

Секция «Актуальные проблемы мировой экономики и международной торговли»

**Российская фешн индустрия в период политической турбулентности:  
проблемы и перспективы**

**Научный руководитель – Денисов Денис Олегович**

***Буряченко Алина Андреевна***

*Студент (бакалавр)*

Финансовый университет при Правительстве РФ, Санкт-Петербургский филиал,  
Кафедра менеджмента, Санкт-Петербург, Россия

*E-mail: burya1200@bk.ru*

На протяжении нескольких лет российская индустрия моды столкнулась с рядом изменений, связанных с двумя ключевыми проблемами. Во-первых, это эпидемия коронавируса. Во-вторых, это начало Специальной военной операции, после чего на Россию был наложен ряд санкций затронувших и фешн-индустрию. Несмотря на то, что рынок одежды практически всегда отличался своей актуальностью и покупательской способностью, в 2020 году продажи упали на 25%, до 1,71 трлн рублей. В 2021 году показатели немного возросли — до 1,8 трлн рублей, однако все еще не могут сравниться с 2019 годом.

В 2022 году после введения санкций возникла иная проблема — на территории России свою работу прекратили около 45 иностранных fashion-брендов. Среди них такие бренды, как, H&M Group (H&M, Monki и Weekday), Inditex (входят компании Zara, Bershka, Pull&Bear, Stradivarius, Oysho), Uniqlo, Mango, Marks & Spencer.

Уход иностранных брендов заставил активизироваться отечественных производителей в своей работе. Спрос на покупку одежды остается неизменным, но предложение остается весьма ограниченным. Отечественные масс-маркет бренды оказались в положении, когда все прежде реализуемые технологии и подходы необходимо было перестроить для заполнения рынка фешн и удовлетворения потребностей покупателей.

Например, компания «Русский трикотаж» сделала акцент на бренде одежды ТВОЕ. Коллекции стали пополняться чаще (компания стала все больше внедрять в свою деятельность технологию быстрой моды), физические магазины стали появляться в ряде городов, где ассортимент ранее еще не был представлен. Популярность бренд приобрел и на просторах маркетплейса Wildberries. По данным аналитики за 7 дней (данные за январь 2023 года) на маркетплейсе Wildberries бренд заработал 246 073 452 руб [1].

Свою причастность отечественному производству в это время продемонстрировал бренд A quick buck. Компания специализируется в основном на женской одежде, однако в линейке с некоторого времени представлены и товары для мужской аудитории. В марте 2022 года бренд запустил проект Made in Russia, который демонстрирует принадлежность к производителям именно отечественного товара [1].

Несмотря на затруднительное положение на рынке многие бренды: от начинающих до уже сделавших себе имя стали все больше выходить на отечественную аудиторию. Теперь особое внимание уделяется продвижению в социальных сетях (ВКонтакте, Telegram), баннерная реклама, открытие физических магазинов, участие в показах мод и многое другое.

Все вышеперечисленные факторы привели, с одной стороны, к большей узнаваемости отечественных брендов не только на российском, но и в целом на общемировом рынке. С

другой стороны, площадки, которые потеряли поставщиков в виде иностранных брендов, заполнили свой ассортимент новоприбывшими российскими компаниями. Соответственно, даже в санкционный период при помощи пересмотра реализуемых технологий и методов, отечественная фешн индустрия смогла показать свою конкурентоспособность и продемонстрировать эффективные решения.

### Источники и литература

- 1) Клерк «Кто пришел на смену зарубежным брендам одежды и обуви. Обзор модных российских магазинов 2022-2023». URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/559158/> (дата обращения: 06.02.2023).
- 2) Delovoy profil «Рынок fashion-retail в 2022 году: есть ли жизнь после Zara». URL: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/rynok-fashion-retail-v-2022-godu-est-li-zhizn-posle-zara/> (дата обращения: 10.02.2023).
- 3) Vc.ru «Из России с любовью: как изменились онлайн-продажи российских марок одежды за 3 месяца 2022 года». URL: <https://vc.ru/trade/433881-iz-rossii-s-lyubovyu-kak-izmenilis-onlayn-prodazhi-rossiyskih-marok-odezhdy-za-3-mesyaca-2022-goda> (дата обращения: 07.02.2023).