

чения, и, конечно, это уже в скором времени даст необходимые результаты.

Производственные проблемы не ограничились у нас только недозагрузкой. Вынужден констатировать факт неприятный (и не очень уместный в предновогоднем выступлении): повышая требования к качеству производимой продукции, обеспечивая заслон прохождению изделий с отклонением от образцов-эталонов, мы допустили увеличение потерь, связанных с возвратом на переделку, переводом в нестандартную продукцию и т.п. А это – зона ответственности предприятий. И можно сослаться на разные причины. **Конечно, гораздо сложнее стал ассортимент, делать его многократно труднее. Но только красивым, интересным, трудоемким, сложным ассортиментом можно привлечь сегодня внимание наших покупателей.**

Мы идем трудным путем. У нас нет других вариантов. Ту брешь, которая образовалась у нас из-за отсутствия госзаказа, мы вынуждены заполнять выпуском конкурентоспособной гражданской продукции. Это все связано с очень большим трудом. Это ощущается и на этапе создания такого ассортимента, и на этапе комплектации (не надо, наверное, долго объяснять, что такое скомплектовать солдатский полуботинок, а что такое нарядный детский туфель – в разных материалах, цвете и оттенках, в разной отделке и украшениях!). И на всех последующих этапах: внедрения, производства и т.д. Это совершенно сопоставимые вещи по трудоемкости. Но мы идем на это совершенно сознательно, прекрасно понимая, что только конкурентоспособность, инвестиционная привлекательность бизнеса может обеспечить наше преимущество и развитие в будущем.

Несмотря на проблемы и недоработки, о которых уже говорилось, у нас есть определенные достижения, которые нужно отметить. Огромный труд многих талантливых людей в конечном итоге увенчался успехом. Мы достигли в настоящее время заметных успехов в разработке ассортимента. Каждый сезон разрабатывается до 300 моделей для полного цикла производства нашей группы предприятий ЗАО «МОФ «Парижская коммуна». Плюс те, что делаются с участием субконтракции. Получается – до тысячи моделей на сезон. Это хороший результат.

И особенно приятно подчеркнуть, что доля вновь разрабатываемого и внедряемого ассортимента постоянно из года в год растет. Очень показательным стало для нас внедрение ассортимента весна-лето-2013 года, когда почти 100% (а именно, если быть точным, 99%) разработанного ассортимента было принято нашими покупателями - клиентами нашего Торгового дома «ПК-«Заря» и «Паркомторга первого». Это итог большой плодотворной работы совместно с Центром моделирования и технологий. Очень ценно, что эти два коллектива работают в тесном постоянном сотрудничестве, что между ними сложились такие хорошие взаимоотношения. А ведь так было далеко не всегда, и еще совсем недавно у нас были большие проблемы со сбытом гражданской продукции. А на сегодняшний день активное взаимодействие Торгового дома с ведущими модельерами ЦМиТ, совместная творческая целеустремленная работа позволяет им находить тот ассортимент, который востребован на рынке. Конечно, за этим всем - колоссальные усилия, но по-другому не получится.

В области разработки новых моделей перед нами стоит задача развивать свои возможности по ассортименту мужской и женской обуви. В тот период, когда мы делали ставку на детский ассортимент, у нас была одна задача – обеспечить загрузку наших производственных мощностей. И можно уже признать, что эта задача Торговым домом (его очень принципиальной и строгой позицией в подборе новых моделей) и ЦМиТ выполнена. На сегодняшний день обеспечена реализация 800 тысяч пар гражданской обуви. Еще три-четыре года назад объемы продаж гражданской продукции составляли всего 300 тысяч пар обуви.

Произошли очень большие позитивные сдвиги в работе с ассортиментом. Это случилось благодаря последовательной напряженной работе команды под руководством Елены Владимировны Куренковой, вместе с ведущими модельерами - прежде всего группы, возглавляемой Людмилой Александровной Вихровой. Их труд увенчался успехом. Думаю, что в дальнейшем к этому будет более активно подключаться наша фирменная торговля.

