

УДК 330

DOI: 10.31891/2307-5740-2021-296-4-4

ГАРАФОНОВА О. І.

ORCID ID: 0000-0002-4740-7057

e-mail: ogarafonova@ukr.net

ВЕТРОВА Д. І.

ДВНЗ «Київський національний університет Культури і мистецтв»

МАРГАСОВА О. Д.

НУ «Чернігівська політехніка»

## КРУГОВА ЕКОНОМІКА: СТІЙКІ ІННОВАЦІЙНІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ В ІНДУСТРІЇ МОДИ

*У цій статті представлено принципи кругової економіки з точки зору моди. Розглянуто ключові аспекти інтеграції сталого розвитку в фешн-індустрію. Висвітлено різні підходи нових бізнес-моделей для циркулярності економіки. Визначено основні напрямки впровадження стратегій стійкості за рахунок трансформації бізнесу, що вимагає побудови нового рівня системи та радикальних інновацій.*

*Ключові слова: кругова економіка, стійкі бізнес-моделі, інновації, стратегічне управління, життєвий цикл товару, управління брендом, конкурентна стратегія, повільна мода.*

OLGA GARAFONOVA,

DARIA VIETROVA

Kyiv National University of Culture and Arts

OLHA MARHASOVA

National University «Chernihiv Polytechnic»

## CIRCULAR ECONOMY: INNOVATIVE AND SUSTAINABLE BUSINESS MODELS IN THE FASHION INDUSTRY

*Promoting sustainable fashion within the circular economy is an important contemporary topic. Experts in design, consumption, business and industry explain how to approach circularity in fashion production and consumption in different ways. Increasingly, new and existing companies are looking for ways to thrive in a competitive environment through innovative business models, taking into account public opinion and avoiding actions that harm the planet. Trends such as the circular economy, fair trade, and sharing policies are among the many new approaches to business that address these issues, but there is still a gap between the theory that argues for levels of environmental and social sustainability and the implementation of these strategies in practice. That is why the study of the current state of the circular economy is relevant.*

*This article presents the principles of the circular economy in terms of fashion. The key aspects of the integration of sustainable development in the fashion industry are considered. Different approaches of new business models for the circularity of the economy are highlighted. The main directions of implementation of sustainability strategies due to business transformation are identified, which requires the construction of a new level of the system and radical innovations.*

*Keywords: circular economy, sustainable business models, innovations, strategic management, product life cycle, brand management, competitive strategy, slow fashion.*

### Постановка проблеми у загальному вигляді

#### та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями

Пропаганда стійкої моди в рамках кругової економіки є важливою сучасною темою. Експерти з дизайну, споживання, бізнесу та промисловості пояснюють, як можна по-різному підійти до циркулярності у виробництві та споживанні моди. Дедалі частіше нові та існуючі компанії шукають шляхи процвітання в конкурентному середовищі за допомогою інноваційних бізнес-моделей, беручи до уваги думку суспільства та уникаючи дій, які шкодять планеті. Такі тенденції, як кругова економіка, чесна торгівля та політика спільного використання є одними з багатьох нових підходів підприємницьких відносин, що вирішують ці питання, але все ще існує розрив між теорією, яка аргументує рівні екологічної та соціальної стійкості та реалізації цих стратегій на практиці. Саме тому дослідження сучасного стану кругової економіки є актуальною.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

На сьогоднішній день питанню дослідження стійких бізнес-моделей присвячена велика кількість робіт, зокрема таких як А. Крейна, А. Шепарда, Л. Моргана, Т. Ченг, Ф. Ріналді, К. Флетчер, С. Блека та ін.

### Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячена стаття

Незважаючи на значну кількість доробок в цій галузі, все ще нема чітких відповідей та визначальні характеристики все ще розмиті.

Предметом дослідження є інноваційні бізнес-моделі в індустрії моди, що мають стійкість як визначальну характеристику.

### Формулювання цілей статті

Мета статті – дослідження динаміки кругової економіки щодо впровадження нових бізнес-моделей в індустрії моди.

