

УДК 338.46

Е. А. Алексеева

Институт пищевых технологий и дизайна – филиал ГБОУ ВО «Нижегородский государственный инженерно-экономический университет», Нижний Новгород, e-mail: ftd.alekseeva@yandex.ru

Н. А. Белоусова

Институт пищевых технологий и дизайна – филиал ГБОУ ВО «Нижегородский государственный инженерно-экономический университет», Нижний Новгород, e-mail: b_n_a_@list.ru

МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (МАЛОГО БИЗНЕСА) В СФЕРЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, меры поддержки, индустрия моды.

Авторами работы исследуется проблематика государственной поддержки отечественных предприятий малого и среднего предпринимательства и направления развития в сфере индустрии моды. К основным мерам поддержки относятся: «Цифровая платформа МСП.РФ», которая помогает устранить административные барьеры, популяризирует образ предпринимателя. Этапом помощи является определение точек роста участника программы. С этой целью проводится экспресс-проверка уровня компетенций претендента, определяются его сильные и слабые стороны; Экспресс-консультации по поддержке бизнеса; Подбор городских помещений для бизнеса; Получение кредита; Покупка франшизы; Продажи на маркетплейсах и в соцсетях и другие. Проект «МПС шью» предлагает помощь в реализации товаров (в том числе на маркетплейсах); льготное кредитование малого бизнеса, в рамках проекта запущен акселератор индустрии моды и красоты, обучение ораторскому искусству, создание презентации бизнеса для экспертов, лекции, тренинги, практикумы. К основным направлениям предпринимательской деятельности в индустрии моды можно отнести: Производство одежды, оптовая торговля одеждой, розничная торговля одеждой, пошив одежды на заказ, реставрация и ремонт одежды, франчайзинг в сфере одежды, дизайн и разработка одежды, модные платформы и агрегаторы (нишевые маркетплейсы), услуги стилиста и имидж-консалтинга (стайлинг).

Е. А. Alexeeva

Institute of food technologies and design – branch of Nizhny Novgorod state University of engineering and Economics, Nizhny Novgorod, e-mail: ftd.alekseeva@yandex.ru

N. A. Belousova

Institute of food technologies and design – branch of Nizhny Novgorod state University of engineering and Economics, Nizhny Novgorod, e-mail: b_n_a_@list.ru

SUPPORT MEASURES AND DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP (SMALL BUSINESS) IN THE FASHION INDUSTRY

Keywords: small and medium enterprises, support measures, the fashion industry.

The authors of the work investigate the problems of state support for domestic small and medium-sized enterprises and the direction of development in the fashion industry. The main support measures include: “Digital SME Platform. The Russian Federation”, which helps to eliminate administrative barriers, popularizes the image of an entrepreneur. The stage of assistance is to determine the growth points of the program participant. For this purpose, an express check of the applicant’s level of competence is carried out, his strengths and weaknesses are determined: Express consultations on business support; Selection of urban premises for business; Obtaining a loan; Purchase of a franchise; Sales on marketplaces and social networks, and others. The MPS Sew project offers assistance in the sale of goods (including on marketplaces); preferential lending to small businesses, an accelerator for the fashion and beauty industry has been launched within the framework of the project, public speaking training, creation of business presentations for experts, lectures, trainings, workshops. The main areas of entrepreneurial activity in the fashion industry include: Clothing manufacturing, wholesale of clothing, retail of clothing, custom tailoring, restoration and repair of clothing, franchising in the field of clothing, design and development of clothing, fashion platforms and aggregators (niche marketplaces), stylist services and image consulting (styling).

Введение

Актуальность исследования состоит в том, что реализация возможностей малого предпринимательства в России тесно связана с ростом благосостояния семей россиян. Геополитические перемены происходящие в мире и стране открыли новые возможности для предпринимательства в российской индустрии моды. Динамичное развитие деятельности в условиях конкурентной борьбы для предприятий этой сферы является отлаженная система продвижения и сбыта продукции.

Цель исследования заключается в изучении мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства и направлений развития сферы индустрии моды в текущих экономических условиях.

– Изучить основные меры государственной поддержки и аспекты деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере индустрии моды;

– Выявить особенности российского рынка индустрии моды.

Материалы и методы исследования

В работе использованы следующие методы: анализ, сравнение, обобщение научных исследований и статей. Исследование основано на предложениях, раскрывающих проблематику государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и их деятельности.

Информационной базой исследования послужили труды отечественных специалистов, официальные сайты по тематике работы, нормативно-правовые акты Российской Федерации.

