

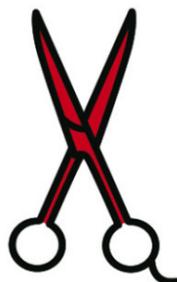
ЕЛЕНА МОСКВИЧЕВА  
аналитик индустрии красоты с 20-летним стажем

# БЬЮТИ

---

# БИЗНЕС

# С НУЛЯ



Честное руководство для тех,  
кто решил вложить деньги  
в индустрию красоты

Елена Москичева

**Бьюти-бизнес с нуля.  
Честное руководство для  
тех, кто решил вложить  
деньги в индустрию красоты**

«Издательство АСТ»

2024

УДК 687.5  
ББК 65.29

**Москичева Е. В.**

Бьюти-бизнес с нуля. Честное руководство для тех, кто решил вложить деньги в индустрию красоты / Е. В. Москичева — «Издательство АСТ», 2024

ISBN 978-5-17-161398-3

Елена Москвичева – аналитик индустрии красоты с 50-летним стажем. Эксперт по законодательству в области эстетической медицины, журналист, бизнес-консультант. Автор образовательных программ для руководителей в рамках Международного симпозиума по эстетической медицине, Национального конгресса «Пластическая хирургия, эстетическая медицина и косметология». Сегодня бьюти-индустрия стремительно развивается, и каждое из ее предприятий держится на человеке – инвесторе, руководителе, специалисте. Эта книга будет полезна всем, кто хочет начать свой успешный бизнес в сфере красоты, развивать его, сохранить клиента и делать все по закону. Автор собрала воедино свод правил, по которым должен жить ваш бизнес. Кроме практических советов из многолетнего опыта автора, списка документов для вашего бизнеса, на страницах книги вы также найдете QR-коды с ссылками на действующие законы. Из книги «Бьюти-бизнес с нуля. Честное руководство для тех, кто решил вложить деньги в индустрию красоты» вы узнаете: • как бизнесу в сфере красоты соблюдать все требования закона и не попадать под штрафы; • как вести внутреннюю документацию клиник эстетической медицины и салонов красоты; • все о видах, формах и концепциях бьюти-бизнеса; Как получить санэпидзаклучение и лицензию; • какие официальные требования предъявляются к кадрам в индустрии и к продукции, которая используется для коррекции эстетических недостатков.

УДК 687.5  
ББК 65.29

ISBN 978-5-17-161398-3

© Москичева Е. В., 2024

© Издательство АСТ, 2024

# Содержание

Глава 1	8
Глава 2	19
Конец ознакомительного фрагмента.	22

**Елена Москичева**  
**Бьюти-бизнес с нуля. Честное**  
**руководство для тех, кто решил**  
**вложить деньги в индустрию красоты**

© Елена Москичева, текст, 2024

© ООО «Издательство АСТ», 2024

\* \* \*

**ЕЛЕНА МОСКВИЧЕВА**  
аналитик индустрии красоты с 20-летним стажем

# БЬЮТИ --- БИЗНЕС С НУЛЯ



Издательство АСТ  
Москва

## Глава 1

# Новейшая история индустрии красоты

Практически весь двадцатый век, по крайней мере его срединные, самые яркие годы, прошел для женщин под кумачовым лозунгом «Труженица. Общественница. Мать». И, соответственно, индустрии красоты, как таковой, практически не существовало. В школах изучали Маяковского и декламировали: «Эх, к такому платью бы, да еще бы голову».

Под головой подразумевались исключительно мозги, и исключительно в практическом смысле.

Красавицы были исключением, но где-то на обочине жизни, на тайной изнанке ежедневного быта ходили истории о косметичках и педикюршах, которые ходят по домам и оказывают услуги. Распространялись легенды (и в них была доля правды, недоступной для большинства) о том, что в Москве, где-то в переулках Арбата есть Институт красоты, попасть в который простому человеку невозможно, а на лицевой стороне Нового Арбата сияли витрины «Чародейки» – парикмахерской 1 категории, как прописано было в официальных документах.

Внешность была личным делом каждой женщины, страна не видела в этой категории ни идеологического, ни экономического смысла.

Но стремление быть красивой невозможно в женщине уничтожить. Моя мама рассказывала, как она и ее подруги, санитарки в полку морской пехоты на Северном фронте, собирали гильзы, нагревали их в котелке и накручивали на них волосы. Еще раз повторю – на фронте!

Эта история навсегда меня убедила в том, что для нас, женщин, внешний вид всегда был и, надеюсь, всегда будет важен, а значит, и индустрия красоты – это неумирающий вид человеческой деятельности.

