

## **ПЕРЕДОВЫЕ ИННОВАЦИИ ДЛЯ МОЛОДОСТИ И КРАСОТЫ.**

### **КРАСОТА В НОВОМ ФОРМАТЕ**

В настоящее время салонный бизнес считается одним из самых прибыльных и быстроразвивающихся. Это можно объяснить тем, что людям хочется всегда хорошо выглядеть, особенно женщинам. Поэтому салон, или даже небольшая парикмахерская, всегда будут пользоваться спросом, независимо от финансового благополучия мировой экономики.

Объем рынка косметических и парикмахерских услуг вырос в 2015-м на 3,4% по сравнению с 2014-м — до 302,8 млн гривен [1].

Структура салонного бизнеса в последнее время значительно изменилась. Салоны увеличиваются в размере. В них становится все больше видов услуг, в том числе медицинских, позволяющих не только привести в порядок внешний вид, но и радикально бороться с главными проблемами клиентов - старением кожи, возрастными изменениями фигуры, выпадением волос, целлюлитом и даже с усталостью и стрессами. Салоны часто становятся также местом живого общения, которого все больше не хватает в современном мире социальных сетей и технологий.

По своей сути, данный бизнес давно «перерос» стандартные парикмахерские и превратился в многофункциональную индустрию красоты и здоровья, где объединение всех направлений и тенденций вызывает мощные эффекты их взаимодействия. Поэтому актуальной проблемой в настоящий момент становится управление содержанием проектов в области красоты и здоровья с точки зрения обеспечения необходимой синергии всех направлений предлагаемых услуг.

Анализ имеющегося опыта в данной сфере позволяет сделать вывод, что обычно предлагаемые салонами основные услуги следующие: парикмахерские услуги, визаж, маникюр, педикюр, наращивание ресниц, моделирование бровей, пирсинг, пилинг, чистка лица, программы против старения, антицеллюлитные программы, массаж с различного рода обертываниями и солярий. При этом возможность получать несколько услуг одновременно, как правило, не

рассматривается, хотя в современном мире люди склонны к самому оптимальному варианту экономии своего времени, в том числе, затрачиваемого на собственную красоту.

Для салонного бизнеса с его высочайшим уровнем конкуренции, как в премиум-классе, так и в среднем ценовом сегменте услуг, очень важна нестандартность и эксклюзивность предложений своим клиентам. Ведь конкурентоспособность услуги существенно зависит от ее отличительных характеристик и маркетинговых инструментов их формирования, а так же от динамики развития рынков и секторов услуг [2].

Перспективным направлением в таком случае может стать, к примеру, предложение клиентам салона продуктов здорового питания (низкокалорийные сладости, органические продукты и т.д.). Это обусловлено тем, что грань между красотой и едой неуклонно продолжает стираться. Сегодня потребители уверены, что еда влияет на внешний вид больше, чем косметические средства, и признают связь между тем, что мы едим, и тем, как мы выглядим [3]. Кроме того, то, что полезно съесть, может стать полезным и в составе косметической процедуры.

Дополнить уникальность бизнеса возможно с помощью проведения особенных тренингов подготовленными специалистами. Тренинги могут быть самыми разнообразными, направленными на достижение внешней и внутренней красоты и гармонии человека, что актуально как для мужчин, так и для женщин.

Бьюти-индустрия активно принимает условия разнообразия внешнего вида и удовлетворяет потребности практически каждого персонально. Поэтому, проанализировав ожидания стейкхолдеров подобных проектов, можно сделать вывод о том, что заинтересованных лиц будет очень много и их воздействие на проект будет очень существенным. Также при определении содержания проекта следует учитывать усиливающееся влияние на ожидания клиентов последних тенденций здорового питания и индустрии красоты.

Проведенный анализ основных тенденций рынка услуг в сфере красоты и здоровья позволил определить следующие приоритетные направления в управлении содержанием проектов бьюти-индустрии: новое предложение по созданию проекта на рынке красоты должно быть нестандартным, эксклюзивным и много-векторным;

результат проекта – созданный салон - должен иметь возможность гибко реагировать на ведущие тенденции и частые изменения потребностей клиентов.

### **Список литературы:**

1. Рынок косметических и парикмахерских услуг в 2015 году прекратил свое падение / Дело.ua. – Офиц. Сайт. – Режим доступа: <http://delo.ua/business/rynok-kosmeticheskikh-i-parikmaherskih-uslug-v-2015-godu-prekrati-315007/>
2. Бессчастнов В.В. Маркетинговые инструменты формирования конкурентоспособности услуг на рынке салонов красоты: автореф. на соиск. учен. степ. к.э.н.: спец. 08.00.05.; МЭСИ. М., 2012. 24 с.
3. Смирнова А. Бьюти-2016: мировые тенденции и украинский рынок [Электронный ресурс] / А. Смирнова // Салонный маркетинг. – 2016. – Режим доступа: <http://salonmarketing.pro/blog/krasota2016-mirovye-tendencii-i-ukrainskiy-rynok.html>