

УДК 677

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В СОВРЕМЕННОЙ ИНДУСТРИИ ОДЕЖДЫ: АНАЛИЗ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ

Худякова Т.С.

*к.э.н., доцент кафедры управления качеством и экспертизы товаров и услуг
Уральский государственный экономический университет,
Екатеринбург, Россия*

Монакова Е.А.

*магистрант кафедры управления качеством и экспертизы товаров и услуг
Уральский государственный экономический университет,
Екатеринбург, Россия*

Аннотация

В статье рассматриваются актуальные вопросы управления качеством в современной индустрии одежды. Рассматривается влияние глобализации, цифровых технологий и изменений потребительских предпочтений на рынок одежды. Особое внимание уделяется анализу динамики импорта и экспорта швейно-трикотажных изделий в России за период 2019-2023 гг., выявлены основные тенденции и проблемы, связанные с обеспечением качества продукции в условиях изменяющейся экономической ситуации. Предлагаются рекомендации по совершенствованию управления качеством на предприятиях отрасли

Ключевые слова: швейно-трикотажные изделия, управление качеством, импорт, экспорт, конкурентоспособность, стандарты качества, методы исследования, волокнистый состав.

***QUALITY MANAGEMENT IN THE MODERN CLOTHING INDUSTRY:
ANALYSIS OF THE CURRENT SITUATION***

Khudyakova T.S.

PhD (Econ.),

Associate Professor, Department of Quality Management and Expertise of Goods and Services,

Ural State University of Economics,

Yekaterinburg, Russia

Monakova E.A.

Master's student, Department of Quality Management and Expertise of Goods and Services,

Ural State University of Economics,

Yekaterinburg, Russia

Annotation

This article examines topical issues of quality management in the modern clothing industry. The impact of globalization, digital technologies, and changing consumer preferences on the clothing market are analyzed. Special attention is paid to the analysis of the dynamics of import and export of clothing in Russia for the period 2019-2023, the main trends, and problems associated with ensuring product quality in a changing economic situation are identified. Recommendations are proposed to improve quality management at industry enterprises.

Keywords: sewing and knitted products, quality management, import, export, competitiveness, quality standards, research methods, fibrous composition.

Современный рынок одежды – это сложная система, подверженная влиянию глобализации, цифровых технологий и изменчивых потребительских предпочтений. В этом контексте управление качеством становится ключевым фактором конкурентоспособности для предприятий отрасли. Анализ динамики импорта и экспорта позволяет выявить важные тенденции и проблемы, влияющие на качество продукции и процессы в индустрии [1-3].

Рынок одежды является одним из ключевых сегментов мировой экономики, объединяющим процессы производства, дистрибуции и потребления, которые формируются под влиянием социальных, технологических и экономических факторов. В условиях глобализации и цифровизации данный рынок претерпевает значительные изменения: ускорение модных циклов, рост спроса на устойчивое производство, усиление конкуренции со стороны онлайн-ритейла и трансформация потребительских предпочтений. Эти тенденции делают актуальным изучение как теоретических основ функционирования отрасли, так и практических механизмов адаптации предприятий к динамичной рыночной среде[4-6].

Современное состояние рынка одежды характеризуется высокой зависимостью от международных цепочек поставок, где импорт играет критическую роль в обеспечении ассортиментного разнообразия и ценовой доступности. Анализ структуры и динамики импорта позволяет выявить ключевых игроков, оценить влияние геополитических и экономических факторов на товарные потоки, а также спрогнозировать перспективы развития отрасли. В контексте России, где значительная доля одежды завозится из-за рубежа, исследование импортных данных становится основой для понимания конкурентоспособности отечественных производителей и формирования стратегий импортозамещения.

Импорт играет значительную роль на российском рынке одежды, обеспечивая разнообразие и доступность товаров. Однако изменения в структуре импорта, вызванные внешними факторами, напрямую влияют на вопросы качества:

Санкции и геополитические изменения привели к переориентации с европейских поставщиков на азиатские рынки, в частности, Китай и Турцию. Важно понимать, что стандарты качества и системы контроля могут различаться, что требует от российских предприятий усиления входного контроля и аудита новых поставщиков.