Результаты исследования и их обсуждение

Стремительному развитию малого и среднего предпринимательства в последние годы способствует государственная поддержка, основанная на указе Президента Российской Федерации от 07.05.24 г. № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» [1]. В целях реализации данной программы Минэкономразвития России разработало паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», государственную платформу поддержки предпринимателей, самозанятых плани-

рующих начать свой бизнес – о Кроме того, в каждом субъекте РФ создана доступная и удобная инфраструктура поддержки малого и среднего бизнеса. Она ориентирована на помощь предпринимателям в открытии и развитии своего дела. В её состав входят центры поддержки предпринимательства «Мой бизнес», центры поддержки экспорта, микрофинансовые организации, бизнес-инкубаторы, технопарки. Корпорация малого и среднего предпринимательства (МСП) запустила проект «МСП Шьёт», призванный обеспечить развитие российских брендов, занятых в производстве одежды, обуви, аксессуаров и косметики.

Целью данных мер является поддержка малого и среднего бизнеса на этапах его развития: от стартовой идеи до расширения и выхода на экспорт.

Цифровая платформа МПС помогает устранить административные барьеры, популяризирует образ предпринимателя. Первым этапом помощи является определение точек роста участника программы. Для этого проводится экспресс-проверка уровня компетенций претендента, определяются его сильные и слабые стороны в таких направлениях как:

– **Лидерство.** Способность брать ответственность за себя и других, умение мотивировать сотрудников и координировать их работу для достижения целей, пользоваться авторитетом и влиять на поведение сотрудников и партнеров.

– **Переговоры.** Умение налаживать связи, поддерживать диалог и приходиться к соглашению с людьми разного возраста и статуса.

– **Публичная презентация.** Умение донести ценность своей идеи, вдохновить аудиторию, укрепить свой авторитет среди партнеров, получить финансирование или новых клиентов.

– **Критическое мышление.** Способность анализировать информацию, находить логические ошибки, выстраивать аргументы, давать собственную оценку ситуации и принимать по ней решение.

– **Тайм-менеджмент.** Умение эффективно распределять время и экономить ресурсы для достижения поставленных целей и повышения результативности.

– **Креативность.** Способность генерировать оригинальные и необычные идеи, отходить от традиционных схем мышления и решать задачи, используя неординарный подход.

– Эмоциональный интеллект. Способность понимать свои и чужие эмоции, намерения и желания других людей, вести этичную коммуникацию.

Кроме того цифровая платформа предлагает такие мероприятия, как школа предпринимательства, наставничество (где можно выбрать наставника из предложенных успешных предпринимателей и экономистов) [2, 3].

К основным мерам поддержки малого и среднего предпринимательства относятся:

1. Экспресс-консультации по поддержке бизнеса;
2. Подбор городских помещений для бизнеса;
3. Обучающий курс «Школа бизнеса»;
4. Бизнес-обучение по программе «Бизнес-песочница», для развития деловых навыков и личной эффективности будущих предпринимателей;
5. Консультация на тему: «Подбор финансовой поддержки»;
6. Получение кредита;
7. Покупка франшизы;
8. Продажи на маркетплейсах и в соцсетях и другие [4].

Проект «МПС шью» предлагает четыре основных направления поддержки: помощь в реализации товаров предусматривает размещение продукции на востребованных площадках (в том числе на маркетплейсах); льготное кредитование малого бизнеса, подбор наиболее подходящих бизнесу программ и сопровождение при взаимодействии с банковскими структурами; в рамках проекта запущен акселератор индустрии моды и красоты, принять участие в нем могут швейные производства, ателье, дома моды и шоурумы; обучение ораторскому искусству, создание презентации бизнеса для экспертов, лекции, тренинги, практикумы [5].

Российские МСП-производители одежды, ткани и изделий из кожи привлекли в 2023 году 35,9 млрд рублей на развитие бизнеса благодаря льготным кредитам и поручительствам нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство». Прирост объема финансовой поддержки по сравнению с 2022 годом составил 44% [6].

В мире моды и одежды существует множество путей для предпринимателей, каждый из которых предлагает уникальные возможности для творчества, выражения себя и, конечно же, для заработка. От традиционного ритейла до инновационных онлайн-

платформ, от эксклюзивных дизайнерских марок до массового производства, виды бизнесов на одежде могут значительно различаться по своей сути, целевой аудитории и моделям прибыли [7].

Проанализируем виды бизнеса, связанного с индустрией моды, начиная с производства и заканчивая розничной продажей одежды, услугами по персонализации, ремонту и услугам стилистов. Каждый из этих видов бизнеса имеет свои сильные и слабые стороны, требования к начальным инвестициям, уровень конкуренции на рынке и потенциал для масштабирования. Понимание специфики различных направлений в индустрии моды является ключом к успеху.

