

СТРАТЕГИРОВАНИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ ЭКОНОМИКИ

Оригинальная статья

УДК: 303.4:685.34.012

Стратегическая трансформация интересов потребителей предприятий легкой промышленности и индустрии моды

А. С. Хворостяная

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия

khvorostyanayaas@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-4421-3705>

Аннотация: Актуальность темы исследования обусловлена стратегическими изменениями в потребительском поведении, происходящими в современном обществе под влиянием глобальных экологических, социальных и экономических вызовов. Трансформация потребительских интересов в сторону осознанного потребления представляет собой значимый стратегический тренд, оказывающий существенное влияние на структуру отраслевого рынка легкой промышленности, бизнес-модели компаний индустрии моды и их стратегические приоритеты развития. В условиях исчерпаемости природных ресурсов и обострения экологических проблем формирование новой качественной парадигмы потребления, основанной на принципах рациональности, ответственности и бережного отношения к ресурсам, становится критически важным фактором обеспечения долгосрочной устойчивости легкой промышленности и индустрии моды. Цель – исследование стратегической трансформации интересов потребителей в контексте развития тренда на осознанное потребление и выявление ключевых направлений адаптации предприятий легкой промышленности и индустрии моды к новым потребительским интересам. Исследование опирается на общую теорию стратегии и методологии стратегирования академика В. Л. Квинта (основатель отечественной школы стратегирования). Также в работе используются методы анализа, обобщения, описания. Научный интерес к проблематике осознанного потребления обусловлен его многоаспектностью и междисциплинарным характером, затрагивающим вопросы экономической теории, маркетинга, социологии, психологии потребления и экологии. Практическая значимость исследования данной темы связана с необходимостью разработки эффективных стратегий адаптации бизнеса к новым потребительским интересам и формирования институциональных условий для развития осознанного потребления как устойчивого тренда. Анализ ключевых характеристик осознанного потребителя позволяет выявить многомерные трансформации его поведения. Понимание этих характеристик создает основу для фэшн-стратегирования. Компании, способные адаптироваться к новым потребительским трендам, получают значительные конкурентные преимущества на рынке, в то время как игнорирование этих изменений может привести к потере рыночных позиций.

Ключевые слова: стратегия, стратегический приоритет, легкая промышленность, индустрия моды, интерес, осознанное потребление

Цитирование: Хворостяная А. С. Стратегическая трансформация интересов потребителей предприятий легкой промышленности и индустрии моды // Стратегирование: теория и практика. 2025. Т. 5. № 3. С. 443–454. <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2025-5-3-443-454>

Поступила в редакцию 16.05.2025. Прошла рецензирование 22.06.2025. Принята к печати 07.07.2025.

original article

Strategic Shift in Consumer Interests: Textile, Clothing, Footwear, and Fashion Industries

Anna S. Khvorostyanaya

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

khvorostyanayaas@gmail.com; <http://orcid.org/0000-0003-4421-3705>

Abstract. The current environmental, social, and economic challenges affect consumer behavior worldwide. The culture of conscious consumption is a strategic trend that changes the structure of the textile, clothing, and footwear industry (TCF) market, as well as the business models and strategic priorities of fashion companies. The looming depletion of natural resources promotes a new consumption paradigm based on rationality, responsibility, and resource efficiency. This paradigm ensures the long-term sustainability of the fashion industry. The article describes the strategic shift in consumer interests brought about by the culture of conscious consumption and the way TCF and fashion enterprises adapt to the new consumer preferences. The research relied on the general theory of strategy and the methodology of strategizing developed by Professor Vladimir L. Kvint, the founder of the Russian school of strategizing. The culture of conscious consumption is a multifaceted and interdisciplinary subject that encompasses economic theory, marketing, sociology, consumer psychology, and ecology. The TCF industry needs to develop new business adaptation strategies in order to meet the new consumer interests, as well as to establish institutional conditions for conscious consumption as a sustainable trend. The patterns of conscious consumption reveal multidimensional shifts in consumers' behavior, whose understanding provides a foundation for strategizing. Those companies that can adapt to the new consumer trends gain significant competitive advantages.

Keywords: strategy, strategic priority, light industry, clothing, and footwear industry (TCF) industry, fashion industry, interest, conscious consumption

Citation: Khvorostyanaya AS. Strategic Shift in Consumer Interests: Textile, Clothing, Footwear, and Fashion Industries. *Strategizing: Theory and Practice*. 2025;5(3):443–454. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2025-5-3-443-454>

Received 16 May 2025. Reviewed 22 June 2025. Accepted 7 July 2025.

