

## פרופיל עסקי ענפי:

## מכון יופי וקוסמטיקה

### **הענף:**

#### נתוני הענף

מנתוני "דפי זהב" עולה כי בישראל פועלים כיום, על פי הערכה, כ- 320 מכוני יופי ולמעלה מ- 3,500 קוסמטיקאיות במסגרות שונות. יחד עם זאת, היות וחלק ניכר מהקוסמטיקאיות פועלות בהיקף פעילות חלקי במסגרת עסק ביתי או במסגרת שכירות משנה בעסק אחר – מספרה, מלון, מכון יופי וכו', יש להניח כי מספרן גדול אף יותר.

בנוסף, פועלים כיום בארץ למעלה מ- 40 בתי"ס למקצועות הקוסמטיקה והאיפור.

### **השוק:**

#### מאפייני הענף

- ◀ הענף מורכב ממספר רב של עסקים עצמאיים קטנים הפועלים במספר מתכונות עיקריות:
  - מכוני יופי וקוסמטיקה.
  - עסקים ביתיים.
  - עסקים הפועלים בתוך עסקים אחרים, בעיקר מספרות, קאנטרי קלאב ומלונות.
- ◀ רבים מהעסקים בענף פועלים בהיקף חלקי ונרשמים, לאור זאת, בסטאטוס של "עוסק זעיר".
- ◀ סוגי הטיפולים הניתנים במכוני יופי הנם טיפולי פנים, טיפולי שיעור, אפילציה, בנייה וטיפולי ציפורניים וטיפולים נוספים.
- ◀ בענף קיימת נאמנות לקוחות גבוהה.

#### לקוחות: הגדרת קהל היעד וגודלו, פילוח השוק

הלקוחות בענף הנן בעיקר נשים, בכל פילוחי האוכלוסייה. רכישת שירותי קוסמטיקה וטיפוח אופיינית בכל שכבות האוכלוסייה, אם כי בהיקפים שונים – ככל שרמת המודעות לטיפוח ורמת ההכנסה גבוהות יותר, צריכת השירותים תהיה גבוהה יותר.

#### תחרות

התחרות בענף נובעת בעיקר מעסקים דומים הפועלים בסמיכות גיאוגרפית – באותו ישוב.

#### ספקים

- ספקים לתחום מתחלקים ל- 2 נושאים עיקריים:
- ◀ ספקי ציוד ומכשירים - פועלים בארץ מספר ספקים, המספקים ציוד ומכשירים, בעיקר מיובאים.
  - ◀ ספקי חומרים ותמרוקים – בענף פועלים ספקים רבים מספור המספקים חומרים ותמרוקים. יודגש כי ייצור, יבוא ושיווק תמרוקים מותר רק באישור משרד הבריאות. הרכישה מספקים אלו הנה הן לשימוש עצמי של המכון במהלך הטיפולים והן באריזות למכירה ללקוחות.

## אמצעי שיווק

נאמנות הלקוחות בתחום גבוהה. עסקים קטנים וביתיים הפועלים בתחום מסתמכים, לאחר רכישת ותק מסוים, בעיקר על מוניטין והפניות מלקוחות מרוצות. קוסמטיקאיות רבות נוהגות להצטרף כ"קוסמטיקאית מורשה" של אחת או יותר מחברות הקוסמטיקה, מעמד המקנה אפשרות ליהנות ממערכת השיווק של החברה, הפניות והשתלמויות. בנוסף, נהוגים אמצעי שיווק סטנדרטיים בעיקרם:

- ◀ פרסום מודעות בעיתונות המקומית.
- ◀ חלוקת פליירים בתיבות דואר.
- ◀ שילוט בית העסק.

## **גורמים משפיעים על הצלחה:**

- ◀ גורם ההצלחה המרכזי בענף הנו צבירת מוניטין – המהווה את האמצעי העיקרי להגעת לקוחות ולשימורם.
- ◀ היות וחלק ניכר מהעסקים בענף הנם עסקים ביתיים, נדרשת שמירה על רמה נמוכה של הוצאות תפעול, במטרה להשיג רווחיות תפעולית.

## **מחסומי כניסה לענף:**

חסם הכניסה הראשון הוא ההכשרה המקצועית ועמידה בבחינות לקבלת תעודת מקצוע. החסמים הכלכליים (לפחות בשלבים ההתחלתיים) נמוכים יחסית היות וקיימות חלופות רבות לעבודה עצמאית מהבית או במסגרת שכירות משנה בעסקים אחרים.

## **כח אדם:**

המקצוע הנו מקצוע מפוקח - לעיסוק בתחום נדרשת תעודת מקצוע מטעם האגף להכשרה ולפיתוח כ"א. ניתן ללמוד את המקצוע במספר רב של מכללות ובתי-ספר ברחבי הארץ.

## **ציוד נדרש:**

פריטי הציוד הנדרש במכון קוסמטי תלוי בסוג הטיפולים המוענקים בו. במכון המעניק את כל מגוון הטיפולים ימצאו, לרוב, פריטי הציוד להלן:

- ◀ ריהוט – מיטת טיפולים (פשוטה, חשמלית או הידראולית), כסאות, שרפרפים ומעמדים, שולחנות ייעודיים, עגלות טיפולים.
- ◀ מנורות מקצועיות ומגדלות.
- ◀ מכשירי פילינג, מכשירי הרזיה, מיטות שיזוף
- ◀ מכשירי עיקור וחימום.
- ◀ מכשור להרחקת שיער ובניית צפורניים.
- ◀ כלי עבודה ייעודיים לתחום.
- ◀ ריהוט משרדי ופינת המתנה.

