

Библиографический список

1. Вейнберг Н. Десятка прогнозов Gartner: цифровая революция продолжается [24.10.2016] // Computerworld Россия. [Электронный ресурс] URL: <http://www.computerworld.ru/articles/Desyatka-prognozov-Gartnertsifrovaya-revolyuetsiya-prodolzhaetsya>
2. Пряников М.М., Чугунов А.В. Блокчейн как коммуникационная основа формирования цифровой экономики: преимущества и проблемы // International Journal of Open Information Technologies, vol. 5, no.6. 2017.
3. Сатоши Накамото. Биткоин: цифровая пиринговая наличность // Coinspot [21.12.2013]. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.coinspot.io/technology/bitcoin/perevod-stati-satoshinakamoto/>

УДК 303.7

Студ. Е.В. Можаяева
Рук. О.Н. Новикова
УГЛТУ, Екатеринбург

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ В СФЕРЕ РОССИЙСКОЙ БЬЮТИ-ИНДУСТРИИ

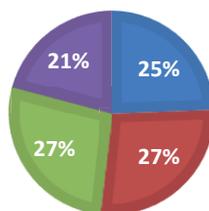
В современном обществе одними из самых востребованных услуг являются услуги бьюти-индустрии. Российский рынок индустрии красоты активно развивается на протяжении последних 25 лет, прирастая до 2013 года примерно на 25 % в год. Согласно статистическим данным, сегодня существует более 60 тыс. предприятий салонного типа красоты в России. А самыми успешно развивающимися услугами за последние шесть лет стали парикмахерские услуги (53 %), косметологические (29 %), а также услуги ногтевого сервиса (18 %) [1].

Несмотря на постоянно увеличивающийся спрос на услуги салонного типа выше среднего, российский рынок индустрии красоты по качеству обслуживания пока не достиг европейского уровня. На данном этапе рынок салонного бизнеса видоизменяется под воздействием ряда факторов, таких как: мода, искусство, СМИ, инновационные разработки и т.д. [2]. Благодаря анализу предложений в сфере бьюти-индустрии, все услуги классифицируются по таким группам: медицинские, имиджевые и релаксационные [3]. Ассортимент бьюти-услуг постоянно расширяется, благодаря технологическим инновациям и достижениям в области медицины, обогащаясь фармакологическими, биофизическими, химическими и косметическими средствами.

Бьюти-индустрия России становится привлекательной для компаний на мировом рынке услуг, потому что на салонные услуги россиянки тратят в разы больше, чем женщины из других стран. Затраты на косметические процедуры в европейских странах приведены на диаграмме.

ЗАТРАТЫ НА КОСМЕТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕДУРЫ

■ Швеция ■ Испания ■ Португалия ■ Англия



Затраты на косметические процедуры

Исходя из данной диаграммы, жительницы Швейцарии тратят на косметические процедуры 230 долл. в год, испанки и португалки готовы заплатить за указанные услуги 256 долл. в год, англичанки – 198 долл. в год.

По сравнению с иностранными потребителями, россиянки тратят на косметические услуги в разы меньше – 90 долл. в год, но стоит заметить, что уровень заработной платы в Российской Федерации гораздо ниже, чем в европейских странах. Россиянки увеличили посещаемость салонных предприятий с 2000 г. в 10 раз. Но по данным BusinessStat из доклада «Анализ рынка услуг парикмахерских и салонов красоты в России», рост посещаемости за последние годы не так высок. За 2014–2015 гг. он вырос всего на 1 % (160 млн руб.), а в 2015–2016 гг. произошел спад на 1,5 %. Из-за снижения платежеспособности населения страны в последние годы прирост показателей незначительный.

Опираясь на данные статистического анализа можно констатировать, что в России сегмент рынка бьюти-индустрии востребован. На сегодняшний день не каждый россиянин может позволить себе данные услуги из-за ограниченных доходных средств, но, несмотря на данный факт, спрос на них не исчезает.

Невозможно не упомянуть о кризисе, затронувшем все сферы человеческой жизнедеятельности. Большинство бьюти-предприятий адаптируется к требованиям клиентов. Экономический спад заставляет потребителей тратить денежные средства более рационально и за наименьшую плату требовать от салонов красоты больший спектр предоставления услуг. А значит, конкуренция между предприятиями бьюти-индустрии в России со временем будет только нарастать.

Библиографический список

1. Озерцовская А.Г. Общий обзор деятельности российских салонов индустрии красоты // Студенческий форум: электрон. научн. журн. 2017. № 21(21). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nauchforum.ru/journal/stud/21/29120>
2. Махмудова Х.Б. Мода как элемент культуры // Молодежный научный форум: гуманитарные науки: электр. сб. ст. по мат. XXXIX междунар. студ. науч.практ. конф. № 10(38). [Электронный ресурс]. URL: [https://www.nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/10\(38\).pdf](https://www.nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/10(38).pdf)
3. Катунина Н.В. Особенности программ лояльности на beauty-рынке // Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам XIII междунар. науч.-практ. конф. № 1(13). М.: изд. «МЦНО», 2018. С. 36–40.

УДК 123,1

Студ. Д. А. Набродов, Д.Р. Тупаев
Рук. Н.К. Антропова
УГЛТУ, Екатеринбург

**СВОБОДА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ МОДЕЛИ
ПОВЕДЕНИЯ ЧЕЛОВЕКА**

Понятие «Свобода» является универсальным понятием культуры, определяющим мировоззрение, систему ценностей, модель поведения человека в обществе. Однако при появлении государства появились правила и законы, которые серьезно ограничивают возможности и потребности человека.

Древние греки и римляне воспринимали свободу как жизнь на родной земле. Также ими свобода понималась как полное господство над своей судьбой. Однако потом это понятие существенно изменилось. Свобода стала пониматься как постоянный контроль над своим внутренним миром, то есть каждый человек в душе мог быть свободным, вне зависимости от того, раб он или хозяин. Такое понимание свободы активно развивали стоики (особенно Эпиктет), в результате чего оно стало использоваться в европейской философии и в наше время.

В эпоху Средневековья христианство существенно изменило понятие свободы и духовных ценностей. Так, Филон Александрийский считал, что свободным может быть только Бог, в то время как человек не может быть свободным, за исключением явления «Одарения Бога». Другими словами, человек является своеобразным рабом Бога и может делать что-либо только с