

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ БЬЮТИ-ИНДУСТРИИ И РЫНКА ПАРИКМАХЕРСКИХ УСЛУГ В РОССИИ

1. БЬЮТИ-ИНДУСТРИЯ КАК БИЗНЕС И КЛЮЧИВЫЕ ТРЕНДЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЕЕ РАЗВИТИЕ.

2. ИЗМЕНЕНИЯ, ПРОИЗОШЕДШИЕ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ В СФЕРЕ КРАСОТЫ

3. КЛАССИФИКАЦИЯ САЛОНОВ КРАСОТЫ.

4. ЧИСЛЕННОСТЬ ПАРИКМАХЕРСКИХ, САЛОНОВ КРАСОТЫ И БАРЕРШОПОВ.

5. АНАЛИЗ РЫНКА ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ.

6. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ САЛОНА КРАСОТЫ.

7. ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ.

8. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ БИЗНЕСА В СФЕРЕ КРАСОТЫ.

9. АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ КРАСОТЫ В 2024 ГОДУ: КАК ВЫБРАТЬ НИШУ.

ВЫВОДЫ

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность работы обусловлена тем, что в наше время люди все больше стремятся хорошо выглядеть: стремление к красоте неподвластно экономическим кризисами и форс-мажорам. Ухоженная и привлекательная внешность ценится высоко, во многих случаях наша внешность оказывает решающее влияние на наше будущее, будь то построение карьеры или личная жизнь. В нашу жизнь прочно вошла культура регулярного поддержания стиля и ухоженности.

Это становится большим стимулом для открытия новых салонов красоты. У салона красоты всегда будет потребители, особенно, если заведение выдерживает конкуренцию и может предложить своим клиентам качественные услуги по разумной цене. Это одна из наиболее востребованных и перспективных отраслей бизнеса.

Целью данного исследования является анализ рынка парикмахерских и салонов красоты в России.

Объект исследования: российский сегмент рынка парикмахерских и салонов красоты.

Предмет исследования: направления и способы развития рынка парикмахерских и салонов красоты России.

Задачи:

1. Изучить литературу по теме исследования.
2. Выявить изменения, произошедшие в бьюти- индустрии и основные тренды, влияющие на ее развитие.
3. Изучить текущее состояние и характеристики рынка парикмахерских услуг.
4. Выявить тенденции и перспективы российского рынка парикмахерских услуг.
5. Расширить знания о возможности открытия бизнеса в данной сфере.

Основные методы, которые использовались в процессе исследования:

1. Изучение литературы, осмысление и обобщение результатов исследования.
2. Сбор и анализ статистической информации и информации электронных специализированных изданий.

Работа имеет практическую значимость: проведенное исследование будет полезно людям, планирующим открывать бизнес в бьюти-индустрии.

1. БЬЮТИ-ИНДУСТРИЯ КАК БИЗНЕС И КЛЮЧИВЫЕ ТРЕНДЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЕЁ РАЗВИТИЕ

В настоящее время активно развивается сфера услуг, особенно индустрия красоты: студии макияжа, маникюра, парикмахерских. По большей мере это обусловлено стремлением общества к постиндустриальной ступени развития, одним из показателей которой является развитая и востребованная сфера обслуживания.

Бьюти индустрия – это отрасль экономики, представляющая собой комплексную систему производства, маркетинга и продажи продуктов, товаров и услуг, связанных с красотой и уходом за внешним видом человека.

Она включает косметическое обслуживание и предоставление услуг, которые относятся к лечебной косметологии, уходу за телом и лицом, ногтевому сервису, парикмахерскому искусству. Отметим, что индустрия красоты включает в себя также косметическую индустрию или производство косметических средств.

Бьюти-индустрия – это целый мир красоты, ухода за собой и самовыражения, который охватывает множество профессий и услуг.

Основной задачей бьюти индустрии является удовлетворении потребности людей в самовыражении и позитивном отношении к себе и улучшении внешнего вида.

Рынок косметического обслуживания всегда остается востребованным среди женского населения для удовлетворения собственных потребностей в красоте. Это перспективное направление, особенно когда речь идет о мегаполисах и крупных городах. Так как желание женщин выглядеть достойно растёт с каждым днём, то и соответственно, спрос растет в прямой зависимости.

Рынок салонов красоты является одним из видов сферы услуг, который в наши дни пользуется особой популярностью. Основная цель любых салонов красоты:

- качественное обслуживание клиентов;
- расширение ассортимента услуг и товаров высокого качества;
- получение прибыли;
- повышение квалификации персонала.

Рынок салонов красоты динамичен и изменяется за короткий промежуток времени. Существуют следующие факторы для развития данной отрасли:

- увеличение темпов жизни населения;
- рост потребности в профессиональной, качественно оказанной услуге;
- появление новых технологий, как цифровых, так и косметических;
- появление новых товаров и услуг;
- появление средств на оплату различных услуг;
- нехватка времени на самообслуживание;
- стремление соответствовать модным тенденциям.

Современный рынок предприятий индустрии красоты динамичен под воздействием ряда факторов (мода, искусство, общественные нормы, инновационные разработки), все это говорит о возможности внедрения новых услуг, тем самым способствуя увеличению прибыли от данного вида деятельности.

С каждым годом появляются новые модные направления и технологии, которые определяют, как должен выглядеть идеальный человек. Модные тенденции имеют огромное влияние на стандарты красоты в России в 2024 году:

1. Сохранение естественной красоты и индивидуальности.
2. Забота о здоровье и окружающей среде.
3. Использование передовых технологий для улучшения внешнего вида.
4. Осознанность при выборе косметических продуктов и ухода за кожей.
5. Соответствие личным принципам и ценностям.

Нельзя забывать и о влиянии моделей и знаменитостей на стандарты красоты. Их внешность и стиль становятся примером, которому многие люди хотят следовать. Красивые и тонкие модели в журналах и на подиуме, знаменитости с прекрасной внешностью становятся идеалом для многих. Их образы и стиль определяют модные тенденции и стандарты красоты.

Красота - величина субъективная, но она всегда меняется в соответствии с трендами и развитием технологий. В 2024 г Россия является одним из лидеров индустрии красоты, устанавливая новые стандарты и тренды.

Бьюти- тренды 2024 г

1. Естественность

Одним из главных трендов становится *естественность*. Примеры «Photoshop-идеала» уступают место естественным формам и цветам. Акцент делается на подчеркивании индивидуальных черт лица и фигуры. Важны натуральный цвет волос, незамаскированный пигмент кожи. Оттенки в макияже становятся более нейтральными, акцент делается на здоровом сиянии кожи. Вместо чрезмерного макияжа и ярких тональных средств, будет акцент на ухоженности кожи и удачной прическе. Натуральный макияж, подчеркивающий естественную красоту, будет преобладать над вычурными образами.

2. Минимализм

Минимализм в косметологии будет подразумевать использование минимального количества продуктов и самых необходимых ингредиентов, что позволяет сократить нагрузку на кожу и волосы. Будут предпочитаться нежные, гипоаллергенные формулы, которые эффективно ухаживают за кожей и волосами, не вызывая раздражения и аллергических реакций.

3. Натуральность

Одним из самых актуальных направлений в индустрии красоты стало использование экологически чистых и натуральных материалов в производстве косметических продуктов. Технологии позволяют создавать косметику из органических компонентов, не содержащих синтетических добавок и вредных химических веществ. Это позволяет не только сохранить здоровье пользователей, но и проявить заботу об окружающей среде.

Будет активно использоваться маслами и экстрактами растений, которые прекрасно питают и увлажняют кожу, возвращая ей здоровый вид и эластичность. Натуральные масла также способствуют росту и укреплению волос, делая их более гладкими и блестящими.

При этом «натуральность», по наблюдению экспертов, - не ключевой фактор выбора косметики. Гораздо важнее ее свойства и состав, т.е. наличие активных компонентов.

4. Здоровый образ жизни

Физическая активность, правильное питание и уход за собой имеют большое значение для создания нового стандарта красоты. Кроссфит, йога, пилатес и другие виды спорта становятся неотъемлемой частью россиянок. Они стремятся к сильному и здоровому телу, подчеркивающему их красоту.

5. Разнообразие

Разнообразие – еще одно ключевое направление. Образы все чаще работают на индивидуальность и уникальность. Россия 2024 года приветствует множество различных стилей и модных веяний. От элегантного классического образа до рок-н-ролла – каждая женщина может найти свой собственный путь к красоте.

6. Технологии и инновации

В современном мире технологии и инновации играют огромную роль в создании и поддержании стандартов красоты. Развитие технологий не только помогает улучшить качество и эффективность косметических продуктов, но также открывает новые возможности для создания индивидуального образа.