轻工业和时尚产业企业消费者利益的战略转型

安娜·谢尔盖耶夫娜·赫沃斯佳娜娅

莫斯科罗蒙诺索夫国立大学，俄罗斯莫斯科

摘要: 本研究课题的现实意义在于，在全球环境、社会和经济挑战的影响下，现代社会消费者的行为正在发生战略性转变。消费者兴趣向理性消费的转变是一个重要的战略趋势，它对轻工业市场结构、时尚产业公司的商业模式及其战略发展优先事项产生了重大影响。在自然资源枯竭和环境问题日益严重的背景下，建立在理性、责任和节约资源原则基础上的新型高质量消费模式，正成为确保轻工业和时尚产业长期可持续发展的关键因素。本研究的目的是研究在理性消费趋势发展背景下消费者兴趣的战略转型，并确定轻工业和时尚产业公司适应新消费者兴趣的关键方向。本研究以俄罗斯战略学派创始人V. L. 昆特院士的战略理论和战略化方法论为基础，并运用分析、概括和描述等方法。对有意识消费问题的科学兴趣源于其多面性和跨学科性，涉及经济学理论、市场营销学、社会学、消费心理学和生态学等诸多领域。本研究的实践意义在于，需要制定有效的战略，使企业适应新的消费者兴趣，并为有意识消费发展成为可持续趋势创造制度条件。分析有意

исключительных характеристик, выявление их многогранности. Понимание этих характеристик для формирования стратегии заложило основу. Компании, способные адаптироваться к новым тенденциям потребления, будут обладать конкурентными преимуществами, тогда как игнорирование этих изменений может привести к потере рыночного статуса.

Ключевые слова: стратегия, стратегические приоритеты, легкая промышленность, модная индустрия, интересы, осознанное потребление

Редакция получила рукопись 16 мая 2025 г. Дата принятия: 22 июня 2025 г. Дата публикации: 7 июля 2025 г.

ВВЕДЕНИЕ

Стратегическая трансформация потребительских интересов в современном мире становится все более заметным явлением, формирующим новые закономерности в экономических отношениях. Интересы акторов играют важнейшую роль в стратегировании^{1,2}. Осознанное потребление как концепция приобретает особое значение в условиях стратегических вызовов, связанных с истощаемостью ресурсов, усилением экологических проблем и возрастанием интереса общества к этическим аспектам производства.

Формирование осознанного потребления как стратегического тренда обусловлено целым комплексом взаимосвязанных факторов. Среди ключевых предпосылок можно выделить экологический кризис, проявляющийся в загрязнении окружающей среды, истощении природных ресурсов и изменении климата. Согласно отчетам Columbia Climate School, за последние три десятилетия более трех четвертей всех земель мира стали суше, чем за предыдущие 30 лет³. Отмечается, что состояние климата в 2024 г. имеет «красный» уровень тревоги в связи с быстрыми темпами изменения климата, вызванными постоянно растущим уровнем парниковых газов в атмосфере⁴. По данным Программы

ООН по окружающей среде, легкая промышленность и индустрия моды являются вторыми по величине потребителями воды и ответственны за приблизительно 10 % мировых выбросов углерода – больше, чем все вместе взятые международные авиарейсы и морские перевозки⁵. Фонд Ellen MacArthur Foundation подчеркивает, что каждую секунду сжигается или выбрасывается на свалку эквивалент одного мусоровоза полной одежды⁶. Исследования World Bank подчеркивают, что около 20 % загрязнения промышленных сточных вод во всем мире приходится на индустрию моды⁷. Текстильная промышленность ответственна за 9 % ежегодного загрязнения океанов микроволокном⁸. International Wool Textile Organisation акцентируют внимание общественности на длительном периоде распада синтетических изделий (30–40 лет)⁹.

Данные проблемы стимулируют трансформацию потребительского поведения в сторону более ответственного отношения к приобретаемым товарам и услугам. Как отмечает академик В. Л. Квинт, современные вызовы требуют стратегического переосмысления моделей потребления и производства в контексте долгосрочного развития¹⁰.

¹ Экономическая и финансовая стратегия / В. Л. Квинт [и др.]; под науч. ред. В. Л. Квинта. М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2024. 247 с. <https://doi.org/10.55959/MSU011996-1-2024>

² Алабина Т. А. Эволюция экономических исследований стратегий: роль концепции стратегирования В. Л. Квинта // Управленческое консультирование. 2021. № 8(152). С. 139–149. <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2021-8-139-149>

³ The Earth Is Getting Drier. URL: <https://news.climate.columbia.edu/2025/03/18/desertification-the-earth-is-getting-drier/> (дата обращения: 25.05.2025).

⁴ Climate Reports. URL: <https://www.un.org/en/climatechange/reports> (дата обращения: 25.05.2025).

⁵ The Environmental Impact of Fast Fashion, Explained. URL: <https://earth.org/fast-fashion-detrimental-effect-on-the-environment/> (дата обращения: 25.05.2025).

⁶ A New Textiles Economy. URL: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy> (дата обращения: 25.05.2025).

⁷ How Much Do Our Wardrobes Cost to the Environment? URL: <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2019/09/23/costo-moda-medio-ambiente#:~:text=Around%2020%20of%20wastewater%20worldwide,flights%20and%20maritime%20shipping%20combined.> (дата обращения: 25.05.2025).

⁸ Catalysing Science-Based Policy Action On Sustainable Consumption And Production: The value-chain approach & its application to food, construction and textiles. URL: https://www.oneplanetnetwork.org/sites/default/files/from-crm/report_unea5_catalysing_science-based_policy_action_on_scp_-_task_group_1rp-one_planet_0.pdf (дата обращения: 25.05.2025).

