

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ  
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

**Факультет управления интеллектуальной собственностью**

**Кафедра Цифровой экономики и предпринимательства**

**Выпускная квалификационная работа**

**Государственное управление индустрией моды в государствах-членах  
ЕАЭС: разработка единых рекомендаций**

**Студента 4-го курса  
очной формы обучения  
по направлению 38.03.02  
«Менеджмент»  
Рыжовой Анны Алексеевны**

---

(подпись)

**Научный руководитель:  
И.о. зав. кафедрой, к.э.н., доцент  
Васильева Юлия Сергеевна**

---

(подпись)

**Допущен к защите  
протокол № \_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 г.  
И.о. зав. кафедрой Васильева Ю.С.**

---

(подпись)

Москва - 2025

## Содержание

Введение.....	3
Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ИНДУСТРИЕЙ МОДЫ.....	8
1.1. Индустрия моды как сегмент творческих (креативных) индустрий: история и современность.....	8
1.2. Объекты управления и основные направления государственной политики в индустрии моды .....	14
1.3. Виды интеллектуальной собственности и их роль в развитии индустрии моды.....	21
Глава 2. ИНДУСТРИЯ МОДЫ В ГОСУДАРСТВАХ-ЧЛЕНАХ ЕАЭС: МЕСТО В ЭКОНОМИКЕ И ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА.....	29
2.1. Социально-экономические аспекты развития индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС.....	29
2.2. Механизмы государственной поддержки индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС.....	50
2.3. Кооперация государств-членов ЕАЭС в индустрии моды и легкой промышленности.....	56
Глава 3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ГОСУДАРСТВЕННОМУ УПРАВЛЕНИЮ ИНДУСТРИЕЙ МОДЫ В ГОСУДАРСТВАХ-ЧЛЕНАХ ЕАЭС .....	63
3.1. Проблемы и тренды в индустрии моды.....	63
3.2. Рекомендации по повышению эффективности государственного управления индустрией моды в государствах-членах ЕАЭС.....	69
3.3. Рекомендации в отношении единого подхода к социально- экономическому развитию индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС ..	74
Список использованных источников и литературы .....	83
Приложение .....	92

## Введение

Социально-экономическое развитие страны осуществляется не только за счёт грамотной внутренней государственной политики, но и за счёт всевозможных экономических интеграций с участниками мировой системы: важно уметь взаимодействовать с другими экономическими субъектами, находить компромиссы, улучшать свои сильные стороны и прорабатывать слабые<sup>1</sup>. От международной интеграции и сотрудничества страны получают синергетические преимущества на мировой арене, влияющие на экономический рост, прозрачность экономики и снижение неравенства между странами. Хотя любая экономическая интеграция несет в себе и скрытые угрозы.

Государства-участницы Евразийского экономического союза (далее - ЕАЭС) осуществляют взаимодействие по различным направлениям государственной политики. Представители Российской Федерации, Республики Армения, Республики Беларусь, Республики Казахстан и Кыргызской Республики заявили о долгосрочных намерениях своей интеграции, подписав в декабре 2023 года в Санкт-Петербурге Декларацию о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь». Задачи кооперационного взаимодействия касаются не только технологической, финансовой и транспортно-логической сфер. Сферу культуры и креативных индустрий страны ЕАЭС также не перестают рассматривать как новый источник экономического роста.

Тенденция роста активности предпринимательской деятельности во всех странах ЕАЭС отмечается в таком сегменте креативных индустрий как индустрия моды.

---

<sup>1</sup> Строев В.В., Чуев С.В., Тихонов А.И. Перспективы развития евразийского экономического союза в современных международных условиях // Муниципальная академия – 2025, № 1. - С. 2-12.

Отметим, что с учетом разной терминологии и состава креативных индустрий в странах ЕАЭС, индустрия моды интегрирует и рынок промышленного дизайна, а также легкую (текстильную) промышленность. По прогнозам Евразийской экономической комиссии, к 2025 году объем рынка моды в ЕАЭС достигнет 50 миллиардов долларов, что свидетельствует о высоком его потенциале развития<sup>2</sup>.

В современном мире индустрия моды – это не просто культурное явление. Она превращается для многих стран в постоянный источник пополнения бюджета, оказывает значительное влияние на мировую текстильную и швейную промышленность.

При этом, индустрия моды последнее время проживает свою трансформацию: растёт ее влияние на все сферы общественной жизни (культурную, политическую, экономическую), сложно представить современный мир без моды, члены всех слоев общества сильно подвержены влиянию трендов.

Для современной мировой модной индустрии и связанной с ней сферы промышленного дизайна характерны: динамичность развития и инвестиционная активность при высокой волатильности рынка, модернизация в разнообразные формы и бизнес-модели, кардинальные изменения в расстановки сил на глобальной модной арене, рост нарушения прав интеллектуальной собственности и доли контрафактной продукции<sup>3</sup>. Эти тенденции обуславливают необходимость совершенствования сложившихся государственных механизмов регулирования этих секторов экономики во всех странах.

Государства-члены ЕАЭС обладают значительным потенциалом для укрепления позиций в индустрии моды, ключевым фактором реализации которого является эффективное государственное управление. Этот потенциал опирается на несколько составляющих: богатое культурное наследие каждой

---

<sup>2</sup> Евразийская экономическая комиссия - URL: <https://eec.eaeunion.org> (дата обращения 12.02.2025)

<sup>3</sup> The State of Fashion 2024. – Report of McKinsey's – 2024 – P. 11-10

страны, активное внедрение цифровых технологий, совместные образовательные программы - в совокупности они позволяют объединить ресурсы стран для достижения большего эффекта на международном рынке, благодаря которому могут получать выгоду. Особое значение имеет менталитет, присущий странам ЕАЭС, характеризующийся уважением к традициям и культуре - эти ценности могут стать основой для развития уникальной, аутентичной моды, востребованной как внутри евразийского региона, так и за его пределами.

В этой связи представляется актуальным проведение исследования социально-экономических аспектов текущего этапа развития индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС в целях разработки рекомендаций по формированию единого подхода к осуществлению государственного регулирования данного сегмента экономики, который позволил бы гармонизировать национальные политики стран ЕАЭС, повысить эффективность совместных действий и максимизировать экономические результаты для всех участников Евразийского экономического союза.

Объект исследования - индустрия моды в государствах-членах ЕАЭС.

Предмет исследования – механизмы государственного управления творческими (креативными) индустриями в государствах-членах ЕАЭС.

Цель работы – разработка рекомендаций по повышению эффективности государственного управления и формированию единого подхода к социально-экономическому развитию индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС.

Для достижения цели исследования были поставлены и решены следующие задачи:

- 1) Рассмотреть индустрию моды в контексте творческих (креативных) индустрий, определить объекты управления в индустрии моды, а также направления государственной политики социально-экономического развития данного сегмента экономики;

- 2) Выявить результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации в индустрии моды;
- 3) Провести анализ социально-экономических аспектов текущего этапа развития индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС;
- 4) Выявить сходства и различия в направлениях и используемых механизмах государственной поддержки индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС;
- 5) Систематизировать проблемы и вызовы, с которыми сталкиваются в страны ЕАЭС в развитии индустрии моды;
- 6) Разработать рекомендации по повышению эффективности государственного управления индустрией моды в государствах-членах ЕАЭС;
- 7) Разработать предложения по формированию единого подхода к социально-экономическому развитию индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС.

Теоретическая база для изучения вопросов государственного управления индустрией моды в странах ЕАЭС не так широка. Научные работы, посвященные государственному управлению индустрией моды в странах ЕАЭС, найти крайне сложно. Список ниже содержит фамилии авторов, чьи работы затрагивают смежные области.

Авторы из ЕАЭС, занимающиеся вопросами креативных индустрий и регулирования: Костюк Михаил Павлович, Мельник Вероника Викторовна, Есимова Дана Галимжановна, Жукенова Айнур Аскарровна.

Авторы, чьи работы были посвящены результатам интеллектуальной деятельности (далее - РИД) в креативных индустриях и моде: Близнец Иван Анатольевич, Мухопад Владимир Иванович, Гаврилов Эдуард Петрович, Зенин Иван Александрович.

Авторы, затрагивающие экономические, социологические и культурологические аспекты в индустрии моды: Элвин Тоффлер, Липовский Сергей Валерьевич.

В качестве методов при проведении исследования применялись следующие: системный анализ, синтез, индукция и дедукция, анализ литературы, статистический анализ, наблюдение. Совокупность этих методов позволила решить задачи работы.

Структура работы состоит из введения, трёх глав, объединённых в девять параграфов, заключения, списка использованных источников и литературы (79 наименований). Работа иллюстрирована 5 рисунками и 2 таблицами.

## **Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ИНДУСТРИЕЙ МОДЫ**

### **1.1. Индустрия моды как сегмент творческих (креативных) индустрий: история и современность**

Индустрия моды – это сложная и динамично развивающаяся совокупность экономических, социальных и культурных процессов, связанных с проектированием, производством, распространением и потреблением одежды, обуви, аксессуаров и других сопутствующих товаров.

Модная продукция отличается от обычных товаров своей специфической целью. Она охватывает широкий спектр деятельности, включая в себя дизайн, производство, маркетинг, розничную торговлю, рекламу, а также связанные с ней отрасли (легкая промышленность) и индустрии (косметическая и парфюмерная).

Сегодня мода включает в себя практически все товары личного потребления, от мебели и автомобилей до авторучек и прохладительных напитков. При этом, круг модных товаров постоянно расширяется: если в начале XX века мода была преимущественно женской сферой, то с повышением публичности образа жизни и ростом его уровня, мода захватила и мужской гардероб, а также сферу потребления в целом.

Ключевым фактором успеха в индустрии моды является постоянное обновление, стремление к инновациям и удовлетворение изменяющихся потребностей и желаний потребителей.

Большинство стран в мире выделяют индустрию моды в качестве самостоятельного экономического сегмента, который включает процесс производства и распространения товаров, таких как одежда, обувь и аксессуары. Индустрия моды в российском законодательстве относится к



творческим (креативным) индустриям<sup>4</sup>. Важно отметить, что классификация творческих индустрий не одинакова в разных странах. Согласно классификации Всемирной организации интеллектуальной собственности (далее - ВОИС) в творческие индустрии входят те, что базируются на РИД, охраняемых авторским правом. РИД, составляющие основу индустрии моды, в большей своей части охраняются авторским правом: это касается дизайна одежды, уникальных фасонов, оригинальных принтов и узоров, а также художественного оформления коллекций в целом.

Определяя индустрию моды, можно выделить несколько подходов, которые дают возможность глубже понять её суть и структуру.

Первый подход сосредоточен на художественной и культурной стороне моды. Здесь мода рассматривается как форма самовыражения, отражающая эстетические предпочтения общества и влияющая на его культурные нормы.

Второй подход акцентирует внимание на экономическом аспекте индустрии моды. Это глобальная экономика, где работают миллионы людей - от производителей тканей до розничных продавцов. В этом контексте промышленный дизайн играет ключевую роль, так как он позволяет оптимизировать производство и улучшать качество продукции, делая её более доступной для потребителей.

Третий подход сочетает в себе как культурные, так и экономические аспекты, подчеркивая, что мода — это динамичная система, активно реагирующая на изменения в обществе и технологии.

В контексте стран ЕАЭС индустрия моды также претерпевает трансформации. Постсоветское пространство когда-то было сконцентрировано на массовом производстве и недорогих материалах, но в последние годы наблюдается рост интереса к индивидуальному дизайну и

---

<sup>4</sup> Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 №2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года». — URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения 29.12.2024).

качественным товарам. Здесь мода начинает ассоциироваться с уникальностью и самовыражением, что приводит к появлению новых брендов и дизайнеров, способных конкурировать на мировом уровне.

Обратимся к истории, для того чтобы понять причины становления и проследить эволюцию мировой индустрии моды.

Начало индустрии моды было положено в эпоху Возрождения, когда появились первые мастерские, занимавшиеся изготовлением одежды для аристократии.

Однако истинное становление индустрии моды произошло в XVIII и XIX веках в ответ на развитие высокой моды в Париже. Парижские кутюрье, такие как Шарль Фредерик Ворт, создали первые модные дома и внедрили систему «прет-а-порте» – создание готовой одежды по моделям высокой моды.

Появление модных журналов и развитие транспортных сетей способствовали распространению модных тенденций по всему миру. Промышленная революция с ее технологическими инновациями (швейные машины) привела к массовому производству одежды, сделав ее более доступной для средних слоев населения.

В XX веке индустрия моды пережила период бурного роста и изменений: появились новые стили, новые дизайнеры, новые бренды. Развитие кино и масс-медиа сыграло ключевую роль в формировании модных тенденций и культивировании культового потребления одежды.

После Второй мировой войны США стали важным игроком на мировом рынке моды, предложив более демократичные стили и способы производства. Глобализация и интернационализация позволили брендам расширять свое влияние на весь мир.

С XXI века мировая индустрия моды стала иметь глобальный характер и продолжает демонстрировать впечатляющий рост, опережая другие отрасли экономики. Это связано с повышением уровня жизни и стремлением

к самовыражению, что делает моду не просто потребностью, а важной составляющей современной культуры. Развитие технологий еще больше расширяет границы этого сектора экономики, включая в него даже такие направления, как косметическая хирургия.

Развитие модной индустрии происходит в условиях высокой конкуренции, чему способствует глобализация и цифровизация экономик разных стран (размещение производств в странах Азиатско-Тихоокеанского региона), оптимизация логистики, развитие онлайн-торговли и других онлайн-сервисов, технологии «быстрой моды».<sup>5</sup>

Мода сегодня является не только отражением индивидуальности, но и мощным инструментом социального влияния. Через свою тесную связь с культурой, искусством и технологиями, мода способствует формированию новых идентичностей и экономических моделей, что делает ее ключевым элементом творческой экономики любой страны.

В государствах-членах ЕАЭС история развития индустрии моды имеет свои особенности, тесно связанные с историческим прошлым и географическим положением региона.

В советский период на территории ЕАЭС существовала государственная система производства одежды, ориентированная на массовое потребление и ограниченное разнообразие стилей. После распада СССР индустрия моды в этих странах проходила стадию реформирования, приспосабливаясь к рыночным отношениям и глобализации.

В настоящее время в государствах-членах ЕАЭС существует разнообразная модель индустрии моды: от мелких мастерских и бутиков до крупных производственных предприятий. Некоторые страны евразийского региона имеют уже устоявшиеся традиции производства одежды (например, Россия и Беларусь), а другие только начинают формировать свою модную индустрию.

---

<sup>5</sup> Козлова Е.В., Филиппова И.Г. Инновационные процессы в модной индустрии и перспективы ее развития в России // Экономика и управление -. 2020, Т. 26, № 5 (175). - С. 496-503.

Индустрия моды в государствах-членах ЕАЭС находится в процессе активного развития, стремясь занять свое место на мировом рынке. Однако, во всех государствах-членах ЕАЭС существуют вызовы, связанные с конкуренцией со стороны глобальных брендов, необходимостью развития инноваций, улучшением качества продукции и повышением уровня дизайна. Для этого необходима государственная поддержка, инвестиции в инновации, развитие образования и подготовка квалифицированных специалистов. Внедрение современных технологий, учет глобальных тенденций, а также сосредоточение на уникальности национальных стилей и традиций станут залогом успеха для стран ЕАЭС в мировой индустрии моды.

Что касается Российской Федерации как одной из участниц ЕАЭС, то развитие креативных индустрий и увеличение их вклада в ВВП страны власти определяют как важную стратегическую цель: до 6% к 2030 году. В дополнение к концепции креативных индустрий<sup>6</sup>, в феврале 2025 года в силу вступил Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» от 8 августа 2024 года №330-ФЗ. По оценкам экспертов НИУ ВШЭ и Агентства стратегических инициатив ежегодная выручка креативных индустрий в России составила на конец 2024 года около 14,5 трлн рублей, в ней занято более 46 миллионов человек, совокупный среднегодовой темп роста - 9,9%<sup>7</sup>.

Для данной творческой индустрии характерны высокая динамика и скорость трансформации всех процессов, а также сильная конкуренция модных брендов<sup>8</sup>.

В официальной статистике Российской Федерации понятие «индустрия моды» не используется<sup>9</sup>. Для ее анализа используется отрасль легкой

---

<sup>6</sup> Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2021 г. № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.»

<sup>7</sup> Чупшева С.В. / ТАСС – URL: <https://tass.ru/ekonomika/22594281> (дата обращения: 15.12.2024)

<sup>8</sup> Седых И.А. Индустрия моды. – М: НИУ ВШЭ, 2019. – С. 2.

<sup>9</sup> Мельникова А.В. Импортзамещение в индустрии моды в России // Экономика, предпринимательство и право. – 2023. – Т. 13., № 4. – С. 1211-1220.

промышленности. Виды деятельности, которые относятся к индустрии моды в Российской Федерации, представлены в приложении 1<sup>10</sup>.

В настоящее время российский модный рынок претерпевает глобальные трансформации, обусловленные уходом более 100 иностранных компаний в области розничной торговли в связи с геополитической ситуацией<sup>11</sup>, а также уменьшением количества покупателей в сфере офлайн-торговли и увеличением в сфере онлайн-торговли.

Также изменения связаны с увеличением спроса на отечественную продукцию, переориентированием брендов на поставщиков сырья из российских регионов, интеграцией мелких производителей одежды в мультибрендовые магазины, распространением деятельности в цифровое пространство (в интернет-магазины), а также расширением ассортимента (например, не только одежда и обувь, но и товары для дома)<sup>12</sup>.

Данные условия сформировали основные направления государственной политики по развитию индустрии моды в России:

- импортозамещение, в рамках которого инвестиционные проекты начинают ориентироваться на успешные местные предприятия;
- усиление государственного регулирования частного бизнеса и экономики в целом, в рамках которого с 2021 г. введена обязательная маркировка одежды с целью борьбы с контрафактом и увеличения прозрачности рынка<sup>13</sup>;
- курс на цифровую экономику, в том числе увеличение числа отечественных цифровых торговых площадок за пределами страны<sup>14</sup>.

<sup>10</sup> Приказ Министерства Культуры Российской Федерации от 20 октября 2023 г. № 2931 - URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=478237> (дата обращения: 15.12.2024)

<sup>11</sup> Fashion рынок 2022. Итоги и перспективы / Fashion Consulting Group, 2022. – С. 10.

<sup>12</sup> Микрюков В.О., Анисина М.В., Захарова Я.Н. Продвижение фэшн-брендов на российском рынке в условиях отсутствия зарубежных конкурентов (на примере бренда одежды LIME) // Управленческие науки. – 2023, Т. 13, № 3. – С. 99

<sup>13</sup> Fashion рынок 2021: статус и перспективы / Consulting Group – 2021 г. - С. 8/

<sup>14</sup> Третьяк Д.В. Современное положение индустрии моды России – испытания на прочность // Modern Economy Success. – 2022, № 5. – С. 71.

## **1.2. Объекты управления и основные направления государственной политики в индустрии моды**

Индустрия моды – это сложная система, в которой взаимодействуют множество участников, каждый из которых вносит свой вклад в создание и распространение модной продукции.

Объекты управления в индустрии моды можно разделить на несколько категорий:

1. Творцы: дизайнеры, модельеры;
2. Производители: текстильные компании, фабрики и ателье, производители обуви и аксессуаров;
3. Дистрибьюторы: оптовые продавцы, розничные магазины, интернет-площадки;
4. Потребители: индустрия моды предназначена для всех возрастных категорий и разных потребностей.

В основе индустрии лежит творческий потенциал, воплощаемый в жизнь дизайнерами и креативными командами. Дизайнерские дома (Prada, Gucci, Versace и др.) как вершина этой пирамиды, создают эксклюзивную одежду, диктуя тенденции и работающие с индивидуальными клиентами.