Современные косметологические процедуры, аппаратные методики и инновационные средства ухода позволяют достичь идеальных результатов. Гаджеты для домашнего использования и приложения для смартфонов помогают поддерживать красоту в быстром темпе современной жизни.

Одним из важных трендов в области красоты стало использование нейросетей и искусственного интеллекта для создания уникального макияжа. Благодаря обучению машин и анализу больших объемов данных, компьютерные программы могут предложить клиенту наиболее подходящий макияж, учитывая его стиль, цветовую гамму кожи и модные тренды.

Другой инновацией, которая получила широкое распространение, являются умные зеркала. Они позволяют пользователям применять макияж в режиме реального времени, используя встроенные камеры и программное обеспечение для создания точных и профессиональных

образов. Умные зеркала могут также предлагать рекомендации по уходу за кожей и подбирать подходящие косметические средства.

Таким образом, новые стандарты красоты в России 2024 года *сосредоточены на естественности, здоровом образе жизни, разнообразии и использовании современных технологий и инноваций*. Они открывают новые возможности для каждой женщины и позволяют выражать свою индивидуальность.

2. ИЗМЕНЕНИЯ, ПРОИЗОШЕДШИЕ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ В СФЕРЕ КРАСОТЫ

Сфера красоты, как бизнес, основана на людях и во многом зависит как от персонала, так и от покупательского поведения клиентов. Можно очертить следующие ключевые изменения, произошедшие с современным бизнесе:

1. Увеличение конкуренции

– На это влияет, в частности, то, что в основном салоны красоты и парикмахерские - это малый бизнес. Следовательно, больших капиталовложений не требует, а это обуславливает доступность бизнеса.

– Под воздействием конкуренции салоны красоты вынуждены расширять спектр услуг. Организации стремятся предложить потребителю что-то новое и необычное, удивить его. Так, отсюда следует, что качество услуги зависит от профессиональной компетентности и уровня мастерства парикмахеров и другого персонала. В современных салонах красоты востребованы люди с высшим образованием, квалифицированные мастера, способные не только предоставить качественную услугу, но и качественно обслужить своего клиента.

– Известно, что качество обслуживания клиента зависит от вежливости и обходительности персонала, от умения персонала общаться с клиентом. Важны и методы предоставления услуги. Это повышает конкурентоспособность и «продвинутость» салона.

Сейчас развернулась настоящая борьба за клиента. Аналитики РБК изучили поведение россиян на рынке бьюти-услуг и выяснили, что в связи с появлением монокабинетов (например, специализирующихся на ногтевом сервисе) сократилось количество потребляемых услуг в салонах красоты, появление барберщопов привело к активному уходу молодых мужчин в возрасте 20-35 лет из обычных парикмахерских. Логично, что в связи с этими изменениями конкуренция возрастет, и 2024 год не станет исключением. По мнению экспертов, в ближайшее время борьба за клиентов будет только усиливаться, и классическим салонам красоты придется конкурировать с еще большим количеством игроков, успеха добьются только салоны красоты и барбершопы, которые развиваются вместе с рынком.

Если руководство заинтересовано в стабильной работе, то они используют различные маркетинговые инструменты, расходуют средства и на привлечение новых клиентов, и на удержание существующих, предлагая им различные программы поощрения (акции, подарки, сертификаты и прочее).

Чтобы люди не уходили, предприятия beauty-индустрии соревнуются по качеству оказываемых услуг, расширяя свой сервис дополнительными заманчивыми предложениями (вкусный чай/кофе или бесплатный массаж рук, ног и т.д.).

В основном, многие предприятия ориентированы на обслуживание существующих целевых клиентов, которые и приносят им основной доход. Задача любого предприятия на данном рынке – сделать клиента лояльным, а это работа длительная, постоянная база клиентов нарабатывается годами за счет качества оказываемых услуг, полученного положительного результата.

Режим самоизоляции обострил конкуренцию между салонами. Специалисты- мастера перешли работать на дом, забрав с собой клиентскую базу. После снятия ограничений часть специалистов не стала выходить на работу в салоны и начала продвигать свои услуги через интернет.

2. Новые форматы предоставления услуг

Предполагается, что уже в ближайшее время будут более востребованы новые форматы предоставления бьюти-услуг.

Тип предприятия	Обоснование востребованности
Моностудия	Вырос спрос не на комплексный уход, как раньше, а на моносервисы. То есть, если предыдущие клиентки все процедуры делали в одном

	салоне, а иногда даже у одного мастера, то сейчас тренд: маникюр делают в одном месте, стригут в другом, а красят в третьем скоро. Предполагается востребованность салонов и баров, которые специализируются только на одной услуге. К примеру, на лазерной эпиляции, перманентном макияже, оформлении бровей.
Экспресс-бар	У достаточно большого процента клиентов нет возможности четко планировать свой день и записываться на бьюти-процедуры заранее. В результате этого резко повышается популярность студий, в которых профессионально ведется работа без предварительной записи. Такие бьюти-бары зачастую расположены в торговых и развлекательных центрах, в бизнес-центрах, вблизи спортивных сооружений.
Лоукосты - 3 алы и студии экономичного и бюджетного форматов	Не всем нужен премиальный сервис, особенное внимание и множество «фишек» в виде кофе и чая. Некоторые хотят получить только услуги, и при этом по низкой цене. И для такой категории клиентов актуальны лоукост-студии, в которых очень лаконичный дизайн, нет дополнительных удобств и иногда – даже администратора.
Салоны для определенной категории людей	Становятся популярными заведения, которые открывают свои двери только для клиентов «по интересам». Начиная от детских парикмахерских и заканчивая мужскими клубами.

3. Цифровизация и онлайнизация

Все ушло в смартфон. Появились чат-боты, формы самостоятельной онлайн-записи и иные новшества. Работают онлайн-модули круглосуточно (на сайте и в телефоне), ими удобно пользоваться в любой точке мира и в любой ситуации: за рулем, в офисе, самолете.

4. Масштабизация

Крупные beauty-организации не только предоставляют широкий спектр услуг, проводят разные процедуры, но и открывают новые смежные направления. К примеру, обучающие центры и магазины по продаже косметики.

5. Переход на качественное обслуживание и безупречное выполнение работ

Это является главным критерием успешности. Если обеспечено качественное обслуживание и безупречное выполнение работ, это почти половина успеха. Следует начать именно с этого – с подбора мастеров, которые прошли специальные курсы, имеют соответствующие навыки, большой опыт, долю таланта и желание следовать высоким стандартам. Рекомендуются также сделать выбор в пользу дорогих инструментов, проверенных материалов.

На первый план выходит не только качество оказываемых услуг, но и эмоциональное сопровождение. Люди приходят в салон не только для того, чтобы избавиться от лишних волос или подпилить ногти, они приходят за эмоциями.

Частично эмоции дарит достигнутый результат – клиент видит свое преображение и ощущает прилив приятных впечатлений. Но также позитив создается при помощи особой атмосферы – расслабляющая музыка, настрой мастера, забота со стороны администратора. К примеру, посетитель знает, что во время процедуры его ребенок будет в холле под присмотром, так как стоит детский стульчик и есть раскраски.

Таблица 1. Качество услуги

Составляющие качества услуги	Качество обслуживания клиента
Качество оборудования	Отношение к клиенту со стороны персонала
Качество технологии	Время обслуживания
Качество инструмента	Применение прогрессивных форм обслуживания
Качество парфюмерно-косметических товаров	
Квалификация персонала	

Наряду с качеством услуги еще одним параметром, обеспечивающим конкурентоспособность услуги, является цена.

Таблица 2. Цена услуги

Внешние факторы	Внутренние факторы
Политика	Затраты
Экономика	Специфика услуги
Инфляция	Дополнительный сервис

6. Поиск партнеров

Открывая моностудию, многие заводят выгодные связи с салонами, которые занимаются смежным сегментом. Таким образом, создается дистанционная коллаборация, что идеально подходит для коммерческого развития.

7. Активное развитие сетей

Наблюдается переход к узкому сегменту услуг и при этом к открытию одновременно нескольких салонов. В том числе, с ориентиром на франчайзинг.

Автономные салоны красоты и барбершопы сейчас доминируют в России, однако участие сетей увеличивается с каждым годом. Этому способствует развитие франшизы и мощные возможности продвижения на рынке, в том числе в социальных сетях.

8. Минимизация количества сотрудников

К примеру, вместо администратора можно установить терминал, который окупается за короткое время (с учетом того, что более не нужно платить зарплату сотруднику в размере 50 000–80 000 рублей).

9. Система «все включено»

Любям нравится эта система, и хорошо она прижилась в сфере бьюти-индустрии. Закончились игры с ценами и накручиванием стоимости – люди хотят точно знать, сколько стоит и длится процедура, и нужны четкие прайсы!

