

СПЕЦИФИКА БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ¹

Сергиевич Т.В., к.э.н., доцент,
доцент каф. «Экономика и право»
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Специфика бизнес-моделей в современной легкой промышленности заключается в ориентации на производство социального отношения, включая формирование потребностей и механизмов признания и общественного воспроизводства знаковой системы, конструирование связи производимых товаров с общепринятой знаковой системой, управление механизмами доступа различных групп населения к знаковым благам. В результате преимущества получают бизнес-модели, способные производить не просто вещи, но и определенное поведение субъектов. На фоне распространения бизнес-модели быстрой моды, основанной на стимулировании роста массового потребления, новые бизнес-модели формируются по принципам ответственного потребления. Однако несмотря на их разнообразие, в кратко- и среднесрочной перспективе их широкое распространение и рост маловероятны, а рециклинговые стратегии производителей тканей и одежды останутся периферийными. Конкуренция вынуждает искать новые центры капитализации в легкой промышленности – коммерциализация реципрокных обменов, сервисные стратегии, внедрение в классические бизнес-модели элементов экономики замкнутых циклов и наращивание репутационного капитала с его последующей конвертацией в экономический капитал. Таким образом, даже в кардинально различающихся бизнес-моделях в легкой промышленности фундаментальным является производство социального отношения, а капитализация осуществляется за счет конвертации культурного, символического и репутационного капиталов в экономический капитал.

¹ Выполнено при поддержке БРФФИ (договор №Г20М-047 от 04.05.2020 г.).