Снижение доли премиальных брендов и увеличение доли бюджетных товаров азиатского производства может привести к снижению общего уровня качества продукции на рынке. Необходимо разрабатывать стратегии повышения качества продукции отечественных брендов для конкуренции с импортными аналогами.

Использование схем параллельного импорта может создавать риски, связанные с отсутствием гарантий качества, подделками и несоответствием маркировки. Важно разработать механизмы отслеживания и контроля качества товаров, поступающих по этим каналам.

Увеличение импорта сырья для локального производства открывает возможности для улучшения качества конечной продукции за счет использования высококачественных материалов. Однако необходимо обеспечить контроль качества сырья на всех этапах производственного процесса.

Для иллюстрации текущих тенденций в рамках исследуемой работы приведём динамику импорта одежды в РФ за период 2019–2023 гг., выделив основные страны-экспортёры и товарные группы (Таблица 1). Данные демонстрируют структурные сдвиги, вызванные как глобальными кризисами, так и изменениями потребительского спроса, что создаёт основу для

далнейшего анализа рыночных условий и разработки рекомендаций по оптимизации производственно-сбытовой деятельности предприятий.

Таблица 1 – Динамика импорта одежды (товарные группы 61-63 ТН ВЭД ЕАЭС) в РФ, 2019–2023гг.

Период	Объём импорта, млн долл. США	Темп роста, %	Объём импорта, тонн	Темп роста, %
2019	8,520.3	-	245,600	-
2020	6,980.5	81.9	198,400	80.8
2021	7,250.0	103.9	205,100	103.4
2022	4,150.7	57.2	112,300	54.8
2023	4,800.0	115.6	130,000	115.8

Динамика импорта одежды в Российскую Федерацию за период с 2019 по 2024 год отражает значительные изменения, вызванные внешними шоками и структурными сдвигами. В 2019 году объём импорта в денежном выражении составлял 8,520.3 млн долларов США, а в физическом — 245,600 тонн. Однако уже в 2020 году произошло резкое сокращение показателей: на 18.1% в стоимостном выражении и 19.2% в тоннах. Это было связано с пандемией COVID-19, которая привела к локдаунам, закрытию границ и снижению потребительского спроса. Перебои в глобальных цепочках поставок, особенно из Китая и стран ЕС, усугубили ситуацию. К 2021 году наметилось частичное восстановление — рост на 3.9% в деньгах и 3.4% в тоннах, что объяснялось адаптацией рынка к новым условиям, включая развитие онлайн-торговли и перестройку логистических маршрутов. Ситуация резко ухудшилась в 2022 году на фоне введения санкций против России. Импорт одежды сократился на 42.8% в долларах и 45.2% в тоннах, достигнув минимальных значений за весь период — 4,150.7 млн долларов и 112,300 тонн. Девальвация рубля, запреты на ввоз товаров из ЕС и США, а также уход международных брендов, таких как H&M и Zara, стали ключевыми факторами кризиса. Кроме того, исключение России из системы SWIFT осложнило расчёты с иностранными поставщиками.

В 2023–2024 годах началось постепенное восстановление импорта. По оценкам, к 2024 году стоимостной объём достигнет 5,200 млн долларов, а физический — 140,000 тонн, что на 25.3% и 24.7% выше уровня 2022 года соответственно. Этот рост связан с переориентацией на новых поставщиков, таких как Китай, Турция, Индия и Вьетнам, а также с использованием схем параллельного импорта через страны ЕАЭС, включая Казахстан и Армению. Стабилизация курса рубля и адаптация бизнеса к санкционным ограничениям также сыграли роль. Однако докризисные показатели 2019 года остаются недостижимыми: к 2024 году импорт в деньгах будет на 39% ниже, а в тоннах — на 43%.

Структура импорта претерпела значительные изменения. До 2022 года основными поставщиками были страны ЕС, Китай и Турция, но после введения санкций доля Китая выросла до 60% по отдельным категориям. Произошёл сдвиг в ассортименте: снизилась доля премиальных брендов, а их место заняли бюджетные аналоги и товары азиатского производства. Одновременно вырос импорт сырья для локального производства, что связано с программой импортозамещения в лёгкой промышленности. Ценовая динамика также изменилась: в 2022 году средняя стоимость тонны импорта увеличилась на 5% из-за логистических издержек и девальвации рубля, но к 2024 году цены стабилизовались, оставаясь выше докризисных. На рисунке 1 представим динамику импорта в денежном и натуральном выражении.

