

Совершенствование импорта одежды в РФ в условиях изменения в международном разделении труда

УДК:339.562; ББК:65.428.3; Jel: Q27
DOI: 10.24412/2072-8042-2024-7-103-111

Игорь Борисович ДОЛЖЕНКО,
ООО «ДЕЛЬТА КОНСАЛТИНГ»
(119421, Москва, Ленинский просп., д. 111 к. 1, этаж
3, пом. 26), генеральный директор, соискатель,
email: primestyle@mail.ru, eLIBRARY ID: 41745300

Аннотация

Актуальность статьи связана с важной ролью индустрии моды и международной торговли текстилем и одеждой в глобальной экономике. Выявлено, что в секторе сформировалось новое международное разделение труда и международная торговля текстилем и одеждой значительно изменилась под воздействием глобализации. Установлено, что импорт текстиля и одежды динамично развивался в условиях глобализации, сформировалась группа крупных нетто-импортеров одежды. Выявлено, что импорт одежды очень важен для России, является крупным направлением расходования валютных средств и имеет ключевое значение для баланса потребительского рынка. Установлено, что существуют значительные возможности для совершенствования импорта одежды в Россию и высказаны предложения по реализации такой работы.

Ключевые слова: международная торговля, международная торговля текстилем и одеждой, международное разделение труда, мировой рынок текстиля и одежды, мировой рынок одежды, индустрия моды, текстиль, одежда, экспорт одежды, импорт одежды, глобальная цепочка создания стоимости, ГЦСС.

Improving Russia's Imports of Clothing in Terms of the Changing International Division of Labour

Igor Borisovich DOLZHENKO,
DELTA CONSULTING LLC (119421, Moscow, Leninsky Prospekt, 111 building 1, floor 3, room
26), General Director, Postgraduate student, email: primestyle@mail.ru, eLIBRARY ID: 41745300

Abstract

The relevance of the article is related to the important role of the fashion industry and international trade in textiles and clothing in the global economy. It is revealed that a new international division of labour in the sector and globalization have affected international trade in textiles and clothing. It is found that imports of textiles and clothing have gained momentum amid globalization, and a group of large net importers of clothing was formed. It is highlighted that imports of clothing is very important for Russia, since it is a major area of spending foreign currency and plays a key role in balancing the consumer market. It is underlined that there is huge opportunity to improve Russia's imports of clothing, and suggestions on the efforts that should be made are presented.



Keywords: international trade, international trade in textiles and clothing, international division of labour, global textile and clothing market, global clothing market, fashion industry, textiles, clothing, clothing export, clothing import, global value chain, GVC.

ВВЕДЕНИЕ

Текстильная и швейная промышленность является одним из важнейших секторов мировой экономики, розничный оборот одежды превысил 1,8 трлн долл. в 2022 г. Глобализация индустрии моды, охватывающей текстильную и швейную промышленность и розничную торговлю, привела к увеличению конкуренции и вызовов, а также появлению новых возможностей.[13] В рамках сформировавшейся за последние десятилетия глобальной индустрии моды ведущую роль в секторе играют ТНК индустрии моды, которые организовали глобальные производственно-сбытовые цепочки, тесно интегрированные и охватывающие несколько стран на разных этапах цепочки создания стоимости.[16] Современная волна научно-технического прогресса значительно повлияла на конъюнктуру мировых товарных рынков, произошло расширение торговли, усилился товаропоток в направлении «юг-юг» среди развивающихся стран.[6] Отмечаются новые явления в международной торговле, проявляющиеся в замедлении темпов роста глобальной торговли относительно мирового ВВП; падении интенсивности торговли в рамках ГЦС на фоне меняющихся экономических и технологических факторов, активизации рещоринга.[9] Для мирового рынка одежды, который является сильно фрагментированным с присутствием различных крупных, средних и мелких фирм разных стран, характерна активная международная торговля текстилем и одеждой, которая выросла с 85,3 млрд долл. в 1990 г. до 917,8 млрд долл. в 2021 г. ¹

