



## ПРАВИТЕЛЬСТВО ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### РАСПОРЯЖЕНИЕ

31 марта 2020 г.  
г. Орёл

№ 191-р

В соответствии со Стратегией социально-экономического развития Орловской области до 2035 года, утвержденной постановлением Орловского областного Совета народных депутатов от 21 декабря 2018 года № 31/823-ОС «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Орловской области до 2035 года»:

1. Утвердить прилагаемую Стратегию развития кластера легкой промышленности на территории Орловской области.

2. Контроль за исполнением распоряжения возложить на заместителя Губернатора и Председателя Правительства Орловской области по планированию, экономике и финансам Тарасова В. А.

Председатель Правительства  
Орловской области



А. Е. Клычков

Приложение к распоряжению  
Правительства Орловской области  
от 31 марта 2020 г. № 191-р

## Стратегия развития кластера легкой промышленности на территории Орловской области

### I. Основные положения Стратегии

Стратегия развития кластера легкой промышленности Орловской области (далее также соответственно – Стратегия, кластер) разработана в целях реализации производственного потенциала в сфере легкой промышленности, развития существующей на территории региона производственной инфраструктуры.

Стратегия разработана в соответствии с положениями:

Федерального закона от 31 декабря 2014 года № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации»;

Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 19 декабря 2012 года № 1666 «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации до 2025 года»;

Стратегии пространственного развития Российской Федерации до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 года № 207-р;

Стратегии социально-экономического развития Орловской области до 2035 года, утвержденной постановлением Орловского областного Совета народных депутатов от 21 декабря 2018 года № 31/823-ОС «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Орловской области до 2035 года».

Целью Стратегии является повышение конкурентоспособности предприятий легкой промышленности Орловской области.

В Стратегию входят мероприятия, направленные на формирование организационной структуры кластера, создание и продвижение продукции и торговых марок резидентов кластера, снижение затрат резидентов кластера, развитие системы подготовки кадров.

### II. Цели кластера

Основными целями кластера являются:

трансформирование легкой промышленности в ведущую отрасль экономики Орловской области;

осуществление информационного взаимодействия, направленного на повышение конкурентоспособности и экономического потенциала участников кластера;

создание условий для динамичного роста, устойчивого развития и повышения конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства Орловской области, работающих в сфере легкой промышленности.

Для достижения поставленных целей необходимо решение следующих задач:

1) реализация предварительно отобранных, инновационных для отрасли проектов (система автоматизации раскроя и автоматизации отдельных операций на производстве);

2) снижение организационных и логистических издержек участников кластера посредством формирования единого маркетингово-логистического центра. Формирование единого маркетингового центра кластера с целью привлечения заказов для резидентов кластера в том числе за счет:

активной работы на тендерных площадках;

участия в отраслевых выставках;

активной работы с торговыми сетями с целью представления продукции собственных торговых марок резидентов кластера;

формирования зонтичного бренда для производственных компаний – резидентов кластера с собственной системой онлайн-продаж;

3) формирование эффективных механизмов взаимодействия между предприятиями кластера и учебными заведениями в рамках подготовки квалифицированных кадров;

4) формирование позитивного имиджа работника швейного производства и популяризация соответствующих профессий для выпускников, планирующих поступать в учреждения высшего и профессионально-технического образования;

5) снижение затрат на закупаемые материалы и оборудование для резидентов кластера за счет отбора поставщиков и консолидации объемов закупок;

6) консолидация производственных мощностей резидентов кластера с целью реализации крупных заказов;

7) снижение общехозяйственных и производственных расходов резидентов кластера за счет аутсорсинга отдельных функций бизнеса с привлечением внешних партнеров, оказывающих услуги проектирования изделий с использованием системы автоматизированного проектирования (далее также – САПР) и услуги по созданию лекал на основе прототипа или фотографии изделия;

8) стимулирование резидентов кластера к активному использованию таких мер государственной поддержки малого и среднего бизнеса, как финансовая, имущественная, консультационная и юридическая поддержка;

9) повышение квалификации производственного персонала резидентов кластера;

10) снижение общепроизводственных затрат резидентов кластера за счет формирования архива лекал типовых моделей изделий;

11) стимулирование участников кластера к регистрации собственных торговых марок и выходу на региональные рынки;

12) рассмотрение возможностей размещения производства резидентов кластера в особой экономической зоне промышленно-производственного типа «Орёл».

### III. Состав резидентов кластера

В состав структуры кластера входят производственный блок с группой ключевых предприятий и группой малых компаний.

Якорные резиденты кластера:

1) ОАО «Гамма», трикотажная фабрика «Гамма».

Фабрика основана в 1934 году, на сегодняшний день входит в число лидеров по объемам производства чулочно-носочных изделий в России.

Политика предприятия нацелена на поддержание стабильно высокого качества производимой продукции, которое обеспечивается за счет строгого соответствия ГОСТу, использования инновационных видов волокон, применения импортного оборудования ведущих итальянских и японских производителей, тщательного выбора поставщиков сырья и материалов. Безупречное качество и приемлемые цены — профессиональное кредо ОАО «Гамма».

Производственный процесс на фабрике «Гамма» включает несколько этапов контроля качества: от испытания сырья в начале производственного цикла до ручного контроля качества готового изделия. Предприятие ежегодно становится лауреатом конкурса «100 лучших товаров России». С 2013 года ОАО «Гамма» является обладателем сертификата соответствия техрегламенту таможенного союза (ЕАС).

Продукция ОАО «Гамма» представлена более чем в 70 регионах России и ближнего зарубежья. Предприятие оказывает поддержку дилерским сетям, предоставляя торговое оборудование и фирменную промопродукцию, поддерживая рекламные и промокампании, чтобы ассортимент ОАО «Гамма» был наиболее интересен конечному потребителю;

2) индивидуальный предприниматель Иванов Валерий Валентинович, трикотажная фабрика Amadeusfamily.

Фабрика Amadeusfamily была основана в Орле в 1986 году.

На сегодняшний день фабрика входит в число лидеров в России по объемам производства трикотажных изделий.

Философия Amadeusfamily заключается в сочетании качества и художественного вкуса, позволяющем реализовывать самые сложные проекты в области создания и изготовления трикотажных изделий. Все операции — от разработки дизайна до создания опытных образцов и выпуска промышленных партий — происходят на одном предприятии.



В 2008 году была открыта новая линия по пошиву женских, мужских и детских текстильных изделий, оснащенная самым современным оборудованием.

Компания осуществляет контроль на всех этапах производства: от разработки и создания модели до ее продажи конечному потребителю.

На протяжении долгого времени фабрика представляет свои возможности на различных выставках и конкурсах и является неоднократным призером и лауреатом различных премий и наград.

Штат фабрики составляет более 150 сотрудников;

3) ООО «Март».

Предприятие является одним из ведущих швейных производств в Орловской области, с 2015 года успешно работает на рынке производства спецодежды и гражданской одежды. Основными направлениями деятельности являются производство, розничная и оптовая продажа продукции следующих категорий:

гражданская одежда;

спецодежда различного назначения;

одежда для охоты и рыбалки.

Компания имеет свой швейный цех, конструкторский отдел, экспериментальный цех.

В состав кластера входят несколько групп компаний, определяемых сферой их деятельности.

Производство чулочно-носочных изделий представлено следующими компаниями: ОАО «Гамма» и ИП Владыка Г. И.

Производство и продажа корпоративной одежды и спецодежды: ООО «Чельтерс», ИП Малинкина Н. Л., ООО «Дарина».

Трикотажные фабрики: Amadeusfamily (ИП Иванов В. В.), «Анри» (ИП Коротков А. Н.), «Белый Слон» (ИП Швеиц Д. А.).

Производство детской, молодежной и женской одежды: ООО «ОКБ «Класс», ООО «Женсовет», ИП Кондаурова А. К., ООО «Рафми».

Производство одежды: ООО «Март», ООО «Виктория», ИП Курносов А. Н., ИП Дзюба Е. С., ООО «Модус», ООО «Волна», ИП Сорокин А. А.

Торговля машинами и оборудованием для текстильного, швейного и трикотажного производств: ООО «Алез», ИП Новиков Д. М.

#### IV. Организационная структура и система взаимодействия участников кластера

В кластере сформирована организационная система управления. Участники кластера проводят собрания для обсуждения наиболее важных вопросов функционирования кластера. Собрание участников кластера принимает на себя решение следующих вопросов:

избрание Совета кластера (далее также – Совет);

разработка стратегии и программ развития кластера;

- отбор инвестиционных проектов для резидентов кластера;
- разработка механизмов взаимодействия участников кластера при реализации совместных проектов;

другие вопросы, выносимые на обсуждение Советом кластера по инициативе его участников.

Решения собрания участников кластера принимаются большинством голосов участников кластера, причем каждый участник кластера обладает одним голосом.

Участники кластера из числа своих представителей избирают Совет, определяющий стратегию развития кластера. Совет является коллегиальным органом, осуществляющим свою деятельность на общественных началах. Участники кластера выдвигают кандидатуры членов Совета. Голосование проводится на собрании участников кластера; кандидатуры избираются простым большинством голосов участников кластера, причем каждый участник кластера обладает одним голосом.

Деятельность Совета регулируется Положением о задачах и организационной структуре Совета, являющимся приложением к Соглашению о создании кластера. Формой работы Совета являются заседания, которые проводятся не реже одного раза в квартал. Решения Совета принимаются большинством голосов его членов, причем каждый член Совета обладает одним голосом.

Задачи Совета:

- содействие развитию участников кластера;
- координация деятельности участников кластера в сферах кооперации;
- согласование и выработка общих позиций в вопросах, затрагивающих интересы разных участников.

Функции по методическому, организационному, экспертно-аналитическому и информационному сопровождению развития кластера закреплены за центром кластерного развития Орловской области.

## V. Общая оценка обеспеченности кластера инфраструктурой и кадрами

### 5.1. Транспортная инфраструктура

Оценка современного состояния экономики и социальной сферы областного центра позволяет выделить ряд его конкурентных преимуществ, создающих условия для социально-экономического развития, в числе которых выгодное географическое расположение на пересечении важнейших коммуникаций (железнодорожных, автомобильных, авиационных), компактность размещения городских объектов.

В настоящее время внешние транспортные связи города Орла осуществляются железнодорожным и автомобильным транспортом.

Город Орёл обладает достаточно серьезным транспортным потенциалом, обусловленным прохождением «транспортного коридора» – направления «Крым», представленного федеральной магистральной

железнодорожной линией Москва – Тула – Орёл – Курск – Белгород и автомагистралью М-2 «Крым».

Несмотря на отсутствие речного и морского судоходства Орловская область располагает достаточно развитой транспортной инфраструктурой, выгодность которой предопределяется, прежде всего, относительной близостью к столице России – городу Москве. Так, через Орловскую область и непосредственно через областной центр – город Орёл – проходят важнейшие транспортные магистрали федерального значения (таблица 1).

Таблица 1

Транспортные магистрали федерального значения,  
проходящие через город Орёл

Виды магистралей	Направления относительно Орловской области	Наименование магистралей
Железнодорожные	С севера на юг	Москва – Харьков – Крым – Кавказ
	С запада на восток	Рига – Воронеж – Саратов
Автомобильные	С севера на юг	Москва – Орёл – Харьков – Симферополь
	С севера на юго-запад	Москва – Киев
	На восток	Орёл – Тамбов
	На запад	Орёл – Брянск

Протяженность железнодорожных путей общего пользования составляет более 650 км, автомобильных дорог с твердым покрытием – около 5600 км. Крупными железнодорожными узлами Орловской области являются станции «Орёл», «Ливны», «Мценск», «Верховье», «Лужки» (в юго-восточной части города Орла).

По грузообороту по видам транспорта на долю железнодорожного приходится 82 %, на долю автомобильного – 18 %.

## 5.2. Кадровый потенциал

По данным мониторинга управления труда и занятости Департамента социальной защиты, опеки и попечительства, труда и занятости Орловской области, в 2018 году в экономике региона было введено 1270 новых рабочих мест. В органы службы занятости области в поиске подходящей работы в прошлом году обратились 12,6 тыс. человек, из них было трудоустроено 6,5 тыс. человек.

По состоянию на 1 января 2019 года численность безработных, зарегистрированных в органах службы занятости населения Орловской области, составила 3,3 тыс. человек (на 1 января 2018 года – 3,6 тыс. человек). Уровень фиксированной безработицы на рынке труда региона на 1 января 2019 года составлял 0,9 % экономически активного населения, как и на 1 января 2018 года.

На начало текущего года коэффициент напряженности на рынке труда составил 0,6 единицы (на 1 января 2018 года – 0,9).

С целью повышения уровня занятости в регионе запланировано организовать временные работы для 2,7 тыс. несовершеннолетних граждан в возрасте от 14 до 18 лет в свободное от учебы время, 170 безработных граждан, испытывающих трудности в поиске работы и безработных граждан в возрасте от 18 до 20 лет, имеющих среднее профессиональное образование и ищущих работу впервые. Кроме того, в планах – организовать профессиональную ориентацию 8,4 тыс. граждан.

Предусмотрены профессиональное обучение и дополнительное профессиональное образование 1 тыс. безработных, 125 женщин в период отпуска по уходу за ребенком до достижения им возраста трех лет, 25 пенсионеров, стремящихся возобновить трудовую деятельность.

Также планируется провести 80 ярмарок вакансий и учебных рабочих мест. Будут организованы профессиональное обучение и дополнительное профессиональное образование 295 граждан предпенсионного возраста.

