

СТАНОВЛЕНИЕ МОДЫ КАК ИНДУСТРИИ

Бохно Ю. В., студент
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

В экономической литературе до настоящего времени нет единого подхода в определении понятия «индустрия моды». Для глубокого понимания исследуемого явления, разграничим понятие «индустрия» и «мода». «Мода» впервые упоминается в 1300 г. как «стиль, мода, манера одеваться». Мода сложное явление и занимает особое место в общественных науках. Т. В. Сергиевич под модой понимает «хозяйственное благо, преобразуемое в процессе творческой деятельности в целях создания товаров и услуг, массовое интенсивное потребление которых обусловлено стремлением индивидов в современном обществе к постоянным изменениям и определенному социальному статусу на основе обновления предметного окружения и принципов поведения» [1, с. 170–179].

К истории развития индустрии моды обращались Я. Бринк, М. Брюс, М. Тангейт, Т. Хайнс, Н. Уайт, которые связывают становление моды как индустрии с возникновением дизайна (в XIX в.), А. Е. Андреева в периодизации фэшн-индустрии (*индустрии моды* – Ю. Б.) выделяет 4 этапа. Анализ публикаций, содержащих результаты исследований по заявленной теме, позволяет утверждать, что переход к индустрии в теоретическом плане не отражен и системного подхода к определению индустрии моды не выявлено.

Список литературы

1. Сергиевич, Т. В. Мода как объект экономического исследования / Т. В. Сергиевич // Бизнес. Инновации. Экономика : сб. научн. ст. / Институт бизнеса и менеджмента технологий БГУ; редкол.: В. В. Апанасович (председатель). – Минск: Печатный Дом «Вишневка», 2017. – Вып. 1. – С. 170–179.