

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ  
НАЦИОНАЛЬНОГО ЦЕНТРА ИНДУСТРИИ МОДЫ  
НА БАЗЕ ТРАДИЦИОННОГО ТЕКСТИЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВЕННОГО  
КОМПЛЕКСА ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ\***

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS FOR THE FORMATION  
OF NATIONAL CENTER OF FASHION INDUSTRY  
BASED ON THE TRADITIONAL TEXTILE PRODUCTION COMPLEX  
OF THE IVANOVO REGION**

*С.С. МИШУРОВ<sup>1</sup>, К.Е. РОМАНОВА<sup>2</sup>, М.Ю. ШЕРЕШЕВА<sup>3</sup>, И.И. САВЕЛЬЕВ<sup>3</sup>*

*S.S. MISHUROV<sup>1</sup>, K.E. ROMANOVA<sup>2</sup>, M.Y. SHERESHEVA<sup>3</sup>, I.I. SAVELIEV<sup>3</sup>*

*(<sup>1</sup>Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»,*

*<sup>2</sup>Ивановский государственный политехнический университет,*

*<sup>3</sup>Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова)*

*(<sup>1</sup>National University of Science and Technology «MISIS»,*

*<sup>2</sup>Ivanovo State Polytechnical University,*

*<sup>3</sup>Lomonosov Moscow State University)*

*В результате исследования проведен ретроспективный анализ культурно-исторических предпосылок закрепления в хозяйственной модели Ивановского края текстильной специализации; разработана концепция, опирающаяся на институциональный, инструментальный, программно-целевой подходы; отобрана система принципов: инновационная направленность, адаптивность, оптимальность, экономичность, иерархичность, создание креативной атмосферы, формирование вкуса потребителя, прогнозирование модных тенденций, подбор креативного персонала, жесткая дисциплина; разработана организационно-экономическая модель взаимоотношений участников национального центра индустрии моды, предполагающая создание инвестиционно-инновационного климата и креативной среды; спроектированы формы и механизмы взаимодействия акторов национального и регионального развития национального центра индустрии моды; предложены основные положения программы создания национального центра индустрии моды на базе традиционного текстильного производственного комплекса Ивановской области с учетом Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. Полученные результаты исследования дают возможность обосновать организационно-экономические решения при разработке и реализации региональных программ стратегического развития, в том числе инвестиционно-инновационных, а также механизмов федеральной поддержки программ регионального развития.*

---

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Ивановской области в рамках научного проекта № 20-410-370005 "Очарование текстиля: разработка теоретико-методологических основ формирования национального центра индустрии моды на базе традиционного текстильного производственного комплекса Ивановской области".

*The research resulted in a retrospective analysis of the cultural and historical prerequisites for consolidation in the economic model of the Ivanovo region; a concept based on institutional, instrumental, and program-targeted approaches. A system of principles was selected: innovative focus, adaptability, optimality, cost-effectiveness, hierarchy, creation of a creative atmosphere, formation of consumer taste, forecasting fashion trends, selection of creative personnel, strict discipline; an organizational and economic model of relationships between participants of the national center of the fashion industry was developed, which involves the creation of an investment and innovation climate and a creative environment; forms and mechanisms of interaction between actors of national and regional development of the national center of the fashion industry were designed. The main provisions of the program for the creation of a national center for fashion industry based on the traditional textile production complex of the Ivanovo region are proposed, taking into account the Concept for the development of creative industries and mechanisms for implementing their state support in large and largest urban agglomerations until 2030. The obtained results of the research makes it possible to substantiate organizational and economic decisions in the development and implementation of regional strategic development programs, including investment and innovation programs, as well as mechanisms for federal support of regional development programs.*

**Ключевые слова:** национальный центр индустрии моды, концепция, научные подходы.

**Keywords:** national center of fashion industry, concept, scientific approaches.

#### *Введение*

В условиях креативной экономики конкурентным преимуществом регионов становится их уникальное культурное, национальное и географическое разнообразие. Для Ивановского региона развитие индустрии моды, рост рынка одежды является драйвером роста текстильного производства, сельского хозяйства, химической промышленности, машиностроения и ряда других отраслей экономики.

