DOI: 10.34773/EU.2025.3.5

Региональные аспекты развития креативных индустрий в сфере моды и швейного производства*

Regional Aspects of the Development of Creative Industries in the Field of Fashion and Clothing Production

Н. ИБРАГИМОВА,
Г. СУНАЕВА, В. ХАРИСОВ

Ибрагимова Нурия Урстямовна, канд. экон. наук, доцент кафедры «Проектный менеджмент и экономика предпринимательства» ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (УГНТУ). E-mail: nuriya28@mail.ru
Сунаева Гузель Газимовна, канд. экон. наук, доцент кафедры «Проектный менеджмент и экономика предпринимательства» УГНТУ. E-mail: sunaeva.guzel@gmail.com
Харисов Венер Ильсурович, канд. экон. наук, доцент кафедры «Проектный менеджмент и экономика предпринимательства» УГНТУ. E-mail: ugaesvener@mail.ru

В статье рассматривается региональные вопросы развития индустрии моды как важного направления креативных индустрий и их взаимосвязи с отраслями легкой промышленности. На основе анализа текстильной и швейной промышленности Республики Башкортостан рассмотрены рынки и ресурсная база отрасли. Приведены перспективы развития и ресурсный потенциал легкой промышленности как основы развития креативных индустрий в направлении fashion. Выявлен реальный конкурентный потенциал для замещения импорта и структурного изменения рынка. Полученные результаты могут быть использованы в процессе разработки стратегии долгосрочного развития креативных индустрий региона и формировании экосистемы, эффективно интегрирующей легкую промышленность и модную индустрию.
***Ключевые слова**: креативные индустрии, мода, легкая промышленность, швейная промышленность, экосистема креативных индустрий, стратегия развития креативных индустрий.*

The article examines regional issues of the fashion industry development as an important area for the development of creative industries and their relationship with light industries. Based on the analysis of the textile and clothing industry in the Republic of Bashkortostan, this study examines the industry's markets and resource base. The prospects for the development and resource potential of light industry as the basis for the development of creative industries in the fashion direction are given. The analysis identifies the real competitive potential for import substitution and structural market transformation. The results obtained can be used in the process of developing a strategy for the long-term development of the creative industries of the region and the formation of an ecosystem that effectively integrates the light industry and the fashion industry.
***Key words**: creative industries, fashion, garment industry, ecosystem of creative industries, creative industries development strategy.*

Основные положения

Результаты научного исследования показывают, что наибольшим потенциалом для развития швейного производства в Республике Башкортостан обладает технологическая цепочка создания синтетических материалов (производство химических волокон и нитей – синтетического текстиля для потребительских и промышленных целей – изготовление готовой продукции). По мнению авторов научной статьи, экосистемы, направленные на многостороннее сотрудничество между взаимозависимыми компаниями, создающими интегрированное ценностное предложение на рынке, позволят объединить действующие предприятия и создать виртуальный сервис для разработки индивидуализированных изделий в едином технологическом контуре. Выделяя основных участников экосистемы, можно отметить, что есть два

* *Ссылка на статью*: Ибрагимова Н.У. Региональные аспекты развития креативных индустрий в сфере моды и швейного производства / Н.У. Ибрагимова, Г.Г. Сунаева, В.И. Харисов // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2025. № 3. С. 29–36. DOI: 10.34773/EU.2025.3.5.

варианта построения экосистемы в индустрии моды. Первый вариант это объединение вокруг сильной фокусной компании предприятий МСП, и другой вариант, интеграция компаний из различных сфер, входящих в инфраструктуру рынка. По нашему мнению, формирование экосистем будет способствовать развитию цифровых платформ, а также сосредоточит локализацию производства в субъектах России.

Введение

В современном мире креативные индустрии становятся важным драйвером экономического роста национальных экономик, формируя уникальные экономические экосистемы в разных странах. Особое место в этом процессе занимает индустрия моды и швейного производства, которая не только отражает глобальные тренды современности, потребительские предпочтения и особенности цифровизации, но и быстро адаптируется к локальным условиям, включая региональные особенности развития бизнеса в условиях западного санкционного давления.

