

# Бизнес-план создания салона красоты (с финансовой моделью)

<https://marketpublishers.ru/r/SB7D67C1C12RU.html>

Дата: 04.10.2017

Страниц: 67

Цена: 20 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: SB7D67C1C12RU

## Описание

Настоящий бизнес-план разработан для открытия предприятия

на территории Украины с учетом состояния рынка, особенностей налогообложения и специфики рынка труда.

Адаптация данного бизнес-плана возможна

под любой аналогичный проект на территории России и стран СНГ.

К данному бизнес-плану прилагается финансовая модель в отдельном файле, которая позволяет с легкостью выстроить новый финансовый план методом ввода соответствующих данных.

\*\*\*

Описание проекта

Суть и идея: открытие салона красоты «Х».

География: Украина, Киев, Оболонский р-н.

Позиционирование: место красоты и отдыха для всей семьи.

Пул услуг (монетизация):

1. парикмахерские услуги (мужская, женская, детская стрижка, окрашивание,

восстановление волос и прочие виды ухода за волосами)

2. маникюр и педикюр (уход, наращивание, дизайн, коррекция)
3. косметологические услуги (уход за кожей и чистка лица, уход за бровями, уход за ресницами, эпиляция, демакияж, пилинг и т.д.)
4. уход за кожей тела.
5. солярий
6. продажа косметических средств (профессиональная уходовая косметика)

Отрасль (состояние рынка):

1. Рынок услуг красоты сегодня уже начал активно восстанавливаться после кризиса сферы в 2014 году.
2. Киев и область являются центральными среди украинских географических рынков с точки зрения спроса на услуги красоты, что увеличивает вероятность успешного входа на рынок проекта.
3. Половина салонов красоты расположена преимущественно в центральных районах города, что уменьшает конкурентный порог входа в районе открытия салона.
4. Открываемый салон предоставляет тот перечень услуг, который широко востребован потенциальной аудиторией.

Аудитория: потенциальная численность целевой аудитории салона составит 36 000-37 000 человек

Конкурентное окружение: салоны, расположенные вблизи ст. м. Оболонь

Green ZONE

Facebar

КАРЕ

Ольвия

Империя красоты

Dudenko

Мишель

Manon Lesco

Richesse

Продвижение:

сайт

поисковая оптимизация

контекстная реклама

продвижение в социальных сетях

Выдержки из исследования

Украинский рынок салонов красоты: общая ситуация

Официальная статистика по поводу оборота рынка салонов красоты отсутствует. Причиной этого может быть тот факт, что Госстат не может охватить показатели работы всех небольших предприятий. Однако, согласно оценкам экспертов, салоны красоты занимают треть рынка косметических услуг. Категория салонов красоты включает в себя парикмахерские, маникюрные, SPA-студии и прочие компании, действующие по КВЕД 93.02.0 (Услуги парикмахерских и салонов красоты).

Так, согласно данным компании ChangeBusiness (<http://changeua.com>), наступившие в 2014 году кризисные явления в Украине негативно повлияли на развитие бизнеса. Особенно это отразилось на товарах и услугах не первоочередного спроса. В эту категорию попали и услуги салонов красоты. Уже в 2015 году рынок начал восстанавливаться, и прирост

составил \*\*\*% по сравнению с предыдущим годом. По итогам 2016 года объем рынка салонов красоты Украины составляет свыше \*\*\* млн. гривен.

Диаграмма 1. Динамика объема рынка салонов красоты, Украина, 2013-2018 гг., млн. грн.

\*\*\*

Таким образом, уже в текущем году объем рынка составит почти \*\*\* млн. гривен (при ежегодном росте в 3,5%), а к 2020 году имеет все шансы выйти на докризисный уровень, приблизившись к объемам 2013 года.

В ценовых сегментах «средний+» или «высокий» во время кризиса количество посещений и клиентская база почти не изменились. А вот в салонах более низкого ценового сегмента произошли некоторые изменения, т.к. часть женщин переориентировалась на получение услуг в более низком ценовом сегменте (это не обязательно посещение более дешевого салона, чаще это посещение определенного мастера, выезд на дом или самостоятельный уход).

Наиболее распространенные услуги и процедуры в салонах красоты:

имиджевые: парикмахерские услуги, ногтевой сервис: маникюр, педикюр, эпиляция, солярий, татуаж, визаж, наращивание ресниц и др.

медицинские: пилинг и брашинг лица и тела, аппаратная чистка лица и тела, косметический массаж лица, антиейдж процедуры, косметические маски, косметический лифтинг, антицеллюлитные процедуры, коррекция недостатков и др.

релаксация: массаж классический, аппаратный массаж, SPA, бальнеотерапия

По-прежнему среди посетителей остаются популярными парикмахерские услуги (стрижки, покраски) и ногтевой сервис. А вот косметические процедуры занимают более дорогую нишу и можно сказать, что спрос на них несколько снижен в данный момент. Также следует отметить, что на стоимость предоставляемой услуги оказывает влияние категория салона, квалификация мастера, качество используемых материалов и т.д.