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Отмена торговых квот по текстилю и одежде по итогам Уругвайского раунда ВТО выявила уязвимость глобальных бизнес-моделей, основанных на уникальных торгово-политических возможностях стран в рамках квот существовавшего до 2005 Мультиволоконного Соглашения (Multifiber Agreement-MFA). Страны, производящие как текстиль, так и одежду, стали более конкурентоспособными, поскольку они экономят на транспортных расходах и на времени, необходимом для доступа к ресурсам. В современном мире конкурентоспособность компаний во многом зависит от сочетания низких производственных затрат с быстротой выполнения заказов.[4] В 2005 году после упразднения в рамках ВТО системы квот такие ведущие производители одежды, как Китай, Индия, Турция, Бангладеш получили неограниченный доступ на рынок модной одежды ЕС и США.[7] Доступ к высококачественным тканям и/или пряже становится всё более важным фактором конкуренции в период после квотирования для стран-экспортеров.[12]

Импорт одежды осуществляется широкой сетью фирм-импортеров, среди которых своим влиянием выделяются крупнейшие международные фирмы розничной торговли и индустрии моды – владельцы мировых брендов. Импорт одежды важен для крупнейших развитых стран, многие из которых являются нетто-импортерами, в частности США, Япония, Великобритания, Канада, Швейцария, Австралия и другие. Крупнейшими импортерами одежды в 2022 г. были ЕС – 215 млрд долл., США – 116 млрд долл., Япония – 27 млрд долл., Великобритания 26 млрд долл., Канада – 14 млрд долл., Республика Корея – 13 млрд долл., Россия – 12 млрд долл.² Импорт одежды протекает в условиях острой конкуренции со стороны местных производителей в отношении региональных модных предпочтений и цен. Некоторые из основных игроков на рынке – PVH Corp., Kering S.A, LVMH, Inditex и др. В развивающихся регионах сохраняется большое значение неорганизованных рынков, на которых предлагается широкий спектр одежды.

Существенным моментом, влияющим на импорт текстиля и особенно одежды, является модель быстрой моды. Эта бизнес-модель, первоначально опробованная и умело реализованная испанским брендом Zara предполагает особое построение глобальной производственно-сбытовой цепочкой, комбинируя быстрое реагирование на изменение предпочтений потребителей и гибкие, экономичные процессы розничной торговли.[11] Отличительной особенностью ГЦСС индустрии моды является то, что она включает группу разных фирм, в том числе многоуровневых фирм-дирижеров ГЦСС во главе с ведущим розничным покупателем / владельцем популярного бренда, например Walmart, C&A, Hugo Boss или Mango, контрактным производителем, например из Бангладеш, Вьетнама или Китая, или менеджером цепочки поставок, например гонконгской ТНК Li & Fung, который определяет его организационную архитектуру, стратегическое направление и управление.

Важная черта ГЦСС состоит в том, что компании – ведущие покупатели, управляя ГЦСС, могут определять ее конфигурацию, решать, кто создает ценность, в какой степени, где она распределяется по цепочке создания стоимости и как такая ценность может быть увеличена с помощью подходящих инноваций и / или инвестиций.[8]

Глобализация лежала в основе нынешней модели производства одежды на протяжении нескольких десятилетий. Анализ тенденций глобализации индустрии моды за последние два десятилетия показал, что произошел процесс глобальной консолидации, в рамках которого несколько ведущих поставщиков, в частности Китай, Бангладеш, Вьетнам, Индия, Пакистан, Индонезия усилили свои позиции в ГЦСС.

В последние годы наступил новый этап глобализации.[3] Для этого этапа характерны большая геополитическая неопределенность и торговая напряженность между основными центрами силы, продолжающиеся сдвиги в мировом порядке, усиление влияния технологий на производство и потребление.[1]



Особенности этого нового меняющегося мира существенно влияют на структуру торговли текстилем и одеждой, включая будущую роль Китая в мировом производстве. По прогнозам, расширение потребительских рынков в Азии, где средний класс, по прогнозам, вырастет до 3,5 миллиардов человек к 2030 году, повысит спрос на одежду в регионе. Это привело к увеличению значения региональных цепочек поставок, поскольку производители одежды увеличивают производство для своих собственных внутренних или региональных рынков, а не для западных рынков.

