

■ 5 June 2009, Friday

В период спада салонам не до SPA

[Рынок услуг](#)



В период спада салонам не до SPA

В последние годы на волне потребительского бума россияне, особенно россиянки, активно пользовались услугами салонов красоты. Популярными стали так называемые SPA-процедуры (хотя до сих пор не все толком знают, что это за процедуры). Да и в предложениях не было недостатка: всевозможные салоны, парикмахерские, косметологии до недавнего времени были открыты на каждом перекрестке. В кризис ситуация как кажется кардинально изменится. Очень немногие салоны, тем паче в регионах, переживут нынешние финансовые передрыгги.

До недавнего времени рынок салонов красоты был перенасыщен. Еще в 2008 году салонный бизнес был весьма востребован, на него приходилось 25% заявок на покупку бизнеса, приходящих в бизнес-брокерские конторы, рассказали Bigness.ru в **аналитическом агентстве Step by Step**, недавно проводившем анализ рынка салонов красоты. Ежегодно несколько десятков салонов красоты меняют владельцев.

Соответственно в кризис конкуренция на поприще услуг красоты обострилась.

Особые трудности сегодня испытывают региональные салоны, рассказал в интервью Bigness.ru **ведущий эксперт Всероссийского научно-исследовательского института потребительского рынка и маркетинга (ВНИИПРиМ) Дмитрий Абзалов.**

В регионах помимо прочего высока доля несетевых салонов. Небольшим фирмам уровня семейного бизнеса справиться с экономическим кризисом оказалось намного сложнее, чем крупным сетям, как, например «Персоне». Первые сегодня «закрываются в большом количестве», - подчеркнул эксперт ВНИИПРиМ.

Крупные сети могут компенсировать снижение выручки за счет внешнего финансирования. Привлечь кредит, тем более на региональном уровне, малым предприятиям практически невозможно. «Ни один серьезный банк не предоставит салону кредит просто под выручку», подчеркнул Д. Абзалов. Поэтому больше шансов привлечь финансирование имеют те организации, у которых недвижимость оформлена в собственность.

Трудностей салонам добавляет специфика оборудования: им не так легко осуществить переезд в более дешевое помещение для снижения издержек по аренде, как, например, конторам.

Помимо прочего, в массе случаев салонами используются иностранное оборудование и расходные материалы. Девальвация рубля в первые месяцы текущего года привела к их удорожанию. «Поставщики в этом случае рост иностранных валют отыграли, а снижать стоимость на фоне нынешнего падения курса доллара не спешат», - добавил Д. Абзалов. Кроме того, рост цен на услуги ЖКХ (воду, освещение, электроэнергию), столь необходимые в косметическом деле, для салонов никто не отменял.

Таким образом, салонам приходится порой несколько увеличивать стоимость своих услуг в период падения спроса.

Однако нельзя не сказать, что спрос на услуги салонов красоты все равно останется, поскольку в России, в частности в Москве и других крупных городах, уже сформирована культура их потребления, уверены в **Step by Step**. Люди не прекратят делать стрижки, маникюр, то есть необходимые услуги. Сократится лишь сегмент необязательных услуг: по расслаблению, релаксации, и медицинским манипуляциям.

Как подчеркнули в агентстве **Step by Step**, к услугам, без которых можно обойтись, относятся: SPA-сегмент, ручные методики работы с телом.

Базовыми услугами салонов, от которых отказаться сложно даже в кризис, являются: стрижка, окраска волос, маникюр (особенно, для наращенных ногтей), педикюр (сезонный вид услуг), рассказали аналитики **Step by Step**. К базовым косметическим услугам можно также причислить окраску и коррекцию бровей, депиляцию в зоне бикини. В косметологическом сегменте услугами непрерывно-конвейерного типа являются: ботокс, гели, микротоки, лечение волос, акне.

Изменения в структуре спроса на вышеназванные услуги «могут произойти только в том случае, если в конкретном салоне цены на них были завышены», - рассказали специалисты **Step by Step**. Спрос на такие услуги может перейти в более низкий ценовой сегмент. Впрочем, в этой ситуации вероятно соответствующее изменение ценовой политики салона.

Ведь снижение среднего чека клиентов в сегменте эконом-класса скорее всего не произойдет, прогнозируют в **Step by Step**. В то время как в бизнес-классе оно может составить до 25-35%. Наиболее пострадает VIP-сегмент, его оборот может упасть в разы, как и обороты всех сфер, связанных с роскошью, подчеркнули наши собеседники из аналитического агентства.

Таким образом, в кризис могут выиграть «межклассовые» салоны красоты типа «между бизнес и эконом». К ним может прийти клиент, который, не желая отказываться от услуг салонов вообще, не будет готов (пока) платить за сервис и бренд.

Негативная внешняя экономическая конъюнктура не позволяет говорить о хороших перспективах роста рынка салонов красоты в России, констатируют в **Step by Step**. «Однако с учетом высоких показателей прошлых лет, и при благоприятных макроэкономических условиях можно предположить, что данный рынок в долгосрочной перспективе будет иметь хорошие шансы для дальнейшего развития», - резюмировали в аналитическом агентстве.

В кризис слабые участники рынка, не соответствующие ожиданиям клиента, погибнут. Однако наиболее сильные игроки окрепнут еще больше, и в дальнейшем смогут громко заявить о себе.

Дарья Юрищева