

«БЕЛЛЕГПРОМ»: 25 ЛЕТ НА РЫНКЕ

Борис
АЛЕКСЕЕВ

Отечественные товары - трикотаж, белье, льняные скатерти и кожаная обувь - давно стали брендом Беларуси. О сегодняшнем дне и перспективах дальнейшего развития созданного четверть века назад концерна рассказал руководитель «Беллегпрома».



Николай ЕФИМЧИК,
председатель концерна «Беллегпром»

- Николай Васильевич, с какими результатами завершают юбилейный год предприятия концерна? Удалось выполнить ключевые показатели развития?

- За последнее время «Беллегпром» значительно прибавил не только в производственном, технологическом отношении, но и улучшил свое положение на рынке. Так, за 2014-2017 гг. организации концер-

на освоили более 317 млн долл. инвестиций в основной капитал. Сегодня износ оборудования в среднем не превышает 38,9%, а в текстильной отрасли - 30%.

По итогам этого года объем продукции превысит 1,1 млрд долл., или на 14,4% больше, чем в 2016 г., выработка на 1 работающего - на 12,4%. В натуральном выражении производство тканей вырастет на 5,6%, ковров - на 14,7, чулочно-носочных изделий - на 11,9, корсетных изделий - на 50,3, обуви - на 9,1%.

Если в 2014 г. организации «Беллегпрома» в структуре промышленного производства страны занимали меньше 2%, то в этом году - 2,2%. Соответственно, удалось обеспечить положительную финансовую динамику: рентабельность продаж в промышленности концерна в 2014 г. составляла 5,3%, а в 2017 г. ожидается на уровне более 15%.

Также важно, что мы сумели сохранить кадровый потенциал и продолжаем набирать людей. Так, на дополнительно введенные рабочие места в 2016 г. трудоустроено почти 800 человек, в этом году - 920.

- Предприятия концерна модернизируются, отечественные дизайнеры стараются не отставать от европейской и мировой моды, и хотя у легкой промышленности сегодня хватает сложностей и проблем, в целом ситуация обнадеживающая.

- Вы правы. Предприятия концерна способны выпускать любой ассортимент легпрома и обеспечить качество, востребованное на мировом рынке. При этом ориентируемся в основном на высококачественную продукцию для среднего класса по приемлемой цене и удовлетворяем потребности в элитном сегменте. Также активно сотрудничаем с известными белорусскими дизайнерами (Иван Айплатов, Юлия Латушкина и Людмила Лабкова).

На нашем счету - успешные проекты создания коллекций парадно-гражданской формы для спортсменов, участвующих в Олимпийских играх в Рио-де-Жанейро и Пхенчхане.

Сейчас начинаем интересный проект по созданию коллекций повседневной одежды из новых образцов тканей ОАО «Камволь» и РУПТП «Оршанский льнокомбинат». Надеемся привлечь к нему не только состоявшихся дизайнеров, но и студентов профильных вузов.

- Тогда как объяснить, что удельный вес продаж товаров легпрома в Беларуси за последние годы

снизился, а в общем объеме реализации приблизился к отметке 50%?

- У нас открытый рынок, поэтому у человека сегодня есть выбор, что носить и какую обувь покупать.

Надо учитывать, что Беларусь - экспортоориентированная страна. Так, из отечественного сырья для легпрома у нас только кожа, лен, химические нити и волокна, а остальное приходится закупать, в том числе нефть и газ.

В данном случае более важный критерий - валютный баланс: экспортная выручка концерна от продаж продукции превышает то, что мы покупаем. В итоге положительное сальдо в 2017 г. превысит 190 млн долл.

Продукция белорусского легпрома экспортируется в 62 страны мира. Выполняются доведенные правительства задачи по поставкам на новые перспективные рынки и в КНР (4 и 3 млн долл. соответственно).

Мы не можем реализовать всю продукцию концерна только в Беларуси, а ведь есть еще и частные предприятия легпрома, интернет-площадки и представители крупных международных торговых брендов (Zara и др.).