Цифровые технологии изменили модели потребления и производства в индустрии моды, значительно развились электронная коммерция и уже после пандемии многоканальные подходы к сбыту в розничной торговле.[14]

Изменились стратегии поиска поставщиков ведущими компаниями-импортерами одежды. В условиях очень динамичного изменения потребительских предпочтений, в розничной торговле одеждой за последние 30 лет произошли большие перемены. Упало значение универмагов, но резко возросло значение монобрендовых сетей одежды и онлайн-торговли. Ведущие розничные торговцы одеждой и владельцы брендов сосредотачиваются на маркетинге и брендинге и нуждаются в поставщиках (или агентах), способных предложить полный спектр товаров и услуг в сфере поставок и логистики.[5] Возросло значение тех подразделений фирм-импортеров, которые находятся в ключевых странах-поставщиках и занимаются непосредственно отбором товаров для закупки. Со стороны предложения, необходимость координации и создания сетей становится все более важной в связи с широтой ассортимента швейной продукции и увеличением числа фирм с расширенными возможностями производства. Изменения в импортной практике крупнейших розничных компаний с ориентацией на прямой контракт с производителями минуя посредников, требует от производителей более быстрого реагирования и лучшего понимания конкретных потребностей розничных компаний.[13]

Новое международное разделение труда побудило компании текстильной и швейной промышленности принять глобальные стратегии поиска поставщиков.[15] Они покупают сырье, промежуточные материалы и готовую продукцию из разных стран, чтобы воспользоваться преимуществами разницы в стоимости, опыта и качества. Гибкость выбора поставщиков повышает устойчивость цепочки поставок и позволяет компаниям реагировать на меняющиеся требования рынка.

Характерной чертой изменений в международном разделении труда в сфере текстиля и одежды является значительное влияние цифровизации прежде всего на сбыт и логистику, что заставило швейные компании ведущих стран-экспортеров одежды повысить гибкость и способность производить более мелкие заказы.[10] С другой стороны, наличие новых онлайн-платформ, позволяет компаниям индустрии моды напрямую получать доступ к покупателям, также расширяет возможности фирм по охвату удаленных, но перспективных рынков и коммуникации

брендов с потребителями. Автоматизация привела к повышению эффективности и сокращению времени выполнения заказов в сфере производства одежды.

Новое международное разделение труда привело к смене лидеров в сфере экспорта текстиля и одежды.[2] Развивающиеся страны со средним уровнем дохода продолжают играть более важную роль в экспорте текстиля, в то время как развитые страны потеряли свою долю на рынке. Например, США, Германия и Италия лидировали в мировом экспорте текстиля в 2000-х годах, на долю которых приходилось более 20% доли рынка. Однако доля этих трех стран в мировом экспорте текстиля упала до 12,8% в 2019 году и достигла нового минимума в 11,3% в 2021 году. Страны с крупными производственными мощностями и относительно стабильными поставками продемонстрировали наиболее быстрый рост производства одежды. В десятку крупнейших стран-экспортеров одежды в мире входят Китай, Бангладеш, Вьетнам, Турция, Индия, Италия, Индонезия, Турция, Камбоджа, Германия, Италия и США. После пандемии экспорт одежды вырос, в частности из Вьетнама, Бангладеш (рост на 30%, Турции (до 22%) и Индии (до 24%).

Указанные изменения в новом международном разделении труда значительно коснулись России.