На другом уровне располагаются дизайнерские студии, создающие коллекции для массового производства или сотрудничающие с уже существующими брендами. Их работа — непрерывный поиск новых идей, форм и материалов, воплощение стилистических концепций в коллекциях. Важно отметить, что дизайнерское творчество часто тесно переплетается с инновациями в технологиях производства, что приводит к появлению новых материалов и способов обработки тканей.

В индустрии моды задействованы также исследовательские центры и учебные заведения, которые обучают будущих дизайнеров и ведут разработку новых технологий в области текстиля и производства одежды.

Творчество дизайнеров не могло бы реализоваться без производственных предприятий: это и крупные фабрики, производящие одежду массово, и небольшие мастерские, специализирующиеся на ручной работе или мелкосерийном производстве. Качество продукции зависит от множества факторов: от наличия современного оборудования до квалификации работников.

Дизайнеры активно используют интернет и социальные сети для показа и продажи своих коллекций, часто выступая в роли моделей.

Модные блогеры играют важную роль в популяризации дизайнерской одежды, формируя тренды и влияя на вкусы потребителей через визуальный контент и взаимодействие со своей аудиторией. Интерактивность и доступность информации делают фэшн-блогинг одним из ведущих движущих сил современной модной индустрии.

Не меньшее значение имеют поставщики материалов: производители тканей, кожи, фурнитуры и других необходимых компонентов. Их качество и доступность прямо влияют на стоимость и конкурентоспособность готовой продукции.

Дизайн и производство — лишь часть большого механизма. Для того чтобы модная продукция добралась до потребителя, необходима эффективная система дистрибуции и розничной торговли, которая отвечает за доставку и распространение одежды, обеспечивает бесперебойное поступление товаров в магазины и на склады. Это сеть магазинов различного формата: от крупных универмагов до специализированных бутиков.

В современном мире важнейшую роль играют онлайн-платформы, позволяющие покупателям совершать покупки не выходя из дома.

В конечном итоге, главную роль играют потребители, их предпочтения и поведение определяют рыночные тенденции и успех или неудачу отдельных брендов и коллекций.

Взаимодействие всех этих акторов формирует динамичный и постоянно развивающийся мир современной моды.

Многогранную и важную роль в индустрии моды играет государство, выступая не просто как наблюдатель, но и как активный участник модного рынка, влияющий на его развитие и регулирующий хозяйственную деятельность.

Стратегическое планирование, поддержка и регулирование индустрии моды могут обеспечить ей конкурентоспособность и повысить имидж страны на международных рынках. Государственное управление долгосрочным развитием предприятий легкой промышленности и индустрии моды в целом открывает новые горизонты деятельности, усиливает синергетический эффект всех факторов производства и подчеркивает ДНК культурных и креативных индустрий — уникальные нематериальные активы, выраженные в творчестве<sup>15</sup>.

Государство устанавливает правовые рамки функционирования модной индустрии, включая регулирование трудовых отношений, налогообложение, стандарты производства и безопасности продукции, защиту интеллектуальной собственности. Эффективное законодательство способствует развитию честной конкуренции и защищает права участников модного рынка.

Государство может оказывать финансовую поддержку индустрии моды через различные программы субсидирования, гранты для молодых дизайнеров, инвестиции в развитие инфраструктуры (например, профессиональные образовательные учреждения, выставочные площадки). Это особенно важно для поддержки малых и средних предприятий, поощрения инноваций в отрасли.

Однако, государственная поддержка не является единственным фактором успеха. Президент ОАО «Рослегпром» А. А. Круглик подчеркнул

---

<sup>15</sup> Хворостяная А.С. Стратегирование индустрии моды: теория и практика: монография / под науч. ред. В. Л. Квинта. — СПб.: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2021. — С. 12.



важность экономических преобразований в отрасли: «Снижение налога на добавленную стоимость, стабилизация кредитных гарантий и борьба с демпингом импортной продукции – все это необходимые меры. Важно понять, что только эти меры не обеспечат конкурентное преимущество. Российское текстильное производство и производство одежды должны развивать свою уникальную систему и концепцию внедрения инноваций, а не слепо копировать зарубежные технологии»<sup>16</sup>.

Государство также способствует продвижению национального модного бренда на международной арене, организуя выставки, дефиле, участвуя в международных модных мероприятиях. Это повышает конкурентоспособность дизайнеров и стимулирует экспорт.

Государство играет ключевую роль в создании необходимой инфраструктуры для индустрии моды: поддержка образовательных учреждений, специализирующихся на дизайне и технологиях производства одежды, создание специальных экономических зон для модных предприятий, развитие логистических систем.

Именно поэтому государство планирует политику в области творческих индустрий и разрабатывает стратегию отраслей.

Если говорить о государственном целеполагании в индустрии моды, то оно строится на достижении баланса между экономическими, социальными и культурными целями. Ключевые направления могут включать:

- Стимулирование развития национальных брендов, повышение их конкурентоспособности на внутреннем и международном рынках, создание новых рабочих мест, увеличение экспорта модной продукции и привлечения иностранных инвестиций;
- Развитие креативного потенциала: поддержка молодых дизайнеров, стимулирование инноваций в дизайне и технологиях производства, сохранение и продвижение национального стиля и традиций;

---

<sup>16</sup>Ергунова О.Т., Сагдеева А. Роль государственной политики в развитии индустрии моды как имиджеобразующего фактора // Теория и практика современной науки – 2016, №7 (13) – С. 500-503

- Социальная ответственность: продвижение идей устойчивого производства, этичного отношения к труду, учета экологических аспектов в производстве и распространении модной продукции;

- Защита интеллектуальной собственности: борьба с контрафактной продукцией, обеспечение защиты авторских прав, прав на промышленные образцы и товарные знаки;

- Создание необходимой инфраструктуры для развития индустрии моды: поддержка специализированных образовательных учреждений, создание выставочных площадок, проведение модных шоу и выставок.

Эффективность государственного вмешательства зависит от множества факторов, включая ясность поставленных целей, адекватность используемых инструментов, наличие достаточных ресурсов и прозрачность процедур распределения средств.

Механизмы государственного регулирования индустрии моды охватывают широкий спектр инструментов, направленных на создание благоприятной среды для развития предприятий, поддержку инноваций, защиту прав потребителей и стимулирование экспорта.

На рисунке 1 отражены основные механизмы государственной поддержки индустрии моды.



Рис.1 - Механизмы государственной поддержки индустрии моды (составлено автором)

Правовые механизмы являются основой государственного регулирования индустрии моды. Законодательство в сфере интеллектуальной собственности играет решающую роль в защите прав дизайнеров и брендов, обеспечивая им возможность защищать свои авторские права, регистрировать товарные знаки и патентовать промышленные образцы.

Финансово-экономические механизмы призваны стимулировать развитие индустрии моды путем предоставления финансовой поддержки предприятиям. Налоговое стимулирование, включающее в себя сниженные ставки налога на прибыль и льготы для малого и среднего бизнеса, позволяет предприятиям высвобождать ресурсы для инвестиций в развитие и инновации. Кредитно-финансовая поддержка, выражающаяся в льготном кредитовании, субсидированием выставочной деятельности, скидки на лизинг оборудования и др. помогают предприятиям увеличить объемы продаж и повысить свою узнаваемость. Таможенно-тарифное регулирование, контролирующее импорт и экспорт товаров, может использоваться для защиты отечественных производителей и стимулирования экспорта.

Образовательные механизмы в индустрии моды играют ключевую роль в формировании профессиональных кадров и развитии творчества в этой динамичной сфере. Они включают в себя различные подходы и программы, которые помогают студентам и профессионалам развивать навыки и получать знания. Многие учреждения предлагают специальные программы по дизайну моды, текстилю, маркетингу, менеджменту и истории моды. Проводятся краткосрочные курсы и мастер-классы, которые позволяют профессионалам и студентам углубить свои знания в определенных областях, таких как дизайн, моделирование, шитьё или бизнес-стратегии. Приоритетным направлением, обеспечивающим высокий уровень культуры, образования и компетенции в сфере индустрии моды, является повышение качества подготовки профессиональных кадров в сфере сервисного обслуживания.

Инфраструктурные механизмы направлены на создание благоприятной среды для развития индустрии моды. Инфраструктурой поддержки креативных индустрий могут выступать: центры креативных индустрий, креативные кластеры, модные площадки и технопарки, предоставляющие льготные условия для размещения предприятий, обеспечивающих их необходимой инфраструктурой. Они стимулируют сотрудничество и инновации и являются важным инструментом поддержки отрасли

Оказание имущественной поддержки осуществляется в виде передачи во владение и (или) в пользование государственного или муниципального имущества на возмездной основе. Например, в России с 2022 года действует программа Минпромторга Российской Федерации «Промышленная ипотека». Этот проект направлен на поддержку организации и расширения уже имеющихся производственных площадей.

С помощью информационных механизмов государство контролирует достоверность информации о товарах и услугах, предотвращает недобросовестную конкуренцию и защищает потребителей от некачественной продукции. Предоставление консультационных услуг, касающихся разработки бизнес-планов, маркетинговых стратегий и экспортных контрактов, помогает предприятиям повышать свою эффективность и благоприятную среду для развития индустрии моды, стимулировать инновации, защищать права потребителей и повышать конкурентоспособность отечественных предприятий на мировом рынке.

В совокупности меры поддержки влияют на социально-ответственное развитие индустрии, продвигая идеи устойчивого производства, этичного отношения к труду, используя механизмы регулирования для минимизации негативного влияния на окружающую среду.

История развития индустрии моды наглядно показывает, что даже в странах с уже устоявшимися традициями в этой сфере (как, например, Италия) государственная поддержка играет ключевую роль в ее процветании.

Италия, в 1930-е годы, столкнувшись с сильным влиянием французской моды, целенаправленно вложила значительные средства в создание и продвижение «итальянского стиля». Результат стал виден через полвека: Италия превратилась в одного из главных законодателей модных тенденций.

Подобные примеры успешного государственного вмешательства существуют и в других странах. Например, Бельгия в 1980-х годах реализовала «текстильный план», направив ресурсы на поддержку молодых дизайнеров. Это привело к возникновению узнаваемого бренда «Бельгийская мода», и значительному экономическому эффекту.

Эти истории подтверждают важность государственной политики в развитии модной индустрии. Она определяет ее устойчивость, конкурентность на мировом рынке и влияние на экономику и культуру страны в целом.

Однако, роль государства не всегда одинаково эффективна. Избыточное регулирование может тормозить развитие индустрии, а недостаток финансовой поддержки – ограничивать конкурентоспособность национальных брендов. Поэтому, оптимальный баланс между регулированием и поддержкой является ключевым фактором для процветания индустрии моды.

### **1.3. Виды интеллектуальной собственности и их роль в развитии индустрии моды**

Как и другие творческие индустрии, индустрия моды создаёт интеллектуальную собственность. Ключевыми объектами интеллектуальной собственности современных предприятий индустрии моды, имеющими определяющее значение для существования и развития компаний отрасли, являются коммерческий продукт, бренд и технические инновации.

В указанных объектах заключены основные конкурентные преимущества рассматриваемой сферы<sup>17</sup>.

Центральное место в индустрии моды занимают объекты авторского права. В контексте моды это означает защиту:

- Эскизов и моделей одежды: Оригинальные рисунки и проекты одежды, обуви и аксессуаров, созданные дизайнерами, являются объектами авторского права. Защита распространяется на форму, фактуру, композицию и детали дизайна. Это право предоставляет автору исключительные права на воспроизведение, распространение, публичный показ и другое использование своих произведений.
- Фотографий моды: Профессиональные фотографии, используемые в рекламных кампаниях, каталогах и других материалах, являются произведениями фотографии и также подлежат охране авторским правом.
- Видеороликов и фильмов о моде: Видеозаписи показов моды, рекламных роликов, а также документальных фильмов о моде также являются объектами авторского права.
- Текстов о моде (описания коллекций, статьи): Текстовые описания коллекций, статьи о моде, используемые в журнальных публикациях или на веб-сайтах, подлежат охране как литературные произведения.

Кроме авторских прав, в индустрии моды значительную роль играют:

- Промышленные образцы: защита распространяется на новую и оригинальную форму или конструкцию изделия, его композицию и декоративное оформление. Это особенно актуально для одежды, обуви и аксессуаров с оригинальным дизайном.
- Изобретения: в области моды патенты на изобретения могут быть получены на новые технологии производства тканей, специальные материалы или оборудование.

---

<sup>17</sup> Хворостяная А.С. Стратегические аспекты управления интеллектуальной собственностью в индустрии моды // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие) – 2018, Т. 9, № 4 – С. 546-559.

– Средства индивидуализации товаров и услуг: в индустрии моды они позволяют отличать продукцию определенного бренда от продукции конкурентов. Средства индивидуализации включают товарные знаки, знаки обслуживания, фирменные наименования, географические указания и коммерческие обозначения. Товарные знаки индивидуализируют товары или услуги и требуют регистрации. Они могут быть в виде текста, изображений, 3D-форм или других обозначений.

Исключительные права на товарный знак охватывают определенные классы товаров и защищают бренд от несанкционированного использования. Регистрация товарного знака предоставляет его владельцу эксклюзивные права на его использование в коммерческих целях. В индустрии моды примерами таких знаков могут быть логотипы, цвета, формы или уникальные дизайны упаковки.

Дизайнеры используют четыре основных способа защиты своих прав интеллектуальной собственности. Выбор наиболее эффективного способа зависит от сегмента рынка (высокая мода или масс-маркет) и юридической системы страны.

Первый и наиболее распространенный способ – регистрация товарного знака (далее - ТЗ). Это эффективный метод защиты бренда в целом, включая различные модели одежды, обуви и аксессуаров. Однако, для компаний сегмента fast fashion регистрация ТЗ может быть нецелесообразной из-за длительного процесса (до полутора лет), что не соответствует скорости смены коллекций.

Российское законодательство позволяет регистрировать ТЗ – слова, изображения, объемные формы и даже цвета. До 2014 года защита дизайна, формы и упаковки была ограничена, но сейчас это возможно, если эти элементы достаточно узнаваемы. Туфли Christian Louboutin с красной подошвой – яркий пример такой защиты. Хотя Louboutin часто судится за

защиту своего ТЗ, его права не абсолютны: монохромные красные туфли с красной подошвой не считаются нарушением.

Привести в пример можно дело 2011 года Christian Louboutin против марки Yves Saint-Laurent (YSL)<sup>18</sup>, в результате окончательного разрешения которого «монополия» Лабутена на красный цвет подошвы, ассоциирующийся у потребителей непосредственно с туфлями марки Christian Louboutin, была фактически признана, но в то же время ограничена: данный ТЗ Лабутена охватывает лишь туфли с красной подошвой, контрастной к их основному цвету (именно такая характеристика внешнего вида изделий позволила им приобрести различительную способность), в то время как изготовление монохромных красных туфель с красной подошвой (как в случае с YSL) не является нарушением исключительного права на данный ТЗ.

Второй способ охраны прав интеллектуальной собственности в индустрии моды – получение патента на промышленный образец. Защита дизайна одежды на промышленный образец предоставляет исключительные права на его внешний вид. По российскому законодательству, для получения патента дизайн должен быть новым и оригинальным.

Быстрая смена модных трендов делает патентование отдельных моделей одежды невыгодным. К моменту получения патента модель может уже устареть, и конкуренты не будут интересоваться ее копированием.

Дизайн одежды автоматически защищается авторским правом без нужды в регистрации. Эти права действуют всю жизнь автора плюс 70 лет после его смерти, обеспечивая удобный способ защиты от нарушений.

Однако, в некоторых странах, например, в США, такой подход не применяется к одежде, в отличие от более «творческих» изделий, таких как ткани или ювелирные украшения.

---

<sup>18</sup> Christian Louboutin S.A. v. Yves Saint Laurent America, Inc., S.D.N.Y // Federal Reporter, 3d SERIES - 2011 – P. 206-229.



В России практика защиты авторских прав на дизайн одежды еще не достаточно развита, но вероятно, Россия, как и большинство европейских стран, будет придерживаться иного подхода, признавая дизайн одежды объектом интеллектуальной собственности.

«Правоприменительная практика некоторых государств, например, США придерживается позиции, в соответствии с которой охрана авторским правом дизайна одежды не целесообразна, в то время как дизайн «более творческих» изделий, создаваемых модной индустрией, таких как ткани, ювелирные изделия является объектом авторского права».<sup>19</sup>

Дело Chanel против World Tricot (2012) – показательный пример судебной защиты авторских прав на дизайн одежды. Chanel, известный модный дом, был обязан выплатить крупный штраф французской компании World Tricot за использование без разрешения дизайна вязаного жакета. Этот случай доказывает, что нарушителями авторских прав могут быть даже крупнейшие игроки индустрии.

Последняя мера, используемая участниками мира моды для охраны и защиты своих интеллектуальных прав, применяется для коммерческой ценной информации, необходимая для эффективного производства модной продукции, может быть защищена как «ноу-хау» или секрет производства. Примером ноу-хау также могут выступать жидкое платье, специальные технологии обработки ткани, методы оптимизации, биопластик для 3D-печати и многое другое.

В Федеральном законе «О коммерческой тайне»<sup>20</sup> коммерческая тайна представляет из себя режим секретности, который позволяет ее обладателю получить материальную выгоду: заработать, сэкономить или удержаться на рынке.

---

<sup>19</sup> Охрана и защита прав на объекты интеллектуальной собственности в индустрии моды - URL: <https://thewallmagazine.ru/protection-of-ip-rights-in-fashion/> (дата обращения: 06.01.2025)

<sup>20</sup> Федеральный закон «О коммерческой тайне» от 29.07.2004 № 98-ФЗ - - URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_48699/?ysclid=ma27722hbm730257060](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48699/?ysclid=ma27722hbm730257060) (дата обращения: 06.01.2025)

В 2014 году Louis Vuitton успешно отсудил около 500 тысяч долларов у бывшего сотрудника, который передал конфиденциальную информацию (ноу-хау) своему новому работодателю, компании Coach. Это яркий пример защиты коммерческой тайны в модной индустрии.

Получить патент на изделие в индустрии моды очень сложно. За долгую историю моды было создано бесчисленное количество различных дизайнов, поэтому для получения патента изделие должно быть абсолютно уникальным и не иметь аналогов.

Более того, учитывая скорость, с которой модные тренды сменяют друг друга от сезона к сезону, получение патента на модное изделие не всегда может быть целесообразным мероприятием, так как через сравнительно небольшой период времени патентообладателю уже не придётся беспокоиться о нарушении своих патентных прав ввиду того, что конкуренты попросту не будут выпускать подобные изделия как вышедшие из моды, к тому же, срок правовой охраны промышленного образца по российскому законодательству составляет всего лишь 5 лет, правда, как известно, у обладателей патентов есть право продлевать данный срок максимум до 25 лет.

В связи с этим, как правило, в качестве промышленного образца охраняются такие изделия, как оригинальные флаконы для парфюма, ювелирные изделия, прочие аксессуары<sup>21</sup>.

Ключевым фактором индустрии моды является эффективная защита прав на РИД.

Государственное регулирование защиты прав на РИД в индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС осуществляется на нескольких уровнях:

На законодательном уровне каждая страна ЕАЭС имеет национальное законодательство, регулирующее создание, использование и защиту РИД в

---

<sup>21</sup> Бузько Р. Интеллектуальная собственность на страже границ индустрии моды - URL: <http://fashion-law.ru/post/ip-in-fashion-industry> (дата обращения: 06.01.2025).

рамках авторского права, патентного права, прав на товарные знаки и промышленные образцы.