### 5.3. Образовательная инфраструктура Орловской области

Система высшего образования Орловской области представлена 7 федеральными государственными образовательными учреждениями высшего образования (далее – вуз) и 7 филиалами. Всего в образовательных организациях высшего образования по 226 специальностям обучаются 33,5 тыс. человек. Основным направлением деятельности вузов является подготовка кадров для нужд региона в сфере образования, культуры, сельского хозяйства, строительства, промышленности и здравоохранения. Все вузы Орловской области перешли на двухуровневую систему подготовки: при сохранении направлений подготовки специалитета осуществляется набор на направления подготовки бакалавриата и магистратуры.

Ядром образовательной системы и ее лидером на территории региона является ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева», в котором обучается наибольшее количество студентов, функционируют кафедры различных направлений, сосредоточен преподавательский состав. В университете постоянно расширяется материально-техническая, учебно-лабораторная, социально-бытовая базы, совершенствуются инфраструктура, образовательная, производственная и научная деятельность.

Все вузы Орловской области имеют достаточно развитую структуру учебных подразделений, а в последнее время успешно осваивают дистанционное и довузовское обучение.

В таблице 2 представлены учебные заведения Орловской области, готовящие специалистов для легкой промышленности.

Таблица 2

Учебные заведения Орловской области,  
готовящие специалистов для отрасли легкой промышленности

Название учебного заведения	Направления подготовки
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева», художественно-графический факультет	Конструирование изделий легкой промышленности; искусство костюма и текстиля; конструирование швейных изделий; технология швейных изделий
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева», технологический институт имени Н. Н. Поликарпова	Конструирование изделий легкой промышленности; искусство костюма и текстиля
Бюджетное профессиональное образовательное учреждение Орловской области «Орловский техникум технологии и предпринимательства имени В. А. Русанова»	Конструирование, моделирование и технология швейных изделий; портной; закройщик
Мценский филиал ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева»	Моделирование и конструирование швейных изделий

## VI. Анализ рынка текстильной и швейной промышленности в России и Орловской области

### 6.1. Общая характеристика легкой промышленности в России

Рынок текстильного и швейного производства в России представлен следующими видами экономической деятельности:

«Производство текстильных изделий» (код ОКВЭД 13);

«Производство одежды» (код ОКВЭД 14);

«Производство кожи и изделий из кожи» (код ОКВЭД 15).

Наблюдается положительная динамика оборота организаций в отраслях легкой промышленности за период 2015–2018 годов (код ОКВЭД 13, код ОКВЭД 14, код ОКВЭД 15), оборот отрасли производства текстильных изделий, производства одежды увеличился с 315 млрд рублей в 2015 году до 465,7 млрд рублей в 2018 году, а оборот отрасли производства кожи и изделий из кожи увеличился с 55,2 млрд рублей в 2015 году до 73,7 млрд рублей в 2018 году.



Рисунок 1. Оборот организаций в России по видам экономической деятельности с 2015 по 2018 годы, млрд рублей

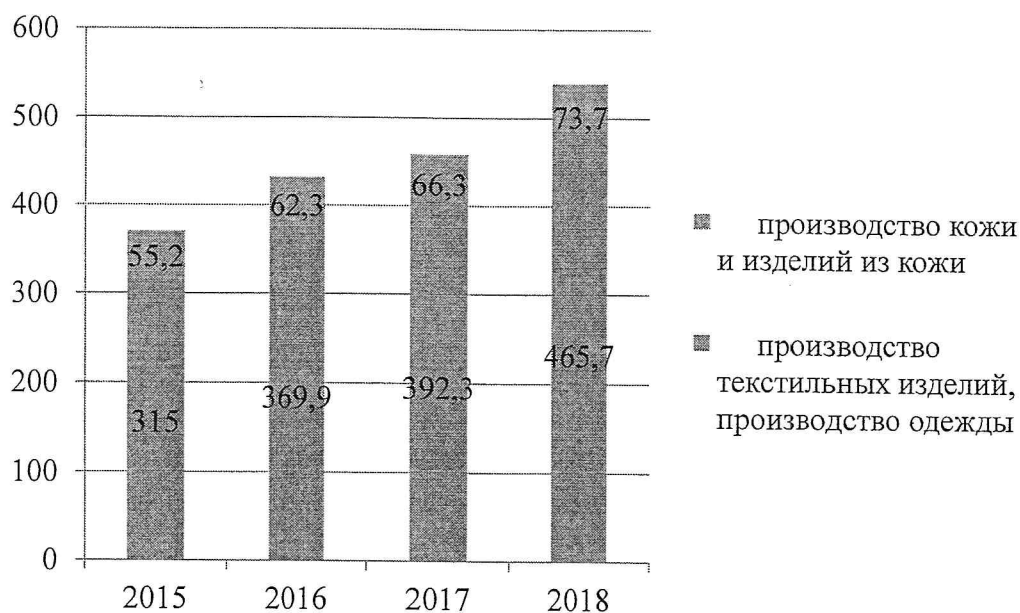
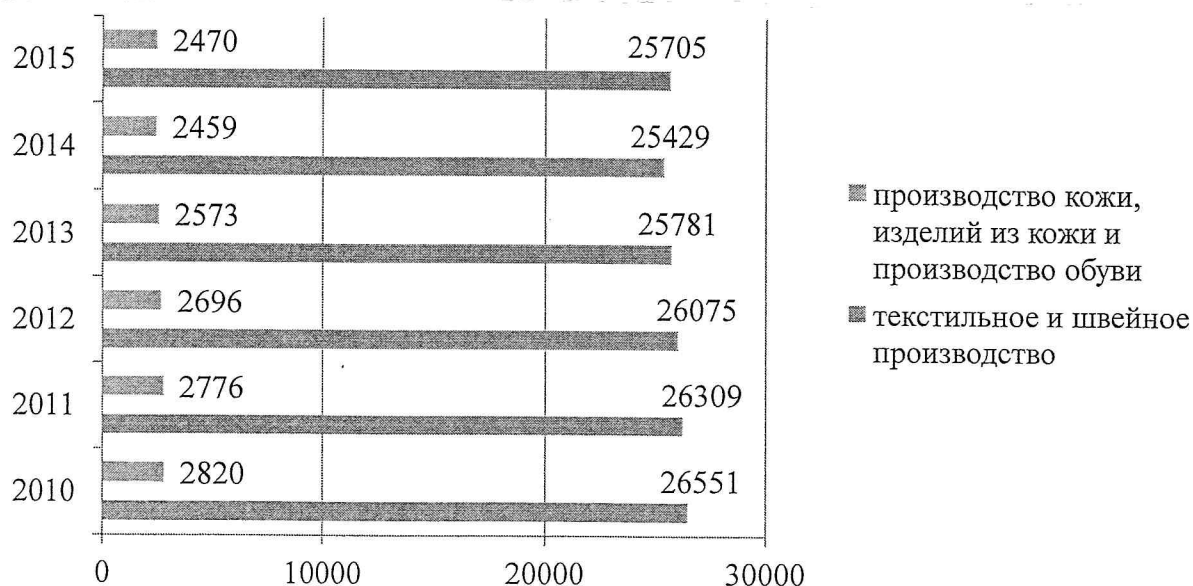


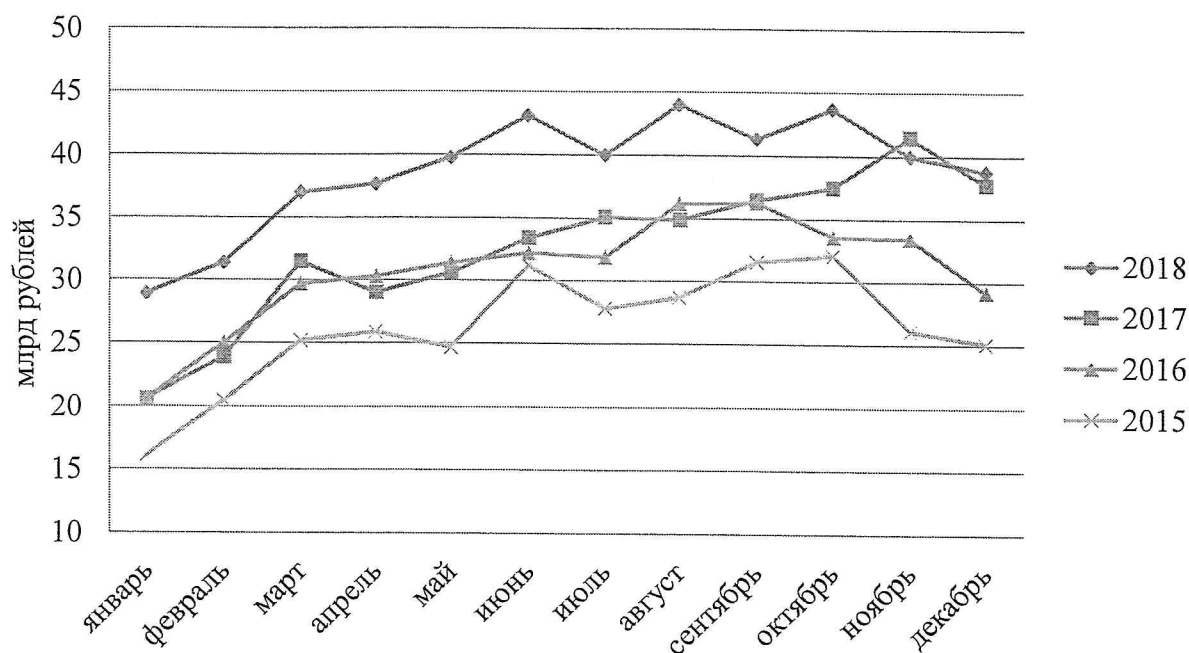
Рисунок 2. Количество предприятий текстильного и швейного производства, производства кожи, изделий из кожи и производства обуви в России за 2010–2015 годы



На рисунке 2 представлено количество предприятий текстильного и швейного производства, производства кожи, изделий из кожи и производства обуви в России с 2010 по 2015 годы. Предприятия производства кожи, изделий из кожи и производства обуви почти в 10 раз меньше предприятий текстильного и швейного производства. За рассматриваемый период количество предприятий постепенно снижается до 5 % в год, однако в 2015 году произошел рост на 1 %.

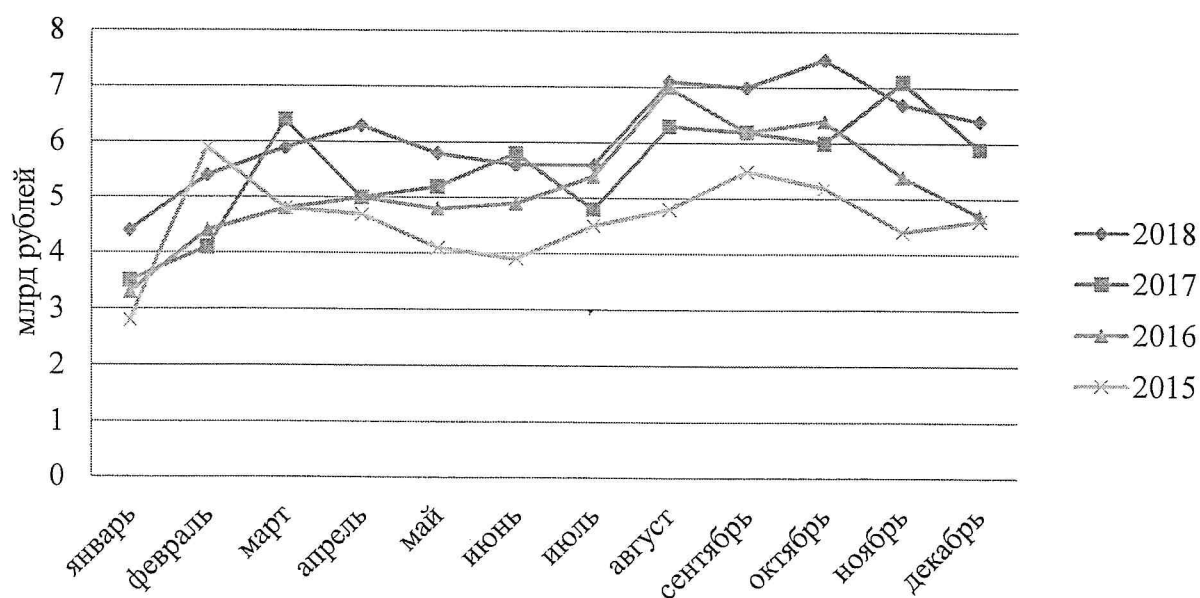


Рисунок 3. Динамика оборота организаций текстильного производства в России за 2015–2018 годы, млрд рублей



На рисунке 3 представлен оборот организаций текстильного производства за 2015–2018 годы с января по декабрь, где наблюдаются сезонные колебания оборота: в январе и феврале самый низкий оборот по сравнению с другими месяцами, в марте происходит рост, самый высокий оборот – в июне и сентябре, далее с октября происходит снижение оборота. В целом с 2015 по 2018 годы наблюдается положительная динамика оборота организаций текстильного производства в России.

Рисунок 4. Динамика оборота организаций производства кожи и изделий из кожи в России за 2015–2018 годы, млрд рублей



Годовой оборот организаций производства кожи и изделий из кожи за рассматриваемый период имеет также выраженный сезонный характер (рисунок 4). В январе, феврале, декабре оборот ниже среднего по году, а в апреле и августе самые большие значения оборота. Сезонные колебания важно учитывать при планировании производства, загрузке производственных мощностей и распределении финансовых ресурсов.

