

Предложенная нами методика оценки эффективности мероприятий по внедрению грейдовой системы позволяет проанализировать величину изменения расходов на оплату труда и динамику показателя производительности труда. Для расчетов используется информация об опыте компаний, применяющих грейдовую систему оплаты труда, а также утверждение, что внедрение гибких систем оплаты труда способствует росту производительности труда на 2 %. В ходе анализа нами использовались данные о чистой прибыли предприятия, среднесписочной численности, фонде заработной платы до и после внедрения системы. Полученное значение эффективности составило 6,9 %. При этом темпы роста производительности труда (102 %) превышают темпы роста заработной платы (100,99 %). Это соответствует требованию проводимой государственной политики, в соответствии с которой, темпы роста заработной платы не должны превышать темп роста производительности труда. В отличие от существующих подходов к оценке систем оплаты труда предложенная нами методика помогает не только рассчитать экономический эффект от разработки системы оплаты труда нового типа, но и оптимизировать расходы на оплату труда (фонд заработной платы организации), а также подтверждает наличие зависимости между производительностью труда и действующей в организации системой материального стимулирования персонала.

Библиографические ссылки

1. Ветлужских Е. Как разработать эффективную систему оплаты труда: Примеры из практики российских компаний. М. : Альпина Паблишер, 2016. 201 с.
2. Грейдинг: трудинг и затратинг : [сайт]. URL: <http://www.pcweek.ru/idea/article/detail.php> (дата доступа: 18.12.2020).
3. Кураш И. В. Применение гибких систем оплаты труда на предприятиях Республики Беларусь // Труды БГТУ. 2013. № 7. С. 42–46.

УДК 339.138

СОВРЕМЕННЫЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ В ТЕКСТИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ДАЛЬНЕЙШИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ РЫНКА

А. С. Хлебовец¹⁾, В. А. Изобова²⁾

¹⁾ *Старший преподаватель кафедры международного менеджмента
экономического факультета Белорусского государственного университета, г. Минск*

²⁾ *Студентка кафедры международного менеджмента
экономического факультета Белорусского государственного университета, г. Минск*

В статье рассматриваются особенности функционирования легкой промышленности и ее текстильной отрасли в контексте современных трендов, связанных с становлением сверх потребления и развитием fast fashion в текстильной индустрии и с формированием осознанного потребления, основанного на заботе об окружающей среде. Показано, что на текстильную отрасль большое влияние оказывает спрос потребителя на экологичную продукцию. Сделан вывод, что главной составляющей в формировании стратегии маркетинга должен стать тренд на экологичность и программы переработки вторичного сырья, в аспекте заботы об окружающей среде.

Ключевые слова: легкая промышленность; текстильная отрасль; экологичность; вторичная переработка; сверх потребление; стратегический маркетинг.

MODERN ENVIRONMENTAL TRENDS IN THE TEXTILE INDUSTRY AND THEIR IMPACT ON FURTHER DIRECTIONS OF MARKETING MARKET RESEARCH

H. S. Khlebavets¹⁾, V. A. Izobova²⁾

¹⁾ Senior Lecturer of International Management Department
at the Faculty of Economics of the Belarusian State University, Minsk

²⁾ Student of International Management Department
at the Faculty of Economics of the Belarusian State University, Minsk

The article examines the features of the functioning of the light industry and its textile industry in the context of modern trends associated with the emergence of overconsumption and the development of fast fashion in the textile industry and with the formation of conscious consumption based on caring for the environment. It is shown that the textile industry is greatly influenced by consumer demand for environmentally friendly products. It is concluded that the main component in the formation of a marketing strategy should be a trend towards environmental friendliness and programs for the processing of secondary raw materials, in the aspect of caring for the environment.

Keywords: light industry; textiles; sustainability; recycling; overconsumption; strategic marketing.

Легкая промышленность и ее текстильной отрасль оказывает значительное влияние на экологию окружающей среды и на экономическую деятельность страны. Так в мире ежегодно как продается, так и производится более 100 миллиардов текстильных изделий. В основном это связано с развитием тренда сверх потребления, вызванного развитием fast fashion, (постоянно обновляющаяся разовая мода). Еще одним из современных трендов, интересующих нас в данном исследовании, это осознанное потребление и забота об окружающей среде. Данный тренд с каждым годом набирает обороты и все существенней влияет на отрасль легкой промышленности, а около половины всего объема выпускаемой продукции принадлежит ее текстильной отрасли. Производство нитей, тканей и других изделий из волокон природного и синтетического происхождения – вот основная её функция, в том числе и в Республики Беларусь.