Соответствие национального законодательства международным стандартам обеспечивается участием стран ЕАЭС в международных конвенциях по охране интеллектуальной собственности, таких как Бернская и Парижская конвенции.

Хочется отметить, что в рамках ЕАЭС есть ряд региональных соглашений (упомянутые в п. 2.2), которые нацелены на гармонизацию законодательства об интеллектуальной собственности, упрощение процедур регистрации и обеспечение защиты прав на РИД на территории всего союза.

Институциональный уровень включает в себя функционирование патентных ведомств в каждой стране ЕАЭС, осуществляющих экспертизу заявок и выдачу охранных документов на товарные знаки и промышленные образцы, а также судебные органы, рассматривающие споры о нарушении прав на РИД (суды общей юрисдикции и специализированные суды по интеллектуальным правам).

Как отмечается в дискуссиях на форумах и сессиях, посвященных праву в индустрии моды, развитие модных брендов и защита обсуждаемой индустрии требуют комплексного и междисциплинарного подхода, охватывающего гражданское, административное и коммерческое право.

### **Выводы по первой главе.**

1) Индустрия моды неотъемлемо связана с креативными индустриями, потому что ее основа — творчество, которое проявляется в дизайне одежды, разработке уникальных фасонов, создании оригинальных принтов и прочее. Оригинальность и новаторство являются ключевыми факторами успеха в этой сфере, отличающие ее от обычных индустриальных производств. Индустрия моды часто рассматривается как подотрасль легкой промышленности и / или сферы промышленного дизайна.

2) Индустрия моды имеет стратегическую важность для экономики и общества и существует сегодня в условиях сильной конкуренции, экономической нестабильности, технологических изменений, возрастания экологических и этических требований к производству и продукции. В этой связи большую роль в ее устойчивом развитии и повышении конкурентоспособности играет государственное управление, включающее реализацию стратегических направлений и мер поддержки различных акторов секторов креативных индустрий. Эффективное государственное управление обеспечивает равные условия конкуренции, поддержку креативности, стимулирование инноваций, создание благоприятной инвестиционной среды, защиту прав всех участников индустрии моды.

3) Индустрия моды генерирует различные результаты интеллектуальной деятельности, подлежащие правовой охране: оригинальные дизайны (охраняемые авторским правом и правами на промышленные образцы), товарные знаки, фирменные наименования, а также ноу-хау и коммерческие тайны в технологиях производства. Защита этих прав является важным фактором для развития индустрии, предотвращения плагиата и распространения контрафактной продукции.

## **Глава 2. ИНДУСТРИЯ МОДЫ В ГОСУДАРСТВАХ-ЧЛЕНАХ ЕАЭС: МЕСТО В ЭКОНОМИКЕ И ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА**

### **2.1. Социально-экономические аспекты развития индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС**

Евразийский экономический союз – это международная организация региональной экономической интеграции, обладающая правовой субъектностью (договор о союзе подписан президентами Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации 29 мая 2014 г. в городе Астане, который вступил в силу с 2015 года). В государства-члены ЕАЭС сегодня входят 5 стран: Россия, Беларусь, Казахстан, Армения и Кыргызстан.

Основными целями ЕАЭС являются: создание условий для стабильного развития экономик государств-членов Союза в интересах повышения жизненного уровня населения, стремление к формированию единого рынка товаров, услуг, капитала и трудовых ресурсов в рамках Союза, а также всесторонняя модернизация и кооперация.

Для экономик ЕАЭС модная индустрия приобретает всё большее значение, а её развитие в рамках общего евразийского пространства требует комплексного подхода, включающего государственное регулирование, поддержку творческих инициатив, защиту интеллектуальной собственности и создание благоприятной инфраструктуры.

Рассмотрим далее основные социально-экономические аспекты текущего этапа развития индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС.

Напомним, что в странах ЕАЭС индустрия моды не выделяется статистически в отдельный вид деятельности, что усложняет ее анализ, включающий как сферу fashion-индустрии, так и отрасль легкой (текстильной) промышленности.

## Российская Федерация.

Среди государств-членов ЕАЭС Россия является лидером в индустрии моды. Легкая промышленность России занимает около 6% в мировом валовом продукте. Объем fashion рынка в России в 2024 оценивался в денежном выражении в 3,9 триллиона рублей (рынок вырос по сравнению с 2023 годом на 14%)<sup>22</sup>.

Модный бизнес в России в последние годы был вынужден перестраивать структуру производства и бизнес-стратегии: в среднем ценовом сегменте на одежду и обувь значительно подняли цены, акценты сместились в сторону большего маркетингового продвижения, происходит переток покупателей из торговых центров в онлайн и на маркетплейсы. Передел рынка и захват освободившихся мест после ухода международных компаний был окончательно завершён: часть иностранных брендов (Mango, Crocs, Inditex Group, LPP Group и др.) продали активы российскому топ-менеджменту. Основными арендаторами помещений покинувших рынок международных ритейлеров стали Gloria Jeans, которая заняла 23% площадей, универмаг «Стокманн» - 16% и Befree - 13%<sup>23</sup>. В последнее время о себе все чаще заявляют российские представители сегмента «bridge brand», являющиеся переходными к люксовой категории, например: YULIAWAVE, 12storeez, MARDO.

Трендами на российском фэшн-рынке в краткосрочной перспективе аналитики называют следующие<sup>24</sup>:

- «спокойная» мода,
- экологичное потребление,

---

<sup>22</sup> Шерстнева Т. Экономические тренды 2025 в России и мире - URL:<https://vc.ru/retail/1771183-chto-zhdet-fashion-industriyu-ekonomicheskie-trendy-2025-v-rossii-i-mire?ysclid=m9i80xi9ep24143747> (дата обращения 15.04.2025)

<sup>23</sup> Корниенко Э. Российские бренды поглотили 85% площадей ушедших иностранных ритейлеров // электронный журнал «Ведомости» — URL:<https://iz.ru/1583383/2023-10-03/rossiiskie-brendy-poglotili-85-ploshchadei-ushedshikh-inostrannykh-reteilerov> (дата обращения: 11.04.2024)

<sup>24</sup> Какие тренды на российском фэшн-рынке станут главными в 2025-м / Коммерсантъ — URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7420978> (дата обращения 15.04.2025)

- развитие локальных брендов, делающих ставку на качество продукта, так как увеличивается число жалоб на контрафакт: 500–700 млрд. рублей россияне тратят на контрафакт и ввоз продукции теневыми схемами – это примерно 24% в общем объеме рынка<sup>25</sup>.

Основные участники российской легкой промышленности и моды представлены на рисунке 2.

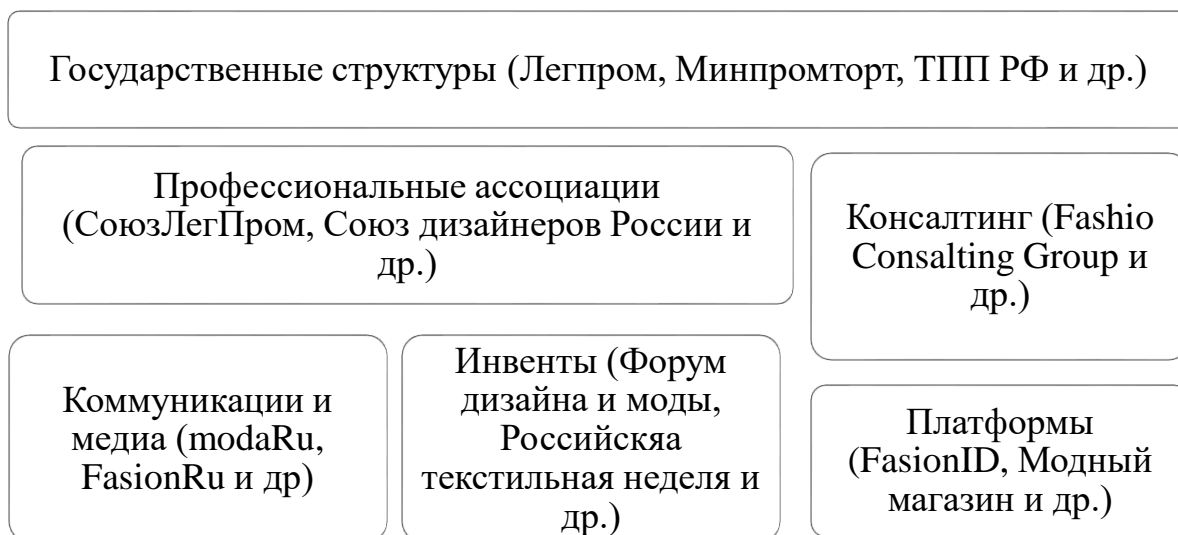


Рис. 2 - Ключевые акторы и ивенты российской легкой промышленности и моды (составлено автором)

В российской индустрии моды есть пробел между дизайнерами и производителями, хотя на сотрудничестве дизайнеров и фабрик держится весь общемировой рынок одежды<sup>26</sup>:

- фабрики отшивают не модную одежду: для них разработка новых моделей – дополнительные расходы, модели согласованы с руководством заранее, а бороться за внимание баеров тоже не нужно, ведь региональные фабрики зачастую имеют собственные точки продажи;

- индивидуальные дизайнеры сами отшивают свои модные коллекции и сами же их продают без сотрудничества с торговыми сетями.

<sup>25</sup> Исследование рынка легкой промышленности и моды Красноярского Края – Сибирский институт развития креативных индустрий – Красноярск – 2023 - С. 6, 7.

<sup>26</sup> Российские дизайнеры оказались оторваны от легкой промышленности / Российская газета -URL: [https://rg.ru/2017/10/10/reg-szfo/rossijskie-dizajneri-okazalis-otorvany-ot-legkoj-promyshlennosti.html?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fya.ru%2F](https://rg.ru/2017/10/10/reg-szfo/rossijskie-dizajneri-okazalis-otorvany-ot-legkoj-promyshlennosti.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fya.ru%2F) (дата обращения 08.04.2025)

В условиях санкций и ограничений акцент в российской модной индустрии сместился на развитие отечественного производства: динамика прироста производства продукции легкой промышленности в России составляет около 17% в среднем за последние 5 лет (в 2024 году рост составил 20 %) <sup>27</sup> и связана с огромным развитием швейного направления.

На январь 2024 года зафиксирована деятельность 26,1 тысячи производителей маркированных товаров легкой промышленности (в 2023 году – 17,2 тысячи), наибольшая доля которых расположена в Москве, Московской и Ивановской областях <sup>28</sup>, на которых официально трудоустроено более 283 тыс. человек.

Объем производства в 2024 году составил 525,6 млн. ед. товаров.

Российский рынок характеризуется сильной импортозависимостью: примерно 80% сырья (мануфактура, фурнитура) и оборудования завозят из-за рубежа. Продолжается и рост рынка лизинга оборудования для легкой промышленности.

Однако у модной индустрии России есть технологическое настоящее: существует швейная промышленность, в том числе эффективные производства (фабрики), где используют современные технологии, которые отвечают запросам отечественной аудитории: автоматизации и цифровизации производства, хранения и дистрибуции, а также интеграции отрасли в спецприложения и 3D-печать.

Несмотря на вызовы, с которыми столкнулись игроки рынка, такие как зависимость от импортного оборудования и рост цен на сырье, заметен значительный рост выручки во всех сегментах рынка одежды в России (рис.3).

<sup>27</sup> Производство продукции легкой промышленности в России выросло на 20% в 2024 году / Союзлегпром - URL: <https://www.souzlegprom.ru/press-tsentr/novosti-otrasli/proizvodstvo-produktsii-legkoy-promyshlennosti-v-rossii-vyroslo-na-20-v-2024-godu/?ysclid=m9ib7agsx5218094639> (дата обращения 10.04.2025)

<sup>28</sup> В России в несколько раз выросло количество производителей товаров легкой промышленности / НИЦК. 2025 г. - URL: <https://nnck.gov.ru/news/v-rossii-v-neskolko-raz-vyroslo-kolichestvo-proizvoditeley-tovarov-legkoy-promyshlennosti/> (дата обращения 10.04.2025)



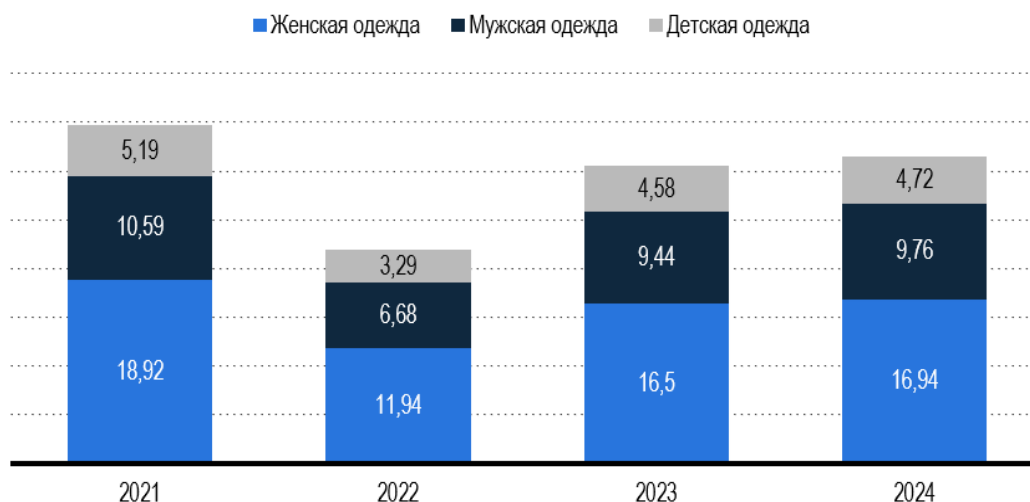


Рис. 3 - Выручка рынка одежды в России в 2021-2024 гг. по сегментам, млрд. долларов США<sup>29</sup>

Стоит отметить, что в России сегмента «высокой моды» как таковой нет. При этом, исследования отраслевых аналитиков показывают, что более 50% россиян позитивно реагируют на информацию о российском происхождении товара, а 60% жителей России считают одежду и обувь российских брендов высококачественными.

В натуральном выражении объемы покупок одежды россиянами в расчете на душу населения имели за последние годы разную, но в целом положительную динамику (рис.4).

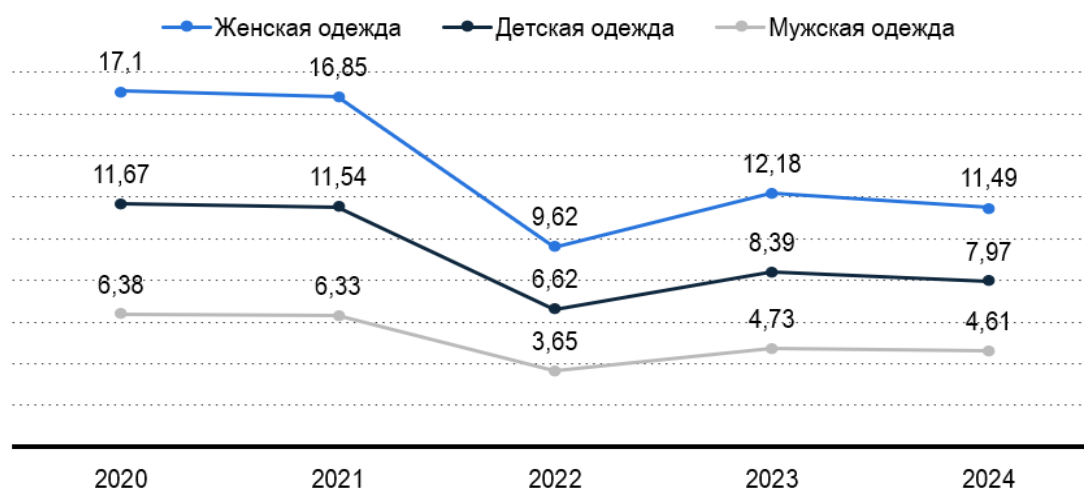


Рис. 4 – Объем продаж одежды на душу населения в России в 2020-2024 гг. по сегментам, в единицах/чел.<sup>30</sup>

<sup>29</sup> Российский рынок одежды в 2024 году / Центр экономики рынков - URL: <https://research-center.ru/rossijskij-rynok-odezhdy-v-2024-godu/> (дата обращения 10.04.2025)

Индустрия моды в России демонстрирует разнообразие потребительских товаров и инновационных решений, запускает масштабный механизм маркетинга и выставочной деятельности, формирующий образ жизни общества и способствующий генерации высоких доходов за счет создания креативного продукта. Новая тенденция на рынке – это цифровая мода (то, чего не существует в реальном мире). Она нужна для виртуального мира (например, компьютерные игры) и для онлайн-пространств (социальные сети). Созданием такой одежды занимается, например, компания Replicant digital fashion. Разрабатываются и технологии создания одежды для онлайн-мероприятий. Если рассматривать цифровую моду, то в настоящее время существует необходимость в создании разных стартапов в России, так как значительное количество венчурных инвесторов готовы вкладываться в такие бизнесы, а также есть много возможностей, таких как искусственный интеллект, например, для создания онлайн примерочных, диджитализация моды, цифровые паспорта одежды и т.п.

Экспорт российских модных товаров на мировом рынке крайне мал, но имеет тенденцию к росту: 0,08% в 2009 г., 0,13% в 2019 г., прогноз к 2030 г. – 0,19%.<sup>31</sup> Основными направлениями экспорта являются страны СНГ (Казахстан, Армения, Беларусь), Восточная Европа и Азия. Такая ситуация была не всегда: пару десятилетий назад отрасль легкой промышленности была драйвером развития страны. Но сегодня импорт примерно раз в 10 выше экспорта в российской индустрии моды.

Активное развитие в России локальной модной индустрии привело к тому, что в сфере легкой промышленности вскрылось немало важных проблем, одна из них – дефицит кадров. Появляются новые проекты, происходит «старение» производственных специальностей, следовательно, нужны и новые специалисты, особенно для производства изделий с учетом

<sup>30</sup> Российский рынок одежды в 2024 году / Центр экономики рынков - URL: <https://research-center.ru/rossijskij-gynok-odezhdy-v-2024-godu/> (дата обращения 10.04.2025)

<sup>31</sup> Кудрявцева Т.Ю., Кожина Т.С. Анализ современного состояния рынка легкой промышленности в мире и России: проблемы и тенденции // Экономические науки – 2021, № 5 (198) – С. 64.

умения использовать современные цифровые продукты. За первое полугодие 2024 года число вакансий в сфере моды увеличилось на 94% по сравнению с аналогичным периодом в 2023 г.; количество вакансий на позицию «дизайнер» выросло на 19%, а средняя зарплата составила 63 080 рублей<sup>32</sup>. Работники в отрасли тщательно подходят к выбору места работы и часто предпочитают «работать на себя», оформляя ИП или самозанятость.

Среди ведущих образовательных учреждений в России в сфере моды можно назвать Московский государственный текстильный университет имени А.Н. Косыгина и Британскую высшую школу дизайна. Появляются частные школы и курсы, например Fashion Factory School. Они помогают частично закрыть потребность в специалистах. Однако индустрия моды в России развивается быстрее, чем образовательные программы: на изучение компьютерных технологий требуется больше времени, однако часы, необходимые на практическую подготовку, просто исключаются из программы<sup>33</sup>. Россия имеет разветвленную сеть образовательных учреждений и дизайн-бюро, однако нуждается в модернизации материально-технической базы и развитии логистической инфраструктуры, особенно в регионах.

Активно развивается и инфраструктура в индустрии моды в России. В Москве и Санкт-Петербурге созданы креативные кластеры, такие как "Дизайн-завод Флакон" и "Севкабель Порт", где размещаются дизайн-студии, шоурумы и образовательные центры.