Однако новейшая история индустрии началась в 1991 году, когда президент России Борис Ельцин подписал Указ от 28.11.1991 г. № 240 «О коммерциализации деятельности предприятий бытового обслуживания населения в РСФСР». Вот цитата из документа, с которого все и началось:

*«1. Органам исполнительной власти республик в составе РСФСР, краев, областей, автономной области, автономных округов, районов, городов и районов в городах:*

*реорганизовать до 1 января 1992 г. государственные (муниципальные) предприятия и организации бытового обслуживания населения независимо от ведомственной принадлежности путем выделения из их состава в установленном порядке структурных единиц (ателье, мастерских, бань, прачечных, химчисток, фотоателье, парикмахерских, ателье проката и других) и предоставления указанным структурным единицам прав юридического лица. При выделении структурных единиц учитывать необходимость сохранения производственно-технологического цикла оказания услуг».*

Как видим, срок дали – 1 месяц. И началось!

В комбинатах бытового обслуживания проводились собрания. Мне доводилось на них присутствовать. Сапожники обычно садились на задние ряды и терпеливо слушали, разминая в руках какой-нибудь кожаный лоскут. Фотографы выскакивали на авансцену, нервничали и настаивали на том, что объективы к камерам были куплены за их счет и к ателье отношения не имеют. Парикмахеры сидели в первых рядах, вытянув вперед усталые ноги, внимательно слушали. Похоже, они первыми увидели некую перспективу.

Имущество предприятий бытового обслуживания практически раздавали по рукам. Доходило и до казусов. Так, в одном из городов страны курирующий реорганизацию мелкий партийный деятель всерьез настаивал на том, чтобы все было по справедливости, и вскрывал пакеты с фотобумагой, честно делил ее между ошеломленными фотографами. Курьезную ситуацию сегодня поймут не все: молодое поколение уже не в курсе, что ранее фотографии проявлялись в темных лабораториях, и засветить фотобумагу было показателем крайней криворукости мастера.

По сути, отрасль бытового обслуживания была разрушена на корню, помещения приватизировались, и оставаться в них можно было только на условиях создания собственного бизнеса, получив какую-нибудь комнату в аренду.

Давайте сейчас честно признаем, что отрасль спасли женщины. У них не было времени толкаться на митингах, размахивать вручную написанными лозунгами, спорить с дивана с ведущими телепередач или с самим президентом, который рассказывал с экрана о светлом будущем России и отмерял что-то, ему только одному известное, резким взмахом руки. Женщины приняли на себя груз забот о доме и стране. Это они наладили первые торговые связи с мелким бизнесом других стран, волоча через границу «мародерки» с товаром. И это они открыли первые частные парикмахерские.

Перестройка перестройкой, но волосы надо стричь и красить...

В спальнях районах (аренда тут всегда была дешевле) снимали однокомнатные квартиры на первых этажах. В комнате устанавливали зеркала и старые потрепанные парикмахерские кресла, вынесенные из Дома быта. На кухне обустраивал свое рабочее место мастер маникюра и педикюра. Кстати, именно тогда началось сопротивление мастеров по поводу названия профессии. Им уже не хотелось быть маникюршами-педикюршами, стали рождаться новые слова: «мастер ногтевого сервиса», «нейл-стилист» и так далее. Хотелось как-то отстроиться от прошлого и вдохнуть новую жизнь в профессию. Общее желание перемен присутствовало и здесь, в этих наспех отремонтированных хрущобах.

Однако настоящее возрождение отрасли было еще впереди.

1993 год. Он запомнился гражданам страны гиперинфляцией, денежной реформой, падением доверия к рублю и переходом на долларовое мышление. Не было смысла считать рубли, их номинальная стоимость все дальше расходилась с реальной. И, между прочим, в это время еще работала статья 88 Уголовного кодекса о высшей мере за валютные преступления:

*«Нарушение правил о валютных операциях, а также спекуляция валютными ценностями или ценными бумагами – наказываются лишением свободы на срок от трех до восьми лет с конфискацией имущества или без конфискации, с обязательной конфискацией валютных ценностей и ценных бумаг и со ссылкой на срок от двух до пяти лет или без ссылки.*

*Те же действия, совершенные лицом, ранее судимым за преступления, предусмотренные настоящей статьей, а равно спекуляция валютными ценностями или ценными бумагами в крупных размерах – наказываются лишением свободы на срок от пяти до пятнадцати лет с конфискацией имущества и со ссылкой на срок от двух до пяти лет или без ссылки или смертной казнью с конфискацией имущества».*

Статью отменили только в середине 1994 года, но к этому времени доллар уже стал российской национальной валютой и облегчил ввоз в страну ранее невиданных предметов. А я до сих пор вижу сон, в котором мне надо рассчитаться в магазине, в кошельке деньги разного номинала и разных стран, и я никак не могу понять, сколько же платить...

Когда я описываю этот период в жизни страны на лекциях начинающим предпринимателям, то начинаю рассказывать о жизни двух испанских городков – Вилларибо и Виллабаджо. Я не успеваю перейти к паэлье и мытью сковородок, как аудитория подсказывает – Фейри.