Рынок салонов красоты г. Киев

Основную долю украинского рынка салонов красоты занимает Киев и Киевская область, на

которые приходится почти \*\*\*% всего объема.

Так, если использовать данные предыдущего раздела, объем киевского рынка по итогам 2017 года может составить \*\*\* млн. гривен. Диаграмма ниже.

Диаграмма 2. Объем рынка салонов красоты, Киев, 2013-2018 гг., млн. грн.

\*\*\*

По данным портала 2ГИС, на сегодняшний день в Киеве работают \*\*\* салонов красоты различного уровня – в зависимости от предоставляемых услуг и ценовой политики компаний.

Согласно анализу данных базы 2 ГИС, минимальная стоимость женской стрижки в Киеве составляет \*\*\* гривен, максимальная – \*\*\*гривен. По мужским стрижкам разброс цен – а, следовательно, и ценовая сегментация салонов – также велик: от \*\*\* до \*\*\* гривен.

Все салоны красоты в разрезе ценовой политики традиционно сегментируются на 4 группы:

низкий ценовой сегмент (эконом);

средний ценовой сегмент;

средний ценовой сегмент+ (премиум);

высокий ценовой сегмент (люкс или VIP).

Анализ столичной базы салонов показал, что для киевского рынка характерно превалирование низкого и среднего сегментов, которые занимают \*\*\*% рынка в совокупности. На средний сегмент+ приходится только \*\*\*% компаний, на высокий сегмент – \*\*\*%.

Компании сортировались в зависимости от цены услуг: для анализа выбрана услуга «женская стрижка».

Диаграмма 3. Ценовое сегментирование салонов красоты, Киев, 2017 г.

\*\*\*

Если рассматривать компании с точки зрения позиционирования, то анализ дал возможность сегментирования игроков на 5 основных групп:

парикмахерские;

ногтевые студии;

услуги косметолога;

услуги визажиста;

услуги по уходу за бровями/ресницами.

Важно отметить, что сегментировать компании строго по одной категории достаточно сложно, так как имеет место быть перекрестное сегментирование, когда один и тот же салон, предоставляя комплекс услуг, относит себя к более чем 2 группам, или же ко всем 5 группам.

Так, на диаграмме ниже представлены данные сегментирования в разрезе позиционирования компаний с учетом перекрестного позиционирования.

Диаграмма 4. Сегментирование салонов красоты в разрезе позиционирования/специализации, Киев, 2017 г., ед.

\*\*\*

Диаграмма наглядно иллюстрирует, что предложение на рынке салонов красоты особенно велико в 2 направлениях – парикмахерские и ногтевые студии. Так, из \*\*\* салонов красоты \*\*\* салона представляют парикмахерские услуги, что в процентном соотношении практически \*\*\*% рынка.

Рассматривая географическую концентрацию салонов на территории города, отдельно стоит выделить станции метро (сводная таблица также приведена ниже):

Дворец Украина – \*\*\*салонов

Театральная – \*\*\* салон

Золотые ворота – \*\*\* салонов

Дворец спорта – \*\*\* салона  
Крещатик – \*\*\* салонов  
Пл. Независимости – \*\*\*салонов  
Университет – \*\*\* салонов  
Позняки – \*\*\* салонов  
Олимпийская – \*\*\* салон  
Контрактовая пл. – \*\*\* салонов

Таким образом, видим, что более половины всех компаний расположено на указанных станциях (\*\*\* салонов из \*\*\*0) или \*\*\*% в процентном выражении. Традиционно можно отметить, что собственники салонов предпочитают осуществлять бизнес в центральных районах города (\*\*\* в ТОП-10 станций – центральные районы Киева, кроме ст. Позняки, расположенной в Дарницком р-не). Из вышесказанного следует, что максимальная концентрация салонов красоты будет приходиться именно на центральные районы города, ввиду чего степень конкуренции здесь будет сверхвысокой.

В Оболонском районе – где, согласно идее инициаторов, будет расположен салон красоты – на сегодняшний день работают порядка \*\*\*компаний (салонов красоты), в том числе парикмахерских эконом-формата (\*\*\* салонов красоты размещена на 2ГИС, остаток компаний – эконом-формат, который чаще всего не размещает профили на подобных ресурсах, ввиду чего сложно поддается учету). То есть на 1 салон приходится примерно \*\*\* человек потенциальных клиентов.

Таблица 1. Географическая концентрация салонов красоты на территории г. Киев, в разрезе станций метро, 2017 г.\*\*\*

#### Расчет численности потенциальной аудитории

При расчете потенциальной аудитории – помимо концентрации и конкуренции – следует также учитывать процент трудоспособного населения и уровень доходов на душу населения (открываемый салон относится к среднему ценовому сегменту).

Так, население Оболонского р-на составляет 300 000 человек, из них \*\*\*% – трудоспособное экономически активное население (или \*\*\* человек для рассматриваемой территории).

