

К. М. ГРУШАНОВА

Научный руководитель – В.С. Зеньков, к. т. н., доцент
Белорусский государственный экономический университет
Минск, Беларусь

В условиях глобализации и стремительного развития технологий по развитию цифрового моделирования, интернет-торговли и социальных сетей, индустрия моды перешла к массовому производству и быстрой смене коллекций. «Быстрая мода» характеризуется низкими ценами, копированием модных тенденций и крайне коротким жизненным циклом изделий. Данный феномен оказал значительное влияние на потребительское поведение, экологию и экономику модной индустрии.

Целью исследования является демонстрация неэтичных практик в бизнесе (таких как эксплуатация труда, использование опасных химикатов, производство отходов и загрязнение окружающей среды), связанных с быстрой модой и ее разрушительным влиянием на окружающую среду, а также поиск их решений.

На примере маркетингового треугольника можно увидеть взаимосвязь между «клиентами», «компанией» и «структурой рынка».

1. Клиенты:

- интернет-магазины, соцсети и онлайн-реклама делают доступными новые коллекции и стимулируют импульсивные покупки;

- потребитель может быть не осведомленным о негативных последствиях производства одежды и не воспринимать эксплуатацию работников или загрязнение как проблему;
- потребитель может не быть готов платить больше за устойчивую одежду или отказаться от постоянных покупок.

2. Компания:

- ускоряет производство и распространение одежды, создавая давление на смену коллекций и снижение цен;
- компании могут использовать эксплуатацию труда и неэтичные методы производства для достижения низкой стоимости продукции и максимизации прибыли;
- компании могут игнорировать или минимизировать влияние производства на окружающую среду, чтобы снизить затраты и увеличить прибыль.

3. Структура рынка:

- создает платформу для распространения информации об экологических проблемах и неэтичных практиках в модной индустрии;
- создает социальные проблемы, такие как бедность, ухудшение условий жизни, загрязнение окружающей среды;
- влияет на качество жизни людей и устойчивое развитие планеты.

Объем мирового рынка быстрой моды в 2022 г. оценивался в 93,66 млрд долларов США, к 2030 г., по прогнозам, он достигнет 167,50 млрд долларов США, а среднегодовой темп роста составит 7,70 %.



Рис. 1. Маркетинговый треугольник

Глобальная индустрия моды представляет собой значительный сектор мировой экономики с годовым оборотом в 1,2 триллиона долларов. Ежегодно производится более 100 миллиардов единиц одежды, что делает ее одним из ведущих потребителей ресурсов и источников загрязнения окружающей среды. Основными центрами производства одежды являются Китай и Бангладеш, где низкая стоимость рабочей силы и доступность сырья создают благоприятные условия для массового производства, в то время как Соединенные Штаты потребляют больше одежды и текстиля, чем любая другая страна в мире.

Стремление к низким ценам и быстрой смене коллекций в индустрии «быстрой моды» порождает сильное давление на производителей, заставляя их искать способы минимизации затрат и увеличения скорости производства. Это приводит к использованию дешевых материалов и технологий, часто сопряженных с негативными экологическими последствиями. Индустрия моды потребляет около 20 % общемировой химической продукции, что является значительным фактором загрязнения водных ресурсов и атмосферы. По оценкам экспертов, она несет ответственность за около 20 % промышленного

загрязнения вод и 10 % глобальных выбросов углерода. При стирке синтетические ткани оставляют в воде микроволокна, до 40 % их попадают в реки, озера и океаны. Из производимых ежегодно 100 млрд предметов одежды не распродается около 20 %. Их обычно закапывают, измельчают или сжигают.

Способом по устранению «быстрой моды» является «осознанная мода». Обратно своему оппоненту, движение выступает за повторное использование одежды, а также ее экологичную утилизацию.

Среди студентов БГЭУ был проведен опрос, результат которого показал, что:

- 51 % опрошенных не безразлично, наносит ли производство одежды вред окружающей среде;
- 40 % утверждали, что им небезразличны условия, в которых производится часть их гардероба, и 56 % выразили желание узнать, где и как производится их одежда;
- 32 % студентов отрицательно отнеслись к тому, что при производстве вещей могут пострадать животные.

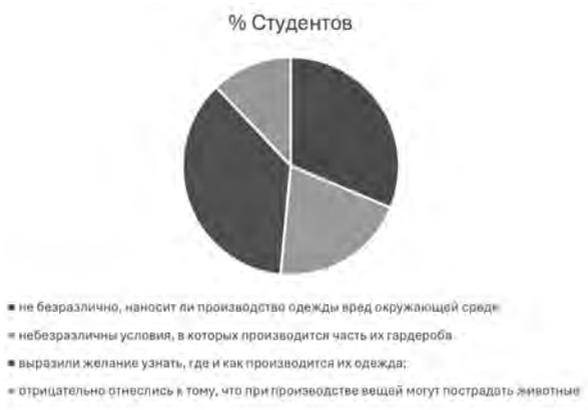


Рис. 2. Результаты опроса

Должна быть уменьшена тенденция потребления. Потребители, в особенности люди от 15 до 25 лет, испытывают социальное давление из-за небольшого разнообразия своего гардероба, что заставляет их покупать больше.

Таким образом, быстрая мода, несмотря на свою привлекательность доступными ценами и постоянным обновлением коллекций, представляет собой серьезную угрозу для экологии и устойчивости бизнеса. Такая модель, основанная на массовом производстве, низких ценах и быстрой смене тенденций, приводит к чрезмерному потреблению ресурсов, загрязнению окружающей среды и эксплуатации работников. Против нее выступает довольно перспективное движение под названием «осознанная мода», которая в будущем сможет полностью заменить «быструю моду». «Осознанная мода» делает наше потребление более ответственным, так как мы своими глазами наблюдаем бедственное положение окружающей среды, которое принесла нам «быстрая мода».