Ну да, с тех пор немисливо представить себе кухню без моющего средства, хотя раньше обходились горчицей и хозяйственным мылом.

Реклама была нашим учителем в повседневной жизни. Мы открывали для себя все новые предметы обихода, которые привозили из-за границы сначала челночники в больших баулах, потом солидные иностранные компании, открывшие для себя новый рынок сбыта и новых, таких непривередливых потребителей.

Нам открывался Прекрасный Новый Быт. В 1994 году у меня уже были в сумочке влажные салфетки. Но всего одна пачка, на все случаи жизни. И ее, эту пачку, надо было беречь! Перед деловой встречей я протирала одной салфеткой сначала лицо, потому руки, обувь... Сейчас всегда под рукой салфетки для очков, салфетки для снятия макияжа, салфетки для рук и антибактериальные салфетки, салфетки для обуви (причем для нубука отдельно), дальше список продолжают женщины, которые водят машину, воспитывают детей, содержат мелких собак...

Среди всего этого изобилия новых товаров, конечно же, для женщин были важны средства для поддержания красоты.

В Россию приходят всемирно известные марки, и мастера парикмахерского искусства посещают школы стилистов, изучая химический состав, технологию окрашивания, учат названия методов ухода за волосами. Появляются первые магазины для парикмахеров, в которых ножницы, парикмахерские ножницы стоят как крыло от самолета! Зато как выглядят, как стригут, как легко ложатся в руку...

В индустрию потянулась молодежь. В мастера маникюра пришли выпускники, не поверите, училищ декоративно-прикладного искусства. Их учили писать миниатюры, к примеру, на ростовской эмали, но кому они были нужны в те годы, а вот рисунок на ногте давал большой и быстрый заработок. Недаром наши мастера нейл-арта побеждали на международных чемпионатах с большим отрывом.

В парикмахеры пошли те, кого раньше дворовые бабушки называли «оторвами». Беспрепятственных девчат с волосами, крашенными «синькой» или отваром луковой шелухи, теперь научили практической химии, чуду смешения красок. Безбашенность сформировалась в смелость творчества.

А потом появились тренинги продаж, тоже невиданное дело. Мастера изучают психологию клиента, делят людей по психотипам, психотипы умножают на цветотипы и так далее... Свой бизнес – это уже всерьез!

Первой из иностранных компаний, пришедших в Россию, стала Wella. Она начала работать в России в 1994 году и управлялась через ООО «Велла Рус».

Между прочим, именно Wella издала на русском языке брошюру «Красивый бизнес», с которой началась история периодических изданий для индустрии красоты. Под эгидой этого бренда также была создана и первая школа парикмахеров. Затем этим же путем пройдут другие иностранные бренды, создавая школы мастерства, школы стилистов. Россия начнет участвовать в мировых чемпионатах по парикмахерскому искусству и принимать участников у себя дома, в Большом Кремлевском дворце. Мы увидим делегации парикмахеров из разных стран. В памяти останутся удивительной красоты африканки: стриженные под ноль, с изумрудными тенями на веках бронзовой кожи. Как они попали на Чемпионат мира по парикмахерскому искусству, где все ходили с немислимыми перьями на голове и косами сложного плетения?

Легендой того времени была Долорес Кондрашова. Ее судьба стала иллюстрацией к новому времени. Профессия – парикмахер-модельер. В 1970 году победа в конкурсе парикмахеров социалистических стран, потом серебряный призер чемпионата в Париже. Почти

двадцать лет руководила лабораторией моделирования причесок при Министерстве бытового обслуживания. Знаете, что интересно? Теперь практически невозможно найти информацию, чем занималась эта лаборатория, а интернет выдает ее в поиске только потому, что с ней связано имя Кондрашовой.

В 1992 году благодаря ее энергии был создан Союз парикмахеров и косметологов России, а в 1997 году открывается Академия парикмахерского искусства «Долорес». К сегодняшнему дню портфолио Академии внушает уважение: ученики из 45 стран приезжают сюда на обучение. Список победителей чемпионатов парикмахерского искусства Европы, Азии, всего мира составит пару страниц убористого текста. И именно Долорес Кондрашова стала создателем того самого фестиваля «Мир красоты», который много лет проводится в Государственном Кремлевском дворце. И да, она была первым парикмахером, которого Президент страны наградил званием «Заслуженный деятель искусств Российской Федерации». И первым российским парикмахером, получившим во Франции орден Почетного Легиона степени отличия – Командор.

