

## РОССИЙСКАЯ ИНДУСТРИЯ МОДЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**Аннотация.** Статья посвящена проблемам, препятствующим раскрытию потенциала, а также перспективам развития российской индустрии моды. Написана на основе анализа дискуссии «Реформа российской индустрии моды: экономический потенциал на внутреннем и внешнем рынках», прошедшей 7 июня 2019 года в рамках Петербургского международного экономического форума.

**Ключевые слова.** Индустрия моды, Петербургский международный экономический форум, легкая промышленность, внешнеэкономическая деятельность.

Yaluner E.V.

## RUSSIAN FASHION INDUSTRY: PROBLEMS AND PROSPECTS

**Abstract.** This article is devoted to the problems that prevent the disclosure of potential, as well as prospects for the development of the Russian fashion industry. It is based on the analysis of the discussion "Reform of the Russian fashion industry: economic potential in the domestic and foreign markets", held on June 7, 2019 in the conference hall of the B2 Congress center within the St. Petersburg International Economic Forum.

**Keywords.** Fashion industry, St. Petersburg International Economic Forum, light industry, foreign trading.

Часто можно услышать, в том числе и от российских представителей власти, что «мода – это несерьезно». Однако, на сегодня в мире индустрия моды – это вторая потребительская индустрия после продуктов питания. Ежегодно в мире продается более 80 миллиардов предметов одежды. Ежегодный рост рынка модной индустрии составляет 10-15%. Общий оборот этого сектора экономики, по данным Fashion United.com, составляет более 3 триллионов долларов США. Доля модной индустрии в мировом ВВП составляет 2%. Эта доля в различных странах существенно различается: во Франции она составляет 1,5%, в Нидерландах – 1,9%, в Германии и Испании – 2,2%, в Великобритании – 3,2%. В США доля индустрии моды составляет более 4%, что обеспечивает занятость 1,9 млн человек [1].

Индустрия моды – это не только собственно изготовление одежды. Это огромная индустрия по изготовлению материалов из сельскохозяйственного или синтетического сырья; производство прядильного, ткацкого оборудования, оборудования для обработки шкур и кожи, оборудования для швейного производства. Т.е. развитие индустрии моды, рост рынка одежды является драйвером роста и для ряда других отраслей экономики, в том числе текстильного производства, сельского хозяйства, химической промышленности, машиностроения и др.

Российская индустрия моды и то, что с ней связано, пребывает в последние годы в плачевном состоянии. В 2013-2017 гг. продажи одежды в России увеличились всего на 1,3%, при этом в продажах одежды в России преобладает импортная продукция (свыше 80%), доля российских производителей на рынке текстильной продукции не превышает 40% его объема. В целом вклад валовой добавленной

---

ГРНТИ 06.71.03

© Ялунер Е.В., 2019

Елена Васильевна Ялунер – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики предпринимательства Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с автором: 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: 8 (812) 310-36-94. E-mail: yaluner@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию 01.07.2019.

стоимости текстильного и швейного производства в ВВП составляет всего около 0,2%. Падение производства верхней одежды, трикотажных изделий, мужских рубашек, чулочно-носочных изделий и т.п. в натуральных показателях составило в 2018 году по сравнению с 2017 годом от 8% до 15% по различным группам товаров [2].

После небольшого роста в 2017 г. по сравнению с 2016 г. несколько снизилось производство готовых тканей (на 1%). Тенденция снижения объемов производства готовых тканей продолжается и в 2019 году – за пять первых месяцев 2019 года производство тканей составило 99% от аналогичного показателя предыдущего года. В целом, объем производства тканей составил в 2018 году 5 895 358,28 тыс. кв. метров, в том числе: шелковых – 127,55 тыс., шерстяных – 7 880,16 тыс., синтетических – 429 403,06 тыс., хлопчатобумажных – 771 445,27 тыс. кв. метров. Для сравнения, за этот же год импорт тканей составил: шелковых – около 62,9 т на сумму 3,4 млн долларов, шерстяных – 987,1 т на сумму 17,4 млн долларов, хлопчатобумажных – 36 665 т на сумму 162,4 млн долларов [3].