10. Желание потребителя платить меньше

Есть вполне определенные причины, по которым российский салонный рынок меняется: это вызвано как западными трендами и ускорением жизни в крупных городах, так и падением доходов населения, и осложнением макроэкономической ситуации.

Клиент стал тщательнее считать свои деньги. Он не хочет переплачивать, но и не хочет терять качество, так как привык к определенному уровню обслуживания. На салонах красоты готовы сэкономить 10% россияне в целом. Однако среди женщин этот показатель значительно выше: траты на красоту готовы сократить 22% опрошенных россиянок (13% – на салоны и 9% – на косметику). Тогда как среди мужчин такой вариант ответов в целом указали вдвое меньше респондентов – 9%. Это объясняется не тем, что российские мужчины не готовы отказываться от трат на парфюмерию и парикмахеров, а скорее тем, что они в среднем тратят на собственную красоту меньше женщин.

11. Политика импортозамещения, рост популярности российских брендов

Одна из проблем, которая может быть интересна в связи с анализом ситуации на рынке beauty-услуг – это политика импортозамещения. Рост цен, вызванный различными факторами – от введения санкций до инфляционных процессов, возникающие трудности с доставкой, плюс заметный рост патриотического осознания среди населения – все это заставляет задуматься о введении в профессиональное пользование продукции отечественных брендов салонной косметики и замещении ими импортных производителей.

Более 80% используемых в салонах расходных материалов и оборудования – импортные. У поставщиков поднялись цены на косметологические препараты, краску для волос и расходники для маникюра.

Эксперты отмечают, что уход иностранных брендов был номинальным: большинство сохраняют «режим тишины», перестав вкладывать в маркетинг и Р R, но продолжая поставки в российские торговые сети. Усложнение логических цепочек привело к развитию параллельного импорта.

Часть компаний ушли с рынка. Операторы искали альтернативных поставщиков, и нашли их среди российских брендов, среди которых есть очень достойные. Правда, это не делает услуги дешевле. Основная задача отрасли сейчас – максимальное импортозамещение. Владельцы салонов активно исследуют сегмент корейской и израильской косметики. В пер-

спективе также на российском рынке ожидается рост потребления китайской и японской продукции.

Российский потребитель всегда скептически относился к национальным брендам. Однако, по мнению экспертов, ситуация постепенно меняется, а интерес и доверие к отечественной косметике растут. Потребители больше смотрят на стоимость продукции, а не на национальность бренда. В результате российские производители наращивают свою долю на рынке: 2022 году она выросла на 15% по сравнению с 2021 годом. В федеральных торговых сетях за 2022 год появилось около 300 новых марок, из них 121 производится в России.

11. Бьюти услуги: высокая доля теневого сектора сохраняется, но происходит детенизации рынка

В 2021 году доля теневого сектора в сегменте бьюти-услуг оценивалась в 70%. Развитие цифровых платформ и внедрение налогового режима для самозанятых помогли вывести из тени часть специалистов, работающих на себя.

Надо понимать, что мастера, которые работают на себя и не платят налоги, и самозанятые – это разные люди. Скорее всего, серый рынок мастеров в ближайшее время останется на уровне 30-40%, но идеология самозанятости даёт свои результаты. Многие компании трудоустраивают людей как самозанятых

Однако эксперты оценивают долю серого сегмента все еще высокой: фактически самозанятость оформляют только те мастера, кто ранее работал в салоне по трудовому договору.

Детенизация – вывод индустрии из тени- это новый термин, который ввело московское правительство. По мнению аналитиков рынка, для того, чтобы полностью вывести рынок из тени нужно еще 3-4 года.

3. КЛАССИФИКАЦИЯ САЛОНОВ КРАСОТЫ

Изначально, в бьюти-индустрии можно выделить 3 основных направления оказания услуг – медицинские, имиджевые и релаксация. В зависимости от направления деятельности точки, в дополнение может идти разделение на возрастные категории или по полу.

Рынок салонов красоты сегментирован по финансовым возможностям клиентов, по целевой аудитории людей, на которую ориентирован салон, по услугам и т.д. На сегодняшний день Стоянов И.В. предлагает следующую классификацию салонов красоты (таблица [1]).

Табл. 1 **Классификация салонов красоты**

Тип классификации	По целевой аудитории	По количеству оказываемых услуг	По стоимости услуг	По зоне тела и потребности клиента
Классификация	Салоны для женщин, мужчин, детей	Моно-салоны, комплексные салоны, мульти-салоны.	Люкс, премиум, бизнес, лоукостер, эконом.	Волосы, ногти, лицо, тело и т.д.

Услуги современных салонов красоты включают:

1. Все виды парикмахерского обслуживания (разработка нового имиджа, стрижка, окрашивание, уход, укладка, создание причесок).
2. Услуги визажистов (make-up в различных вариациях).
3. Косметологические процедуры (уход за кожей лица и тела с применением ручных и аппаратных методик, в т.ч. омолаживающие, лечебные процедуры).
4. Массажные процедуры.
5. Услуги маникюра и педикюра.
6. Солярий, моментальный заггар.
7. Пирсинг, татуировки.
8. SPA-процедуры, объединяющие в себе методики косметологии и массажа, с акцентом на релаксацию и оздоровление организма при помощи натуральных средств, ароматерапии и водных процедур.

Салон красоты – заведение, занимающееся преимущественно косметическим обслуживанием населения. Является многопрофильным заведением, в котором предлагают процедуры по уходу за лицом, телом, волосами, ногтями (например, косметический массаж лица, массаж тела, маникюр, педикюр, макияж, SPA, эпиляция).

Парикмахерские специализируются, в большей степени, на услугах, связанных с волосами: мытье, подравнивание и стрижка, укладка, окрашивание, завивка, распрямление волос, бритье и подравнивание бород.

Структура сегмента рынка парикмахерских похожа и на другие сферы индустрии красоты.

— **Парикмахерские эконом-класса** занимают 45 % рынка. Эти салоны работают с небольшим штатом – 2-3 мастера универсальной квалификации. Клиентская база расширяется медленно, в большей степени по принципу сарафанного радио.

— **Парикмахерские среднего класса – 30 %**. Салон оснащен современным оборудованием, штат состоит из — 5-6 мастеров. Посещение салона происходит по записи. Обычно расположены в крупных районах с хорошим подъездом.

— Далее салоны уровня **люкс – 20%**. Оказывают максимальный пакет услуг, персонал состоит только из высококвалифицированных специалистов с индивидуальным сервисом для каждого клиента. Расположены в престижных районах с собственной парковкой.

— Менее популярны парикмахерские **VIP класса – 5%**. Они рассчитаны только на особых клиентов с доходами более 80 тыс. Малая посещаемость компенсируется наценками около 400%. Салоны люкс и VIP класса характерны только для крупных городов.

В среднем, можно сказать, что для потребителя теперь более предпочтителен средний класс. 9. []

4. ЧИСЛЕННОСТЬ ПАРИКМАХЕРСКИХ, САЛОНОВ КРАСОТЫ И БАРЕРШОПОВ

Федеральная служба государственной статистики фиксирует численность объектов бытового обслуживания населения, в том числе, парикмахерские и салоны красоты.

Бурный рост рынка, по мнению экспертов, рынок салонов красоты испытывал до 2016 года. Рост превышал 10-15% в год. Существенное сокращение реальных доходов граждан РФ, прошедшее в 2015-2016 году, наряду с ростом стоимости косметических услуг, вызванных ростом стоимости косметического оборудования и косметических средств, повлияло на резкое сокращение рынка. Впрочем, после 2016 года рост рынка возобновился.

Доля парикмахерских услуг в общем объеме бытовых сервисов населению неуклонно повышалась с 2010 года. К 2018 она составила 11,2%, в денежном эквиваленте объем рынка равен 106 016,4 млн руб.

Табл. 2 **Численность предприятий отрасли России, 2017-2021гг.**

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021
Численность парикмахерских и салонов красоты	95161	98947	100523	89968	86819
Динамика (% к предыдущему году)	-	4,0	1,6	-10,5	-3,5

Источник: Федеральная служба государственной статистики, BusintsStat

В 2017-2019 гг численность парикмахерских и салонов красоты в России ежегодно увеличивалась и в 2019 г составила 100,5 тыс предприятий.

Для российской бьюти-индустрии последние три года были сложными: сначала бизнес подкосила пандемия коронавируса, затем на нем негативно сказались уход западных брендов и ослабление рубля.