По мнению ряда экспертов, развитие креативных индустрий, как правило, носит региональный характер. В ряде стран креативные индустрии получают импульс к быстрому росту за счет высокого уровня инфраструктуры инновационных технологий и международных коммуникаций. Другие регионы развиваются за счет тесных хозяйственных и репутационных связей между субъектами предпринимательской деятельности в различных секторах креативных индустрий [1; 8; 13–15].

Следует отметить, что в ряде научных публикаций зарубежные авторы фокусируются на анализе особенностей формирования новых экосистем бизнеса в креативных индустриях, которые становятся фактором конкурентного преимущества для компаний индустрии моды и красоты [7; 9; 11–19].

Таким образом, исследование особенностей модного бизнеса позволяет выявить ключевые факторы роста, определить перспективные траектории развития данной сферы, а также предложить эффективные инструменты господдержки. В данной статье рассмотрены особенности развития креативных индустрий в сфере моды и швейного производства с учетом региональной специфики в Республике Башкортостан. Авторами статьи проанализированы организационно-экономические аспекты формирования экосистем в данной сфере, влияние региональных особенностей на локальные бренды fashion-индустрии, а также ресурсные проблемы развития данной отрасли.

Методы

В статье применялись методы сравнительного анализа и статистических наблюдений, контент-анализ научной литературы на основе репрезентативных данных специализированных организаций, представленных в открытых источниках, в том числе компаниями сферы моды и швейного производства. Авторы статьи отмечают, что экосистемы в сфере креативных индустрии начинают привлекать не только компании, ориентированные на традиционные каналы сбыта продукции и услуг, но и организации, нацеленные на цифровую трансформацию бизнеса, обеспечивающую повышение операционной эффективности и создание новых бизнес-моделей в условиях турбулентности экономики. Следовательно, проблематика статьи направлена не только на текущий анализ процессов развития индустрии моды, но и интересна с точки зрения изучения тенденций консолидации креативных индустрий и швейной промышленности. При анализе опыта реализации различных проектов развития креативных индустрий использованы аналитические отчеты и статистические данные таких организаций, как Институт развития моды Beinopen, Высшая школа экономики (Стратегия развития легкой промышленности РФ до 2035 года), Росстат (статистические данные по Республике Башкортостан), а также репрезентативные массивы данных и информации профильных органов власти.

Результаты

Легкая промышленность Республики Башкортостан является катализатором роста целого ряда отраслей (модная индустрия, туризм и гостиничный бизнес, строительство и интерьер и др.) и имеет сложную структуру, включая две группы производств (текстильное и швейное), на

которые приходится около 80 % объема выпуска, а также производство кожи и изделий из кожи, а также производство обуви, на которые приходятся остальные 20 % выпуска.

Швейное производство представлено крупными предприятиями городов Уфы, Салавата, Стерлитамака, а также малыми предприятиями и предприятиями бытового обслуживания, расположенными практически во всех районах и городах республики. Товарная продукция швейного производства дифференцирована по своим свойствам, по комплексности и затратности производства, а также территориально размещается достаточно разнородно. К примеру, производство достаточно стандартизированной продукции базируется в равной степени повсеместно, а производство более технологически сложных товаров, а также вариабельной номенклатуры сосредоточено в более крупных агломерациях. Анализируя долю легкой промышленности в реальной экономике нашей республики, можно отметить устойчивый тренд к ее сокращению.

Компании, функционирующие в сфере легкой промышленности, производят широкий спектр товаров потребительского, производственно-технического и специального назначений, которые используются в автомобильной, авиационной, сельскохозяйственной, химической и других отраслях промышленности, а также в гражданском, промышленном и дорожном строительстве, мебельном производстве, здравоохранении и других социальных областях, в сфере охраны окружающей среды, находят широкий круг потребителей среди населения. Отгрузка продукции производится в регионы Российской Федерации и страны СНГ.