Производство средств производства для сектора индустрии моды и смежных областей также пребывает в упадке. По данным Росстата, за первые пять месяцев 2019 года в стране произведен один (!) ткацкий станок, 28 единиц прядильных, тростильных, крутильных, намоточных и мотальных машин. Произведено 10 единиц швейных машин, не относящихся к категории бытовых. Общий объем производства оборудования для подготовки, прядения, производства тканых и трикотажных текстильных изделий и прочего оборудования для текстильного и швейного производства составил в этом периоде немногим более 36 млн рублей [2]. За этот же период объем импорта аналогичного оборудования в страну составил около 20,2 млн долл. В целом же в последние годы объем импорта оборудования для подготовки, прядения, производства тканых и трикотажных текстильных изделий составил: в 2016 году 14,2 млн долл., в 2017 году 18,2 млн долл., в 2018 году 13,7 млн долл. Объем импорта швейных машин, не относящихся к категории бытовых, составил в 2016 году 33,7 млн долл., в 2017 году 40,1 млн долл., в 2018 году 38,5 млн долл. [3]

Слабо представлена отечественная продукция и на мировых рынках. Экспорт одежды российского производства растет, однако, недостаточными темпами. В 2018 году объем экспорта вырос на 7,3%. В то же время, правительством страны поставлена амбициозная задача увеличения экспорта товаров легкой промышленности к 2025 году вдвое. Отраслевая стратегия предусматривает, кроме того, удвоение вклада легкой промышленности в ВВП в те же сроки, существенное повышение уровня локализации производства [4]. Однако, для удвоения объема экспорта и объема производства за 7 лет необходим ежегодный рост в объеме около 11%.

Указанная стратегия на сегодняшний день не принята окончательно, однако и в рамках действующих программ на развитие легкой промышленности выделяются весьма значительные средства. Так, в рамках действующей с 2016 года программы государственной поддержки развития легкой промышленности было выделено: в 2016 году – 2,54 млрд рублей, в 2017 году – 3,78 млрд рублей, в 2018 году – 3,86 млрд рублей. В соответствии с предложением Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, сохранение мер поддержки в виде субсидий в общем объеме около 3 млрд рублей планируется на 2019 и 2020 годы [5, 6]. Однако, несмотря на все усилия, на сегодня, по оценке главы Российского союза предпринимателей текстильной и легкой промышленности Андрея Разбродина, даже на рынке Российской Федерации российские компании занимают только 20% [5].

Одна из последних тенденций в мире модной индустрии – это развитие небольших транснациональных брендов. Формирование и развитие этой тенденции обязано в первую очередь информационным технологиям, развитию дистанционной торговли. На сегодня для полноценной работы по всему миру совсем необязательно создавать и содержать разветвленные международные сети представительств, обладать развитой логистической системой. Представление продукции и прием заказов осуществляется через сеть Internet. Доставка продукции до потребителя – многочисленными национальными и международными, частными и государственными транспортными, почтовыми компаниями. Благодаря доступности новых технологий контакта с потребителем в рамках дистанционной торговли для субъектов малого и микробизнеса, множество новых мировых брендов рождаются из небольших «домашних» ателье.

Множество таких ателье ежегодно создаются и в России, однако на пути к мировому потребителю у них встают практически непреодолимые, как оказывается, препятствия. В России сегодня множество брендов, однако, они очень слабо представлены на мировом рынке дистанционной торговли

одеждой. В частности, на торговой площадке Aizel.ru из 700 представленных брендов только 150 – российские. И даже этот результат является плодом очень серьезных совместных усилий сооснователя Aizel.ru Айсель Трудел и президента Национальной палаты моды, президента Mercedes-Benz Fashion Week Russia Александра Шумского, позволивших за два года удвоить представительство российских брендов на интернет-площадке Aizel.ru.

При этом, еще раз следует подчеркнуть, что ни с количеством российских брендов, отражающем творческий потенциал наших дизайнеров, ни с качеством отшива изделий, существенных проблем у отечественных производителей нет. И даже во многих передовых областях индустрии моды с успехом работают идеи, зародившиеся в российских умах. Так, например при общей неразвитости пока в России рынка fashiontech, объединяющего информационные технологии и моду, множество мировых стартапов имеют российские корни: сервис по подбору одежды на основе искусственного интеллекта «Рафинад», технология климат-контроля в одежде CyberX, конструктор одежды AveEva, петербургский стартап «Перчатка Брайля» и другие [7]. Однако даже самый «продвинутый» российский бренд представляет собой явление, сопоставимое по масштабам с самым неразвитым европейским стартапом.

