

**УДК 685.34.012**

**УСТОЙЧИВАЯ МОДА:  
КРАСОТА НЕ ТРЕБУЕТ ЖЕРТВ**

**Е. И. ЧЕКАТОВСКАЯ**

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

Индустрия моды является одним из крупнейших факторов загрязнения окружающей среды. Доминирование «быстрой» моды, когда крупнейшие модные бренды устраивают гонку на скорость и дешевизну производства одежды, приводит к росту выбросов парниковых газов, поощрению производства одежды низкого качества с коротким циклом использования, к скандалам из-за плохих условий труда.

Устойчивая мода (англ. sustainable fashion) – явление, связанное с изменением принципа потребления. Оно предполагает замедление темпов обращения стиля, переработку материалов, обращение к экологическому стандарту и этику потребления. Устойчивая мода подразумевает нарушение базового принципа системы, связанного с последовательным стремлением к новизне. Устойчивая мода связана с ограничением потребления и попыткой установления ответственного использования природных ресурсов [1].

Термин sustainable fashion впервые прозвучал в 1987 г. во время доклада Комиссии ООН по окружающей среде. В основе sustainable-мировоззрения – этические, экологические, экономические составляющие, рассчитанные на долгосрочную перспективу [2].

Приверженцы экологических тенденций стараются использовать гуманные способы производства и грамотнее подходить к созданию своих моделей. Многие бренды постепенно внедряют в производство ткани из органического хлопка, конопляные полотна, биолен и крапиву. На производстве таких материалов используются водосберегающие технологии, солнечные батареи и натуральные удобрения. Это значительно сокращает вред, наносимый нашей планете. К тому же небезосновательно считается,

что органические материалы не оказывают пагубного влияния на здоровье человека.

Чтобы сократить отходы производства и позаботиться об окружающей среде, компании стали делать одежду из переработанных материалов. Особенно идейные защитники природы создают модели из отходов не только текстильного производства. Такая тенденция способна значительно сократить количество производимого мусора.

Винтаж снова вошел в моду – это возможность не просто продемонстрировать интересный образ, а сократить потребление. Табу носить одну и ту же одежду несколько раз уже не актуально. Модницы стали доставать давно забытые наряды из бабушкиных сундуков, а мировые дизайнеры используют для своих моделей ткани из старых коллекций.

На смену норковым палантинам и сумкам из крокодильей кожи приходят палантины из искусственных мехов и сумки из полиэстера. Экомех с каждым годом набирает популярность, а самые узнаваемые лица Голливуда предпочитают натуральному меху менее жестокие альтернативы.

Устойчивая мода может принести для людей следующие положительные моменты:

1. Освобождение шкафа и не только. Устойчивая мода дает возможность составить продуманный базовый гардероб из небольшого количества предметов, которые подойдут вам на все случаи жизни и действительно будут работать.

2. Актуальность вещей. Такая одежда прослужит вам дольше и не выйдет из моды до завершения сезона.

3. Уникальный стиль. Если вы являетесь приверженцем sustainable fashion и отдаете предпочтение небольшим локальным брендам, секонд-хенду и винтажу, вероятность встретить на улице человека, одетого так же, как вы, стремится к нулю.

4. Забота о себе и о природе и приятное ощущение от того, что вы не спонсируете гигантов быстрой моды и имеете качественный минималистичный гардероб.

5. Экономия денег. Всегда приятный бонус, ведь, выбирая устойчивую моду, вы избавитесь от навязанных скидок и постоянной погони за быстрыми трендами [3].

Однако она же обладает и некоторыми недостатками:

1. Сложность с масштабированием. Например, для апсайклинга нужны бывшие в употреблении материалы. Их трудно найти в больших количествах и подходящем состоянии даже в развитых странах, где хорошо налажена сортировка отходов.

2. Безотходный крой тяжело реализовать на практике. Крайне трудно шить необычные модели одежды, не оставляя обрезков ткани.

3. Выбор тканей. К примеру, полиэстер с точки зрения производства является более дружелюбным к окружающей среде, так как его не требуется выращивать и поливать, как хлопок. Но многие покупатели хотят носить натуральный и дышащий материал.

4. Стоимость одежды от sustainable-брендов достаточно высока из-за малых тиражей и ручного изготовления. Таким брендам сложнее зарабатывать деньги.

5. Небольшое разнообразие: малые бренды не могут предложить такого выбора коллекций, как крупные производители [3].

Много людей уже сортируют мусор дома, используют экосумки вместо пластиковых пакетов в супермаркете, отказываются от шуб и мяса, используют экологичные зубные щетки и косметические бамбуковые палочки. Тенденцию подхватывают не только люксовые бренды и известные дизайнеры, но и компании массмаркета.