В 2020 году в период пандемии индустрия красоты оказалась среди наиболее пострадавших от коронавируса. Некоторые бьюти-салоны и парикмахерские, не имея возможности работать в условиях ограничений, не смогли договориться с арендодателями и были вынуждены закрыться. В результате показатель снизился на 10,5% до 90,0 тыс.

В 2021 г показатель продолжил сокращаться (на 3,5% к предыдущему году) и по итогам года составил 86,8 тыс предприятий. Причиной снижения количества предприятий отрасли стало укрупнение салонов. Пандемия показала, что мелким салонам с небольшим ассортиментом тяжело конкурировать на рынке. В итоге часть парикмахерских добавили в свои прайсы новые услуги и превратились в многопрофильные салоны красоты. При этом часть мелких предприятий ушла с рынка.

За 2022 год в России увеличилось число косметических салонов и парикмахерских в крупных городах. Количество заведений подобного формата выросло на 3,3% по сравнению с мартом 2021 г. (статистику привел сервис 2ГИС). По данным сервиса в городах с миллионным населением открыто более 19 тыс. косметических салонов и парикмахерских. По количеству заведений лидирует столица, после нее располагается Санкт-Петербург.

Аналитики сервиса 2ГИС опубликовали статистику городов с миллионным населением по количеству салонов красоты в 2023 году. За март, сравнивая с тем же периодом прошлого года, увеличение количества бизнес-объектов в сфере косметологии, парикмахерских услуг, барбершопов составило 3,3%. Бьюти-индустрия активно нанимает персонал, а позитивные тенденции свидетельствуют о расширении рынка.

Всего в городах с миллионным населением специалисты 2ГИС насчитали 19,1 тыс. объектов бьюти-сферы. **Москва** остается в лидерах (7 тысяч салонов), второй город рейтинга **Санкт-Петербург** (2,7 тыс.).

Аутсайдерами стали: Воронеж (всего лишь 432 объекта), Волгоград (355). Причем Волгоград отличился закрытием доли бьюти-бизнеса – за 2022 год число объектов снизилось на 3,6%. А вот в Краснодаре и Омске рост составил 14% и 13,3% соответственно. [3]

Современные представители сильного пола становятся все более открытыми к новым бьюти-услугам, что приводит к прогрессивным изменениям на рынке мужского ухода. При этом самыми востребованными процедурами останутся бритье, стрижка и укладка бороды. **Популярность барбершопов бьет все рекорды** – с 2016 года рост данного сегмента составил более 30%, оставив далеко позади услуги массажа, депиляции, похудения, ухода за ногтями. В будущем услуги мужских салонов станут более разнообразными. Представители сильного пола все чаще будут заказывать маникюр, уход за кожей, оздоровительные процедуры, массаж, ароматерапию, микроблейдинг, инъекции. [24]

По данным 2ГИС, за год (с июля 2022 года по июль 2023 г) в городах - миллионниках количество барбершопов выросло на 18% и достигло 3337 точек; за последние четыре года - с июля 2019 года, количество барбершопов стало больше на 97%.

На первом месте по приросту — Омск, количество барбершопов за год там выросло на 35% до 54 точек. На втором месте Волгоград (+31,3%, 42 точки), на третьем месте Челябинск (+30,5%, 77 точек). В Москве за год количество барбершопов увеличилось на 17,6% и сейчас, по данным 2ГИС, составляет 1 158 точек. В Санкт-Петербурге барбершопов стало больше на 16,4% — 624 точки.

Рис. 1 Динамика барбершопов в городах-миллионниках в 2023 г

Город	Количество барбершопов	Прирост за год
Омск	54	35.0%
Волгоград	42	31.3%
Челябинск	77	30.5%
Самара	134	30.1%
Ростов-на-Дону	120	29.0%
Нижний Новгород	83	25.8%
Новосибирск	173	25.4%
Красноярск	84	20.0%
Екатеринбург	180	18.4%
Краснодар	251	17.8%
Москва	1158	17.6%
Санкт-Петербург	624	16.4%
Казань	142	11.8%
Воронеж	59	9.3%
Пермь	51	8.5%
Уфа	105	7.1%
Итого	3337	18.6%

По данным 2ГИС

Динамика количества барбершопов в городах-миллионниках с июля 2022 года по июль 2023 года.
Created with Datawrapper

5. АНАЛИЗ РЫНКА ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Главная трудность при изучении бизнеса в сфере красоты – недостаточность информации. Основная часть салонов красоты – это предприятия малого бизнеса с количеством работников 4-6 человек. Специфической особенностью так же является высокая доля оборота наличных денежных средств, и как следствие, большой соблазн для злоупотреблений в финансовой сфере и скрытия доходов.

5.1. Популярность той или иной бьюти-услуги зависит от сезона. В течение последних нескольких лет в салонном бизнесе сложилась следующая закономерность:

- загрузка в июне и июле стабильная;
- август от них разительно отличается - происходит спад активности клиентов;
- к середине сентября, когда школьные хлопоты отходят на второй план, а отпуска заканчиваются, поток посетителей студий возобновляется;
- в ноябре происходит очередной спад, но не такой значительный;
- с середины декабря ситуация резко меняется: клиенты массово устремляются в салоны, чтобы привести себя в форму перед грядущими корпоративами и каникулами. Иногда за две недели до Нового года студии красоты успевают сделать выручку, равную трёхмесячной;
- первая половина января традиционно является периодом затишья;
- с середины февраля начинается новый виток активности, праздники и наступление весны работает в плюс для салонов красоты;
- на майских праздниках вновь затишье. 7 []

Рис. 2 Сезонность спроса на услуги салонов красоты

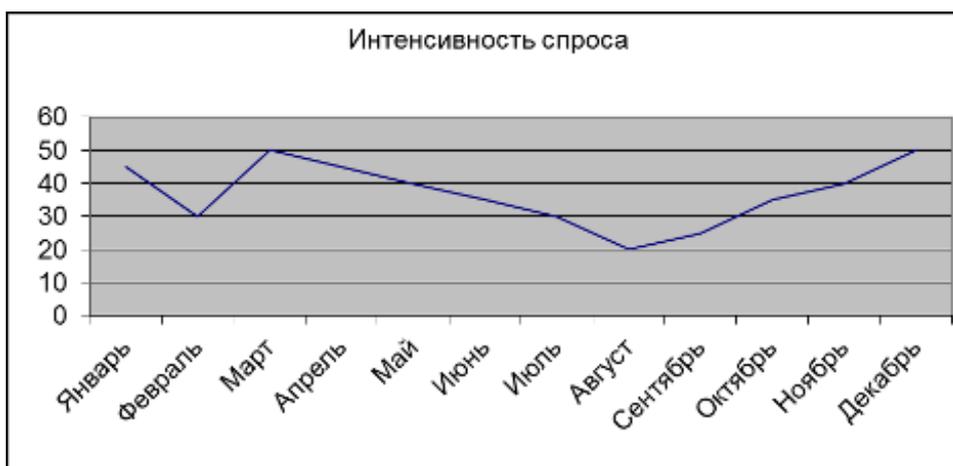
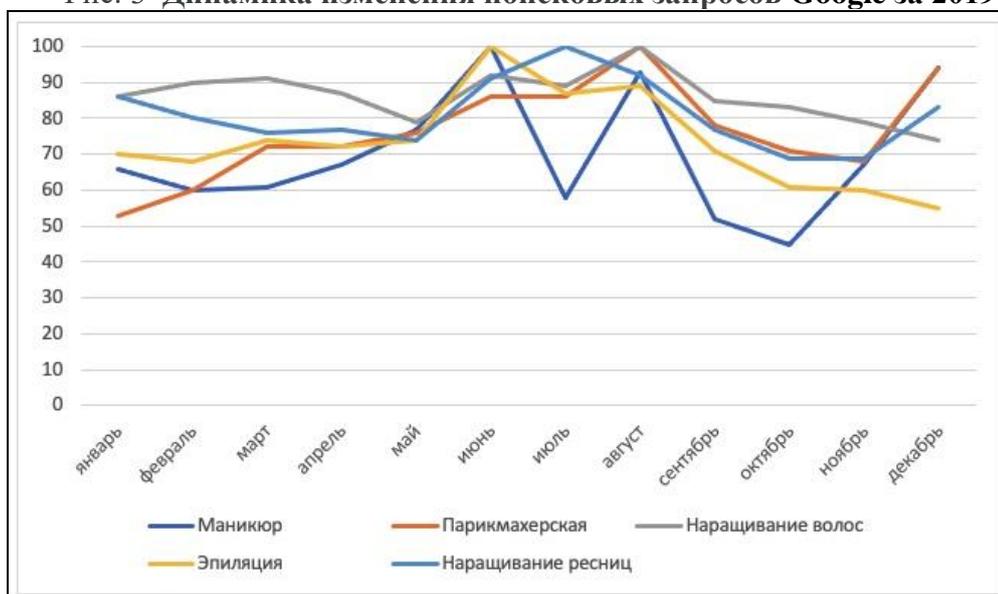


