

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА ШВЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПО СТАНДАРТАМ ESG**

### **TRANSFORMATION OF INDUSTRIAL PRODUCTION SEWING PRODUCTS ACCORDING TO STANDARDS ESG**

Черненко О. Г.  
Charnenka V. R.

Белорусский государственный университет  
Belarusian State University

Определена связь эффективности бизнеса с инструментами и стандартами ESG, обоснована необходимость трансформации промышленного производства швейных изделий в условиях современного мира.

The relationship of business efficiency with ESG tools and standards is determined, the need for transformation of industrial production of garments in the modern world is justified.

Эффективность функционирования промышленных предприятий в современном мире во много зависит от уровня реализации целей устойчивого развития и корпоративной ответственности. Внешняя среда для любого бизнеса изменчива, а значит, и управление в сфере устойчивого развития, а именно определение стратегии в этой области, инструменты планирования и контроля, должно быть готово к новым вызовам рынка.

Основными драйверами трансформации в текущий период является осознание масштаба проблем устойчивого развития и связанных с ними рисков для бизнеса. Среди прочего следует отметить рост сознательности населения (как клиентов, так и сотрудников, инвесторов), активное развитие сферы регулирования, переосмысление инвесторами подходов к анализу рисков с акцентом на нефинансовые риски. В первую очередь это касается вопросов изменения окружающей среды: как климата, так и пандемия COVID-19, социальные факторы. Компании вынуждены уделять повышенное внимание здоровью своих работников и населения тех регионов, где осуществляется производство, производительности труда и удержанию квалифицированных кадров, качеству продуктов и услуг, управлению в глобальных цепочках поставок [1].

Новая парадигма, настроенная на переход от заботы о получении прибыли, как первостепенной цели бизнеса, к заботе о максимальной гармонизации интересов бизнеса и общества в целом на долгосрочном горизонте, выражается в нескольких понятиях: ESG, «ответственное ведение бизнеса» («responsible business conduct», RBC), «устойчивое развитие» («sustainable development», SD).

В секторе производства швейных изделий заняты миллионы низкоквалифицированных рабочих, многие из которых являются женщинами. Предприятия, действующие в этом секторе, имеют потенциал генерировать рост, занятость и развитие навыков через свою собственную деятельность и снабжение. Однако по всей цепи поставок в этом секторе широко распространены нарушения прав человека и трудовых прав, а также нанесение вреда окружающей среде предприятиями. Характеристики современных глобальных цепей поставок, такие как размещение этапов производственного процесса в различных странах, короткие сроки поставки и краткосрочные отношения между покупателем и поставщиком, могут уменьшить видимость и контроль над цепью поставок предприятия, а также могут создать проблемы для предприятий в плане исполнения своих обязанностей. В этом контексте риски нарушения прав человека и трудовых прав, нанесения экологического ущерба и нарушения профессиональной этики должны регулироваться по всей цепи поставок для того, чтобы позитивное воздействие этой глобальной отрасли было максимальным. Отраслевые риски в секторе также включают: детский труд, дискриминацию, принудительный труд, переработку, производственные травмы и здравоохранение; опасные химические вещества, потребление воды, загрязнение воды, потребление энергии и выбросы углекислых газов, взяточничество и коррупцию.

С популяризацией тренда на fast-fashion мир моды стал одним из главных загрязнителей окружающей среды. Так с 2000 года производство одежды увеличилось примерно вдвое, при этом 85% текстиля отправляется на свалки каждый год. Фэшн-индустрия ответственна за 10% всех выбросов углекислого газа в атмосферу – это больше, чем производят все международные рейсы и морские перевозки вместе взятые. По прогнозам Ellen MacArthur Foundation, доля вредных выбросов может составить 26% к 2050 году, если индустрия продолжит движение по той же траектории. При этом именно производство одежды стоит на втором месте по потреблению мировых запасов воды, а также сильно загрязняет океан микропластиком. Поэтому представители рынка начинают менять подход – вводят зеленые инициативы, стремятся к более экологичным способам производства [2].

Все это подтверждает целесообразность перехода субъектов хозяйствования швейной промышленности во всем мире к принципам и стандартам

ESG. Принято считать, что одно из наиболее ранних упоминаний аббревиатуры «ESG» прозвучало в докладе Investing for Long-Term Value на конференции Who Cares Wins, которая была инициирована Глобальным договором ООН в сотрудничестве с правительством Швейцарии в 2005 году. Понятие «ESG» (англ. Environmental, Social, Governance) объединяет три компонента.