Основными потребителями продукции в секторе товаров конечного спроса являются индивидуальные покупатели. Товары швейного производства пользуются устойчивым спросом и востребованы в социальной сфере (детские сады, школы, интернаты, дома ветеранов, центры социального обслуживания населения, больницы, санатории, дома отдыха). Важным фактором развития легкой промышленности региона является ресурсный потенциал и возможность его эффективного использования субъектами хозяйственной деятельности. Следовательно, выявление проблем ресурсной базы развития секторов хозяйствования является важнейшим этапом анализа любой отрасли экономической деятельности. Как было отмечено выше, рынки продукции легкой промышленности имеют достаточно разветвлённую сеть и связаны между собой цепочками поставок и дистрибуции. По этой причине решение проблем ресурсной базы отрасли должно стать важнейшим императивом государственной поддержки, включающей программы льготного кредитования МСП, налогового стимулирования инновационно-ориентированных компаний, а также инвестиционные программы для ускорения внедрения прогрессивных технологий обработки сырья и материалов (4D-дизайн, нанотехнологии, гибридный дизайн и пр.) субъектами бизнеса (таблица).

Несмотря на ряд выявленных региональных проблем, ограничивающих интенсивный рост предприятий данной сферы, следует отметить, что крупнейшие предприятия данной сферы смогли сохранить конкурентный потенциал производства в условиях структурных ограничений роста экономики. Такие региональные компании, как ОАО «Искож», ЗАО «Ишимбайская чулочная фабрика», ЗАО «Ишимбайская фабрика трикотажных изделий», ЗАО «Комбинат рабочей одежды» обеспечивают выпуск 75 % продукции отрасли в республике. Легкая промышленность региона включает две категории: в первую входит широкий спектр малых и микрокомпаний (около 76 %), а другая – ограниченное число средних и более крупных компаний (7,2 %). Анализируя агломерацию производства легкой промышленности, можно сделать вывод, что большая часть МСП сосредоточена в швейной промышленности. Однако крупные компании обеспечивают более 60 % рабочих мест в отрасли и создают более 74 % общего объёма товарной продукции собственного производства. Наибольшим потенциалом, по мнению экспертов, в Республике Башкортостан обладает технологическая цепочка синтетических материалов (производство химических волокон и нитей – производство синтетического текстиля для потребительских и промышленных целей – пошив готовой одежды). Синтетическая цепочка представляет существенный по объему сегмент отрасли, обладает высоким потенциалом импортозамещения и развивается быстрыми темпами.

Проблемы ресурсной базы легкой промышленности в РБ

№	Наименование ресурса	Проблемы ресурсной базы
1	Инфраструктурные	Отсутствие доступа к инновационным технологиям обработки сырья субъектами бизнеса Логистические проблемы и удорожание доставок материалов Отсутствие широкого доступа к инструментам и мерам поддержки Фонда развития промышленности
2	Сырьевые	Отсутствие собственной сырьевой базы производства изделий и продукции отрасли
3	Кадровые	Низкая оплата труда работников отрасли и, как следствие, невысокий уровень производительности труда Дефицит специалистов в области машинного обучения и искусственного интеллекта, которые смогли бы разрабатывать программы цифровизации и автоматизации производств
4	Финансовые	Недостаточность оборотного капитала Высокая зависимость от заемных средств Барьеры доступа к кредитным ресурсам для компаний в связи с высокой ставкой рефинансирования Низкая добавленная стоимость продукции
5	Инвестиционные	Низкая оснащённость современным оборудованием и сложности с поставками импортного оборудования европейского производства Недостаточность господдержки по программам цифровизации и автоматизации производств Низкий уровень фондоотдачи оборудования предприятий

Говоря о проблемах в отрасли региона, можно отметить, что одни и те же проблемы характерны как для крупных компаний, так и для МСП. Ключевым трендом для развития МСП в легкой промышленности может стать формирование экосистемы в сфере креативных индустрий, которая может стать отправным вектором для достижения эффекта масштаба производства и стать основой для организации инфраструктуры в сфере НИОКР. На настоящий момент существует несколько подходов к систематизации направлений, входящих в сферу креативных индустрий. Одна из моделей представлена на рисунке 1.