Рис. 3 Динамика изменения поисковых запросов Google за 2019 год



Спад продаж во многом зависит от специфики услуг. Например, эпиляция, равно как и косметология лица, пользуется спросом с февраля по май из-за запрета загорать после процедур. Базовые процедуры по типу стрижек, маникюра, педикюра, окрашивания бровей, наращивания ресниц, люди делают круглый год. 8 []

5.2. Популярные услуги

Маникюр остается самой популярной услугой среди россиян, на втором месте – стрижка, третье место делят педикюр, окрашивание и уход за бровями. [5]

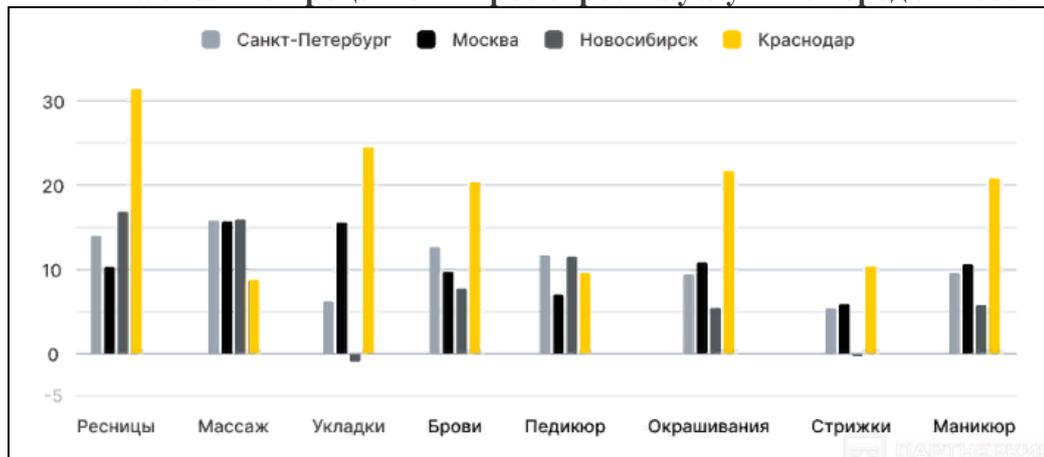
Осенью 2023 года в России зафиксировано рекордное увеличение спроса на наращивание ресниц. В сравнении с осенью 2022 года, увеличение спроса на данный вид услуг составило 503 процента, или в шесть раз. Также среди россиянок отмечается тенденция по 132-процентному увеличению спроса на услуги мастеров по уходу за бровями. На 72 процента увеличился спрос на макияж. Увеличение спроса на парикмахерские услуги в 2023 году составляет 45 процентов. На 37 процентов увеличилось количество спроса на педикюр и маникюр.

Бьюти-услуги с выездом на дом или другое удобное для клиента места стали осенью 2023 г в прямом смысле хитом сезона. Увеличение спроса на услуги выездных мастеров осенью 2023 года достигло отметки 43%. На 478% увеличился спрос на вызов мастера по бровям и ресницам.

Также отмечается 50% увеличение спроса на услуги мастеров по маникюру и педикюру. Спрос на услуги визажистов и парикмахеров увеличился на 42% и 27% соответственно. [10]

В Санкт-Петербурге вырос спрос на массаж – на 15,7% и уход за ресницами- на 14%. В Москве в топе оказались массаж и укладка- 15,5% и 15,4% соответственно. На третьем по популярности месте – окрашивание (рост на 10,8%). Любопытно, что в Новосибирске и Краснодаре самым быстрорастущим сегментом оказался спрос на услуги, связанные с ресницами – рост составил 16,9% в Новосибирске и 31,7% в Краснодаре. [5]

Рис. 4 На сколько процентов вырос спрос на услуги по городам России



5.3. Ценовая конъюнктура, средний чек

В 2023 году россияне в среднем тратили 1633 рубля за визит в салон красоты. Это на 10% больше, чем в 2022 году. Рост произошел за счет удорожания услуг.

Сильнее всего подорожали услуги мастеров маникюра. Средний чек на маникюр в Санкт-Петербурге вырос на 6%, а в Москве – на 21%. При этом любопытно, что в Санкт-Петербурге стоимость некоторых услуг выше, чем в Москве. Так, петербуржцам маникюр обойдется дороже – цена в среднем 1800 рублей, а москвичи платят 1690 рублей, средняя цена на конец августа 2023 г в России выросла до 943 рублей. [5], [6]

Мастера по маникюру сильнее всего ощутили рост цен на расходные материалы из-за санкций и нарушения логистики: они предпочитают использовать в своей работе материалы из США, Канады и европейских стран. На протяжении 2022 года у мастеров оставались запасы расходников, поэтому цены менялись не так сильно, но к концу года материалы закончились и закупки пришлось делать по обновленным ценам. [6]

Средний чек за стрижку в Санкт-Петербурге тоже выше - 1200 рублей, в то время как в Москве - 880 рублей. Цены на окрашивание в Москве и Санкт-Петербурге за год выросли на

5%, причем окрашивание в Москве дороже - 2000 рублей против 1940 рублей в Санкт-Петербурге. [5]

Средняя цена по России в марте 2023 г на ногтевой сервис составила 2,6 тысячи рублей, эпиляцию — 2,7 тысячи, массаж — 3,7 тысячи, косметические процедуры — 3,5 тысячи.

Сильнее всего бьюти-услуги бьют по семейному бюджету жителей республик Северного Кавказа. В Чечне это 18,5% от всех ежемесячных трат, в Карачаево-Черкесии — 15%, в Дагестане — 13,9%. Много тратят на красоту жители отдаленных регионов России: Алтай — 12%, Тывы — 11,1%. [6]

Рис. 5 Как изменились цены на маникюр

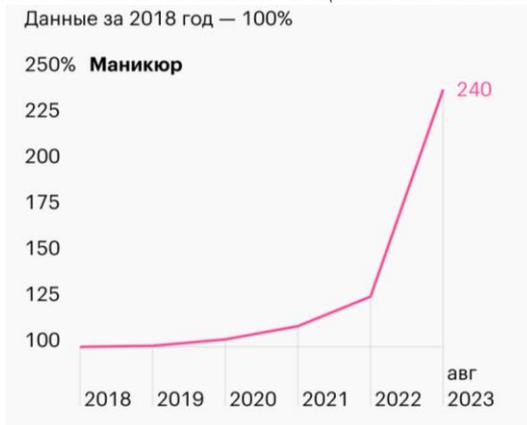


Рис. 5 Как изменились цена на женскую и мужскую стрижки

Данные за 2018 год- 100%



5.4. Чаевые

Средний размер чаевых вырос на 10% и составил 301 рубль. С начала года количество салонов, подключивших чаевые, выросло в два раза. Наиболее активно эту функцию внедряют массажные SPA- салоны – там число подключений выросло почти в 4 раза. Количество людей, оставляющих чаевые в SPA- салонах, увеличилось почти в 7 раз; в массажных и маникюрных салонах количество визитов с чаевыми увеличилось в 4 раза; в салонах красоты и барбершопах- в 3 раза. [5]

5.5. Востребованность специалистов

Рост числа салонов привел к оживлению на рынке труда. Только за 20 дней марта владельцы салонов красоты разместили 3,4 тысячи новых вакансий, что уже на 21% выше показателя за весь март прошлого года, сообщили в hh.ru. Сильнее всего спрос на персонал вырос в Краснодарском крае, где появилось больше всего новых салонов, - на 137%. В Петербурге стало на 40% вакансий больше, а в Москве и Московской области - на 17% и 14% соответственно.

Спрос на сотрудников салонов растет равномерно по всем категориям. Вакансий для мастеров стало больше на 22%, для менеджеров по продажам - на 24%, а на сотрудников зоны ресепшен - на 28%. Среди мастеров самый высокий спрос на мастеров маникюра, вакансий для

них стало больше на 33% по итогам февраля 2023 года, парикмахеров требуется больше на 26%, а косметологов - на 14%, сообщили в "Авито Работа". [11]

Лидеры по количеству вакансий для «парикмахера»: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Краснодар, Ростов-на-Дону.