Сегодня наступает новый период, когда нам надо больше уделить внимания разработке ассортимента мужской и женской обуви. Именно с этим связаны возможности повышения экономической эффективности. Всем известно, что работать на выпуске и продаже детской обуви сегодня гораздо труднее. По трудоемкости она несколько не уступает обуви для взрослых, делать ее несколько не проще, а по стоимостным показателям они несопоставимы. Вооружившись опытом совместной дружной работы над детским ассортиментом, нужно, объединив знания,

опыт, силы как модельеров, так и тех специалистов, кто занимается продвижением нашей продукции, решить новую непростую задачу.

Мы сейчас вплотную подошли к такому объему продаж обуви гражданского ассортимента, который нам обеспечит полную загрузку производственных мощностей в 2013 году. Показатели продаж по второму полугодю завершившегося года очень хорошие. Впервые Торговый дом отгрузил 500 тысяч пар обуви. Если по ассортименту весна-лето-2013 тоже будет 500 тысяч пар (а ТД даже обещает 540 тысяч), то мы получим полное право сказать, что решена одна из главных проблем - обеспечение загрузки всей группы предприятий ЗАО «МОФ «Парижская коммуна» – на гражданском ассортименте.

Дальше – новый этап: нужно повышать экономическую эффективность нашей производственной деятельности. Мы знаем, за счет чего это можно сделать. За счет нового ассортимента, прежде всего - женского, мужского. За счет всемерного сокращения издержек на всех этапах создания, производства и продажи обуви. Это все не означает, что мы отказываемся бороться за госзаказ. Мы будем за него биться обязательно, у нас хватит сил и ресурсов, у нас - широкие возможности для производственных маневров за счет широких связей по субконтракции как внутри страны, так и за рубежом. Мы можем выполнить больше, чем год назад. Для этого у нас все есть: специалисты, созданы соответствующие подразделения, проводится большая работа по техническому перевооружению. Несмотря на все сложности текущего периода, мы изыскали возможности не только для обеспечения материальной поддержки коллектива, но и на техническое переоснащение производства.

Мы направили в 2012 году порядка 32 миллионов рублей на приобретение оборудования и оснастки. По сегодняшней жизни для любого производственного коллектива это приличные затраты, доступные далеко не всем предприятиям легкой промышленности. Мы закупили новое оборудование с целью снижения трудозатрат на производимую продукцию, механизации процессов там, где раньше работали вручную. Эти меры направлены на улучшение качества производимой обуви, улучшение условий труда наших рабочих. И эта работа будет продолжаться и впредь. Большая сумма денег уходит у нас на приобретение оснастки, резаков, колодок – для чего? Для того, чтобы расширять ассортимент, чтобы сделать его максимально разнообразным, интересным, модным и привлекательным для покупателей. Задача не из легких с учетом сегодняшних реалий! Ситуация на рынке становится сложней. Покупатель меняется, он больше смотрит на соотношение цены и качества, внимательнее контролирует среднюю сумму чека, более рассудительно и взвешенно подходит к покупке. Мы читаем газеты, где сообщается, что в последнее время основным двигателем торговли были потребительские кредиты. Но они имеют тенденцию к сокращению. Все это не лучшим образом отражается на покупательной способности. Мы не можем этого не учитывать, как и того, что вступление в ВТО состоялось. Ситуация трудная. Об этом идет речь на совещаниях различного уровня, проблемы очевидны. **На совещании у заместителя Премьера Правительства РФ А.В. Дворковича мне была предоставлена возможность выступить, все участники совещания говорили о необходимости помогать отечественному товаропроизводителю, о сложном положении в легкой и текстильной промышленности. Будут выделяться дополнительные субсидии. Одобрен проект распоряжения Правительства РФ о поддержке реального сектора экономики легкой промышленности.** На протяжении последнего времени мы успешно пользуемся субсидиями по линии Министерства промышленности и торговли, которые даются на погашение части процентов за пользование кредитами на пополнение оборотных средств. За три года мы получили таких субсидий на 12 миллионов рублей. Из них – в текущем году на 2,6 миллиона рублей. Дополнительно будут выделены субсидии на техническое перевооружение. Но отстаивать за нас вопросы реализации продукции никто не будет. Хотя был очень приятный момент, когда все услышали слова А.В. Дворковича о высоком уровне детской обуви фабрики «Парижская коммуна».