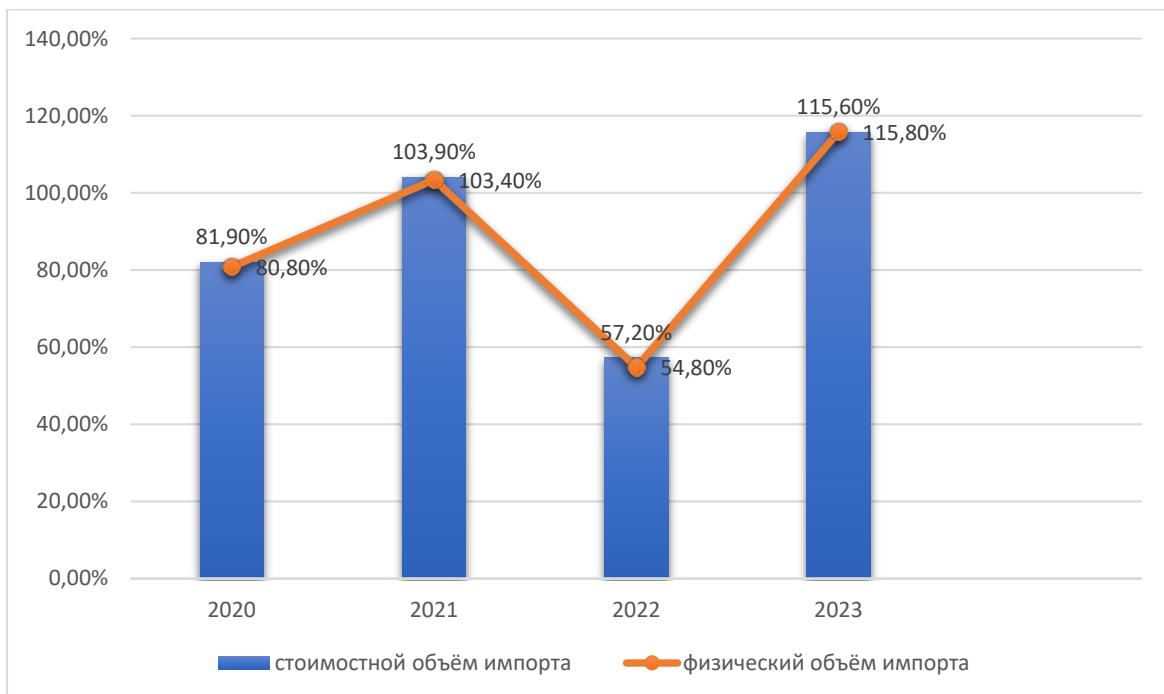


Рисунок 1 – Относительная динамика импорта одежды в РФ в денежном и натуральном выражении, 2020-2023 гг., %

Экспорт одежды из России в основном ориентирован на страны ЕАЭС и СНГ. Для повышения конкурентоспособности российской продукции необходимо учитывать следующие факторы:

Обеспечение соответствия продукции требованиям и стандартам качества, действующим на рынках стран-импортеров. Это требует внедрения современных систем управления качеством и проведения регулярных испытаний продукции.

Переход от экспорта бюджетных товаров к продукции с более высокой добавленной стоимостью. Это может быть достигнуто за счет использования качественных материалов, современных технологий и креативного дизайна.

Продвижение российских брендов на международных рынках. Для этого необходимо разрабатывать маркетинговые стратегии, направленные на повышение узнаваемости и доверия к российской продукции.

Приступим к анализу экспорта одежды. В таблице 2 представим динамику экспорта в 2019–2023 гг.

Таблица 2 – Динамика экспорта одежды в РФ, 2019–2023 гг.