Таблица 3

Индексы производства по отдельным видам экономической деятельности ОКВЭД Российской Федерации (в % к предыдущему году)

Наименование вида деятельности	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год
Производство текстильных изделий	97,0	100,6	107,5	102,8	103,6
Подготовка и прядение текстильных волокон	86,9	85,1	101,7	98,2	88,2
Производство текстильных тканей	100,3	105,5	88,3	110,6	102,9
Отделка тканей и текстильных изделий	81,7	123,5	157,8	62,2	76,6
Производство прочих текстильных изделий	98,3	99,0	109,2	111,3	106,4
Производство одежды	100,5	81,2	107,2	108,5	104,1
Производство одежды, кроме одежды из меха	101,6	85,7	113,2	108,7	105,6
Производство меховых изделий	92,0	80,1	96,1	104,4	93,9
Производство вязаных и трикотажных изделий одежды	86,8	97,9	103,5	105,7	76,9
Производство кожи и изделий из кожи	95,9	91,8	106,7	104,2	96,3
Дубление и отделка кожи, производство чемоданов, сумок, шорно-седельных изделий из кожи; выделка и крашение меха	90,7	96,8	106,6	99,2	90,9
Производство обуви	96,1	89,8	106,8	106,9	99,0

В таблице 3 представлены индексы производства по отдельным видам экономической деятельности по кодам ОКВЭД 13-15. В 2018 году произошло существенное снижение индекса производства вязаных и трикотажных изделий одежды (76,9 %) и отделки тканей и текстильных изделий (76,6 %). С 2016 года производство одежды показывает устойчивый рост индекса производства: 107,2 % в 2016 году, 108,5 % в 2017 году и 104,1 % в 2018 году.

Показатели рентабельности продаж отраслей «Производство текстильных изделий», «Производство одежды», «Производство кожи

и изделий из кожи» за период 2012–2018 годов имеют положительное значение.

Таблица 4

Производство трикотажных изделий в России  
(тыс. шт.) за 2010–2015 годы

Наименование округа	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год
Российская Федерация, млн шт.	153	140	141	147	138	115
Центральный федеральный округ	41 756	44 378	46 290	4580	47 294	48 686
Северо-Западный федеральный округ	14 258	13 395	6329	6070	5046	4084
Южный федеральный округ	24 953	31 497	40 589	45 167	42 406	20 528
Северо-Кавказский федеральный округ	11 800	5282	4399	3700	4571	4846
Приволжский федеральный округ	40 902	27 462	26 130	26 938	23 928	24 848
Уральский федеральный округ	3636	3860	3657	3307	2701	1897
Сибирский федеральный округ	12 713	11 643	12 212	10 607	10 401	9499
Дальневосточный федеральный округ	2788	2169	1885	1561	1421	806
Крымский федеральный округ					53,2	28,0

С 2010 по 2015 годы по производству трикотажных изделий лидером является Центральный федеральный округ, далее следуют Южный федеральный округ и Приволжский федеральный округ (таблица 4). По производству трикотажных чулочно-носочных изделий прочное лидирующее положение занимает также Центральный федеральный округ (более 100 000 тыс. пар), на втором месте Приволжский федеральный округ, на третьем – Северо-Западный федеральный округ (таблица 5).

Таблица 5

Производство изделий трикотажных чулочно-носочных в России  
(тыс. пар) за 2010–2015 годы

Наименование округа	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год
1	2	3	4	5	6	7
Российская Федерация, млн пар	322	289	279	248	213	206
Центральный федеральный округ	167 940	146 992	149 041	139 078	115 333	111 204

1	2	3	4	5	6	7
Северо-Западный федеральный округ	51 958	54 115	45 831	38 534	43 254	38 456
Южный федеральный округ	1618	1213	933	1043	913	997
Северо-Кавказский федеральный округ	3132	2921	3351	2863	3359	2805
Приволжский федеральный округ	86 912	72 557	68 631	55 115	40 799	46 262
Уральский федеральный округ	767	614	437	313	250	127
Сибирский федеральный округ	4925	7665	8100	8672	7171	5219
Дальневосточный федеральный округ	4413	2720	2418	2077	1808	963

Таблица 6

Производство обуви в России (тыс. пар)  
за 2010–2015 годы

Наименование округа	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год
Российская Федерация, млн пар	103	110	103	118	109	91,7
Центральный федеральный округ	38 845	43 038	39 149	45 665	41 001	32 898
Северо-Западный федеральный округ	6268	4905	5243	5576	4665	4812
Южный федеральный округ	26 060	29 128	27 844	34 198	33 072	25 113
Северо-Кавказский федеральный округ	1596	1932	2779	3222	2805	3106
Приволжский федеральный округ	15 732	16 143	14 370	18 067	15 534	17 092
Уральский федеральный округ	4967	4906	4217	3620	3163	2943
Сибирский федеральный округ	5292	6261	6695	6122	6650	4386
Дальневосточный федеральный округ	4029	3932	3022	1858	2112	1345
Крымский федеральный округ					19,3	13,8

За 2010–2015 годы по производству обуви в России занимает доминирующее положение Центральный федеральный округ. Также лидерами по производству обуви являются Южный федеральный округ и Приволжский федеральный округ (таблица 6).

Отрасль легкой промышленности в России является перспективной. Рентабельность продаж отраслей «Производство текстильных изделий», «Производство одежды», «Производство кожи и изделий из кожи» выше, чем

рентабельность в других отраслях. Лидирующее положение по производству занимает Центральный федеральный округ.

## 6.2. Характеристика легкой промышленности Орловской области

Наибольшую долю в структуре обрабатывающих производств Орловской области составляет производство пищевых продуктов (45,2 % в 2016 году). Доля текстильного и швейного производства, производства кожи, изделий из кожи и производства обуви в Орловской области составляет около 1,5 %: в 2015 году – 1,5 %, в 2016 году – 1,4 %, в 2017 году – 1,6 % (рисунок 5).

Рисунок 5. Структура объема отгруженной продукции (работ, услуг) по виду экономической деятельности «Обрабатывающие производства» в 2016 году в Орловской области



За период с 2016 по 2018 годы наблюдается положительная динамика роста объема отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами текстильного и швейного производства Орловской области (рисунок 6). Самый высокий темп роста показало

производство текстильных изделий: 249 % в 2017 году, 137 % в 2018 году.

Темп роста производства кожи и изделий из кожи составил в 2017 году 114 %, а в 2018 году 121 %. Объем производства одежды Орловской области показал небольшой спад в 2017 году, где темп роста составил 93 %, однако в 2018 году темп роста увеличился и составил 243 %.

Рисунок 6. Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами текстильного и швейного производства Орловской области (млн рублей)

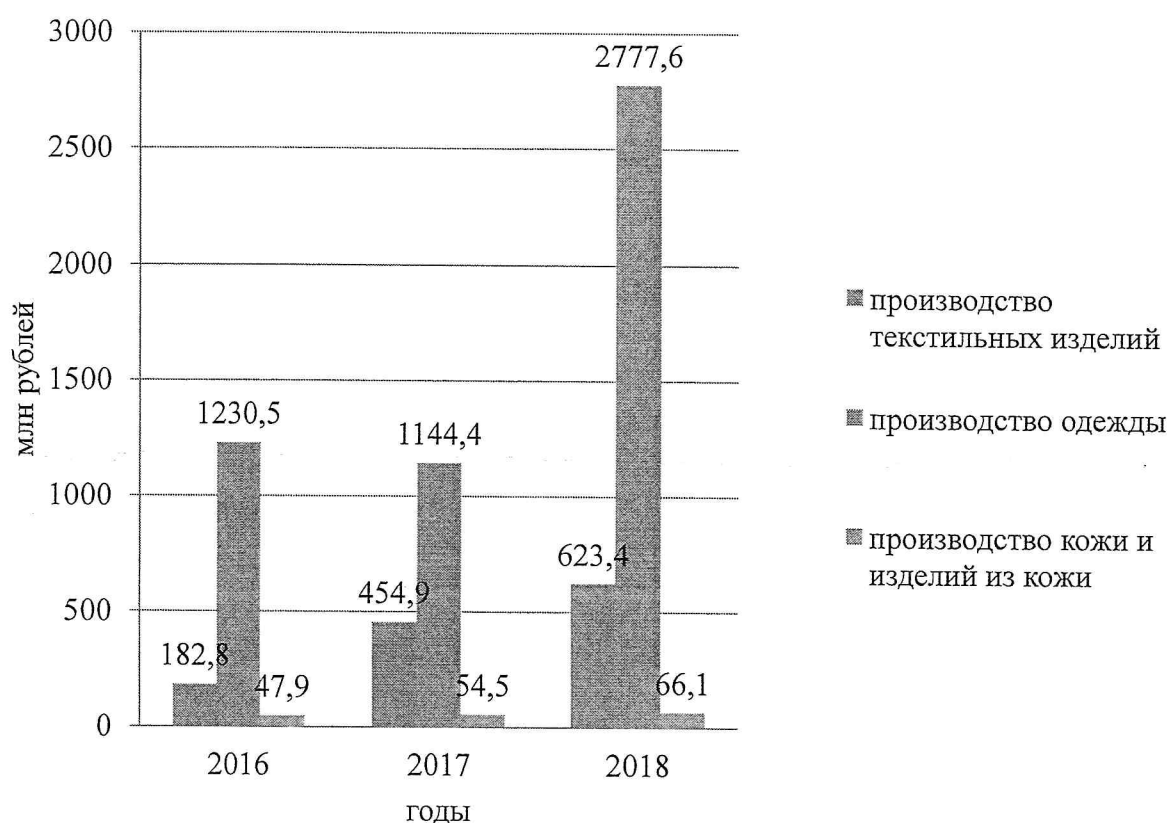


Таблица 7

Производство основных видов продукции текстильного и швейного производства Орловской области в 2016–2018 годах

Виды продукции текстильного и швейного производства	2016 год	2017 год	2018 год
1	2	3	4
Спецодежда, тыс. шт.	559,1	718,8	723,9
Изделия трикотажные или вязанные, тыс. шт.	1241,8	1173,5	1162,4
Пальто, полупальто из текстильных материалов, кроме трикотажных и вязанных, тыс. шт.	-	10,7	15,6



1	2	3	4
Платья женские или для девочек из текстильных материалов, кроме трикотажных или вязаных, тыс. шт.	-	43	27,6
Юбки и юбки-брюки женские или для девочек из текстильных материалов, кроме трикотажных или вязаных, тыс. шт.	-	10,2	10,2
Блузки, рубашки и батники женские или для девочек из текстильных материалов, кроме трикотажных или вязаных, тыс. шт.	-	24,5	40,2
Футболки, майки, тыс. шт.	-	32,4	139
Джемперы, пуловеры, кардиганы, жилеты и аналогичные изделия трикотажные или вязаные, тыс. шт.	386,7	357,8	456
Обувь, всего, тыс. пар	258,1	204,0	-

В таблице 7 представлены основные виды продукции текстильного и швейного производства Орловской области, среди них наиболее большие объемы в количественном выражении у следующих видов продукции: изделия трикотажные или вязаные (1241,8 тыс. штук в 2016 году, 1173, 5 тыс. штук в 2017 году, 1162,4 тыс. штук в 2018 году), спецодежда (559,1 тыс. штук в 2016 году, 718,8 тыс. штук в 2017 году, 723,9 тыс. штук в 2018 году), джемперы, пуловеры, кардиганы, жилеты и аналогичные изделия трикотажные или вязаные (386,7 тыс. штук в 2016 году, 357,8 тыс. штук в 2017 году, 456 тыс. штук в 2018 году).

Объем произведенного вида продукции текстильного и швейного производства «футболки, майки и прочие» вырос более чем в 4 раза (с 32,4 тыс. штук в 2017 до 139 тыс. штук в 2018 году). Также положительная динамика роста объемов производства в 2017–2018 годах наблюдается у следующих видов продукции: пальто, полупальто из текстильных материалов, кроме трикотажных и вязаных, – 45 %, блузки, рубашки и батники женские или для девочек из текстильных материалов, кроме трикотажных или вязаных, – 64 %.

Среднемесячная номинальная заработная плата работников организаций текстильного и швейного производства составляет в 2017 году 24 811 рублей, в 2018 году – 27 062,7 рубля. Увеличение данного показателя на 9 % характеризует данную отрасль привлекательной для высококвалифицированных работников.

Рентабельность проданных товаров производства одежды в Орловской области в 2017 году составила 1,9 %, а в 2018 году – 3,3 %, хотя в целом в экономике рентабельность в 2018 году по сравнению с 2017 годом выросла на 2,5 %, в обрабатывающем производстве – на 0,8 %.

Инвестиции в производство текстильных изделий составили 3,8 млн рублей в 2017 году и 5,7 млн рублей в 2018 году, а в производство одежды в 2017 году – 12,3 млн рублей, в 2018 году – 2,7 млн рублей.

В товарной структуре экспорта Орловской области доля текстиля, текстильных изделий и обуви с 2015 по 2018 годы варьируется на уровне 0,1–0,3 % от общего объема экспорта в страны дальнего зарубежья, в страны СНГ – 1,3–1,8 %.

Учитывая тенденции отрасли, легкая промышленность Орловской области обладает достаточным потенциалом для развития.

### 6.3. Ключевые характеристики предприятий легкой промышленности

Анализ швейных и текстильных производств показал, что при наличии положительных тенденций для их развития остаются проблемы, негативно влияющие на рост указанных производств.

Основные характеристики отрасли легкой промышленности:

- 1) высокая мобильность производства (возможность смены ассортимента выпускаемой продукции);
- 2) преобладание малого и среднего бизнеса в отрасли;
- 3) низкая организованность бизнеса;
- 4) высокая значимость географического положения для успеха текстильного или швейного предприятия;
- 5) недостаточная обеспеченность квалифицированными кадрами;
- 6) глубокий износ производственных мощностей;
- 7) низкие показатели экспорта готовой продукции;
- 8) слабые связи между предприятиями и научными учреждениями (стремление к самостоятельности);
- 9) отсутствие инфраструктурных элементов поддержки отраслевого бизнеса (бизнес-инкубаторы, технопарки и так далее);
- 10) высокая зависимость текстильных и швейных производств от импортного сырья.