Российская Федерация в течение последних 25 лет является крупным импортером текстиля и особенно крупным импортером одежды. Согласно официальным данным ВТО импорт текстиля и одежды в РФ возрос с 1,427 млрд долл. в 1996 г. до 13,060 млрд долл. в 2021 г.³ По объему импорта одежды до 2022 г. Россия занимала 10-ое место в мире. По оценкам ряда экспертов, объем импорта текстиля и одежды в РФ, может быть больше, чем данные ВТО. Импорт одежды в условиях открытости рынков сыграл очень важную роль в насыщении внутреннего рынка и обеспечении баланса спроса и предложения в РФ.

По мнению автора, основными задачами в сфере совершенствования импорта одежды в Россию являются:

- диверсификация поставщиков и источников;
- сохранение широкого ассортимента и насыщения рынка;
- использование возможностей ГЦСС для укрепления ведущих отечественных брендов;
- расширение и ассортиментная оптимизация импорта из дружественных стран;
- превращение импорта текстиля и одежды в инструмент промышленной политики и разумное оптимальное импортозамещение;
- повышение экологических требований к импортируемой одежде.

По мнению автора, в настоящих условиях целесообразно комплексно ставить вопрос о комплексе мер по совершенствованию импорта текстиля и одежды, тем более что большинство из предлагаемых автором мер носят административный или технический характер и не требуют расходования бюджетных средств.



А) По мнению автора, реализации целей национального развития соответствует переориентация российских предпринимательских структур на реализацию комплекса мероприятий, нацеленных на совершенствование регулирования импорта текстиля и одежды, в частности расширения источников импорта одежды из разных стран и регионов, чтобы уменьшить зависимость от конкретных поставщиков и снизить риски, связанные с перебоями в цепочке поставок. Желательно оставить задачу добиться географической диверсификация импорта одежды и текстиля с учетом геоэкономической ситуации, в частности провести межправительственные переговоры с руководством Индии по использованию накопившихся на счетах российских компаний рупий для закупки текстиля и одежды в Индии и Бангладеш. Принять как факт сокращение поставок из Европы, в частности Италии, и оказать помощь импортерам в размещении дополнительных заказов из Вьетнама и Бангладеш, Камбоджи, Индии, Индонезии, Малайзии, стран Африки. Целесообразно предусмотреть наращивание импорта одежды из Узбекистана только в рамках ГЦСС под российскими брендами.

Считаем целесообразным уделить особое внимание развитию импорта из Киргизии, как ключевому партнеру РФ в ЕАЭС по импорту одежды. Представляет интерес использование преимуществ ЕАЭС, в частности возможности Киргизии по облегченному доступу к тканям и фурнитуре для развития контрактного производства под российскими брендами.

В) С учетом перспективности и потенциала стран Африки представляется желательным разработать перечень мероприятий по увеличению импорта одежды из ряда стран Африки. Следует иметь в виду политическое значение таких соглашений, потому что, например, Соединенные Штаты предоставили преференциальный торговый режим импорту одежды из наименее развитых стран (НРС) посредством таких инициатив, как Закон о росте и возможностях Африки (AGOA) и Всеобщая система преференций (GSP). Эти программы предлагают беспошлинный или сниженный тарифный доступ на рынок США для соответствующего импорта одежды из НРС. ЕС также имеет многочисленные соглашения о свободной торговле с торговыми партнерами по всему миру, включая соглашения, которые либерализуют торговлю одеждой и текстилем. Одним из эффективных способов улучшения импорта одежды для России могло бы стать применение таких форм внешнеэкономической деятельности, как заключение бартерных торговых соглашений с такими ключевыми странами-экспортерами одежды, как Бангладеш и Вьетнам.

Г) В условиях возрастания значения скорости поставок, быстроты реагирования на модные тенденции для российских фирм возрастает зависимость от зарубежных поставщиков, способных производить небольшие партии продукции по конкурентоспособным ценам. Российский экспортный центр мог бы оказать неоценимую помощь импортерам одежды, создавая и обновляя базы данных по наиболее успешным и конкурентоспособным поставщикам.