**Матеріали і методи.** Теоретичну та методичну основу дослідження складають загальнонаукові методи пізнання: методи теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу. Для цього ми поєднуємо систематичний огляд літератури з емпіричними дослідженнями інноваційної моди у стартапах.

### Виклад основного матеріалу

Індустрія моди зазнала розширення за останні два десятиліття, особливо з приходом швидкої моди, що підкреслює підприємницький спосіб швидкого придбання та утилізації масової та стандартизованої моди предметів [1]. У той же час такі культурні та соціально-економічні макротренди, як кругова економіка та політика спільного використання є складними традиційними парадигмами масового виробництва, що обумовлюють потребу в нових та інноваційних бізнес-моделях, які враховують стійкість не як елемент, а як вирішальну концепцію. Більше того, технологічні інновації у текстильних матеріалах та виробничих процесах дають змогу по-новому переосмислити бізнес-моделі, які виходять за рамки масштабної економіки.

Серед останніх змін у звичках та уподобаннях споживачів спостерігається тенденція підвищення обізнаності про стійкість. Свідченнями такої поведінкової зміни є підвищений інтерес до еко-продукції, поширення таких ініціатив як «апсайклинг» та «ресайклинг». Вплив цієї тенденції в індустрії моди вже був помічений компаніями модного виробництва. Наприклад, партнерство H&M у 2015 році за підтримки Фонду Еллен Макартур створило програму для сприяння розвитку циркулярної економіки. Отже, повільна мода є визначальним рушієм зміни споживчих переваг, які безпосередньо впливають на те, як модні компанії проектують та трансформують свої бізнес-моделі [2].

Основною ідеєю соціально-економічної тенденції циркулярної економіки є створення економічного виробництва задля цілеспрямованого відновлення та регенерації ресурсів. Циркулярна економіка має на меті зберегти вироби, компоненти та матеріали з найвищою корисністю. Ця модель прагне роз'єднати економічне зростання та розвиток від споживання кінцевих ресурсів. Розрізняють технічний та біологічний метод переробки матеріалів задля того, щоб оптимізувати їх потік або підтримувати або збільшувати технічний і природний ресурс. Циркулярна економіка надає можливості для інновацій в дизайні продуктів, сервісі та бізнесі. Як результат, вона встановлює структуру для довготривалої, стійкої системи [3].

Існує чітка тенденція до посилення впровадження практик КСВ в індустрії моди, включаючи дискусії про етику стійкості для комерційних цілей та ризик екологічної кризи [4]. У індустрії моди КСВ частіше проявляється в управлінні ланцюгами поставок модними брендами. Доводиться мати справу із все більш складними мережами постачальників, які розподілені по всьому світу. Як правило, провідні корпорації віддають підрядникам виробництва в країні з низькою вартістю робочої сили, де регулювання щодо умов праці далеко не спрямовані на забезпечення справедливої заробітної плати. В результаті, світові модні бренди, як правило, застосовують заходи щодо КСВ такі як звітність про стійкість, добровільна участь у моніторингу та аудиті з участю багатьох зацікавлених сторін. Створюються такі ініціативи, як Асоціація справедливої торгівлі, програми для забезпечення якості, розробляються кодекси поведінки та норм праці, а також впровадження практик розкриття інформації та прозорості постачальників протягом усього циклу у ланцюгу поставок [5].

Ще одна визначальна макротенденція, яка стоїть за сталим розвитком та інноваційними модними бізнес-моделями включає в себе впровадження політики спільного споживання. У цій перспективі політика спільного використання є ключовим елементом щодо зміни культурної та економічної парадигми, що проявляється в підходах, які можуть сприяти економічному зростанню на основі інновацій підприємництва та пом'якшення впливу на довкілля, пов'язані з масштабами виробництва. У цьому сенсі спільне споживання – це не просто культурна реакція проти споживання, а свідома та ефективна альтернатива для адаптації колективних та індивідуальних потреб щодо наявних ресурсів.