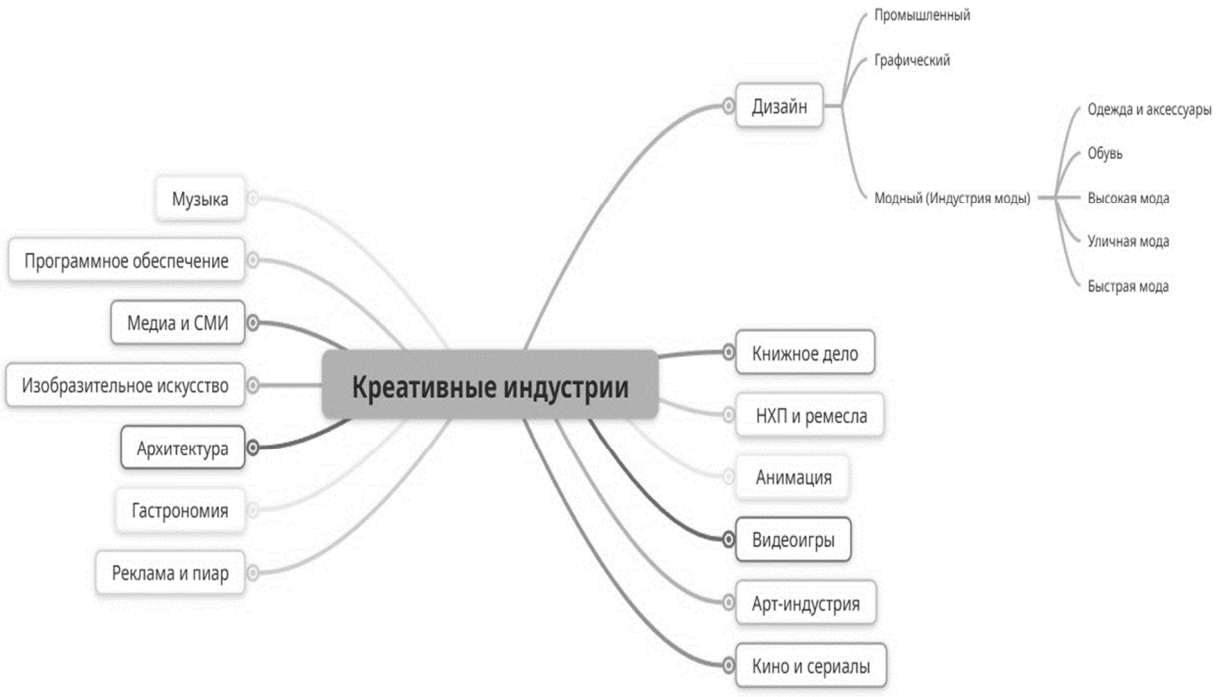

Рис. 1. Сферы креативных индустрий

В большинстве развитых стран между данными направлениями бизнеса существуют сильные коммерческие взаимосвязи, однако в Республике Башкортостан такой тенденции к объединению не наблюдается. По этой причине формирование условий для создания экосистемы креативных индустрий будет способствовать решению этой комплексной проблемы в обозримом будущем.

По нашему мнению, экосистемы, направленные на многостороннее сотрудничество между компаниями, создающими ценностное предложение на рынке, позволят улучшить пользовательский опыт потребителей за счет создания доступа ко всем возможностям подобных кооперацийпо принципу единого окна.

