

## 6. ТРИБУНА МОЛОДОГО УЧЕНОГО

УДК 330.354:338.45

**Т. В. Сергиевич**

Белорусский национальный технический университет, Минск, Беларусь

### СПЕЦИФИКА ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ ИНТЕНСИВНОГО ОБНОВЛЕНИЯ

*Цель исследования состоит в определении специфики производства и продвижения товаров интенсивного обновления. В результате было установлено, что специфику производства товаров интенсивного обновления формируют такие его характеристики, как высокая доля труда творческого характера и нематериальных активов в создании добавленной стоимости, быстрая и частая обновляемость ассортимента, высокая зависимость от неценовых факторов, краткий жизненный цикл продукции, практически идеальная конкуренция производителей и низкие барьеры вхождения в индустрию, разнообразие используемых форм интеграции, высокий уровень специализации и международного разделения труда, низкая степень экологичности индустрии производства и потребления товаров интенсивного обновления, активное использование общественно-функциональных технологий в продвижении товаров.*

**Ключевые слова:** *товары интенсивного обновления, потребление, легкая промышленность, мода, новая индустриализация, общественно-функциональные технологии*

**T. Serhiyevich**

Belarusian National Technical University, Minsk, Belarus

### SPECIFICITY OF PRODUCTION AND PROMOTION OF THE GOODS OF INTENSIVE RENEWAL

*The purpose of the study is to determine the specifics of the production and promotion of goods of intensive renewal. As a result, it was found that the specifics of the production of goods of intensive renewal are formed by such characteristics as: a high proportion of creative labor and intangible assets in creating value added; fast and frequent renewal of the range of goods; high dependence on non-price factors; short product life cycle; almost perfect competition of manufacturers and low barriers to entry into the industry; the variety of forms of integration; high level of specialization and international division of labor; low degree of environmental friendliness of the industry of production and consumption of goods of intensive renewal; active use of social and functional technologies in the promotion of goods.*

**Keywords:** *goods of intensive renewal, consumption, light industry, fashion, new industrialization, social and functional technologies*

### Введение

Работа выполнена при поддержке БРФФИ (договор № Г18М-033 от 30.05.2018 г.).

Структурная политика является важным инструментом социально-экономического развития любого государства. От качества ее стратегического построения и реализации зависит не только эффективность национального промышленного комплекса, но и других сфер экономики, а также благосостояние и качество жизни населения. «Структурная политика в Республике Беларусь должна основываться на парадигмальной замене модели выживания отечественных предприятий реального сектора экономики на модель новой индустриализации, т. е. на формирование новой структуры народного хозяйства, основой которой должен стать сверхиндустриальный промышленный уклад» [1, с. 91]. Новая индустриализация не предполагает отказ от традицион-

ных производств, к которым относится легкая промышленность, а включает в себя определение направлений и условий проведения их технико-технологической и организационно-управленческой модернизации в целях возрождения промышленности на новых технологических основах с соблюдением социальных и экологических императивов. Усиление конкуренции требует от предприятий по производству потребительских товаров трансформации традиционной модели с ядром «производитель» к модели, где ключевым элементом выступает потребитель. Современное производство товаров интенсивного обновления, осуществляемое на базе предприятий легкой промышленности, относится к индустриям, способным наиболее быстро адаптироваться к этим тенденциям.

### Результаты и их обсуждение

Товары интенсивного обновления были определены нами как товары с ускоренным жизненным циклом, обусловленным их быстрым физическим износом или типом потребления, при котором замена таких товаров происходит задолго до момента их полного физического износа (модная обувь и одежда, «умная одежда», инновационные медицинские материалы, препятствующие развитию заболеваний, детская одежда и др.). Короткие жизненные циклы таких товаров и динамизм на этих рынках определяют ускорение производственных циклов, что, в свою очередь, требует постоянного обновления видов используемого сырья, внедрения инноваций и запуска новых продуктов. В целях достижения этой динамики циклы разработки продукта должны сокращаться. В то же время быстрая оборачиваемость денежных средств позволяет рассчитывать на короткий временной лаг между вложениями инвестиций и получением дохода. Кроме того, среди преимуществ производства товаров интенсивного обновления с точки зрения вложений инвестиций можно назвать относительно дешевую технологическую модернизацию и несложный технологический процесс.

