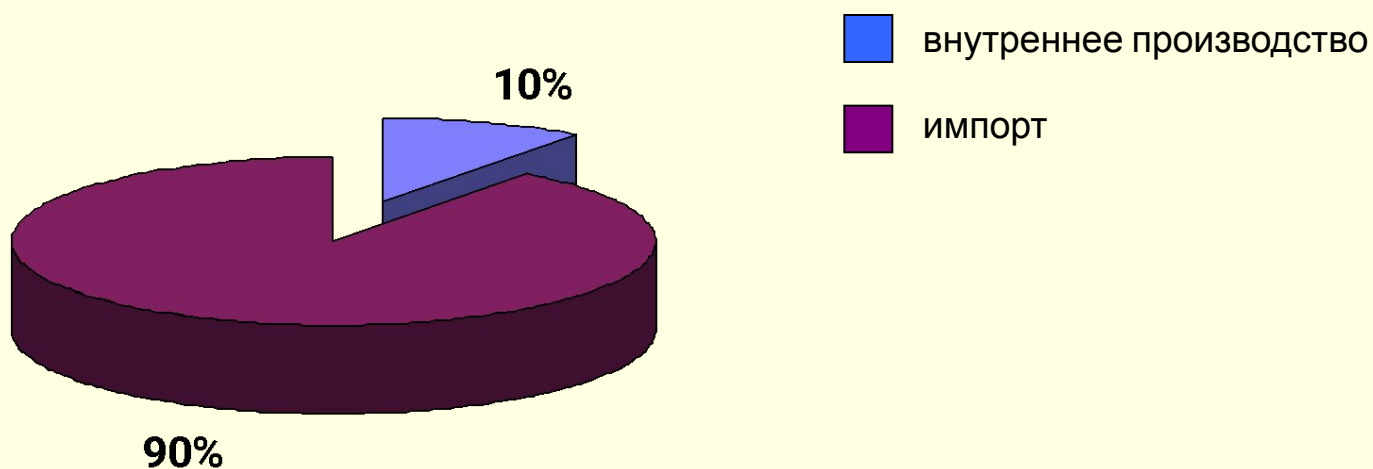


Торгово-промышленная палата РФ

Телемаркетинг предприятий обувной отрасли

декабрь 2009 год

Структура обувного рынка России



За последние 10 лет структура обувного рынка в России формируется за счет обуви внутреннего производства (10-15%) и импортной обуви (85-90%).

Общая информация

Минпромторг РФ сформулировал «Стратегию развития легкой промышленности 2020», основной целью которой ставится задача занятия 40-50% рынка отечественными товарами.

После значительного падения российского производства обуви в 1991-92 гг. объем внутреннего производства за последнее десятилетие немного восстановился и в целом, в последние годы, отмечается стагнация отрасли. Так, объем производства основного вида обуви (кожаной обуви) в 1996 г. и в 2008 г. составил 23 млн. пар. Ежегодный прирост общего объема внутреннего производства достигается за счет увеличения объема выпуска обуви с текстильным верхом и резиновой обуви.

В 2008 г. в России произведено 55 млн. пар обуви.

Росстат имеет информацию о производстве обуви на 160 предприятиях. При этом, 51 предприятие имело ежегодный выпуск свыше 100 тыс. пар. Суммарный объем выпуска этих предприятий составил 70% от общего объема производства. В это число входят 39 предприятий, имеющих годовой выпуск более 250 тыс. пар с суммарным объемом 63% от общего объема отрасли. 37% из числа предприятий (60 предприятий), по которым у Росстата имеется информация о производстве, имеют незначительный выпуск: от 1 до 5 тыс. пар в год, что составляет 0,3% от общего объема выпуска отрасли.

Данное исследование посвящено выявлению наиболее острых проблем, мешающих развитию обувной отрасли в России.

Метод исследования – опрос предприятий обувной отрасли

Участники опроса:

- владельцы компаний,
- генеральные директора,
- коммерческие директора,
- финансовые директора.

Условия опроса:

Участникам опроса необходимо было выбрать из 20 проблем 5 наиболее острых, которые препятствуют развитию отрасли, и расположить эти проблемы в порядке убывания важности.

Состав участников:

- 36 крупных компаний и
- 62 средние компании.

