

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ РЫНКА ПАРИКМАХЕРСКИХ УСЛУГ РФ

*Васильковская Яна Сергеевна,
Студент 4-го курса, группа МПР-15,
направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
профиль: «Промышленный маркетинг»*

*Научный руководитель: Какунина Анна Анатольевна,
Старший преподаватель кафедры «Экономика и маркетинг»
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»*

Российский рынок парикмахерских и салонов красоты является недостаточно насыщенным, на рынке сохраняются возможности для развития.

Кризисные явления в экономике отражаются на всех слоях предпринимательства. Отрасль парикмахерских является особенно чувствительной, о чем говорит наличие встречного потока закрывающихся и вновь открываемых точек оказания услуг. По оценкам маркетологов, валовый оборот сокращения этого сегмента услуг составляет порядка 20-25% в год. Приток свежих сил в бизнес перекрывает негативный тренд, обеспечивая итоговый рост в целом по сфере.

На банкротство парикмахерских как малого бизнеса оказывают влияние такие факторы как отсутствие опыта, жесткие рамки налоговых режимов (ЕНДВ не так уж и выгоден), спрос клиента. Согласно данным опроса, проведенного в ряде регионов России в 2018 году, респонденты считают обязательным посещение парикмахерских один раз на неделю или чаще. Так думают и делают только 10 процентов опрошенных. В поисках услуг мастера каждый две недели проводит десятая часть россиян. Рассчитывать на одно посещение каждые 3 недели могут рассчитывать парикмахерские только от 19% респондентов.

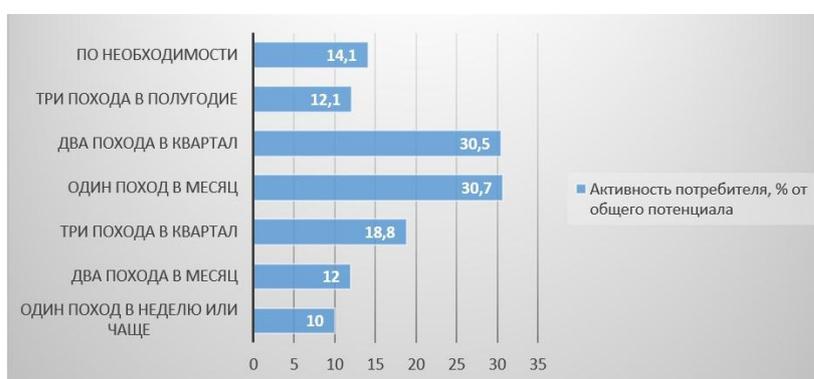


Рисунок 1 – Частота обращения потребителя в парикмахерские

На рис. 2 выявлена мотивация потребителей.

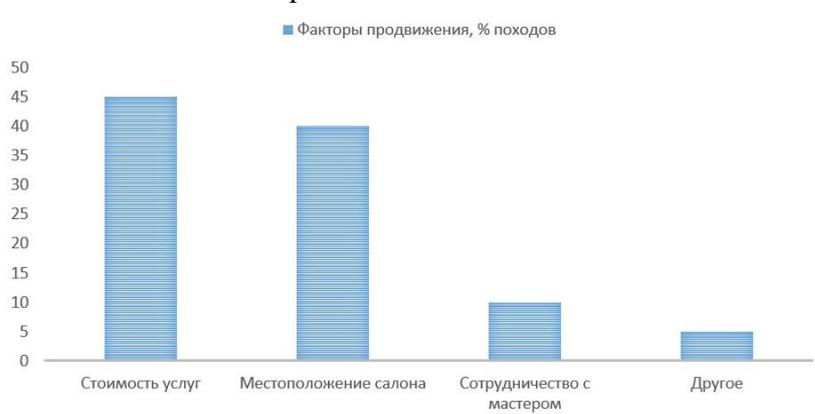


Рисунок 2 – Усиливающие факторы

Несмотря на очевидную чувствительность потребителя, парикмахерские проявляют некоторые задатки монополизма. В пределах региона сфера сохраняет расценки в пределах традиционного прейскуранта, фактически не оставляя выбора клиентам в локации проживания.

Структура предложения на рынке парикмахерских остается в привычных для клиента сегментах. Первый – предприятия эконом-класса. В таком салоне обычно работает 2-3 мастера универсальной квалификации. Нарастивание клиентской базы происходит медленно, только если один из специалистов не приводит своих почитателей по новому адресу. За самым популярным сегментом отрасли уверенно держится доля 45% [1].

Вторым по популярности среди граждан являются парикмахерские среднего класса. Улучшенное оснащение салона, штат от пяти мастеров, и гарантия обслуживания по записи обеспечивают предприятию заход 30% клиентского потока. На третьем месте салоны уровня люкс. Чаще всего такие парикмахерские не работают обособленно, а в составе подразделения салона красоты, принимая на себя более половины выручки.