Для производства товаров интенсивного обновления характерно активное вовлечение предприятий в систему международного разделения труда как на этапе производства, так и на этапах продвижения и реализации этих товаров. «Не только сугубо производственная кооперация в виде совместных предприятий, а кооперация путем формирования общих цепочек создания добавленной стоимости», свойственная для производства товаров интенсивного обновления, названа Ю. В. Мелешко перспективным направлением интеграции, которая «будет способствовать успешной интеграции белорусских производителей на международный рынок промышленной продукции» [2, с. 85–86]. Разделение и кооперация труда в мировом масштабе обуславливает специализацию целых стран на видах деятельности, требующих уникальных компетенций, высокой квалификации персонала и творческой или интеллектуальной составляющей труда (НИОКР, дизайн и разработка продукции, контроль качества, организация логистики и дистрибуции, развитие бренда и маркетинг) и не требующих их (пошив одежды, изготовление обуви). Предприятия этого вида экономической деятельности одними из первых начали активно использовать международное разделение труда, что обусловило разнообразие используемых бизнес-моделей и форм экономического сотрудничества: от вертикально интегрированных транснациональных систем до классических форм сетевой кооперации — коллабораций в производстве товаров интенсивного обновления [3].

Вертикально интегрированная система в производстве товаров интенсивного обновления представляет собой группу экономических субъектов, обладающих полным технологическим циклом собственного производства — от контроля за материалами (а иногда и от производства материалов) и разработки коллекции до ее продвижения и реализации. Вместе с тем в условиях глобализации, интернационализации и интенсификации международного делового сотрудничества распространение получили бизнес-модели, основанные на передаче производственных функций предприятиям, расположенным в странах, природно-климатические, институциональные, социально-экономические условия которых позволяют производить продукт значительно дешевле. Это определяет дробление цепочки создания добавленной стоимости на все большее количество звеньев и, как следствие, ее усложнение.

Высокий уровень специализации и активное вовлечение предприятий в систему международного разделения труда во многом обуславливает наличие большого числа субъектов, участвующих в системах производства товаров интенсивного обновления, а также влияние значительного количества экзогенных факторов на устойчивость и конкурентоспособность этих систем. Необходимость сохранения устойчивости социально-экономической системы требует от нее повышенной степени адаптивности, которая обеспечивает возможность реализации главной цели любой системы – сохранение ее жизненности. «Критерием успешной адаптации системы, – по мнению О. М. Мазуренко, – является ее жизнеспособность, ее повышение по мере изменения окружающей среды <...> Важнейшим показателем устойчивости хозяйственного механизма становится его адаптивность к внешним и внутренним шокам» [4, с. 241–242]. Поскольку предприятие по производству товаров интенсивного обновления подвержено влиянию не только общеэкономических факторов, как-то, например изменение ситуации на рынках труда, сырья и капитала, но и социально-психологических факторов, частным случаем которых является воздействие моды, постольку оно должно обладать высокой степенью адаптивности. В ином случае предприятие может существовать либо при условии получения поддержки извне (например, со стороны государства), либо неэффективность хозяйственного механизма приведет к гибели системы, т. е. прекращению существования предприятия. «Другой аспект микроэкономической адаптивности, – подчеркивает далее О. М. Мазуренко, – связан с возможностью быстро обновлять выпускаемую продукцию, переключаться на иные ее виды, расширять номенклатуру продукции и, в конечном счете, менять нишу бизнеса. Эти проявления диверсификации производства носят циклический характер» [4, с. 242]. Быстрое обновление выпускаемой продукции предполагает применение такой технологии, которая делает возможным одновременную разработку нескольких групп товаров и контроль на разных этапах их жизненных циклов.