У мастеров маникюра и педикюра свои соблазны. Крем «Бархатные ручки» – в прошлом. На столе у мастера косметические линейки средств по уходу за кожей рук и ног, в кабинете – аппараты для маникюра и педикюра; в столы вмонтированы пылесосы. Пришла пора гелей и шеллака, а вместе с ней стремительное развитие нейл-арта. В мастера маникюра, как я уже говорила, колоннами шли выпускники училищ декоративно-прикладного искусства. Не эмаль и финиш были в это время популярны среди женского населения, а ноготочки как произведение искусства. По рисункам на ногтях можно писать историю нашего времени и даже составлять рейтинг популярности кинофильмов. И это работает до сих пор. Так, во время показа сериала «Игра в кальмара» были популярны рисунки с изображением отличительных знаков в группах киногероев.

Для мастеров открываются школы маникюра и педикюра, где учат основам мастерства, и, к сожалению, не столько санитарным нормам и работе с кожей и ногтями, сколько продаже клиентам как можно большего количества продукции.

На наших глазах расширялись косметические линейки для ногтевого сервиса, куда входили средства для снятия лака и обезжиривания ногтя, базовое покрытие, основное покрытие, закрывающий лак и состав для быстрого высыхания лака. Продолжать перечень позиций в линейке можно до бесконечности, но вот пару лет назад на выставке увидела «уникальный продукт». Он позиционировался как средство «три в одном»: база, покрытие, средство для высыхания лака. Собственно, с этого когда-то все и начиналось. Маркетологи поедают собственный хвост.

О профессиональном обучении мы поговорим в другой главе, здесь только скажу, что вклад в развитие индустрии внесли косметические бренды, школы мастерства, компании, поставляющие на рынок индустрии красоты мебель, аппараты, продукцию, организации, оказывающие консультативные услуги по развитию бизнеса, профессиональные издания, выставочные проекты...

И все это выстраивалось вокруг потребностей женщин, а далее и мужчин, в сохранении молодости, в соответствии с эстетическими идеалами.

Идеалы, кстати, тоже рождались на наших глазах...

Тут, наверное, уместно рассказать историю про эпиляцию интимных мест.

Совсем недавно в интернете всплыла фотография Лили Брик в прозрачном платье. Она носила его на голое тело, не скрывая обильной растительности на лобке. Сейчас, наверное, модные журналы просто распяли бы ту, которая осмелилась бы выйти в таком виде. И причиной было бы не «голое» платье, а именно отсутствие бикини-дизайна. Потому что с появлением средств для удаления волос: сначала воска и шугаринга, потом аппаратных методов (электро-, фото-, лазерной эпиляции) – волосы на женщине стали рассматриваться как преступление против эстетических устоев человечества. Ни более. Ни менее. Подслушала тут фразу: «Подымет

руку – как ногу!». Когда это вторичные половые признаки стали восприниматься как позор? А вот с появлением методов удаления волос и группы мастеров, которые были заинтересованы в потоке клиентов.

Жалкие попытки феминисток отстоять свое право на волосатые подмышки, пусть и выкрашенные в розовый цвет, провалились. В 2014 году в интернете писали: «Модные тенденции иногда могут удивлять, шокировать или, вообще, пугать. Сегодня по миру распространяется странный тренд – отращивать волосы подмышками и красить их в яркие цвета!»

Впрочем, и такую моду тоже создавали мастера индустрии красоты. Например, разноцветные подмышки продвигала парикмахер Рокси Хант из Сиэтла.

Не прижилось! Индустрия удаления волос оказалась более мощной.

За последние тридцать лет эстетические идеалы сделали кульбит. Отрицая натуральную красоту и создавая образы насквозь искусственные, сложносочиненные, подвластные только руке профессионала, индустрия вдруг оценила естественность, но... ту, что создается опять же искусственным путем и стоит дороже, чем вычурность и эпатажность.

Любой парикмахер скажет вам, что сделать синие пряди на голове гораздо проще, чем создать натуральный переливающийся блонд.

И мастер маникюра сознается, что восстановить натуральную ногтевую пластину труднее, чем наклеить искусственные «лопаты».

И вот мы вступили в мир, где человек пьет натуральную воду, прошедшую семь степеней очистки, и пересаживает себе натуральные волосы, выкрашенные в натуральный же цвет.

И главное, всем в этом мире есть работа по имитации настоящего.

От основного древа индустрии отпочковалась косметология. Но для того, чтобы проследить ее путь в новейшей истории, нам снова надо вернуться в 1993 год.

Вместе с другой продукцией на рынок из-за границы пришли косметологические аппараты: ботулотоксины и филлеры, ампульные препараты. Их ввозят как косметику для накожного применения, но вводят инъекционным методом внутрикожно и подкожно, называя новым словом «мезотерапия».

Одновременно с этими врачами, которые работали в медицинских организациях, перестали платить зарплату из бюджета. Деньги выдавали раз в полгода, купить на них к тому времени мало что удавалось. Два этих независящих друг от друга процесса просто совпали по времени. И парикмахерские в однокомнатных квартирах сделали следующий шаг в развитии: мастера маникюра и педикюра пересадили в комнату, а кухню отдали специалисту, которого назвали косметологом. Так вышло, что Россия стала первой страной, где специальность «косметология» выросла на медицинских кадрах, к сожалению, не нужных тогда медицине. До сих я встречаю таких специалистов, которые ушли из детских хирургов, анестезиологов, кардиологов в косметологи, потому что им надо было кормить детей.

