

Сергиевич Т. В.

Белорусский национальный технический университет

Сложившиеся в Республике Беларусь институциональные условия сотрудничества между предприятиями по производству товаров интенсивного обновления и самостоятельными художниками-модельерами (дизайнерами) не способствуют развитию такого типа сетевой кооперации как коллаборация, в то время как в мировой модной индустрии происходит распространение этой формы взаимодействия экономических субъектов.

В литературе под коллаборацией в самом общем плане понимается «процесс формальных и неформальных согласований между автономными игроками, в ходе которого они создают совместные правила и организации для регулирования своих взаимодействий и направлений деятельности или решают объединяющие их задачи» [1, р. 23]. Это определение, хоть и является справедливым, однако требует некоторых уточнений, т.к. не в полной мере отражает специфику рассматриваемого экономического феномена. Чаще всего понятие «коллаборация» используется для обозначения кратковременного, взаимовыгодного, не сопровождающегося юридически оформленным трансфером прав собственности сотрудничества в модной индустрии с целью выпуска новой коллекции одежды или обуви. Кроме того, распространение в экономике получили научные, научно-технические и творческие коллаборации.

Под коллаборацией в производстве товаров интенсивного обновления нами предлагается понимать инновационную форму разделения (и кооперации) труда, заключающуюся в сотрудничестве двух и более экономических субъектов по созданию новой коллекции текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха с более высокой добавленной стоимостью за счет получения кумулятивного эффекта от новой комбинации факторов производства. Кумулятивный эффект достигается на основе распределения и экономически значимого присвоения знаний, компетенций, функций, репутации, бренда, вознаграждения с целью взаимного получения экономических, статусных, социальных и иных выгод и повышения конкурентных преимуществ на этой основе.