УДК 339.13.017:687.5(571.13)

АНАЛИЗ РЫНКА УСЛУГ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ Г. ОМСКА

Старовойтова А.А., Алексеенко И.В.

Омский государственный технический университет, Омск, e-mail: styra.ru@mail.ru, aleksira.1310@mail.ru

В статье представлен краткий обзор развития отечественных предприятий, оказывающих парикмахерские и косметические услуги, в период экономического кризиса и на современном этапе. Особое внимание уделено анализу рынка услуг индустрии красоты города Омска. Определены общее количество предприятий индустрии красоты и их распределение по округам Омска. Наибольшее количество приходится на Центральный и Советский округа. Рассмотрены предприятия салонного бизнеса различных категорий от vip-клубов и центров красоты до монозаведений, выявлены особенности и проблемы их развития. Значительная часть исследования посвящена обзору предприятий, которые являются молодыми представителями омского рынка бьюти-индустрии. Выделены виды услуг, которые только набирают популярность у омичей. Это услуги барберов, имиджевые услуги, фотоуслуги и услуги детских парикмахерских.

Ключевые слова: индустрия красоты, услуги, предприятия салонного бизнеса, направления развития, проблемы бизнеса

ANALYSIS OF THE MARKET OF SERVICES BEAUTY INDUSTRY IN OMSK

Starovoytova A.A., Alekseenko I.V.

Omsk State Technical University, Omsk, e-mail: styra.ru@mail.ru, aleksira.1310@mail.ru

A brief overview of the development of domestic enterprises, providing hairdressing and beauty services, in a time of economic crisis and at the present stage are presented in the article. Special attention is paid to the analysis of the market of services of the beauty industry of the city of Omsk. The total number of enterprises of the beauty industry and their distribution in the districts of Omsk determined. The largest number of accounts at the Central and district Soviet. The problems and peculiarities of their development are revealed. Much of the research devoted to reviewing companies, which are young members of the Omsk market of beauty industry. Describes the types of services that are just gaining popularity in Omsk. This Barber services, image services, photo services and services of children's hairdressing.

Keywords: beauty industry, services, enterprise salon business, directions of development, business problems

На протяжении нескольких тысячелетий внешняя красота является значительной мерой человека, его сущности, частью образа. Внешний вид современного человека, степень его ухоженности влияют на успех в личной жизни и карьере, являются показателем определенного статуса, здоровья, а иногда и уровня дохода. В условиях стремительного ритма жизни, постоянного напряжения и стресса регулярное посещение предприятий бьюти-индустрии помогает расслабиться, скрыть следы усталости, поддерживать себя «в форме» [1].

В настоящее время отечественный рынок индустрии красоты активно развивается. Открываются новые центры красоты и здоровья, клубы красоты, СПА-салоны, студии загара, салоны красоты, салоны-парикмахерские, социальные парикмахерские, нейл-студии и т.д., в которых представлен широкий ассортимент услуг по уходу за волосами, телом, ногтями, кожей лица и тела. Жители России все большее внимание обращают на услуги по коррекции фигуры, омолаживанию кожи, антистрессовые и антицеллюлитные программы. За последние несколько лет более 30% женщин в возрасте от 30 лет, которые ранее приобретали только услуги по уходу за волосами и ногтями, впервые прошли курсы дорогостоящих косметологических процедур – терапевтические методики (омолаживающий пилинг, ботокс, мезотерапия, биоревитализация, плазмолифтинг и др.), аппаратные методики (фотоомоложение, лазерная шлифовка, RF-лифтинг и др.). Более 25% клиентов салонов красоты – мужчины, которые позволяют себе не только сделать модную стрижку, но и воспользоваться услугами маникюра и педикюра, по восстановлению роста волос, камуфлированию седины, расслабляющими спа-услугами, косметологическими процедурами лифтинга лица и др. Востребовано направление и подростковой косметологии [2].