Приведу несколько цифр. Сегодня в стране производится порядка 7 млн пог. м костюмных тканей, а наш производственный потенциал позволяет переработать только 700 тыс. пог. м, из которых можно пошить 250 тыс. деловых костюмов, остальное предназначено на экспорт.

«Беллегпром» выпускает на 1 жителя страны в год 1 пару обуви, 15 пар чулочно-носочных изделий, 8,5 пог. м тканей (это почти 3 костюма). Нужно ли столько отечественному потребителю? Поэтому считаем нормальным, что отечественную одежду и обувь покупает половина белорусов.

- Как обстоят дела с финансированием? Насколько эффективна господдержка отрасли?

- Государство оказывает серьезную финансовую поддержку организациям «Беллегпрома». При этом преференции предоставляются не всем, а драйверам, определяющим развитие отрасли, для технического перевооружения (ОАО «Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение» (БПХО), РУПТП «Оршанский льнокомбинат», ОАО «Камволь», организации холдинга «Марко» и др.).

Справка «Директора»

В состав «Беллегпрома» входят 95 организаций, в том числе 78 промышленных (текстильная отрасль - 17, трикотажная - 12, швейная - 21, кожевенно-обувная - 28), а также организации торговли, науки и образования.

Длины тканей, произведенных предприятиями за 25 лет существования концерна, хватит, чтобы 50 раз опоясать экватор Земли. Выпущено около 250 тыс. кв. м ковров и ковровых изделий, что позволяет накрыть территорию Великобритании.

Директор 12/2017



ОАО «Камволь»

Что касается эффективности, то за последние 4 года сумма начисленных налогов в бюджет и отчислений в ФСЗН в 8 раз превысила объем полученных преференций.

- Насколько остро стоит проблема оборотных средств, на нехватку которых часто сетуют руководители многих предприятий легпрома?

- Сегодня кредитная нагрузка организаций «Беллегпрома» превышает 1 млрд руб., на ее обслуживание уходит в среднем 43,4% получаемой выручки, отсюда и нехватка оборотных средств. Однако благодаря принятым решениям главы государства и правительства, банки в последнее время снизили процентные ставки, что позволило несколько уменьшить финансовую нагрузку на организации.

За 2014-2017 гг. организации «Беллегпрома» освоили более 317 млн долл инвестиций в основной капитал. Сегодня износ оборудования в среднем не превышает 38,9%, а в текстильной отрасли - 30%.

Несмотря на определенные проблемы, наши предприятия загружены заказами. Правда, пока еще остается небольшой перекоп в швейно-трикотажной отрасли, часть предприятий которой из-за отсутствия оборотных средств «подсела» на давальческое сырье из России и стран Европы.

Конечно, это позволяет решить проблемы на определенном этапе, но усложняет общую ситуацию (отсутствие инвестиций и развития, резерва для роста зарплат). Мы же нацеливаем их на активное совершенствование собственного производства в рамках программы развития и инвестирования легкой промышленности в 2016-2020 гг.

- Расскажите об основных результатах технического перевооружения концерна. Все ли удалось сделать?

- В последние годы практически все предприятия «Беллегпрома» проводили модернизацию. Финансирование техперевооружения на 25% осуществлялось за счет собственных средств, на 36% - кредитных и заемных средств.

В качестве хорошего примера выступают предприятия текстильной и обувной отрасли. Так, в ходе недавнего посещения ОАО «Камволь» Президент Беларуси Александр Лукашенко положительно оценил результаты модернизации, которая началась в 2012 г. За эти годы в нее вложено более 110 млн долл., благодаря поддержке главы государства удалось спасти предприятие.

Сейчас по оснащению самым современным оборудованием ОАО «Камволь» нет равных на постсоветском пространстве и даже в Европе. Если в прошлом году здесь выпустили 1 млн пог. м тканей, в 2017 г. - 2,5 млн, то в 2018 г. планируется более 4 млн, а в 2020 г. - выход на проектную мощность - 6 млн.

