

Лизовская Вероника Владимировна

доцент кафедры экономической теории
Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий
и дизайна
Санкт-Петербург, Россия

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ОДЕЖДЫ**Аннотация**

Представлены данные об объёмах продаж на международном рынке одежды в 2025 году и прогноз развития рынка до 2030 года с учётом особенностей потребления в разных регионах. Автор отмечает основные изменения, характерные для рынка одежды, которые сформировались ещё до периода пандемии, и сейчас представляют важные тренды на рассматриваемом рынке. Понимание этих трендов крайне важно для действующих компаний для формирования стратегии развития бренда как на мировом, так и на отечественном рынке одежды.

Ключевые слова: рынок одежды, покупательское поведение, клиентский опыт

Объём рынка одежды на 2025 год составляет 1749.67 млрд. долларов. Согласно прогнозам, его рост в ближайшие годы должен составить порядка 3,52% в год: с 1,804.08 млрд. долларов в 2026 до 2,307.04 млрд. долларов 2034 году [8].

При этом, ожидается неравномерный рост в различных регионах мира. Так, Южная Америка выделяется как самый быстрорастущий регион, где по прогнозам к 2031 году среднегодовой прирост составит 5,78%. Рост обусловлен молодой потребительской аудиторией, активным внедрением цифровых технологий и растущим спросом на доступную и в то же время модную одежду. Азиатско-Тихоокеанский регион остается крупнейшим рынком одежды, на долю которого в 2025 году пришлось 36,85% всех продаж. Это объясняется ростом доходов городских жителей и развитием инновационных текстильных кластеров при поддержке правительства стран региона. Самые большие продажи наблюдаются в Китае, а наиболее активное развитие производства – в Бангладеше и Камбоджи, что связано с оптимизацией затрат и управлением рисками со стороны крупных компаний и развитием платформ электронной коммерции.

Северная Америка и Европа сохраняют свои сильные позиции благодаря развитой сети розничных магазинов и зрелым потребительским предпочтениям.

Необходимо отметить, что рынок одежды крайне быстро реагирует на любые колебания в экономике и является очень чувствительным к любым изменениям. Ещё

в 2019 году, до известных глобальных мировых событий, выделялись следующие тренды на рынке одежды, которые и сейчас активно проявляются [10]:

1. Ускорение цифровизации. На мировом рынке одежды ощущается значительное влияние цифровых технологий на разных этапах цепочки создания ценности: от разработки моделей до многоканального подхода к продажам. Несмотря на то, что многие известные бренды вернулись к традиционному очному формату показа коллекций, мир все ещё помнит диджитал формат, который использовался всеми в 2020 году [10]. В модной индустрии получил широкое распространение формат phygital – совмещение физического и цифрового. Phygital использует сильные стороны цифрового и реального опыта человека, переносит удобные онлайн-привычки в реальный мир: показы новых коллекций, цифровые примерочные, интерактивные витрины, даже phygital одежда [11].

2. Потребители стали более рациональными и чувствительны к цене. Ограниченная покупательская способность, безработица и прочие диспропорции в экономике привели к снижению спроса на одежду в период пандемии. А модель поведения потребителей на рынке одежды в это время радикально поменялась. Покупка одежды перестала быть импульсивным действием и превратилась во взвешенное, рациональное решение. На этом фоне снизилась частота покупок и доля трат на одежду в общем бюджете потребителя. Так, по данным Т-Банка, среднее число покупок на одного активного клиента сократилось с 16 в 2021 году до 11 в 2024-м [3]. Доля россиян, для которых цена является решающим фактором при покупке одежды в последние годы составляет 60% [1]. Общее количество приобретаемых предметов одежды и обуви сократилось на 6,5%, а доля трат потребителей на одежду на примере Московского региона сократилась с 8,2% в 2021 году до 5% в 2025.