### 6.4. Общая информация о текстильном и швейном рынке

В Российской Федерации, согласно статистической информации, функционирует порядка 23 тыс. предприятий легкой промышленности. За 2018 год предприятиями отрасли, согласно официальным данным, было отгружено продукции на 463 млрд рублей, что на 1 % больше по сравнению с 2017 годом (в 2016 году объем отгруженной продукции легкой промышленности составил 442 млрд рублей). При этом, по данным Минпромторга России, объем розничных продаж за 2018 год составил 2,8 трлн рублей. В 2016 и 2017 годах показатель находился на уровне 2,6 трлн рублей.

Практически в каждом регионе Российской Федерации располагаются швейные и трикотажные производства, которые ориентированы преимущественно на локальные рынки.

Производятся дешевые товары, пользующиеся спросом в регионе: белье, школьная форма, детская одежда, базовая женская и мужская одежда. Однако,

по мнению экспертов, выпускаемые изделия в большинстве случаев нельзя отнести к категории модных товаров. Фабрики, как правило, достаточно редко сотрудничают с талантливыми дизайнерами при создании моделей, включая формат коллабораций. Основные причины сложившейся сложной ситуации: консервативные вкусы целевой аудитории региональных швейных фабрик, на которые и ориентируются штатные модельеры и конструкторы; отсутствие оборудования и квалифицированного персонала, необходимых для создания сложных моделей; невыгодность производства небольших партий дизайнерской одежды по причине высоких трудозатрат.

Таблица 8

Ключевые производственные индексы  
в 2015–2018 годах, %

Виды деятельности	Индекс производства по отношению к предыдущему году, %				Изменение индекса производства, %		
	2015	2016	2017	2018	2016/2015	2017/2016	2018/2017
Обрабатывающие производства	94,6%	100,1%	102,5%	102,6%	+5,5%	+2,4%	+0,1%
Производство текстильных изделий	100,6%	107,5%	102,8%	103,6%	+6,9%	-4,7%	+0,8%
Производство одежды	81,2%	107,2%	108,5%	104,1%	+26%	+1,3%	-4,4%
Производство кожи, изделий из кожи	91,8%	106,7%	104,2%	96,3%	+14,9%	-2,5%	-7,9%

Легкая промышленность является основой модной индустрии. Во всем мире сотрудничество дизайнеров и фабрик лежит в основе формирования и развития модного сектора. Однако в Российской Федерации есть своя специфика: наблюдается оторванность дизайнеров от ключевой отрасли. Российские модельеры сами создают свои коллекции небольшими партиями в экспериментальных цехах или ателье. Швейные фабрики предпочитают производить простую продукцию, пользующуюся спросом на региональных рынках Российской Федерации. Мировая модная индустрия, напротив, активно развивается и генерирует высокие доходы благодаря сотрудничеству дизайнеров и швейных производств.

Российская легкая промышленность находится в неудовлетворительном состоянии. Большая часть производственного парка устарела (более 50 % всей техники). Перевооружение и модернизация возможны только посредством импорта необходимого оборудования. Сырьевая база (ткани, нитки, фурнитура) не отвечает современным требованиям.

Еще одной проблемой легкой промышленности является высокая доля контрафактной продукции, включая «серые» и «черные» импортные товары, а также товары, нелегально произведенные в самой Российской Федерации.

Что касается импорта в целом, то он являлся основой российского модного рынка со времени распада СССР. За почти 30 лет ситуация не изменилась: доля импорта на российском рынке составляет 70–80 % (ключевой поставщик одежды и обуви в Российскую Федерацию – Китай). Таким образом, российский рынок в основном принадлежит иностранным производителям и в минимальных объемах – отечественным брендам. Экспортные поставки осуществляются преимущественно в страны ближнего зарубежья.

В качестве ключевого или базового модного товара теоретиками моды выделяется одежда, а обувь, аксессуары рассматриваются как родственная продукция. Модные товары, как правило, имеют очень короткий жизненный цикл (быстро устаревают морально) по сравнению с продукцией с определенными утилитарными функциями, то есть мода выступает мощным фактором спроса. При этом цена на модную продукцию не зависит от их объективной потребительской ценности, но зависит от ценности торговой марки в сознании потребителей. Основным фактором роста является феномен моды.

Общий объем глобального рынка одежды – ключевого модного товара – в настоящее время, по данным MarketLine, составляет порядка 1,4 трлн долларов (почти 2 % мирового ВВП, согласно статистике МВФ). По прогнозам, в ближайшей перспективе рынок будет расти на 4–5 % в год. Среди макрорегионов в лидерах находится Азиатско-Тихоокеанский регион (37 %), Северная Америка (23 %) и Европа (23 %). Лидерство азиатских стран, в частности Китая, объясняется массовым размещением производств, а также растущим внутренним спросом.

Таблица 9

#### Сильные и слабые стороны легкой промышленности в России

Сильные стороны	Слабые стороны
1	2
1. Наличие прослойки талантливых дизайнеров, чьи заслуги признаются как российским, так и зарубежным модным сообществом. 2. Значительный технологический фундамент: технические разработки в сегменте спецодежды российских fashion-tech, использование возможностей химической отрасли.	1. Низкая прозрачность модного бизнеса, вследствие чего наблюдается слабая инвестиционная активность. 2. Неразвитая сырьевая база; в большинстве случаев требуется импортировать сырье и полуфабрикаты. 3. Отсутствие высокопрофессиональных «рабочих»

1	2
<p>3. Снижение барьеров входа на внутренний рынок: удешевление производства в стране, использование онлайн-каналов для продвижения и продаж</p> <p>4. Рост интереса потребителей к товарам российского производства по причине лучшего соотношения «цена-качество». Интерес к некоторым дизайнерским брендам прослеживается и на зарубежных рынках</p> <p>5. Активно развивающийся сегмент инфлюенс-маркетинга: эффективность интеграций с (цифровыми) инфлюенсерами</p> <p>6. Формирующаяся профильная господдержка легпрома и модной индустрии: перевооружение производств, создание текстильных и модных кластеров и др.</p>	<p>кадров на производствах (швей и конструкторы)</p> <p>4. Большая часть производственного парка – устаревшее морально и физически оборудование. Усугубляет ситуацию необходимость импорта</p> <p>5. Низкий уровень внедрения цифровых технологий на производстве и в дистрибуции</p> <p>6. Отсутствие поддержки дизайнеров со стороны крупных ритейлеров и дизайнерских брендов</p>

Таблица 10

## Возможности и угрозы легкой промышленности в России

Возможности	Угрозы
1	2
<p>1. Создание современной «синтетической» сырьевой базы, а также технологий усиления свойств натуральных материалов</p> <p>2. Развитие технологичных контрактных производств, ориентированных как на работу с локальными, так и зарубежными поставщиками</p> <p>3. Выпуск широкого спектра уникальной инновационной продукции для гражданского сектора</p> <p>4. Создание портфеля национальных модных брендов, конкурентоспособных в средне-низком и среднем ценовом сегментах локального и мирового рынка</p> <p>5. Создание национальных и международных цифровых торговых платформ, доступных как крупным, так и мелким производителям</p> <p>6. Развитие модного туризма, посредством введения системы возврата НДС и популяризации российских недель моды</p>	<p>1. Высокая волатильность рубля и напряженная геополитическая обстановка. Сложности с экспортными поставками на перспективные рынки</p> <p>2. Высококонкурентная среда на мировых рынках одежды и обуви. Сложность входа товара в связи с насыщением рынков</p> <p>3. Сформированные зарубежные базы сырья и полуфабрикатов. При этом технологическое развитие материалов для легкой промышленности идет опережающими темпами</p> <p>4. Наличие за рубежом высокотехнологичных производственных площадок, способных производить продукцию любой сложности и в необходимых объемах</p> <p>5. Гегемония импорта на национальном рынке (официальный и неофициальный импорт, трансграничные онлайн-покупки)</p>



1	2
	6. Потеря рынка для отечественных производителей 7. Высокая доля нелегальной продукции на рынке, включая произведенную в Российской Федерации. В сложившейся ситуации развитие отечественной индустрии затруднено

Структура малых швейных предприятий:

1) дизайнерский состав.

Профессиональные дизайнеры могут обеспечить работой не только себя, но и десятки работников производственных групп. К сожалению, на сегодняшний день известных отечественных дизайнеров не так много. Однако специалисты считают, что с дальнейшим развитием российских брендов ситуация будет постепенно меняться к лучшему. Здесь важно понимать, что известность того или иного дизайнерского имени зависит не только от таланта и профессиональных качеств его владельца, но и от грамотного подхода к вопросам продвижения и рекламы. В настоящий момент основная часть российского рынка моды состоит скорее из развивающихся брендов;

2) производство.

Производственная база малых фирм может состоять как из собственного, так и из арендуемого оборудования. Не редки случаи, когда малые предприятия арендуют отдельные производственные линии или цеха на крупных швейных фабриках. Последним это тоже выгодно, так как дает возможность обеспечить загрузку производственных мощностей. Однако имеются и определенные сложности, связанные с тем, что малым фирмам модной одежды обычно требуется лишь мелкосерийное производство.

В качестве принципиально новых идей, способных улучшить ситуацию в сегменте модной одежды, рассматривается организация гибкого модульного рабочего пространства в швейных цехах, то есть в оснащении рабочего места определенным набором оборудования, способным осуществлять операции с более завершенной обработкой изделий без нарушения технологической цепочки. В качестве примера можно привести установку универсальной стачивающей и подшивочной машины.

Идея заключается в том, чтобы разделить все оборудование в потоке на модули и на основе временных затрат на ту или иную операцию точно определить нужное число различных модулей в пошивочном потоке. Такой подход позволяет оптимизировать организацию рабочих мест, улучшить гибкость производства и сократить сам производственный цикл выпуска одежды. Кроме того, нивелируются многие недостатки традиционной поточной технологии, которая не в полной мере подходит для производства небольших партий модной одежды.



Еще одна особенность малых предприятий на рынке моды – распространенность практики передачи своих заказов для частичного или полного исполнения внешним подрядчикам. При этом на собственном предприятии, как правило, располагается офис, размещаются раскройные и экспериментальные цеха. А имеющиеся производственные мощности часто используются только для предварительной оценки трудоемкости изготовления изделий и их себестоимости. Некоторые небольшие фирмы идут по другому пути – объемные и простые заказы передают внешним подрядчикам, оставляя у себя только наиболее сложные, интересные и выгодные;

### 3) маркетинг.

Уровень развития процесса организации спроса и сбыта оказывает серьезное влияние на эффективность бизнеса в мире моды. И по этому параметру малым предприятиям, обладающим ограниченными финансовыми возможностями, достаточно сложно конкурировать с крупными компаниями. Нередко небольшие фирмы, не имея собственных торговых площадей, отдают товар на реализацию. В итоге до 30 % переданного товара по окончании сезона может возвращаться обратно, что создает сложности с реализацией данных остатков.

Избежать подобной ситуации позволяет отлаженное маркетинговое управление, благодаря которому ассортимент выстраивается на основе исследований рынка. В этом случае задачи для дизайнеров формулируются после рыночной оценки количества потенциальных потребителей и востребованности товара. Таким образом, можно успешно синтезировать продукты интеллектуальной собственности с конвейерным производством.

Не менее значимым фактором для развития бизнеса на рынке модной одежды является реклама. К сожалению, пока рекламная индустрия, ориентированная на продвижение российских брендов в мире моды, развита очень слабо. Крупные рекламные площадки, например, гляцевые журналы, предпочитают более платежеспособных западных производителей. И данный фактор оказывает отрицательное влияние на развитие российских модных брендов.

В настоящее время рынок модной одежды в России активно развивается и малые швейные предприятия становятся наиболее значительными в этом процессе. Некоторые специалисты прогнозируют, что в основном участники рынка моды будут работать по одному из следующих вариантов: самостоятельное производство, франчайзинговая фирма, дизайн-ателье с экспериментальным производством. Российская fashion-индустрия ещё довольно молода, но в последнее время входит в категорию привлекательных и эффективных видов деятельности. Число малых швейных предприятий постепенно увеличивается, их перспективность уже не ставится под сомнение.

Развитие швейной промышленности на сегодняшний день происходит под сильным влиянием новых технологий. При этом в жестких условиях рыночной экономики поддерживать спрос на свою продукцию удастся лишь

тем производителям, которые предлагают не просто качественные, но и оригинальные в эстетическом и дизайнерском плане изделия. В настоящее время мелкие и крупные предприятия уделяют все большее внимание логистической оптимизации, то есть ведется поиск наиболее выгодных и экономически менее затратных путей потока материальных ресурсов. Конечно, швейная промышленность в России за последние годы продвинулась и в технологическом обеспечении. Но в отличие от зарубежных производителей, например, автоматизированные и роботизированные линии чаще используются на конвейерах крупных предприятий, изготавливающих типовые изделия.

Россияне ценят отечественного производителя за комфорт при носке, практичность, функциональность и износостойчивость.

Большинство отечественных малых швейных предприятий достаточно успешно перестроились и стали выпускать конкурентоспособные изделия. В последнее время отечественная швейная промышленность успешно кооперируется с зарубежными партнерами, выполняя заказы на производство по моделям и из материалов зарубежных производителей. Такой подход к кооперации привлекает иностранных производителей, реализующих свою продукцию на российском рынке и рынках объединенной Европы.

На глобальном fashion-рынке присутствует большое количество производителей, выпускающих модные товары разного качества и разной ценовой категории. Существуют как независимые модные бренды (например, Chanel, Hermès, H&M и другие), так и крупные концерны с диверсифицированными марочными портфелями (LVMH, Richemont и другие). В такие образования могут входить не только марки одежды и обуви, но и бренды из других секторов.