⁹ Slow Fashion: что, как и почему. URL: <https://vintagedream.ru/blogs/blog/slow-fashion-cto-kak-i-pochemu> (дата обращения: 25.05.2025).

¹⁰ Квинт В. Л. Стратегирование в России и мире: ставка на человека // Экономика и управление. 2014. № 11(109). С. 16.

ОБЪЕКТЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
Теоретические основы и предпосылки
формирования осознанного потребления
как стратегического тренда

Основная идея данного феномена заключается в рациональном подходе к приобретению товаров и услуг, основанном на критическом осмыслении их необходимости. В научной литературе под осознанным потреблением понимается модель поведения, при которой потребитель уделяет особое внимание влиянию своего выбора на окружающую среду и общество. Более 58 % опрошенных потребителей готовы платить больше за экологически чистый товар¹¹. Интересно отметить, что тренд на сознательное потребление влияет и на рынок органического сельского хозяйства.

Исследуемая концептуальная теория прошла ряд этапов в своем развитии (рис. 1¹²).

Социокультурные предпосылки осознанного потребления связаны с изменением ценностных

ориентаций в обществе. Новые ценности духовного характера, ориентация на высокое качество жизни и самореализацию, а не на количественное накопление материальных благ, становятся все более распространенными, особенно среди молодого поколения. Экономические предпосылки включают в себя растущую доступность информации о происхождении и составе продуктов, а также о социальной ответственности производителей. Цифровизация экономики позволяет потребителям получать детальную информацию о товарах и услугах, сравнивать альтернативы и делать более осознанный выбор.

Зарубежные исследователи подчеркивают необходимость кооперации усилий стран для достижения общих стратегических целей развития мира в сторону осознанности и «зеленой экономики»¹³. Одной из задач является достижение согласованности политики в интересах долгосрочного развития в контексте осознанного потребления, что требует



Рис. Основные этапы стратегического развития теории осознанного потребления

Fig. Conscious consumption theory: development stages

¹¹ Consumer spending trends: 10 key insights for 2025. URL: <https://www.gwi.com/blog/consumer-spending-trends> (дата обращения: 26.05.2025).

¹² Рисунок и таблицы 1–3 составлены автором.

¹³ Li X. Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development: an appeal of global cooperation for building green civilization // Green Civilization. 2020. P. 17–35. https://doi.org/10.1007/978-981-15-7812-0_2

взаимосвязи отдельных целей национальных государственных органов власти¹⁴.

Институциональные основы осознанного потребления в России находятся в стадии формирования. По мнению С. Г. Маричева, происходит активное развитие институтов, поддерживающих данный тренд, включая законодательные инициативы в области экологии, общественные организации, продвигающие идеи ответственного потребления, а также бизнес-проекты, ориентированные на устойчивое развитие¹⁵. Формирование этих институтов имеет решающее значение для закрепления тренда осознанного потребления в долгосрочной перспективе.

Концепция осознанного потребления тесно связана с экономикой замкнутого цикла, предполагающей минимизацию отходов и максимальное повторное использование ресурсов. Осознанное потребление является важным фактором устойчивости экономической системы России, способствуя более эффективному использованию ресурсов и снижению негативного воздействия на окружающую среду¹⁶. Интеграция принципов осознанного потребления в экономическую стратегию страны может создать новые возможности для развития инновационных секторов экономики, ориентированных на экологичность и ресурсосбережение.

Анализ ключевых характеристик современного осознанного потребителя

Осознанный потребитель представляет собой новый тип экономического агента, чье поведение существенно отличается от традиционной модели потребления. Комплексный анализ характеристик данного типа потребителей позволяет выявить основные тренды трансформации потребительского поведения и прогнозировать дальнейшие изменения в структуре спроса и предложения на рынке товаров и услуг.

Ценностные ориентиры осознанного потребителя формируются на основе сбалансированного подхода к удовлетворению собственных потребностей и учета общественных интересов. В отличие от традиционной модели потребления, ориентированной преимущественно на максимизацию полезности в краткосрочной перспективе, осознанное потребление предполагает стратегический подход к приобретению товаров и услуг с учетом долгосрочных последствий для окружающей среды и общества. Минимализм и осознанное потребление оказывают существенное влияние на структуру рынков, стимулируя развитие новых бизнес-моделей, ориентированных на устойчивое развитие¹⁷.

Мотивационные аспекты осознанного потребления включают в себя не только удовлетворение базовых потребностей, но и стремление к самовыражению через потребительский выбор, демонстрацию своей социальной ответственности и экологической сознательности (табл. 1).

Стратегический процесс принятия решений осознанным потребителем характеризуется более глубоким информационным поиском, критическим анализом альтернатив и учетом не только цены и качества товара, но и его влияния на окружающую среду, условий производства и возможностей утилизации. В полевых исследованиях отмечается, что потребители хотят, чтобы компании уделяли первостепенное внимание экологичности¹⁸. Критерии выбора товаров и услуг осознанным потребителем существенно расширяются по сравнению с традиционной моделью. Помимо функциональности, качества и цены, значимыми становятся такие характеристики, как экологичность производства и упаковки, социальная ответственность производителя, возможность вторичной

¹⁴ Tosun J., Leininger J. Governing the interlinkages between the sustainable development goals: Approaches to attain policy integration // *Global Challenges*. 2017. Vol. 1. № 9. P. 1700036. <https://doi.org/10.1002/gch2.201700036>

¹⁵ Маричев С. Г. Институты осознанного потребления в России // *Российские регионы в фокусе перемен: сборник докладов XVIII Международной конференции*. Екатеринбург, 2023. С. 28–29.