Руководством «Камволя» заключено соглашение о передаче технологий и дилерский контракт с известной турецкой компанией Zen Led, что позволит в перспективе выпускать 7-8 млн пог. м тканей в год. При этом партнер обязуется продать не менее 4 млн.

Полностью завершено техническое перевооружение «БПХО» (введено в эксплуатацию 212 ед. оборудования), на РУПТП «Оршанский льнокомбинат» - 2-й этап модернизации (402 ед.).

В I квартале 2018 г. ООО «Управляющая компания холдинга «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко» завершит реализацию проекта «Создание и модернизация производственных мощностей по выпуску обуви до 5 млн пар в год и реконструкция мехового комбината». В результате убыточное госпредприятие при помощи частного бизнеса и поддержке государства обретет новую жизнь, проведя полную модернизацию, что позволит повысить конкурентные преимущества производителя изделий из натурального меха. При этом также увеличится объем выпуска обуви на 1,5 млн пар в год.

- Вы назвали передовиков, а как в концерне обстоит дело с отстающими?

- К сожалению, утратили прежний потенциал и положение в отрасли Минское ОАО «Луч», Гродненская и Лидская обувные фабрики. Но в концерне есть и другие примеры, которые доказывают, что зачастую многое зависит от мужества, профессионализма и компетентности руководителя.

Так, в свое время не в лучшей финансовой ситуации оказалось ОАО «Полесье». Однако после назначения на должность генерального директора Татьяны Алексеевны Лугиной ситуация кардинально изменилась в лучшую сторону. В результате предприятие уже 2 года работает рентабельно, его продукция востребована на внутреннем и внешнем рынках (к слову, сегодня мы обеспечиваем до 20% потребности отечественного рынка в верхнем трикотаже).

- Николай Васильевич, наверное, ОАО «Полесье» - далеко не единственный положительный пример. Как вы оцениваете эффективность холдингов, созданных в рамках «Беллегпрома»?

- Идея, конечно, была хорошая, но в жизни все оказалось далеко неоднозначно... Например, образованный на базе ОАО «8 Марта» и ОАО «Речицкий текстиль» холдинг с поставленной задачей не справляется. Почему? Возможно, изначально были допущены тактические ошибки, когда объединили вместе разные структурные предприятия - трикотажное и текстильное. Сейчас пытаемся исправить ситуацию, привлечь к сотрудничеству близкое по технологии и структуре ассортимента предприятие - ОАО «БПХО».

- Но ведь есть же и обратные примеры - успешный холдинг «Белорусская кожевенно-обувная компания «Марко»?

В 2018 г. концерн «Беллегпром» планирует нарастить объем экспорта на 5%, промышленное производство - на 4%.

- Там иная ситуация. Холдинг создан в рамках одного частного собственника и включает 7 коммерческих организаций, из них 4 - производители обуви, причем каждый со своей специализацией (производство кожаная обувь; с верхом из искусственных материалов, спортивная, домашняя, рабочая и специализированная обувь и т.д.), одно предприятие выпускает кожгалантерейные изделия, меховой комбинат и ООО «Марко-Сервис» занимается фирменной торговлей и транспортными перевозками.

Таким образом, холдинг представляет эффективную вертикально-интегрированную структуру с выходом непосредственно к конечному потребителю, где реализуется продукция всех структурных организаций. Но такая схема существовала и до момента его создания.

- Какие еще есть варианты?

- В целом «Беллегпром» тоже можно рассматривать как холдинг, в состав которого организации входят на добровольных началах. Аппарат концерна реализует практические меры, направленные на создание условий для эффективной работы отрасли, проводит работу по защите и представлению интересов его участников в правительстве и междуна-



ОАО «Камволь»

родных организациях, при сотрудничестве с торгово-экономическими партнерами. Анализируя тенденции внутреннего и внешних рынков, направляем и объясняем, как правильно развиваться и куда двигаться нашим предприятиям.

- То есть предлагаете оптимизировать взаимодействие между организациями?

