

## **МОДА КАК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦИИ ПОВЕДЕНИЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ ОДЕЖДЫ**

Под модой понимается господство в обществе определенных вкусов, которое длится на протяжении небольшого промежутка времени и проявляется, как правило, во внешних формах, например в одежде, обуви, макияже, причёске и т.д. Мода в одежде — смена форм и образцов одежды, которая происходит в течение сравнительно коротких промежутков времени. Каждый человек стремится подчеркнуть свою индивидуальность и выразить наличие вкуса в первую очередь посредством определения своего собственного стиля на основе уже установленных авторитетными людьми в этой области эталонов.

Мода имеет двоякую природу: она — культурное явление и в то же время один из критериев производства, непосредственно связанный с технологической стороной. Мода, поскольку стала ориентировать людей на те или иные изменения во вкусах, регулирует производство: у модного продукта появился цикл. Наибольший спрос на него возникает в первые 2–4 месяца; в последующие 6–7 месяцев идет устойчивый спрос, а в последние 3–4 месяца интерес к модному товару падает и сводится на нет. Такой процесс будет продолжаться до тех пор, пока товар не станет вновь модным [1].

Погоня за модными тенденциями заставляет покупателей приобретать товары часто с повышенной стоимостью, а производителей — производить то, что пользуется популярностью, для получения максимальной прибыли и увеличения продаж.

Существует множество модных сайтов, журналов, страниц в социальных сетях и других интернет-источников, которые предопределяют в начале определенного периода категории одежды, которые в этом периоде будут пользоваться особым спросом. Отечественные потребители, в свою очередь ориентируясь на предоставленные данные, желают найти и купить подобный товар на белорусском рынке, даже если такой у них уже имеется. Под влиянием признанных деятелей индустрии моды они готовы приобрести лишнюю, но актуальную и трендовую одежду. Как правило, цены на разрекламированные виды продукции не всегда соответствуют уровням доходов граждан страны, поэтому белорусы заменяют известные модели на аналогичные, хотя в большинстве своем все же приобретают желанный товар.

Белорусские производители одежды, ориентируясь на быстро изменяемые модные стандарты, каждый сезон выпускают новую или усовершенствованную продукцию в соответствии с трансформированным покупательским спросом. Видоизменяя некоторые особенности одежды, заявленной домами моды, они создают собственную моду для отечественного потребителя. Белорусская мода удовлетворяет интересы покупателей со средним или низким уровнем дохода, попадающих под влияние модных тенденций, т.е. ориентирована непосредственно на запросы граждан нашей страны.

Белорусские производители одежды стремятся для отечественных потребителей не только создавать практичную и относительно недорогую одежду, но и проводить такие мероприятия, как Bolshoy Fashion Market и Central Fashion Market. Эти ярмарки одежды, на которых можно найти и приобрести товары от белорусских производителей различной категории, как дешевые, так и дорогие, выступают в качестве альтернативы мероприятиям высокой моды и интересны потенциальным покупателям оригинальностью подачи представленных на них товаров.

Таким образом, мода, являясь одним из основных источников формирования спроса и предложения на рынке одежды, оказывает значительное влияние на мышление потребителей и результаты деятельности производителей.

#### **Источник**

1. Мода — двигатель социально-экономического прогресса [Электронный ресурс] // — Инновационный центр развития образования и науки. — Режим доступа: <https://izron.ru>. — Дата доступа: 24.11.2022.