#### Республика Беларусь.

Среди государств-участников ЕАЭС Беларусь занимает важное место в индустрии моды благодаря развитому текстильному производству и внешнеторговой политике руководства страны, при которой отрасль

<sup>32</sup> С миру по нитке: как российская модная индустрия борется с кадровым кризисом / Forbes - URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/533042-s-miru-po-nitke-kak-rossijskaa-modnaa-industria-boretsa-s-kadrovym-krizisom?ysclid=m9ieo5qc4l969044972> (дата обращения 12.04.2025)

<sup>33</sup> Будущее модной индустрии России глазами профессионалов / Московская торгово-промышленная палата - URL: <https://moscow.tpprf.ru/ru/news/570036/> (дата обращения 12.04.2025)

полностью обеспечивает внутренние потребности и выдерживает сильную конкуренцию на внешних рынках.

Текстильная и швейная промышленность в Беларуси является важной частью экономики страны. По прогнозам Statista, в 2025 году объём рынка одежды в Беларуси составит 1,12 миллиарда долларов США, при этом крупнейшим сегментом будет женская одежда. Ожидается, что в 2025 году средний объём продаж одежды на одного человека составит 23,6 единицы<sup>34</sup>.

В отрасли легкой промышленности в 2023 году функционировало 2 тыс. коммерческих организаций, на которых занято более 85 тыс. человек. Они производили одежду (44,1%), ткани и текстильные изделия (42%), обувь (10,4%), меховые и кожаные изделия (3,5%) и экспортировали в 77 стран более 80% продукции<sup>35</sup>.

На 2025 год среди трендов белорусской моды будут:

- использование натуральных тканей,
- яркие принты и монохромные решения,
- экологичность и устойчивое производство,
- вещи-трансформеры для разных случаев<sup>36</sup>.

Например, белорусские дизайнеры активно используют экологически чистые материалы и традиционные мотивы в своих коллекциях. Изделия из натуральных материалов, при производстве которых наносится минимальный ущерб окружающей среде, становятся популярными у молодёжи.

---

<sup>34</sup> The Statistics Portal for Market Data -URL: [https://translated.turbopages.org/proxy\\_u/en-ru.ru.b1a78565-6804be64-38f75439-74722d776562/https/www.statista.com/outlook/cmo/apparel/belarus](https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.b1a78565-6804be64-38f75439-74722d776562/https/www.statista.com/outlook/cmo/apparel/belarus) (дата обращения: 24.04.2025)

<sup>35</sup> Легкая промышленность: дефицит кадров, рост зарплат и спрос на обучение — URL: <https://ibmedia.by/news/legkaya-promyshlennost-defitsit-kadrov-rost-zarplat-i-spros-na-obuchenie/> (дата обращения 20.04.2025)

<sup>36</sup> Какие бренды белорусской одежды 2025 выбрать в интернет-магазине -URL: <https://ramonki.by/blog/kakie-brendy-belorusskoi-odezdy-2025-vybrat-v-internet-magazine> (дата обращения 20.04.2025)

Интерес покупателей к этническим мотивам в одежде, обуви и аксессуарах повлёк за собой развитие смежных производственных мощностей по производству кожи, льняных тканей и изделий из них.

Ключевыми игроками на рынке являются такие крупнейшие предприятия страны, как "Моготекс" и "Милавица".

ОАО «Моготекс» — крупнейший производитель текстиля и готовых швейных изделий на рынке Республики Беларусь и в странах ближнего и дальнего зарубежья. В прошлом году доля экспорта в общей выручке предприятия составила 80,8%. «Моготекс» выпускает 3000 видов продукции, значительная часть которой идёт на экспорт.

СП ЗАО «Милавица» занимается производством и продажей женского нижнего белья. На предприятии выпускается свыше 6 миллионов изделий в год. «Милавица» получила диплом I степени в номинации «Предприятие года — Лидер в области автоматизации технологических и управленческих процессов».

Некоторые участники индустрии моды в Беларуси:

- Бренды: Historia Naturalis, Kanva, Mark Formelle.
- Дизайнеры: Анна Кардаш (бренд Kardash), Анна Янчилина, Полина Картовицкая, Наталья Кострома-Андреюк, Екатерина Кобанова.
- Мероприятия: Belarus Fashion Week, где сотни местных предприятий и дизайнеров получают возможность прямого взаимодействия.

Основными рынками сбыта являются Россия, Казахстан и другие страны ЕАЭС.

В 2024 году внешнеторговый оборот Беларуси достиг 86 млрд долларов США, что на 3,7% больше, чем в 2023 году. Экспорт товаров в 2024 году составил 40,3 млрд долларов и увеличился на 1,2% по отношению к предыдущему году<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> Министерство Иностранных дел Республики Беларусь - URL: [https://mfa.gov.by/export/foreign\\_trade/](https://mfa.gov.by/export/foreign_trade/) (дата обращения 20.03.2025)

Тесно сотрудничают Республика Беларусь и Китай - последний выступает главным подрядчиком и поставщиком оборудования.

Трудности конкуренции с крупнейшими мировыми игроками модной индустрии требуют от белорусских дизайнеров одежды поиска нестандартных, креативных подходов. Как и в других странах с богатым национальным культурным наследием, белорусские предприятия фэшн-индустрии ищут источники выживания и роста в этнических мотивах и традиционных дизайнерских решениях. Это направление развития индустрии моды активно исследуется авторами научных публикаций<sup>38</sup>. Особый акцент исследователи делают на глобальном контексте происходящих в культуре Республики Беларусь процессов, отмечая значимость сохранения и рецепции национального культурного наследия в индустрии моды<sup>39</sup>.

Беларусь обладает развитой производственной базой с высоким контролем качества, однако многие предприятия нуждаются в квалифицированных кадрах с навыками дизайн-образования.

Продвижению продукции индустрии моды в Беларуси помогает неделя моды (Belarus Fashion Week), где с 2014 года сотни местных предприятий и дизайнеров осуществляют прямое взаимодействие, представляя свою продукцию и разработки. Концепция данного проекта — синтез различных видов искусства: моды, театра, вокальных и хореографических выступлений, изобразительного искусства и скульптуры.

Вузы Беларуси готовят кадры для индустрии моды. Например, в Белорусском государственном университете есть кафедра дизайна моды, которая предлагает обучение по специальности «Дизайн костюма и текстиля».

---

<sup>38</sup> Антонович Д.В. Национальные мотивы в современной белорусской одежде / Материалы III Международной научно-практической конференции студентов и магистрантов «Молодость. Интеллект. Инициатива» - Полоцк: Витебский государственный университет им. П.М. Машерова - 2015.- С. 264-265; Захарчука В.С., Попковская Л.В. Анализ стёганных поверхностей в коллекциях дизайнеров женской одежды // Материалы и технологии. – 2018, №1. – С. 95-100.

<sup>39</sup> Дыдышко И.М. Практика сохранения и популяризации традиционного народного костюма Понеманья / Сборник научных статей Международного научно-практического семинара «Сохранение нематериального историко-культурного наследия стран СНГ в контексте глобальных вызовов» - Минск. - 2022. - С. 229-239.

## Республика Казахстан.

В Казахстане объем рынка легкой промышленности в 2024 году составил 4 271 млн. долларов, что в 2,2 раза выше в сравнении с 2020 годом - 1 916 млн. долларов. Но тем не менее доля участия легкой промышленности в ВВП страны составляет лишь 0,09%<sup>40</sup>.

Несмотря на ее рост, объёмы казахстанского выпуска одежды критически недостаточны для покрытия потребностей: практически вся одежда на рынке — импортного производства (рисунок 5). Импорт в 2024 году составил 1158,5 млн. долларов (что меньше предыдущего года меньше на 7%)<sup>41</sup>.



Рис. 5 - Доля импорта различных видов одежды в Республике Казахстан (по расчетам аналитиков Energyprom.kz), в %<sup>42</sup>

В январе 2024 г. товарооборот Республики Казахстан со странами ЕАЭС составил 1855,9 млн. долларов США. В общем объеме внешнеторгового оборота Республики Казахстан со странами ЕАЭС

<sup>40</sup> Международное информационное агентство «Казинформ» - URL: <https://www.inform.kz/ru/spros-est-proizvodstva-net-cto-proishodit-v-legkoj-promishlennosti-kazahstana-f1051c> (дата обращения: 20.04.2025)

<sup>41</sup> Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан - URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/foreign-market/publications/158559/> (дата обращения 15.02.2025)

<sup>42</sup> Бюро национальной статистики АСПиР РК – URL: <https://stat.gov.kz/ru/> (дата обращения 03.03.2025)

большую долю занимает Российская Федерация – 92,7%, далее следуют Кыргызская Республика – 4,5%, Республика Беларусь – 2,7% и Республика Армения – 0,1%<sup>43</sup>.

В Казахстане наблюдается рост интереса к национальным мотивам, влияние социальных сетей и развитие электронной коммерции. Богатая культура, наличие дизайнеров с национальным колоритом и растущий средний класс выступают в качестве сильных сторон. В тоже время, недостаточно развитая производственная база, высокая зависимость от импорта и конкуренция с зарубежными брендами сдерживают развитие.

Некоторые тренды индустрии моды в Казахстане в 2025 году:

- Гармоничное переплетение мировых трендов и традиционных элементов. Молодёжь обращается к свободному стилю, вдохновлённому азиатскими трендами из Японии и Южной Кореи. При этом национальные элементы, такие как тубетейки и принты с казахскими орнаментами, становятся частью повседневного гардероба.
- Использование технических и смарт-материалов, например переработанного нейлона, эко-полиэстера, тканей с UV-защитой и водоотталкивающими пропитками.

Феномен казахстанской моды изучается современными исследователями по трем основным условным направлениям: национальное культурное наследие и мода<sup>44</sup>, подготовка кадров для индустрии моды<sup>45</sup> и собственно развитие индустрии моды с точки зрения промышленного производства и маркетинга<sup>46</sup>. Отражение национального культурного

<sup>43</sup> Казахстан более чем на 40% увеличил экспорт в страны ЕАЭС. Статистика ЕАЭС // SPUTNIK Казахстан - 2023 г. - URL: <https://ru.sputnik.kz/20230515/kazakhstan-uvlichil-tovarooborot-so-stranami-eaes---statistika-34895425.html> (дата обращения: 15.02.2025)

<sup>44</sup> Асанова А.Е. Культурное наследие казахского народа как источник вдохновения дизайнеров-модельеров // МНКО. – 2012, №1 (32) – С. 8-12.

<sup>45</sup> Абишева С.И. Формирование национальной культуры в процессе композиционно-колористической подготовки дизайнеров // Наука о человеке: гуманитарные исследования – 2011, №2 (8). - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-natsionalnoy-kultury-v-protssesse-kompozitsionno-koloristicheskoy-podgotovki-dizaynerov/viewer> (дата обращения: 23.02.2025).

<sup>46</sup> Иваницкий В.П., Щеглов М.С. Факторы влияния на формирование конкурентоспособности предприятий модной индустрии // Journal of New Economy – 2011, №1 (33). - С. 40-45.



наследия казахов в современной моде дало основание автору одной из статей на эту тему очень образно заявить о существовании «популярного этнонаправления, корни которого погружены в космос кочевой культуры древних поселенцев евразийских степей»<sup>47</sup>. При этом исследователи справедливо отмечают, что следование «этностилю» в современной моде не отменяет внедрения в производство новейших научно-технических достижений, технологий и материалов, которые не только не противоречат бережному отношению к национальным традициям, но создают новые возможности для их сохранения и развития на новом художественном уровне.

Особая роль в дизайне одежды отводится традиционным казахским орнаментам. Спектр приемов довольно широк. Аксессуары к одежде, сумки, пояса, головные уборы, декорирование костюма, отделки воротника, окантовки подола платья, акцентирование корсета, декорирование обуви».

Фэшн-индустрия в Казахстане служит механизмом популяризации национальных идей в обществе. М.А. Загитова в своей статье «Мода двойных стандартов: политика и дизайн»<sup>48</sup> отмечает общую тенденцию в региональной индустрии моды, в которой наблюдается взаимодействие современного дизайна с национальным культурным наследием: в ювелирном деле, ковроткачестве, вышивке, моделировании и оформлении одежды; повышенное внимание властей к популяризации национальных этнических мотивов.

С 2022 года в Астане проходит Bozjyra Fashion Week - неделя моды в Казахстане, посвящённая продвижению идей возрождения истоков народов тюркского мира.

В 2024 году в Алматы наградили лауреатов первой Национальной премии в области индустрии моды KFW Awards. Главной задачей было

---

<sup>47</sup> Асанова А.Е. Культурное наследие казахского народа как источник вдохновения дизайнеров-модельеров // МНКО – 2012, №1. - С. 8.

<sup>48</sup> Загитова М.А. Мода двойных стандартов: политика и дизайн // Вестник МИЦАИ – 2022, Т. 33, № 1. - С. 58-70.

выделить специалистов, которые вносят свой профессиональный вклад в fashion-индустрию. Ключевыми игроками на модном рынке являются такие компании, как "Алматы Текстиль" и "Казахстанская швейная фабрика».

По информации агентства Kazinform, в 2024 году объём экспорта продукции лёгкой промышленности Казахстана составил \$218 млн, что выше показателя 2020 года в 3,6 раза и на 14% выше аналогичного периода 2023 года. Рост экспортных поставок наблюдался в подотрасли одежды (на 2%), текстильной продукции (на 26%), кожаной и относящейся к ней продукции (на 31%)<sup>49</sup>.

Экспорт текстиля и одежды из Казахстана растет: в 2023 году он увеличился на 12% и составил 697,4 млн. долларов США<sup>50</sup>. Основными направлениями являются страны ЕАЭС и Центральной Азии.

#### Республика Армения.

Индустрия моды в Армении находится на стадии формирования с точки зрения основополагающей концепции.

Легкая промышленность является одной из 11 стратегических экспортно-ориентированных отраслей Республики и значительный источник занятости, особенно для женщин, которые составляют 90% рабочей силы.

Хотя текстильная промышленность в настоящее время составляет лишь небольшую долю от общего объема промышленности (2,8%) существует большой потенциал для ее развития в плане экономического роста и создания рабочих мест.

По данным Национальной статистической службы Армении, объем рынка моды в 2023 году составил около 500 миллионов долларов<sup>51</sup>.

Экспорт армянской текстильной продукции в страны ЕАЭС и Европу растет: в среднем более чем на 40% ежегодно в период с 2011 по 2020 гг., а в

<sup>49</sup> Международное информационное агентство «Казинформ» - URL:- <https://www.inform.kz/ru/spros-est-proizvodstva-net-cto-proishodit-v-legkoj-promishlennosti-kazahstana-f1051c> (дата обращения 20.04.2025)

<sup>50</sup> Евразийская экономическая комиссия - URL: <https://eec.eaeunion.org> (дата обращения 12.02.2025)

<sup>51</sup> Статистический комитет Республики Армения - URL: <https://armstat.am> (дата обращения 11.02.2025)

2023 году объем экспорта увеличился на 8% и достиг 11,6 млн штук<sup>52</sup>. Увеличение экспорта было связано главным образом с наращиванием поставок на российский рынок по параллельному импорту — на 2,6 млн штук.

Для внешнего рынка, в частности мира моды, дизайнеры из Армении являются новичками. Тем не менее, сегодня их интересы на международных площадках успешно лоббирует Палата моды и дизайна, которая была создана в Армении в 2017 г.<sup>53</sup>. Палата охватывает сеть из 250 дизайнеров одежды, обуви, аксессуаров, из которых более 95% – женщины. Палата моды и дизайна за 5 лет своей деятельности успела привлечь свыше 1,5 млн евро на реализацию различных программ.

Армения, несмотря на небольшой объем рынка, демонстрирует уникальный подход к развитию индустрии моды. Основной акцент делается на локальные бренды и ремесленное производство. Армянские дизайнеры активно используют традиционные мотивы и в своих коллекциях, что делает их продукцию уникальной на международном рынке. Экспериментальными путями представители локальной креативной индустрии пытаются сформировать механизм, который должен запустить работу коллективно созданного лейбла «Сделано в Армении»<sup>54</sup>.

Тренды индустрии моды в Армении включают сочетание современных трендов с элементами культурного наследия страны. Многие коллекции армянских дизайнеров гендерно-нейтральные и сезонно-нейтральные, что расширяет традиционные представления о моде.

---

<sup>52</sup> Measure Twice, Cut Once: Armenia's Textile Industry-2023 / Hranoush Dermoyan - URL: <https://evnreport.com/magazine-issues/measure-twice-cut-once-armenias-textile-industry/> (дата обращения 13.02.2025)

<sup>53</sup> Фешн индустрия Армении / ArmInfo - URL: <https://dzen.ru/a/ZAr1D184Zwo9-GLX> (дата обращения 13.02.2025)

<sup>54</sup> Писаренко В. Мода - инструмент политики и коммуникации / SPUTNIK Армения – 2022. - URL: <https://ru.armeniasputnik.am/20221003/moda---instrument-politiki-i-kommunikatsii-ili-kak-proshel-debyut-made-in-armenia-v-milane-49253240.html?ysclid=lomqsqi9xm268239122> (дата обращения: 13.02.2025)

Основательница Мари Айрапетян создаёт коллекции, в которых сочетаются истоки армянской символики, природа и креативные технологии.

Бренд Sovushka's Bag перешивает армянские ковры в сумки. Узоры ковров посвящены дохристианской вере Армении.

Дизайнеры Инги и Элен Манукян создали бренд LOOM Weaving, в названии которого заключили основную идею — возрождение традиционных ремёсел Армении<sup>55</sup>.

Основные участники рынка моды в Армении включают, например, Палату Моды и Одежды Армении, которая организует мероприятия, связанные с развитием модной индустрии страны. Также к участникам относятся дизайнеры, которые представляют свои коллекции, например, на Ереванской Неделе Моды.

С 8 по 10 ноября 2024 года в выставочном центре Meridian Expo прошла Неделя моды, которая продемонстрировала лучшие местные и международные таланты. Мероприятие было нацелено на поддержку молодых дизайнеров, локального производства и развитие индустрии моды в Армении по международным стандартам.

Что касается экспорта Армении, то его объем за январь-ноябрь 2024 года достиг 12,3 млрд. долларов, продемонстрировав рост на 73,87% или 5,2 млрд. долларов по сравнению с аналогичным периодом 2023 года. Крупнейшим экспортным направлением Армении стали Объединённые Арабские Эмираты, экспорт в которые составил 5,03 млрд. долларов, увеличившись на 3,6 млрд. долларов и заняв 40,88% всего экспортного объёма страны.<sup>56</sup> По прогнозам Statista, в 2025 году выручка на рынке элитной моды в Армении достигнет 5,58 млн. долларов США, а годовой темп роста в период с 2025 по 2029 год составит 7,57%.

<sup>55</sup> 5 армянских модных марок, за которыми стоит следить - URL: -<https://www.pravilamag.ru/life-style/715893-5-armyanskih-modnyh-marok-za-kotorymi-stoit-sledit/> (дата обращения 21.04.2025)

<sup>56</sup> Business media - URL: <https://bm.ge/ru/news/eksport-armenii-vyros-na-74-oae-stali-krupneisim-torgovym-partnerom-obognav-rossiiu> (дата обращения 21.04.2025)

## Республика Кыргызстан.

Республика Кыргызстан считается на начало 2025 года лидером среди стран ЕАЭС в сфере легкой промышленности<sup>57</sup>.