Но не только врачи и медсестры создавали костяк новой специальности. В основном на первом этапе, в девяностых, в специальность шли люди с разным образованием и опытом, от них требовались ловкие руки, клиентоориентированность (новое понятие!) и умение предоставлять услуги и продукцию.

Вспоминаю, как в эти годы прочитала объявление: «Требуется продавец без опыта работы в советской торговле». Вот так и в индустрии красоты требовались мастера без печального опыта работы в бытовом обслуживании и в медицине, готовые продавать услуги, ухаживать и верить безусловно, что клиент всегда прав.

До 1997 года индустрия развивалась стихийно. Государство не обращало на нее особого внимания, честно сказать, и сейчас не напрягает своим надзором, но середина девяностых была золотым временем.

Краснодарские косметологи до сих пор вспоминают время, когда одна процедура мезотерапии стоила 12 тысяч рублей, а московские рассказывают о том, что, если в салоне красоты

стоял аппарат для лимфодренажного массажа, на услугу была живая очередь, которая обвивалась вокруг здания. Простейшая процедура, слегка встряхивающая мягкие ткани и выводящая воду из организма, была поразительным чудом: после процедуры талия в объеме уменьшалась на пару сантиметров – достаточно, чтобы застегнуть замок на прошлогодней юбке.

Причем стоила процедура столько, что можно было купить две или три новые юбки. Но разве женщин это когда-нибудь останавливало?

Золотые времена, бешеные деньги, страсть к красоте, как первая любовь, – безоглядная и неразумная, не отягощенная опытом лет и грузом осложнений и разочарований...

К концу девяностых спохватился Минздрав. Вдруг оказалось, что в стране есть некие заведения, куда массово ушли врачи и медицинские сестры, и, если судить по формальному признаку, они занимаются медицинской деятельностью, то есть, к примеру, делают инъекции, но при этом речь идет не о болезнях и пациентах, а по сути дела, о деньгах.

Ну да, медицинскому работнику надо было самому есть и детей кормить. Одни продолжали сидеть в поликлиниках и пытались очень неуклюже торговать каким-нибудь гербалайфом. Нервно дергали ящик стола с образцами и прятали глаза от пациентов, но продавали, куда же деваться.

Другие отрезали пуповину, ушли из государственной медицины, как им казалось тогда, навсегда в индустрию красоты. Впрочем, Министерство здравоохранения успело всех догнать. Ведомством было подготовлено Постановление Правительства РФ от 25 марта 1996 г. № 350 «Об утверждении Положения о лицензировании медицинской деятельности».

Организации, оказывающие косметологические лицензии, должны получить лицензию и работать строго по правилам. Сейчас эти правила кажутся такими простыми и понятными: кабинет, санитарные правила, врач. Все.

Была попытка провести законопроект о лицензировании не клиники, а именно врача. Чтобы врач, получив лицензию, мог работать в любой клинике, и если нарушил правила оказания медицинских услуг, то этой лицензии бы лишился. Но государство посчитало, что юридическое лицо – более управляемый и контролируемый субъект права, чем частное лицо. И поэтому далее процесс лицензирования развивался только в одном направлении – актуализация правил оказания медицинских услуг с учетом требований времени.

Только кто в девяностых читал постановления! Пользуясь неопределенностью времени, многие просто стремились, пока окно возможностей не захлопнулось, создать свой бизнес, зарабатывать, жить...

Как я уже говорила, в косметологию пришло много специалистов просто из ниоткуда. Кто-то наострился делать инъекции, кто-то освоил простой аппарат для массажа, а кто-то заказывал у кооператоров пластмассовые банки, варил кремы на кухне и придумывал прельстительные названия для этой продукции.

До сих пор отрасли приходится переваривать эти безбашенные годы. Именно тогда возникли проблемы, которые дают о себе знать и сейчас.

Руководители многих клиник косметологии выросли из успешных парикмахеров или же предпринимателей, выживших в девяностые. У них есть энергия, напор, сметка. Но нет стабильных знаний экономики, психологии, и, конечно же, медицины. Поэтому их клиники живут по своим внутренним законам, они не вписываются в современные требования. Врач-косметолог рассказывает, что когда администратор кричит с ресепшн: «Иванова, выходи, твой клиент пришел!» – она чувствует себя проституткой в публичном доме. Жестко сказано, но, да, врача-косметолога во многих организациях так и не научились называть по имени-отчеству, в лучшем случае – по фамилии.