¹⁶ Колодейчик Н. И., Лиман И. А. Осознанное потребление как фактор устойчивости экономической системы России // *Евразийское пространство: экономика, право, общество*. 2023. № 6. С. 8–13.

¹⁷ Аннаев Х., Мередов М., Овезмухаммедов М. Экономика устойчивого потребления: как минимализм и осознанное потребление влияют на рынки // *Инновационная наука*. 2024. № 10-2. С. 50–51.

¹⁸ Consumer spending trends: 10 key insights for 2025. URL: <https://www.gwi.com/blog/consumer-spending-trends> (дата обращения: 26.05.2025).

Таблица 1. Сравнительные характеристики традиционного и осознанного потребителя

Table 1. Traditional vs. conscious consumers

Характеристика	Традиционный потребитель	Осознанный потребитель
Стратегическая мотивация потребления	Максимизация личной полезности	Баланс личных потребностей и общественных интересов
Критерии выбора товаров	Цена, качество, функциональность	Экологичность, этичность производства, социальная ответственность компании, бережная переработка
Информационный поиск	Ограниченный, фокус на основных характеристиках товара	Расширенный, включает исследование происхождения товара, условий производства, экологического следа, состава
Отношение к стратегическому бренду	Лояльность к известным брендам	Критическая оценка деятельности компании, предпочтение брендам с высокой социальной ответственностью и прозрачностью деловых процессов
Отношение к избыточному потреблению	Положительное или нейтральное	Негативное, стремление к рациональному потреблению
Утилизация товаров	Минимальное внимание к вопросам утилизации	Осознанный подход к утилизации, стремление к продлению жизненного цикла товаров

переработки, этические аспекты производства, включая отношение к работникам и животным. Данная трансформация критериев выбора создает новые конкурентные преимущества для компаний, интегрирующих принципы устойчивого развития в свою деятельность.

Исследования показывают, что молодое поколение (миллениалы и поколение Z) демонстрируют более высокую приверженность принципам осознанного потребления по сравнению с представителями старших поколений. Это связано с формированием их ценностных ориентаций в эпоху глобализации и цифровизации, а также с более высокой осведомленностью о глобальных экологических и социальных вызовах.

Как отмечают авторы, предприниматели, ориентированные на молодое поколение, активно интегрируют принципы ответственного потребления в свои бизнес-модели, что способствует формированию новых потребительских привычек¹⁹.

В таблице 2 определены ключевые деловые практики осознанного потребителя.

Таким образом, можно отметить серьезные изменения в потребительском поведении, связанные с переходом от количественного к качественному потреблению. Стратегический анализ многомерности трансформации потребительского поведения в XXI веке позволяет разрабатывать стратегические приоритеты компаний легкой промышленности и индустрии моды с учетом интересов общества.

Трансформация стратегических приоритетов предприятий легкой промышленности и индустрии моды в ответ на смену парадигмы потребительского поведения

Академик В. Л. Квинт подчеркивает, что стратегирование в современных условиях должно учитывать долгосрочные тренды трансформации общества, включая изменение потребительских предпочтений в сторону более ответственного потребления.

¹⁹ Ответственное потребление: как предприниматели могут влиять на общественные привычки / Е. В. Кондратов [и др.] // Вестник российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева: Гуманитарные и социально-экономические исследования. 2024. № 15-3. С. 72–78.

Таблица 2. Осознанный потребитель коммерческих продуктов и услуг легкой промышленности и индустрии моды.**Table 2. Profile of a conscious consumer of TCF and fashion products and services**

Деловая операция	Осознанный потребитель
Изучение	Осуществляет качественный информационный поиск, внимательно читает состав, узнает сведения о бренде
Приобретение	Стремится к снижению, берет в аренду, выбирает капсульные коллекции, которые легко комбинировать между собой, отказывается от трендов
Уход	Бережно относится к процессу стирки и уходу
Утилизация	Передает в благотворительность, перепродает, участвует в обмене (своп), изменяет (перешивает, чинит), сдает на переработку

Таблица 3. Сравнительные характеристики феномена быстрой и медленной моды**Table 3. Fast vs. slow fashion**

Характеристика	Быстрая мода	Медленная мода
Скорость производства	Высокая	Низкая
Качество материалов	Среднее, низкое	Высокое, среднее
Скорость появления для продажи	Высокая	Средняя
Влияние на окружающую среду	Негативное	Нейтральное
Срок службы коммерческих продуктов	Недолговечное	Долговечное

ния²⁰. Стратегическая трансформация потребительских интересов в сторону осознанного потребления создает как вызовы, так и стратегические возможности для промышленности и корпоративного сектора экономики. Фэшн-стратегирование как отдельное направление отраслевого стратегирования подчеркивает, что изменение потребительских интересов и ценностей требует стратегического переосмысления традиционных бизнес-моделей и подходов к развитию стратегических брендов²¹.

