

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ
BEAUTY-ИНДУСТРИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ****В. О. Парахневич***Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель В. В. Клейман

Целью работы является изучение социокультурных особенностей развития beauty-индустрии в Беларуси.

Фэшн-индустрия как социокультурный феномен представляет собой неотъемлемую часть современного общества. В определенном смысле мода является индикатором состояния культуры и ее самосознания, проблем, существующих в обществе.

Создание и развитие индустрии моды Беларуси, вбирающей в себя мировые и национальные тренды, способствует развитию экономики услуг, инвестированию в экономическую сферу страны [1].

В современном мире главное отличие моды от других культурных систем и ценностей является ее переменчивость. Мода мгновенно реагирует на изменения и движения в обществе и таким образом явно показывает состояние социума на данный момент.

Мода становится важным феноменом для аксиологической мысли, так как она является самым ярким репрезентатором состояния социума и культуры в целом. Этот аспект позволяет сделать моду объектом аксиологического исследования, что является важным шагом для прогноза ее дальнейшего развития, в том числе сквозь призму транслируемых ею ценностей [2].

Особенностями современного этапа развития beauty-индустрии являются: продвижение своего продукта, услуг и персонализированный сервис. Клиенты требуют все больше внимания к деталям. Из-за высокого предложения на рынке они не готовы прощать то, на что закрывали глаза еще пару лет назад. Люди начинают задумываться, стоит ли та или иная услуга тех денег, которые они платят.

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач: пересмотреть свое отношение к работе; выработать понимание того, что потребности клиентов меняются и к их удовлетворению нужен новый подход; подключать сервисы, которые помогут качественнее взаимодействовать с клиентами и глубже изучать соответствующую аналитику.

В настоящее время открываются перспективы для развития и совершенствования определенных сфер экономической деятельности, одной из которых является сфера услуг рынка индустрии красоты. Существуют следующие факторы для развития данной отрасли: увеличение темпа жизни населения; рост потребности в профессиональной, качественно оказанной услуге; появление средств на оплату различных услуг; нехватка времени на самообслуживание; стремление соответствовать модным тенденциям.

Салонный рынок Беларуси очень привлекателен для мировых компаний, потому что изначально белорусские женщины тратят на процедуры и косметические продукты гораздо больше, чем женщины Азии и Европы. Показатели затрат на косметические услуги европейских стран приведены на рис. 1.

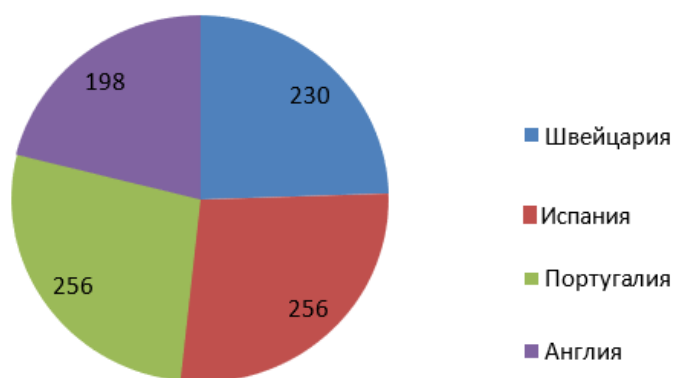


Рис. 1. Затраты европейских женщин за год на процедуры и косметические продукты в долл. США [3]

Жительницы Швейцарии тратят на данные процедуры 230 долл. в год, испанские и португальские женщины готовы заплатить за указанные услуги 256 долл., жительницы Англии – 198 долл. в год.

На рынке салонных услуг существует разделение на четыре уровня ценовых сегментов. Структура рынка услуг салонов красоты по ценовым сегментам представлена на рис. 2.