Обобщая международный опыт развития экосистем, представляется возможным выделить следующие преимущества их функционирования:

− гибкость и устойчивость при разработке новых технологий (к примеру, совместная проектная работа по освоению новых производств позволяет сэкономить на научно-исследовательских затратах, а также на поиске и адаптации профессиональных работников);

− быстрое масштабирование за счет тесного взаимодействия с наукоградами и научными кампусами, производителями специализированного оборудования, логистическими хабами и государственными структурами;

− высокий уровень координации за счет реализации принципа мультилатерализма, предполагающего многосторонние отношения без создания иерархических институтов координации участников объединений.

Формирование подобной экосистемы позволит объединить действующие предприятия и создать электронный сервис для разработки продукции с гибкой настройкой под требования клиента в рамках единого технологического контура.

Необходимо отметить, что башкирские бренды также развивают региональную моду и популяризируют культуру народов Башкортостана в широких модных кругах. По данным министерства промышленности РБ, сейчас в Башкирии зарегистрировано 20 брендов в сфере пошива одежды. Самыми крупными в ведомстве называют MadyArt, «Мягкое золото», Home, OPTRI, IN_YAKSHI, Paetki.

В сценарном прогнозе развития текстильной и швейной промышленности Республики Башкортостан на основе стратегического анализа [2;3] были разработаны рекомендации Правительству РБ по усилению поддержки производителей спецодежды. За 2018–2020 гг. в РБ наблюдался рост этого производства на 59 %. Прогноз подтвердился тем, что за 2018–2023 гг. рост производства спецодежды в России составил 67 %.

В Башкортостане инвестиции в основной капитал в 2023 году резко выросли год к году. Капиталовложения (в миллионах рублей) в производство текстильных изделий увеличились в 2 раза (с 62,6 до 124,6), а в производство одежды – на 90 % (с 154,5 до 293,4). В 2023 г. производство текстильных изделий по сравнению с 2021 г. возросло на 50 %, а производство одежды – на 90 % (рис. 2). Тренд на опережающий рост производства одежды в 2023 г. подтверждается также в России: сегмент «Одежда» вышел в лидеры рынка и составил 45,7 % (текстильные изделия – 43,2 %, кожа и изделия из неё – 11,1 %) [1; 7].

Рис. 2. Объём производства отдельных видов товаров текстильной и швейной промышленности, выполненных работ и услуг собственными силами в РБ, 2018–2023 гг., млн рублей

В «Стратегии развития лёгкой промышленности Российской Федерации до 2035 года» [8], утверждённой в 2021 году, определено, что брендинг и дистрибуция потребительской одежды и обуви являются важными элементами экосистемы индустрии моды, и их развитие позволит сохранить текущий вклад сегмента в ВВП России. Еще 0,04 % добавит в ВВП развитие рынка специальной одежды. Для обеспечения роста рынка спецодежды Стратегией предлагается стимулировать спрос B2B- и B2G-рынков посредством усиления государственного регулирования производственной безопасности и охраны труда.

Одним из инструментов развития швейного производства в нише спецодежды может являться производство в рамках государственных заказов. Искусственное ограничение конкуренции с мировыми поставщиками с помощью государственного заказа может стимулировать ускорение создания современной инфраструктуры в России в целом, и в регионах в частности. Повышение производительности труда и качества выпускаемой продукции за счет модернизации оборудования и обучения персонала может позволить снизить эффективную себестоимость труда на 20 % [1; 7].

Принятие закона от 8 августа 2024 года № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» и введение его в действие в 2025 году привлекли внимание региональных органов управления к запросам креативного сообщества республики. Осмысление потенциала требует развития целостной экосистемы развития креативных индустрий. Инвестировать «в людей, а не в проекты» целесообразно на основе маркетинговой стратегии и креативного бренда Башкортостана. Креативным сообществом сформированы запросы на создание образовательных программ по креативному предпринимательству и комьюнити-менеджменту, а также созданию креативных пространств с функциями обучения, продюсирования, акселерации, поддержки и продвижения.

