

Статьи о рынке обуви за 3й квартал 2009 года

Статья от 16.09.09 с сайта <http://www.retailer.ru/item/id/8635>

Снижение ввозных таможенных пошлин на обувь в 2006-2008 годах негативно отразилось на отрасли, считают эксперты, в то время как их увеличение наряду с другими мерами государства снизит огромный поток импорта и позволит российским предприятиям увеличить объемы выпуска и продаж. В частности, по оценкам экспертов, до 2006 года средневзвешенная ввозная пошлина на обувь составляла 30%, сейчас - 22,6%. "Убеждены, что снижение ввозных пошлин на обувь идет во вред отечественному производителю, который, по разным оценкам, на сегодняшний день занимает от 10% до 20% рынка", - считает президент Партнерства розничных обувных компаний Алексей Кистенев. По его мнению, российский обувной рынок на сегодняшний день оказался на пути монополизации, "когда конкурентная борьба разворачивается между импортерами-ритейлерами и мелкими импортерами".

По мнению вице-президента ОАО "Рослегпром" Александра Круглика, на сегодняшний день российский производитель конкурирует с официальными импортерами, нелегальными и теневыми производителями. "Официальный импорт растет в последние годы в разы. Наше производство не может так развиваться. Нет равных условий для конкуренции", - говорит Круглик. В частности по данным Федеральной таможенной службы, в январе-августе 2009 года импорт обуви в РФ вырос на 33,4% по сравнению с аналогичным периодом 2008 года.

В свою очередь генеральный директор Российского кожевенного союза Александра Андрунакиевич также отмечает, что из-за снижения пошлин доля российских производителей снизилась после 2005 года до 10% с 19,8%, а импорт вырос в четыре раза - с 67 миллионов пар в год в 2004 году до 240 миллионов пар в 2008 году. Стали закрываться фабрики: количество официально отчитывающихся фабрик, отметила специалист, сократилось со 180 в 2005 году до 67 по итогам первого полугодия 2009 года. По словам Андрунакиевич, в частности унификация пошлин в рамках создаваемого единого Таможенного союза РФ с Белоруссией и Казахстаном вряд ли положительно скажется на отрасли, не только в случае установления низкой таможенной пошлины. Так, поясняет она, в РФ может хлынуть поток нелегального импорта и контрабанды из Казахстана, где границы с Китаем весьма условные, и отсутствует собственное обувное производство.

В целом участники рынка отмечают, что правительство, безусловно, предпринимает меры по поддержке отрасли, но они "половинчатые" и их недостаточно, подчеркивая, что российская обувная отрасль достойна и способна конкурировать с западными производителями.

"Да, государство что-то делает, но это половинчатые меры. Мы настолько отстали, что нужна государственная воля, чтобы сделать рывок", - говорит Круглик. В свою очередь Андрунакиевич отмечает, что в государственной поддержке очень важен временной период. "Конечно, государство поддерживает, но все это очень долго и не вовремя", - считает она. Так, пояснила специалист, снижение пошлин в 2005 году, например, произошло как раз в преддверии роста доходов населения и потребительского спроса, а необходимые постановления по поддержке были приняты в 2007 году, когда уже начался "исход из производства".

Так, в 2007 году, в частности, был введен беспошлинный режим на ввоз необработанных шкур. Также в текущем году 2009 году правительство РФ распорядилось установить на постоянной основе нулевые ставки пошлин на импорт отдельного вида сырья, используемого в кожевенном производстве. Льготные ставки пошлин установлены, в частности, на органические и синтетические дубильные вещества, отделочные средства, средства для ускорения крашения и фиксации красителей. Первый раз решение об обнулении было принято в августе 2008 года, до этого по большинству товарных позиций пошлина составляла 5%.

Между тем в министерстве промышленности и торговли РФ подчеркивают, что государство предпринимает все необходимые меры по стабилизации ситуации в отрасли. Как заверил заместитель директора департамента лесной и легкой промышленности Минпромторга Олег Кашеев, министерство делает все для того, чтобы, согласно решению правительства, до 1 октября 2009 года подписать и утвердить стратегию развития легкой промышленности до 2020 года, одобренную в целом государством, а самое главное - меры по ее реализации. "Мы ставим задачу, чтобы все, что задумано, было претворено в жизнь", - сказал чиновник. Он подчеркнул, что министерство не ставит перед собой задачу введения каких-либо запретительных или ограничительных мер, а выступает за здоровую конкуренцию.

Одной из мер по защите отечественного рынка легкой промышленности является, в том числе, и тарифно-таможенное регулирование. По словам Кашеева, в рамках создания единого Таможенного союза планируется унификация таможенных тарифных пошлин. "Здесь мы исходим из того, что наши пошлины должны обеспечивать как защиту нашего рынка, так и рынков наших партнеров по союзу. Сейчас мы ведем работу, что бы пошлины на обувь вернулись к тому уровню, который был раньше, или, хотя бы, составили 15%, как сегодня у наших партнеров по союзу - Белоруссии", - сказал представитель Минпромторга. По его словам, это позволит в должной степени защищать отечественный рынок, в первую очередь от контрабандной продукции.

Кроме того, напомнил Кашеев, в борьбе с некачественной продукцией помогут и технические регламенты. На сегодняшний день, сообщил он, принят технический регламент "О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков", предусмотрена разработка техрегламента о безопасности кожевенно-обувной продукции.

В итоге Кашеев подчеркнул важность совместной работы всех заинтересованных в развитии отрасли сторон: представителей делового сообщества, отраслевых союзов и ассоциаций, ответственных ведомств, напомнив, что согласно стратегии развития легкой промышленности до 2020 года доля отечественного товара на внутреннем рынке к этому периоду достигнет 50%.