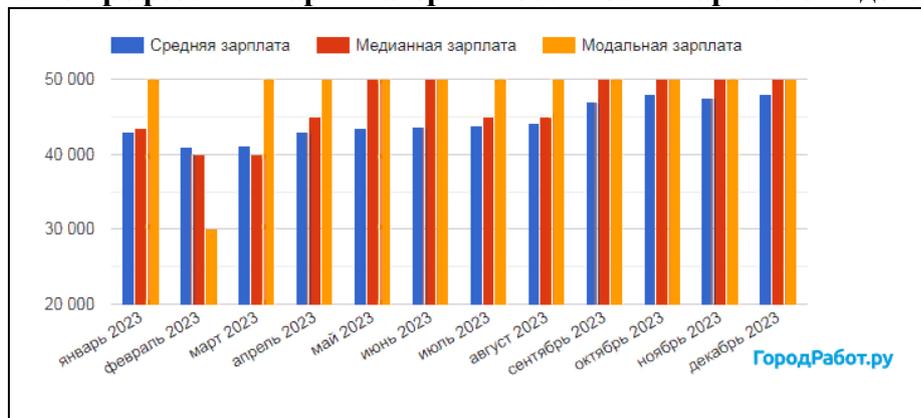
5.6. Средние заработные платы парикмахеров за 2023

По данным ГородРабот.ру, средняя зарплата парикмахера в России за 2023 год – 48024 руб.

Табл. Сколько зарабатывает специалист – парикмахер в крупных городах России (статистика на 16 января 2024). [12]

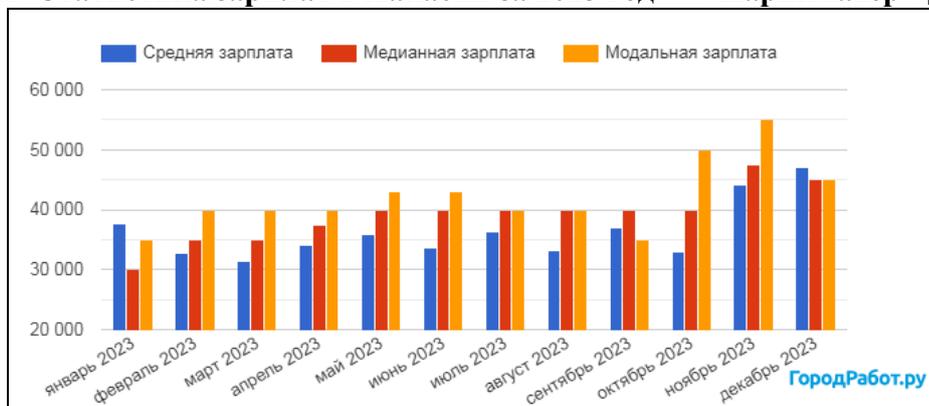
Город	Уровень з/п, руб.(без опыта работы)	Уровень з/п, руб.(опыт от 5-ти лет)	Уровень з/п, руб.(опыт более 10 лет)
Москва	31,000	70,000	95,000
Санкт-Петербург	32,000	51,000	75,000
Екатеринбург	22,000	41,000	62,000
Казань	28,000	42,000	63,000
Нижний Новгород	27,000	37,000	60,000
Новосибирск	29,000	34,000	50,000
Красноярск	22,000	40,000	55,000
Омск	23,000	32,000	53,000
Самара	17,000	34,000	51,000
Краснодар	24,000	37,000	54,000

Рис. Зарплата по профессии «Парикмахер» в России за январь 2023 г- декабрь 2023 [14]



Лидеры по уровню средней зарплаты по профессии «парикмахер»: Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Красноярск, Ростов-на-Дону.

Рис. Статистика зарплат в Хакасии за 2023 год — «Парикмахер» [13]



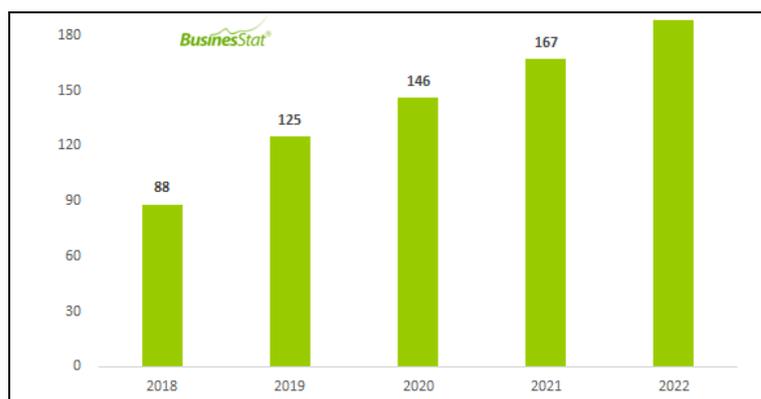
- Средняя заработная плата в Хакасии — 36 382 рубля, средний показатель всех зарплат в вакансиях сайта.

- **Медианная заработная плата в Хакасии** — 39 167 рублей, средний показатель без учёта самых высоких и самых низких зарплат.
- **Модальная заработная плата в Хакасии** — 40 000 рублей, с амая частая сумма зарплаты в вакансиях сайта.

5.7. Франчайзинг.

В 2022 г в России насчитывалось 188 франшиз парикмахерских и салонов красоты, что на 13% превысило значение 2021 г (167 франшиз), что на 13% превысило значение 2021 г (167 франшиз). По сравнению с уровнем 2018 г (88 франшиз) показатель вырос в 2,1 раза. Франчайзинг имеет определенные преимущества по сравнению с открытием бизнеса с нуля. Владелец франшизы помогает в запуске проекта, закупке оборудования и материалов с существующей скидкой на прямую от производителя, продвижения бренда. [23]

Рис. Количество франшиз парикмахерских и салонов красоты в России в 2018-2022 гг



6. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ САЛОНА КРАСОТЫ

Сегментация клиентов салонов красоты позволяет выделить 4 условные группы по уровню доходов и социально-экономическому статусу:

- малоимущие пенсионеры, малообеспеченные слои населения;
- средний класс: студенты, наемные работники;
- «верхний» средний класс: обеспеченные слои населения, владельцы малого бизнеса, высокооплачиваемые специалисты;
- высокодоходная группа - обеспеченные слои населения, владельцы крупного бизнеса.

У людей, которые ходят в салоны красоты, разный достаток, это очевидно. Не стоит бояться богатых или бедных, все клиенты хороши, если они приносят деньги, только вот условия обслуживания будут разными.

Рис. 9 Портрет клиента салона красоты



Целевой аудиторией салона красоты являются женщины (57%) и мужчины (43%). В последние годы многие услуги, которые раньше интересовали исключительно девушек и женщин, стали пользоваться спросом и среди мужчин. Например, маникюр, лазерная эпиляция, массаж, солярий, косметология. [20]

Эконом-класс. Посещают салон красоты в прикладных целях: пришел, получил услугу, ушел. Не требуют чай/кофе, не интересуются почти никогда, какую косметику Вы заказали у

поставщика. Не часто оставляют чаевые, не привязываются к конкретному мастеру и к конкретному салону. Очень любят скидочные программы и акции. Таких клиентов очень много, для того, чтобы работать с «экономными», нужно создать большое количество посадочных мест.

Средний класс. Клиенты среднего класса отличаются более трепетным отношением к мастерам и качеству материалов, которые используются в салоне. Чаще всего выбирают подходящее заведение и посещают его на постоянной основе, заводят доверительные отношения с конкретным мастером, покупают на кассе средства для ухода и с удовольствием оставляют чаевые. Не требуют к себе особого отношения, но не потерпят безразличия к себе или некачественную услугу, так как понимают, что платят неплохие деньги. Могут обращать внимание на дизайнерские решения салона и отдавать свое предпочтение атмосферному заведению.

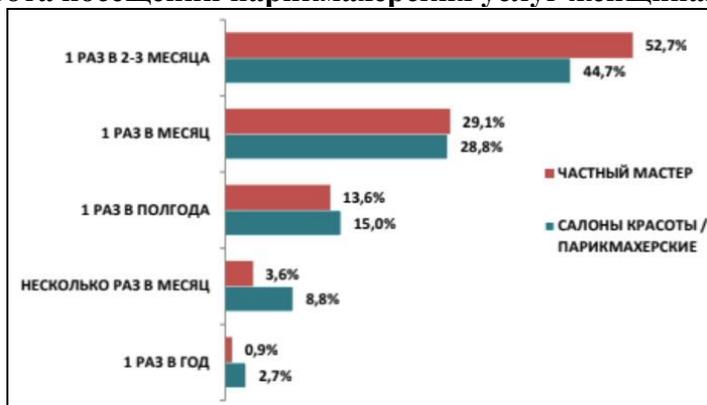
Бизнес класс. Воспринимают поход в салон красоты, как мероприятие. Никогда не спешат, на процедурах «отдыхают», имеют предпочтение по напиткам (кофе, чай, алкоголь) и хотят, чтобы в салоне не приходилось напоминать об этом. Знают своего мастера, поддерживают дружеские связи. Изучают все новшества в мире красоты и не против экспериментов, если доверяют мастеру. Для них имеет значение репутация и известность салона, за это готовы переплачивать, хвастаться посещением в социальных сетях. Никогда в случайный салон не забегают по пути с работы. Больше остальных категорий клиентов склонны «хранить верность» любимому заведению и проводить в нем много времени. [15]

7. ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Согласно опросу 2940 россиянок в разных регионах Российской Федерации, проведенным РБК в 2019 году, особенности по потребительского поведения женщин России отражены на рисунках 8-10.