Являясь одной из отраслей индустрии в целом, легкая промышленность ориентирована на выпуск предметов массового потребления. Ведущее место здесь занимает текстильное производство, а также предприятия по изготовлению одежды, обуви, меховых и художественных изделий, кожевенные заводы и фабрики.

В Республике Беларусь легкая промышленность крупная отрасль, которая создает немало отходов, которые в большинстве случаев хоронят в землю [1]. В сфере легкой промышленности задействовано около 2 тыс. организаций, обеспечивающих более 3 % всего объема промышленного производства [3]. Так в 2019 году было произведено 67,8 млн кв.м хлопчатобумажных тканей, 168,1 млн пар чулочно-носочных изделий, 51,2 млн штук трикотажных изделий, 9,1 млн штук одежды верхней (кроме трикотажной) [2].

Следует отметить, что массовое появление магазинов с дешевой одеждой, **fast fashion** индустрии и рост доходов создают проблему и на бытовом уровне: белорусы все больше вещей отправляют в мусорку [1]. Нарастает проблема утилизации.

Известно три способа борьбы с мусором: – сжигание (при сгорании образуются самые опасные вещества в природе – диоксины); – захоронение (отравляют почву, воду, воздух высокотоксичными веществами); – переработка (безопасно и можно создать новые вещи). Все способы, кроме переработки, губят природу и опасны для здоровья людей [7].

В Беларуси существует два вида отходов от текстильной продукции: производственные – материалы, не попавшие в технологические процессы на самих предприятиях; потребительские текстильные отходы – готовая продукция уже бывшая в употреблении, не кондиция, брак [4].

На сегодняшний день во многих странах Европы, в США, Японии и Китае получили широкое распространение специальные заводы, которые занимаются сжиганием отходов. Они не требуют больших площадей для размещения и захоронения отходов, а процессы не вызывают загрязнение почв и подземных вод. Каждое предприятие проблему накопления отходов решает по-разному: перерабатывают на собственной базе, реализуют на другие предприятия, но в большей степени отходы утилизируются (это касается всех видов образующихся отходов, в том числе и текстильных) [5].

Также как отмечалось выше, главным модным трендом в последние годы стала забота об окружающей среде, и тенденция только усиливается. Люди стали учитывать влияние производства и материалов на окружающую среду при выборе товаров. Потребители хотят, чтобы бренды демонстрировали ответственность и честность на практике. Исследование в сфере моды показало, что создание одежды с экологическими характеристиками и сообщения об этом в решающие моменты влияют на восприятие товаров потребителями [6].

Бренды, которые находятся на передовой этих изменений, постоянно ищут новые способы обеспечить экологичность: с помощью партнерств, новых отраслевых проектов, инновационных методов производства и переработки. Задача маркетологов – честно рассказывать о том, как компания действует в экосистеме и каких результатов удается достичь. На сегодняшний день мировые бренды поддерживают экологическое течение и одними из самых популярных стали магазины масс-маркета H&M и Zara.

Компания H&M не только внедряет новые эко-идеи, но и активно пропагандирует их. Например, через рекламные ролики со звездами, призывающими зрителей отдавать ненужную одежду на переработку. Проводит акции по обмену старых вещей на скидочные ваучеры. Человек получает приятный бонус, а ненужная одежда – шанс на вторую жизнь после переработки. Так же бренд выпускает отдельную экологичную линию Conscious Exclusive. В 2019 году новая коллекция была изготовлена из эластичной пены из водорослей и материала Orange Fiber из остатков производства цитрусового сока. А целлюлозные волокна листьев ананаса стали основой для кожама.

Компания ZARA усовершенствовала способ приема ненужных вещей на переработку. В Мадриде, Пекине и Шанхае уже можно отдать ненужные вещи курьеру при получении заказа из онлайн-магазина. Эстафету готовы принять Лондон, Париж и Нью-Йорк. В докладе перед руководством Inditex фирма сообщила о планах к 2025 году полностью перейти на экологичные материалы [8]. Также в целях на ближайшие несколько лет значится сокращение химических выбросов при производстве и переход на возобновляемые источники энергии.