Согласно данным McKinsey&Co, в 2017 году абсолютным лидером модной индустрии по совокупному объему продаж стал испанский концерн Inditex, специализирующийся в сегменте «быстрой моды» (ключевой бренд – Zara). На втором месте – Nike – мировой производитель спортивной одежды и обуви. Замыкает тройку французский конгломерат LVMH, ориентированный на люксовый и премиальные сегменты.

Таблица 11

Крупнейшие производители изделий  
легкой промышленности в Российской Федерации

Сегмент	Ключевые игроки
1	2
Производство текстильных изделий	ООО «Брянский камвольный комбинат», ЗАО «Промтекстиль», ООО ХБК «Навтекс», ОАО «Курская фабрика технических тканей», ООО ТК «Красная Талка», ЗАО «Чайковская текстильная компания» и другие

1	2
Производство одежды	ОАО «Большевичка», ОАО «Белгородская швейная фабрика «Россиянка», ЗАО «Шуйская швейная фабрика», ЗАО «Собинская швейная фабрика», АО «БГК Групп» и другие
Производство кожи, изделий из кожи	ГК «Русская кожа», ЗАО «Осташевский кожевенный завод», ООО «Рыбинский кожевенный завод», ООО «ВКП ЛТ», АО «Верхневолжский Кожевенный Завод» и другие

Таблица 12

### Ключевые регионы производства российских брендов

Торговая марка	Ключевые регионы производства
Gloria Jeans	Российская Федерация, Китай
Sela	Китай, Бангладеш, Российская Федерация
ООО «Спортмастер», O'stin (ГК «Спортмастер»)	Китай, Индия, Бангладеш
InCity	Китай, Индия, Бангладеш
Melon Fashion Group (Zarina, Befree, Love Republic)	Индия, Китай, Бангладеш, страны ближнего зарубежья
Zolla	Индонезия, Бангладеш, Китай
Baon	Российская Федерация, Германия, страны Юго-Восточной Азии

### 6.5. Тенденции и тренды рынка

1. Неквалифицированный персонал. К сожалению, профессия швеи в последние годы перестает быть востребованной, поэтому найти действительно хороших мастеров сложно. По статистике, в течение последних нескольких лет численность работников легкой промышленности сокращалась в среднем на 5 % в год. Если предпочтение отдается перспективным специалистам, то в дальнейшем можно поспособствовать поднятию их квалификации с помощью курсов и тренингов.

2. Постоянная перемена модных тенденций. На постоянной основе необходимо будет изучать новости из мира моды и вести производство в соответствии с последними тенденциями.

3. Изменение роли сезонного фактора в модной индустрии. Снизить его влияние не сложно – достаточно менять ассортимент услуг в зависимости от времени года.

4. Таможенные пошлины.

5. Санкции.

6. Неблагоприятные курсовые разницы.

7. Негативное отношение к России и даже противодействие ведущих европейских кутюрье.

8. Глобальная цифровизация.

9. Внедрение новых технологий в модное производство и дистрибуцию.

10. Рост интереса населения к отечественным товарам.

11. Теперь маркировка «Сделано в России» становится конкурентным преимуществом. У российских производственных предприятий, дизайнеров и ритейлеров появился шанс усилить свои позиции. На фоне изменения моделей потребления и удешевления производства в Российской Федерации, согласно данным FCG, в 2018 году наблюдался рост числа локальных производств среднего и малого бизнеса, развитие небольших торговых марок на базе российских швейных фабрик. Интерес к одежде и обуви российского производства растет. Согласно результатам опросов, проведенных аналитическими компаниями, среди преимуществ отечественных изделий респонденты отмечали практичность, износостойкость, функциональность и комфортность. Однако на этот подsegment, по оценкам экспертов, пока приходится не более 20–25 % рынка. Интересным моментом является следующий: наблюдался обратный тренд – российские производители старались позиционировать себя как зарубежные марки, например, такие обувные бренды, как Carnaby и Chester, марка одежды и обуви Finn Flare, и другие.

12. Государственная поддержка. Для отрасли легкой промышленности уже сейчас предусмотрены субсидии, льготное кредитование. Однако проблема инвестиций остается острой, так как требуется техническое перевооружение существующих производств, создание «умных» фабрик и профильных кластеров. В этих целях разрабатывается новый документ – Стратегия развития легкой промышленности России на период до 2025 года.

Следствием бурного развития интернет-торговли, в том числе одеждой и обувью, является рост объемов зарубежных заказов. В целях защиты российского онлайн-рынка ожидается введение НДС с покупок в зарубежных онлайн-магазинах. Также прорабатывается альтернативный вариант – снижение беспорогового порога онлайн-торговли.

13. Активное развитие формата маркетплейсов и интернет-торговли.

Например, интернет-магазины, обеспечивающие связь потребителей с производителями недорогой модной продукции. Также одним из ключевых каналов онлайн-продаж в ближайшей перспективе могут стать социальные сети. Что касается трансграничных продаж модных товаров, то одежда и обувь продолжает оставаться одним из ключевых сегментов (38 % в общем объеме трансграничных покупок, или 142 млрд рублей).

Новым глобальным импульсом развития в области моды может стать еще более массированное развитие онлайн-торговли на фоне упрощения платежей и международной логистики.

14. Интеграция производства и дистрибуции в концепцию «Индустрия 4.0». В 2017 году совместно с Агентством стратегических инициатив и Национальной Палатой моды была разработана концепция

технологичного модного рынка FashionNet. Проект был создан для внедрения новых технологий в российскую индустрию моды в рамках Национальной технологической инициативы – программы глобального технологического лидерства России к 2035 году. Основные цели FashionNet – увеличение количества новых российских модных марок, рост модного рынка до 2,8 трлн долларов к 2035 году, а также увеличение экспортных поставок отечественной продукции.

По мнению экспертов, новым этапом в развитии современного модного сектора может стать реализация концепции «Индустрия 4.0», предусматривающей полную автоматизацию и цифровизацию всех физических активов предприятия (производственных мощностей, складских помещений, дистрибуции и других), а также их интеграцию в цифровую экосистему вместе с бизнес-партнерами, участвующими в цепочке создания стоимости, и конечными потребителями.

Реализация подобных смарт-производств стала возможна благодаря объединению ключевой технологической основы – Интернета вещей – и ряда других передовых технологий в киберфизические системы, внедряемые на промышленных объектах. Такой подход к производству облегчает планирование и контроль, а также снижает необходимость в дополнительных вложениях.

В будущем, по оценкам аналитиков, интеллектуализация производств (от создания выкроек до подбора материалов) позволит предприятиям сфокусироваться на выпуске персонализированной как массовой продукции, так и штучных образцов (B2B- и B2C-направления) не только без финансовых потерь, но и с ростом маржинальности бизнеса и лояльности клиентов. Это становится возможным благодаря тому, что «умные» фабрики могут не только производить продукцию с минимальным количеством ошибок, но и автономно изменять производственные шаблоны в соответствии с необходимостью, оставаясь при этом высокоэффективными.

Яркими иллюстрациями технологичных производств являются мировые лидеры по производству спортивных товаров – Nike и Adidas. Эти компании уже реализовали возможность создания самим потребителем собственных моделей обуви и одежды через специальные приложения или в реальном магазине с использованием 3D-печати. При широком распространении 3D-печати, по прогнозам некоторых аналитиков, возможно развитие нового направления – разработки эскизов одежды (а не готовой одежды), которые будут приобретать клиенты.

Необходимость в развертывании масштабных производств в развитых странах отпадает. Роботизация фабрик, по экспертным оценкам, оказывается дешевле содержания штата неквалифицированных рабочих и организации сложной логистики.

Концепция «Индустрия 4.0» накладывает свой отпечаток и на формат проектирования: он также становится автоматизированным, то есть участие человека даже в творческом процессе минимизируется. Однако полностью



передать «креативные» функции роботам пока невозможно и роль таланта в создании модных объектов остается высокой.

15. Технологизация. Новые технологии открывают современным дизайнерам неограниченные возможности для создания модных изделий. Кроме того, технологии помогают качественно изменять производственные и дистрибутивные процессы, добиваясь снижения затрат, повышения экологичности производств и персонализации производимой продукции.

Трехмерное и четырехмерное проектирование позволяет дизайнерам воплощать самые смелые идеи при создании оригинальных моделей одежды и обуви. Сегодня практически каждый дизайнер старается внедрить в свои продукты хотя бы небольшую деталь, напечатанную на 3D-принтере. Кроме того, аддитивные технологии позволяют организовывать точечное персонализированное производство, что позволяет избежать рисков перепроизводства и повысить лояльность клиентов.

16. Широкое использование высокотехнологичных материалов при производстве одежды и обуви. Появлению и смене трендов во многом способствуют как решения дизайнеров, так и социально-экономическая и политическая ситуации в обществе, появление новых технологий. Например, в периоды кризиса при изготовлении одежды, обуви, сумок используются более дешевые материалы. А развитие химической отрасли позволило использовать синтетические ткани с новыми свойствами и цветами.

Новым импульсом развития в области моды может стать широкое использование высокотехнологичных материалов при производстве одежды и обуви. Технологии, позволяющие текстилю получить новые уникальные свойства, а также существенно улучшить традиционные, расширяют сферы его использования. Прежде всего, новые материалы находят свое применение в космическом и оборонном секторах, силовых структурах, медицине, экологических проектах и так далее. В легкой промышленности также уже используются новые решения, позволяющие создавать одежду с высокими потребительскими свойствами, способную защищать от вредных воздействий окружающей среды, новыми эстетическими эффектами и IT-функциями.

В настоящий момент можно условно выделить два наиболее перспективных направления разработки новейших материалов: интеллектуальный текстиль и биотекстиль.

Интеллектуальное направление – это создание и промышленное освоение технологий, которые обеспечивают получение новых текстильных материалов с широким набором уникальных свойств.

17. Упрощение глобальной логистики.

18. Фокус на экологичное производство. Являющиеся основой модной индустрии текстильные и швейные отрасли часто критикуют по причине неэкологичности производств, в частности в связи с чрезмерным использованием водных ресурсов и токсичных химических веществ.

Поэтому в целях сохранения позиций на рынке производители модных товаров вынуждены перестраивать производственные процессы в целях



уменьшения негативного воздействия на окружающую среду следующими способами:

посредством минимизации отходов при производстве. Например, использование всей ширины полотна «от кромки до кромки», повторное использование ресурсов: все, что не понадобилось в основном производстве, может быть эффективно использовано при создании новых вещей;

переработки использованной модной продукции. Здесь подразумевается восстановление или повторное использование вещей, преимущественно не по прямому назначению (например, в дизайне). Кроме того, даже ритейлеры модных товаров принимают старую одежду на переработку и утилизацию;

сортировки и дальнейшей переработки текстиля с целью получения волокна для производства новых вещей;

создание биотекстиля. На фоне усиления экологического тренда во всем мире особое внимание уделяется созданию материалов из доступного биосырья (бамбука, ферментированного чая, микроорганизмов). Также в особое направление можно выделить опережающие технологии, позволяющие перерабатывать различные отходы.

19. Развитие гибких бизнес-моделей.

20. Инвесторы рассматривают модную индустрию как перспективную отрасль. Согласно информации отраслевых новостных лент, крупнейшие фонды прямых инвестиций активно сотрудничают с модными брендами (например, Permira с Valentino, Blackstone с Versace и другими).

21. Более трепетное отношение к интеллектуальной собственности (борьба с подделками) также улучшает доступ к люксовым товарам в регионе.

22. Создание «умных» вещей – еще одна сильная тенденция в индустрии. Бренды все активнее работают над концепцией интеллектуальной одежды, которая в будущем могла бы значительно облегчить жизнь. Например, шапки со встроенными наушниками, пальто с подогревом, рубашка, синхронизирующаяся со смартфоном, и так далее. При этом характеристика «умная» не противоречит «модной».

23. Развитие направления «быстрой моды», подразумевающей адаптацию и тиражирование ультраактуальных идей ведущих дизайнеров. Кроме того, ведущие производители сегмента в целях привлечения новых категорий потребителей делают ставку на коллаборации с топовыми дизайнерами и брендами, выпуская лимитированные коллекции. По мнению экспертов Euromonitor International, подсегмент масс-маркета «быстрая мода» растет быстрее модной отрасли.

24. Увеличение количества производителей на рынке легкой промышленности. В 2017 году Amazon запустил собственный массовый бренд одежды Find. Новая марка выпускает женскую, мужскую одежду, а также обувь. Одна из причин – отказ модных производителей от работы с Amazon по причине низкой доходности и агрессивной политики снижения затрат. Собственное производство позволит расширить ассортимент изделий,

которые потенциально будут пользоваться спросом без смягчения политики сотрудничества с брендами.

25. Зависимость от импорта сырья. Согласно заявлениям производителей в Российской Федерации существует дефицит современных тканей отечественного производства, а также швейной фурнитуры. Использование в швейной подотрасли импортного сырья приводит к высокой себестоимости выпускаемой продукции, проблемам с ассортиментом и обновлением коллекций.

26. Трансформация потребительского спроса. Согласно результатам исследований РwС, в Российской Федерации начала формироваться своего рода покупательская дисциплина. Так, многие российские потребители теперь стали придерживаться более рационального подхода к тратам и перестали поддаваться желанию совершать импульсивные покупки. Возможно, за исключением акционных предложений, которые, в свою очередь, способствуют повышению чека ритейлеров. Согласно данным опросов, проведенных маркетинговыми агентствами, 33 % россиян в 2018 году старались покупать одежду, которая продается со скидками или по акциям. А 11 % специально ждали скидок и акций для покупки одежды. Также люди стали более критически настроенными и требовательными, более внимательными к цене и качеству товаров. В результате в центре внимания покупателей оказываются бюджетные марки, предлагающие тем не менее модели одежды и обуви достаточно высокого уровня качества для своего сегмента. В таких условиях известность бренда постепенно перестает быть основополагающим фактором.