Все вышесказанное обуславливает как потребность в изменениях, так и большой нераскрытый пока потенциал российской индустрии моды. Проблемам, препятствующим раскрытию потенциала, а также перспективам развития российской индустрии моды была посвящена дискуссия, развернувшаяся вечером 7 июня 2019 года в конференц-зале В2 Конгресс-центра в рамках Петербургского международного экономического форума. Особый статус дискуссии придало участие в ней двух министров российского правительства: Министра финансов Российской Федерации Антона Силуанова и Министра промышленности и торговли Российской Федерации Дениса Мантурова.

Предприятия модной индустрии – это во многом предприятия малого бизнеса. И для них характерны те же проблемы, что и для других малых предприятий. Это, в частности, проблемы высокой налоговой нагрузки, недоступности кредитных ресурсов, высокой арендной платы (в частности, в Москве, где сосредоточено большое количество участников рынка). Об определенной помощи в решении этих проблем сообщил Алексей Фурсин, руководитель Департамента предпринимательства и инновационного развития города Москвы. Определенные проблемы есть в информационном плане – не все предприниматели достаточно информированы об условиях осуществления предпринимательской деятельности, существовании льгот и преференций малому бизнесу и т.п.

Помимо этих общих предпринимательских проблем, участники дискуссии выделили и специфические проблемы, характерные для российской модной индустрии:

- сложности в осуществлении внешнеэкономической деятельности;
- плохая информированность о российских брендах в стране;
- нехватка профессиональных кадров для российской модной индустрии;
- отсутствие российского сырья (тканей и фурнитуры).

Рассмотрим эти специфические проблемы более подробно. Российский предприниматель, решившийся на выход во внешнеэкономическое пространство, сталкивается с определенными сложностями осуществления внешнеэкономической деятельности. Этим сложностям участники дискуссии назвали как минимум три:

во-первых, это – общая зарегулированность внешнеэкономической деятельности в России. Сложность и многочисленность процедур способствует повышению затрат и усложнению импорта, с одной стороны, и препятствует экспорту, с другой;

во-вторых, отсутствие системы идентификации товаров (или других механизмов или правил, компенсирующих отсутствие этой системы). В настоящее время значительно усложнено участие в международных системах дистанционных продаж. Продажи предполагают возможность возврата товара. В отсутствие системы идентификации невозможно подтвердить идентичность возвращаемого товара ранее вывезенному, что влечет за собой повторную уплату пошлины. Аналогичная проблема возникает при вывозе коллекций для показа за рубеж. Такая ситуация приводит к тому, что вещи для показа вывозятся нелегально, «в чемоданах»;

в-третьих, главный редактор Harper's Bazaar Дарья Веледеева указала на наличие проблемы сертификации тканей. Проблема заключается в постоянном изменении условий сертификации. Это сдерживает производство и осложняет работу.

Для решения этих проблем необходима планомерная работа по упрощению внешнеэкономической деятельности в стране. В рейтинге Всемирного банка Doing Business 2019 по показателю международная торговля Россия занимает 99-е место. Определенные улучшения есть (в 2011 году РФ занимала 160-е место). Однако, текущая позиция России в указанном рейтинге совершенно не соответствует тому месту, которое страна должна была занимать в соответствии с дорожной картой «Совершенствование таможенного администрирования» на 2012-2018 годы. Документом было установлено целевое значение на 2018 год – 17. Для сравнения, Китай на сегодня имеет показатель 65. Россию обгоняют также Грузия (43), Армения (46), Молдова (35) и наш партнер по единому таможенному пространству – Беларусь (25) [8]. Необходимо вернуться к решению проблемы таможенного регулирования. Без этого невозможно наращивание экспорта, как в рассматриваемой отрасли, так и в других отраслях российской экономики.

Необходимо вводить систему идентификации товаров. При невозможности (нецелесообразности, нерентабельности) введения такой системы или на переходный период можно было бы ослабить условия, необходимые для освобождения от уплаты лишней пошлины, заменив понятие «идентичный» понятием «аналогичный». Существенным упрощением системы сертификации могло бы стать введение системы электронной сертификации. Эта система разрабатывается уже пять лет, однако так и не введена в эксплуатацию.

Вторая существенная проблема, озвученная участниками дискуссии на Форуме, заключается в плохой информированности о российских брендах внутри нашей страны. Известные иностранные бренды все чаще пользуются услугами российских производителей для отшива своей одежды на площадках российских партнеров. Многие крупные мировые компании проявляют интерес к отечественным предприятиям. Одна из последних новостей на эту тему – отзывы экспертов Inditex (бренд Zara) о качестве пошива по итогам изучения российских компаний. Есть российские бренды, которые хорошо известны в Китае и пользуются там большой популярностью. Однако, качество российских производителей, как и достижения отечественных дизайнеров зачастую остаются тайной для российского потребителя.

