

**ВЛИЯНИЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

В.В. Кузьменкова, 1 курс

Научный руководитель – **Т.В. Сергиевич, к.э.н., доцент кафедры «Экономика и право»
Белорусский национальный технический университет**

Что люди понимают под словом мода? По определению С.Ю.Солодовникова: «мода – это обычно непродолжительное господство определенного типа стандартизированного массового потребления, в основе которого лежит относительно быстрое и масштабное изменение внешнего (прежде всего предметного) окружения людей.» [1, с.511].

Основоположником подхода к рассмотрению моды как социально-экономического феномена стал В. Зомбарт. Этот подход основан на выделении такой функции моды как стимулирование спроса и, как следствие, развитие отдельных отраслей промышленности. В моде ученый видел источник дополнительных конкурентных преимуществ для производителей. [2, с. 13].

Главой государства отмечена необходимость продвижения белорусской продукции на мировом рынке, при этом сохраняя ее аутентичность и неповторимость. «Беларуси надо во весь голос заявлять о себе на мировой арене. Нужно продвигать не только марку "Сделано в Беларуси", но и такие бренды, как "Учиться в Беларуси", "Отдыхать в Беларуси", "Заниматься спортом в Беларуси", "Лечиться в Беларуси" и другие», – отметил белорусский лидер.»[4].

Примером отечественного конкурентоспособного производства является Белорусский лён. Сегодня сложно представить текстильную промышленность, в которой не использовался бы лён. Постельное белье, салфетки, полотенца, шторы, скатерти и, конечно, одежда. Натуральные материалы – модный тренд. Сегодня наш лён закупают даже известные мировые бренды. Благодаря моде на изделия из льна, белорусские производители получили уникальную возможность не только нарастить объемы производства, но и модернизировать технологию его обработки, повысив качество продукции и ее добавленную стоимость. По прогнозам аналитиков, мировое производство льняных тканей к концу 2025 г. достигнет 85,7 тысячи тонн и превысит уровень 2020 г. на 19 %.[3]

Мода на какой либо объект продолжает свое существование недолго. Это как мощный фактор спроса, а спрос непосредственно связан с производством, количеством потребления продукции. Поэтому в экономике необходимо не оставлять без внимания модные тенденции, следить за актуальностью и успевать модернизировать продукт (не обязательно полностью, а как дополнение), оставаться в «тренде», оперативно занимать трендовые ниши или создавать эти ниши, делая их модными.

Мода выстраивается благодаря аналитикам, которые проводят различные социальные, культурные исследования, учитывающие политические и другие факторы, и которые в дальнейшем, воплощаются дизайнерами при создании нового продукта.

Проведенная аналитиками работа по подготовке потребителя к использованию вторично переработанных материалов, сформировало модный тренд на их использование при создании модных коллекций.

Беларусь только недавно начала свой путь в осознанном развитии модной индустрии, выходя на международную экономическую арену конкуренций с другими странами.

Одной из главных проблем в области моды сейчас, можно назвать слабое развитие белорусского маркетинга. Белорусскими производителями уделяется недостаточное внимание проведению «живой рекламы» (различные модные показы, подкасты). Производители слабо используют возможности продвижения товаров online: создание рекламных проектов, презентаций, и т.д. Наши широко известных бренды зачастую ассоциируются с чем-то скучным, немодным из-за нехватки брендинга. Проводимые рекламные кампании не носят массовый, трендовый характер и мало привлекательны.

Примером отечественного конкурентоспособного предприятия является Fashion-бренд Mark Formelle. Собственный художественно-экспериментальный отдел и сотрудничество с зарубежными иллюстраторами позволяют выпускать 170+ коллекций ежегодно. Бренд не перестает внедрять инновационные решения. Речь идет не только о современных технологиях работы с тканями (деграде, сублимация, тай-дай, фаст-дай), но и об освоении новых видов продукции.[5] Оставаясь в тренде, Mark Formelle удается обеспечивать сохранение лидерских позиций на рынке, наращивать объемы производства и в целом улучшать свою экономическую деятельность.

У нас есть возможность развития модной индустрии, важно ее не упустить, благодаря проведению различных конкурсов в индустрии моды (Belarus fashion week, фестиваль-конкурс моды и фото именуемый «Мельницей моды» и др.) и созданию новых проектов. Белорусским дизайнерам предоставляется возможность получения грантов на обучение в мировых образовательных учреждениях, связанных с модой, либо грантов на фешн-стартапы, работать над тем, чтобы нами вдохновлялись так же, как и мы вдохновляемся модными столицами и западными трендами. «Белорусская неделя моды» все еще не может сравниться масштабами с другими fashion-марафонами Восточной Европы, но из года в год организаторы проделывают огромную работу, чтобы поддер-

живать интерес к белорусским дизайнерам, открывать новые имена и поднимать важные социальные темы в рамках спецпроектов».[6].

Дальнейшее развитие индустрии моды в экономике Республики Беларусь позволит открыть новые сотрудничества, способствовать повышению спроса на введенную в моду продукцию, тем самым эффективно загружая существующие производственные мощности, создавая новые рабочие места и следовательно увеличивать поступления в бюджет.

Список использованных источников

1. Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия /Гл. ред. и сост. С.Ю.Солодовников. Минск: МФЦП, 2002. -511с.
2. Зомбарт, В. Народное хозяйство и мода / Вернер Зомбарт. — СПб. : тип. акц. общ. Брокгауз-Ефрон, 1904. -13 с.
3. Беларусь сегодня Сельская газета 14июля 2021[Электронный ресурс]-Режим доступа: sb.by
4. ГипроСвязь Белорусские бренды на международной арене 16.07.22 [Электронный ресурс]-Режим доступа: <http://giprosvjaz.by/>
5. Mark Formelle Инновации и контроль качества [Электронный ресурс]-Режим доступа: <https://markformelle.by/>
6. Кривтивная экономика. Создательница Belarus Fashion Week Янина Гончарова. [Электронный ресурс]-Режим доступа: <https://www.culturepartnership.eu/>