27. Развитие «бюджетных» форматов дистрибуции: дискаунтеры и ярмарки, при этом ярмарки поддерживаются государством. Что касается дискаунтеров (магазинов самообслуживания с ценами ниже рыночных), их активное развитие – мощный тренд не только в Российской Федерации, но и во всем мировом ритейле. В последнее время дискаунтеры трансформируются из магазинов «для бедных» в точки продаж для среднего класса. Таким образом, происходит «перетекание» аудитории среднего сегмента в нижний.

28. Развитие небольших дизайнерских ателье, мелких швейных предприятий. Наряду с оказанием услуг по индивидуальному пошиву, выпускают небольшими партиями модели собственного дизайна, отличающиеся, как правило, высоким качеством. Ключевой тенденцией развития бизнеса моды в России можно назвать уменьшение числа крупных швейных предприятий и рост количества мелких фирм-производителей эксклюзива. Причиной данного тренда стали перемены в структуре потребления: выбор одежды теперь отражает не только личный вкус индивидуума, но и его социальный статус, амбиции и другие личностные аспекты. Поэтому все чаще производителям приходится отвечать не на коллективные, а на индивидуальные запросы отдельных потребителей либо на запросы узких групп покупателей. Пошив корпоративной одежды,

производство униформы или даже пошив спецодежды в большинстве случаев также выполняется с учетом многочисленных требований конкретного заказчика в части дизайна и оформления. И это выводит на первый план гибкость производства как ключевой фактор успеха предприятия. Чтобы добиться успеха на рынке, студия-ателье или цех по пошиву одежды должны уметь очень быстро перестраивать производство швейной одежды под новый ассортимент.

#### 6.6. Критерии выбора на рынке, сегменты клиентов

Сегменты клиентов:

производство текстильных изделий;

производство одежды;

производство кожи, изделий из кожи.

Мировой рынок одежды состоит из множества сегментов, каждый из которых является самостоятельной частью со своей спецификой и законами. В настоящий момент в мировой практике существует несколько подходов к сегментации рынка одежды.

По гендерному признаку выделяют следующие сегменты: женская, мужская и детская одежда. Согласно данным MarketLine, в 2017 году объем крупнейшего сегмента – женской одежды – составил 736,4 млн долларов, объем сегмента мужской одежды – 442,6 млн долларов и детской – 227,8 млн долларов.

С точки зрения моды женский сегмент является традиционным, чем и объясняется его доминирование. Однако мужская мода развивается быстрыми темпами. Этому способствует изменение гендерных ролей, а также глобальная цифровизация, способствующая быстрому распространению информации. Ниша детской одежды также является перспективной. По мнению экспертов, мировое производство детских товаров и их продажа менее всего испытывают влияние кризиса по сравнению с другими отраслями.

С позиции продуктовых категорий выделяется больше сегментов в соответствии с выпускаемыми типами одежды. Однако при таком подходе к сегментации рынка одежды трудно выделить модные тенденции.

В модной индустрии принята сегментация рынка одежды, базирующаяся на таких параметрах, как качество изделий и способ выпуска коллекций, а также ценовая политика. На основе стоимости ряд исследователей изделий выделяет следующие сегменты: высшая, средняя и низшая ценовые категории.

Что касается качества изделий и их аутентичности, то здесь существует множество классификаций, которые делят модный рынок на сегменты и подсегменты. В упрощенном варианте можно разделить все сегменты на три большие группы: люкс; премиум/бридж и демократичный масс-маркет. Как правило, первые две категории подразумевают производство дизайнерской (то есть авторской) одежды. Кроме того, производители могут оперировать сразу

в нескольких сегментах, формируя диверсификационный брендовый портфель.

Таблица 13

**Швейные и трикотажные производства  
в Российской Федерации**

Регион	Название	Специализация
1	2	3
Ивановская область	Шуйская швейная фабрика (Шуя)	Женская одежда
	Швейная фабрика «Айвенго» (Иваново)	Мужская одежда
	Тейковская швейная фабрика (Тейково)	Спецодежда, военная форма
	Швейная фабрика «Восток»	Трикотаж, одежда для рыболовов
	Швейная фабрика «Принцесса на горошине»	Домашний текстиль
Московская область	Швейная фабрика «Большевичка»	Мужские костюмы
	Швейная фабрика «Звезда» (Подольск)	Мужская одежда и аксессуары
	Швейная фабрика «Мантис» (Москва)	Одежда и текстильные изделия
	Швейная фабрика «Космос» (Москва)	Женская одежда, школьная форма, униформа
	Швейная фабрика «Арион» (Москва)	Спецодежда, мужская и женская повседневная одежда
Ростовская область	Швейная фабрика Gloria Jeans	Джинсовая одежда для взрослых и детей
	Швейная фабрика Гуково (Шуково)	Женская, мужская, детская одежда
	Азовская швейная фабрика № 13 (Азов)	Армейская форма, спальные принадлежности, товары народного потребления
	ТОРРОФИНО (Ростов-на-Дону)	Нательное и нижнее белье для мужчин, женщин и детей
Нижегородская область	ЕВА-НН (Нижний Новгород)	Женская одежда: изготавливаются дизайнерские коллекции из материалов клиента
	Швейная фабрика «Восход» (Богородск)	Верхняя одежда
	Швейная фабрика «Заря» (Нижний Новгород)	Пальто
	Швейная фабрика «Сокол» (Сокольское)	Спецодежда
	Дзержинская швейная фабрика (Русь)	Мужские пальто, куртки, бушлаты и кители

1	2	3
Орловская область	Трикотажная фабрика Amadeusfamily	Женская и мужская одежда, школьная форма. Аксессуары
	Трикотажная фабрика «АНРИ»	Женский верхний трикотаж
	Трикотажная фабрика «Белый слон»	Детский трикотаж
	Фабрика «ГАММА»	Производство чулочно-носочных изделий

Критерии выбора:

цена;

качество;

быстрая обратная связь;

дешевая логистика;

гибкость.

Гибкость таких фирм выражается в отсутствии большого выпускаемого ассортимента, который было бы достаточно сложно быстро изменить. При этом малые швейные предприятия отлично адаптированы к запросам рынка, так как ориентируются в своем отдельном сегменте и часто производят продукцию на заказ, общаясь напрямую с потребителем. Кроме того, в отличие от крупных швейных фабрик, небольшие фирмы не имеют сложной структуры управления, благодаря чему значительно ускоряется время прохождения информации и сокращается срок реакции на запросы рынка.

Экономичность выражается несколькими факторами. Прежде всего, это быстрый оборот средств и отсутствие «крупных застоев» готовой продукции и сырья. Также нет необходимости в значительных объемах инвестиций для начала работы, сводятся к минимуму сроки строительства, оснащения и переоснащения производства. А имея сравнительно небольшой штат, можно значительно сэкономить на управленческих и административных расходах.

## VII. SWOT- и PEST-анализ кластера

### 7.1. SWOT-анализ

Сильные стороны кластера легкой промышленности:

- 1) удобное территориально-географическое положение (регионы центральной России, Москва, Белоруссия, Украина), близкое расположение к максимальному количеству потенциальных потребителей;
- 2) существует производственная база (в регионе функционирует ряд успешных предприятий отрасли);
- 3) развитая образовательная база, обеспечивающая подготовку кадров для отрасли в высших и средне-специальных учебных заведениях;
- 4) рост интереса населения к отечественным товарам;
- 5) формирующаяся профильная господдержка;



6) снижение барьеров входа на внутренний рынок (удешевление производства в стране, развитие онлайн-торговли);

7) обширные экономические связи хозяйствующих субъектов с другими регионами страны и зарубежными странами.

Слабые стороны кластера легкой промышленности:

1) невозможность выполнить большой объем заказа из-за отсутствия крупных предприятий для производства;

2) дефицит квалифицированных кадров;

3) отсутствие технологической, маркетинговой и организационной инновационной активности в Орловской области в отрасли;

4) отрасль имеет низкий приоритет в региональной экономике;

5) низкая доля отрасли в товарной структуре экспорта Орловской области;

6) низкий объем инвестиций в отрасль;

7) оторванность дизайнеров от отрасли, редкое сотрудничество с талантливыми дизайнерами при создании моделей;

8) отсутствие оборудования и квалифицированного персонала, необходимых для создания сложных моделей;

9) невыгодность производства небольших партий дизайнерской одежды по причине высоких трудозатрат;

10) высокая доля контрафактной продукции, включая «серые» и «черные» импортные товары, а также товары, нелегально произведенные в стране;

11) отсутствие достаточных производственных мощностей, устаревший производственный парк;

12) высокая доля импортной составляющей в производстве (от сырья до оборудования);

13) капиталоемкое производство;

14) неразвитая сырьевая база;

15) небольшая численность региональных профессиональных дизайнеров и популярных брендов.

Возможности кластера легкой промышленности:

1) ожидается рост рынка на 4–5 % в год;

2) разработана дорожная карта реализации проекта по размещению испанской компанией Inditex заказов на производство на российских предприятиях легкой промышленности;

3) главные направления экспорта из российских интернет-магазинов – это страны СНГ (русскоязычное население), аудитория Европы, дальнего зарубежья;

4) отсутствие лишних затрат на логистику и ввозные пошлины при размещении заказов для заказчиков из России, а также снижение валютных рисков;



- 5) наличие высоких рисков для потенциальных клиентов при работе с производственной площадкой КНР, необходимость контролировать качество процесса производства;
- 6) комплексная программа государственной поддержки, которая включает в себя как монетарные, так и регуляторные меры;
- 7) развитие российских брендов одежды и обуви;
- 8) предложение не просто качественных, но и оригинальных в эстетическом и дизайнерском плане изделий;
- 9) кооперирование с зарубежными партнерами посредством выполнения заказов на производство по моделям и материалам зарубежных производителей. Такой подход к кооперации привлекает иностранных производителей, реализующих свою продукцию на российском рынке и рынках объединенной Европы;
- 10) активное развитие формата маркетплейсов и интернет-торговли;
- 11) интеграция производства и дистрибуции в концепцию «Индустрия 4.0» (Промышленный интернет).

Угрозы для кластера легкой промышленности:

- 1) увеличение конкурентного отставания в борьбе за привлечение инвестиционных ресурсов с ведущими регионами страны;
- 2) игроки из азиатских стран активно наращивают позиции в модной индустрии, появление производителей модных товаров мирового уровня;
- 3) изменение федерального законодательства, ухудшающего инвестиционные условия в регионах;
- 4) сложности таможенного оформления;
- 5) увеличение налоговой нагрузки на отрасль;
- 6) санкции, отсутствие возможности приобрести необходимые материалы, затруднения в поставках готовых изделий заказчикам и так далее;
- 7) неблагоприятная разница курса валют при осуществлении закупок основных видов материалов и оборудования;
- 8) рост дифференциации доходов в регионе;
- 9) рост потребности в профессиональных кадрах в связи с развитием производства;
- 10) повышение тарифов естественных монополий.

Существует ряд слабых сторон легкой промышленности в Орловской области, таких как отсутствие технологической, маркетинговой и организационной инновационной активности в Орловской области в отрасли. В то же время среди сильных сторон выделяются наличие производственной образовательной базы, рост интереса населения к отечественным товарам. Важнейшими преимуществами Орловской области являются ее удобное месторасположение и транспортная доступность по отношению к основным рынкам сбыта (Центральный федеральный округ, Белоруссия), а также перспектива роста экспорта в ближнее зарубежье и страны Европы из-за развития онлайн-торговли для русскоязычного населения. Так, при проведении грамотной политики развития отрасли и ее

государственной поддержке влияние слабых сторон уменьшится, конкурентоспособность и привлекательность отрасли существенно повысятся.

В результате SWOT-анализ показывает, что легкая промышленность Орловской области обладает существенным потенциалом для развития.

## 7.2. PEST-анализ

Политические факторы.

Усиление глобального протекционизма является источником рисков для роста мировой экономики. Существующие торговые ограничения пока не оказывают ярко выраженного негативного влияния, однако развитие «торговых войн» может привести к замедлению глобального инвестиционного спроса из-за роста неопределенности, нарушить сложившиеся цепочки добавленной стоимости, а также негативно скажется на производительности труда из-за барьеров для распространения новых технологий, что существенно может отразиться на развитии легкой промышленности как в России, так и во всем мире. Существенным источником неопределенности для европейских стран остается ожидаемый выход Великобритании из Евросоюза, который должен состояться после завершения переходного периода в декабре 2020 года.

Экономические факторы.

Предложенный Правительством Российской Федерации пакет структурных изменений должен обеспечить выход экономической динамики на более высокую траекторию, необходимую для решения накопившихся проблем в социально-экономической сфере.

Ключевыми элементами этого пакета являются:

эффективная реализация национальных проектов, охватывающих ключевые направления социально-экономического развития страны, а также комплексного плана развития инфраструктуры;

реализация плана действий по повышению уровня инвестиционной активности, включающего набор изменений по улучшению инвестиционного климата, повышению долгосрочной предсказуемости экономического развития, росту уровня конкуренции и эффективности компаний с государственным участием, формированию новых источников финансирования инвестиционной активности, а также изменению отраслевого регулирования;

пенсионная реформа, направленная на ускоренный рост уровня пенсионного обеспечения.

Прогноз инфляции на конец 2020 года составляет 3,8 %. В дальнейшем инфляция будет сохраняться на уровне целевого ориентира – 4 %. С учетом перечисленных мер Минэкономразвития России ожидает постепенное ускорение темпов экономического роста до 2,0 % в 2020 году, начиная с 2021 года – 3,0 %. Консервативный сценарий разработан Минэкономразвития России на основании предположения о существенном замедлении темпов роста мировой

экономики, прежде всего, в результате реализации сценария «жесткой посадки» китайской экономики. В этих условиях в консервативном сценарии прогнозируется замедление темпов роста ВВП до 1,0 % с последующим их восстановлением к 2024 году до 3,0 % по мере реализации комплекса мер, направленных на достижение ключевых национальных целей развития. Инфляция в 2019 году составила 3 % и впоследствии стабилизируется на этом уровне.

