

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ САЛОНОВ КРАСОТЫ

Бахтина Мария Олеговна

студент, Новосибирский государственный университет экономики и управления, РФ, г. Новосибирск

Лапшова Людмила Николаевна

научный руководитель, канд. техн. наук, доцент, Новосибирский государственный университет экономики и управления, РФ, г. Новосибирск

Конкурентоспособность услуг салонов красоты формируется под влиянием макроэкономических факторов, таких как изменение экономической ситуации, колебания валютных курсов, законодательные требования и трансформация потребительского спроса. Рост цен на расходные материалы и оборудование увеличивает себестоимость услуг, что требует корректировки ценовой политики. Колебания курса валют сказываются на стоимости импортных косметических средств и технологий, используемых в процедурах. Жесткие санитарные нормы, установленные, например, ГОСТ Р 51142-2019, требуют дополнительных затрат на соответствие стандартам. Изменение предпочтений клиентов приводит к необходимости внедрения новых услуг, соответствующих текущим трендам в индустрии красоты [1].

Внутренние факторы конкурентоспособности услуг включают уровень профессионализма мастеров, качество используемых материалов и оборудования, а также степень инновационности предоставляемых процедур. Важно учитывать, что недостаточная маркетинговая активность и ограниченное использование программ лояльности снижают привлекательность услуг. Кроме того, для поддержания конкурентных позиций необходимо регулярно повышать квалификацию персонала, чтобы предлагать клиентам актуальные процедуры и соответствовать их ожиданиям [2].

Анализ рынка показал, что главными критериями выбора салона являются качество оказываемых услуг, профессионализм персонала, ценовая политика, удобство расположения и атмосфера. Исследования в сфере индустрии красоты подтверждают, что уровень оказываемых услуг остается решающим фактором при выборе салона. При этом маркетинговые инструменты, такие как социальные сети, акции и программы лояльности, играют значительную роль в привлечении новых клиентов. Салону "LOVE PRO" рекомендуется уделить больше внимания развитию бренда, усилению рекламной кампании, внедрению онлайн-записи, а также созданию бонусных программ для постоянных клиентов. Перспективным направлением является расширение спектра услуг за счет внедрения новых косметологических и wellness-процедур, пользующихся популярностью среди клиентов.

Выявленные особенности конкурентоспособности услуг позволяют определить ключевые направления их дальнейшего развития. Расширение ассортимента, использование высококачественных косметических средств, внедрение современных аппаратных методик и усиление маркетинговых активностей позволят повысить востребованность услуг и привлечь новую аудиторию. В современных условиях успешное функционирование возможно при комплексном подходе к управлению качеством предоставляемых процедур, стратегии продвижения и адаптации к рыночным изменениям.

В заключение можно отметить, что конкурентоспособность услуг салонов красоты определяется взаимодействием макроэкономических условий и внутренних факторов. В

современных рыночных реалиях необходимо не только обеспечивать высокое качество услуг, но и активно работать над их продвижением, внедрять инновации и учитывать актуальные потребности клиентов. Для "LOVE PRO" ключевыми направлениями развития являются расширение спектра услуг, применение передовых технологий и активная маркетинговая деятельность, что позволит повысить их конкурентоспособность на рынке.

Список литературы:

1. ГОСТ Р 51142-2019. Услуги бытовые. Услуги парикмахерских и салонов красоты. Общие требования. – Введ. 01.03.2020. – М.: Стандартинформ, 2020. – 18 с.
2. Дмитрий. С. Е. Конкуренция и конкурентоспособность предприятий в 2022-2023 годах. // РЭБ. 2023. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurenciya-i-konkurentosposobnost-predpriyatij-v-2022-2023-godah> (дата обращения: 12.03.2025).
3. Кравчинский М. Э. Совершенствование системы контроля / М. Э. Кравчинский // ТДР. — 2019. — № 12. — С. 34-40. — Текст: электронный // КиберЛенинка [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-sistemy-kontrolya> (дата обращения: 04.03.2025).
4. Михайлова В. М., Куренова Д. Г., Кривошеева Е. В., Бабуриды М. А. Матрица выбора стратегических направлений развития бизнеса на основе оценки факторов микро- и макросреды рынка (на примере отрасли аппаратной косметологии) // ЕГИ. 2022. №6 (44). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/matritsa-vybora-strategicheskikh-napravleniy-razvitiya-biznesa-na-osnove-otsenki-faktorov-mikro-i-makrosredy-rynka-na-primere> (дата обращения: 05.03.2025).