Американский бренд Patagonia особенно известен среди поклонников активного отдыха. Основатель компании Ивон Шуйнар с самого начала ответственно подошел к защите окружающей среды. Бренд производит одежду и аксессуары из экологичных органических материалов. Решив, видимо, что это капля в море, Ивон инициировал создание организации «1 % для планеты», члены которой ежегодно жертвуют 1 % от продаж своих компаний на решение экологических проблем.

Если зайти на сайт компании Fendi, можно увидеть кодекс поведения, который соответствует понятиям устойчивой моды. Fendi руководствуется принципом уважения к труду своих сотрудников, заботой об их безопасности и здоровье. Бренд категорически не приемлет детский труд, стремится к прозрачности компании. Обойти стороной заботу об окружающей среде компания тоже не смогла: модный дом стремится использовать новейшие тех-

нологии производства и минимизировать вред, наносимый природе. В 2017 г. Fendi стал лауреатом премии The green carpet fashion awards как самый социально ответственный бренд.

Мировой гигант в сфере спортивной одежды Adidas принимает посильное участие в изменении экологической ситуации. Фирма отказалась от пластиковых пакетов в пользу бумажных, сотрудничает со Стеллой Маккартни и с нью-йоркской организацией Parley for the Oceans.

Фирма презентовала кроссовки из биоразлагаемых материалов и совместно с Parley for the Oceans выпустила спортивную обувь из переработанного океанического мусора. Также бренд инициировал благотворительное спортивное движение в пользу защиты океана.

Один из самых популярных брендов массмаркета H&M не остался в стороне от экологической проблемы. Компания запустила акцию по сбору и переработке одежды «Новая жизнь моды». Каждый желающий может принести ненужную одежду в любой из магазинов H&M. Причем качество и материал одежды значения не имеют. Магазин отправляет одежду на переработку или повторное использование, а участники акции получают вместо захламленного шкафа ваучер на следующую покупку [4].

Таким образом, выбирая устойчивую моду, мы делаем этот мир чуточку лучше и чище, становимся счастливее, освобождаемся от ненужных вещей и получаем больше времени для того, что нам действительно важно.

### **Список использованных источников**

1. Устойчивая мода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Устойчивая\\_мода](https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Устойчивая_мода). – Дата доступа: 09.09.2021.

2. Устойчивая мода: красота не требует жертв [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mentamore.com/eko-frendli/ustojchivaya-moda.html>. – Дата доступа: 14.09.2021.

3. Устойчивая мода и ее принципы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://prostonail.com/sustainable-fashion/#Недостатки\\_устойчивой\\_моды](https://prostonail.com/sustainable-fashion/#Недостатки_устойчивой_моды). – Дата доступа: 17.11.2020.

4. Sustainable fashion: 7 брендов, которые заботятся об окружающей среде [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://burdastyle.ru/stati/sustainable-fashion-7-brendov-kotorye-zabotyatsya-ob-okruzhayushchej-srede>. – Дата доступа: 16.11.2020.

**УДК 658.818.6**

## **ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ОБРАТНОЙ ЛОГИСТИКИ**

**Ю. В. ЧИМБУР**

Научный руководитель – Лапковская П. И., к. э. н.  
Белорусский национальный технический университет  
Минск, Беларусь

В настоящий момент обратная логистика является важным элементом логистической цепи. Покупатели становятся все более образованными в области потребительских прав, а это, в свою очередь, приводит к тому, что огромное количество предприятий сталкиваются с проблемами возвратов покупателей. Организация процесса возврата является довольно большой проблемой.

В связи с развитием Интернета наблюдается значительный рост прямых продаж через Интернет, что в перспективе может повысить процент возвратов для некоторых каталогов и розничных интернет-продавцов. На самом деле у прямых продавцов нет иного выбора, кроме развития эффективного управления возвратами. В реальности система логистики просто должна эффективно справляться с возвратом товара, пользуясь существующими каналами.

Обратную логистику справедливо называть управленческой уступкой в ущерб собственным интересам. Но все же появляется и другая тенденция: все больше и больше компаний в наши дни начинают относиться к обратной логистике как к необходимой составляющей эффективной стратегии, как к тому, что может улучшить конкурентоспособность цепочки поставок в долгосрочной перспективе и, соответственно, помочь сохранить больше финансовых ресурсов.

Обратная логистика (с англ. reverse logistics) – это процесс перемещения товаров из точки их конечного потребления в точку