Эффективность создания коллекции товаров интенсивного обновления зависит не только от того, как она воспринимается потребителем и какой экономический эффект приносят ее продажи на первоначальном этапе, но и от того, как долго она тиражируется и что происходит с непроданными вещами. Некоторые предприятия используют только один производственный цикл, и лишь тогда, когда «вещь очень популярна, запускается еще один цикл производства, и в магазины отправляется новая партия, хотя это происходит не во всех случаях. Если это «рискованная» коллекция, потому что она вышла из тренда или зависит от погоды, к примеру, магазину она больше не нужна. Непроданные вещи уничтожаются спустя определенный период времени, и, согласно неофициальным источникам, иногда эти вещи рассылают в небольшие магазинчики в других странах (Франция, Латинская Америка) без лейбла» [5, с. 234]. *(В данном примере речь идет о бренде «ZARA», принадлежащему корпорации Inditex – Т. С.)* Рост потребления благ в современном обществе и ускорение жизненных циклов товаров интенсивного обновления обеспечивают наличие широкого и разнообразного ассортимента выпускаемой продукции. Относительная автономность создания и продвижения различных коллекций товаров интенсивного обновления определяет тяготение всей системы к проектному управлению, охватывающему этапы от разработки стратегий до мониторинга восприятия продукта рынком.

Предприятия по производству товаров интенсивного обновления могут быть ориентированы на выпуск продукции как для конечного потребителя – населения, так и для нужд национальной экономики. Производство товаров интенсивного обновления является экономически и социально значимым видом деятельности, поскольку его развитие не только влияет на экономический рост и показатели занятости, но и повышает качество жизни населения, что определяет его высокое представительство в экономическом и социальном контексте страны. Поскольку спрос на товары интенсивного обновления зависит от многих эндогенных (соответствие товаров моде, качество продукции, успешность рекламной кампании) и экзогенных (доходы населения, предложение конкурентов) условий, важным фактором конкурентоспособности становится время. Конкуренция исследуемых предприятий возникает в скорости реагирования на изменения спроса.

Высокая дифференциация потребителей и зависимость экономических показателей предприятия от слабо прогнозируемого спроса свидетельствует о возрастании роли маркетинговой составляющей и неценовых факторов в исследуемой индустрии. Производство товаров интенсивного обновления характеризуется сложной системой создания добавленной стоимости, большая часть которой формируется за счет труда творческого характера и нематериальных активов. Дизайн продукта формирует его ценность у потребителя. Вследствие интенсификации потребления качество этих товаров перестает играть определяющую роль при покупке. Все в большей мере покупательский выбор формируется под воздействием общественно-функциональных технологий (реклама, брендинг, формирование имиджа предприятия, создание собственной системы ценности, разделяемой так называемыми лидерами мнений (от англ. Influencer). Создание такого продукта требует аккумуляции и наращивания интеллектуального и творческого трудового потенциала.

К нематериальным активам в производстве товаров интенсивного обновления, в первую очередь, относится товарный знак. Сегодня покупательский выбор во многом формируется в зависимости от его узнаваемости (и, соответственно, трансформации в бренд) и информации, которую он предоставляет покупателю — о качестве товара, соответствии моде, ценностях производителя. Вместе с тем порождаемая данными процессами зависимость доходности предприятий от бренда, оцениваемой не только классическими показателями прибыли, но и ростом капитализации активов, обуславливает возникновение рисков нарушения прав интеллектуальной собственности, в первую очередь в форме производства контрафактной продукции. Чем более узнаваем бренд и выше его рыночная стоимость, тем больший риск таких нарушений. Низкие барьеры вхождения в отрасль, а также сравнительно невысокая экономическая эффективность борьбы с нелегальным производством и импортом товаров интенсивного обновления формируют благоприятную среду для теневого сегмента. Кроме того, эти причины определяют высокий риск оппортунистического поведения наемных работников, включая их уход в сегмент самозанятости после приобретения квалификации и опыта на предприятии по производству товаров интенсивного обновления.