1) Environmental – экологические аспекты, определяющие воздействие компании на окружающую среду.

2) Social – социальные аспекты, определяющие социальное воздействие компании и ее взаимодействие с заинтересованными сторонами.

3) Governance – аспекты управления, включающие в себя практики корпоративного управления и вопросы бизнес-этики.

Выделим новые практики в производстве швейных изделий, учитывающие принципы ESG:

1) переход на более экологичные материалы. В 2012 году Nike на основе принципов устойчивого дизайна создала Flyknit – вторичный полимер, вплетенный в материал верхней части кроссовок. Flyknit снижает вес и улучшает качество ткани, при этом сокращая отходы при производстве на 60%. Модели под этим брендом выросли в миллиардный бизнес;

2) сертификация системы труда у поставщиков. Американский бренд верхней одежды Patagonia не владеет фабриками, которые шьют его продукцию, поэтому не может влиять на размер зарплаты рабочих. Чтобы это исправить, в рамках программы «Честная торговля» бренд направляет часть средств с продажи продукции на фабрики, чтобы поднять зарплату сотрудников до уровня прожиточного минимума;

3) уменьшение упаковки – переходят на бумажные и быстроразлагающиеся пакеты, чтобы снизить потребление пластика;

4) «циклические» решения – возврат одежды для нового использования. Шведский бренд мужской одежды Uniforms For The Dedicated в своей бизнес-модели поддерживает принцип осознанного потребления и создал этого бренда The Rag Bag – сумку для покупок, надпись на которой призывает каждого покупателя сдать что-нибудь ненужное на переработку. После того, как вы принесли свои покупки домой, вы можете вывернуть пакет наизнанку, и он превратится в герметичный конверт, в который можно убрать свои старые вещи. Бренд обуви Timberland сотрудничает с производителем шин Omni United и делает подошвы ботинок из переработанных шин. Бренд Allégorie собирает выброшенные манго из супермаркетов и яблочную кожуру, которая остается от производства соков, и с помощью экологически безопасных процессов создает текстиль для производства кошельков и сумок. А компания Organic Basics выпускает одежду из переработанных материалов. Их линейка спортивных леггинсов и топов SilverTech

обработана безопасной переработанной серебряной солью, которая оказывает рост бактерий, вызывающих запахи ткани.

Реализация принципов ESG также решает ряд маркетинговых задач в общей стратегии предприятия:

1) формирование конкурентных преимуществ. Товары и услуги, произведенные с упором на устойчивое развитие, помогают бренду выделиться на фоне конкурентов, увеличивают долю рынка. Проведенное Центром устойчивого развития Школы бизнеса Стерна и компанией маркетинговой аналитики IRI в 2013—2018 годах исследование 36 категорий потребительских товаров показало: 50% роста продаж приходится на подчеркнута экологичные товары. В среднем такие бренды показывали себя на 39% лучше [3]. По данным опросов Nielsen, 41% потребителей во всем мире доверяют обозначениям «эко», «био», «натуральный»;

2) лояльность клиентов. Люди больше преданы брендам «со смыслом», приносящим обществу пользу. Опрос потребителей в США по вопросам устойчивости, проведенный CGS в 2019 году, показал: покупательская лояльность определяется, во-первых, качеством бренда, во-вторых, его экологичностью и этичностью деловых практик и лишь в-третьих — названием и миссией. Он также дал понять, что устойчивость бренда особенно важна для молодых потребителей.

## Литература

1. Международный опыт применения стандартов ESG («environmental, social, governance») и возможности его использования в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://mfc-moscow.com/assets/files/analytics/doklad\\_ESG\\_june\\_2020.pdf](https://mfc-moscow.com/assets/files/analytics/doklad_ESG_june_2020.pdf) Дата доступа: 14.10.2021.

2. Титчева, Е. Специалист по переработке одежды: кто спасет планету от загрязнения. [Электронный ресурс] / Е. Титчева. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/education/616609d69a7947570c1f98dc>. – Дата доступа: 14.10.2021.

3. Уилан, Т. Цена социальной ответственности [Электронный ресурс] / Т. Уилан, Э. Дуглас / Режим доступа: <https://hbr-russia.ru/biznes-i-obshchestvo/etika-i-reputatsiya/854831>. – Дата доступа: 14.10.2021.