Среди негативных тенденций, оказывающих влияние на развитие экономики в России, можно выделить следующие:

накопление средств на счетах, а не инвестирование в экономику;

неопределенность, международные и регуляторные риски;

рост налогов;

существенная зависимость от политики;

«торговые войны» с Китаем; возможен сценарий, когда товарооборот США и Китая будет обложен пошлинами, что сможет нанести ощутимый вред мировой торговле и привести экономику в стадию рецессии;

санкции, расширение географии (в 2018 году помимо России уже вошли Турция, Китай и рискует войти Индия), в перспективе ограничительные меры могут создать условия для возникновения значительных проблем;

сокращение участия государства в экономике, реструктуризации некоторых госкомпаний, перевод их в положение частного сектора, приватизация;

движение в сторону альтернативной американскому доллару валюты для ведения внешнеэкономической деятельности и развития независимых от США институтов.

Положительное влияние на развитие экономики в целом и в легкой промышленности:

кредиты станут более доступными для бизнеса;

появление льготных налоговых режимов;

высокая предпринимательская активность, что обеспечит создание новых предприятий, выход на рынок новых видов товаров и услуг, увеличение рабочих мест, а также гибкость производства и повышение конкурентоспособности продукции.

Социальные факторы.

Среди социальных факторов, влияющих на легкую промышленность, также можно выделить следующие:

1) депопуляция населения, что может привести к сокращению потенциальных потребителей и работников, занятых в отрасли;

2) мода для людей старшего возраста, программы для развития долголетия, что формирует новые сегменты в модной индустрии, повышает спрос на модную одежду и обувь;

3) повышение числа специалистов с высшим образованием, что в том числе приводит к более высокой конкуренции и снижению числа рабочих, необходимых для легкой промышленности;

4) постепенное увеличение предложения труда, рост спроса на труд в условиях динамичного экономического роста;

5) повышение пенсионного возраста не приведет к росту безработицы, тренд на ее снижение будет сохраняться до 2024 года. Уровень безработицы может снизиться с 5,2 % в 2017 году до 4,6 % в 2023–2024 годах;

6) рост заработной платы во внебюджетном секторе экономики в целом будет определяться динамикой производительности труда.

Технологические факторы.

Новым этапом в развитии легкой промышленности может стать реализация концепции «Индустрия 4.0», предусматривающей полную автоматизацию и цифровизацию всех физических активов предприятия (производственных мощностей, складских помещений, дистрибуции и других), а также их интеграцию в цифровую экосистему вместе с бизнес-партнерами, участвующими в цепочке создания стоимости, и конечными потребителями.

В будущем интеллектуализация производств (от создания выкроек до подбора материалов) позволит предприятиям сфокусироваться на выпуске персонализированных как массовой продукции, так и штучных образцов (B2B- и B2C-направления) не только без финансовых потерь, но и с ростом маржинальности бизнеса и лояльности клиентов. Это становится возможным благодаря тому, что «умные» фабрики могут не только производить продукцию с минимальным количеством ошибок, но и автономно изменять производственные шаблоны в соответствии с необходимостью, оставаясь при этом высокоэффективными.

Развивается также направление возможности создания самим потребителем собственных моделей обуви и одежды через специальные приложения или в реальном магазине с использованием 3D-печати. Также трехмерное и четырехмерное проектирование позволяет дизайнерам воплощать идеи при создании оригинальных моделей одежды и обуви. Сегодня практически каждый дизайнер старается внедрить в свои продукты хотя бы небольшую деталь, напечатанную на 3D-принтере. Кроме того, аддитивные технологии позволяют организовывать точечное персонализированное производство, что дает возможность избежать рисков перепроизводства и повысить лояльность клиентов.

В России первый шаг к переходу к концепции «Индустрия 4.0» уже совершен: в 2017 году совместно с Агентством стратегических инициатив (АСИ) и Национальной Палатой моды была разработана концепция технологичного модного рынка FashionNet. Этот проект был создан для внедрения новых технологий в российскую индустрию моды. Основную добавленную стоимость на новом рынке будет формировать производство креативной и технологичной продукции (преимущественно одежды, обуви и аксессуаров).

Однако развитию цифровизации в России препятствуют некоторые аспекты, что может существенно повлиять на конкурентоспособность современной технологичной легкой промышленности:

- 1) отставание от ведущих иностранных государств в развитии конкурентоспособных информационных технологий;
- 2) зависимость социально-экономического развития от экспортной политики иностранных государств;
- 3) недостаточная эффективность научных исследований, связанных с созданием перспективных информационных технологий, низкий уровень внедрения отечественных разработок, а также недостаточный уровень кадрового обеспечения в области информационной безопасности;
- 4) проблема обеспечения прав человека в цифровом мире, в том числе при идентификации (соотнесении человека с его цифровым образом), сохранности цифровых данных пользователя, а также проблема обеспечения доверия граждан к цифровой среде;
- 5) угрозы личности, бизнесу и государству, связанные с тенденциями к построению сложных иерархических информационно-телекоммуникационных систем, широко использующих виртуализацию, удаленные (облачные) хранилища данных, а также разнородные технологии связи и оконечные устройства;
- 6) наращивание возможностей внешнего информационно-технического воздействия на информационную инфраструктуру, в том числе на критическую информационную инфраструктуру;
- 7) рост масштабов компьютерной преступности, в том числе международной.

#### VIII. Меры государственной поддержки малого и среднего предпринимательства на территории базирования кластера

В Орловской области поддержке малого и среднего предпринимательства уделяется важная роль. В ее основу заложена государственная программа Орловской области «Развитие предпринимательства и деловой активности в Орловской области», утвержденная постановлением Правительства Орловской области от 9 сентября 2019 года № 508 «Об утверждении государственной программы Орловской области «Развитие предпринимательства и деловой активности в Орловской области».

Ежегодно Правительством Орловской области пересматриваются меры государственной поддержки в зависимости от планируемого объема бюджетных средств, а также мер, реализуемых Минэкономразвития России на федеральном уровне. В основу ежегодного выбора мер поддержки ложится анализ востребованности ранее оказанных видов поддержки со стороны предпринимателей.



На территории Орловской области эффективно работает инфраструктура поддержки малого и среднего бизнеса. Государственная поддержка предпринимательства осуществляется в следующем направлении:

1) предоставление гарантий и поручительств.

В случае нехватки у предпринимателя залогового обеспечения для получения кредита в банке некоммерческая организация «Фонд поддержки предпринимательства» (далее также – Фонд) предоставляет банку поручительство в размере до 70 % от суммы кредита. Поручительство предоставляется по договорам, заключенным на срок не менее 1 года, в сумме более 1 млн рублей. Максимальный размер единовременно выдаваемого поручительства составляет 25 млн рублей. Общая сумма поручительства на одно юридическое лицо или индивидуального предпринимателя может составлять 30 млн рублей. Максимальный срок, на который может быть предоставлено поручительство, составляет 88 месяцев. Фонд сотрудничает с 14 банковскими и небанковскими организациями и одной лизинговой компанией;

2) предоставление микрозаймов.

Некоммерческая организация микрокредитная компания «Фонд микрофинансирования Орловской области» предоставляет предпринимателям микрозаймы до 5 млн рублей на срок до 3 лет.

Полученные средства направляются предпринимателями на пополнение оборотных средств, приобретение основных фондов, капитальные вложения, на рефинансирование ранее полученных банковских кредитов. Процентная ставка по выдаваемым займам варьируется от 3 до 12 годовых в зависимости от уровня средней заработной платы на предприятии и целей займа;

3) предоставление услуг по регистрации и ведению бизнеса.

Центр поддержки предпринимательства оказывает широкий спектр услуг для малого и среднего бизнеса: предоставление услуг по регистрации бизнеса, услуги удаленной бухгалтерии, юридическое сопровождение, консультирование по налоговому законодательству, ведение портала государственной поддержки малого и среднего предпринимательства ([www.msb-orel.ru](http://www.msb-orel.ru)), на котором своевременно размещается вся актуальная информация, касающаяся осуществления предпринимательской деятельности. Проводит обучающие мероприятия совместно с вузами. В целях расширения предоставления консультационных услуг субъектам малого и среднего предпринимательства созданы представительства центра поддержки предпринимательства в городах Мценске и Ливны;

4) предоставление услуг по развитию экспортной деятельности.

Центр поддержки экспорта создан в целях стимулирования и вовлечения малых и средних предприятий Орловской области в экспортную деятельность; содействие их выходу на международные рынки товаров, услуг и технологий; повышению конкурентоспособности и эффективности их деятельности. Основные направления деятельности



центра поддержки экспорта включают организационные и консультационные услуги по развитию экспортной деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства по направлениям: организация участия в выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, сертификация продукции для вывода на зарубежные рынки, размещение информации о производимой продукции на международных электронных торговых площадках, организация международных бизнес-миссий и другие;

5) выявление и формирование на территории Орловской области кластерных инициатив.

На сегодняшний день в Орловской области созданы пять кластеров: кластер ГЛОНАСС, приборостроения и электроники, туристский кластер, кластер информационных технологий и кластер легкой промышленности, в состав которых входят более 200 участников. Инфраструктура развития региональных кластеров Орловской области рассматривается как составная часть общей инфраструктуры экономики региона в целях обеспечения конкурентоспособности и качественного экономического роста.

Реализация кластерной политики Орловской области осуществляется через следующие механизмы: развитие кластерной инфраструктуры, формирование региональной нормативной правовой базы, информационно-консультационная поддержка, содействие самоорганизации участников кластера легкой промышленности для реализации совместных кластерных проектов и поддержка их реализации. Реализация кластерной политики Орловской области опирается на использование действующей инфраструктуры, включающей в себя подсистемы: координационная, производственно-технологическая, финансовая, информационная, кадровая. Координационная подсистема кластерной инфраструктуры сформирована на основе центра кластерного развития – структурного подразделения некоммерческой организации «Фонд поддержки предпринимательства Орловской области».

ЦКР обеспечивает предоставление участникам кластеров следующих услуг:

- а) оказание содействия при получении государственной поддержки;
- б) оказание содействия в выводе на рынок новых продуктов (работ, услуг);
- в) обеспечение участия в мероприятиях на российских и международных выставочных площадках;
- г) продвижение товаров (работ, услуг) на конгрессно-выставочных мероприятиях;
- д) консультационные услуги по вопросам правового обеспечения деятельности субъекта малого и среднего предпринимательства;
- е) оказание маркетинговых услуг (проведение маркетинговых исследований, направленных на анализ рынков, исходя из потребностей участников территориальных кластеров);
- ж) оказание услуг по позиционированию товаров (работ, услуг);

з) организация и проведение обучающих тренингов, семинаров с привлечением сторонних организаций с целью обучения сотрудников субъектов малого и среднего предпринимательства;

и) разработка технико-экономических обоснований для реализации совместных проектов;

к) оказание консалтинговых услуг по специализации отдельных участников территориальных кластеров;

л) проведение информационных кампаний в средствах массовой информации по освещению деятельности территориальных кластеров, перспективах развития, отраслевым решениям.

Производственно-технологическая инфраструктура кластерного развития включает технопарки, бизнес-инкубаторы, центры поддержки экспорта, центры сертификации, стандартизации и испытаний, центры прототипирования, инжиниринговых центров, а также логистические центры.

Одним из важных условий стабильного экономического роста для Орловской области является наличие развитой финансовой инфраструктуры, которая способна эффективно удовлетворить потребности хозяйствующих субъектов в финансовых средствах, поддерживать устойчивые темпы экономического развития, снижать социальное неравенство, повысить уровень жизни населения;

б) налоговые преференции.

На территории Орловской области действуют региональный закон о применении пониженной ставки налогообложения для налогоплательщиков, применяющих упрощенную систему налогообложения в производственной, социальной, научной, бытовой сферах в размере 5 % (при полной ставке 15 %) и региональный закон о «налоговых каникулах» для вновь зарегистрированных индивидуальных предпринимателей, применяющих упрощенную и патентную системы налогообложения. Принят региональный закон, предусматривающий снижение налоговой ставки по упрощенной системе налогообложения по объекту налогообложения «доходы» до 3 % (при полной ставке 6 %) для предпринимателей, работающих в производственной сфере.

## IX. Сроки и этапы реализации Стратегии

Реализация Стратегии запланирована в 3 этапа в течение 2020–2025 годов. Основные этапы реализации Стратегии представлены в таблице 14.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что ключевыми, наиболее эффективными видами поддержки для резидентов кластера, позволяющими значительно поднять конкурентоспособность резидентов кластера, являются:

имущественная поддержка;

поддержка в профессиональной подготовке квалифицированного производственного персонала;

финансовая поддержка маркетингового продвижения резидентов кластера.

Данные меры имеют высокую эффективность, поскольку рынок изделий легкой промышленности является эластичным по цене и снижение отпускных цен на продукцию или снижение стоимости услуг по пошиву изделий резидентами кластера позволит значительно увеличить объем продаж и производства. Поскольку у большинства резидентов основными статьями затрат в структуре себестоимости являются затраты на аренду производственных помещений, затраты на оплату труда и затраты на маркетинг и продвижение продукции и услуг, снижение расходов по данным статьям позволит добиться максимального эффекта от мер поддержки.