3. Рост ресейла. Люди стали чаще покупать одежду в секонд-хендах. В период с 2012 по 2020 гг., в соответствии с рисунком 1, объём рынка секон-хенда вырос более чем в три раза и составила 33,03 млрд доллара. Эта тенденция может рассматриваться как стремление к более рациональному поведению в связи со снижением доходов, с одной стороны, но также связана с трендом на ответственное потребление и переходом к экологически чистым покупкам и сокращению отходов [7].

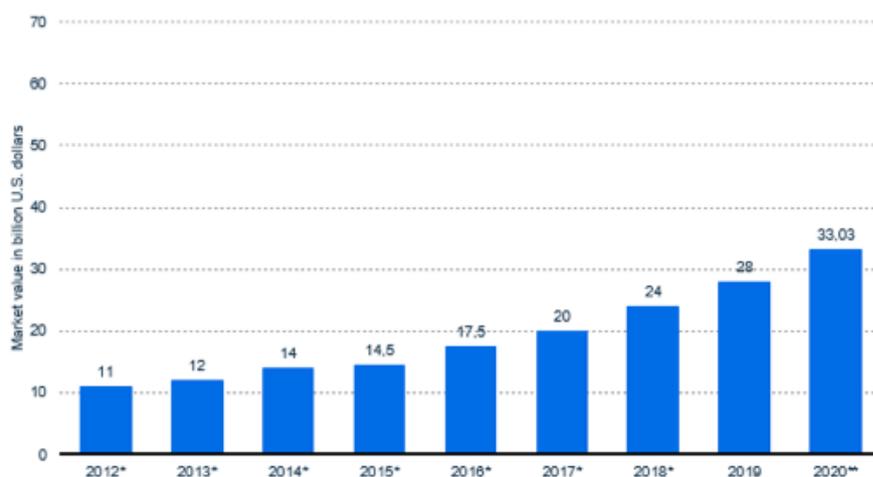


Рисунок 1 – Рынок вторичной одежды в период с 2012 по 2020 годы

Начиная с 2020 года пандемия, санкции в отношении России и ограничения в отношении отдельных стран и прочие глобальные изменения привели к дальнейшей трансформации покупательского поведения на рынке одежды.

Согласно экспертам компании FCG, в дополнение к ранее перечисленным, главными тенденциями, сформированными в 2023-2024 годах, являются повышенные требования к сервису со стороны покупателей и смещение спроса в пользу локальных брендов [5].

Компании боролись за интерес потребителей, совершенствуя клиентский опыт, задействовав нейросети, используя современные технологии, такие как виртуальная примерочная, возможность онлайн консультации стилистов [6]. На фоне этого покупатели стали все чаще выбирать гибридный формат покупок на рынке одежды. Так, согласно данным совместного отчета Яндексa и Fashion Consulting Group, 38% жителей России предпочитают именно такой вариант [1]. Взаимодействие между онлайн и офлайн, удобство и доступность становятся новым потребительским трендом, а инновации и новые технологические решения все чаще доказывают свое первостепенное значение для формирования положительного клиентского опыта.

Кроме того, покупатели все больше склоняются к покупкам на отечественном рынке, что характерно как для российского рынка, так и для других стран. В России в значительной степени на это повлияла политическая ситуация, в связи с чем более чем 50 интернациональных брендов одежды покинули российский рынок, около 30 брендов были переданы в управление участникам внутреннего рынка или же партнерам из третьих стран мира при условии ребрендинга. Это способствовало более

активному развитию отечественных брендов одежды и изменениям в предпочтениях потребителей. Так, согласно исследованиями Национального рекламного альянса, 73% опрошенных имеют любимого российского производителя одежды, а также 43% часто совершают покупки продукции российских брендов одежды [4]. Однако, ещё в начале 2021 года компания Fashion Consulting Group провела исследование, по результатам которого было выявлено, что для 52% респондентов фактором, побуждающим к покупке, может быть то, что товар изготовлен отечественным производителем, 60% опрошенных отметили высокое качество одежды и обуви российского производства [3].