Легкая промышленность, занимая третье после золота и сельхозпродукции место по объему экспорта, дает республике до 30% ВВП, внося существенный вклад в пополнение бюджета<sup>58</sup>. Отрасль состоит из: текстильного производства, производства одежды, производство кожи, изделий из кожи, производства обуви<sup>59</sup>. По данным Национального статистического комитета Кыргызстана, объем производства текстиля и одежды в 2023 году вырос на 7% и составил около 300 миллионов долларов.

Текстильно-швейная отрасль одна из немногих, где высок спрос на рабочую силу<sup>1</sup>. Отрасль экспортно-ориентирована. Основными направлениями экспорта являются страны ЕАЭС и Центральной Азии.<sup>60</sup>

В стране функционирует около 3 тысяч швейных производств, которые ежегодно экспортируют продукцию на сумму свыше 150 миллионов долларов.

Объём рынка индустрии моды в Кыргызстане по прогнозам Statista в 2025 году составит 132,53 млн. долларов США. Ожидается, что годовой темп роста выручки (CAGR 2025–2029) составит 7,14%, в результате чего прогнозируемый объём рынка достигнет 174,64 млн. долларов США к 2029 году.<sup>61</sup>

Кыргызстанские производители активно используют традиционные узоры и техники в современной одежде, что делает их продукцию

---

<sup>57</sup> Кыргызстан стал лидером в сфере легкой промышленности среди стран ЕАЭС / АБН 24 - URL: <https://abnews.ru/news/2025/1/5/kyrgyzstan-stal-liderom-v-sfere-legkoj-promyshlennosti-sredi-stran-eaes?ysclid=m9iidfi7mm339615072> (дата обращения 10.04.2025)

<sup>58</sup> Легпром Киргизии: отрасль, «шитая» импортными нитками / Ритм Евразии-2020. - URL: <https://dzen.ru/a/XO5Mq8ZMsQCubjpf> (дата обращения 10.04.2025)

<sup>59</sup> Айдарбеков М. А., Сальпиева Т. Ш. Современное состояние экспорта и импорта продукции легкой промышленности в Киргизской Республике // Бюллетень науки и практики.- 2021, Т. 7, № 4. - С. 320-326.

<sup>60</sup> Национальный комитет статистики Кыргызской Республики - URL: <https://stat.kg> (дата обращения 11.02.2025)

<sup>61</sup> The Statistics Portal for Market Data - URL: <https://www.statista.com/outlook/emo/luxury-goods/luxury-fashion/armenia> ( дата обращения 10.04.2025)

конкурентоспособной на международном рынке. Все больше производителей начинают использовать современные технологии и материалы, такие как синтетические волокна и текстильные материалы, чтобы создавать более легкие и удобные изделия<sup>62</sup>.

По мнению дизайнера Замиры Молдошевой, в 2025 году будут актуальны замша, бахрома, рюши и стиль бохо. В основном модной будет замша: куртки из этого материала, юбки, обувь и аксессуары. У мужчин в 2025 году в моде будет спорт-шик.

Для повышения качества продукции обеспечения сертификации на производство создаются промышленные зоны и технополисы. В частности, Кыргызско-Российский фонд развития оказал финансовую поддержку фабрике по производству трикотажной ткани «Транстекстиль», предусматривающую кластерный подход, начиная от выращивания хлопка, выпуска ниток, тканей и изделий<sup>63</sup>.

В 2023 году сообщалось, что в Кыргызстане функционирует около 3 тысяч швейных производств, которые ежегодно экспортируют продукцию на сумму свыше 150 млн. долларов. В том же году более 90% женской верхней одежды, импортируемой в Россию, было произведено в Кыргызстане.

Местные товары успешно реализуются на российских маркетплейсах Ozon и Wildberries. Эти компании не только оказывают все услуги фулфилмента, предоставляя бесплатное хранение товара на собственном складе в Бишкеке, формируют, упаковывают и отправляют полученные заказы на любые другие склады, но выступают с инициативой запустить производство брендовой одежды «под ключ».

По прогнозам Statista, в 2025 году выручка на рынке элитной моды в Армении достигнет 5,58 млн. долларов США, а годовой темп роста в период

<sup>62</sup> Сайт Швейной фабрики Amandes – URL: <https://garment.kg/blog/ot-zolotyix-uzorov-do-sovremennyix-stilej-istoriya-shvejnogo-proizvoda/> (дата обращения 28.01.2025)

<sup>63</sup> Райимбердиева Ж.К. Современное состояние и перспективы развития легкой промышленности Кыргызской Республики // Территория науки – 2019, №1. С. 58-63.

с 2025 по 2029 год составит 7,57%. В результате прогнозируемый объём рынка к 2029 году составит 7,47 млн долларов США<sup>64</sup>.

В 2023 году в Кыргызстане прошла Неделя Высокой моды, где были представлены как коллекции известных дизайнеров, так и работы молодых талантов. Дизайнеры смело сочетали изделия из войлока, традиционно основным трендом моды Кыргызстана, с шелком, другими тканями и современными аксессуарами. Бренды одежды Кыргызстана, продемонстрировали свой колорит и доказали, что заслуживают признания модных критиков.

Церемония Central Asia Fashion Awards еще одно мероприятие, прошедшее в 2023 в Бишкеке. Цель Central Asia Fashion Awards – развитие модной индустрии и культуры, а также поддержка и продвижение отечественных дизайнеров и фэшн-туризма в Кыргызстане. Дизайнеры из Кыргызстана и Казахстана презентовали на церемонии свои лучшие коллекции. Планируется, что церемония будет проходить каждый год не только в Кыргызстане, но и во всей Центральной Азии.

С 2021 года в Кыргызстане функционирует Ассоциация креативных индустрий<sup>65</sup>, учредителями которой выступили 9 компаний из креативного сектора Кыргызстана, в том числе из таких отраслей как дизайн и мода.

На основании изученных данных, автором настоящей работы была составлена таблица 1, обобщающая показатели индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС.

---

<sup>64</sup> The Statistics Portal for Market Data-URL:<https://www.statista.com/outlook/emo/luxury-goods/luxury-fashion/armenia> ( дата обращения 10.04.2025)

<sup>65</sup> Ассоциация креативных индустрий - URL: <https://creative.kg/> (дата обращения 02.02.2025)

Таблица №1. Состояние индустрии моды в странах ЕАЭС в 2021-2023 гг.  
(составлено автором)

Страна	Год	Объем отрасли млрд. долл	Темпы роста (%)	Размер экспорта млрд. долл	Экспорт в ЕАЭС (доля от общего)
Россия	2021	24	9	1.7	77%
	2022	23	-4	1.6	76%
	2023	26	13	1.8	78%
Беларусь	2021	0.32	6	0.09	67%
	2022	0.31	-3	0.08	66%
	2023	0.34	10	0.09	68%
Казахстан	2021	2.7	8	0.012	57%
	2022	2.6	-4	0.011	56%
	2023	2.9	11	0.013	58%
Армения	2021	0.045	12	0.0006	37%
	2022	0.043	-5	0.00055	36%
	2023	0.048	15	0.00065	38%
Кыргызстан	2021	0.065	5	0.075	87%
	2022	0.063	-3	0.073	86%
	2023	0.068	8	0.078	88%

Россия, как крупнейший рынок, характеризуется широким спектром производимой продукции, включая одежду, обувь и аксессуары. Однако в 2022 году отрасль столкнулась с трудностями из-за санкционного давления и проблем с логистикой, что привело к снижению показателей. Восстановление в 2023 году было обеспечено благодаря политике импортозамещения и переориентации на новые рынки. Основу российского экспорта составляют текстиль и одежда, а ключевыми партнерами в рамках ЕАЭС являются Беларусь и Казахстан.

Беларусь, в свою очередь, специализируется на производстве одежды, которая и составляет основу ее экспортного потенциала. Главным партнером в торговле с ЕАЭС для Беларуси выступает Россия.

Казахстан экспортирует в основном текстильные изделия.

Индустрия моды Армении отличается небольшим объемом и акцентом на производстве дизайнерской одежды и товаров ручной работы, которые и формируют основную часть экспорта.



Кыргызстан ориентирован на швейное производство, что определяет и структуру его экспорта, представленного швейной продукцией. Основным торговым партнером для Кыргызстана в рамках ЕАЭС также является Россия.

Согласно прогнозам компании Statista, специализирующейся на рыночных и потребительских данных, развитие индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС на 2025-2029 гг. будут следующие (таблица 1).

Таблица №2. Прогнозы развития рынка моды в странах ЕАЭС 2025-2029 гг.<sup>66</sup>

Показатель	Киргизия	Беларусь	Казахстан (Элитная мода)	Армения (Элитная мода)
Выручка в 2025 году, млн долларов	132,5	415,10	6,98	5,58
Совокупный среднегодовой темп роста (2025-2029), %	7,14	9,08	7,75	7,57
Выручка в 2029 году (прогноз), млн долларов	174,6	587,6	9,41	7,47
Число пользователей к 2029 году, млн	0,655	2,4	0,8	0,104
Проникновение на рынок в 2025 году, %	7,3	23,1	3,3	3,8
Средний доход на пользователя в 2025 году, долларов	267,60	206,20	10,72	57,51

Исходя из таблицы можно резюмировать следующее:

- Беларусь демонстрирует самый высокий среднегодовой темп роста (CAGR) – 9,08%, что говорит о значительном потенциале расширения рынка моды в этой стране.
- Кыргызстан, несмотря на более низкий CAGR (7,14%), имеет самый высокий показатель среднего дохода на пользователя (ARPU) – \$267,60, что указывает на более высокую платежеспособность покупателей модной одежды.

<sup>66</sup> The Statistics Portal for Market Data [Электронный ресурс].- URL: <https://www.statista.com/outlook/emo/luxury-goods/luxury-fashion/armenia> ( дата обращения 01.03.2025)

- Казахстан и Армения, сфокусированные на элитной моде, показывают сравнимые CAGR (7,75% и 7,57% соответственно), но совершенно разные показатели ARPU (10,72 и 57,51 соответственно), что указывает на разные характеристики целевой аудитории и ценовую политику в сегменте премиум-одежды.

Беларусь представляется наиболее зрелым и быстрорастущим рынком, а Кыргызстан, Казахстан и Армения имеют значительный потенциал для привлечения новых потребителей и увеличения проникновения на рынок.

## **2.2. Механизмы государственной поддержки индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС**

Государственная политика государств-членов ЕАЭС в отношении креативных индустрий в целом и индустрии моды, в частности, охватывает широкий спектр вопросов: от гармонизации технических регламентов и стандартов качества до поддержки локальных брендов и развития инфраструктуры. Целью политики является формирование конкурентоспособной и инновационной индустрии моды, способной удовлетворить потребности внутреннего рынка и успешно конкурировать на мировом уровне.

Рассмотрим далее наиболее существенные механизмы государственной поддержки индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС.

### **Российская Федерация.**

В 2019 году в России Минпромторгом был предложен проект Стратегии развития лёгкой промышленности до 2025 года, в рамках которой уделялось внимание развитию отечественных брендов, внедрению инновационных технологий и повышению экспортного потенциала, отмечалось, что регионы с традиционными ремеслами и текстильной промышленностью могут стать основой для создания уникальных брендов.

В 2021 году была принята «Концепция развития креативных индустрий», где мода выделена как одно из приоритетных направлений и главная цель — увеличить долю креативных индустрий в ВВП страны. С 5-го февраля 2025 года в силу вступил закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации», который направлен на развитие креативной экономики и создание условий для самореализации граждан на основе их творческого и интеллектуального потенциала. Новый закон установил единые правила для всех креативных индустрий. Субъектам креативных индустрий предоставляется господдержка. Она включает финансовую, имущественную, информационную, образовательную и иную помощь.

Наше государство предлагает комплекс мер по поддержке отрасли легкой промышленности, а именно:

- Финансовая поддержка индустрии моды в России включает гранты, субсидии и льготное кредитование. Министерство промышленности и торговли Российской Федерации предоставляет субсидии на развитие производства, участие в международных выставках и продвижение брендов. Например, программа "Легкая промышленность" поддерживает проекты, направленные на импортозамещение и экспорт. Одной из самых востребованных мер федеральной поддержки являются льготные займы Федерального фонда развития промышленности: за 2024 год в фонд были поданы рекордные 34 заявки от предприятий легкой промышленности, 14 проектов уже профинансированы на сумму более 5 млрд. рублей. В следующем году остаётся компенсация лизинговых платежей, бюджет по лизингу увеличен в 2 раза, промышленная ипотека и субсидии участников промышленных кластеров, а также субсидии производителям тканей для школьной формы и пряжи с содержанием льна.

- Программы поддержки малого и среднего бизнеса, такие как "Промышленный кластер", позволяют дизайнерам и производителям получать кредиты под низкие проценты.

- Деятельность СоюзЛегПром призвана содействовать повышению конкурентоспособности отечественной текстильной, швейной, кожевенной и обувной подотраслей и способствовать интеграции отечественной легкой промышленности в мировой рынок при сохранении и увеличении производственного и финансового потенциала предприятий отрасли.<sup>67</sup>

- В Москве и Санкт-Петербурге созданы кластеры модной индустрии, такие как "Фабрика Станиславского" и "Северная Верфь", где дизайнеры могут арендовать помещения и использовать оборудование.

#### Республика Беларусь.

В Беларуси, помимо общегражданских норм, действует Указ Президента Республики Беларусь №423 «О модельной деятельности», направленный на развитие модельной деятельности, защиту прав ее участников и популяризацию белорусской моды, а также законы «Об авторском праве и смежных правах» и «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы», регулирующие защиту дизайнерских решений и промышленных образцов.

Финансовая поддержка индустрии моды в Беларуси включает:

- гранты Президента Республики Беларусь. Они предоставляются на конкурсной основе в рамках программы поддержки молодых дизайнеров на Белорусской неделе моды. Победителей ждут гранты на создание новых коллекций и обучение;

- для малого и среднего бизнеса действуют программы льготного кредитования.

Особенно заметна в легкой промышленности политика защиты внутреннего рынка от иностранной конкуренции, проводимая руководством

---

<sup>67</sup>Союз предпринимателей текстильной и легкой промышленности- URL: <https://souzlegprom.ru/o-soyuze/> (дата обращения 15.04.2025)

Беларуси в последние десятилетия. В данной стране удалось сохранить и развить этот сектор национальной экономики в условиях жесткой внешней конкуренции с помощью тарифных и нетарифных инструментов торговой политики. Такая политика помогает предотвратить падение конкурентоспособности местной продукции, снизить себестоимость товаров, предназначенных для внешнего рынка, повысить эффективность экспорта и модернизировать технологическое оборудование в промышленности. Косвенным свидетельством успешности выбранной белорусским государством стратегии служит высокая «выживаемость» национальных стартапов в фэшн-индустрии, достигающая 50% и более.

#### Республика Казахстан.

В Казахстане отраслевое регулирование находит отражение в Постановлении Правительства №448 «Об утверждении перечня видов экономической деятельности, относящихся к креативной индустрии».

По информации на декабрь 2024 года, для развития индустрии моды в Казахстане необходима финансовая поддержка от государства, а также больше образовательных программ и улучшение производственных мощностей.

Некоторые меры, которые уже применяются для поддержки отрасли:

- Льготное кредитование проектов через «Фонд развития промышленности». Такой механизм предоставляет возможность долгосрочного и гибкого финансирования с низкими процентными ставками.
- Механизм регулируемых закупок. Он помогает отечественным производителям получать стабильные заказы и повышать долю отечественной продукции на внутреннем рынке.
- Освобождение от уплаты таможенных пошлин отдельных видов товаров, предназначенных для производства продукции лёгкой промышленности.

- Поддержка начинающих дизайнеров. Например, конкурс Next Designer Award empowered by Visa, который предоставляет платформу для демонстрации талантов<sup>68</sup>.

Один из ключевых аспектов развития креативной индустрии в Казахстане — создание креативных кластеров, которые объединяют талантливых специалистов и предпринимателей в различных сферах, таких как дизайн, кино, музыка, мода и так далее.

С 1 июля 2025 года в Казахстане планируют начать работу фонда, который будет поддерживать проекты в сферах музыки, кино, анимации, литературы и искусства.

#### Республика Армения.

В 2023 г. правительство Армении приняло «Стратегию развития текстильной промышленности Армении в 2023–2026 годах» вместе с планом действий. В настоящее время ведутся обсуждения по поводу создания стратегии для развития моды и дизайна в Армении.

В Армении, несмотря на отсутствие специализированных актов, законодательство в сфере культуры регулирует творческие индустрии, в том числе моду, через Закон «Об основах культурного законодательства».

Некоторые меры финансовой поддержки индустрии моды в Армении:

- Освобождение от части пошлин для производителей продукции легпрома. Если закупать ткань для того, чтобы шить в Армении и в дальнейшем экспортировать продукцию в третью страну, то производитель освобождается от уплаты части пошлин.
- Предоставление грантов. Например, проект Bee-online, который позволяет упростить поиск поставщиков сырья, специалистов и компаний, проводящих сторонний контроль качества, получил грант на развитие от Фонда цифровых инициатив Евразийского банка развития.

---

<sup>68</sup> Международное информационное агентство «Казинформ» - URL: <https://www.inform.kz/ru/spros-est-proizvodstva-net-cto-proishodit-v-legkoy-promishlennosti-kazahstana-f1051c> (дата обращения 21.04.2025)

- Для начинающих бизнесменов и компаний со стажем в Армении созданы представительства международных некоммерческих организаций, оказывающих финансовую, менторскую и инвестиционную поддержку.<sup>69</sup>

В рамках Государственной программы развития лёгкой промышленности на 2021–2025 годы уделяется внимание модернизации производственных мощностей, внедрению новых технологий и повышению качества продукции. Беларусь также стремится развивать национальные бренды и продвигать их на международных рынках.

#### Республика Кыргызстан.

В Национальной стратегии развития Кыргызской Республики на период с 2018 по 2040 годы<sup>70</sup> основным направлением развития заявлено укрепление эффективности, инновационности и конкурентоспособности легкой промышленности путем создания кластеров, которые включают в себя всю цепочку производства - от поставок сырья до доставки готовой продукции до конечного потребителя.

Кыргызстан активно развивает правовую базу для креативных индустрий, включая моду: в 2022 году был принят закон «О парке креативных индустрий», предоставляющий льготы резидентам, а также Концепцию развития креативной экономики на 2022-2026 годы, определяющую индустрию дизайна и моды в качестве драйвера роста<sup>71</sup>. Индустрии дизайна и моды заявлены в качестве драйверов роста креативной экономики, приоритетными направлениями развития названы: создание условий для развития различных платформ и другой инфраструктуры.

<sup>69</sup> International Wealth //Fashion-индустрия в Армении – развитая сфера для быстрого старта - URL: <https://internationalwealth.info/offshore-business-abroad/fashion-industry-development-in-armenia/> (дата обращения 21.04.2025)

<sup>70</sup> Национальной стратегии развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы. – URL: <https://mineconom.gov.kg/storage/directs/documents/209/15421950795bec078718fff.pdf> (дата обращения 21.04.2025)

<sup>71</sup> Постановление Кабинета Министров Кыргызской Республики от 21 апреля 2022 года № 228 «Об утверждении Концепции развития креативной экономики в Кыргызской Республике на 2022-2026 годы» – URL: [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=34755455](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=34755455) (дата обращения 21.04.2025)

Правительство Кыргызстана заинтересовано в развитии лёгкой промышленности. Для этого предпринимателей швейной отрасли освободили от трёх видов налога: на прибыль, на добавленную стоимость и с продаж. Вместо них на период до 1 января 2027 года введён единый сбор в размере 0,25% от выручки.