Нарешті, існує технологічно-економічна тенденція, що охоплює різні інновації, що сприяють покращенню стійкості у моді. Серед технологічних інновацій, які в даний час впливають на бізнес-моделі в індустрії моди є нові альтернативні волокна. Вплив цього відкриття включає в себе поліпшення довговічності одягу, зменшення відходів процесів очищення і використання замість цього синтетичної сировини дефіцитних природних ресурсів. Це вже досить зріла технологія, що робить важливі прориви в моді, наприклад тривимірний друк. Середньострокові технологічні тенденції, які можуть вплинути на моду бізнес-моделей включають також доповнену реальність. Хоча це все ще переважно на етапі проектування [6].

Огляд літератури розкрив дев'ять драйверів, пов'язаних зі стійкістю, для компаній в індустрії моди: цінова пропозиція, сегмент клієнтів, доставка каналів, відносини із клієнтами, ключові види діяльності, ключові ресурси, мережа вартості, структура витрат та потоки доходів. У таблиці 1 узагальнено результати драйверів разом із визначеними макротрендами.

Утилізація генерує стійкість шляхом повторного використання ресурсів, які мали б викидатись, таким чином продовжується тривалість їхнього життя та зменшується потреба у використанні природних ресурсів. У моді апсайклинг має безпосередній вплив на ключові ресурси та діяльність, такі як доступ до хороших матеріалів для переробки.

Драйвер переробки заснований на перетворенні матеріалів із існуючих продуктів для створення нових продуктів. Це важлива альтернатива впровадженню принципів кругової економіки, так як це зменшує потребу в нових матеріалах і споживанні природних ресурсів. Прийняття переробки в бізнес-модель передбачає трансформацію собівартості, ключові види діяльності та ключові параметри партнерів [7].

Таблиця 1

**Сучасні стратегії стійкості\***

Макротренди	Варіанти впровадження стійкої моди	Що стимулює інновації у бізнес моделях	Приклади стійких бізнес моделей в індустрії моди
Кругова економіка	Переробка. Апсайклінг. Веган лайфстайл	Структура витрат. Ключові види діяльності. Ключові партнери. Використання ресурсів	Adidas. New Balance Nike. Pangaia
Корпоративна соціальна відповідальність	Компенсація. Чесна торгівля. Виробництво на локальному рівні	Відносини з клієнтами. Ключові партнери. Ключові види діяльності	American Apparel. Patagonia. Levi Strauss & Co.
Спільне споживання	Секонд-хенд	Канали зв'язку. Ключові види діяльності. Відносини з клієнтами	Vestiaire Collective

\*розроблено автором

Vegan – це підхід до виробництва моди, що свідомо утримується від використання сировини тваринного походження. Цей підхід має на меті зменшити загальне споживання енергії у цілій системі, так як видобуток та переробка тваринного матеріалу як правило, вимагає великої кількості енергії. Потенційно прийняття принципів веганського виробництва впливає на чотири параметри бізнес-моделі: ключові ресурси, оскільки вимагає спеціалізованих ресурсів або постачальників; вибір ключового партнера; канали та зміст спілкування; і ціннісна пропозиція, оскільки це дозволяє фірмі розробити свою пропозицію в спосіб, який сподобається споживачам, які займаються правами тварин або є учасниками веганського руху.

Чесна торгівля має на меті запропонувати гідну заробітну плату для всіх залучених працівників, а також здорове робоче місце, довкілля та соціальні блага для громад. Це також стосується зростаючої обізнаності про соціальну стійкість серед споживачів моди і впливає на параметр ключових партнерів бізнес-моделі. Модні бренди мають переосмислити і, у багатьох випадках, прийняти інноваційні процедури управління ланцюгами поставок для вибору партнерів, моніторингу та винагороди.