В косметологии задержались и те специалисты, которые начинали свою рабочую биографию в кухне однокомнатной квартиры. За их плечами опыт работы, груз проб и ошибок, уме-

ние привлечь и удержать пациента, но нет базовых знаний по дерматовенерологии и косметологии. Отсюда ключевые недостатки многих косметологов, неистребимые до сих пор:

- Они не читают инструкций к препаратам и аппаратам, а истово верят менеджерам по продажам;
- Стремятся «носить на лице» все достижения косметологии в рекламном, то есть преувеличенном исполнении;
- Не верят, что среди пациентов есть люди с противопоказаниями к косметологическим процедурам, уверены в том, что к ним ходят абсолютно здоровые люди;



**Когда чей-то волос запутывается в игле косметологического шприца – это и есть родовое проклятие парикмахерской.**

## **Косметология выросла между сушуаром и климазоном, и потому ее редко принимают за медицину. Отсюда и все будущие проблемы...**

- Категорически не хотят вести медицинскую документацию, считая, что это обязанность врача государственной или муниципальной больницы, а к платным услугам не относится;
- Не знают нормативной базы отрасли, а, значит, не могут защитить свои права и постоянно нарушают права пациентов;
- И самое страшное, в глубине души не верят, что косметология – это медицина.

Если эти люди ментально родом из девяностых, отчасти их можно понять. Специальность «врач-косметолог» еще не существовала как часть медицинского сообщества. Учебников и методических рекомендаций практически не было, первое пособие, как мне кажется, появилось в 2003 году: «Применение кислородно-озоновой смеси в дерматологии и косметологии. Методические рекомендации № 2003/84». Текст санитарных правил надо было добывать в методических отделах центра гигиены и эпидемиологии. Получив на руки эту тонкую брошюрку, можно было уже зарабатывать деньги, читая лекции, а по сути, пересказывая содержание, для тех, кто хочет создать свой салон красоты или клинику. Так родилось шустрое племя консультантов, которые вывели свой тезис: «В России деньги головой не комплектуются».

И с этих же пор в косметологии прочно обосновалось племя медсестер «на все руки». Да, их учили в колледже «ставить уколы», да, они что-то слышали про физиотерапию на практике и на этом основании пытались занять ведущие места в клиниках косметологии. Было у них одно преимущество: умение разговаривать с людьми, видеть в них подопечных. И пока врачи-косметологи думали, как бы им научиться продавать свои услуги, медсестры взяли клиентскую базу в свои заботливые проворные руки и не хотят ее отпускать до сих пор. Робкие напоминания руководителей, что собирать анамнез, описывать объективные данные, ставить диагноз и назначать услуги должен врач, встречают молчаливое угрюмое сопротивление среднего медицинского персонала.

Я всегда с интересом наблюдала за поведением специалистов в комнате отдыха персонала.

Парикмахеры составляют несколько стульев, ложатся в непринужденной позе и включают на полную громкость свой телефон: клипы, вирусные ролики, приколы, мемы... Комментарии тоже громко и беспрепятственно.

Врачи входят боком, протискиваются к холодильнику, достают свой бутерброд и уходят поедать его в одиночестве.

Матерые косметологи-эстетисты, так они себя называют, сидят за столом прочно, занимая основное пространство, долго и обстоятельно едят и обсуждают своих клиентов-пациентов во всех подробностях.

А где мастера маникюра и педикюра? Клянусь, не знаю! Ни разу не видела их в комнате персонала, вообще в салоне где-либо, кроме рабочего места.

Но вернемся к началу, во времена зарождения отрасли.

В конце прошлого и начале этого века в страну было ввезено огромное количество аппаратов, не имеющих регистрации. Они до сих пор еще работают в клиниках, выкинуть-то жалко! И до сих пор существуют руководители, которые не знают, что медицинское изделие должно иметь регистрационное удостоверение и официальную инструкцию по применению.

Как поступало оборудование на рынок косметологии? Перед очередной выставкой в Китае создавались компании, представители которых закупали в Поднебесной аппараты, ввозили их в Россию как бытовые, продавали в клиники и салоны красоты и почти сразу же закрывались. Предъявлять претензии по качеству или же законности обращения на российском рынке некому! Инструкции к аппаратам в русском переводе мог бы читать Жванецкий: толкающий массаж, здравоохранительное мытье ног, пупочки снять включая, кожа волосы опять и так далее.

Тут же расцветали учебные центры, в которых выдавали любые документы, какие захочешь. Диплом косметолога появился за двадцать лет до официального утверждения специальности, а также дипломы «нутрициолога» и «подолога», хотя таких специальностей до сих пор нет, а потом еще врача превентивной или интегральной медицины...

Я видела документ, выданный в Дагестане девушке, которая только закончила институт по специальности «Стоматология», и ей тут же одновременно выписывают диплом о присвоении специальности «Косметология». 2005 год. Специальность официально появится только через четыре года.