Выбор Ивановской области как национального центра индустрии современной моды обусловлен наличием ключевых компонент – значительных научных, образовательных, творческих и производственных ресурсов. Ивановский регион обладает высоким инновационным потенциалом, рациональное использование которого даст новый виток экономическому развитию и появлению новых отраслей.

В связи с этим проведено фундаментальное исследование по разработке концепции и инструментария развития и продвижения креативной индустрии на глобальном рынке, нашедшее воплощение в

проекте РФФИ 20-410-370005 р\_а\_Ивановская область «Очарование текстиля: разработка теоретико-методологических основ формирования национального центра индустрии моды на базе традиционного текстильного производственного комплекса Ивановской области».

Цель проекта – разработка теоретических положений управления устойчивым развитием хозяйственных комплексов традиционных старопромышленных регионов в рамках глобальной трансформации системы международного разделения труда на фоне доминирования креативной экономики и их применения к решению общенациональной задачи формирования центра индустрии моды мирового уровня.

#### *Методы и методология исследования*

Методологической основой проекта послужили научные работы отечественных и зарубежных авторов в области креативной экономики, новой институциональной экономической теории, эволюционной теории экономики, теории конкуренции и конкурентоспособности, теории эффективности социально-экономических систем, теории маркетинга и брендинга.

Методология исследования базируется на общенаучной методологии – философии и системном подходе.

Ведущим междисциплинарным методологическим подходом в исследовании определен институциональный, позволяющий построить институциональные модели взаимоотношений участников национального центра индустрии моды и описать формы и механизмы взаимодействия “бизнеса – власти (государства) – индустрии”.

Основным научным методом исследования является метод моделирования, который предполагает изучение объектов посредством их моделей с дальнейшим переносом полученных данных на оригинал.

Эффективным аналитическим инструментом для решения многокритериальных слабоструктурированных задач оптимального выбора и принятия решений является метод анализа иерархий (МАИ). МАИ учитывает влияние всех факторов (качественных и количественных) при определении приоритетов. Совместное применение нейросетевых технологий и МАИ позволит в интеллектуальной системе поддержки принятия решений работать с большими данными и выводить структурированную отчетную информацию о способах решения задач.

### *Результаты и обсуждения*

Важнейшие результаты, полученные при реализации проекта:

1. Проведен ретроспективный анализ культурно-исторических предпосылок закрепления в хозяйственной модели Ивановского края текстильной специализации. Оригинальность анализа заключается в акцентировании факторов, способствующих становлению текстильной промышленности в регионе. Это банковская система и развитие дорог, как сухопутных, так и водных. Показано огромное значение Ивановской области как промышленного региона в годы Советской власти. На современном этапе после упадка текстильной промышленности в 90-е годы прошлого столетия текстильная промышленность Ивановской области начинает уверенно и стабильно возрождаться [1].

2. Сформированы теоретико-методологические положения концепции становления на базе традиционного текстильного производственного комплекса Ивановской области национального центра индустрии моды. Концепция включает в себя стратегические основания, инновационную авторскую идею, парадигматическую методологию концептуального проектирования, систему принципов, креативную среду [2].

Анализ современных исследований по проблемам развития текстильной индустрии моды выявил несколько ключевых направлений, которые привлекают внимание ученых и экспертов в данной области.

В аспекте экологии и задач устойчивого развития исследователи отмечают значительное давление, которое индустрия моды оказывает на увеличение объемов потребления текстильной продукции. Seth Millstein в своей работе [3] подчеркивает проблему чрезмерного потребления (Overconsumption), которая стала характерной чертой современной индустрии моды. Особое внимание уделяется феномену "быстрой моды" (fast fashion), который подробно рассматривается в исследованиях Niinimäki et al. (2020) и Siddhartha (2024) [4, 5]. Авторы отмечают, что fast fashion способствует увеличению объемов производства и потребления, а также значительно сокращает жизненный цикл одежды, что приводит к серьезным экологическим последствиям.