На 2024 год работники, занятые в креативных индустриях, составляли 1,42 % от общего числа занятых, причём 72 % из них – индивидуальные предприниматели. По количеству организаций (без учёта МСП) доминировали 7 направлений: программное обеспечение (29,1 %), реклама и пиар (21,6 %), медиа и СМИ (8,9 %), гастрономия (8,4 %), арт-индустрия (8,3 %), музыка и исполнительские искусства (7,3 %), дизайн, мода (5,8 %).

По выручке (без учёта МСП) креативные индустрии распределяются следующим образом: программное обеспечение (62,0 %), гастрономия (14,9 %), архитектура (14,4 %), реклама и пиар (8,1 %), медиа и СМИ (3,8 %), музыка (2,7 %), кино и сериалы (1,2 %), книжное дело (0,9 %), художественные промыслы и ремесла (0,6 %), дизайн и мода (0,4 %), культурное наследие (0,1 %), остальные менее (0,1 %).

Приоритетными в Стратегии развития креативных индустрий РБ региональной экспертной группой по внедрению регионального стандарта развития креативных (творческих) индустрий определены ИТ и видеоигры, культурное наследие, художественные промыслы и ремёсла, гастрономия, кино и анимация, музыка, мода. В число приоритетов не включены архитектура и реклама, хотя они имеют высокую выручку.

Проблемой остаётся отсутствие интеграции между креативными индустриями и традиционными отраслями [1; 3; 6]. Правительством РФ определён перечень видов деятельности для составления реестра креативных индустрий. Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 20.10.2023 № 2931 «Об утверждении собирательной классификационной группировки видов экономической деятельности в области деятельности творческих (креативных) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД 2)» [6] для целей формирования официальной статистической информации из производственных видов деятельности включил только пошив по индивидуальным заказам. В сфере моды, например, оказались вне креативной индустрии такие виды деятельности, как создание творческого произведения, услуги в сфере моды и стиля, производство специализированных материалов и инструментов, оптовая и розничная торговля товарами и услугами в сфере творческих индустрий.

Заключение

Ткани, фурнитура и одежда считаются продукцией, которая испытывает на себе значительное креативное влияние человека. Модная индустрия обеспечивает не только базовые запросы человека, но и становится сегодня в большей степени средством социальной, экономической и поведенческой персонализации потребителя. В связи с этим недопустимо рассматривать моду в отрыве от швейной и легкой промышленности. В настоящий момент креативные малые бизнесы плохо связаны с производствами. Именно индустрия моды может стать фактором ускорения развития лёгкой и швейной промышленности. Эффективно интегрировать эти отрасли вокруг модной индустрии могло бы формирование экосистемы. С этой точки зрения, экосистемы могут стать фокусными точками для молодых дизайнеров, инвесторов, производителей и ритейлеров, входящих в экосистему. Сформированная таким образом экосистема будет способна стимулировать выход успешных локальных брендов на отечественный и международный рынки.

Полученные прогнозы отражают перенос сложившихся тенденций на последующие периоды. В долгосрочной перспективе факторы ресурсной зависимости и технологической неэффективности, несоответствующей ожиданиям, как сохранят представленные тенденции по повышению выбросов CO_2 и повышению цен на ресурсы и электроэнергию, так и в значительной степени усугубят их при ускорении темпов внедрения и завышении ожиданий.

Литература

1. Баженов А. Стратегия развития индустрии моды и легкой промышленности (концепция 2022) [Электронный ресурс]. URL: https://alliance.beinopen.ru/post/413/

2. Баженов А., Тищенко Е. Моделирование новой системы моды [Электронный ресурс]. URL: https://alliance.beinopen.ru/post/137/#3-O-tekhnologiiakh-doveriia

3. Ибрагимова Н.У. Стратегия инновационного развития текстильной и швейной промышленности Республики Башкортостан // Инновационное развитие экономики: российский и зарубежный опыт: Сборник материалов I Междунар. научно-практич. конф., Уфа, 23–25 сентября 2015 г. Том Часть 1. Уфа: ООО «Аэтерна», 2015. С. 47–52.