Проблема здесь состоит и в том, что российские участники рынка модной индустрии больше нацелены на выход на международные рынки, чем на развитие брендов внутри страны, и в том, что российская пресса зачастую не проявляет должного интереса к отечественным производителям. В то же время, наш внутренний рынок обладает огромным потенциалом. Главный редактор Harper's Bazaar Дарья Веледева призывает сфокусироваться на внутреннем рынке. Оказывать поддержку не только (и не столько) в вывозе коллекций для показа за рубеж, но стимулировать внутреннее продвижение. Ей вторит и президент Национальной палаты моды, президент Mercedes-Benz Fashion Week Russia Александр Шумский. Российский рынок, по его мнению, должен быть первоочередным, необходимо лучше информировать население об отечественных брендах. В частности, в 2019 году создан Фонд Моды, в задачи которого входит устранение барьеров в развитии модной индустрии, в том числе и информационного характера.

О третьей проблеме – нехватке профессиональных кадров для российской модной индустрии говорили как президент Национальной палаты моды Александр Шумский, так и представитель собственно индустрии моды Оксана Лаврентьева. Эту проблему поднимают и другие участники рынка. Причем, проблемы состоят как в получении общего «предпринимательского» образования (образования в области экономики и управления) для дизайнеров, так и специализированного образования в области технологий и конструирования одежды.

С одной стороны, кадровая проблема заключается в том, что в последнее время существенно изменились карьерные траектории дизайнеров одежды. Александр Шумский описывает еще недавно обычную траекторию дизайнера, как трудоустройство после окончания обучения в крупную компанию, где годами формировались определенные навыки, и только после их приобретения происходил переход к самостоятельной работе над созданием и продвижением собственного бренда. Сегодня же, зачастую, двадцатидвухлетний выпускник сразу начинает работать на себя. При этом дизайнера не учат тому, что он будет делать, как он будет работать самостоятельно, когда закончит учебное заведение.

С другой стороны, кадровая проблема касается самых распространенных в легкой промышленности профессий: конструкторов, технологов, швей. Собственно, всех тех, кто ответственен за матери-

альное воплощение идей дизайнеров. Как выразилась дизайнер Оксана Лаврентьева, хуже того, что неправильно учат дизайнеров, по ее мнению, нет учебных заведений, где учат специалистов, конструкторов, технологов. Эту проблему понимают и в Правительстве Российской Федерации. Так, Министр промышленности и торговли Российской Федерации Денис Мантуров констатировал, что наши производители обладают достаточными умениями для того, чтобы производить свою одежду под известными западными брендами. Примером может служить бренд Zara. То есть, потенциал у российских производителей есть. Однако многие отечественные дизайнеры находятся в «серой» зоне, поскольку не умеют отстраивать свой бизнес, не могут зарегистрироваться, не имеют стартового капитала и т.п.

Указанная проблема касается образования, поэтому и решение ее лежит в области его совершенствования. При этом база для образования, как отметил Министр финансов Российской Федерации Антон Силуанов, есть. В частности, была упомянута Школа дизайна Национального исследовательского университета – Высшей школы экономики. В этой сфере работают и другие образовательные учреждения. Только в Санкт-Петербурге работают Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Институт текстиля и моды и т.д. То есть база для обучения в указанной области существует. Если, по мнению участников рынка, она недостаточна – это означает, что есть необходимость корректировать учебные программы с учетом потребностей рынка.

Кроме того, необходимо развивать профессиональное образование в этой области, в том числе восстанавливать систему среднего профессионального образования. Целесообразно также внедрять, развивать бизнес-образование как часть образования дизайнеров и технологов.

Наконец, последняя проблема (в порядке рассмотрения, но отнюдь не по своей значимости) – это высокие цены на импортные ткани и фурнитуру, зависимость отрасли от импорта. Основная масса используемого для производства одежды сырья и комплектующих (тканей и фурнитуры) сегодня является импортной. Доля импортных тканей и фурнитуры у некоторых производителей в российской модной индустрии составляет 100%. Такое положение дел в отрасли негативно влияет как на стоимость используемых материалов (и, таким образом, на себестоимость и цену готовой продукции), так и на своевременность поставок, т.е. на возможности предприятий оперативно реагировать на изменения на рынке, оперативно выполнять заказы. Снижается ритмичность работы, гибкость отечественных предприятий.