Як рушій інноваційного та стійкого бізнесу моделей у моді, співпраця означає прийняття спільного мислення усіма зацікавленими сторонами залучених до мережі стійких цінностей: постачальники, дистриб'ютори, клієнти і навіть конкуренти. Насправді, це не рідкість, коли можна спостерігати зусилля між стартапами, що займаються стійкою модою. Співпраця дозволяє створити екосистему, яка керує обміном ресурсами та знаннями, сприяє розповсюдженню стійких практик, і в кінцевому рахунку дозволяє експериментувати з бізнес-моделлю. Як результат, це важливий драйвер для стартапів в малому бізнесі, що впливає на параметри моделі, пов'язані зі створенням вартості, розподіл та потенційний вплив на структуру витрат та потоки доходів.

**Висновки дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі**

На основі проведеного дослідження в цілому можна зробити висновок щодо актуальності вивчення кругової економіки як нової форми бізнес-моделі в індустрії моди. Першим загальним наслідком є те, що орієнтовані на стійкість драйвери в моді, як правило, значно відрізняються від діючих в стартапах. Другий загальний підтекст стосується ролі технології у забезпеченні стійкого моделі для стартапів. Інноваційні технології є ключовими елементами, коли справа стосується кардинального переосмислення виробничих процесів, але не є жорсткою вимогою до успішних нових моделей бізнесу. Насправді можуть бути незначні ініціативи з використанням обмежених технологій, однак, коли життєздатну модель буде знайдено, технології можуть бути корисними для розширення бізнесу. Це дозволить збільшити виробничі потужності, щоб відповідати контролюваному зростанню збутової мережі партнерів а, отже, попиту. Третім наслідком є те, що драйвери стійкості рідко використовуються поодиночі. Наразі стартапи створюють свою унікальну ціннісну пропозицію, спочатку поєднуючи різні підходи, ресурси та компетенції з синергічними ефектами. Також варто підкреслити важливість прихильності та залучення партнерів. Це призводить до відповідного стратегічного питання: як просувати аспекти стійкості ціннісної пропозиції і, побічно, сприяти освіті споживачів. Третім важливим елементом є підтримуюча бізнес-екосистема фірм-однодумців, що поділяють цінності сталого розвитку. Спільні цінності сприяють обміну знаннями та ресурсами, а також сприяють спільним зусиллям задля експериментування з бізнес-моделлю, особливо на стадії запуску. Основний

виклик у розвитку стійкої індустрії моди: подолання розриву між діючими модними компаніями, готових до інновацій бізнес-моделей щодо сталого розвитку та старі стартапи, які прагнуть зробити розвинути масштабовану бізнес-модель. Діючі компанії відносно ефективні у встановленні конкурентоспроможності, але менш здатні виявляти нові можливості та відповідно змінюватися, тоді як стартапи за своєю суттю є більш інноваційними. Таким чином, стратегічна співпраця між цими гравцями вигідна для галузі в цілому. Підводячи підсумок, це дослідження стосувалося вирішення питань стійкості в індустрії моди шляхом визначення підприємницьких факторів, викликів та можливостей для досягнення сталого розвитку.

### References

1. Intergenerational sustainability is enhanced by taking the perspective of future generations. URL: <https://www.nature.com/articles/s41598-021-81835-y> (29.01.2021)
2. Crane A., & Matten D. A European Perspective – Managing Corporate and Sustainability in the Age of Globalization. Oxford, 2004. 133 p.
3. Pookulangara S., & Shepard A. Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions. Boca Raton, Florida, 88 p.
4. Choi T., & Cheng T. Sustainable fashion supply chain management: From sourcing to retailing. Hong Kong, 2015. 129–156 p.
5. Rinaldi F., & Testa S. The Responsible Fashion Company: Integrating Ethics and Aesthetics in the Value Chain. London, 2017. 14–18 p.
6. Fletcher K. Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys. Oxfordshire, 2014. 178–197 p.
7. Sustainable fashion forum. URL: <https://www.thesustainablefashionforum.com/blog/the-problem-with-fast-fashion> (10.02.2021)
8. Square Your Circle: How to Ensure a Just Transition to Reuse Business Models in Apparel. World Resources Institute, 2020. URL: <https://www.wri.org/publication/square-your-circle-reusejust-transition> (22.02.2021)

Надійшла / Paper received :23.05.2021

Надрукована/Printed : 01.07.2021