Также для стимулирования индивидуальных предпринимателей сокращены ставки страховых взносов. Для предприятий с количеством работников более 50 человек они снижены с 27,25 до 12%.<sup>72</sup>

Кроме того, предусмотрено предоставление земельных участков для промышленных и экономических зон, а также запущена система, стимулирующая отечественных производителей - в рамках государственных закупок госорганы обязаны производить закупки только у них.

### **2.3. Кооперация государств-членов ЕАЭС в индустрии моды и легкой промышленности**

Высокий потенциал внутриотраслевой и региональной кооперации является спецификой легкой промышленности. Предприятия текстильной промышленности являются поставщиками сырья для обувной и швейной подотраслей.

Высокий потенциал регионального сотрудничества в легкой промышленности обусловлен не только развитием интеграционных процессов в рамках ЕАЭС, но и изменениями в цепочках создания стоимости, характерных для легкой промышленности, где сегодня основная доля добавленной стоимости создается в сфере услуг - дизайнерских, маркетинговых, торговых и т.д. Вместе с тем, наличие материального производства текстильной и швейной продукции является условием

---

<sup>72</sup> Количество заказов из РФ на швейные изделия из Кыргызстана увеличивается / Российская газета- URL: [https://finance.rambler.ru/economics/52384743/?utm\\_content=finance\\_media&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=copylink](https://finance.rambler.ru/economics/52384743/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink) <https://finance.rambler.ru/economics/52384743-kolichestvo-zakazov-iz-rf-na-shveynye-izdeliya-iz-kyrgyzstana-uvelichivaetsya/> (дата обращения 21.04.2025)



востребованности этих промышленных услуг<sup>73</sup>. Так, один из крупнейших мировых экономических агентов в легкой промышленности «Nike» не имеет собственных производственных мощностей.

Государства-члены ЕАЭС активно вовлечены в международные цепочки создания добавленной стоимости в индустрии моды. Кооперация осуществляется в области производства кожи и обуви, изделий из льна, химических волокон и технического текстиля, обработки шерсти, а также в области межотраслевой кооперации с химическими предприятиями, в сфере освоения инновационных технологий.

Обозначим далее общие направления кооперации участников индустрии моды, используемые государствами-членами ЕАЭС.

1) Важным направлением является финансирование и льготное кредитование совместных кооперационных проектов в промышленной сфере:

- **Льготный кредит.** Его можно получить за счёт долевых взносов, которые поступают в бюджеты стран-участниц ЕАЭС от взимания пошлин. Максимальный объём субсидии, предоставляемой по одному проекту, - не более 350 млн. российских рублей в год. Период льготного кредитования не может превышать 5 лет. Основным критерием отбора является участие в проекте предприятий из трёх и более стран ЕАЭС. Бюджет программы составит порядка \$20 млн в год за пять лет, что поможет профинансировать проекты общей стоимостью до \$1 млрд.

- **Субсидирование процентной ставки по кредитам.** Льгота введена в июне 2024 года изменениями в Договор о ЕАЭС по финансовому содействию кооперационным проектам в промышленности. Субсидирование происходит

---

<sup>73</sup> Сергиевич Т.В., Герман Е.В. Развитие межгосударственного сотрудничества в производстве товаров интенсивного обновления в ЕАЭС // материалы Международной научной конференции «Духовность. Образование. Наука: толерантность и нравственность в структуре духовной жизни общества» - Минск: Белорусский национальный технический университет, 2017. - С. 287-291.

в размере 100% ключевой ставки, если в проекте участвуют юридические лица как минимум из трёх стран ЕАЭС<sup>74</sup>.

2) Другим не менее важным направлением поддержки является организация совместных мероприятий в рамках ЕАЭС, направленных на укрепление сотрудничества и продвижение моды регионов СНГ на международном уровне.

Например, Россия и Белоруссия регулярно проводит крупные международные выставки и модные показы, которые нуждаются в большей ориентации на поддержку местных производителей и дизайнеров.

С 2022 года запущен международный культурно-экономический проект, объединяющий на одной площадке представителей легкой промышленности и модного бизнеса государств СНГ - международный форум «Содружество моды»<sup>75</sup>.

3) Поддержка участников индустрии моды также проводится в направлении онлайн торговли и борьбы с контрафактной продукцией, поскольку быстрый рост онлайн-торговли создает риски для потребителей и тормозит развитие национальных брендов.

В 2023 году на территории Евразийского экономического союза заработала платформа ВЕЕ-online.ru, которая нацелена на сотрудничество производителей, продавцов и поставщиков товаров в сфере пошива одежды.

21 октября 2024 года было вынесено Решение Совета Евразийской экономической комиссии о расширении перечня товаров лёгкой промышленности, подлежащих маркировке средствами идентификации в ЕАЭС.<sup>76</sup> Маркировка распространилась, в частности, на детскую одежду,

<sup>74</sup> Договор о Евразийском экономическом союзе – URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_163855/?ysclid=ma28ka7pw7181698697](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/?ysclid=ma28ka7pw7181698697) (дата обращения 05.03.2025)

<sup>75</sup> Официальный сайт форума «Содружество моды» - URL: <http://cis-fashion.ru/> (дата обращения 05.03.2025)

<sup>76</sup> Решение Совета Евразийской Экономической Комиссии «О введении маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации» – URL: [https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=481062&utm\\_source=yandex&utm\\_medium=organic&utm\\_referer=yandex.ru&utm\\_startpage=kontur.ru%2Fmarkirovka%2Fspravka%2F48063-](https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=481062&utm_source=yandex&utm_medium=organic&utm_referer=yandex.ru&utm_startpage=kontur.ru%2Fmarkirovka%2Fspravka%2F48063-)

купальные костюмы, галстуки, детское и женское бельё, а также головные уборы. В отношении указанных товаров страны ЕАЭС вправе установить запрет на оборот немаркированной продукции с 1 марта 2025 года. С клиентами Евразийского экономического союза работают такие российские маркетплейсы как Wildberries (Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Армения) и Ozon (Беларусь, Казахстан). При этом все российские компании и предприниматели, которые вывозят товары в ЕАЭС, обязаны сдавать статистическую форму в Федеральную таможенную службу (ФТС).

Перечисленные меры поддержки формируют благоприятные условия для развития кооперационных проектов в промышленной сфере ЕАЭС, в том числе в отрасли легкой промышленности, создают прочный фундамент для дальнейшего экономического роста индустрии моды в евразийском регионе.

Доля кооперационных проектов в общей стоимости продукции отрасли легкой промышленности стран СНГ за последние 10 лет повысилась на 5% (с 10 до 15%), где большую долю 35-40% занимает российско-узбекистанская кооперация.

Тем не менее, состоявшаяся в Москве 2-я Евразийская выставка-конгресс лёгкой промышленности «Легпром СНГ+» обозначила востребованность более тесной кооперации в этой отрасли между странами ЕАЭС и в целом – СНГ. Ряд внутри- и внешнеэкономических факторов пока сдерживают более активное развитие кооперационных взаимосвязей в легпроме<sup>77</sup>.

В рамках ЕАЭС регулирование деятельности модной индустрии осуществляется, в том числе, через документы, касающиеся результатов интеллектуальной собственности, на основе следующих основных региональных соглашений:

---

markirovka\_legkoy\_promyshlennosti&utm\_orderpage=kontur.ru%2Fmarkirovka%2Fspravka%2F48063-markirovka\_legkoy\_promyshlennosti ( дата обращения: 03.03.2025)

<sup>77</sup> Легпром СНГ и ЕАЭС: конкретные приоритеты кооперации пока не согласованы / Ритм Евразии - URL: <https://dzen.ru/a/ZuKbWrTlzD5XNTSu?ysclid=m9lafm0qzp588362549> (дата обращения 21.04.2025)

1. Соглашение о единых принципах регулирования в сфере охраны и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности (подписано 09.12.2010). Документ направлен на обеспечение равного уровня охраны и защиты прав на РИД для правообладателей Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации, подписавших его, а также на координацию действий в рамках участия в ВОИС.

2. Соглашение о мерах по предупреждению и пресечению использования ложных товарных знаков и географических указаний (подписано 04.06.1999). Документ направлен на координацию действий стран СНГ для предотвращения недобросовестной конкуренции и предотвращения и пресечения использования ложных товарных знаков и географических указаний.

3. Соглашение о сотрудничестве по пресечению правонарушений в области интеллектуальной собственности (подписано 19.05.2000). Стороны договорились о сотрудничестве в вопросах предупреждения, выявления, пресечения и расследования правонарушений в этой области на основе соблюдения принципов равноправия и взаимной выгоды и в соответствии с международными договорами и своим национальным законодательством.

4. Евразийская патентная конвенция (подписана 09.09.1994). Документ стал основой формирования региональной системы правовой охраны РИД, учредил Евразийскую патентную организацию.

5. Соглашение о сотрудничестве в области охраны авторского права и смежных прав (подписано 24.09.1993.).

6. Концепция формирования национальных баз данных и организации межгосударственного обмена информацией по предупреждению и пресечению правонарушений в области интеллектуальной собственности (подписано 25.05.2006).

Эти документы направлены на гармонизацию законодательства государств-членов в сфере охраны и защиты прав на объекты

интеллектуальной собственности, а также на защиту интересов правообладателей.

### **Выводы по второй главе.**

1) Индустрия моды во всех государствах-членах ЕАЭС в настоящее время демонстрирует положительную динамику в развитии после 2022 года, который стал периодом спада для индустрии моды во многих государствах-членах ЕАЭС, что, вероятно, связано с геополитической обстановкой и общими экономическими трудностями.

Положительная динамика обусловлена ростом интереса потребителей к местной продукции, появлением новых талантливых дизайнеров и брендов, использованием цифровых технологий в производстве и дизайне, увеличением экспортной направленности и инвестиций.

Рынки моды государств-членов ЕАЭС характеризуются разнонаправленными социально-экономическими показателями, но имеют общие тенденции и проблемы развития. Россия является лидером по объему модного рынка, количеству производственных предприятий и развитию дизайнерской сферы: за последние годы увеличивается не только объем выпускаемой продукции, но и прибыль отечественных брендов. Беларусь и Казахстан обладают развитой текстильной промышленностью, но в меньшей степени ориентированы на создание собственных брендов. Армения и Кыргызстан имеют потенциал в развитии креативных индустрий и производстве уникальной продукции, но сталкиваются с проблемами финансирования и инфраструктуры.

Общими барьерами развития индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС являются: зависимость легкой промышленности от импорта сырья, высокие риски нарушения прав интеллектуальной собственности, низкая рентабельность производств, недостаток квалифицированных кадров, слабая кооперация между дизайнерами и текстильными фабриками, ориентация

только на локальные и региональные рынки (экспорт в страны ЕАЭС играет важную роль для всех участников экономического союза, особенно значимым он является для экономики Кыргызстана), отсутствие специализированного статистического учета индустрии моды и смежных с ней отраслей.

2) В государствах-членах ЕАЭС ведется работа по формированию и совершенствованию нормативно-правовой базы и стратегических документов, регулирующих деятельность индустрии моды. Поддержка предприятий легкой промышленности и участников индустрии моды направлены на: совершенствование законодательства об интеллектуальной собственности для борьбы с контрафактной продукцией и защиты интересов потребителей, развитие инфраструктуры (кластеры, технопарки и др.), предоставление финансовой помощи и льгот для роста конкурентоспособности производств, организацию совместных мероприятий для продвижения продукции на внутреннем и внешнем рынках.

3) Основные направления текущего взаимодействия государств-участников ЕАЭС в индустрии моды касаются: традиционной и онлайн торговли (взаимопоставки сырья, полуфабрикатов и готовой продукции), финансовой поддержки, совместных мероприятий, гармонизации законодательства об интеллектуальной собственности. Однако пока кооперационные проекты не стали центральным вектором партнерства государств-членов ЕАЭС в отрасли легкой промышленности. Практическое продвижение кооперационных проектов зависит от их поддержки на межгосударственном уровне. Возможности роста индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС исходят из кооперации в рамках цепочек создания добавленной стоимости (сейчас - чаще всего они происходят в двустороннем формате).

### **Глава 3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ГОСУДАРСТВЕННОМУ УПРАВЛЕНИЮ ИНДУСТРИЕЙ МОДЫ В ГОСУДАРСТВАХ-ЧЛЕНАХ ЕАЭС**

#### **3.1. Проблемы и тренды в индустрии моды**

Индустрия моды в последние десятилетия претерпевает значительные изменения, охватывающие не только дизайнерские тренды, но и социальные, экономические и экологические аспекты. Эти изменения оказывают влияние на все регионы мира, в том числе и на страны Евразийского экономического союза.

Одним из самых серьезных вызовов, с которыми сталкивается рынок моды, является рост экологической ответственности. Потребление ресурсов и производство текстиля часто сопровождаются значительными экологическими последствиями, такими как загрязнение водоемов, выбросы углекислого газа и вырубка лесов. В этом контексте законодатели и компании должны принять меры для уменьшения негативного воздействия на окружающую среду, развивая устойчивые технологии и используя натуральные материалы.

Социальные проблемы, например, условия труда на производстве одежды, остаются остромировой проблемой. Часто работающие на текстильных фабриках люди сталкиваются с низкими зарплатами и невыносимыми условиями труда. Для стран ЕАЭС, где рабочие места в индустрии моды могут стать важной частью экономики, необходимо идти по пути повышения стандартов трудового права.

В последние годы цифровизация становится важным фактором в индустрии моды. Онлайн-продажи и социальные сети набирают популярность, что создает новые возможности, но и ставит перед компаниями сложные задачи. Для этого необходимо инвестировать в

цифровые технологии, развивать онлайн-магазины, использовать аналитику для понимания потребностей клиентов.

На сегодняшний день глобализация усиливает конкуренцию на рынке моды. Новые игроки выходят на рынок, зачастую это приводит к падению цен и снижению качества. Усложняется конкуренция с более глобальными брендами, которые тоже начинают адаптироваться к местным запросам. Страны ЕАЭС могут столкнуться с трудностями, пытаясь конкурировать с более крупными брендами из развитых стран. Важно развивать местные бренды и поддерживать дизайнеров, чтобы создать здоровую конкурентную среду, а также искать ниши, в которых они могут предложить что-то уникальное.

Ключевым мировым трендом fashion-сегмента аналитики называют стремительное снижение потребительского спроса в Азии. При этом, будет активно развиваться серый рынок при многих нерешенных экономических и геополитических проблемах во всем мире. Компании могут удвоить усилия по диверсификации своего присутствия в азиатских странах, заложив основы для ниаршоринга - это такой тип аутсорсинга, в ходе которого компания ищет партнера по развитию в другой стране или регионе. Такая бизнес-стратегия направлена на то, чтобы разместить часть или даже все операции рядом с тем местом, где непосредственно продается продукция компании.

Еще одна тенденция: фокус на более старшее, так называемое «серебряное» поколение. Если раньше модные дома фокусировались на продажах среди молодежи, то с 2025 года бренды будут все больше ориентироваться на людей старше 50 лет, за счет которых гораздо легче наращивать продажи. Мировой кризис и рост цен окончательно заставят покупателей пересмотреть отношение к люксу и начать больше экономить. Так, 70% руководителей модной индустрии среди главных проблем назвали отсутствие доверия потребителей к брендам и желания тратить деньги<sup>78</sup>. Для

---

<sup>78</sup> The State of Fashion 2024. – Report of McKinsey's – 2024 – 127 p.



увеличения выручки модным домам необходимо будет локализовывать рыночные модели, расширять ценовой диапазон, уделяя внимание более бюджетным коллекциям.

Еще один важный момент: перенасыщенность рынка. У клиентов слишком много возможностей для выбора, что негативно влияет на их вовлеченность, а, следовательно, на показатели конверсии брендов.

Эксперты говорят, что покупатели одежды хотят гиперперсонализации. Таким образом, еще больше внимания будет уделяться развитию искусственного интеллекта, который будет подбирать контент потребителям, не перегружая их. По данным McKinsey, 82% покупателей готовы к тому, чтобы искусственный интеллект помог им с выбором.

Одним из ключевых общих трендов мировой индустрии моды является растущий интерес к локальным брендам и национальной идентичности. В настоящее время потребители все больше ценят уникальность, качество и культурное наследие, что открывает двери для местных дизайнеров, предлагающих одежду с национальными мотивами или переосмысляющих традиционные элементы.

Все больше потребителей проявляют интерес к этической моде, экологически чистым материалам и прозрачному производству. Бренды, которые заботятся об окружающей среде и соблюдают этические стандарты, получают все больше поддержки со стороны потребителей. Это явление особенно заметно в странах с богатой историей и культурой, таких как Армения, Беларусь и Казахстан, что создает потенциал для развития локального производства и использования натуральных материалов.

Культурное наследие стран ЕАЭС — это уникальный ресурс, который можно использовать для укрепления позиций на международной арене; богатое культурное наследие могло бы стать основой для уникальных коллекций и брендов. Интеграция национальных традиций в современные

коллекции и продвижение их через моду помогут не только сохранить культурное наследие, но и привлечь внимание мировой общественности.

Однако отсутствие системной поддержки со стороны государства и низкий уровень осведомленности о мировых трендах не позволяют в полной мере использовать этот потенциал. Несмотря на высокий потенциал и позитивные тенденции развития, страны ЕАЭС сталкиваются с рядом серьезных проблем и вызовов, требующих комплексного решения и активного участия как государства, так и бизнеса.

Рассмотрим проблемы наиболее острые для стран-ЕАЭС:

1) Проблема контрафакта.

Контрафактная продукция остается серьезной проблемой для всех стран ЕАЭС, наносящей значительный ущерб отечественным производителям и подрывающей доверие потребителей к местным брендам.

Неэффективные меры по борьбе с контрафакцией и пиратством, недостаточный контроль за соблюдением прав интеллектуальной собственности позволяют недобросовестным производителям безнаказанно копировать чужие разработки и продавать подделки под видом оригинальной продукции.

Государственное регулирование индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС сталкивается с такими проблемами как недостаточная гармонизация законодательства, усложняющая защиту прав на РИД, несмотря на наличие региональных соглашений. Сложность и дороговизна процедур регистрации товарных знаков и промышленных образцов создает барьеры для малого и среднего бизнеса.

2) Слабая развитость креативной инфраструктуры также является проблемой для индустрии моды стран ЕАЭС.

Не хватает модных кластеров, технопарков, коворкингов и других площадок, обеспечивающих поддержку предпринимателей и стимулирующих инновации. Отсутствие современных выставочных

площадей, дизайнерских студий и производственных мастерских затрудняет развитие бизнеса и привлечение инвестиций.

### 3) Проблемы онлайн торговли.

В современной экономике онлайн-продажи набирают обороты, позволяя брендам достигать более широкой аудитории и предлагать свои товары в любом регионе ЕАЭС.

Социальные сети стали ключевыми каналами продвижения и продаж для многих дизайнеров и производителей. В связи с этим, наблюдается развитие технологий, связанных с VR и AR, которые могут применяться в онлайн-шопинге. Но это несет и определенные вызовы. Местным брендам, особенно начинающим, трудно конкурировать с большими онлайн-платформами, которые обладают огромными бюджетами на рекламу и продвижение. Требуются новые стратегии маркетинга и продаж, которые позволят локальным игрокам занять свое место на рынке.

На данный момент разрабатываемый проект Соглашения об электронной торговле товарами в ЕАЭС находится в высокой степени готовности для проведения внутригосударственных согласований. По словам заместителя Министра экономики Республики Беларусь А. Абраменко: «...будут установлены требования к профессиональным участникам электронной торговли в части публичной оферты о заключении договора розничной купли-продажи, требования к операторам электронной торговой площадки в части публичной оферты об оказании ими услуг продавцам. Также определяют перечень обязательных к предоставлению профессиональными участниками электронной торговли сведений о товаре, продавце и операторе электронной торговой площадки и иных необходимых сведений, требования к информированию потребителя о ходе исполнения

договора розничной купли-продажи, условия возврата товара и денежных средств и другие нормы»<sup>79</sup>.