Влияние индустрии моды на тенденции технологического развития связанных с ней отраслей рассматривается как важный фактор преодоления технологического отставания для отдельных регионов планеты. Xu et al. (2021) в своем исследовании [6] анализируют, как инновации в текстильной промышленности могут служить катализатором для преодоления технологического отставания в развивающихся странах. Авторы рассматривают внедрение новых производственных процессов, материалов и технологий управления цепочками поставок как ключевые факторы технологического прогресса в индустрии моды.

В аспекте социальных и культурных проявлений индустрии моды исследователи фокусируются на широком спектре вопросов. Chang (2020) анализирует влияние быстрой моды на женщин, рассматривая как экономические, так и психологические аспекты этого влияния [7]. Suradkar и Chanana (2024) исследуют проблемы инклюзивности в индустрии моды и текстиля, подчеркивая необходимость большего разнообразия и представительства различных групп населения [8]. Lin (2024) изучает глобальные тенденции в моде и их культурное влияние, рассматривая моду как средство культурного обмена и выражения идентичности [9].

Влияние индустрии моды на процессы глобализации и международное разделение труда является еще одним важным аспектом исследований. Preau (2020) рассматривает вопрос о том, может ли индустрия моды стать устойчивой, оставаясь при этом глобализированной [10]. Авторы [10, 11] анализируют противоречия между глобальными цепочками поставок и принципами устойчивого развития. Yuan (2024) на примере кейса Nike исследует стратегии устойчивого развития цепочек поставок в индустрии быстрой моды, демонстрируя, как крупные бренды могут внедрять более экологичные и социально ответственные практики в глобальном масштабе [12].

3. Обоснована методология проектирования концепции формирования национального центра индустрии моды, опирающаяся на институциональный, инструментальный, программно-целевой подходы. Использование данных научных подходов позволило получить новые знания, углубило понимание совокупности фактов, способствующих становлению на базе традиционного текстильного производственного комплекса Ивановской области национального центра индустрии моды. Институциональный подход рассматривает моду не столько как институт норм и правил, сколько как эволюцию образов, символов поведения потребителя, в конечном итоге – эволюцию общественного образа жизни. Инструментальный подход обеспечивает

прикладной аспект реализации концепции, позволяет повысить эффективность деятельности и обеспечить согласованность всех структур института моды. Программно-целевой подход создает увязку целей организации с экономическими, хозяйственными, социальными мероприятиями и ресурсами для выполнения программы.

4. Отобрана система принципов, позволяющих раскрыть потенциал Ивановского региона в сфере создания, производства и внедрения высокомаржинальных продуктов индустрии моды и легкой промышленности: инновационная направленность, адаптивность, оптимальность, экономичность, иерархичность. Специфические принципы: создание креативной атмосферы, формирование вкуса потребителя, прогнозирование модных тенденций, подбор креативного персонала, жесткая дисциплина.

5. Разработана организационно-экономическая модель взаимоотношений участников национального центра индустрии моды, предполагающая создание инвестиционно-инновационного климата и креативной среды, которые необходимо постоянно искусственно стимулировать и поддерживать посредством разумного снятия ограничений, обеспечения комфортных условий для творчества, внедрения инноваций и современных цифровых технологий, беспрепятственной коммуникации, стимулирования роста инвестиций при сохранении исторического, культурного наследия, традиций и обычаев.

6. Спроектированы формы и механизмы взаимодействия акторов национального и регионального развития национального центра индустрии моды, где выделена иерархия акторов национальной индустрии моды, реализующих свои интересы на парадигмальном, организационном и операционном уровне.