В ответ на трансформацию потребительского поведения, появился феномен «медленной моды» (slow fashion), который противостоит «быстрой моде» (fast fashion). Ключевые характеристики представлены в таблице 3.

Реализация алгоритма дизайна женской одежды в контексте медленной моды предполагает создание качественных изделий, способных служить долгое время²².

Стратегическая трансформация предприятий легкой промышленности и индустрии моды в ответ на запрос осознанного потребления предполагает:

- активизацию трансфера технологий для получения новых материалов, текстильные инновации;
- разработку инновационных решений для продления жизненного цикла коммерческой продукции и обеспечения возможности ее вторичной переработки;
- пересмотр подходов к выбору поставщиков с учетом их экологической и социальной ответственности;
- оптимизацию производственных процессов для минимизации негативного воздействия на окружающую среду, в том числе логистическую трансформацию;
- смещение акцентов в стратегических коммуникациях на открытость деловых процессов.

²⁰ Квинт В. Л., Бодрунов С. Д. Трансформация общества: стратегия и ноономика. СПб.: ИНИР им. С. Ю. Витте, 2024. 240 с.

²¹ Хворостяная А. С. Стратегирование индустрии моды: теория и практика. СПб.: Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС, 2021. 272 с. <https://doi.org/10.22394/978-5-89781-706-1-1-272>

²² Хазанкина Е. А., Чулкова Э. Н. Реализация алгоритма дизайна женской одежды в контексте медленной моды // Инновации и технологии к развитию теории современной моды «Мода (материалы. Одежда. дизайн. аксессуары)», посвященная Фёдорову Максиминовичу Пармону: сборник материалов IV Международной научно-практической конференции. М., 2024. С. 75–78.

Прогнозируется, что медленная мода будет развиваться по стратегическому направлению использования веганских материалов, повышения прозрачности цепочек поставок, использования экологически чистого текстиля и минималистского подхода к потреблению²³.

Стратегические перспективы развития рынка и формирования новых потребительских ниш в контексте осознанного потребления связаны с растущим спросом на экологичные товары и услуги, решения для продления жизненного цикла продукции. ESG-стратегия (Environmental, Social, Governance) становится важным инструментом трансформации современной экономики, позволяющим компаниям интегрировать принципы устойчивого развития в свою деятельность. Внедрение ESG-принципов способствует повышению конкурентоспособности компаний в условиях растущего запроса на социальную и экологическую ответственность бизнеса²⁴. Euromonitor International акцентирует внимание на том, что компании, уклоняющиеся от ESG-инициатив, рискуют уступить конкурентам, которые их используют. По данным Euromonitor's Sustainability Claims Tracker, темпы роста розничных продаж продуктов, отражающие принципы осознанности, будут на 1,1 пункта выше, чем у неустойчивых аналогов²⁵.

ESG-стратегирование активно развивается как в России, так и за рубежом²⁶. Для предприятия легкой промышленности и индустрии моды существенно трансформируются цепочки добавленной

стоимости²⁷: обновляется сырьевая база, ускоряются продуктовые инновации²⁸, создаются отдельные коллекции, смещаются акценты в стратегических коммуникациях²⁹. Стратегические коммуникации по взаимодействию с осознанными потребителями требуют пересмотра традиционных подходов к продвижению товаров и услуг. Акцент смещается с массового маркетинга, ориентированного на стимулирование максимального потребления, на более таргетированные коммуникации, подчеркивающие экологические и социальные преимущества продукции. Важным аспектом становится обеспечение прозрачности информации о происхождении товаров, условиях производства, составе и возможностях утилизации. Е. В. Кондратов и др. указывают на возрастающую роль предпринимателей в формировании общественных привычек ответственного потребления через соответствующие маркетинговые стратегии и образовательные инициативы³⁰.

Сервант-лидерство как концепция управления, ориентированная на служение интересам общества и сотрудников, представляет собой перспективный подход к адаптации бизнеса к новой реальности осознанного потребления. Переход от традиционных моделей управления к сервант-лидерству соответствует новой этике и культуре управления, ориентированной на устойчивое развитие и социальную ответственность³¹. Данный подход позволяет компаниям выстраивать более глубокие и долгосрочные отношения с потребителями, основанные на общих ценностях и взаимном доверии.

²³ Sustainable Fashion Trends in 2025 for the Conscious Consumer. URL: <https://ethikonline.com/blogs/featured-articles/sustainable-fashion-trends-2025#:~:text=In%202025%2C%20sustainable%20fashion%20is,a%20minimalist%20approach%20to%20consumption.> (дата обращения: 26.05.2025).

²⁴ Филина О. В., Хайруллина А. М. ESG-стратегия как инструмент трансформации современной экономики // Тенденции развития науки и образования. 2024. № 116-8. С. 68–70. <https://doi.org/10.18411/trnio-12-2024-339>

²⁵ Key Trends Shaping the Sustainability Agenda in 2025. URL: <https://www.euromonitor.com/article/key-trends-shaping-the-sustainability-agenda-in-2025> (дата обращения: 26.05.2025).