4) Недостаточная конкурентоспособность продукции.

Она связана с рядом факторов, включая: устаревшее оборудование, нехватку квалифицированных кадров, ограниченный доступ к современным технологиям и инновационным материалам. Производители из стран ЕАЭС часто не могут предложить продукцию, соответствующую современным требованиям по качеству, дизайну и маркетингу, что приводит к преобладанию импорта на рынке.

5) Недостаток работающих финансовых инструментов и механизмов, таких как льготные кредиты и гранты, особенно для малых и средних предприятий в регионах.

6) Отсутствие специализированных учебных заведений и программ подготовки кадров для индустрии моды тормозит развитие креативного потенциала.

7) Проблема продвижения и маркетинга также является актуальной для индустрии моды стран ЕАЭС, чьи бренды часто не обладают достаточными ресурсами и опытом для эффективного продвижения своей продукции на внутреннем и внешнем рынках. Отсутствие масштабных рекламных кампаний, недостаточная представленность в торговых сетях и онлайн-платформах затрудняют выход на потребителя и формирование узнаваемости бренда. Зависимость от экспорта определенных видов продукции, что создает риски при изменении спроса на мировом рынке.

8) Нельзя не упомянуть и о проблемах, связанных с логистикой и доступом к международным рынкам.

Несмотря на общее экономическое пространство, внутри ЕАЭС сохраняются барьеры, затрудняющие перемещение товаров и услуг. Это

---

<sup>79</sup> Электронная торговля товарами в ЕАЭС: чего ждать продавцам и покупателям - 2025 - URL: <https://ilex.by/news/elektronnaya-torgovlya-tovarami-v-eaes-chego-zhdet-prodavtsam-i-pokupatelyam/> (дата обращения: 25.03.2025)

особенно актуально для малого и среднего бизнеса, который составляет основу индустрии моды. Высокие таможенные пошлины, сложные процедуры сертификации и отсутствие эффективных каналов сбыта за пределами союза ограничивают возможности локальных брендов.

#### 9) Отсутствие согласованной политики.

Несмотря на то, что союз создан для укрепления экономических связей и гармонизации законодательства, в сфере моды до сих пор не существует. Это приводит к разрозненности усилий, дублированию функций и отсутствию синергии между странами-участницами. Например, Россия, Казахстан и Беларусь развивают свои локальные бренды, но их взаимодействие ограничено, что не позволяет создать единый конкурентоспособный рынок.

Для решения этих проблем необходимо разработать единую стратегию развития индустрии моды в рамках ЕАЭС, которая бы включала меры по поддержке локальных брендов, защите интеллектуальной собственности, развитию инфраструктуры и образовательных программ.

### **3.2. Рекомендации по повышению эффективности государственного управления индустрией моды в государствах-членах ЕАЭС**

В условиях растущей конкуренции на мировых рынках государства-члены ЕАЭС сталкиваются с необходимостью повышения эффективности государственного управления в этой сфере.

Механизмы поддержки индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС требуют дальнейшего развития: несмотря на существующие инструменты, необходимо сделать их более доступными для малых и средних предприятий.

Каждая страна ЕАЭС может найти свой путь развития индустрии моды, используя уникальные преимущества и преодолевая существующие вызовы.

### Россия.

Страна обладает широким потенциалом для наращивания производства в легкой промышленности.

Требуется:

- усиление защиты интеллектуальной собственности, особенно в онлайн-сегменте;
- регулирование электронной коммерции и развитие цифровых платформ, которые позволят российским брендам эффективнее продвигаться как внутри страны, так и за рубежом, особенно в Азии и СНГ;
- обновление парка промышленного оборудования;
- развитие логистики, с особым акцентом на региональное развитие и используя альтернативные маршруты через страны ЕАЭС, Китай и Турцию;
- диверсификация поставок;
- развитие собственного производства тканей и фурнитуры,

### Беларусь.

Беларусь традиционно славится качественным текстилем, и этот имидж следует укреплять, делая ставку на экологичность и долговечность продукции. Сертификация и четкое позиционирование помогут белорусским товарам конкурировать с зарубежными аналогами.

Для снижения зависимости от импортного сырья стоит развивать совместные предприятия с Россией и Турцией, а также внедрять альтернативные материалы, такие как органические и переработанные волокна.

Расширение экспорта в страны ЕАЭС, Ближнего Востока и Азии, участие в международных выставках и развитие нишевых направлений (спецодежда, медицинский текстиль) откроют новые возможности для роста.

Страна должна расширить спектр финансовых механизмов и привлекать частный капитал, проявлять большую гибкость в

стимулировании инноваций; усилить поддержку образования в сфере дизайна и создавать площадки для разработки перспективных моделей.

Казахстан, Армения и Кыргызстан.

В этих странах производство одежды находится на этапе становления. Все три страны нуждаются в:

- поддержке участия в международных мероприятиях;
- создании собственных платформ для демонстрации и продвижения продукции;
- формировании более доступных инструментов финансирования для поддержки малого и среднего бизнеса, стимулирования инноваций и расширения экспортных возможностей;
- комплексном развитии инфраструктуры, включающей образовательные учреждения, дизайн-бюро и логистические центры;
- упрощении процедур сертификации, таможенного оформления и защиты прав интеллектуальной собственности.

Казахстан демонстрирует растущий интерес к национальным мотивам в моде, что создает благоприятные условия для развития локальных брендов. Поддержка дизайнеров, использующих казахские традиции в современном стиле, и активное продвижение в социальных сетях помогут привлечь внимание молодежи. Однако для устойчивого роста необходимо развивать производственную базу, инвестируя в швейные фабрики и создавая полный цикл производства – от ткани до готового изделия. Стимулирование внутреннего спроса через программы лояльности и развитие онлайн-торговли, а также экспорт в Россию, Узбекистан и Китай через маркетплейсы укрепят позиции казахстанской легкой промышленности.

Армения делает ставку на дизайнерскую моду и ручную работу, что позволяет ей занимать нишу в премиальном сегменте. Для дальнейшего роста важно поддерживать местных дизайнеров через гранты и участие в международных выставках. Экспортный потенциал Армении связан со

странами диаспоры – США, Францией, Россией, где можно продвигать бренды через онлайн-платформы и этнические СМИ. Однако слабая производственная база и зависимость от импортного сырья остаются ключевыми проблемами. Решить их можно через сотрудничество с Турцией, Ираном и Россией в закупке материалов, а также через развитие местного производства шерсти и хлопка. Создание fashion-инкубаторов и привлечение инвестиций в креативную индустрию помогут раскрыть потенциал армянских дизайнеров.

Кыргызстан ориентирован на швейное производство на экспорт, используя низкие трудовые затраты. Однако низкое качество продукции и зависимость от внешних рынков сдерживают развитие. Для повышения конкурентоспособности необходимо обучать производителей современным технологиям, приглашая экспертов из Турции и Китая, а также внедрять стандарты качества. Специализация на массовом пошиве одежды для зарубежных брендов (аутсорсинг). Привлечение инвестиций в текстильную отрасль через свободные экономические зоны и развитие инфраструктуры (логистика, энергоснабжение) создадут условия для роста. Дополнительным направлением может стать производство экологичного текстиля и пошив национальной одежды для туристов и диаспоры.

Для каждого государства-члена ЕАЭС ключевыми сферами совершенствования государственного управления индустрией моды являются:

#### 1) Инфраструктура

Важным фактором является наличие развитой креативной инфраструктуры, включая транспортные сети, образовательные учреждения, сети логистических центров.

2) Технологическая поддержка для эффективного функционирования производственных процессов.



Создание государственных программ поддержки, направленных на обновление оборудования для производителей, особенно малых и средних предприятий. Внедрение льготных кредитов для покупки современного оборудования.

## 2) Бизнес-среда.

Легкая промышленность чувствительна к международным торговым политикам, включая тарифы, торговые санкции и изменения валютных курсов. Бизнес-среда, налоговые ставки, законодательные нормы и правила, упрощающие административные процедуры, играют роль при выборе места размещения предприятий легкой промышленности. Некоторые регионы могут предоставлять льготы для инвесторов или обладать более удобной для бизнеса юридической средой.

## 3) Диверсификация экспортного потенциала.

Необходимо совершенствовать таможенное регулирование, упростив процедуры таможенного оформления и снизив таможенные пошлины на ввоз сырья, материалов и оборудования для индустрии моды.

## 4) Рост конкурентоспособности продукции.

Поддержка исследований и разработок в области новейших технологий и материалов. Создание грантов и субсидий для стартапов, занимающихся инновациями в модной индустрии.

## 5) Развитие маркетинга.

Расширение сотрудничества между государственными органами и частным сектором для разработки общих рекламных стратегий. Развитие платформы для электронной коммерции, где местные производители могут продавать свои товары, а также продвижение через социальные сети и партнерства с инфлюенсерами. Установление финансирования для участия отечественных брендов в международных модных выставках и ярмарках, что поможет повысить их видимость и укрепить имидж.

Такими усилиями можно создать конкурентоспособную, устойчивую и инновационную индустрию моды, которая станет визитной карточкой каждого региона ЕАЭС на мировой арене.

### **3.3. Рекомендации в отношении единого подхода к социально-экономическому развитию индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС**

Проведённый анализ показал насколько важно государствам-членам ЕАЭС продолжать развивать сотрудничество в индустрии моды: несмотря на доминирование на рынке одного крупного партнера, оно создает возможности для расширения рынков сбыта, отечественных производителей, привлечения инвестиций и обмена опытом.

Повышение эффективности государственного управления индустрией моды в странах ЕАЭС требует системного подхода, объединяющего все заинтересованные стороны, что позволит создать конкурентоспособную, устойчивую и инновационную индустрию моды, способную стать визитной карточкой региона на мировой арене.

В этой связи целесообразным видится наличие единого подхода к социально-экономическому развитию индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС, который будет повышать эффективность модной индустрии в каждой стране.

Можно рекомендовать государствам-членам ЕАЭС разрабатывать программы развития индустрии моды в контексте совместного сотрудничества с учетом следующих стратегических направлений:

#### **1) Совместное освоение и внедрение инноваций и технологий**

На уровне ЕАЭС уже разработаны совместные проекты, направленные на внедрение новых технологий в переработку текстиля, что может привести к созданию единого рынка вторичных сырьевых материалов.

Современная легкая промышленность активно внедряет цифровизацию производственных процессов, автоматизацию и использование роботизированных систем. Это позволяет сокращать затраты на производство и улучшать качество продукции.

## 2) Развитие высококачественной переработки сырья на территории стран ЕАЭС

Легкая промышленность тесно связана с международными цепочками поставок, что требует от предприятий адаптироваться к глобальным рыночным условиям и изменениям в тарифных политиках.

Практически все страны ЕАЭС (за исключением, Беларуси в меньшей степени) испытывают зависимость от импортного сырья и готовой продукции. Это делает их уязвимыми к колебаниям цен и изменениям в международной торговой политике.

Взаимные поставки ряда видов сырьевой и промежуточной (полуфабрикатной) продукции – это основные предпосылки развития кооперационных взаимосвязей в отрасли. Тем более, что санкционная политика коллективного Запада в отношении Российской Федерации и Республики Беларусь включает запреты и ограничения на поставки в страны многих видов сырьевых, промежуточных и готовых товаров легпрома, а также современного отраслевого оборудования.

## 3) Совместное продвижение национального колорита и креативности

Современные потребители все больше ориентируются на устойчивость продукции, её качество и индивидуальность. Это подталкивает производителей к разработке инновационных решений и персонализированных предложений.

Интеграция национальных мотивов и традиций в современный дизайн может стать конкурентным преимуществом для стран ЕАЭС на международном рынке.

Единая цифровая платформа для продвижения продукции индустрии моды стран ЕАЭС на внутреннем и внешнем рынках. Эта платформа должна предоставлять информацию о производителях, дизайнерах, коллекциях, модных мероприятиях и других событиях, связанных с индустрией моды ЕАЭС.

#### 4) Борьба с нарушениями прав интеллектуальной собственности.

Успешное развитие индустрии моды неразрывно связано с творчеством, которое нуждается в правовой защите. Эффективное государственное регулирование, обеспечивающее равные условия для всех участников рынка и защищающее права интеллектуальной собственности, является ключевым фактором для стимулирования креативности и предотвращения плагиата. Необходимо расширить сферу защиты прав интеллектуальной собственности (авторское право, дизайн, промышленный шпионаж, товарные знаки и др.) в совокупности с реализацией мер по борьбе с контрафактной продукцией в индустрии моды.

#### 6) Рабочая сила и трудовые ресурсы

Специфика производственных процессов легкой промышленности требует наличия квалифицированной и неквалифицированной рабочей силы.

Вот цитата со слов Натальи Никитиной - владелицы производства по пошиву малых серий премиального сегмента одежды: «Многие предприятия перераспределили функции: производство продолжает работать, но разработка и конструкторские бюро всё чаще уходят на фриланс. Это препятствует гармоничному развитию лёгкой промышленности. Мы работаем в условиях ограниченного потенциала, но готовы делиться нашими возможностями и структурой. Сохранение полного производственного цикла, включая подготовку кадров, сейчас очень непростая задача»<sup>80</sup>.

Предоставлять гранты и стипендии для стажировок и повышения квалификации специалистов в сфере индустрии моды в ведущих мировых

---

<sup>80</sup> Будущее модной индустрии России глазами профессионалов / Московская ТПП – URL: <https://moscow.tpprf.ru/ru/news/570036/> (дата обращения 05.05.2025)

центрах, а также внедрить систему образования, сочетающую теоретическое обучение с практической работой на предприятиях индустрии международных выставках и конференциях, что позволит им ознакомиться с новыми технологиями и установить контакты с потенциальными партнерами, а также создать центры трансфера технологий, обеспечивающие доступ предприятий индустрии моды к современным технологиям и экспертным знаниям.

Обмен лучшими практиками менеджмента и дизайна.

Партнерство с индустриальными предприятиями для стажировок и практической подготовки студентов.

7) Развитие экологической ответственности в отрасли лёгкой промышленности, внедрение экологически чистых технологий и процессов.

В ответ на экологические вызовы сектор легкой промышленности стремится к уменьшению углеродного следа и использованию экологически чистых материалов. Важными становятся процессы рециклинга и переработки отходов.

С начала 2024 года в России и странах ЕАЭС вступили в силу новые механизмы расширенной ответственности производителя, что значительно изменило подход к обращениям с отходами, в частности, с текстильными.

Согласно реформам, производители теперь должны нести ответственность за всю жизнь своего продукта, включая его утилизацию. Это подталкивает компании к внедрению более устойчивых методов производства и использования переработанных материалов. Например, многие бренды начали использовать органический хлопок и синтетические материалы, полученные из переработанных пластиковых бутылок. Отходы из текстиля становятся не проблемой, а способствуют созданию более ответственного и экологически устойчивого производства.

8) Необходимо развивать сеть логистических центров, обеспечивающих эффективную транспортировку и хранение продукции индустрии моды на территории ЕАЭС и за ее пределами.

Упрощение процедур сертификации и снижения пошлин внутри ЕАЭС для облегчения доступа к международным рынкам.

Разработка инфраструктуры и логистических центров, которые могли бы облегчить процесс доставки товаров из стран-участников ЕАЭС на международные рынки.

9) Устранение отсутствия согласованной политики.

Необходимо унифицировать технические регламенты и стандарты качества продукции индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС, что упростит торговлю и снизит транзакционные издержки; разработать единые правила для электронной торговли продукцией индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС, включая правила защиты прав потребителей и обеспечения безопасности онлайн-платежей;

Создание рабочей группы из представителей всех стран ЕАЭС, занимающейся вопросами развития модной индустрии, обмена опытом и разработки согласованной стратегии для отрасли.

Разработка совместных проектов и брендов для увеличения конкурентоспособности и выхода на новые рынки, согласованных стандартов качества и сертификации продукции, что повысит доверие потребителей как к отечественным брендам, так и к продукции, производимой в рамках ЕАЭС.

Названные выше общие усилия государств-членов ЕАЭС должны быть направлены на создание благоприятной среды для развития индустрии моды, повышения ее конкурентоспособности и раскрытия креативного потенциала каждой страны-участницы.

### **Выводы по третьей главе.**

1) Индустрия моды в государствах-членах ЕАЭС не может не учитывать тренды и вызовы мировой индустрии моды. Среди них можно назвать: рост экологической ответственности и внимания к условиям труда на производствах одежды, активизация продаж онлайн и через социальные сети, использование искусственного интеллекта в выборе потребителя, выход новых игроков на рынок и усиление их конкуренции с глобальными брендами, рост «серого» рынка, фокус на «серебряное» поколение и бюджетные коллекции одежды.

Общим трендом можно назвать растущий интерес к локальным брендам и национальной идентичности. Он открывает новые возможности для государств-участников ЕАЭС.

Общими наиболее острыми вызовами в индустрии моды государствах членах ЕАЭС являются: проблема контрафакта, неразвитая креативная инфраструктура, низкая конкурентоспособность продукции, ориентация на местные рынки, слабое продвижение продукции, логистические проблемы, кадровый голод отрасли легкой промышленности и дизайна.

2) В целях повышения эффективности государственного управления индустрией моды государствам-членам ЕАЭС важно разрабатывать индивидуальные программы развития данного сектора экономики ЕАЭС в контексте стратегии развития творческих (креативных) индустрий в стране, а также совершенствовать механизмы поддержки отрасли. Среди общих для государств-членов ЕАЭС направлений господдержки можно назвать: инфраструктура, технологии, бизнес-среда, диверсификация экспортного потенциала, развитие маркетинга. При этом каждая страна должна особенно уделить внимание в государственной политике своему пути развития индустрии моды, с учетом текущего этапа развития и позиции на мировом рынке моды, с учетом необходимости преодоления барьеров и использования национальных преимуществ.

3) В рамках совместной кооперации государств-членов ЕАЭС целесообразно использовать единый подход к социально-экономическому развитию индустрии моды, который основан на следующих точках взаимодействия: совместное освоение и внедрение инноваций и технологий, развитие высококачественной переработки сырья на территории стран ЕАЭС, совместное продвижение национального колорита и креативности, усиление защиты прав интеллектуальной собственности, подготовка кадров и обмен лучшими практиками менеджмента и дизайна, развитие экологической ответственности производства, создание сети логистических центров, устранение пробелов в единой политике (особенно в отношении электронной торговли, технических регламентов и стандартов качества продукции).



## Заключение

В процессе проведения исследования для достижения поставленной цели в рамках его теоретической части был проведен анализ теоретических подходов, которые дают возможность глубже понять индустрию моды её суть и структуру; рассмотрены основные нормативно-правовые документы, касающиеся государственного регулирования инновационного развития регионов, меры и формы государственной поддержки; выявлены причины становления и процесс эволюции мировой индустрии моды; обозначены основные направления и механизмы государственного регулирования индустрии моды.

Во второй главе исследования был осуществлён всесторонний анализ текущего состояния индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС, включающий: значимые социально-экономические аспекты современного этапа развития модной индустрии; стратегические направления развития индустрии моды; направления кооперации участников модной отрасли, используемыми государствами-членами ЕАЭС.

На основе полученных результатов сделан вывод, что индустрия моды в странах ЕАЭС обладает значительным потенциалом для роста и развития, подкрепленным положительной динамикой, растущим потребительским интересом и государственной поддержкой. Индустрия моды в странах ЕАЭС демонстрирует обнадеживающие перспективы, характеризующиеся положительной динамикой, растущим интересом потребителей и активной государственной поддержкой. Несмотря на различия в уровне развития между странами, принимаемые меры по совершенствованию нормативно-правовой базы, финансовой поддержке предприятий и продвижению отечественных брендов позволяют отрасли устойчиво расти и в ближайшее время достичь значительного объема рынка.