- Да. В этом году завершился процесс реорганизации ОАО «Лона» путем присоединения к ОАО «Моготекс». Таким образом, происходит расширение швейного производства, что даст возможность предприятию увеличить глубину переработки тканей и обеспечить выпуск готовых швейных изделий, востребованных сегодня рынком.

Сейчас иницируем присоединение к «Камволю» компании «БелКредо». Собственное швейное предприятие позволит лучше планировать объем и ассортимент выпускаемых тканей.

С целью развития государственно-частного партнерства, повышения эффективности производства трикотажной отрасли и привлечения инвестиций планируется продажа принадлежащего государству пакета акций ОАО «Купалинка». И в отрасли есть потенциальные инвесторы, зарекомендовавшие себя как ответственные акционеры.

В рамках разработанного проекта указа главы государства рассматривается создание унитарного холдинга «Белвест», включающего управляющую

Одной из эффективных форм продвижения продукции на экспорт стали товаропроводящие сети. Ряд предприятий концерна активно развивают фирменную торговлю: например, только у СООО «Белвест» - 340 собственных магазинов в России.

Предприятия с нашей помощью активно участвуют в выставочной деятельности, ежегодно принимая участие примерно в 100 выставках по всему миру - в Чили, ЮАР, Франции, Германии, Великобритании и т.д. «Беллепром» сотрудничает со многими профильными международными ассоциациями в Индии, Турции, Италии, Пакистане, странах ближнего зарубежья и др.

При поддержке посольства Беларуси в Бельгии концерн стал членом Европейской конфедерации производителей товаров легкой промышленности «Евратегс», тем самым усилив свои позиции на региональном рынке.

- Какие задачи стоят перед концерном в ближайшей перспективе?

- По результатам анализа мирового отраслевого рынка разработана Программа развития легкой промышленности республики на 2015-2020 гг. с перспективой до 2030 г. Необходимо обеспечить выход на проектную мощность модернизированных драйверов отрасли, консолидированно двигаться в направлении глубокой кооперации.

2017 г. был объявлен в Беларуси Годом науки. Для предприятий концерна лозунг «Инновации и разви-

тие» означает продолжение техперевооружения. В рамках Госпрограммы инновационного развития будут реализованы проекты в ОАО «Витебские ковры», ОАО «Полесье», ОАО «Моготекс» и ОАО «Камволь». Подготовлены предложения по включению в госпрограмму на 2018 г. ОАО «Гронитек» и ОАО «Ручайка».

В следующем году планируется нарастить объем экспорта на 5%, промышленное производство - на 4%. Так что планов у нас много, и главное - они достижимы.

- Николай Васильевич, во время посещения ОАО «Камволь» Президент Александр Лукашенко пообещал, что пошьет костюм из их тканей. Интересно, а сами где одеваетесь? В каком ателье костюм заказывали?

- Интересно, а сами где одеваетесь? В каком ателье костюм заказывали?

- Этот вопрос мне традиционно задают представители СМИ. Поэтому не скрываю от журналистов информацию: костюм - от ОАО «Коминтерн» (кстати, из качественной ткани ОАО «Камволь»), туфли - ООО «Марко» (или СООО «Белвест»), сорочка и галстук - ОАО «Элиз», а носки - от «Конте Спа»... К слову, костюмы обычно предпочитают покупать в фирменном магазине «Коминтерна».

Мне больше нравится фабричный пошив, да и цены у них приемлемые. Так что своим внешним видом стараюсь поддерживать и рекламировать отечественного производителя, как и подобает руководителю «Беллепрома».



компанию и производственные структуры СООО «Белвест», дочерние и зависимые организации группы компаний, формирующие логистику и товаропроводящую сеть.

- «Беллепром» - один из эффективных механизмов продвижения интересов белорусских производителей на внутреннем и внешнем рынках и развития национального экспорта. Какой потенциал, на ваш взгляд, для этого еще можно задействовать?

- Мы активно продвигаем продукцию отечественного легпрома за рубежом, которая традиционно пользуется спросом благодаря высокому качеству, положительной деловой репутации белорусских компаний как на традиционных рынках сбыта (ЕАЭС), так и в странах дальнего зарубежья.