7. На основе маркетинговых исследований проведен поиск креативных идей и технологий, составляющих основу для развития индустрии моды на региональном уровне. Установлено, что лидерами конкурентной борьбы в индустрии моды становятся компании, обладающие интеллекту-

альным капиталом в качестве основной составляющей ведущей стратегии. Производственный комплекс Ивановской области, ориентированный на производство текстильной продукции, спрос на которую определяется соответствием модным тенденциям, имеет направления к развитию технологий, позволяющих выпускать конкурентоспособную продукцию. Вместе с тем доля добавленной стоимости, полученной в качестве рыночной премии за лидерство в формировании модных тенденций, остается крайне незначительной и оценивается на уровне 5...7 %. При этом основная часть рыночной премии за лидерство в формировании модных тенденций в секторе текстиля концентрируется у компаний, имеющих значительный оборот продукции и способных инвестировать как в разработку модной продукции, так и в ее продвижение на рынке. В исследовании установлено, что доля рыночной премии за лидерство в формировании модных тенденций в структуре добавленной стоимости пропорциональна размеру объемов реализации компании.

8. На основе маркетинговых исследований и теоретического анализа обоснован тезис о том, что организационные механизмы функционирования центра индустрии моды на базе традиционного текстильного производственного комплекса должны базироваться на основных положениях проектной модели креативной индустрии. Основная доктрина данной модели применительно к условиям анализируемого в исследовании объекта состоит: 1) в создании условий высокого вознаграждения авторов результатов интеллектуального и творческого труда, 2) применении проектного принципа реализации указанных результатов интеллектуального и творческого труда командами профессионалов с различными взаимодополняемыми компетенциями, 3) открытости для инвестиций и прозрачности условий получения дохода инвесторами.

9. Социологический анализ восприимчивости общественной среды к формированию нового института – национального центра индустрии моды – показал, что для

индустрии моды характерны четыре относительно самостоятельные ниши, характеризующиеся следующими долями рынка: предметы роскоши (4 %), дизайнерская мода (15 %), премиум-бренды (30 %), масс-маркет (51 %). Реальные располагаемые доходы населения продолжают отставать от докризисных значений 2019 года, но превышают показатели 2021 года [12]. Выявлен своеобразный эффект реализации отложенного спроса. По данным социологического анализа отчетливо прослеживается рост спроса покупателей на отечественные бренды в 2,5...3 раза, что составляет почти 73% от общего объема рынка. Сегмент недорогих марок, доступных широкой аудитории, продолжает активно развиваться. Генерация прибыли происходит за счет больших объемов продаж на фоне оптимизации затрат. Социологический анализ восприимчивости населения к становлению национального центра индустрии моды (национализации моды) показал, что самая многочисленная группа поддержки – это среднеобеспеченные, малообеспеченные и бедные слои населения, которые понимают, что развитие модной индустрии ведет к росту рабочих мест, снижению цен на модную продукцию, расширению спектра профессий. Высокообеспеченные слои населения декларируют поддержку развития отечественной индустрии моды тем, что она будет способствовать повышению уровня образованности, развитию общекультурных компетенций, поощрению креативности.

10. Предложены основные положения программы создания национального центра индустрии моды на базе традиционного текстильного производственного комплекса Ивановской области с учетом Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года. При разработке указанных положений индустрия моды рассматривалась как одна из креативных индустрий, где многочисленные сообщества дизайнеров объединяются в институты, центры, бюро, ас-

социации, а ее экосистема содержит совокупность институциональных условий и механизмов взаимодействия субъектов, участвующих в формировании и развитии творческих (креативных) индустрий, включая производство, дистрибуцию и популяризацию творческих (креативных) товаров и услуг, а также подготовку кадров.

11. Проанализирован опыт государственных механизмов развития индустрии моды, который показал, что кроме технологической и креативной составляющей необходима адаптация к условиям и особенностям национального рынка. Применительно к индустрии моды значимым элементом национального уровня является наличие единой и общедоступной системы антропометрических данных. Данная система необходима для продвижения отечественных брендов и производителей. При этом в индустрии моды активно внедряются современные инновационные технологии – дополненная реальность, виртуальные инфлюенсеры, «умные» ткани. Объекты интеллектуальной собственности требуют соответствующей нормативно-правовой базы для признания авторского права и коммерциализации отечественных брендов.

