

1СТАРТ

# НАЧНИ СВОЙ БИЗНЕС

САЛОН КРАСОТЫ



## СОДЕРЖАНИЕ



[Введение](#) ..... 4

### ГЛАВА 1

#### ИЗУЧАЕМ СИТУАЦИЮ

<a href="#">Типы салонов красоты</a> .....	6
<a href="#">Изучаем конкурентов салона красоты</a> .....	8
<a href="#">Помещение</a> .....	12
<a href="#">Поставщики расходных материалов и оборудования</a> .....	16
<a href="#">Персонал</a> .....	18

### ГЛАВА 2

#### СЧИТАЕМ ДОХОДЫ И РАСХОДЫ

<a href="#">Ценообразование услуг в салоне красоты</a> .....	23
<a href="#">Пример расчета затрат на открытие салона красоты экономкласса</a> .....	26
<a href="#">Продажа профессиональной косметики</a> .....	30
<a href="#">Источники потерь доходов в салоне красоты</a> .....	32
<a href="#">Реклама салонов красоты</a> .....	38
<a href="#">Автоматизация работы салона красоты</a> .....	41

### ГЛАВА 3

#### ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

<a href="#">Государственная регистрация</a> .....	43
<a href="#">Разрешения и согласования</a> .....	45
<a href="#">Лицензирование деятельности салона красоты</a> .....	46
<a href="#">Гигиена в салоне красоты</a> .....	48
<a href="#">Налоги</a> .....	49
<a href="#">Бухгалтерия</a> .....	54
<a href="#">Кассовый аппарат и кассовая дисциплина</a> .....	54
<a href="#">Договорная работа</a> .....	55
<a href="#">Документы, которые должны находиться в салоне красоты</a> ..	55
<a href="#">Расчетный счет</a> .....	59

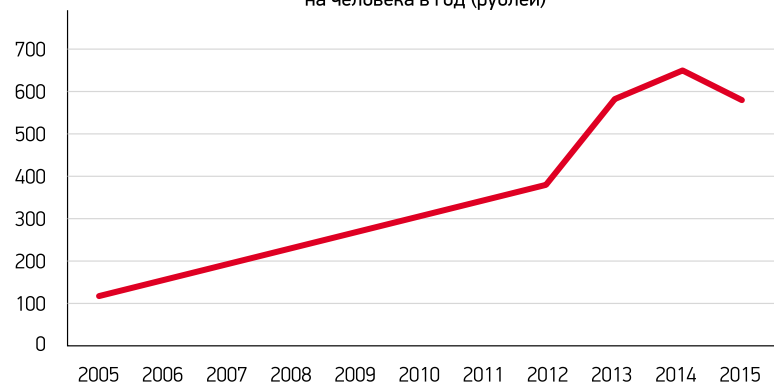
## ВВЕДЕНИЕ

Рынок парикмахерских и косметических услуг в России считается одним из самых быстроразвивающихся и имеющим хороший потенциал для дальнейшего роста. По сравнению с европейскими и американскими странами россияне пока еще обращаются за подобными услугами в 3–5 раз реже, но стремление выглядеть стильно и молодо выражено хорошо, особенно в крупных городах.

Индустрию красоты в массы продвигают не только парикмахеры и косметологи, но и модельеры, стилисты, пластические хирурги, фитнес-клубы. Все они работают над образом успешного современного человека, который обязательно включает в себя хорошую прическу и ухоженный внешний вид. Услуги салонов красоты становятся все более разнообразными и включают в себя не только привычные стрижки, маникюр и педикюр, но и дорогие спа-процедуры, массажи, аппаратную косметологию.

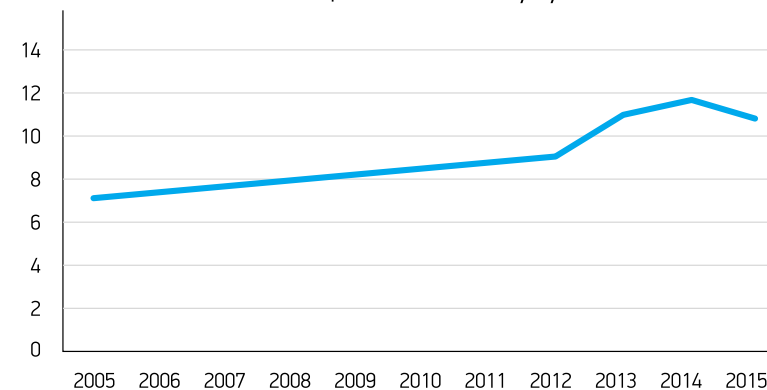
По официальным данным Росстата, расходы на парикмахерские и косметические услуги последние 10 лет стабильно росли. За период с 2005 по 2014 год средняя сумма таких расходов выросла с 109,6 до 633,1 рублей. В 2015 году наблюдалось небольшое снижение суммы годовых расходов на одного человека — до 612,2 рублей.

Расходы на парикмахерские и косметические услуги на человека в год (рублей)



Выросла и доля таких услуг в общем объеме бытовых услуг населения: за период с 2005 по 2014 год с 6,9 до 11,5%. Общий экономический кризис отразился снижением в 2015 году доли парикмахерских и косметических услуг, но незначительно — до 10,7%.