Рассмотрим разные виды бизнеса в индустрии моды, определим тенденции влияющие на индустрию одежды, и какие ниши наиболее перспективны для новых проектов, какие стратегии могут помочь преодолеть эти препятствия.

1. Производство одежды. Закупка тканей и материалов, дизайн, производство и продажа одежды оптом или в розницу, включая создание собственного бренда. В качестве примера можно рассмотреть «Глория Джинс» – российская компания, специализирующаяся на производстве и торговле одеждой, обувью и аксессуарами для всей семьи под брендом «Gloria Jeans». К сильным сторонам относится: полный контроль над процессом производства, качеством и стилем продукции; возможность создания собственного бренда и выделения на рынке; масштабируемость бизнеса и потенциал для оптовых продаж. Слабые стороны: высокие начальные инвестиции в производственное оборудование и материалы, риски, связанные с управлением запасами и спросом на продукцию, зависимость от трендов моды и необходимость постоянного обновления коллекций.

2. Оптовая торговля одеждой. Покупка одежды у производителей в больших объемах и перепродажа розничным торговцам или другим оптовым покупателям с наценкой. Примером является платформа «Alibaba» – которая соединяет оптовых покупателей со всего мира с производителями и поставщиками одежды. К сильным сторонам можно отнести: возможность работы с большими объемами товара и получение скидок от производителей; широкий рынок потенциальных клиентов, включая розничные магазины и другие бизнесы; относи-

тельно низкий порог входа по сравнению с производством. Слабые стороны: высокая конкуренция, особенно в популярных нишах; риск накопления излишков запасов при снижении спроса; зависимость от надежности поставщиков и качества поставляемой продукции.

3. Розничная торговля одеждой. Прямая продажа одежды конечным потребителям через физические или онлайн-магазины. Примером является универмаг «Телеграф» специализирующаяся на торговле одеждой. Сильные стороны: прямой контакт с конечными покупателями и возможность построения лояльности; гибкость в выборе ассортимента и возможность быстрой реакции на изменения трендов; возможности для создания уникального торгового опыта и маркетинговых акций. Слабые стороны: высокая конкуренция со стороны крупных сетевых ритейлеров и онлайн-магазинов; затраты на аренду помещения, обслуживание клиентов и управление запасами; риск устаревания товарных запасов и необходимость скидок для их реализации.

4. Пошив одежды на заказ. Создание одежды по индивидуальным меркам и пожеланиям клиентов, часто включает высококлассное обслуживание и высокие цены. Пример: ателье, предлагающие пошив деловых костюмов на заказ, вечерних платьев и свадебной одежды. Сильные стороны: высокая маржа благодаря уникальности и персонализации продукта; возможность выстроить тесные отношения с клиентами и работать на повторные продажи; меньшая зависимость от модных тенденций благодаря фокусу на индивидуальных заказах. Слабые стороны: ограниченный объем продаж из-за высокой трудоемкости процесса и необходимости индивидуального подхода к каждому заказу; необходимость в высоком уровне мастерства и опыта для обеспечения качества и удовлетворения запросов клиентов; трудности с масштабированием бизнеса без снижения качества продукции.

5. Реставрация и ремонт одежды. Предоставление услуг по ремонту и модернизации одежды, что может включать замену застежек, подгонку размера или восстановление поврежденных участков. Пример: мелкие ателье и мастерские, предлагающие персонализированные услуги по ремонту одежды. Сильные стороны: уникальность предложения; реставрация и восстановление одежды предлагает клиентам возможность сохра-

нить и обновить любимые вещи, что является уникальным предложением на рынке; личное значение для клиентов (восстановленные вещи часто имеют особую ценность для владельцев, что может способствовать высокой удовлетворенности клиентов и лояльности). Слабые стороны: ограниченный спрос; трудоемкость процесса, сложность ценообразования.

6. Дизайн и разработка одежды. Создание уникальных дизайнов одежды, которые затем могут быть проданы модным брендам или произведены для собственной продажи. К ним относятся независимые дизайнеры и студии, например: как нижегородский дизайнер одежды Виолетта Лангас под брендом «Violetta Langas», которая создает и продвигает свои коллекции [8]. Сильные стороны такого бизнеса: высокая маржа благодаря эксклюзивности и персонализации предложения; возможность построения близких отношений с клиентами и работа над созданием уникального стиля; меньшая зависимость от модных тенденций благодаря фокусу на индивидуальных заказах. Слабые стороны: ограниченный объем продаж из-за высокой трудоемкости и индивидуализации процесса; необходимость в постоянном поиске новых клиентов и поддержании портфолио; зависимость от качества выполнения работы и удовлетворенности клиента конечным результатом.