12. В результате проведенного анализа синергетического эффекта внедрения проекта на базе традиционного текстильного производственного комплекса Ивановской области установлено, что эффективной формой конкурентоспособного национального центра индустрии моды является инновационный текстильный кластер. В Ивановской области ведется масштабное техническое перевооружение действующих текстильных и швейных производств. За 7 лет текстильные предприятия области установили более 2000 единиц отечественного и импортного технологического оборудования, а за последние 4 года в регионе введено в эксплуатацию несколько модернизированных текстильных производств – в Лежневском, Вичугском, Шуйском, Приволжском районах.

13. Прогнозирование сценариев развития национального центра индустрии моды и его влияния на укрепление позиций тек-

стильного комплекса в экономике России показало, что внедрение сетевых, кластерных, аутосорсинговых инновационных моделей с использованием нейросетевых технологий позволит сформировать национальный центр индустрии моды на базе традиционного текстильного производственного комплекса Ивановской области (г. Иваново).

## ВЫВОДЫ

Данные исследования создают основу проектирования механизмов взаимодействия ключевых акторов по формированию национального центра индустрии моды на базе имеющегося потенциала и ресурсов Ивановской области, обеспечения условий для их кооперации на межотраслевом и межрегиональном уровне. Реализация указанных механизмов позволит хозяйствующим субъектам региона увеличить долю добавленной стоимости при производстве текстильной и швейной продукции. Это в свою очередь повысит качество предложений на рынке труда по уровню оплаты и квалификации, расширит кооперацию с российскими и зарубежными партнерами по привлечению новых технологий.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Мишуров С.С., Романова К.Е., Зайцева И.А. Анализ культурно-исторических предпосылок закрепления в хозяйственной модели Ивановского края текстильной специализации // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2021. №3 (399). С. 182...187.
2. Мишуров С.С., Романова К.Е., Зайцева И.А. Концепция становления национального центра индустрии моды на базе традиционного текстильного комплекса Ивановской области // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2022. №4 (400). С. 5...13.
3. <https://sientmedia.org/overconsumption/>
4. Niinimäki K., Peters G, Dahlbo H. et al. The environmental price of fast fashion // Nature Reviews Earth & Environment. 2020. Vol. 1. P. 189...200. – DOI: 10.1038/s43017-020-0039-9.
5. Siddhartha S. Sustainable Fashion: Exploring the Concept of Greenwashing and New Trends in the Fashion Industry // International Journal of Innovative Science and Research Technology. 2024. Vol. 9, № 7. –

P. 1264...1272. – DOI: 10.38124/ijisrt/IJISRT24JUL957.

6. Xu Q, Cheng Y., Yu Y. Analysis and forecast of textile industry technology innovation capability in China // *Industria Textila*. 2021. Vol. 72, № 2. P. 191...197. – DOI: 10.35530/IT.072.02.1759.

7. Chang A. The Impact of Fast Fashion on Women // *Journal of Integrative Research & Reflection*. 2020. Vol. 3. P. 16...24. – DOI: 10.15353 /jirr.v3.1624.

8. Suradkar N., Chanana B. A Study of Inclusivity in the Fashion and Textiles Industry // *Journal of the Textile Association*. 2024. Vol. 85. P. 23...30. – DOI: 10.5281/zenodo.11564271.

9. Lin X. Explore Global Fashion Trends and Cultural Influences // *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*. 2024. Vol. 46. P. 110...116. – DOI: 10.54097/rzdvr692.

10. Preau G. Sustainability and Globalization in Fashion: Can the fashion industry become sustainable, while remaining globalized? – [https://www.researchgate.net/publication/344228898\\_Sustainability\\_and\\_Globalization\\_in\\_Fashion\\_Can\\_the\\_fashion\\_industry\\_become\\_sustainable\\_while\\_remaining\\_globalized](https://www.researchgate.net/publication/344228898_Sustainability_and_Globalization_in_Fashion_Can_the_fashion_industry_become_sustainable_while_remaining_globalized)

11. Backs S, Jahnke H, Lüpke L. et al. Traditional versus fast fashion supply chains in the apparel industry: an agent-based simulation approach // *Annals of Operations Research*. 2021. Vol. 305, No. 1. P. 487...512. – DOI 10.1007/s10479-020-03703-8. – EDN ZYUKNV.

