

БРЕНДИНГ В ИНДУСТРИИ МОДЫ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

BRANDING IN FASHION INDUSTRY ON THE RUSSIAN MARKET

A. Karpykbaeva

Summary. the article discusses the features of the formation of brands in the fashion industry in the Russian market. A review of the main Russian brands of the fashion industry has been carried out. Their distinctive features and qualities are highlighted. Analyzed the tools with which, these brands ensure their success in the Russian and foreign fashion industry market.

Keywords: branding; brand; fashion industry; Russian brands; marketing; fashion.

Карпыкбаева Анар Булатовна
Независимый исследователь
akarpykbaeva@gmail.com

Аннотация. в статье рассмотрены особенности формирования брендов в индустрии моды на российском рынке. Проведен обзор основных российских брендов fashion-индустрии. Выделены их отличительные особенности и качества. Проанализированы инструменты, при помощи которых, данные бренды обеспечивают свой успех на российском и зарубежном рынке индустрии моды.

Ключевые слова: брендинг; бренд; индустрия моды; российские бренды; маркетинг; fashion.

Российский рынок индустрии моды переживает умеренные темпы своего роста, связанные еще после провала в период 2012–2015 гг. Однако, на сегодняшний день, существует большее число брендов fashion-отрасли, которые позиционируют себя, как производители с лидерскими показателями, и при этом, имеют происхождение российского капитала и менеджмента [1].

Специалисты подчеркивают, что «сегодня конкуренция идет на гораздо более высоком уровне, чем соревнование товаров. Борьба идет на уровне идей, эмоций и образов. Эта ситуация будет усложняться по мере того, как все большее количество людей будет обращаться к моде, как к единственной возможности выразить свое я, свою индивидуальность через гардероб и покупку одежды, так как своими руками уже практически никто ничего не делает. Тенденция иметь одежду модных марок также будет только усиливаться. Без создания бренда, особенно крупной fashion-компании, не обойтись» [5].

Целью научной статьи является анализ российских брендов в индустрии моды и определение инструментов, способствующих их развитию и конкурентоспособности.

Для этого в рамках научного исследования необходимо решение следующих задач:

- ◆ рассмотреть особенности формирования брендов в индустрии моды на российском рынке;
- ◆ провести обзор основных российских брендов fashion-индустрии;
- ◆ выделить их отличительные особенности и качества;
- ◆ проанализировать инструменты, при помощи которых, данные бренды обеспечивают свой успех на российском и зарубежном рынке индустрии моды.

В первую очередь, рассмотрим краткий обзор основных брендов рынка индустрии России, которые занимают лидерские позиции по объему продаж и капитализации стоимости своей компании (таблица 1).

Подводя итоги таблицы 1, можно сделать выводы о том, что ключевой особенностью российских брендов в индустрии моды является акцентирование ставки на производство одежды, обуви и других групп товаров из более дешевых материалов, которые позволяют обеспечить более низкую отпускную цену для закупщиков, дистрибьюторов и конечных потребителей.

Также, практически каждый бренд одежды России несет иностранное название, что связано с двумя задачами:

- ◆ попытка убрать акцент внимания целевой аудитории на то, что это отечественный, а не зарубежный производитель;
- ◆ ставка на интеграционные процессы на зарубежных рынках и выход на международные торговые площадки.

Третьей особенностью российских брендов в индустрии моды является производство товаров, зачастую в странах Восточной Азии, что не обеспечивает высокоэкономического эффекта для экономики нашей страны. Однако, данное решение связано с теми же снижениями затрат при производстве, которые используются не только отечественными брендами, но и зарубежными конкурентами из стран Европы и даже США.

Сегодня брендинг стал самым распространенным инструментом конкурентной борьбы, в его становлении и развитии участвуют все коммуникации. Бренд — это

Таблица 1. Обзор основных брендов российского рынка моды [2; 3].

Название	Направление деятельности	Особенности
Zarina	Ювелирные украшения	Широкий спектр товаров для любой ценовой категории
Pompa	Одежда	Позиционирует себя как дизайнерский дом, выпускает одежду с высококачественных тканей
Befree	Одежда	Достаточно низкая ценовая категория товаров для молодежи
Incity	Одежда	Широкий спектр товаров одежды различной ценовой категории
Love Republic	Одежда	Производство элегантной одежды для женской аудитории
O'stin	Одежда	Производство товаров с высокой степенью соотношения цены/качества
Oodji	Одежда	Производство одежды по демократическим ценам с дешевых аналогов материалов и ткани
Carlo Pazolini	Обувь	Производство обуви с материалов высокого качества
Gloria Jeans	Одежда	Производство джинсовой одежды

не просто товарный знак, а сложный комплекс, создание которого требует значительных средств и длительного времени [4].

Ключевыми факторами успеха российских брендов индустрии моды является акцентирование внимания на соблюдение ряда особенностей их маркетингового продвижения:

- ◆ российские бренды анализируют эмоциональное поведение своих клиентов, поскольку именно социальные и психологические факторы зачастую руководствуют теми или иными действиями потребителей;
- ◆ российские бренды, как правило, являются производителями массовых товаров, а значит, сосредоточены на более широкой целевой аудитории. Если анализировать крупнейшие международные бренды в индустрии моды (Zara, Adidas, H&M),

то их ставкой являются аналогичные действия на удовлетворение потребностей масс-маркета;

- ◆ российские бренды анализируют и сосредоточены на соблюдении тенденциях в мире моды, производя продукцию, которая соответствует ей в текущих и будущих периодах;
- ◆ российские бренды соблюдают сезонные циклы, производя и выставляя на торговые лавки своих магазинов одежду, обувь и аксессуары, подходящие под действительные потребности своих клиентов.

Таким образом, текущий этап развития российского рынка моды демонстрирует наличие большего числа российских брендов, которые предугадывают эмоциональный выбор своих клиентов, производят товары для массового потребителя и сосредоточены на соблюдении модных тенденций.

ЛИТЕРАТУРА

1. По итогам 2017 года темп роста российского фэшн-рынка составит около 0,2%. URL: <https://fashionunited.ru/novostee/beezyes/po-itogam-2017-goda-temp-rosta-rossijskogo-feshn-rynka-sostavit-okolo-02-prots/2018010220325> (дата обращения: 26.07.2019).
2. 10 лучших российских брендов одежды. URL: <http://discoverstyle.ru/10-luchshih-rossijskih-brendov-odezhdy/> (дата обращения: 26.07.2019).
3. 10 российских брендов одежды, которые можно принять за иностранные. URL: <https://www.sravni.ru/text/2018/1/30/10-rossijskikh-brendov-odezhdy-kotorye-vydajut-sebja-za-inostrannye/> (дата обращения: 26.07.2019).
4. Аленинская О.А., Щербакова Е. Н. Брендинг в индустрии моды. URL: <http://files.scienceforum.ru/pdf/2012/0885.pdf> (дата обращения: 26.07.2019).
5. Алексеева Е.А. Позиционирование товаров индустрии моды на российском рынке // Научный альманах. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_26285831_26576669.pdf (дата обращения: 26.07.2019).

© Карпыкбаева Анар Булатовна (akarpykbaeva@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»