компания производила в России 20–30% коллекций, в прошлом году уже было 30–40%, сейчас — около 70%. Известно, что Кира Пластинина организовала в подмосковных Озерах собственное производство, для чего было приобретено красивое историческое здание на территории индустриального парка. Коллеги Киры адресов своих фабрик не раскрывают: слишком велика конкуренция за качественные площадки. Однако, несмотря на активный поиск альтернативы производству в Азии, пока никто из крупных игроков не планирует совсем отказаться от производства вне России. Ведь создание одежды состоит не только из пошива. Среди рисков местного производства — нехватка отечественной ткани. Производителям приходится покупать импортное сырье, стоимость которого зависит от скачков курса валют, и самостоятельно планировать его заказ за большой срок до начала пошива. Нельзя забывать и о том, что все импортные ткани облагаются таможенной пошлиной. В итоге одна и та же ткань российскому производителю обходится дороже, чем азиатскому или европейскому. Размещая же заказы за границей, пошлину за материалы платить не надо. В 2015 году объемы про-

изводства одежды в России сократились практически на четверть объема, произведенного за 2014 год. Это обусловлено тем, что одежда, относящаяся к средне-ценовой категории, практически вся шьется из импортных тканей.

Отдельным пунктом стоит вопрос размещения производства в России иностранными брендами. В частности, привлекательность размещения уже подтвердили представители французского Модного дома Pierre Cardin — начаты переговоры о переносе производства одежды знаменитого бренда в Россию. Сейчас продукция бренда, продающаяся в России, производится по лицензии, а ее владельцы работают в Германии, США и Италии. Приемник Пьера Кардена и дизайнер Модного дома Родриго Басиликати рассказал прессе, что хочет передать эту лицензию российским фабрикам.

Минпромторг тем временем ведет переговоры о размещении заказов на производство в России с компаниями «Декатлон» и Venetton. Ранее министерство предложило брендам ZARA (Испания) и H&M (Швеция) размещать свои заказы в сфере легкой промышленности на российских предприятиях.

В целом, несмотря на множество положительных сторон перевода производства зарубежных брендов в РФ, серьезный



интерес со стороны зарубежных ритейлеров возможен лишь при наличии бонусов и преференций от государства. В этом случае компании могли бы пойти на перенос производства, что дало бы отечественным предприятиям серьезную поддержку и бесценный опыт работы с требовательными заказчиками. Покупатели же получили бы бонус в виде снижения цен на одежду зарубежных брендов. С учетом относительной дешевизны рабочей силы, низкого курса рубля и значительно меньших логистических расходов по сравнению с Китаем, цены могли бы снизиться на 10–20%. В данный же момент цены продолжают расти, свертывая модное население в беспросветную печаль.

Не секрет, что новый виток в развитии промышленности всегда влечет за собой появление новых рабочих мест и возрастающую потребность в квалифицированных специалистах. Таким образом, развитие промышленности неразрывно связано с развитием обучающих программ как на производстве, так и в вузах. Получившаяся цепочка дает уникальную синергию, в которой связаны образовательные процессы, производство, занятость населения и повышение общего престижа продукции Made in Russia.

**Светлана Мичан**  
mm@mail.ru