Объем рынка услуг отечественных парикмахерских и салонов красоты в 2016 г. составил 144 млн, что на 8 млн услуг меньше, чем в 2015 г. [3]. Некоторые специалисты считают, что множество салонов стало закрываться из-за повышения требований клиентов, которые стараются разумно относиться к своим расходам и требовать от салонов большего комфорта за меньшие деньги. В период кризиса пострадали, но остались на плаву салоны, которые смог-

ли быстро перестроить концепцию предоставления услуг. В большей степени кризис коснулся услуг, которые являются второстепенными и относятся к дорогостоящим: спа-процедуры, расслабляющие массажи, ручные методики работы с телом. Повседневные услуги (окрашивание волос, стрижки, маникюр, педикюр) практически не пострадали и предоставлялись с прежним качеством, но по сниженным ценам. По мнению директора сети салонов и магазинов косметики «Алина» (г. Омск) Татьяны Еременко, «Объем оказываемых услуг меньше не стал, он перераспределился в сторону самозанятых». То есть увеличилось количество парикмахеров, мастеров маникюра и педикюра, косметологов, работающих на себя, готовых принимать на дому или выезжать на место [4].

Результаты исследования и их обсуждение

Город Омск – один из крупнейших промышленных, научно-образовательных, спортивных и культурных центров Сибирского федерального округа Российской Федерации. Численность населения города на 1 января 2017 года составила 1431,8 тыс. чел.

По данным «2ГИС» на сегодняшний день в Омске работает около 918 предприятий индустрии красоты, которые располагаются не только на центральных улицах, но и в спальных районах города. Наибольшее количество организаций расположено в Центральном (30%) и Советском (29%) административных округах, 20% – в Кировском округе, 10% – в Октябрьском и 11% – в Ленинском.

Рынок индустрии красоты г. Омска представлен в основном предприятиями эконом- и среднего класса, которые предлагают набор оптимальных эстетических процедур – уход за волосами, ногтями, кожей лица и тела. Так, например, в Советском административном округе из 266 предприятий 12% – это салоны красоты, включающие в ассортимент услуг уход за кожей, волосами, маникюр и педикюр, СПА-уход; 68% – салоны-парикмахерские, предлагающие стрижки, укладки, окрашивание волос, маникюр, педикюр, солярий. В Центральном административном округе салоны красоты составляют 11%, салоны-парикмахерские – 50%.

Активно развиваются и пользуются все большей популярностью предприятия премиум-класса, их в Омске около 2%: центры здоровья и красоты «FEREO», «Натали», «Нефертити», академия красоты «Аэлита», центр красоты «Акцент», центр косметологии и имиджа «Золотое яблоко», центры медицинской косметологии «Лайн-Лайф», «Виталь» и др. Несмотря на более высокий ценовой сегмент, предприятия такого класса привлекают клиентов не только широким перечнем видов услуг, внедрением инновационных технологий и трендовых процедур, обязательной лицензией на косметологические услуги, высоким уровнем обслуживания и качеством выполненных услуг, но и продуманным до мелочей интерьером, фоновым музыкальным сопровождением, коммуникабельностью администраторов, высоким уровнем профессионализма специалистов, позволяющим расслабиться и получать удовольствие от процедур.

SPA-услуги для тела (сауны, хаммам, фитобочка, обертывания, солевые пилинги, джакузи с гидромассажем, комплексные СПА-программы и др.) оказывают и спортивные организации, такие как фитнес-клуб «Ритм SPA», «Амбассадор», «Азарт», «Пятый элемент», «Т-Фитнес» и др. [8].

Особое внимание занимает vip-клуб красоты «DolceVita», существующий на омском рынке индустрии красоты с 2004 г. Клуб предлагает самые прогрессивные отечественные и иностранные методики по лечению и уходу за волосами, ногтями, кожей лица, тела, рук и ног. Для сокращения времени посещения можно воспользоваться различными пакетами услуг по экспресс-уходу: одновременное выполнение маникюра и педикюра, укладки и маникюра и др. Дипломированные специалисты работают с косметическими брендами высочайшего качества класса люкс. Все продукты проходят жесткий отбор. Приятную клубную атмосферу дополняют свежевыжатые соки, деликатесные чайные предложения и кофесеты, мороженое и смузи.