7. Франчайзинг в сфере одежды. Открытие магазина под брендом, уже имеющим известность и устоявшуюся бизнес-модель, что включает в себя использование торговой марки, бизнес-процессов и поддержку франчайзера. В качестве примера можно представить «Serginnetti», «Button Blue» – известные бренды, которые предлагают франшизы для открытия магазинов одежды в разных регионах страны [9]. Сильные стороны: поддержка и узнаваемость бренда (франчайзи получает доступ к уже известному бренду и бизнес-модели); меньший стартовый риск; обучение и поддержка. Слабые стороны: ограничения в ведении бизнеса франчайзинговые взносы; зависимость от репутации бренда.

8. Модные платформы и агрегаторы (нишевые маркетплейсы). Создание онлайн-платформ для объединения предложений от различных брендов и производителей, упрощение процесса поиска и покупки для покупателей. Например «Lamoda» – один из онлайн-ритейлеров, предлагающий товары множества марок, включая одежду,

аксессуары и косметику [10]. К сильным сторонам можно отнести: доступ к широкой аудитории (платформы предоставляют возможность добиться большей видимости); удобство для покупателей (собирают разнообразные предложения в одном месте); гибкость сотрудничества (можно выбирать условия участия на платформе). Слабые стороны ведения бизнеса: комиссии и сборы (существенно сокращают прибыль продавцов); высокая конкуренция (сложно выделиться среди множества предложений); ограниченный контроль над брендом (платформа диктует условия взаимодействия с клиентами).

9. Услуги стилиста и имидж-консалтинга (стайлинг). Предоставление персональных услуг по подбору одежды, обновлению гардероба или созданию индивидуального стиля. Пример: персональные стилисты и имидж-консультанты, которые работают с клиентами индивидуально, предлагая услуги как онлайн, так и офлайн. Сильные стороны: персонализированный подход, это индивидуальные консультации и подбор образа под личные особенности клиента;

высокий спрос в определенных сегментах (услуги стилиста пользуются большим спросом среди публичных лиц, на светских мероприятиях и в корпоративном секторе). Слабые стороны: высокая конкуренция; зависимость от репутации [11].

Заключение

Таким образом бизнес в сфере индустрии моды представляет собой многогранный и динамично развивающийся сектор, где каждый предприниматель может найти свою нишу и реализовать себя. Нынешние условия создают благоприятные условия для роста малого бизнеса в сфере индустрии моды, стимулируя предпринимательскую активность и поддерживая развитие отечественных брендов. Локальное производство предоставляет значительные преимущества, такие как контроль качества и возможность адаптации товаров под местные потребности, что способствует развитию сильных отечественных брендов и уменьшает зависимость от международных логистических и валютных колебаний.

Библиографический список

1. Указ президента России от 07.05.24 г. № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» [Электронный ресурс]. URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=470566> (дата обращения: 09.06.2024).
2. Цифровая платформа МПС [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--11agf.xn--p1ai/> (дата обращения: 09.06.2024).
3. Овчинникова Н.В., Генералов И.Г., Шамин А.Е. Проблемы государственной поддержки совмещения основных и альтернативных видов сельскохозяйственного производства // Вестник НГИЭИ. 2024. № 5 (156). С. 91-100.
4. Меры поддержки [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/anticrisis> (дата обращения: 10.06.2024).
5. В России запущен проект «МСП Шьет» для индустрии моды [Электронный ресурс]. URL: <https://mspmo.ru/news/v-rossii-zapushchen-proekt-msp-shet-dlya-industrii-mody/?ysclid=lygr51irrr691607629> (дата обращения: 07.06.2024).
6. Корпорация МПС [Электронный ресурс]. URL: https://corpmsp.ru/pres_slujba/news/pochti_36_mlrd_rublej_kreditov_s_gospodderzhkoj_privlekli_msp_v_sfere_industrii_mody/ (дата обращения: 09.06.2024).
7. 24 вида бизнеса на одежде: сильные и слабые стороны [Электронный ресурс]. URL: <https://stik.pro/blog/23-vida-bizniesa-na-odiezhdе/?ysclid=ly787xinqi291441513> (дата обращения: 14.06.2024).
8. Violetta Langas – дизайнерская одежда [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/violettalangas> (дата обращения: 08.06.2024).
9. Франшиза инфо [Электронный ресурс]. URL: <https://www.franshiza-info.ru/franchises/franshiza-serginneti/> (дата обращения: 08.06.2024).
10. Интернет магазин Lamoda [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lamoda.ru/women-home/> (дата обращения: 08.06.2024).
11. Ключева Ю.С. Сервис как конкурентное преимущество // Вестник НГИЭИ. 2018. № 4 (83). С. 124-132.