4. Ибрагимова Н.У., Габитова З.Р., Нигматуллина Р.А. Разработка сценарного прогноза развития текстильной и швейной промышленности Республики Башкортостан на основе стратегического анализа // Вестник Башкирского университета. 2015. Т. 20, № 3. С. 933–940.

5. Ибрагимова Н.У. Стратегический анализ текстильной и швейной промышленности России и перспективы развития отрасли / Н.У. Ибрагимова, Р.А. Нигматуллина, З.Р. Габитова // Экономика и предпринимательство. 2015. № 11-1(64). С. 388–395.

6. Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 20.10.2023 № 2931 «Об утверждении собирательной классификационной группировки видов экономической деятельности в области деятельности творческих (креативных) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД 2) ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2)» [Электронный ресурс]. URL: http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202311300030?Ysclid=m88hutlbs8395304399

7. Стратегия развития текстильной и лёгкой промышленности Российской Федерации до 2035 года [Электронный ресурс]. URL: https://minpromtorg.gov.ru/storage/797ced43-043d-4b4e-b72b-3d36984adbc7/documents/7e3ee75f-983a-4e2b-b579-bb860a063af7/f620a652-f76e-465c-99be-84e4284f8528.doc?ysclid=m88hzxnxnz157620841

8. Творческие (креативные) индустрии. Справочник [Электронный ресурс]. URL: https://ion.ranepa.ru/upload/medialibrary/fbd/Gid_Spravochnik-Tvorcheskie_kreativnye_industrii.pdf

9. D'Ippolito B., Timpano F. Business ecosystems and creative industries: Exploring the role of sustainability in fashion // Journal of Business Research. 2021. Vol. 130. P. 574–584.

10. Ibragimova N., Kharisov V. Outlines of digitalization of the clothing industry // E3S Web of Conferences: II International Conference on Environmental Technologies and Engineering for Sustainable Development (ETESD-II 2023), Tashkent, 13–15 сентября 2023 г. Vol. 443. Tashkent: EDP Sciences, 2023. P. 06009. DOI: 10.1051/e3sconf/202344306009.

11. Jones C., Lorenzen M. & Sapsed J. Creative industries: A typology of change and continuity // Research Policy. 2020. Vol. 49. No. 4. 103877.

12. Liu Y., Brookfield J. The role of digital platforms in fashion business ecosystems: A case study of China's fashion industry // Technological Forecasting and Social Change, 2022. Vol. 175. P. 121365.

13. Mazzucato M., Ryan-Collins J. Putting value creation back into 'public value': From market-fixing to market-shaping in the biopharmaceutical sector // Industrial and Corporate Change. 2021. Vol. 30. No. 3. P. 505–518.

14. Nieborg D.B., Poell T. The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity // New Media & Society. 2020. Vol. 22. No. 11. P. 2211–2228.

15. Potts J., Cunningham S. Creative industries and the wider economy: The effects of creative workforce growth in Australia // Journal of Cultural Economics. 2020. Vol. 44. No. 4. P. 563–586.

16. Saha A., van Lente H. The dynamics of fashion business ecosystems: A multi-level perspective on innovation and industry change // Industry and Innovation. 2021. Vol. 28. No. 7. P. 841–862.

17. Throsby D. The economics of cultural policy: A reassessment // International Journal of Cultural Policy. 2020. Vol. 26. No. 2. P. 133–145.

18. Wenting R., Atzema O., Frenken K. Urban amenities and agglomeration economies in the cultural and creative industries: A microdata analysis of Dutch firms // Regional Studies. 2020. Vol. 54. No. 2. P. 258–270.

19. Zhang L., Zhao W. Digital transformation and innovation in fashion business ecosystems: Evidence from China // Technovation. 2023. Vol. 118. P. 102512.