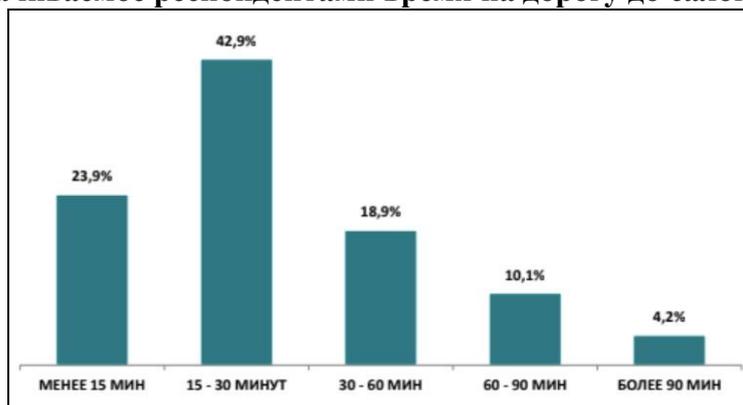
Все задаваемые вопросы касались парикмахерских услуг. Предполагалось, что парикмахерские услуги являются универсальными услугами, которыми пользуются все респонденты, и на основе полученных данных, можно будет сделать вывод, относительно покупательского поведения в других, аналогичных сферах деятельности салонов красоты. [17]

Рис. Частота посещений парикмахерских услуг женщинами России



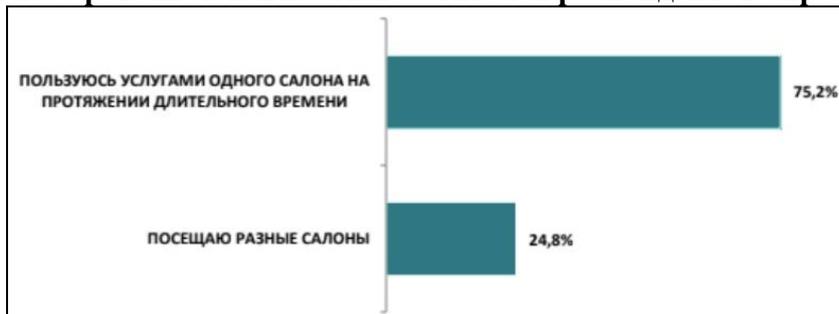
Немаловажным фактором успешности салона красоты как бизнеса, является расположение салона по отношению к его потенциальным клиентам (рис. 8).

Рис. Затрачиваемое респондентами время на дорогу до салона красоты



Также в рамках исследования был рассмотрен фактор приверженности девушек к одному салону красоты. Визуально это отображено на рисунке 8.

Рис. Уровень лояльности посетителей респондентов опроса



Фактор лояльности имеет тенденцию меняться с учётом возраста. В рамках данного исследования также был рассмотрен этот фактор, результаты опроса отображены в таблице 9:

Табл. Показатели клиентской лояльности в зависимости от возраста клиента

	18-24	25-34	35-44	45-54	Старше 55
Пользуются услугами 1 салона красоты на протяжении длительного времени	72,1%	70,2%	73,6%	76,4%	77,6%
Пользуются услугами разных салонов	27,9%	29,8%	26,4%	23,6%	22,4%

Полученные данные иллюстрируют, что в большинстве, женщины склонны к постоянству посещения одного салона красоты, либо парикмахерской. К тому же, постоянность посещения одного салона растёт с возрастом. Это обусловлено эмоциональной привязанностью к салону и конкретному мастеру, а также нежеланием искать новые салоны и испытывать новые услуги, при условии удовлетворенности качеством обслуживания в прежнем салоне. [17]

8. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ БИЗНЕСА В СФЕРЕ КРАСОТЫ

Салоны красоты, студии маникюра, бары по эпиляции, бары по оформлению бровей, салоны перманентного макияжа и иные заведения в сфере красоты *открывают по двум причинам*.

Первая – чтобы иметь свое дело. В большей степени это относится к тем бизнесвумен, которые не имеют основного места работы, но при этом получают денежные средства (например, обеспечивает муж или есть семейный бизнес) и не ориентированы на получение сверхприбыли. Открывая такой салон на рынке, женщина-собственник рассчитывает, что соберет свою команду профессионалов и будет получать услуги в своем собственном салоне. В подобном формате владелица сможет сделать стрижку или укладку, депиляцию, покрасить волосы, оформить красивый дизайн ногтей в любое время дня и в приоритетном порядке.

Вторая причина заняться бизнесом в индустрии красоты – мысли о коммерции, возможность быстрого выхода на самоокупаемость и получение прибыли. Причем, как показывает практика, у большинства при грамотном планировании прибыль растет с годами, и работа ведется почти при полной записи. К примеру, если открыть сеть салонов или найти свои «фишки».

Среди несомненных преимуществ ведения бизнеса можно обозначить:

- Открытые возможности для достижения успеха. Ничто не мешает стать лучшим салоном в районе или в городе!
- Возможность точечного выбора оказываемых услуг. Вы являетесь дирижером и можете сами определять масштаб своего бизнеса.
- Возможности для расширения. Со временем можно получить медицинскую лицензию, взять на работу врачей, переориентироваться на оказание медицинских услуг. Есть, куда двигаться дальше!
- Непрерывный спрос. Прошли времена, когда женщины сами себя красили, самостоятельно выполняли маникюр и педикюр. Конечно, это еще есть, но доля обращения к бьюти-мастерам неуклонно растет.

- Возможность получения прибыли с первого дня открытия.
 - Возможность минимизации затрат на рекламу за счет сарафанного радио. Довольные клиенты, как правило, не уходят. Мало того, они приводят с собой членов семьи и знакомых.
- Но будущему предпринимателю необходимо быть готовым к определенным трудностям, учитывать “подводные камни” и недостатки коммерции в бьюти-нише.
- Бизнес требует постоянного участия и непрерывного контроля.
 - Нужно внедрять передовые технологии, не скупиться на покупку инновационных систем (видеослежения, терминалов для самозаписи, новейших лазерных аппаратов и др.).
 - Нужно быть готовым к тому, что кто-то останется недовольным качеством услуг. При этом может и не быть чьей-то вины.

9. АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ КРАСОТЫ В 2024 ГОДУ: КАК ВЫБРАТЬ НИШУ

Индустрия красоты представляет уникальные возможности для предпринимательства. При желании и грамотном подходе такой род деятельности будет приносить достойный доход. Что касается средней рентабельности такого вида предприятия, то она будет составлять примерно 25-35%. Классический салон красоты уже не так популярен, люди гонятся за новыми форматами и видами услуг. Чтобы избежать жесткой конкуренции, вы должны найти нишу и найти идеи для субниш и микронис.

Ниша — сегмент рынка, у которого есть две основных характеристики:

- линейка услуг или продуктов,
- целевая аудитория, которая в них заинтересована.

Есть устоявшиеся ниши — типы салонов красоты:

- салон полного цикла — услуги красоты разного профиля;
- парикмахерская — стрижки, укладки, окрашивания и уход за волосами;
- барбершоп — стрижки и уход только для мужчин;
- маникюрный салон — маникюр, педикюр;
- броу-бар — уход за бровями;
- салон экспресс-услуг — быстрые укладки и макияж;
- имидж-студия — создание образа стилистами;
- косметологический центр — аппаратная косметология, чистки, инъекции и проч. (только с лицензией);
- салон эпиляции (только с лицензией);
- SPA-салон — разнообразные релаксирующие и ухаживающие процедуры;
- солярий;
- студия визажа — макияж и укладки;
- студия татуажа — перманентный макияж и татуировки;
- студия массажа — косметический массаж (лечебный — при наличии лицензии). [18]

Сегодня наиболее актуальны следующие направления:

Нэйл-бар. Из всех услуг салонов красоты оформление ногтей занимает 35-40%, то есть делает почти треть кассы!

Броу-бар. Эстетика бровей – безусловный тренд, позволяющий выглядеть стильно и ухоженно в любом возрасте.

Лазерная эпиляция лица и тела. Срок окупаемости лазера – примерно 6-9 месяцев, в последующем потребуются затраты лишь на расходники и периодическое техническое обслуживание.