## מימון:

### השקעה נדרשת

היקף ההשקעה משתנה בהתאם להיקף וסוג השירותים בעסק, מיקומו, היקף הפעילות המתוכנן וכו'. עקב כך חשוב להכין, לפני הקמת העסק, תכנית השקעות המתייחסת להיבטים אלו. בשל מורכבות ההשקעה ומגוון האפשרויות, אין לוותר על בדיקת מומחה לפני ביצוע ההשקעה.

### פדיון ורווחיות בענף

הפדיון בענף נובע משני מקורות: טיפולים ומכירת תכשירים קוסמטיים ואיפור. התמורה הממוצעת לשעת עבודה בשנת 2003 עמדה על סך 80-120 ₪. התמורה מטיפול נגזרת ממשך הטיפול הממוצע. הטבלה להלן מציגה את משך הטיפול המקובל, את טווח המחירים ואת אחוז תצרוכת החומר במספר סוגי טיפולים:

סוג הטיפול	משך זמן מקובל בדקות	מחיר ממוצע בש"ח	אחוז תצרוכת חומר
טיפול פנים מלא	120	150-230	10-12%
שעווה – ידיים	20	40	10-12%
שעווה – רגליים	40	80	10-12%
בניית ציפורניים	120	160-190	9-11%
מילוי ציפורניים	60	95	9-11%
מניקור	15-20	30	5-6%
פדיקור	30	80	5-6%

הפדיון השנתי מעבודה בלבד, לעובדת, עמד בשנת 2003 על סך 173-259 א' ₪. הרווח הגולמי ממכירת תכשירים קוסמטיים הנו 40-42%. הרווח הגולמי ממכירת איפור עשוי להיות נמוך יותר. (מבוסס על קווי הנחייה כלכליים של נציבות מס הכנסה).

### תנאי תשלום מקובלים

לקוחות:  
תשלום במזומן, בהמחאות או באשראי.

ספקים:  
◀ ברכישת ציוד – מאפשר הספק לעיתים פריסה למספר תשלומים.  
◀ ברכישות שוטפות – מזומן ועד אשראי של כ- 60 יום, בהתאם למידת ההיכרות עם המכון והיקף הרכישות.

## רמת הסיכון:

רמת הסיכון בהקמת עסק קטן או ביתי הנה נמוכה יחסית. הסיכונים העיקריים הנם באובדן ההשקעה הראשונית ובמחיר האלטרנטיבי של תהליך הלימוד ושל השלבים הראשונים ברכישת חוג לקוחות. כלומר: אובדן השתכרות ממקור אחר ותשלום עבור הלימודים.

## רישיונות ואישורים:

◀ לעיסוק בתחום נדרש רישיון עסק מהרשות המקומית ומשרד הבריאות.  
◀ להפעלת עסק מהבית נדרש אישור הרשות המקומית לשימוש חורג ותשלום ארנונה עסקית על חלק הבית המשמש להפעלת העסק. בפועל, עסקים ביתיים רבים בענף פועלים ללא דיווח לרשות המקומית.

## ביטוחים:

◀ ביטוח עסק (תכולה ומלאי) וביטוח צד שלישי.  
◀ ביטוח אחריות מקצועית.  
◀ ביטוח חבות מעבידים.  
◀ ביטוח אובדן הכנסות.  
בנוסף למצוין לעיל, מומלץ להיוועץ בסוכן ביטוח לגבי הצורך בביטוחים נוספים.

## טיפים:

◀ לעסק חדש מוצע לשקול את האפשרות לרכוש ציוד משומש במחירים נמוכים משמעותית מציוד חדש.  
◀ ייצור, יבוא ושיווק מוצרים קוסמטיים דורש רישיון ממשרד הבריאות. מוצע לוודא כי המוצרים הנרכשים עבור המכון הנם בעלי רישיון כאמור. יחד עם זאת, יש לזכור כי הרישיון בודק את בטיחותם של מרכיבי התמרוק אך לא את התאמתו למטרתו (פרט לתמרוק יעודי – הבהרת עור, הגנה מקרינת שמש, היפואלרגני ועוד..).  
◀ הענף דורש רכישת ידע מתמדת – הכרת מוצרים, טיפולים ומכשירים חדשים היוצאים לשוק. מומלץ לשמור על רמת עדכון רציפה, בין היתר על ידי השתתפות בהשתלמויות וימי עיון המאורגנים על ידי חברות ומשווקים.  
◀ יש לבחון באופן שוטף את העסקים המתחרים, על מנת לזהות מגמות ומחירים מוקדם ככל האפשר. בענף זה ניתן לבצע בחינה זו בקלות יחסית.  
◀ מומלץ להיעזר במט"י המקומי בהקמת העסק ובהפעלתו.

1. מאמצים רבים הושקעו בהבטחת מהימנות ונכונות הנתונים והמידע המופיעים בפרופיל עסקי ענפי זה. יחד עם זאת **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**, מט"י-ישראל, מ"ל הפרופיל ו/או עורכו אינם אחראים לדיוק הנתונים המופיעים בו, ו/או לכל שינוי בהם.
2. השימוש בפרופיל זה ו/או במידע המופיע בו הינו באחריות בלעדית של המשתמש, ואין הרשות לעסקים קטנים, מט"י-ישראל, מ"ל הפרופיל ו/או עורכו אחראים לתוצאות ולנובע מהשימוש הנ"ל.
3. המידע המובא בפרופיל אינו מהווה תחליף לבדיקה אישית ומקצועית של הנתונים הרלבנטיים, בטרם פועלים על פיהם.
4. פרופיל עסקי זה נערך בינואר 2005 על-ידי אמיר כבירי - ייעוץ כלכלי ועסקי עבור **הרשות לעסקים קטנים ובינוניים בישראל**.