Подводя итог, необходимо отметить, что несмотря на оптимистичные прогнозы развития рынка одежды, компаниям в этой сфере необходимо понимать, как трансформировать предложение, чтобы лучшим образом соответствовать актуальным трендам и изменениям в покупательском поведении. Только такой подход может позволить компаниям на рассматриваемом рынке и дальше развиваться и достигать целей и преодолевать те вызовы, которые формирует современный рынок. Так, компании, которые показали наилучший результат за последнее время как правило, учитывают следующие особенности развития рынка [9]:

- ориентируются на Азиатско-Тихоокеанский регион;
- совершенствуют цифровое предложение и опыт клиента при взаимодействии с брендом;
- активно используют скидки и другие инструменты стимулирования сбыта.

Российские бренды, получившие в последние несколько лет много стимулов для развития, должны следить за трендами рынка и совершенствовать свое предложение для обеспечения конкурентоспособности как на фоне отечественных конкурентов, так и с учётом предложения транснациональных компаний.

Список использованных источников

1. 38% покупателей выбирают гибридный формат шоппинга [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.retail.ru/news/38-zhiteley-rossii-pokupayut-odezhdu-onlayn-i-offlayn-10-iyulya-2023-230535/> (дата обращения: 10.02.2026).
2. Ассортимент шире, локализация заметнее: как изменился fashion-ритейл в России [Электронный ресурс]. – URL: <https://yandex-trends.rbc.ru/article->

3.html?utm_source=rbc&utm_medium=main&utm_campaign=yar5ind24w-a3-nenolily-m
(дата обращения: 05.02.2026).

3. Исследование Долями: число новых бизнесов в сфере моды снизилось на 14% в первом полугодии 2025 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.tbank.ru/about/news/30092025-shares-research-fashion-new-businesses-down-14percent-in-h1-2025/> (дата обращения: 06.02.2026).

4. Зинченко С.В., Бижанова Е.М., Хусаинова А.Д. Исследование трансформации потребительского поведения на фэшн-рынке [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-transformatsii-potrebitelskogo-povedeniya-na-feshn-rynke/pdf> (дата обращения: 10.02.2026).

5. Обзор российского fashion-рынка 2025–2026: новая реальность спроса, дистрибуции и покупательского поведения [Электронный ресурс]. – URL: https://new-retail.ru/marketing/obzor_rossiyskogo_fashion_rynka_2025_2026_novaya_realnost_sprosa_distributsii_i_pokupatelskogo_poved/ (дата обращения: 07.02.2026).

6. Эксперты наметили векторы развития российского fashion-рынка в 2024 году [Электронный ресурс]. - URL: <https://profashion.ru/events/conferences/eksperty-nametili-vektory-razvitiya-rossiyskogo-fashion-rynka-v-2024-godu/> (дата обращения: 05.02.2026).

7. Amed I., Balchandani A., Berg A. The State of Fashion 2021: In search of promise in perilous times [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion> (дата обращения: 30.02.2026).

8. Apparel Market Size, Share & Industry Analysis [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/apparel-market-110718#:~:text=Market%20Size%20&%20Forecast:,contribute%20to%20robust%20market%20growth.> (дата обращения: 10.02.2026).

9. Apparel market worldwide [Электронный ресурс]. - URL: <https://www-statista-com.ezproxy.unecon.ru/topics/5091/apparel-market-worldwide/> (дата обращения: 08.02.2026).

10. Berg A. Five charts that set the tone as New York Fashion Week 2021 kicks off [Электронный ресурс]. - URL: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/five-charts-that-set-the-tone-as-new-york-fashion-week-2021-kicks-off> (дата обращения: 30.02.2026).

11. Phygital Fashion. Как индустрия моды меняет бизнес-модели с помощью современных технологий? // vc.ru [Электронный ресурс] URL: <https://vc.ru/marketing/204571-phygital-fashion-kak-industriya-mody-menyaet-biznes-modeli-s-pomoshchyu-sovremennyh-tehnologiy> (дата обращения: 30.02.2026).