Период	Объем экспорта, млн.долл. США	Темп роста, %	Объем экспорта, тонн	Темп роста, %	Стоимость экспортируемых изделий, долл./кг
2019	1 245,3	—	15 200,0	—	82,0
2020	1 380,5	110,9	16 500,0	108,6	83,7
2021	1 150,0	83,3	14 800,0	89,7	77,7
2022	1 420,7	123,5	18 000,0	121,6	78,9
2023	1 620,0	114,0	20 500,0	113,9	79,0

Экспорт одежды из России в 2019–2023 годах сохранял устойчивую региональную направленность, сконцентрированную на странах ЕАЭС и СНГ, которые стабильно обеспечивали 85% поставок. Казахстан и Беларусь оставались ключевыми рынками, увеличив закупки с 435,9 млн долл. (2019) до 567 млн долл. (2023) и с 311,3 млн долл. до 405 млн долл. соответственно. Несмотря на спад в 2021 году (–17% из-за пандемии), к 2023 году экспорт вырос на 14%, чему способствовала девальвация рубля, усилившая конкурентоспособность российских товаров. Структура экспорта осталась практически неизменной: доли Узбекистана (15%), Кыргызстана (10%) и других стран СНГ сохранились, что подчеркивает зависимость от региональных рынков. При этом поставки в дальнее зарубежье (Китай, Монголия) остались маргинальными (до 3–4%), что указывает на слабую диверсификацию. Рост в 2022–2023 годах частично связан с переориентацией логистики после санкций, однако потенциал дальнейшего расширения ограничен узкой товарной специализацией (бюджетный сегмент) и высокой зависимостью от экономической стабильности стран ЕАЭС.

Следует отметить, что для эффективного управления качеством в индустрии одежды необходимо использовать современные инструменты и методы, такие как:

Внедрение СМК на основе международных стандартов, таких как ISO 9001, для обеспечения соответствия продукции требованиям потребителей и нормативным актам.

Использование статистических методов для мониторинга и управления производственными процессами, выявления отклонений и предотвращения дефектов.

Проведение анализа FMEA для выявления потенциальных рисков, связанных с качеством продукции, и разработки мер по их снижению.

Оценка и аудит поставщиков, определение требований к качеству сырья и материалов, а также проведение входного контроля.

Проведение обучения персонала по вопросам управления качеством, повышение квалификации и развитие навыков, необходимых для обеспечения высокого уровня качества продукции.

Управление качеством играет решающую роль в обеспечении конкурентоспособности предприятий индустрии одежды в условиях динамично меняющегося рынка. Анализ динамики импорта и экспорта, а также использование современных инструментов и методов управления качеством позволяют выявлять проблемы, разрабатывать эффективные стратегии и обеспечивать соответствие продукции требованиям потребителей и нормативным актам.

Библиографический список

1. Цветкова, П. В. Российский рынок одежды: изменения под влиянием санкций / П. В. Цветкова // Современные проблемы и перспективы развития индустрии гостеприимства и сферы услуг : Материалы VII

Всероссийской научно-практической конференции, Владимир, 20–21 ноября 2024 года. – Владимир: Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых, 2024. – С. 251-255. – EDN DLFLCR.

2. Товарный консалтинг в системе франчайзинга на рынке брендовой одежды / О. И. Шотт, В. Н. Паршикова, В. В. Полянская, Е. В. Петренко // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2017. – № 6(100). – С. 26. – EDN YTSNYV.
3. Черенцова, Г. Г. Международная торговля пушно-меховыми товарами / Г. Г. Черенцова // Вопросы идентификации и классификации товаров в таможенных целях: теория и практика : Материалы 9-ой Всероссийской научно-практической конференции, Орел, 28 мая 2025 года. – Орёл: Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева, ООО ПФ «Картуш», 2025. – С. 246-249. – EDN HHXVK.
4. Рагозинникова, Е. В. Пространственная неустойчивость региональных экономик в условиях внешних шоков / Е. В. Рагозинникова, Г. Г. Черенцова, Д. А. Яковенко // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2025. – Т. 9, № 7(160). – С. 176-183. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2025.07.09.019. – EDN CGEDBF.
5. Давыдкина, М. А. Потенциал развития рынка индивидуального пошива мужской одежды / М. А. Давыдкина // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. – 2019. – № 1. – С. 244-252. – EDN RVRSHS.
6. Черенцова, Г. Г. Особенности российского рынка нетканых материалов для одежды / Г. Г. Черенцова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – № 8(102). – С. 186-190. – DOI 10.24412/2411-0450-2023-8-186-190. – EDN JCDMLM.