Зачастую в литературе швейное производство характеризуется как «экологически чистое» [6, с. 34], что является справедливым в контексте соотнесения влияния непосредственно производственных процессов в различных отраслях промышленности на окружающую среду. Действительно, швейная промышленность характеризуется низким уровнем загрязнения окружающей среды по сравнению с другими отраслями. Однако как только границы исследуемой области расширяются от поставщиков сырья до потребления и утилизации отходов, оценки воздействия производства товаров интенсивного обновления на окружающую среду коренным образом меняют свою направленность. Индустрия моды и обслуживающие ее отрасли оказывают огромное негативное воздействие на окружающую среду, сопоставимое с влиянием нефтяной промышленности. Постоянно растущий уровень потребления благ, культивируемый индустрией моды, влечет за собой не только увеличение негативных эффектов для природы от деятельности сельскохозяйственных и промышленных предприятий, но и актуализирует проблемы вторичного использования и утилизации растущих объемов отходов — текстиля, одежды и обуви. Сегодня «на долю индустрии одежды приходится 10 % глобальных выбросов углекислого газа, она является вторым по величине промышленным загрязнителем, уступая только нефтяной промышленности» [7]. Загрязнения почвы пестицидами при выращивании хлопка, высокое потребление воды (например, для производства футболки требуется 2 700 литров воды, что соответствует тому количеству, которое в среднем выпивает человек в течение 900 дней [8]), использование нефти для производства синтетических материалов, химикатов для производства и окрашивания текстильных материалов — лишь некоторые примеры негативных воздействий данной индустрии на природу. Низкие экологические стандарты и их несоблюдение в странах, в которых сегодня сконцентрировано мировое производство текстиля, обуви и одежды, позволяет лидерам индустрии моды получать сверхприбыли за счет присвоения природной ренты, практически не воз-

мешая экологические издержки. Наряду с низкими экологическими стандартами в таких странах сохраняются крайне низкие социально-трудовые стандарты — активно используется детский труд, оплата труда остается невысокой, практически отсутствуют социальные гарантии, нарушаются требования безопасности труда, что приводит к необратимым разрушительным социальным и экологическим последствиям. Масштабы техногенных угроз в производстве товаров интенсивного обновления обуславливают необходимость принятия мер по их предотвращению в планетарном масштабе.

«Любое общество не является чем-то монолитным, а делится на множество социальных классов, которые обладают специфическими социально-экономическими интересами, причем интересы ряда этих классов всегда будут не соответствовать направлению устойчивого развития» [9, с. 58]. Поэтому возникает необходимость наличия сильного «государства», которое, являясь представителем общественных интересов, создавало бы условия для реализации концепции устойчивого развития на национальном и региональном уровнях, а также отстаивало бы данные интересы на международной арене. Особенно важна роль государства в экономиках переходного типа: «в трансформационных экономических системах необходимо, чтобы государство играло ведущую роль в конфигурировании социально-экономических интересов социальных субъектов» [10, с. 17] для обеспечения экономического роста с соблюдением экологических императивов. Соблюдение экологических императивов должно развиваться в двух направлениях: в части усиления роли государства в защите общественных интересов на основе развития природоохраных технологий и совершенствования механизмов регулирования присвоения природной ренты и посредством вторичного использования и последующей переработки товаров, а также перехода к типу потребления, называемого ответственным потреблением.