²⁶ Хворостяная А. С. ESG-стратегирование промышленных компаний: отечественный и зарубежный опыт // Экономика промышленности. 2022. Т. 15. № 3. С. 334–343. <https://doi.org/10.17073/2072-1633-2022-3-334-343>

²⁷ Хворостяная, А. С. Зарубежная практика ESG-стратегирования легкой промышленности и индустрии моды // Креативная экономика. 2022. Т. 16. № 5. С. 1863–1878. <https://doi.org/10.18334/ce.16.5.114637>

²⁸ Khvorostyanaya A. Fashion-Strategizing Leadership in Sports. IntechOpen. 2024. <https://doi.org/10.5772/intechopen.113202>

²⁹ Khvorostyanaya A. Textile and apparel enterprises sustainable development strategy: focus on ecologic monitoring strategic communications // E3S Web of Conferences. 2024. Vol. 531. P. 04022. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202453104022>

³⁰ Ответственное потребление: как предприниматели могут влиять на общественные привычки / Е. В. Кондратов [и др.] // Вестник российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева: Гуманитарные и социально-экономические исследования. 2024. № 15-3. С. 72–78.

³¹ Давтян Ю. В., Савчук Е. А. От смиренности к сервант-лидерству: новая этика и культура управления // Концепт: философия, религия, культура. 2022. Т. 6. № 1. С. 39–49. <https://doi.org/10.24833/2541-8831-2022-1-21-39-49>

Развитие экономики замкнутого цикла представляет собой одно из ключевых стратегических направлений адаптации бизнеса к новым потребительским интересам. Подчеркивается важность стимулирования использования возобновляемой энергии в экономике замкнутого цикла как фактора, способствующего устойчивому развитию и соответствующего ожиданиям осознанных потребителей³². Интеграция принципов циркулярной экономики в бизнес-модели компаний создает новые возможности для стратегической дифференциации на рынке.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Проведенное исследование стратегической трансформации интересов потребителей в контексте развития тренда на осознанное потребление позволяет сделать ряд важных выводов о характере и стратегической значимости данного феномена для современной экономики и бизнеса. Анализ отечественной и зарубежной литературы по данной тематике показал, что данный тренд представляет собой комплексное явление, обусловленное взаимодействием экологических, социальных, экономических и культурных факторов. Формирование новой стратегической модели потребления, основанной на принципах рациональности, ответственности и устойчивого развития, является не временным явлением. Она отражает глубинные трансформации в системе ценностей общества.

Исследование ключевых характеристик современного осознанного потребителя выявило существенные отличия новой модели потребления от традиционной. Осознанный потребитель руководствуется более широким спектром критериев при

выборе товаров и услуг. Процесс принятия стратегического решения о покупке характеризуется более глубоким информационным поиском. Особое значение для осознанного потребителя имеют такие характеристики товаров и услуг, как экологичность производства и упаковки, социальная ответственность производителя, возможность вторичной переработки, этические аспекты производства.

ВЫВОДЫ

Предприятия легкой промышленности и индустрии моды обязаны трансформировать свою цепочку добавленной стоимости. Успешная реализация этих стратегических направлений позволяет компаниям адаптироваться к новым реалиям потребительского поведения, а также получить конкурентные преимущества на рынке.

Практическая значимость полученных результатов заключается в возможности их использования при разработке отраслевых стратегий. Понимание ключевых характеристик осознанного потребителя и тенденций трансформации потребительского поведения позволяет компаниям более эффективно выстраивать взаимодействие с целевой аудиторией и адаптировать свои продукты и услуги к новым требованиям рынка. Перспективными направлениями дальнейших исследований в данной области являются более детальный анализ поколенческих различий в подходах к осознанному потреблению, изучение эффективности различных бизнес-моделей, ориентированных на устойчивое развитие, а также исследование институциональных условий, способствующих развитию осознанного потребления в различных экономических и культурных контекстах.

ЛИТЕРАТУРА

- Алабина Т. А. Эволюция экономических исследований стратегий: роль концепции стратегирования В. Л. Квинта // *Управленческое консультирование*. 2021. № 8(152). С. 139–149. <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2021-8-139-149>
- Аннаев Х., Мередов М., Овезмухаммедов М. Экономика устойчивого потребления: как минимализм и осознанное потребление влияют на рынки // *Инновационная наука*. 2024. № 10-2. С. 50–51.

³² Колодейчик Н. И., Лиман И. А. Стимулирование использования возобновляемой энергии в экономике замкнутого цикла // *Евразийское пространство: экономика, право, общество*. 2024. № 4. С. 45–50.