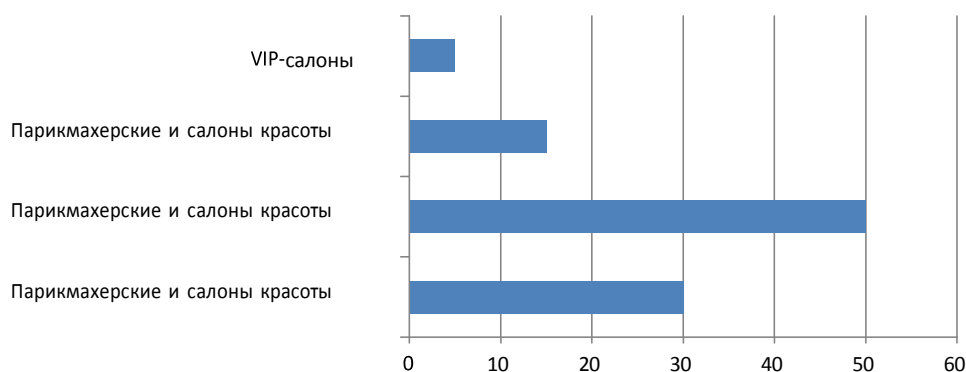


Рис. 2. Структура рынка услуг салонов красоты по ценовым сегментам, % [3]

Лидирующая группа салонов красоты – это парикмахерские и салоны красоты среднего уровня, к которым относится половина всех заведений. На втором месте находятся парикмахерские и салоны красоты эконом-класса. Люкс- и VIP-категории занимают 15 и 5 % рынка, соответственно.

Анализ потребностей и социокультурных тенденций показал, что в ближайшей перспективе beauty-индустрию в Беларуси ждут следующие изменения:

– рост активизма. Это значит, что уход от навязанных стандартов, умение ценить здоровье и естественную красоту кожи станут главными трендами на ближайшие пять лет;

– качество и долговечность. Интерес к экологически ответственным компаниям приведет к росту разумного потребления. Люди будут чаще выбирать интеллектуальные, функциональные и долговечные продукты с доказанной эффективностью и разумно инвестировать в красоту и здоровье;

– технологии и персонализация. Настраиваемые beauty-гаджеты на основе искусственного интеллекта и AR уже стали реальностью, но есть много пространства для совершенствования и дальнейшего развития технологий, поэтому можно сказать, что тенденция только начала формироваться;

– локальные товары. В условиях кризиса, который мы переживаем, значение местных сообществ растет. Потребители своим выбором будут поддерживать малых предпринимателей и помогать им развиваться, так как общество станет соавтором кампаний, контента и продуктов.

Исходя из вышесказанного, следует сделать вывод, что в дальнейшем в сфере индустрии красоты в Беларуси в целом произойдет укрупнение основных игроков рынка, будут создаваться партнерские сети под одним брендом. Рынок салонов красоты будет расти год за годом под влиянием новейших технологий и достижений в индустрии косметологии, которые все активнее будут отражать основные модные тенденции данного направления. Результаты данной работы необходимо учитывать бизнесменам, предпринимателям и самозанятым, решившим в ближайшее время открывать или развивать в Беларуси проекты в области beauty-индустрии.

Литература

1. Мода как социокультурный феномен. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/moda-kak-sotsiokulturnyy-fenomen>. – Дата доступа: 03.04.2022.
2. Теоретическое исследование феномена моды. – Режим доступа: https://studbooks.net/1342778/psihologiya/teoreticheskoe_issledovanie_fenomena_mody – Дата доступа: 03.04.2022.
3. Внешняя торговля услугами. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vneshnyaya-torgovlya/vneshnyaya-torgovlya-uslugami/>. – Дата доступа: 03.04.2022.
4. Потребительские тренды. – Режим доступа: <https://marketing.by/analitika/nazvaniy-potrebitelskie-trendy-2030-na-pervom-meste-aktivizm/%09%09%09%09>. – Дата доступа: 03.04.2022.

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

О. А. Прокопнёва

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель канд. экон. наук И. В. Ерманина

С развитием государственных систем и институтов, а также повсеместно меняющимися тенденциями их совершенствования, современный человек все чаще ощущает потребность в базовой экономической стабильности. В условиях, когда все делается людьми и для людей, крайне необходимо обеспечить их доступом к ключевой потребности в защите, безопасности и уверенности в завтрашнем дне. Именно этим обусловлена актуальность изучения рыночной экономики, в частности, ее социальной ориентированности.

Говоря о социально ориентированной рыночной экономике, следует отметить, что несмотря на то, что любая экономика, по определению, является социальной, под данным термином понимается вполне конкретный тип хозяйственной системы, возникший и укрепившийся в послевоенные десятилетия в индустриальных странах, главным образом, в Западной Европе, отличающийся исключительно высоким уровнем