Согласно данным статистики Госстат <http://www.ukrstat.gov.ua>, несмотря на экономические колебания последних лет, в Украине доля людей, чьи среднедушевые доходы превышают размер минимальной заработной платы, стремительно растет, и в 2016 году этот процент составил уже \*\*\*% (против \*\*\*% в 2015 году) для группы «свыше 3720 грн.» и \*\*\*%

(против \*\*\*% годом ранее) – для группы «3360,1–3720,0 грн.». В совокупности группа составляет \*\*\*% от всего трудоспособного экономически активного населения.

Таблица 2. Распределение населения по уровню среднедушевых доходов, гривен на человека в месяц

\*\*\*

Диаграмма 5. Динамика доли населения, с уровнем среднедушевого дохода, превышающего минимальную заработную плату, Украина, в % от всего населения

\*\*\*

Исходя из данных, приведенных выше, таблицы и диаграммы, потенциальная численность целевой аудитории салона составит \*\*\* человек.

Потребительские предпочтения

Как показывают исследования, наибольшую популярность среди клиентов имеют парикмахерские услуги. Так, \*\*\*% приходят в салон красоты для того, чтобы воспользоваться услугами, связанными с уходом за волосами. На втором месте – ногтевой сервис (\*\*\*%). Остальные услуги пользуются меньшим спросом, однако также востребованы клиентами салонов красоты.

На диаграмме ниже представлены доли услуг салонов красоты в процентном соотношении от общего объема услуг, оказываемых салоном.

Что касается услуг косметологии, то украинские женщины достаточно часто пользуются услугами: так, \*\*\*% украинок регулярно, \*\*\* раз в месяц, посещают салоны красоты именно с целью косметологического ухода. Еще \*\*\*% посещают косметолога время от времени (по необходимости), при прохождении курса процедур. \*\*\*% потребителей готовы воспользоваться услугами в ближайшее время. Диаграмма также приведена ниже.

Диаграмма 6. Популярность услуг в салонах красоты

\*\*\*

Диаграмма 7. Регулярность посещения косметолога потребителями, Украина



\*\*\*

Говоря о потребительских предпочтениях, нельзя не выделить каналы информации о салоне красоты, благодаря которым потенциальный потребитель становится постоянным клиентом компании. Так, согласно данным, для более чем половины посетителей важен фактор мастера, к которому они привыкли (критерий «свой мастер»). \*\*\*% выбирают салон по удобству месторасположения, \*\*\*% слушают рекомендации знакомых. По ценовой политике салон выбирают только \*\*\*% клиентов.

#### Диаграмма 8. Критерии выбора салона красоты

\*\*\*

Таким образом, видим, что обязательными услугами для открываемого салона станут \*\*\*

Если говорить о сезонности спроса, то \*\*\*...

#### Выделение основных конкурентов

Основными конкурентами салона по проекту станут салоны красоты, расположенные в районе станции метро Оболонь, то есть в непосредственной близости от открываемого салона «Х», обладающие аналогичными/сходными качественными, ценовыми, ассортиментными характеристиками.

Так, для отбора конкурентных компаний были выбраны следующие критерии:

география (ст. м. Оболонь);

ценовая политика (по 2 позициям: женская стрижка и мужская стрижка, 100-500 грн.);

позиционирование (возможность отнесения салона-конкурента к 1 или нескольким категориям: салон, ногтевая студия, спа и т.д.);

ассортиментная политика (критерий связан с критерием «позиционирование»).

Помимо основных в профили компании внесены также дополнительные критерии (например, график работы, способы оплаты, наличие сайта компании), позволяющие

сравнить конкурентную силу «X» с компаниями-конкурентами.

Так, согласно выбранным основным критериям, конкурентами салона «X» стали 9 компаний, профили которых и представлены ниже.

\*\*\*

## Оформление заказа

Product name: Бизнес-план создания салона красоты (с финансовой моделью)

Product link: <https://marketpublishers.ru/r/SB7D67C1C12RU.html>

Цена: 20 000 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

If you want to order Corporate License or Hard Copy, please, contact our Customer Service:  
[info@marketpublishers.ru](mailto:info@marketpublishers.ru)

## Payment

To pay by Credit Card (Visa, MasterCard, American Express, PayPal), please, click button on product page <https://marketpublishers.ru/r/SB7D67C1C12RU.html>

To pay by Wire Transfer, please, fill in your contact details in the form below:

Имя:  
Фамилия:  
Email:  
Компания:  
Адрес:  
Город:  
Zip code:  
Страна:  
Tel:  
Факс:  
Your message:

**\*\*All fields are required**

Customer signature \_\_\_\_\_

Please, note that by ordering from marketpublishers.com you are agreeing to our Terms & Conditions at <https://marketpublishers.com/docs/terms.html>

To place an order via fax simply print this form, fill in the information below and fax the completed form to +44 20 7900 3970