Было совещание в Ростове, где мы тоже представляли свое предприятие, Сергей Михай-

лович Климов выезжал туда, участвовал в совещании координационного совета Минпрома Российской Федерации. И когда показали нашу детскую и рабочую обувь министру промышленности и торговли Д.В. Мантурову (который недавно вручал памятные знаки нашим заслуженным работникам Юрию Германовичу Мореходову и Нине Анатольевне Степановой), он даже сначала не поверил, что такая обувь выпускается у нас. А узнав, что «Парижская коммуна» находится совсем близко от министерства, обещал приехать, чтобы лично убедиться, что действительно именно так мы работаем, делаем такую обувь для детей.

Как известно, что крупнейшие торговые сети, такие как «Детский мир» (с которым мы сотрудничаем больше чем полвека), «Дети» и другие наши постоянные партнеры, напрямую выходят в Китай для закупки товара. Но с нами они продолжают сотрудничать. Для нас они, по существу, оставляют небольшую нишу с тем, чтобы мы предложили такую продукцию, которую лучше закупать у нас. Она должна быть интересна и при этом экономически выгодна для них, чтобы ее ждал покупатель и, самое главное, чтобы можно было заработать на ней. А других шансов просто нет. И хорошо, что в этой сложнейшей ситуации мы все-таки свою определенную нишу имеем и способны ее заполнить.

У нас есть целый ряд конкретных примеров, когда наши торговые партнеры многим привычным своим поставщикам отказали, но при этом они выделяют приличную сумму средств на закупку отечественной продукции (и не очень маленькой).

радостно, что в этих обстоятельствах предпочтением нашей продукции. Не какой-то другой, а той самой, которая сходит с наших поточков, которую делаем мы с вами в наших цехах. Это ведь о многом говорит! Значит, что мы смогли предложить такой ассортимент, который лучше, чем у других, которого нет у других. И на таких условиях, которые не могут предложить другие. Хорошо для торговли, хорошо и для нас – мы получили заказ, получили работу.

Вы видите, как много вопросов в работе с крупными торговыми сетями, ну а с частными индивидуальными предпринимателями, которых у нашего Торгового дома великое множество, еще труднее. Эти люди, которые под кредит на развитие бизнеса нередко квартиры закладывают, они к каждой паре обуви очень трепетно и чрезвычайно требовательно относятся. Каждую пару столько раз в руках перевернут, прикидывая ее шансы и перспективы продажи. Они всех вокруг десять раз обзвонят, посмотрят по всем возможным поставщикам, сто раз прочитают выгоды и возможности, прежде чем решиться на закупку. Конечно, они и придирчивы, и строги, и взыскательны. А по-другому у них не получится, слишком риски большие. И у нас не получится! Мы должны стараться им нравиться: качеством, фасоном, ценой, сроками и условиями доставки.

Мы не должны терять их доверие и интерес. Наша задача быть конкурентоспособными в борьбе за покупателя в условиях ВТО. Мы читаем газеты, видим в СМИ, как развиваются события с завозом мясных или, например, молочных продуктов. Мы пока еще на себе не ощутили подобного резкого увеличения завоза импортной обуви, но это неизбежно произойдет. Мы уже знаем, например, что открыт совместный таможенный терминал, российско-китайский. В Мамырях по Калужской дороге заложен и уже строится китайский торговый центр по реализации их продукции площадью 2 миллиона квадратных метров.

Нельзя не видеть, как наши китайские коллеги активно работают на нашем рынке. Изучают цены, посещают обувные предприятия. Изучают возможность приобретения некоторых из них для того, чтобы самим выходить на российский рынок всеми доступными путями продавать продукцию. Итальянцы тоже сначала думали, что китайцы будут покупать у них предприятия, а те, чаще всего, стали приобретать торговые сети и заниматься продвижением своего товара. Нас это тоже ждет. Да, пока многие из них довольствуются прибылями, выполняя производственные заказы российских коммерческих структур, но на сегодня этих прибылей мало, потому что зарплата в Китае растет, расходы растут, они явно хотят зарабатывать на продвижении своей продукции на российский рынок. И торговое противостояние коммерческих структур российских и китайских становится очевидным и неизбежным.