В основу стратегии развития легкой промышленности РФ на период до 2020 года заложен переход отрасли на инновационную модель развития, ориентированной на повышение ее конкурентных преимуществ, увеличение выпуска конкурентоспособной продукции нового поколения.

<http://www.dpgazeta.ru/article/154271>

Согласно исследованию по заказу компании Ralf Ringer, из-за кризиса изменили потребительское поведение при покупке обуви только 25% опрошенных мужчин, живущих в Петербурге.

Причем меньше всего (10% респондентов) это сделали мужчины-петербуржцы, чей доход превышает 40 тыс. рублей в месяц. 61% респондентов из тех, кто изменил свои потребительские привычки, стали покупать обувь реже, 21% - перешли на более дешевые торговые марки, 13% отказались от обновок до тех пор, пока экономическая ситуация не улучшится, а 9% обратили внимание на распродажи.

Большинство же опрошенных мужчин-петербуржцев (74%) остались верны своему образу жизни, несмотря на кризис. Причем главные критерии, по которым петербургские мужчины выбирают обувь: удобство, уверенность в качестве и дизайн.

К слову: для 48% респондентов не важна марка обуви, они могут купить и небрендовые ботинки. А для 23% - важно, но лояльность к какому-то одному бренду они не проявляют.

Статья от 2.09.09 с сайта <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID=1230192&ThemesID=1079>

Одна из крупнейших американских обувных сетей Payless выходит в Россию: эксклюзивную франшизу на развитие марки получила кувейтская Alshaya Group (Starbucks, Mothercare, The Body Shop и др.). В планах ритейлера — открыть к 2015 году около 150 магазинов недорогой обуви. Payless ждет серьезная конкуренция со стороны сети «ЦентрОбувь», у которой уже сейчас более 350 магазинов по всей стране.

Американская обувная компания Collective Brands Inc. (сети Payless и The Stride Rite) выводит на российский рынок сеть обувных дискаунтеров Payless, сообщила вчера американская компания. Эксклюзивную франшизу на российский рынок получил кувейтский холдинг The Alshaya Group (развивает в России Starbucks, Mothercare, The Body Shop, Next и др.). Открытие первых магазинов намечено на начало следующего года, а до 2015 года планируется открыть около 150 магазинов, говорится в сообщении со ссылкой на CEO Collective Brands Мэтью Рубела. Управлять российской сетью будет Alshaya, но Collective Brands получила опцион на выкуп сети в будущем.

Узнать подробности соглашения в Alshaya вчера не удалось — на письменный запрос “Ъ” компания не ответила, а в российском офисе Alshaya от комментариев отказались. Collective Brands не смогла оперативно ответить на вопросы “Ъ”.

Совладелец обувной сети Alba Александр Байер говорит, что Payless — классический пример обувного дискаунтера. «Это наши прямые конкуренты», — признает совладелец «ЦентрОбуви» (более 350 магазинов) Сергей Ломакин. Обувь в Payless составляет большую часть ассортимента, но представлены также аксессуары и одежда. Средняя цена за пару обуви — \$30–40, самая дорогая пара продается за \$49,99, говорится на сайте Payless. С учетом таможенных затрат обувь в российском Payless может стоить примерно на 25–30% дороже, считает господин Байер. Это сопоставимо с ценами в «ЦентрОбуви», где одна пара стоит \$30–70, если верить каталогу на сайте сети.

Сеть доступной дизайнерской обуви Payless была основана в 1956 году в штате Канзас и прославилась линией недорогих кроссовок Pro Sprints с застежками-липучками вместо шнурков. Два года назад компания приобрела сеть премиальных обувных магазинов The Stride Rite и поменяла свое название на Collective Brands Inc. По данным Hoover's, в 2009 финансовом году (закончился в январе) продажи компании составили \$3,442 млрд. (4,5 тыс. магазинов более чем в десяти странах, включая страны Карибского бассейна и Ближнего Востока).

Alshaya Group — ведущий розничный оператор на Ближнем Востоке (работает по франчайзингу с известными мировыми марками). Развивает бизнес в Кувейте, Саудовской Аравии, Турции, на Кипре, в Польше, Египте, Чехии, Словакии и России. Российская «дочка» ООО «Монэкс Трейдинг» создана в 2000 году и является франчайзи сетей The Body Shop, MAC, Mothercare, Next, Claire`s, Starbucks и Justice. По данным сайта, управляет более чем 80 магазинами в России. Также Alshaya развивает в России сеть кофеен Starbucks.

У стран с развивающейся экономикой, таких как Россия или ближневосточные государства, есть две общие черты — это рост доходов и экономики, считает Мэтью Рубел из Collective Brands. На рынок Ближнего Востока его компания вышла в начале этого года также в партнерстве с Alshaya: уже открыты первые магазины в ОАЭ, Саудовской Аравии и Кувейте.

Продажи российских обувных сетей упали в кризис на 10% в рублях и на 30% — в парах, говорил в июне владелец компании «Обувь России» Антон Титов. По оценкам аналитиков РБК, на фоне замедления экономического роста в 2008 году темпы роста розничной продажи обуви снизились до 9,5%. Весь обувной рынок оценивается в \$10–12 млрд. До кризиса темпы роста рынка составляли 10–15% ежегодно. Емкость рынка обувных дискаунтеров совладелец «ЦентрОбуви» Сергей Ломакин оценивает в \$3–5 млрд. По его словам, пока обувные сети чувствуют сильную конкуренцию со стороны вещевых рынков, а не друг друга.