Д) Важную роль для совершенствования импорта одежды в РФ имеют современные технологии, такие как автоматизированные системы обработки грузов, RFID-отслеживание и электронная документация. Продвигая уникальное ценностное предложение импортной одежды, импортируемой под отечественными брендами, Российское государство может стимулировать потребительский интерес в рамках выставок, торговых ярмарок, показов мод и встреч покупателей и продавцов.

Е) С учетом изменения подходов потребителей в отношении устойчивых и этично произведенных товаров и обострения экологических проблем, обосновано усиление внимания при импорте одежды к решению таких проблем, как выбросы углекислого газа, экологичное потребление энергии и ресурсов, а также управление отходами. Изменившиеся потребительские предпочтения, модные тенденции и меняющийся образ жизни предполагают увеличение импорта более экологичной и устойчивой одежды. Для целей национального развития РФ необходима всемерная организационная и административная поддержка компаний, ориентированных на импорт одежды, произведенной устойчивым и этичным методами производства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Текстиль и одежда являются ресурсоемкой продукцией, которые при этом в значительной мере подвержены креативному воздействию человека. Одежда как и текстиль позволяют удовлетворить как базовые потребности человека, так и все больше служат средством социально-экономической и психологической идентификации потребителя. Для России импорт одежды имеет важное социально-экономическое значение и сопряжен со значительными валютными расходами. В современных условиях созрели предпосылки для оптимизации и совершенствования импорта одежды в Российскую Федерацию.



ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ World Bank. World Integrated Trade Solutions. Statistics. Textiles and Clothing Exports by country and region in US\$ Thousand 2021. URL: https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/WLD/Year/2021/TradeFlow/Export/Partner/all/Product/50-63_TextCloth. (Дата обращения: 29.05.2024).

World Bank. World Integrated Trade Solutions. Statistics. Textiles and Clothing Exports by country and region in US\$ Thousand 1990. URL: https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/WLD/Year/1990/TradeFlow/Export/Partner/ALL/Product/50-63_TextCloth (Дата обращения: 29.05.2024).

² Tugba Sabanoglu, Jun 17, 2024. Leading importers of apparel worldwide by value 2022. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1198349/apparel-leading-importers-worldwide-by-value/> (Дата обращения: 28.05.2024).

³ World Bank. World Integrated Trade Solutions. Statistics. Russian Federation Textiles and Clothing Exports, Imports, Tariffs by country and region 1996. URL: https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/RUS/Year/1996/TradeFlow/EXPIMP/Partner/all/Product/50-63_TextCloth/ (Дата обращения: 20.05.2024).

World Bank. World Integrated Trade Solutions. Statistics. Russian Federation Textiles and Clothing Exports, Imports, Tariffs by country and region 2021. URL: https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/RUS/Year/2021/TradeFlow/EXPIMP/Partner/all/Product/50-63_TextCloth/ (Дата обращения: 20.05.2024).

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Афонцев С.А. Новые тенденции в развитии мировой экономики. Мировая экономика и международные отношения. 2019. Т. 63. № 5. С. 36-46 @@ Afoncev S.A. Novy'e tendencii v razvitiu mirovoj e'konomiki. Mirovaya e'konomika i mezhdunarodny'e otnosheniya. 2019. T. 63. № 5. S. 36-46

2. Долженко О.И. Формирующиеся тенденции в глобальной индустрии моды после пандемии. Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 1-1 (95). С. 127-132 @@ Dolzhenko O.I. Formiruyushhiesya tendencii v global'noj industrii mody` posle pandemii. E'konomika i biznes: teoriya i praktika. 2023. № 1-1 (95). S. 127-132.

3. Загашвили В. С. Международная торговля после пандемии COVID-19. Мировая экономика и международные отношения. 2021. Т. 65. № 10. С. 15-23 @@ Zagashvili V. S. Mezhdunarodnaya trgovlya posle pandemii COVID-19. Mirovaya e'konomika i mezhdunarodny'e otnosheniya. 2021. T. 65. № 10. S. 15-23.