Перечень вопросов анкеты

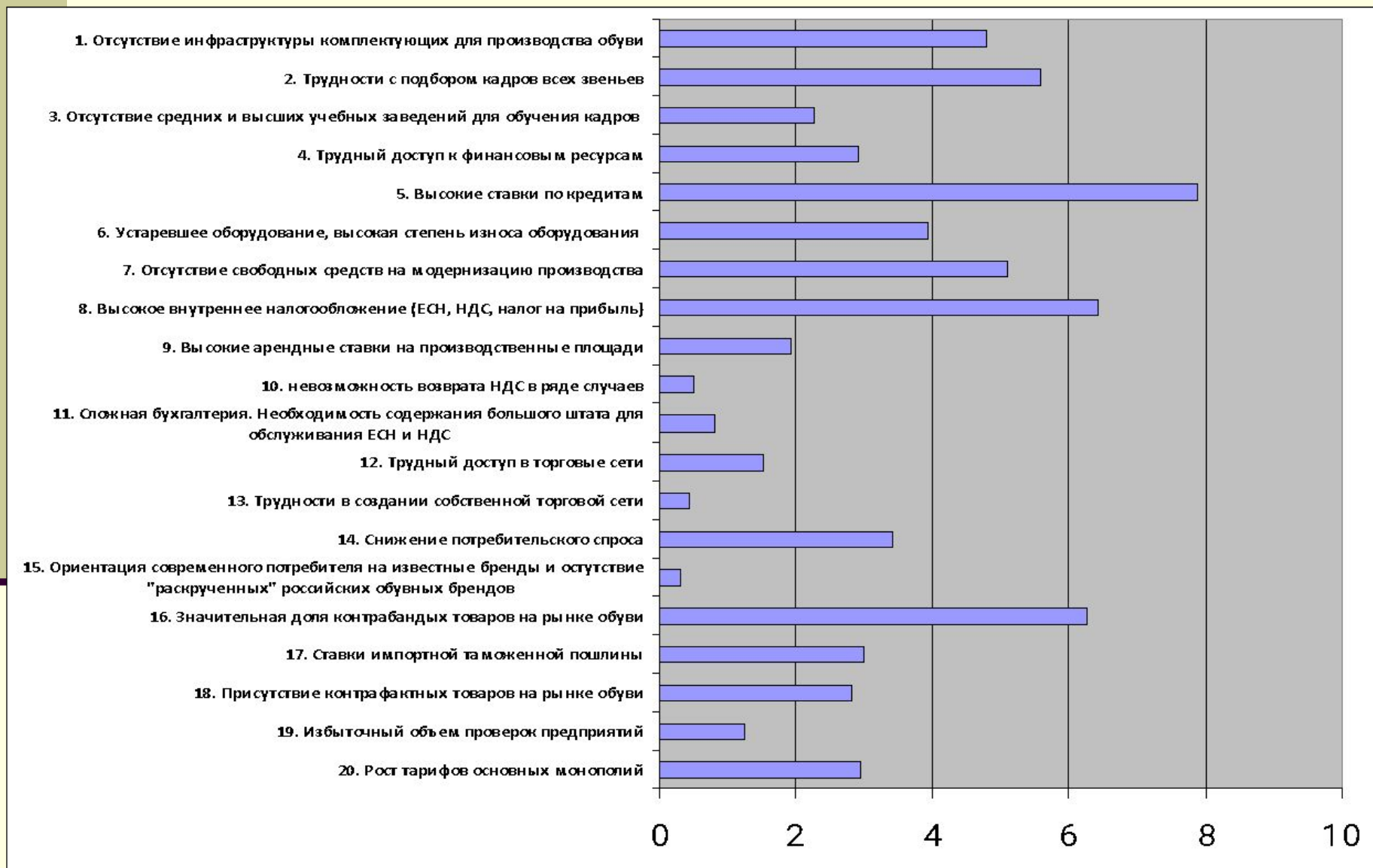
1. Отсутствие инфраструктуры комплектующих для производства обуви.
2. Трудности с подбором кадров всех звеньев.
3. Отсутствие средних и высших учебных заведений для обучения кадров.
4. Трудный доступ к финансовым ресурсам.
5. Высокие ставки по кредитам.
6. Устаревшее оборудование, высокая степень износа оборудования.
7. Отсутствие свободных средств на модернизацию производства.
8. Высокое внутреннее налогообложение (ЕСН, НДС, налог на прибыль).
9. Высокие арендные ставки на производственные площади.
10. Невозможность возврата НДС в ряде случаев.
11. Сложная бухгалтерия. Необходимость содержания большого штата для обслуживания ЕСН и НДС.
12. Трудный доступ в торговые сети.
13. Трудности в создании собственной торговой сети.
14. Снижение потребительского спроса.
15. Ориентация современного потребителя на известные бренды и отсутствие «раскрученных» российских обувных брендов.
16. Значительная доля контрабандных товаров на рынке обуви.
17. Ставки импортной таможенной пошлины.
18. Присутствие контрафактных товаров на рынке обуви.
19. Избыточный объем проверок предприятий.
20. Рост тарифов основных монополий.

В результате опроса

Были выявлены 5 важнейших проблем, препятствующих развитию российского производства обуви:

- **Высокие ставки по кредитам**
- **Высокое внутреннее налогообложение (ЕСН, НДС, налог на прибыль)**
- **Значительная доля контрабандных товаров на рынке обуви**
- **Трудности с подбором кадров всех звеньев**
- **Отсутствие свободных средств на модернизацию производства**

Диаграмма основных проблем



Проблемы в порядке убывания важности