Государственная поддержка, включающая законодательное регулирование, инфраструктуру, финансовую поддержку, участие в выставках, играет решающую роль в повышении конкурентоспособности легкой промышленности в странах ЕАЭС. Каждая страна, используя свои уникальные преимущества и преодолевая вызовы, может найти собственный путь развития.

В третьей главе работы были выявлены проблемы, с которыми сталкивается индустрия моды в целом и выделены острые проблемы для государств-членов ЕАЭС, требующие для их решения совместных усилий государства, бизнеса и общественности.

Для решения выявленных проблем и дальнейшего развития индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС были сформулированы рекомендации по повышению эффективности государственного регулирования индустрии моды в государствах-членах ЕАЭС. Каждая сторона должна делать упор на имеющихся недостатках в рассмотренных ранее механизмах управления индустрии моды. Решение этих проблем позволит создать благоприятную среду для развития промышленного дизайна, повысить конкурентоспособность продукции легкой промышленности, привлечь инвестиции и обеспечить устойчивый рост индустрии моды в странах ЕАЭС.

В конечном счете, повышение эффективности государственного управления индустрией моды в странах ЕАЭС требует системного подхода, включающего совместные усилия государства, бизнеса и общественности, а также адресную государственную поддержку, учитывающую специфические недостатки каждой страны, что позволит создать конкурентоспособную, устойчивую и инновационную индустрию моды.

## Список использованных источников и литературы

### Правовые источники

1. Федеральный закон «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» от 8 августа 2024 года №330-ФЗ.
2. Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 20 октября 2023 г. № 2931 - URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=478237>
3. Постановление правительства Российской Федерации от 31 марта 2021 г. № 505-20 «О внесении изменений в государственную программу Российской Федерации "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности"» – С. 20-21. – URL: <http://static.government.ru/media/acts/files/1202104090010.pdf>
4. Постановление Кабинета Министров Кыргызской Республики от 21 апреля 2022 года № 228 «Об утверждении Концепции развития креативной экономики в Кыргызской Республике на 2022-2026 годы» – URL: [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=34755455](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=34755455)
5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р «Об утверждении Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г.»
6. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 06.06.2020 № 1512-р «Об утверждении Сводной стратегии развития обрабатывающей промышленности Российской Федерации до 2024 года и на период до 2035 года» – С. 23-24. – URL: <http://static.government.ru/media/files/Qw77Aau6IOSEluQqYnvR4tGMCy6rv6Qm.pdf>
7. Договор о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29.05.2014, ред. от 25.05.2023 с изм. и доп., вступ. в силу с 24.06.2024)

8. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 18 ноября 2019 г. № 127 «О введении маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации» –  
URL:<https://normativ.kontur.ru/document/>

9. Решение Совета Евразийской Экономической Комиссии «О введении маркировки товаров легкой промышленности средствами идентификации» – URL:  
[https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=481062&utm\\_source=yandex&utm\\_medium=organic&utm\\_referer=yandex.ru&utm\\_startpage=kontur.ru%2Fmarkirovka%2Fspravka%2F48063-markirovka\\_legkoy\\_promyshlennosti&utm\\_orderpage=kontur.ru%2Fmarkirovka%2Fspravka%2F48063-markirovka\\_legkoy\\_promyshlennosti](https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=481062&utm_source=yandex&utm_medium=organic&utm_referer=yandex.ru&utm_startpage=kontur.ru%2Fmarkirovka%2Fspravka%2F48063-markirovka_legkoy_promyshlennosti&utm_orderpage=kontur.ru%2Fmarkirovka%2Fspravka%2F48063-markirovka_legkoy_promyshlennosti)

### **Научная, специальная и учебная литература**

10. Абишева С.И. Формирование национальной культуры в процессе композиционно-колористической подготовки дизайнеров // Наука о человеке: гуманитарные исследования. – 2011, №2 (8). - С. 65-68.

11. Антонович Д.В. Национальные мотивы в современной белорусской одежде // Молодость. Интеллект. Инициатива / Материалы III Международной научно-практической конференции студентов и магистрантов. - Витебский государственный университет им. П.М. Машерова- 2015. - С. 264-265.

12. Айдарбеков М.А., Сальпиева Т.Ш. Современное состояние экспорта и импорта продукции легкой промышленности в Киргизской Республике // Бюллетень науки и практики. – 2021, Т. 7, № 4. - С. 320-326.

13. Асанова А.Е. Культурное наследие казахского народа как источник вдохновения дизайнеров-модельеров // МНКО. – 2012, №1 (32) – С. 8-12.

14. Дыдышко И.М. Практика сохранения и популяризации традиционного народного костюма Понеманья // Сохранение

нематериального историко-культурного наследия стран СНГ в контексте глобальных вызовов / Сборник научных статей Международного научно-практического семинара. Редколлегия: Н.В. Карчевская и др. - Минск, 2022. - С. 229-239.

15. Загитова М.А. Мода двойных стандартов: политика и дизайн // Вестник МИЦАИ. – 2022, Т. 33, № 1. - С. 58-70.

16. Захарчук В.С., Попковская Л.В. Анализ стеганых поверхностей в коллекциях дизайнеров женской одежды // Материалы и технологии. – 2018, №1. – С. 95-101.

17. Исследование рынка легкой промышленности и моды Красноярского Края – Красноярск: Сибирский институт развития креативных индустрий – 2023 - 57 с.

18. Иваницкий В.П., Щеглов М.С. Факторы влияния на формирование конкурентоспособности предприятий модной индустрии // Journal of New Economy – 2011, №1 (33). - С. 40-45.

19. Козлова Е.В., Филиппова И.Г. Инновационные процессы в модной индустрии и перспективы ее развития в России // Экономика и управление - 2020, Т. 26, № 5 (175). - С. 496-503.

20. Кудрявцева Т.Ю., Кожина Т.С. Анализ современного состояния рынка легкой промышленности в мире и России: проблемы и тенденции // Экономические науки – 2021, № 5 (198) – С. 61-67.

21. Мельникова А.В. Импортозамещение в индустрии моды в России // Экономика, предпринимательство и право – 2023, Т. 13, № 4. – С. 1211-1220.

22. Райимбердиева Ж.К. Современное состояние и перспективы развития легкой промышленности Кыргызской Республики // Территория науки – 2019, №1. С. 58-63.

23. Седых И.А. Индустрия моды. – М: НИУ ВШЭ, 2019. – С. 2.

24. Сергиевич Т.В., Герман Е.В. Развитие межгосударственного сотрудничества в производстве товаров интенсивного обновления в ЕАЭС // материалы Международной научной конференции «Духовность. Образование. Наука: толерантность и нравственность в структуре духовной жизни общества» - Минск: Белорусский национальный технический университет, 2017. - С. 287-291.

25. Строев В.В., Чуев С.В., Тихонов А.И. Перспективы развития евразийского экономического союза в современных международных условиях // Муниципальная академия – 2025, № 1. - С. 2-12.

26. Третьяк Д.В. Современное положение индустрии моды России – испытания на прочность // Modern Economy Success. – 2022. – № 5. – С. 71.

27. Хворостяная А.С. Стратегические аспекты управления интеллектуальной собственностью в индустрии моды // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие) – 2018, Т. 9, № 4 – С. 546-559.

28. Хворостяная А. С. Стратегирование индустрии моды: теория и практика / монография под науч. ред. В. Л. Квинта. — СПб: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2021. — 272 с.

#### **Иностранные источники**

29. Christian Louboutin S.A. v. Yves Saint Laurent America, Inc., S.D.N.Y // Federal Reporter, 3d SERIES - 2011 – P. 206-229.

30. The State of Fashion 2024. – Report of McKinsey’s – 2024 – 127 p.

#### **Электронные ресурсы**

31. Sustainable fashion: новые вызовы и возможности – Международный журнал моды, 2022.

32. BUSINESS MEDIA - URL: <https://bm.ge/ru/news/eksport-armenii-vyros-na-74-oae-stali-krupneisim-torgovym-partnerom-obognav-rossiiu> (дата обращения 21.04.2025)

33. Forbes / С миру по нитке: как российская модная индустрия борется с кадровым кризисом - URL:<https://www.forbes.ru/forbeslife/533042-s->

miru-po-nitke-kak-rossijskaa-modnaa-industria-boretsa-s-kadrovym-krizisom?ysclid=m9ieo5qc4l969044972

34. Fashion рынок 2022. Итоги и перспективы / Fashion Consulting Group, 2022. – С. 10. – URL: [https://cpm-moscow.com/wpcontent/uploads/sites/5/2022/09/%D0%A0%D0%AB%D0%9D%D0%9E%D0%9A-2022\\_%D0%A1%D0%A0%D0%9C.pdf](https://cpm-moscow.com/wpcontent/uploads/sites/5/2022/09/%D0%A0%D0%AB%D0%9D%D0%9E%D0%9A-2022_%D0%A1%D0%A0%D0%9C.pdf)

35. International Wealth / Fashion-индустрия в Армении – развитая сфера для быстрого старта - URL: <https://internationalwealth.info/offshore-business-abroad/fashion-industry-development-in-armenia/>

36. Measure Twice, Cut Once: Armenia's Textile Industry-2023 / Hranoush Dermoyan - URL: <https://evnreport.com/magazine-issues/measure-twice-cut-once-armenias-textile-industry/>

37. The Statistics Portal for Market Data [Электронный ресурс].- URL:<https://www.statista.com/outlook/emo/luxury-goods/luxury-fashion/armenia>

38. VC.RU /Экономические тренды 2025 в России и мире- URL:<https://vc.ru/retail/1771183-cto-zhdet-fashion-industriyu-ekonomicheskie-trendy-2025-v-rossii-i-mire?ysclid=m9i80xi9ep24143747>

39. Wildberries: итоги первого квартала 2023 года / Пресс-центр Wildberries. – URL: <https://www.wildberries.ru/presscenter/articles/wildberries-itogi-pervogo-kvartala-2023-goda>

40. 5 армянских модных марок, за которыми стоит следить - URL: - <https://www.pravilamag.ru/life-style/715893-5-armyanskih-modnyh-marok-za-kotorymi-stoit-sledit/>

41. Ассоциация креативных индустрий - URL: <https://creative.kg/>

42. Ассоциация предприятий лёгкой промышленности «Легпром» - URL: <https://legprom.kg/about>

43. Будущее модной индустрии России глазами профессионалов / Московская ТПП – URL: <https://moscow.tpprf.ru/ru/news/570036/>

44. Бюро национальной статистики АСПиР РК – URL:  
<https://stat.gov.kz/ru/>
45. В Кыргызстане самый низкий уровень занятости женщин среди стран ЕАЭС / Economist.kg-2025г. - URL:  
<https://economist.kg/society/2025/03/10/v-kyrgyzstanie-samyi-nizkii-urovien-zaniatosti-zhienshchin-sriedi-stran-ieaes/>
46. Евразийская экономическая комиссия - URL:  
<https://eec.eaeunion.org>
47. Евразийская экономическая комиссия / Индустрия моды в ЕАЭС: тренды и перспективы - URL:  
[https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/69e/v116nueikd2r216mfs79uhm3vnjtscbe/Analytical\\_report\\_2023.pdf](https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/69e/v116nueikd2r216mfs79uhm3vnjtscbe/Analytical_report_2023.pdf)
48. Корниенко Э. Российские бренды поглотили 85% площадей ушедших иностранных ретейлеров / Журнал «Ведомости» (электронный журнал) – URL:<https://iz.ru/1583383/2023-10-03/rossiiskie-brendy-poglotili-85-ploshchadei-ushedshikh-inostrannykh-reteilerov>. – Дата публикации: 03.10.2023.
49. Коммерсантъ / Какие тренды на российском фэшн-рынке станут главными в 2025-м – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7420978>
50. Количество заказов из РФ на швейные изделия из Кыргызстана увеличивается / Российская газета - URL:  
[https://finance.rambler.ru/economics/52384743/?utm\\_content=finance\\_media&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=copylink](https://finance.rambler.ru/economics/52384743/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink)  
<https://finance.rambler.ru/economics/52384743-kolichestvo-zakazov-iz-rf-na-shveynye-izdeliya-iz-kyrgyzstana-velichivaetsya/>
51. Кыргызстан стал лидером в сфере легкой промышленности среди стран ЕАЭС / АБН 24 - URL: <https://abnews.ru/news/2025/1/5/kyrgyzstan-stal-liderom-v-sfere-legkoj-promyshlennosti-sredi-stran-eaes?ysclid=m9iidfi7mm339615072>



52. Казахстан более чем на 40% увеличил экспорт в страны ЕАЭС. Статистика ЕАЭС / SPUTNIK Казахстан - 2023 г. - URL: <https://ru.sputnik.kz/20230515/kazakhstan-uvlichil-tovarooborot-so-stranami-eaes---statistika-34895425.html>

53. Какие бренды белорусской одежды 2025 выбрать в интернет-магазине - URL: <https://ramonki.by/blog/kakie-brendy-belorusskoi-odezdy-2025-vybrat-v-internet-magazine>

54. Легкая промышленность: дефицит кадров, рост зарплат и спрос на обучение — URL: <https://ibmedia.by/news/legkaya-promyshlennost-defitsit-kadrov-rost-zarplat-i-spros-na-obuchenie/>

55. Легпром СНГ и ЕАЭС: конкретные приоритеты кооперации пока не согласованы / Ритм Евразии - URL: <https://dzen.ru/a/ZuKbWrTlzD5XNTSu?ysclid=m9lafm0qzp588362549>

56. Легпром Киргизии: отрасль, «шитая» импортными нитками / Ритм Евразии-2020. - URL: <https://dzen.ru/a/XO5Mq8ZMsQCubjpf>

57. Министерство промышленности и торговли Российской Федерации – URL: <https://minpromtorg.gov.ru>

58. Министерство Иностранных дел Республики Беларусь - URL: [https://mfa.gov.by/export/foreign\\_trade/](https://mfa.gov.by/export/foreign_trade/)

59. Московская торгово-промышленная палата / Будущее модной индустрии России глазами профессионалов URL: <https://moscow.tpprf.ru/ru/news/570036/>

60. Международное информационное агентство «Казинформ» - URL: <https://www.inform.kz/ru/spros-est-proizvodstva-net-cto-proishodit-v-legkoy-promishlennosti-kazahstana-f1051c>

61. Национальный статистический комитет Республики Беларусь— URL: <https://belstat.gov.by>

62. Национальный комитет статистики Кыргызской Республики - URL: <https://stat.kg>

63. ННЦК / В России в несколько раз выросло количество производителей товаров легкой промышленности - URL: <https://nnck.gov.ru/news/v-rossii-v-neskolko-raz-vyroslo-kolichestvo-proizvoditeley-tovarov-legkoy-promyshlennosti/>

64. Об отрасли / Сайт Легпром России. – URL: <https://www.ruslegprom.ru/ob-otrasli/>

65. Официальный сайт форума «Содружество моды» - URL: <http://cis-fashion.ru/>

66. Охрана и защита прав на объекты интеллектуальной собственности в индустрии моды - URL: <https://thewallmagazine.ru/protection-of-ip-rights-in-fashion/>

67. Писаренко В. Мода - инструмент политики и коммуникации / SPUTNIK Армения – 2022. - URL: <https://ru.armeniasputnik.am/20221003/moda---instrument-politiki-i-kommunikatsii-ili-kak-proshel-debyut-made-in-armenia-v-milane-49253240.html?ysclid=lomqsqi9xm268239122>

68. Российская газета//Российские дизайнеры оказались оторваны от легкой промышленности - URL: [https://rg.ru/2017/10/10/reszfo/rossijskiedizajnery-okazalis-otorvany-ot-legkoj-promyshlennosti.html?utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fya.ru%2F](https://rg.ru/2017/10/10/reszfo/rossijskiedizajnery-okazalis-otorvany-ot-legkoj-promyshlennosti.html?utm_referrer=https%3A%2F%2Fya.ru%2F)

69. Российский рынок одежды в 2024 году / Центр экономики рынков - URL: <https://research-center.ru/rossijskij-rynok-odezhdy-v-2024-godu/>

70. Союзлегпром / Производство продукции легкой промышленности в России выросло на 20% в 2024 году - URL: <https://www.souzlegprom.ru/press-tsentr/novosti-otrasli/proizvodstvo-produktsii-legkoy-promyshlennosti-v-rossii-vyroslo-na-20-v-2024-godu/?ysclid=m9ib7agsx5218094639>

71. Спрос на сотрудников в сфере моды в России вырос вдвое /Александра Ипполитова - 2024г. - URL:<https://www.gazeta.ru/social/news/2024/07/26/23539333.shtml>
72. Сайт Швейной фабрики Amandes – URL: <https://garment.kg/blog/ot-zolotyix-uzorov-do-sovremennyix-stilej-istoriya-shvejnogo-proizvods/>
73. Статистический комитет Республики Армения - URL: <https://armstat.am> (дата обращения 11.02.2025)
74. Состояние рынка легкой промышленности в Таджикистане и ЕАЭС //SPUTNIK Таджикистан -2023 г. - URL: <https://tj.sputniknews.ru/20231107/sostoyanie-rynok-promyshlennost-tajikistan-eaue-1060364629.html>
75. Федеральная служба государственной статистики – URL: - <https://rosstat.gov.ru>
76. Фешн индустрия Армении / ArmInfo - URL: <https://dzen.ru/a/ZAr1D184Zwo9-GLX>
77. Центр экономики рынков// Российский рынок одежды в 2024 году- URL:<https://research-center.ru/rossijskij-rynok-odezhdy-v-2024-godu/>
78. Чупшева С.В. / ТАСС – URL: <https://tass.ru/ekonomika/22594281>
79. Электронная торговля товарами в ЕАЭС: чего ждать продавцам и покупателям - 2025 - URL: <https://ilex.by/news/elektronnaya-torgovlya-tovarami-v-eaes-chego-zhdat-prodavtsam-i-pokupatelyam/>

## Приложение

Приложение №1 к Официальной статистической методологии расчета показателей "Валовая добавленная стоимость креативной экономики", "Доля валовой добавленной стоимости креативной экономики в валовом внутреннем продукте Российской Федерации" и "Индекс физического объема валовой добавленной стоимости креативной экономики", утвержденной приказом Росстата от 05.09.2024 № 398

<i>Индустрия моды</i>	
13.30.5	Нанесение рисунка на текстильные изделия и готовую одежду
13.92.2	Пошив готовых текстильных изделий по индивидуальному заказу населения, кроме одежды
13.99.4	Изготовление прочих текстильных изделий по индивидуальному заказу населения, не включенных в другие группировки
14.11.2	Пошив одежды из кожи по индивидуальному заказу населения
14.13.3	Пошив и вязание прочей верхней одежды по индивидуальному заказу населения
14.14.4	Пошив нательного белья по индивидуальному заказу населения
14.19.5	Пошив и вязание прочей одежды и аксессуаров одежды, головных уборов по индивидуальному заказу населения
14.20.2	Пошив меховых изделий по индивидуальному заказу населения
14.31.2	Изготовление вязаных и трикотажных чулочно-носочных изделий по индивидуальному заказу населения
14.39.2	Изготовление прочих вязаных и трикотажных изделий, не включенных в другие группировки по индивидуальному заказу населения
15.20.5	Пошив обуви и различных дополнений к обуви по индивидуальному заказу населения
32.12.6	Изготовление ювелирных изделий и аналогичных изделий по индивидуальному заказу населения
32.13	Производство бижутерии и подобных товаров