4. Кони́на Н.Ю. Международная конкурентоспособность российских компаний в условиях глобализации. Экономические науки. 2008. № 47. С. 418-421 @@ Konina N.Yu. Mezhdunarodnaya konkurentosposobnost` rossijskix kompanij v usloviyax globalizacii. E'konomicheskie nauki. 2008. № 47. S. 418-421.

5. Кони́на Н.Ю. Тенденции развития цифрового маркетинга и его влияние на рыночные позиции компаний потребительского сектора. Экономические науки. 2023. № 227. С. 62-69 @@ Konina N.Yu. Tendencii razvitiya cifrovogo marketinga i ego vliyanie na ry'nochny'e pozicii kompanij potrebitel'skogo sektora. E'konomicheskie nauki. 2023. № 227. S. 62-69.

6. Ревенко Л.С. Мировые товарные рынки: тенденции XXI века. Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2015. № 3. С. 27-45 @@ Revenko L.S. Mirovy'e tovarny'e ry'nki: tendencii XXI veka. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. E'konomika. 2015. № 3. S. 27-45.

7. Савинов Ю.А., Долженко И.Б. Изменения в международной торговле одежды и деятельность ТНК на рынке модных товаров. Российский внешнеэкономический вестник. 2022. № 9. С. 107-120 @@ Savinov Yu.A., Dolzhenko I.B. Izmeneniya v mezhdunarodnoj trgovle odezhdy' i deyatel'nost' TNK na ry'nke modny'x tovarov. Rossijskij vneshnee'konomicheskij vestnik. 2022. № 9. S. 107-120.

8. Спартак А.Н., Воронова Т.А. Среднесрочные и долгосрочные тенденции в развитии мировой экономики. Международная торговля и торговая политика. 2019. № 4 (20). С. 5-30 @@ Spartak A.N., Voronova T.A. Srednesrochny'e i dolgosrochny'e tendencii v razvitii mirovoj e'konomiki. Mezhdunarodnaya trgovlya i trgovaya politika. 2019. № 4 (20). S. 5-30.

9. Спартак А.Н., Лихачев А.Е. Долговременные тренды и новые явления в международной торговле. Российский внешнеэкономический вестник. 2018. № 2. С. 7-24 @@ Spartak A.N., Lixachev A.E. Dolgovremennyy'e trendy' i novyye yavleniya v mezhdunarodnoj trgovle. Rossijskij vneshnee'konomicheskij vestnik. 2018. № 2. S. 7-24.

10. Baena, D., de Camargo Fiorini, P., & da Silva, C. F. (2019). The role of the performance of the textile and clothing industry in international trade: An analysis for the period 2002–2017. Estudios Gerenciales, 35(152), 428-436. DOI: 10.18046/j.estger.2019.152.3329

11. Bhardwaj, V.; Fairhurst, A. Fast fashion: Response to changes in the fashion industry. International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, vol. 20, no. 1, 2010, pp. 165-173. <http://dx.doi.org/10.1080/09593960903498300>

12. Cheng, J., & Shiu, A. (2021). Impact of globalization on textile and apparel industries: A study of China. International Journal of Fashion Design, Technology and Education, 14(1), 35-46.

13. Choi, S. (2018). Globalization and the rise of Asian apparel retail brands: A comparative analysis of consumer preferences. Journal of Fashion Marketing and Management, 22(4), 487-501.

14. Konina N.Yu. (2023) Smart digital innovations in the global fashion industry and a climate change action plan. В сборнике: Smart Green Innovations in Industry 4.0 for Climate Change Risk Management. Cham, 2023. С. 255-263.

15. Tokatli, N. (2007) Global Sourcing: Insights from the Global Clothing Industry - the Case of Zara, a Fast Fashion retailer. Journal of Economic Geography, vol. 8, no. 1, 2007, pp. 21-38. <http://dx.doi.org/10.1093/jeg/lbm035>.

16. Wang, C. Y., & Lee, C. M. (2019). Globalization and production networks: Evidence from the textile and apparel industry. Journal of Development Economics, 141, 102378.