Наравне с классикой (парикмахерская + косметология) открываются монозаведения, специализирующиеся на одном направлении – от микроблейдинга бровей до шугаринга. В Омске таких организаций около 35%: студии прически, стилистики бровей и ресниц, татуажа, массажа, загара, нейл-студии. Во некоторых торговых центрах города действуют мобильные салоны, специализирующиеся на плетении кос, экспресс-маникюре, создании вечернего образа. Посетители доверяют таким салонам, считая, что там работают профессионалы высокого уровня. При правильном расположении, привлечении клиентов различного социального статуса, наличии высококвалифицированного персонала и правильно проведенной рекламной компании такие монопредприятия – достаточно перспективный вариант на сегодняшний день.

Резкий скачок в проявлении внимания мужчин к индустрии красоты, тщательному уходу за своей внешностью, нежелание слушать женские разговоры в салоне спровоцировали высокую популярность барбершопов в крупных городах России. Омск не стал исключением. По словам совладельца сети барбершопов «OldBoy» Станислава Дягилева, «из столичных городов докатывается не просто мода, но направление. Достаточно большой слой населения готов заплатить чуть больше за такое понятие, как стрижка, но в итоге получить качество исполнения, дополнительные приятные бонусы (обслуживание, чай/кофе, советы профессионалов)» [4]. За последние несколько лет в Омске появились шесть мужских цирюлен: «OldBoy», «Chop-Chop», «Alpacino», «Сибирский Цирюльник», «Mr. Marks», «Мэтр» [5]. Клиентов привлекают барбершопы с уникальной атмосферой мужского клуба: строгий и сдержанный интерьер, высококвалифицированные мастера, современное оборудование и инструменты, мужское общество, настольные игры, дружеские беседы за чашкой кофе, крепкого чая или за кружкой пива. Причем проведенные авторами социологические исследования показали, что из 100 респондентов 35 % опрошенных мужчин обращают внимание не только на качество выполненных услуг, но и используемые косметические средства и отдали предпочтение натуральным косметическим средствам по уходу за кожей лица до и после бритья, по уходу за бородой и усами. Услуги с использованием сертифицированной продукции на натуральных травах, консультации по ее применению являются на сегодняшний день актуальными для мужских салонов красоты. Одна из основных проблем барбершопов – привлечение мастеров высокого класса и их постоянный профессиональный рост. К сожалению, в Омске пока нет школы барберов. Курсы повышения квалификации можно пройти только в Москве, Санкт-Петербурге, Тольятти, что влечет за собой дополнительные расходы предприятию и, как следствие, повышение стоимости услуг.

В Омске остается свободным рынок специализированных детских парикмахерских. Большинство родителей подстригают своих детей в том же салоне, услугами которого пользуются сами. Например, в салонах «Дом мадам Ву», «Персона» кроме большого спектра услуг для взрослых предлагают самые разнообразные и детские стрижки, выполняемые профессионалами с многолетним опытом. Но основными клиентами все-таки являются взрослые. Дать возможность почувствовать ребенку, что он самый важный клиент салона, могут детские парикмахерские, в которых все, начиная от интерьера, детских развлекательных программ по телевизору или планшету, специального оборудования, инструментов и косметических средств и заканчивая специалистами высокого уровня квалификации, направлено именно на клиента до 16 лет. На сегодняшний день в городе довольно успешно функционируют три парикмахерские: «Веселая расческа», «Солнышко» и «Симпотяжка». Несколько лет назад была открыта подростковая имидж-студия «Royal-Stars». По словам владелицы этой студии Светланы Соболевской, основной проблемой при открытии детских салонов является «… кадровый голод на рынке. Как показала практика, не каждый мастер даже с большим опытом работы сможет справиться с детьми. В этой профессии важно не только уметь хорошо стричь, но и знать детскую психологию, уметь себя правильно вести, быть уравновешенным человеком» [6]. В детских парикмахерских должны работать не только профессиональные мастера, но и настоящие педагоги и психологи, которые в процессе создания прически подружатся с ребенком, создадут для него зону комфорта, отнесутся с пониманием и заботой к самым маленьким клиентам и с особым вниманием к подросткам. Пользуются спросом и семейные парикмахерские, такие как «Чик-Чик», в которых не только дети, но и их родители могут воспользоваться услугами мастеров, а ребенок будет находиться под пристальным вниманием администратора с педагогическим образованием.