Таблица 14

## Этапы реализации Стратегии

№	Наименование мероприятия	Документ / результат	Срок реализации	Исполнитель
1	2	3	4	5
0-й этап. Подготовительные мероприятия				
1.	Формирование кластера, подписание соглашения	Подписанное соглашение о создании кластера	Исполнено	ЦКР
2.	Согласование и утверждение Стратегии развития кластера	Утвержденная Стратегия развития кластера	Март 2020 года	ЦКР
3.	Проведение собрания резидентов кластера, доведение стратегии развития и возможностей развития кластера, информирование резидентов кластера о возможностях государственной поддержки МСП	Проведенное собрание с формированием протокола по результатам проведения	Март 2020 года	ЦКР
1-й этап. Подготовка проектов				
4.	Определение перечня ключевых выставок, для последующего представления потенциальным клиентам услуг и продукции резидентов кластера	Перечень ключевых выставок отрасли	Февраль – март 2020 года	Совет кластера
5.	Подготовка концепции проведения отраслевого мероприятия легкой промышленности в Орле	Концепция отраслевого мероприятия	Март 2020 года	Совет кластера
6.	Отбор перечня инновационного для отрасли технологического	Перечень технологического оборудования	Март 2020 года	Совет кластера

1	2	3	4	5
	оборудования для последующей реализации инвестиционного проекта (автоматизация раскроя и других операций)			
7.	Экономический расчет инвестиционного проекта по закупке и совместному использованию резидентами кластера оборудования для автоматизации производства	Инвестиционный проект с рассчитанной рентабельностью	Март 2020 года	Совет кластера
8.	Подготовка и экономическое обоснование инвестиционного проекта по оказанию имущественной поддержки резидентам кластера (льготная аренда)	Концепция и экономическое обоснование проекта	Апрель 2020 года	Совет кластера
9.	Формирование концепции единого маркетингово-логистического центра	Концепция маркетингово-логистического центра	Апрель 2020 года	Совет кластера
10.	Расчет экономического обоснования открытия единого маркетингово-логистического центра	Экономическое обоснование открытия маркетингово-логистического центра	Апрель 2020 года	Совет кластера
11.	Создание концепции зонтичного бренда для резидентов кластера	Концепция зонтичного бренда	Май 2020 года	Совет кластера
12.	Формирование концепции подготовки и повышения квалификации производственного персонала	Концепция подготовки и повышения квалификации производственного персонала	Июль 2020 года	Совет кластера
13.	Отбор поставщиков материалов, услуг, запасных частей для последующего проведения переговоров на предмет снижения закупочных цен	Перечень отобранных поставщиков	Июль 2020 года	Совет кластера
14.	Отбор торговых сетей для последующего проведения переговоров	Перечень отобранных торговых сетей	Сентябрь 2020 года	Совет кластера
15.	Определение производственных возможностей резидентов кластера с целью	Перечень резидентов с фиксацией производственных возможностей	Сентябрь 2020 года	Совет кластера

1	2	3	4	5
	последующей консолидации производственных мощностей			
16.	Определение перечня типовых моделей для последующего формирования банка лекал типовых моделей	Перечень типовых моделей	Октябрь 2020 года	Совет кластера
17.	Формирование перечня потенциальных стратегических партнеров для резидентов кластера для оказания услуг на аутсорсинге (проектирование изделий с использованием САПР)	Перечень стратегических партнеров для резидентов кластера	Декабрь 2020 года	Совет кластера
18.	Доведение до резидентов кластера возможностей размещения производств в особой экономической зоне промышленно-производственного типа «Орёл»	Проведение собрания с информированием резидентов кластера	Декабрь 2020 года	ЦКР
2-й этап. Реализация запланированных проектов кластера				
19.	Участие в ключевых выставках отрасли с целью поиска новых клиентов для резидентов кластера	Участие в выставках, формирование портфеля заказов для резидентов кластера	Июнь 2020 года – декабрь 2025 года	Совет кластера
20.	Внесение на рассмотрение в органы поддержки предпринимательства проекта по оказанию имущественной поддержки резидентам кластера (льготная аренда)	Результаты рассмотрения проекта	Сентябрь 2020 года	Совет кластера
21.	Проведение отраслевых мероприятий в городе Орле для предприятий легкой промышленности	Формирование портфеля заказов от клиентов, заключение соглашений о сотрудничестве с поставщиками и партнерами	Сентябрь 2020 года – декабрь 2025 года	Совет кластера
22.	Реализация инвестиционного проекта по закупке инновационного оборудования для автоматизации швейного	Реализованный инвестиционный проект по закупке инновационного оборудования для автоматизации	Декабрь 2021 года	Совет кластера, ЦКР



1	2	3	4	5
	производства с привлечением капитала			
23.	Создание маркетингово-логистического центра кластера с собственной системой онлайн-продвижения продукции и привлечения клиентов и системой продвижения с использованием электронных торговых площадок	Создание маркетингово-логистического центра	Декабрь 2021 года	Совет кластера
24.	Проведение переговоров со стратегическими поставщиками на предмет снижения закупочных цен для резидентов кластера	Заключение договоров с предоставлением льгот со стороны поставщиков	Июль 2022 года	Якорный резидент
25.	Проведение программ повышения квалификации производственного персонала	Реализованные программы повышения квалификации	Июль 2023 года	Совет кластера
26.	Проведение переговоров с торговыми сетями с целью представления продукции резидентов кластера на полках торговых сетей	Заключенные договоры и соглашения на представление в торговых сетях продукции резидентов	Июль 2022 года	Якорный резидент
27.	Проведение переговоров с учебными заведениями Орловской области с целью активизации подготовки профильных специалистов для легкой промышленности	Заключение соглашений о подготовке кадров для резидентов кластера	Декабрь 2021 года	Якорный резидент
28.	Участие в ярмарках вакансий	Участие в ярмарках, популяризация работы в легкой промышленности	Декабрь 2021 года – декабрь 2025 года	Совет кластера
29.	Проведение встреч с выпускниками школ, планирующими получать профессионально-техническое образование	Проведение встреч популяризация работы в легкой промышленности	Декабрь 2021 года – декабрь 2025 года	Совет кластера
30.	Поиск и отбор партнеров для осуществления аутсорсинга отдельных функций для резидентов кластера, заключение договоров	Заключение договоров с партнерами, оказывающими аутсорсинговые услуги	Декабрь 2020 года	Совет кластера
31.	Формирование архива лекал типовых изделий	Сформированный архив лекал	Декабрь 2025 года	Якорный резидент

1	2	3	4	5
32.	Проведение переговоров с резидентами кластера, с целью регистрации собственных торговых марок производителей-резидентов	Зарегистрированные торговые марки резидентов кластера	Декабрь 2020 года	ЦКР
33.	Формирование зонтичного бренда для резидентов кластера	Сформированный зонтичный бренд для резидентов кластера	Декабрь 2021 года	Совет кластера

### Х. Стратегия государственной поддержки кластера

Для успешного достижения цели кластера, а также организации внутрикластерных проектов необходимо выполнение следующих мероприятий, приведенных в таблице 15.

Таблица 15

#### Мероприятия государственной поддержки

Направление мероприятий для участников кластера	Состав мероприятий государственной поддержки
1	2
Реализация предварительно отобранных, инновационных для отрасли проектов (система автоматизации раскроя и автоматизации отдельных операций на производстве)	Финансовая поддержка
Снижение маркетинговых, организационных и логистических издержек участников кластера за счет формирования единого маркетингово-логистического центра	Финансовая поддержка, организационная поддержка
Формирование эффективных механизмов взаимодействия между предприятиями кластера и учебными заведениями в рамках подготовки высококвалифицированных кадров	Организационная поддержка, административная поддержка
Популяризация профессии швеи для выпускников, планирующих поступать в учреждения высшего и профессионально-технического образования	Организационная поддержка, административная поддержка
Проведение переговоров с поставщиками с целью снижения цен на расходные материалы, сырье, запасные части для оборудования резидентов кластера	Информационная поддержка
Проведение переговоров с торговыми сетями с целью представления продукции собственных торговых марок резидентов кластера на полках торговых сетей	Административная поддержка, организационная поддержка
Формирование единого маркетингового центра кластера с целью привлечения заказов для резидентов кластера (в т. ч. с работой на тендерных площадках, организацией поездок на отраслевые выставки)	Финансовая поддержка, организационная поддержка

1	2
Консолидация производственных мощностей резидентов кластера с целью освоения крупных заказов	Информационная поддержка
Привлечение партнеров, способных оказывать аутсорсинговые услуги резидентам кластера, (услуги проектирования изделий с использованием САПР, услуги по созданию лекал на основании прототипа или фотографии изделия)	Организационная поддержка
Предоставление резидентам кластера доступа к информации о мерах государственной поддержки МСП, в т. ч. о предоставлении муниципалитетами арендных площадей по льготным ставкам для субъектов малого и среднего бизнеса	Имущественная поддержка, информационная поддержка
Организация курсов повышения квалификации для мастеров, технологов, закройщиков и швей	Поддержка в области подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров
Формирование архива лекал типовых моделей изделий	Финансовая поддержка
Стимулирование участников кластера на регистрацию собственных торговых марок, выход на региональный рынок	Финансовая поддержка, юридическая поддержка, организационная поддержка
Рассмотрение возможностей размещения производства резидентов кластера в особой экономической зоне промышленно-производственного типа (ОЭЗ ППТ) «Орёл»	Информационная поддержка, организационная поддержка
Формирование зонтичного бренда для производственных компаний – резидентов кластера с собственной системой онлайн-продаж	Маркетинговая и информационная поддержка, финансовая поддержка

## XI. Основные направления реализации Стратегии

Для обеспечения развития кластера предлагается комплекс мероприятий и проектов по следующим основным направлениям развития:

1) интеграция в федеральные проекты, связанные с научно-технологическим развитием:

разработка дорожных карт развития основных направлений кластера в привязке к федеральным и региональным программам, нацеленным на рост научно-технологической конкурентоспособности территории;

выявление проектов, которые могут быть реализованы в рамках Национальной технологической инициативы;

выявление программ, направленных на технологическое перевооружение отрасли, финансируемых из Фонда развития промышленности Российской Федерации;

создание регионального центра реализации Национально-технологической инициативы по направлению FashionNet;

2) трансферт технологий:

создание на территории Орловской области совместных предприятий участников кластера с зарубежными компаниями, в рамках которых будут решаться задачи трансфера технологий;

создание коллективных производственно-технологических центров и коворкингов по ключевым технологическим направлениям кластера;

инициация и поддержка программ производственно-технологического бенчмаркинга;

инициация и поддержка в рамках кластера совместных проектов, направленных на развитие производственно-технологической базы;

формирование координационных советов из представителей вузов, отраслевых организаций и предприятий по приоритетным технологическим направлениям развития кластера;

3) сотрудничество с другими российскими и региональными кластерами.

Высокая социально-экономическая значимость легкой промышленности, а также относительно невысокие барьеры входа в отрасль способствуют формированию кластеров легкой промышленности в регионах России.

Главный стратегический ориентир проекта – увеличение доли легкой промышленности в ВВП региона в 3,5 раза к 2025 году.

В рамках делового и технологического сотрудничества с кластерами из других регионов могут быть реализованы следующие совместные мероприятия:

организация программ по функциональному бенчмаркингу (технологии, организация продвижения и сбыта, привлечение инвестиций);

формирование отраслевых пулов по закупке сырья и материалов;

организация совместных исследований рынков зарубежных стран;

организация совместного продвижения на рынках других стран (коллективные стенды на выставках, коллективные сбытовые точки и т.п.);

4) развитие системы подготовки и повышения квалификации кадров с учетом потребностей кластера.

Для решения обозначенных задач предполагаются следующие мероприятия:

а) рост целевых мест предприятий кластера в вузах, предоставление стипендий студентам от предприятий кластера;

б) инициализация построения эффективной системы подготовки кадров в легкой промышленности по всей цепочке формирования добавленной стоимости: создание – (подготовка дизайнеров) – производство (подготовка менеджеров, технологов, экономистов) – продвижение (подготовка маркетологов, менеджеров по продажам);

в) организация семинаров и других обучающих программ для подготовки и развития отраслевых кадров с учетом современных рыночных и производственно-технологических требований;

г) организация круглых столов, конференций и других мероприятий, связанных с кадровыми вопросами отрасли;

д) организация совместных обучающих мероприятий, в том числе тематических семинаров, тренингов по актуальным для участников кластера темам, вебинаров, коллективных и индивидуальных консультаций;

е) формирование эффективной системы мониторинга и прогнозирования потребностей организаций – участников кластера в кадрах различного уровня квалификации;

ж) тиражирование опыта лидеров в профессиональном образовании – ресурсных центров, созданных при содействии крупных региональных производственных компаний;

з) проведение региональных чемпионатов WorldSkillsRussia в Орловской области;

и) развитие системы дополнительного образования детей, в том числе создание и развитие молодежных дизайнерских коворкингов, проведение конкурсов для творческой молодежи;

к) развитие системы специализированных классов в школах.

Таблица 16

## Ожидаемые результаты реализации Стратегии

№	Показатель	Ед. изм.	Плановое значение					
			2020 год	2021 год	2022 год	2023 год	2024 год	2025 год
1.	Объем отгруженной продукции организациями – участниками кластера	млн руб.	485	534	586	645	710	780
2.	Доля текстиля в товарной структуре экспорта Орловской области	%	0,9	1,1	1,3	1,5	1,7	1,9
3.	Рост средней заработной платы работников организаций – участников кластера	тыс. руб.	32	35,5	39	43	48	53,5
4.	Количество созданных предприятий малого и среднего бизнеса, подразделений крупных компаний, выделенных в отдельные предприятия	шт.	2	3	3	3	4	4
5.	Численность работников организаций – участников кластера, прошедших профессиональную переподготовку и повышение квалификации	чел.	35	45	45	67	75	80



Наличие производственного и кадрового потенциала, нормативной правовой базы позволяет сделать вывод о высокой степени готовности Орловской области к реализации проекта по развитию кластера.