На последнем месте салоны класса VIP. Для встречи посетителей выбираются чаще малоэтажные здания, а малая проходимость компенсируется агрессивным маркетингом. Сегмент удерживает за собой 5% потребителя с доходом, превышающим 70000 руб.

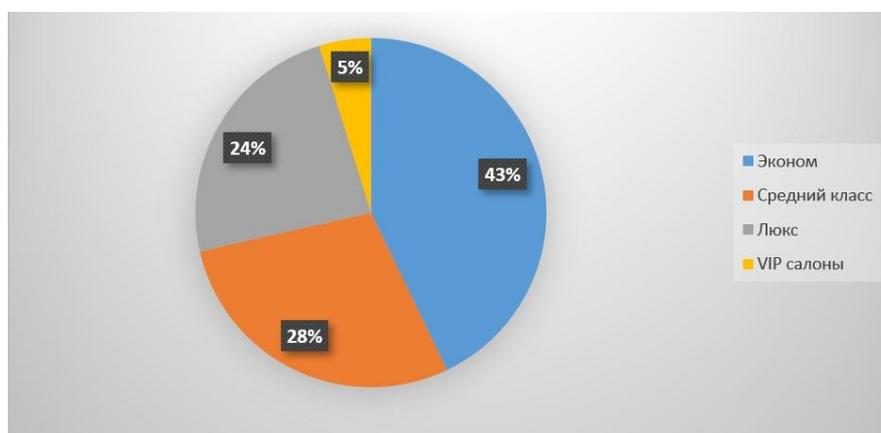


Рисунок 3 – Структура рынка парикмахерских услуг по уровню цен

Следует отметить, что по данным 2016 года в салоны эконом-класса обращались 50% граждан. Сегодняшняя ситуация на рынке подтверждает уход потребителя в предприятия среднего звена и ценовой сегмент с повышенным уровнем сервиса.

Применение специфической классификации в отрасли в целом себя не оправдывает, поскольку такая градация хорошо приживается только в больших столицах. Основная доля рынка по-прежнему за универсальными парикмахерскими.

Нехватка времени на самообслуживание, улучшение благосостояния и желание ухаживать за собой обеспечивает перманентные темпы роста сфере бытовых услуг. Парикмахерские как направление бизнеса продолжают оставаться в горизонте наблюдения начинающих предпринимателей и инвесторов. Большая часть вложений учредителей ожидается на стадии открытия бизнеса, тогда как текущие расходы на обслуживание граждан остаются минимальными. Львиная доля затрат приходится на аренду, оплату труда наемных работников и отчисления (по этой причине большая часть мастеров оформляются как предприниматели).

Согласно подсчетам, средние показатели рентабельности в отрасли варьируются в диапазоне от 11 до 145. Корректировать прибыль можно за счет маржи и повсеместного расширения бизнеса.

Проводя исследования по ключевому показателю бизнеса – рентабельности, следует обратить внимание на то, что основной целевой аудиторией парикмахерских являются мужчины. Доля таких граждан в общем спросе остается на высоком уровне – 825. А вот заход по выручке имеет обратную зависимость от количества клиентуры по половому

признаку. Женщины, которых в числе посетителей всего 18%, обеспечивают 455 поступлений в кассу предприятий. Именно поэтому считается, что обслуживать женщин выгоднее и по этой причине идут частые отказы в обслуживании по причине записи.

В регионах с высокой чувствительностью бизнеса к кризисным явлениям и различного рода формациям сетевые компании не приживаются. Это не говоря о том, что парикмахерская как подразделение салона красоты в принципе не нуждается в брендинге. Для столичного рынка характерны не только топы лучших парикмахерских, но и рэнкинг ведущих стилистов российской отрасли. Различия в чеках провинциального мастера и признанного специалиста носят ярко выраженный гендерный признак. Москва фактически не пополняет статистику по показателям парикмахерских как отдельной сферы услуг. Большая часть столичных предприятий работает в статусе салонов красоты. В тройке лидеров Elegance Line, «Этисэль» и Celebrity.

Рынок парикмахерских в России все больше теряет традиционный формат. Это происходит без потери емкости сферы и постоянных клиентов. Ежегодный прирост отрасли оставляет место в нише для новых начинаний и потенциал развития нужного потребителю и рентабельному для предпринимателя направлению.

Таким образом, как сейчас, так и в дальнейшем на рынке салонов красоты в России будет происходить усиление конкуренции, укрупнение основных игроков рынка, создание партнерских сетей под одним брендом. Рынок салонов красоты будет расти год за годом под влиянием новейших технологий и достижений в индустрии косметологии, которые все активнее будут очерчивать основные модные тенденции данного направления.

Список литературы

1. Рынок парикмахерских услуг в России: региональный рынок парикмахерских услуг растет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spamanagement.su/practice/resear4/130-hairdressing-servicesmarket>.