На протяжении последних нескольких лет активно развиваются услуги по созданию персонального имиджа, назначение которого – самоутверждение человека в собственных глазах, улучшение собственного самоощущения, стремление занять в обществе лучшее место, достижение конкретной цели в профессиональном плане или достижение коммерческой выгоды. В центральных городах России (Москва, Санкт-Петербург), Урала (Екатеринбург), Сибири (Новосибирск) рынок имиджмейкерских услуг развивается достаточно интенсивно. Так, в Екатеринбурге кроме имидж-студий и агентств по созданию имиджа, насчитывают большое число имиджмейкеров-фрилансеров, работающих в салонах красоты и фитнес-клубах. В Новосибирске рынок имидж-консалтинга представлен известными политконсультантами, стилистами, колористами. Выделились такие направления в работе имиджмейкера, как шопер, релукер, тренер-спичмейкер [7]. В Омске этот вид услуг только набирает свою по-

пулярность. На сегодняшний день услуги по созданию имиджа предлагают центр красоты «Акцент», школы стиля Надежды Шульга и Ольги Дроворуб, имидж-лаборатория Мары Малаховой «Византин», имидж-студия «MOS», подростковая имидж-студия «Royal-Stars» и др. В услуги имиджмейкера входит консультирование клиента по ряду вопросов: имидж-коучинг; определение цветотипа внешности клиента; подбор выгодных для него цветов в одежде, макияже; определение типа фигуры; ревизия уже имеющегося гардероба; шопинг-сопровождение; составление нового гардероба с учетом индивидуальных особенностей и модных направлений; подбор прически и макияжа; обучающие курсы макияжа, причесок, курсы по стилю. В имидж-студии «MOS» предлагают курсы по фотопозированию и дефиле (искусство женственной походки). Средняя стоимость услуг имиджмейкера в Омске в зависимости от их вида и количества составляет от 1000 руб. до 10000 руб. Однако не все готовы платить за полный комплекс услуг по созданию персонального имиджа и ограничиваются только созданием прически и макияжа, а при подборе одежды надеются на собственные знания, не имея при этом соответствующего образования. Но для идеального взаимодействия человека с собственным образом, стилем и гардеробом все-таки целесообразно привлекать профессионалов-имиджмейкеров.

Хочется отметить, что в Омском государственном техническом университете реализуется образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» (профиль «Сервис в индустрии моды и красоты»). Образовательная программа направлена на формирование у выпускников компетенций, позволяющих решать на высоком уровне задачи профессиональной деятельности в области оказания парикмахерских, косметических и имиджевых услуг.

В настоящее время набирает популярность профессиональная фотосессия. Многие клиенты салонов красоты после оказания услуг выражают желание запечатлеть свой новый образ на фото. Профессиональное фото поднимает самооценку и статус среди знакомых, помогает сохранить образ на разных этапах жизненного пути. В Омске только студия красоты и здоровья «Шоколад» включает в перечень предоставляемых услуг услуги фотографа.

Конечно, современные фотостудии Омска, а таких насчитывается более 130, предлагают не только услуги высококлассных фотографов, но и визажистов, и стилистов для подготовки к самым разнообразным фотосессиям: семейные, детские, «LOVE STORY», для беременных, свадебные, персональные, в НЮ-стиле, ретро-стиле, интерьерные и студийные съемки, съемки портфолио, фотопортреты и др.

Услуги профессиональных фотографов наиболее востребованы в преддверии праздников, в дни рождения, свадебные дни, юбилеи и т.д. Услугами же салонов красоты клиенты пользуются регулярно. Поэтому включение в перечень салонных услуг услуги профессионального фотографа могло бы привлечь больше клиентов. Например, мини-фотосессия клиента, которая проводится сразу после выполнения макияжа, укладки или прически. Фон для фотографий – это интерьер салона красоты. Весь пакет фотографий в электронном виде отправляется на e-mail клиента в течение нескольких дней. Такая услуга может предоставляться в виде подарочной фотосъемки.