А первый официальный учебник «Руководство по косметологии» под редакцией члена-корреспондента РАН, доктора медицинских наук, профессора А.А. Кубанова, доктора медицинских наук, профессора Н.Е. Мантуровой, доктора медицинских наук Ю.А. Гяллямовой вышел в 2020 году. Я втайне горжусь тем, что написала для него две главы...

Но это еще впереди, вернемся в середину тучных нулевых, когда косметология уже имела все признаки отрасли: были потребители услуг, заряженные рекламой на постоянное усовершенствование внешности, специалисты, готовые на любые эксперименты с живым человеком, компании-поставщики, везущие из-за границы нечто в красивой обертке, выставки, где это нечто можно было увидеть, потрогать и купить, учебные центры «любая специальность за ваши деньги», наставники-консультанты, раздающие советы направо и налево, журналы, раздувшиеся от рекламных страниц.

Плохо это или хорошо? Не знаю! Наверное, любая отрасль проходит такой вот период роста, когда правил еще нет, а идеи идут косяком, и деловой азарт захлестывает.

Я только вижу, что и сейчас над косметологией тяготеет родовое проклятие парикмахерской, и все, что когда-то позволило расти и развиваться, теперь, к концу первой четверти века, становится тормозом на пути. Появляются границы компетенции и правила деятельности, нормативные документы и осмысленный опыт. И вместе с этим в индустрию приходят новые люди, которые готовы идти дальше, не отвергая опыт прошлых лет, но осмысливая его как территорию Дикого Запада.

Если бы путь индустрии красоты за тридцать прошедших лет можно было показать с помощью вывесок, это выглядело бы так:

«Парикмахерская» – «Салон-парикмахерская» – «Салон-красоты» – «Клиника косметологии» – «Центр красоты и здоровья».

Но несмотря на явную тягу к солидности, хотя бы в наименовании, все предприятия индустрии красоты имеют общие проблемы:

1. Незнание правил ведения бизнеса, установленных государством (законы, постановления, приказы, ГОСТы).

2. Отсутствие статистики, а, значит, и четкого представления о том, как развивается индустрия в целом, отсюда невозможность принять стратегическое решение, основываясь на фактах, а не на ощущениях.

3. Слабое представление о том, кто имеет право оказывать бытовые и медицинские услуги: образование, квалификация, должность, профессиональный стандарт.

4. Отсутствие четкого понимания, как ввозится и регистрируется на рынке косметологическая продукция, включающая лекарственные препараты, косметические средства и медицинские изделия.

5. Отсутствие статистики, а, значит, и системного представления о том, как развивается индустрия в целом.

6. Большая разница между платежеспособностью потребителей и востребованностью услуг в городах-миллионниках и небольших населенных пунктах.

И все же каждый раз, когда я вижу вывеску на здании «салон красоты», «косметология», я остро ощущаю потенциал индустрии: огромное количество специалистов, которые к ней профессионально причастны, широкий ассортимент продукции для удовлетворения эстетических потребностей, креативность и энтузиазм рекламной поддержки, энергия выставочных проектов, незатихающий интерес потребителей и мощные финансовые потоки. Отрасль полна силы и ориентирована на будущее.

В течение последних двадцати лет я профессионально развиваюсь параллельно индустрии красоты. В журналистике с 70-х годов прошлого столетия, а в начале двухтысячных стала специализироваться в области освещения эстетических услуг. Начала с того, что писала статьи о этом виде деятельности. Потом меня стали приглашать на конференции для руководителей и специалистов с докладами про отдельные проблемы индустрии. Далее авторские семинары и курсы для участников рынка, в том числе для руководителей предприятий индустрии красоты, косметологов, пластических хирургов, поставщиков продукции. Растет индустрия, расширяется и диапазон моей работы. Аудиты клиник и салонов красоты. Подготовка образцов внутренних документов, которые в конечном итоге сформировали некий электронный учебник. Я не решалась его публиковать, зная, что правила уже завтра могут измениться и мои рекомендации будут неактуальны. Но решение нашлось. То, что вы сейчас держите в руках, можно назвать живой книгой. Страницы, напрямую связанные с положениями нормативных актов, будут иметь QR-коды. По ним можно пройти на сайт, где информация будет обновляться.

И это позволит вам быть в курсе актуальных требований к индустрии красоты. Вечной индустрии в ее актуальном облике.

## Глава 2

### Зачем вам этот бизнес?

Весной 2023 года Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения озвучила следующие цифры: 9 287 организаций имеют лицензию на осуществление медицинской деятельности по профилю «косметология».

Из них только 6 % – государственные и муниципальные медицинские организации. При этом более 99 % косметологических услуг оказывается пациентам в клиниках, относящихся к частной системе здравоохранения.