Неактуальные направления

В сфере бьюти-индустрии постепенно теряют актуальность и востребованность следующие услуги:

Завивка. Спрос падает ввиду того, что для обработки используются агрессивные химические составы, которые вредны и для кожи головы, и для самих волос.

Наращивание ресниц. Вау-эффект сменяется разочарованием от «облысения» ресничного края. Помимо этого, есть риск для здоровья глаз. Если у мастера нет должной квалификации, в

кабинете не соблюдаются гигиенические условия, то вместе с пышными ресницами можно «обзавестись» конъюнктивитом.

Микроблейдинг. Цвет достаточно быстро теряет свою насыщенность, возникает необходимость в ежедневном подкрашивании бровей карандашом или тушью.

Удаление волос воском. Более востребованными становятся аппаратные процедуры, например, лазерная эпиляция. Методика позволяет за полный курс избавиться от нежелательных волос сроком до 3 лет. В отличие от воска – он делает кожу гладкой лишь на пару недель. [19]

Новые направления

Выбирая, чем заняться в бьюти-индустрии, стоит обратить внимание на список новых направлений:

- Услуги в четыре руки.
- Японские стрижки.
- Обесцвечивание бровей.
- Макияж и укладки «на бегу» (за 15 минут).
- Локальный массаж (головы, рук, стоп), который также проводится буквально «на бегу».
- Контуринг лица. Тоже относится к макияжу, но считается отдельным направлением.

Контуринг предполагает использование хайлайтеров, коричневых пудровых тонов для придания лицу рельефности.

— Плетение косичек. Тренд уже был популярен, но в ковидные времена спрос на услугу уменьшился. Предполагается, что популярность косичек вернется. [19]

ВЫВОДЫ

Анализ рынка салонов красоты и парикмахерских позволяет сделать следующие выводы:

1. В повседневном быту услуги салонов красоты остаются самыми массово востребованными в России. Это один из самых больших по выручке сегментов по обороту всей сферы бытовых услуг.
2. В целом российский рынок парикмахерских услуг и салонов красоты является недостаточно насыщенным, на рынке сохраняются возможности для развития. Только 45% населения России посещают салоны на регулярной основе, указывают аналитики. [22]
3. Мировой финансовый кризис затронул салоны красоты в меньшей степени, чем компании в других сферах деятельности. Существенного падения спроса на услуги парикмахерских не наблюдается. Клиенты полностью не отказываются от салонных услуг, хотя и стали тратить деньги более осмотрительно.
3. Бьюти индустрия в 2024 г будет продолжать расти и развиваться, предлагая потребителям новые продукты и возможности. Вместе с ним увеличивается и предложение, а значит, конкуренция за платежеспособных клиентов становится выше. Для продвижения салона красоты уже недостаточно просто профессиональных мастеров и привлекательной ценовой политики. [20]
4. Салоны красоты постоянно адаптируются к изменяющимся предпочтениям и потребностям своих клиентов: важным фактором остаётся быстрое обслуживание и высокий уровень сервиса со стороны персонала.
5. Клиенты привыкли к высокому уровню сервиса, а значит, удовлетворить их ожидания становится сложнее. Поэтому владельцам и руководителям бьюти-бизнеса стоит уделить внимание дополнительным аспектам: эксклюзивным предложениям, дизайну и эргономичности пространства, созданию репутации бренда.
6. Личный контакт и индивидуальный подход к каждому клиенту позволяют лучше понимать потребности, решать сложности, совершенствовать сервис. Это, в свою очередь, формирует постоянную клиентскую базу и повышает средний чек.
8. Одним из основных рисков, на который следует обратить внимание при открытии бизнеса, - это огромный рынок «надомников», с которыми придется конкурировать.

Библиографический список

1. Маркетинговый анализ рынка бьюти-услуг России и конкретного региона для салона красоты клиента. URL: <https://dzen.ru/a/X9Iu03Jl7RaeWl7o> (дата обращения: 15.01.2024)
2. Исследование YCLIENTS: как развивался рынок красоты в 2023 году. URL: https://hf.ru/tribuna/blog_yclients/issledovanie_yclients_kak_razv (дата обращения: 15.01.2024)
3. Российский рынок бьюти-индустрии 2023- Салонов красоты становится больше. URL: <https://www.krasivo.biz/news/rossijskij-rynok-byuti-industrii-rastet-salonor-krasoty-stanovitsya-bolshe/> (дата обращения: 12.01.2024)
4. Рынок парикмахерских услуг в России: региональный рынок парикмахерских услуг растет. URL: <https://spamanagement.su/practice/resear4/130> (дата обращения: 12.01.2024)
5. Исследование YCLIENTS: как развивался рынок красоты в 2023 году. URL: https://hf.ru/tribuna/blog_yclients/issledovanie_yclients_kak_razv (дата обращения: 12.01.2024)
6. Сколько россияне тратят на красоту и какими бьюти-процедурами пользуются чаще всего. URL: <https://journal.tinkoff.ru/beauty-stat/> (дата обращения: 12.01.2024)
7. Как проявляется сезонность в салоне красоты. URL: <https://www.dirsalona.ru/article/956-sezonnost-v-salone-krasoty> (дата обращения: 15.01.2024)
8. Период сезонного спада в салоне красоты. URL: <https://newfranchise.ru/biznes-stati/byuti/period-sezonnogo-spada-v-salone-krasoty> (дата обращения: 12.01.2024)
9. Спад подъем спроса на парикмахерские услуги. URL: <https://bizneskvartal.ru/analiz-rynka-parikmaherskih/> (дата обращения: 12.01.2024)
10. В России увеличился спрос на услуги салонов красоты. URL: <https://www.gorodche.ru/society/4910802-v-rossii-velichilsya-spros-na-uslugi-salonor-krasoty/> (дата обращения: 12.01.2024)
11. В России выросло число салонов красоты. URL: <https://rg.ru/2023/03/20/dela-idut-krasivo.htm> (дата обращения: 12.01.2024)
12. Заработная плата Парикмахера за 2023 год. URL: <https://trudko.ru/salary/парикмахер> (дата обращения: 14.01.2024)
13. Статистика зарплат в Хакасии за 2023 год — «Парикмахер». URL: <https://gorodrabot.ru/salary?p=парикмахер&l=республика+хакасия> (дата обращения: 14.01.2024)
14. Статистика зарплат в России за 2023 год — «Парикмахер». URL: <https://gorodrabot.ru/salary?p=парикмахер> (дата обращения: 14.01.2024)
15. Целевая аудитория салона красоты: как правильно подобрать? URL: <https://idea-biz.ru/celevaya-auditoriya-salona-krasoty/> (дата обращения: 14.01.2024)
16. Кузнецов М.И. Сверхприбыльный салон красоты. Как преуспеть в бизнесе. URL: https://booksafe.net/read/kuznecov_mihail-superpribylnyy-salon-krasoty-kak-preuspet-v-etom-biznese-155708.html#p1 (дата обращения: 14.01.2024)
17. Маркетинговый анализ рынка бьюти-услуг России и конкретного региона для салона красоты клиента. URL: <https://dzen.ru/a/X9Iu03Jl7RaeWl7o> (дата обращения: 14.01.2024)
18. Выбор ниши для салона красоты: анализ рынка и конкурентов. URL: https://www.sberbank.ru/start/articles/salon/choose_niche (дата обращения: 14.01.2024)
19. Бьюти-индустрия в 2023 году: новшества, тренды и антитренды. URL: <https://www.krasivo.biz/byuti-industriya-v-2023-godu-novshestva-trendy-i-antitrendy/> (дата обращения: 16.01.2024)
20. Актуальные инструменты, «фишки», проверенные каналы и полезные советы для владельцев салонов красоты и барбершопов. URL: <https://secrets.tinkoff.ru/blogi-kompanij/prodvizhenie-salona-krasoty/> (дата обращения: 16.01.2024)

21. Бьюти-индустрия в 2024 году. URL: <HTTPS://WWW.KRASIVO.BIZ/BYUTI-INDUSTRIYA-V-2024-GODU-TOP-23-TREND-IZ-BLIZHAJSHEGO-BUDUSHHEGO/> (дата обращения: 14.01.2024)
22. Российский рынок парикмахерских услуг и салонов красоты: итоги 2021г, прогноз до 2025 . URL: <https://marketing.rbc.ru/research/34759/> (дата обращения 12.02.2024)
23. В 2022 г в России насчитывалось 188 франшиз парикмахерских и салонов красоты, что на 13% превысило значение 2021 г (167 франшиз). URL: <https://dzen.ru/a/ZcDvJao0EEI6Fg2Y> (дата обращения 12.02.2024)