Выводы

1. Омский рынок услуг красоты представлен в основном салонами красоты, ориентированными на аудиторию бизнес-класса, а также парикмахерскими эконом-класса и монопредприятиями, ориентированными на еще довольно большую часть населения города, обладающего невысокой платежеспособностью.

2. Салоны элитной категории, такие как Центры красоты и здоровья, СПА-центры, элитные клубы красоты, также представлены на омском рынке услуг, но они единичны, так как медленнее окупаются и требуют больших первоначальных инвестиций. Однако количество клиентов, предпочитающих высококвалифицированное и качественное обслуживание низким ценам или удобному месторасположению парикмахерской, постоянно увеличивается. Поэтому салоны красоты премиум-класса становятся более популярными.

3. Одним из перспективных направлений является открытие детских и семейных салонов красоты с услугами профессионального фотографа, так как в Омске этот рынок пока не развит.

4. Растет актуальность услуг имиджмейкеров. Именно эти услуги формируют современный образ и стиль жизни потребителя, придающего все большее значение роли имиджа в общественных отношениях и корпоративной культуре.

5. К современным способам привлечения и удержания клиентов относятся: качество выполняемых услуг; высокая квалификация мастеров; внедрение инновационных технологий и экспресс-услуг; применение

накопительных карт клиента, бонусных скидок, подарочных сертификатов и других элементов маркетинговой политики.

6. На сегодняшний день проблема нехватки высококвалифицированных кадров на предприятиях салонного бизнеса является актуальной. Особенно остро ощущается нехватка специалистов в барбершопах, детских парикмахерских, на рынке имиджевых услуг. Стратегическая кадровая политика руководителей предприятий становится залогом успеха в конкурентной борьбе.

Список литературы

1. Колтуненко К.В. Особенности маркетинговых коммуникаций в beauty-индустрии / К.В. Колтуненко // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 18–20 апреля 2016 г.: в 2-х т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – Т. 2. – С. 61–64.

2. Медведева Э.А. Продвижение салонов красоты посредством «Купонного Бизнеса» / Э.А. Медведева, С.И. Гулиева // Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и Право». – 2014. – № 5–6. – С. 16–18.

3. Анализ рынка услуг парикмахерских и салонов красоты в России [Электронный ресурс]. – URL: http://marketing.rbc.ru (дата обращения: 05.09.2017).

4. «Не бизнес, а красота: к чему стремится бьюти-рынок в Омске» [Электронный ресурс] / Газета «Деловой Омск», 13 ноября 2016. – URL: http://newsomsk.ru/news/49138-ne_biznes_a_krasota_k_chemu_stremitsya_byuti_rnok_/ (дата обращения: 15.09.2017).

5. Алексеенко И.В. Традиции BARBERSHOP в Омске / И.В. Алексеенко, А.И. Кукушкин // Экономика и современный менеджмент: теория и практик: сб. ст. по матер. XLIII междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: «СибАК», 2014. – С. 221–226.

6. «История стартапа: Светлана Соболевская о стрижках без истерик» [Электронный ресурс] / Газета «Деловой Омск», 2 октября 2016. – URL: http://newsomsk.ru/do/news/47377-istoriya_startapa_svetlana_sobolevskaya_o_strijkax/ (дата обращения: 15.09.2017).

7. Капицкис Ю. Исследование потребности клиентов в услугах имиджмейкера в омском регионе / Ю. Капицкис, Н.В. Шульга // Социальные коммуникации в современном российском обществе: сб. с. отв. ред. С.А. Ветров. – Омск: БОУДПО «ИРООО», 2012. – 157 с.

8. Алексеенко И.В. Структура рынка фитнес-услуг в Омске / И.В. Алексеенко, А.А. Старовойтова // Проблемы современной науки и образования. – Иваново: Изд-во «Проблемы науки», 2017. – № 9 (91). – С. 61–66.