По данным онлайн-сервиса для поиска работы в бьюти-индустрии Freetalents.ru [1], в 2023 году рынок бытовых парикмахерских и косметических услуг в России насчитывал 90 000 салонов красоты и около 300 000 мастеров. Только в Москве их 14 000 и 43 000 соответственно.

Цифры эти очень приблизительны, потому что частные предприятия практически не участвуют в статистической отчетности, сколько их на самом деле не знает и Федеральная служба статистики. Кроме того, в последние годы к ним прибавилась армия самозанятых, которые не подают уведомления в Роспотребнадзор о начале осуществления предпринимательской деятельности. По данным Тинькофф Журнала, на конец 2022 года в России было зарегистрировано 6,3 миллиона самозанятых, из них более 218 тысяч человек работают в сфере красоты. А сколько незарегистрированных – никто не знает!



1

<https://freetalents.ru/>

## 1

Правда, раз в год Росстат публикует данные в денежном выражении, так, за 2022 год парикмахерскими и салонами красоты без медицинской лицензии было якобы оказано услуг на 17 037 593,3 рублей. И опять же, эта цифра приблизительная, потому что многие предприятия индустрии красоты просто не участвуют в статистической отчетности.

Количество организаций подвижно, по данным все того же онлайн сервиса Freetalents.ru, ежегодно закрывается около 20–25 % салонов и клиник, столько же и открывается. Эти данные совпадают и с моими профессиональными наблюдениями. Я не веду статистику, но каждый год консультирую примерно одинаковое количество инвесторов, которые хотят открыть свой бизнес или же просят помочь с продажей уже надоевшего по разным причинам.

Одни закрываются, ссылаясь на то, что бизнес безнадежно убыточен, другие открываются, веря в то, что совершают дальновидные инвестиции. И то и другое – довольно устойчивые мифы.

Индустрия красоты создается по совершенно другим правилам, чем любой другой бизнес. Инвестиции в него никогда не окупятся при продаже.

И я сейчас объясню, почему.

Предприятия малого бизнеса (салоны красоты и клиники чаще всего к ним и относятся) чаще открываются в арендованных помещениях. Риэлторы, собственно, так и советуют, расчетами подтверждая, что деньги, вложенные в квадратные метры, окупятся в лучшем случае через десять лет.

Создавая свой бизнес в арендованном помещении, инвесторы в любом случае тратят деньги на ремонт, который с собой не унесешь. Далее приобретается оборудование. Опять вложения. И вот вроде, кажется, все! Кабинеты и залы блистают свежей отделкой, оборудование смонтировано. Пора считать деньги? Идти к обещанной консультантами по открытию предприятий индустрии красоты точке безубыточности?

К сожалению, пустой салон красоты не работает. Деньги в бизнес принесут мастера, их не причислишь к основным средствам, не внесешь в забалансовую ведомость. Они приходят и уходят, причем уводят с собой и клиентов. Они торгуются с руководителем за каждый процент с продаж. Конфликтуют между собой. Скандалят с клиентами, которые недовольны услугой. Требуют смены марок косметики, потому что есть на рынке и круче...

Словом, это живые люди, управлять которыми сложно, даже если ты уже прошел все известные курсы по мотивации персонала. А главное, сколько бы в них не было вложено денег, продать этот ресурс невозможно. Это в гоголевские времена ревизская душа стоила пятьсот рублей, а хороший повар или парикмахер – так и тысячу. Сегодня в молодого специалиста вкладывают гораздо больше, но свои навыки и умения он унесет с собой. Не отрежешь и в салоне не оставишь.

Деньги мастерам должны принести клиенты. Но их надо сначала привлечь. И стоимость привлечения растет с каждым годом. Причины для этого есть:

- плотная конкурентная среда;
- создание новых инструментов привлечения через онлайн-сервисы;
- зарплата маркетологу, пиар-менеджеру, копирайтеру, дизайнеру (количество специальностей плодится с каждым годом);
- стоимость размещения рекламы в интернет-пространстве (учитывая обязательную маркировку креатива);
- обучение специалистов организации клиенториентированному сервису.

Но достаточно одной некачественно сделанной услуги, одного хамского поступка со стороны работника – и клиент уходит навсегда. И деньги, в него вложенные, бизнесу не возвращает!

И выходит, собственно, что сколько в этот бизнес не вкладывай, его реальной капитализации не происходит. Если продавать, то только оборудование б/у. Правда, при открытии инвесторы об этом не задумываются. Им видится другая картина: красивый бизнес, красивые люди, легкие деньги.

Обычно я начинаю разочаровывать инвесторов на первой же консультации, потому что за все эти годы вижу: приносит деньги каждый день только тот салон красоты, в котором руководитель сам постоянно работает, управляя процессами. Курить бамбук в Таиланде не получается, поскольку ежедневно возникают маленькие, но непреодолимые трудности, решение которых сотрудники всегда возлагают на хозяина.

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.