- Давтян Ю. В., Савчук Е. А. От смиренности к сервант-лидерству: новая этика и культура управления // Концепт: философия, религия, культура. 2022. Т. 6. № 1. С. 39–49. <https://doi.org/10.24833/2541-8831-2022-1-21-39-49>
- Квинт В. Л. Концепция стратегирования. Т. 1. СПб.: СЗИУ РАНХиГС, 2019. 132 с.
- Квинт В. Л. Стратегирование в России и мире: ставка на человека // Экономика и управление. 2014. № 11(109). С. 15–17.
- Квинт В. Л. Формирование стратегии как науки // Лекции и доклады членов Российской академии наук в СПбГУП (2013–2023): сборник статей. К 300-летию Российской академии наук. СПб.: Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов, 2023. С. 384–389.
- Квинт В. Л., Бодрунов С. Д. Трансформация общества: стратегия и ноономика. СПб.: ИНИР им. С. Ю. Витте, 2024. 240 с.
- Колодейчик Н. И., Лиман И. А. Осознанное потребление как фактор устойчивости экономической системы России // Евразийское пространство: экономика, право, общество. 2023. № 6. С. 8–13.
- Колодейчик Н. И., Лиман И. А. Стимулирование использования возобновляемой энергии в экономике замкнутого цикла // Евразийское пространство: экономика, право, общество. 2024. № 4. С. 45–50.
- Маричев С. Г. Институты осознанного потребления в России // Российские регионы в фокусе перемен: сборник докладов XVIII Международной конференции. Екатеринбург, 2023. С. 28–29.
- Ответственное потребление: как предприниматели могут влиять на общественные привычки / Е. В. Кондратов [и др.] // Вестник российского химико-технологического университета имени Д. И. Менделеева: Гуманитарные и социально-экономические исследования. 2024. № 15-3. С. 72–78.
- Филина О. В., Хайруллина А. М. ESG-стратегия как инструмент трансформации современной экономики // Тенденции развития науки и образования. 2024. № 116-8. С. 68–70. <https://doi.org/10.18411/trnio-12-2024-339>
- Хазанкина Е. А., Чулкова Э. Н. Реализация алгоритма дизайна женской одежды в контексте медленной моды // Инновации и технологии к развитию теории современной моды «Мода (материалы. Одежда. дизайн. аксессуары)», посвященная Фёдору Максимовичу Пармону: сборник материалов IV Международной научно-практической конференции. М., 2024. С. 75–78.
- Халимуллина И. И. Современные научные представления о корпоративной благотворительности // XXV Всероссийский аспирантско-магистерский научный семинар, посвященный Дню энергетика: материалы конференции. Том 3. Казань, 2022. С. 352–354.
- Хворостяная А. С. ESG-стратегирование промышленных компаний: отечественный и зарубежный опыт // Экономика промышленности. 2022. Т. 15. № 3. С. 334–343. <https://doi.org/10.17073/2072-1633-2022-3-334-343>
- Хворостяная А. С. Зарубежная практика ESG-стратегирования легкой промышленности и индустрии моды // Креативная экономика. 2022. Т. 16. № 5. С. 1863–1878. <https://doi.org/10.18334/ce.16.5.114637>
- Хворостяная А. С. Стратегирование индустрии моды: теория и практика. СПб.: Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС, 2021. 272 с. <https://doi.org/10.22394/978-5-89781-706-1-1-272>
- Экономическая и финансовая стратегия / В. Л. Квинт [и др.]; под науч. ред. В. Л. Квинта. М.: МГУ им. М. В. Ломоносова, 2024. 247 с. <https://doi.org/10.55959/MSU011996-1-2024>
- Khvorostyanaya A. Fashion-Strategizing Leadership in Sports. IntechOpen. 2024. <https://doi.org/10.5772/intechopen.113202>

- Khvorostyanaya A. Textile and apparel enterprises sustainable development strategy: Focus on ecologic monitoring strategic communications // E3S Web of Conferences. 2024. Vol. 531. P. 04022. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202453104022>
- Li X. Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development: An appeal of global cooperation for building green civilization // Green Civilization. 2020. P. 17–35. https://doi.org/10.1007/978-981-15-7812-0_2
- Tosun J., Leininger J. Governing the interlinkages between the sustainable development goals: Approaches to attain policy integration // Global Challenges. 2017. Vol. 1. № 9. P. 1700036. <https://doi.org/10.1002/gch2.201700036>