У Китая много ресурсов для победы. **Оруди-**

ем этой борьбы будет сброс цен. Цена будет складываться не на основе калькуляции затрат, как мы определяем их сегодня. Рынок их «сложит» и назначит цену, по которой покупатель готов приобрести товар. А нам придется под них подстраиваться. И на сегодня мало это понимать, к этому надо активно готовиться прямо сейчас и в части ассортимента, качества, цены, трудоемкости, конкурентоспособности. Вот какие непростые задачи перед производством. Мы сформировали программу на 2013 год, есть конкретные заказы. По первому полугодю мы должны обеспечить определенный темп роста. Все для этого есть. Но в 2013 году выполнение производственной программы будет базироваться исключительно на тех финансовых ресурсах, которые будут получены от реализации продукции.

Если мы до этого брали дополнительные кредиты из банков для развития производства, то в силу целого ряда объективных обстоятельств в 2013 году ничего добавочно производству в первом полугодии выделяться не будет. Есть определенные накопления готовой продукции (в Торговом доме, в Паркомторге, по отделу рабочей обуви), а также на складе материалов. Задача - обеспечить возврат денег. Вместе с тем для дальнейшего технического перевооружения производства выделено средств не меньше, чем в прошедшем году.

Возлагаются большие надежды на развитие как оптового торгового звена, так и нашей розницы. На сегодня на долю розничных фирменных магазинов приходится всего около 140-150 тысяч пар – это немного. Мы не ставим задачу резкого увеличения объемов, но есть острая необходимость повышения эффективности и прибыльности этого бизнеса за счет продажи женского и мужского ассортимента. Если раньше мы видели в фирменной торговле свою лабораторию изучения ассортимента, то сейчас многое поменялось. Торговый дом подтянулся, в три раза повысил объем продаж за три года, и самым актуальным для розничной сети является повышение прибыли, рост известности и популярности сети. Для этого в коллективе, возглавляемом Ириной Леонидовной Тупик, предпринимаются меры. Закрываются нерентабельные магазины, открываются новые. **Недавно открылся магазин «Элегами» принципиально нового формата в торговом центре «Вегас». Такие центры популярны у покупателя, и мы должны идти туда со своей торговлей. Открытие магазина в декабре – первый такой шаг.** Путь нелегкий. По аренде площадей – это, конечно, значительно дороже. Требования администрации ТЦ по оформлению, выкладке товара, культуре обслуживания тоже несравненно выше. Но мы на это пошли, полагаем, что открывает перед нами новые перспективы. Наша продукция вызывает интерес. Нам потребовалось три года труда по разработке ассортимента и его изготовлению, чтобы позволить себе открыть такой магазин под маркой «Элегами». Интерес к этому бренду год от года растет.

Перейдем к рассмотрению результатов деятельности другого блока - по управлению недвижимостью. Итоги года очень хорошие. По оказанию услуг обеспечен прирост на 117 процентов. Это и было той подпиткой, которая позволяла решать проблемы, о которых говорилось выше, а также способствовала реализации нашего инвестиционного проекта. Около 40 миллионов рублей удалось дополнительно заработать за счет услуг по эксплуатации, которые наши службы оказывают непосредственно арендаторам. Доходность от них повысилась. Параллельно с этим мы вложили в капитальный ремонт около 50 миллионов рублей, это и непосредственно ремонт и подготовка к зиме, в том числе и по объектам нашей социальной инфраструктуры. Непосредственно на «Парижскую коммуна», включая складское хозяйство, было направлено 22 миллиона рублей, в ТЦ «Кожевники» - 9,2 млн рублей. По детскому оздоровительному лагерю затраты составили 8 млн рублей, по детскому саду в 5-м Монетчиковском переулке – 5 млн рублей, по Донской фабрике – 1,7 млн рублей, по Калынской – 1,8 млн рублей, по Тульской – 615 тысяч рублей, по СП «Надежда» - 377 тысяч.

Немалая часть доходов используется для обеспечения сохранности объектов, их дальнейшего развития.

На сегодняшний день все наличные ресурсы вовлечены в оборот, нет свободных площадей, все дает доход. Имущественный блок под руководством Алексея Николаевича Избищина активно работает над изысканием дополнительных возможностей для увеличения доходности. Это очень ценно в связи с новыми задачами на 2013 год.

Ввод в эксплуатацию многофункционального комплекса на Шлюзовой состоялся. В этом очень большая заслуга заместителя генерального директора по инвестиционным проектам Дмитрия Анатольевича Болдырева, возглавляемого им коллектива специалистов и финансовой службы.

Окончание на 4 стр.