В связи с этим предприятиям/компаниям необходимо пересмотреть свои стратегии в направлении защиты окружающей среды, так как результаты маркетинговых исследований отечественных фирм и компаний показали, что это направление интересно и для белорусского населения.

В качестве объекта для дальнейшего исследования выбрана компания ООО «Mark Formelle». Предмет исследования: рынок экологической коллекции нижнего белья. Видение предприятия – сильный бренд, который имеет четкую отстройку от конкурентов, лидер на локальном рынке и активно развивается на международном рынке, где он будет понятен и близок местному. Производство «Марк Формэль» работает с современным техническим оборудованием. Имеется собственный автотранспорт. Компания использует прогрессивную планировку площадей. Используется проверенное сырье и натуральные мате-

риалы. Продукция подтверждена Декларацией на соответствие требованиям Таможенного Союза. Предложением является расширить ассортимент продукции путем внедрения эско-коллекции нижнего белья, что соответствует современным мировым трендам. В связи с этим возникает необходимость пересмотра и составления портрета целевой аудитории, выявления ее предпочтений и особенностей. Одежда из натуральных тканей благотворно влияет на организм человека. 100 % натуральные волокна – это главная особенность эко-одежды, что в свою очередь доставляет комфорт телу человека, с точки зрения здоровья влияет положительно, а значит и настроение у потребителей будет ещё лучше. С этим тесно связаны и проблема позиционирования компании. Дальнейшее проведение маркетинговых исследований будет коренным образом связано с этой проблемой. Следует отметить, что экологическое направление на белорусском рынке развито слабо. Главным и основным конкурентом является компания Inditex и включает в себя следующие бренды: Zara; OYSHO; Bershka; Uterqüe; Stradivarius; Zara home; Massimo Dutti; Pull&Bear. Также стоит не забывать о белорусских производителях: Conte; Каинка; Свитанак и другие. Отличительной чертой является то, что у брендов компании Inditex имеются собственные линейки одежды экологического направления, а также компания участвует в экологических программах и разрабатывает собственные.

Таким образом, на современном этапе развития текстильной промышленности оказали влияние тренды на: экологичность выпускаемой продукции; на программы вторичной переработки в текстильной отрасли; на изменения поведения потребителей связанного со сверх потреблением и развитием fast fashion направления. Данные тенденции необходимо учитывать при дальнейших маркетинговых исследованиях рынка и разработке стратегий маркетинга как отечественным, так и зарубежным предприятиям.

Библиографические ссылки

1. Позиция Беларуси по индексу человеческого капитала : [сайт] / Информационный ресурс Респ. Беларусь. Минск, 2020. URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public-compilation/index_17597/ (дата доступа: 23.12.2020).
2. Переработка отходов текстильной и легкой промышленности: теория и практика : [сайт] // Материалы докладов Международной научно-практической конференции, 30 ноября 2016 г. / УО «ВГТУ». Витебск, 2016. 128 с. URL: https://nic.vstu.by/wp-content/uploads/2017/06/VSTU_otxody.pdf.
3. How data is making the business case for sustainable fashion : [сайт] / Информационный ресурс – UK, 2020. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-gb/consumer-insights/consumer-trends/how-data-making-business-case-sustainable-fashion/> (дата доступа: 11.02.2021).
4. Экологические проблемы региона и пути их разрешения: материалы XII Междунар. науч.-практ. конф. (Россия, Омск, 15–16 мая 2018 г.) / Минобрнауки России, М-во образования Ом. обл., ОмГТУ, Ин-т дизайна и технологий ; [под общ. ред. Е. Ю. Тюменцевой]. Омск : Изд-во ОмГТУ, 2018. С. 47.

УДК 53.083.98

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА И ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В КНР

Цзян Сытин

*Магистрант экономического факультета
Белорусского государственного университета, г. Минск*

Научный руководитель: **А. В. Козлович**

*Кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры инноватики и предпринимательской деятельности
экономического факультета Белорусского государственного университета, г. Минск*