REFERENCES

- Alabina TA. The evolution of economic research strategies: The role of the concept of strategizing VL Kvint. Administrative Consulting. 2021;8(152):139–149. (In Russ.) <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2021-8-139-149>
- Annayev H, Meredov M, Owezmuhammedov M. The economics of sustainable consumption: How minimalism and conscious consumption affect markets. Innovation Science. 2024;10-2:50–51. (In Russ.)
- Davtian YuV, Savchuk EA. From humility to servant leadership: New governance ethics and culture. Concept: Philosophy, religion, culture. 2022;6(1):39–49. (In Russ.) <https://doi.org/10.24833/2541-8831-2022-1-21-39-49>
- Filina OV, Khairullina AM. ESG-strategiya kak instrument transformatsii sovremennoy ekonomiki [ESG strategy as a tool for economic transformation]. Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya [Trends in Science and Education Development]. 2024;116-8:68–70. (In Russ.)
- Khalimullina II. Modern scientific ideas about corporate charity. XXV Vserossiyskiy aspirantsko-magisterskiy nauchnyy seminar, posvyashchennyy Dnyu energetika [XXV All-Russian seminar for Postgraduate and Master's Degree Students]. Kazan; 2022. P. 352–354. (In Russ.)
- Khazankina EA, Chulkova EN. Women's clothing design algorithm in the context of slow fashion. Innovatsii i tekhnologii k razvitiyu teorii sovremennoy mody «Moda (materialy. Odezhda. dizayn. aksesuary)», posvyashchennaya Fedoru Maksimovichu Parmonu [Innovations and technologies of the modern fashion theory: Materials, clothing, design, and accessories: Proc. IV Sci.-Prac. Conf.]. Moscow; 2024. P. 75–78. (In Russ.)
- Khvorostyanaya A. Fashion-Strategizing Leadership in Sports. IntechOpen. 2024. <https://doi.org/10.5772/intechopen.113202>
- Khvorostyanaya A. Textile and apparel enterprises sustainable development strategy: Focus on ecologic monitoring strategic communications. E3S Web of Conferences. 2024;531:04022. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202453104022>
- Khvorostyanaya AS. ESG-strategizing of industrial companies: Domestic and foreign experience. Russian Journal of Industrial Economics. 2022;15(3):334–343. (In Russ.). <https://doi.org/10.17073/2072-1633-2022-3-334-343>
- Khvorostyanaya AS. Fashion-strategizing process: Theory and practice. St. Petersburg: NWIM RANEPА; 2021. 272 p. (In Russ.) <https://doi.org/10.22394/978-5-89781-706-1-1-272>
- Khvorostyanaya AS. Foreign practice of light and fashion industry ESG-strategizing. Kreativnaya ekonomika. 2022;16(5):1863–1878. (In Russ.) <https://doi.org/10.18334/ce.16.5.114637>
- Kolodeychik NI, Liman IA. Conscious consumption as the sustainability factor of economic system in Russia. Eurasian Space: Economy, Law, Society. 2023;6:8–13. (In Russ.)

- Kolodeychik NI, Liman IA. Stimulating the use of renewable energy in the closed-cycle economy. Eurasian space: economy, law, society. 2024;4:45–50. (In Russ.)
- Kondratov EV, Karaketova KK, Kholina PV, Shushunova TN. Responsible consumption: How entrepreneurs can influence social habits. Bulletin of the Russian Chemical-Technological University named after DI Mendeleev: Humanitarian and socio-economic studies. 2024;15-3:72–78. (In Russ.)
- Kvint VL, Bodrunov SD. Strategirovanie transformatsii obshchestva: Znanie, tekhnologii, noonomika [Strategic transformation of society: Knowledge, technology, and noonomy]. St. Petersburg: INIR im. SYU Vitte; 2021. 351 p. (In Russ.)
- Kvint VL, Novikova IV, Alimuradov MK, Arshinova AI, et al. Economic and financial strategy. Ed. VL Kvint. Moscow: Publishing House of the Moscow University; 2024. 247 p. (In Russ.) <https://doi.org/10.55959/MSU011996-1-2024>
- Kvint VL. Formirovaniye strategii kak nauki [Formation of strategy as a science]. Lektsii i doklady chlenov Rossiyskoy akademii nauk v SPbGUP (2013–2023) [Lectures and reports by members of the Russian Academy of Sciences in Saint Petersburg Humanities University of Trade Unions (2013–2023): 300th anniversary of the Russian Academy of Sciences]. St. Petersburg: Saint-Petersburg University of the Humanities and Social Sciences; 2023. P. 384–389. (In Russ.)
- Kvint VL. Strategic planning in Russia and the world: Importance of human interactions. Economics and Management. 2014;11(109):15–17. (In Russ.)
- Kvint VL. The concept of strategizing. Vol. 1. St. Petersburg: NWIM RANEPА; 2019. 132 p. (In Russ.)
- Li X. Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development: An appeal of global cooperation for building green civilization. Green Civilization; 2020. P. 17–35. https://doi.org/10.1007/978-981-15-7812-0_2
- Marichev SG. Instituty osoznannogo potrebleniya v Rossii [Institutes of conscious consumption in Russia]. Rossiyskiye regiony v fokuse peremen [Russian regions in the focus of change: Proc. XVIII Conf.]. Yekaterinburg; 2023. P. 28–29. (In Russ.)
- Tosun J, Leininger J. Governing the interlinkages between the sustainable development goals: Approaches to attain policy integration. Global Challenges. 2017;1(9):1700036. <https://doi.org/10.1002/gch.2.201700036>

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ: Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и/или публикации данной статьи.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Хворостяная Анна Сергеевна, канд. экон. наук, доцент кафедры экономической и финансовой стратегии Московской школы экономики, ведущий научный сотрудник Центра стратегических исследований Института математических исследований сложных систем, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; Khvorostyanayaas@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-4421-3705>

CONFLICT OF INTERESTS: The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and/or publication of this article.

ABOUT AUTHOR: Anna S. Khvorostyanaya, PhD.(Econ.), Associate Professor of the Department of Economic and Financial Strategy Moscow School of Economics, Leading Researcher of the Center for Strategic Studies of the Institute for Mathematical Research of Complex Systems, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; Khvorostyanayaas@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-4421-3705>