### Выводы

Рассмотренные глобальные тенденции и возникающие угрозы отечественному производителю следует учитывать при определении своей роли и места в международном разделении труда. Поскольку белорусским предприятиям конкурировать с азиатскими производителями одежды сегодня практически невозможно (за исключением сегмента пошива более дорогой одежды, где заказчиками соблюдаются высокие стандарты качества, одежды из местного сырья, или в случае, где особенно важен географический и временной фактор — близость к конечному европейскому потребителю), постольку следует концентрироваться на использовании тех конкурентных преимуществ, которыми обладает наша страна (в первую очередь творческий и интеллектуальный потенциал). Это позволит активизировать механизмы реализации политики импортозамещения. Наличие большого количества импорта товаров интенсивного обновления свидетельствует о возможностях для реализации собственного потенциала исследуемой индустрии, специфику которой формируют такие ее характеристики, как высокая доля труда творческого характера и нематериальных активов в создании добавленной стоимости, быстрая и частая обновляемость ассортимента, высокая зависимость от неценовых факторов, краткий жизненный цикл продукции, практически идеальная конкуренция производителей и низкие барьеры вхождения в индустрию, разнообразие используемых форм интеграции, высокий уровень специализации и международного разделения труда, низкая степень экологичности индустрии производства и потребления товаров интенсивного обновления, активное использование общественно-функциональных технологий в продвижении товаров.

### Список использованных источников

1. Солодовников, С. Ю. Взаимосвязь структурной политики государства и модернизации реального сектора экономики / С. Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. — Минск : БНТУ, 2018. — Вып. 7. — С. 84–95.
2. Мелешко, Ю. В. Системообразующие принципы развития услуг промышленного характера / Ю. В. Мелешко // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы : сб. тр. XI Меж-



дунар. науч.-практ. конф., Пинск, 21 апр. 2017 г. / УО «ПолесГУ» ; редкол.: К. К. Шебеко [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2017. – С. 84–86.

3. *Сергиевич, Т. В.* Методическое обеспечение повышения экономической эффективности воспроизводственного цикла предприятия по производству товаров интенсивного обновления / Т. В. Сергиевич // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск : БНТУ, 2017. – Вып. 6. – С. 91–107.

4. *Мазуренко, О. М.* Повышение адаптивности хозяйственного механизма в контексте понимания взаимодействия экономики и устойчивого развития / О. М. Мазуренко // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск : БНТУ, 2016. – Вып. 4. – С. 239–244.

5. *О’Ши, К.* Феномен ZARA / К. О’Ши ; пер. с англ. В. С. Агеева. – М. : Изд-во «Э», 2016. – 240 с.

6. *Петрова, И. В.* Эффективный аутсорсинг: Механизм принятия управленческих решений / И. В. Петрова. – М. : РИОР : Инфра-М, 2017. – 108 с.

7. *Conca, J.* Making Climate Change Fashionable – The Garment Industry Takes On Global Warming [Electronic resource] / J. Conca // Forbes. – Publ. date 03.12.2015. – Mode of access: <https://www.forbes.com/sites/jamesconca/2015/12/03/making-climate-change-fashionable-the-garment-industry-takes-on-global-warming/#1d57b4e079e4>. – Date of access: 24.07.2018.

8. *Chung, Sh.-W.* Fast fashion is «drowning» the world. We need a Fashion Revolution! [Electronic resource] / Sh.-W Chung // Greenpeace. – Publ. date 21.04.2016. – Mode of access: <https://www.greenpeace.org/international/story/7539/fast-fashion-is-drowning-the-world-we-need-a-fashion-revolution>. – Date of access: 24.07.2018.

9. *Солодовников, С. Ю.* Экономический рост и истинные инвестиции: сущность и взаимообусловленность / С. Ю. Солодовников // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Серия: Теория и практика управления. – 2017. – № 18 (23). – С. 56–63.

10. *Солодовников, С. Ю.* Перспективы и механизмы развития и капитализации социального потенциала Республики Беларусь / С. Ю. Солодовников // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск : БНТУ, 2013. – Вып. 1. – С. 5–33.

*Статья поступила 20.10.2018*