Модератор дискуссии, сооснователь и член совета директоров AizeI.ru Айсель Трудел, предложила ввести налоговые льготы, снизить таможенные пошлины на импорт для снижения цен на текстильную продукцию и фурнитуру. Это предложение вызвало возражение Министра финансов Российской Федерации Антона Силуанова, который высказался о необходимости развивать собственное производство тканей и фурнитуры. Эти два мнения формируют одну из основных дилемм на сегодня в развитии отечественной легкой промышленности. В целом, к сожалению, этот вопрос оказался затронут участниками дискуссии крайне поверхностно. В то же время, он, как представляется, один из самых важных и один из самых сложных.

Необходимо четко определить приоритеты развития страны в этой области, а затем, в соответствии с этими приоритетами, осуществлять либо меры поддержки отечественного производителя тканей, либо проводить политику облегчения доступа производителей индустрии моды к импортным материалам. Нам первый путь, учитывая богатые традиции России в этой области и те преимущества, которые дает развитие текстильного производства для развития смежных областей, представляется более предпочтительным. В этом случае было бы целесообразно финансирование поддержки развития собственной текстильной промышленности за счет средств, получаемых от импортных пошлин. Такой подход мог бы получить поддержку и участников рынка. Учитывая серьезное отставание в этой области, а также капиталоемкость современного текстильного производства, было бы целесообразно введение длительных налоговых каникул в этой области.

В целом, российский рынок текстиля и одежды имеет огромный потенциал и большие перспективы. Однако, целый ряд обозначенных участниками дискуссии проблем препятствует его развитию и потому нуждается в скорейшем разрешении. Большая часть проблем являются общими, как для индустрии моды, так и для национальной экономики в целом. Это проблемы создания и развития общих благоприятных условий для предпринимательства в стране (в части упрощения регулирующих процедур, доступа к кредитам, повышения надежности прав собственности, повышения законности во всех

аспектах предпринимательской деятельности), создания благоприятных для бизнеса условий внешне-экономической деятельности. В первую очередь реформирования требует именно это. В России есть таланты, есть технологии, а главное – есть еще желание творить, созидать, предпринимать. Необходимо лишь создать благоприятные условия и не мешать людям воплощать в жизнь свои предпринимательские идеи – источник устойчивого развития страны на многие десятилетия.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Global fashion industry statistics. Fashion United. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fashionunited.com> (дата обращения 18.06.2019).
2. Производство основных видов продукции в натуральном выражении с 2017 года (оперативные данные в соответствии с ОКПД2). Федеральная служба государственной статистики. ЕМИСС. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fedstat.ru/indicator/57783> (дата обращения 21.06.2019).
3. Таможенная статистика внешней торговли Федеральной таможенной службы Российской Федерации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://stat.customs.ru/apex/f?p=201:2:1033680543207670::NO> (дата обращения 21.06.2019).
4. Проект Стратегии развития легкой промышленности в Российской Федерации на период до 2025 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://minpromtorg.gov.ru/docs/#!proekt\\_strategiya\\_razvitiya\\_legkoj\\_promyshlennosti\\_v\\_rossiyskoj\\_federacii\\_na\\_period\\_do\\_2025\\_goda\\_1](http://minpromtorg.gov.ru/docs/#!proekt_strategiya_razvitiya_legkoj_promyshlennosti_v_rossiyskoj_federacii_na_period_do_2025_goda_1) (дата обращения 21.06.2019).
5. Смягчающие обязательства. Минпромторг определил новые параметры господдержки промышленности // Коммерсантъ, № 228 от 11.12.2018.
6. ТПП предложила сохранить господдержку легкой промышленности в 2018-2020 годах на уровне 3 млрд руб. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tpprf.ru/ru/interaction/experts/comments/214386> (дата обращения 12.06.2019).
7. Жигач А. «30 fashiontech-проектов за год»: технологии в индустрии моды отвоевывают рынок в России // Деловой Петербург, 23 мая 2018.
8. Doing Business: Оценка бизнес-регулируемости. Проект Всемирного банка. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org> (дата обращения 20.06.2019).
9. Реформа российской индустрии моды: экономический потенциал на внутреннем и внешнем рынках. Информационно-аналитическая система Росконгресс. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://roscongress.org/sessions/spief-2019-reforma-rossiyskoj-industrii-mody-ekonomicheskij-potentsial-na-vnutrennem-i-vne-shnem-rynkhakh/translation/> (дата обращения 20.06.2019).