12. Yuan J. Sustainable Supply Chain Development Strategies in the Fast Fashion Industry: A Case Study of Nike // *Advances in Economics, Management and Political Sciences*. 2024. Vol. 109. P. 109...115. – DOI: 10.54254/2754-1169/109/2024BJ0113.

## REFERENCES

1. Mishurov S.S., Romanova K.E., Zajceva I.A. The formation concept of the fashion industry national center on the basis of the traditional textile complex of the Ivanovo region // *Izvestiya Vysshikh Uchebnykh Zavedenii, Seriya Tekhnologiya Tekstil'noi Promyshlennosti*. 2022. №4 (400). P. 5...13.

2. Mishurov S.S., Romanova K.E., Zajceva I.A. Analysis of Cultural and Historical Prerequisites for the Consolidation of Textile Specialization in the Economic Model of the Ivanovo Region // *Izvestiya Vysshikh*

*Uchebnykh Zavedenii, Seriya Tekhnologiya Tekstil'noi Promyshlennosti*. 2021. №3 (399). P. 182...187.

3. <https://sentientmedia.org/overconsumption/>

4. Niinimäki K., Peters G, Dahlbo H. u òp. The environmental price of fast fashion // *Nature Reviews Earth & Environment*. 2020. Vol. 1. P. 189...200. – DOI: 10.1038/s43017-020-0039-9.

5. Siddhartha S. Sustainable Fashion: Exploring the Concept of Greenwashing and New Trends in the Fashion Industry // *International Journal of Innovative Science and Research Technology*. 2024. Vol. 9, № 7. P. 1264...1272. – DOI: 10.38124/ijisrt/IJISRT24JUL957.

6. Xu Q, Cheng Y., Yu Y. Analysis and forecast of textile industry technology innovation capability in China // *Industria Textila*. 2021. Vol. 72, № 2. P. 191...197. – DOI: 10.35530/IT.072.02.1759.

7. Chang A. The Impact of Fast Fashion on Women // *Journal of Integrative Research & Reflection*. 2020. Vol. 3. P. 16...24. – DOI: 10.15353 /jirr.v3.1624.

8. Suradkar N., Chanana B. A Study of Inclusivity in the Fashion and Textiles Industry // *Journal of the Textile Association*. 2024. Vol. 85. P. 23...30. – DOI: 10.5281/zenodo.11564271.

9. Lin X. Explore Global Fashion Trends and Cultural Influences // *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*. 2024. Vol. 46. P. 110...116. – DOI: 10.54097/rzdvr692.

10. Preau G. Sustainability and Globalization in Fashion: Can the fashion industry become sustainable, while remaining globalized? – [https://www.researchgate.net/publication/344228898\\_Sustainability\\_and\\_Globalization\\_in\\_Fashion\\_Can\\_the\\_fashion\\_industry\\_become\\_sustainable\\_while\\_remaining\\_globalized](https://www.researchgate.net/publication/344228898_Sustainability_and_Globalization_in_Fashion_Can_the_fashion_industry_become_sustainable_while_remaining_globalized).

11. Backs S, Jahnke H, Lüpke L. et al. Traditional versus fast fashion supply chains in the apparel industry: an agent-based simulation approach // *Annals of Operations Research*. 2021. Vol. 305, No. 1. P. 487...512. – DOI 10.1007/s10479-020-03703-8. – EDN ZYUKNV.

12. Yuan J. Sustainable Supply Chain Development Strategies in the Fast Fashion Industry: A Case Study of Nike // *Advances in Economics, Management and Political Sciences*. 2024. Vol. 109. P. 109...115. – DOI: 10.54254/2754-1169/109/2024BJ0113.

Рекомендована кафедрой организации производства и городского хозяйства ИВГПУ. Поступила 12.03.25