Процентная доля парикмахерских и косметических услуг в общем объеме бытовых услуг



Сведения Росстата можно даже считать заниженными, учитывая, что часть салонов красоты работают на режимах ПСН и ЕНВД, где отражают не реальные доходы, а расчетные данные, которые чаще всего ниже получаемой выручки. Очевидно, что это направление бизнеса демонстрирует устойчивый рост, хотя его нельзя отнести к малозатратному и быстро окупаемому.

## ГЛАВА 1

### ИЗУЧАЕМ СИТУАЦИЮ

В отличие от заведений общепита, которые ГОСТом разделены на рестораны, бары, кафе, столовые и др., законодательного разделения салонов красоты на классы не существует. Все они относятся к предприятиям, оказывающим парикмахерские и косметические услуги. Тем не менее на практике классификация салонов красоты уже хорошо выражена, хотя и с несколько размытыми границами:

**1. Салоны экономкласса, или бюджетный ценовой сегмент.** Такие салоны специализируются на оказании традиционных услуг, не требующих специального оборудования и дорогих косметических средств: несложные стрижки, окраска и завивка волос, маникюр и педикюр. Стоимость услуг экономкласса невысока, например цена стрижки (в качестве примера самой популярной услуги) не превышает 500 рублей.

Это не означает, что услуги в таких заведениях низкого качества. Часто салоны массового сегмента становятся стартовой площадкой для талантливых молодых мастеров, не имеющих пока достаточного опыта. Есть и такие работники, которые овладели своим мастерством уже очень давно, но работают по старинке и не хотят ничего менять, т. к. имеют свой круг давних клиентов.

Низкие расценки в салонах экономкласса объясняются еще и тем, что интерьер в них не дизайнерский, местоположение не всегда удобное, сервис не на высоте, а расходные материалы, инструменты и оборудование не самого лучшего качества. Тем не менее клиентуры у таких заведений достаточно, а загрузка выше, чем у более высококлассных салонов. Расходы на открытие экономсалона не превышают 1 млн рублей, часто их переделывают из бывших домов быта, произведя небольшой косметический ремонт.

**2. Салоны бизнес-класса, или средний ценовой сегмент.** Ассортимент услуг таких салонов шире за счет косметического и массажного кабинета, солярия, ногтевого сервиса, визажа. Мастера в работе используют профессиональную косметику, могут дать индивидуальные консультации по стилю и модным тенденциям. Стоимость стрижки в салонах бизнес-класса составляет от 1 000 до 2 500 рублей.

Такие салоны чаще всего располагаются в крупных торговых комплексах или центре города. Расходы при их открытии значительно выше за счет дизайнерского ремонта, профессионального оборудования и расходных материалов, более дорогой рекламы. В среднем надо быть готовым затратить на такой салон от 1 до 3 млн рублей.

**3. Салоны премиум-класса, или элитный ценовой сегмент.** Такие заведения есть не в каждом городе, потому что они ориентированы на эксклюзивное обслуживание. Часто салоны этого класса авторские, работают под руководством известных мастеров, победителей международных конкурсов и чемпионатов. Здесь клиентам предложат создание полного образа с помощью парикмахера-стилиста и визажиста, спа-процедуры, массажи всех видов, татуаж, аппаратную косметологию, коррекцию фигуры, ароматерапию, услуги врача-косметолога. Салоны элитного сегмента не всегда открыто указывают расценки на свои услуги, но если ориентироваться на стрижку, то ее средняя цена начинается от 3 000 рублей.

Обязательным условием салона премиум-класса будет высочайший сервис, своя парковка, охрана, закрытые зоны для VIP-клиентов, желающих сохранить анонимность. Соответственно, и расходы на открытие салона такого уровня будут несопоставимы с заведениями эконом- и бизнес-класса: от 3 до 10 млн рублей.

Существует примерная пропорция салонов разных ценовых категорий, работающих в России: на 20 салонов экономкласса приходится 5 салонов бизнес-класса и 1 салон премиум-класса.



SOVET

*Принимайте решение о классе своего салона, исходя не только из имеющегося бюджета, но и платежеспособности населения в вашем населенном пункте, наличия и активности конкурентов в выбранном сегменте, возможности нанять на работу квалифицированные кадры.*

От класса салона зависит и его загруженность:

- 60–65% — бюджетный ценовой сегмент;
- 35–50% — средний ценовой сегмент;
- 20–30% — элитный ценовой сегмент.

Чем ниже цены в салоне, тем больше клиентов надо будет привлечь для получения прибыли, поэтому салон бюджетной ценовой категории не должен быть слишком маленьким (на 2–3 кресла).

## ИЗУЧАЕМ КОНКУРЕНТОВ САЛОНА КРАСОТЫ

Даже в небольшом населенном пункте у вас обязательно будут конкуренты. Их наличие не должно вас пугать по ряду причин:

1. Само наличие конкурентов говорит о том, что спрос на подобные услуги есть.
2. Конкурентные точки могут относиться к разным ценовым категориям.
3. Возможности конкурентов по охвату клиентов ограничены площадью салона и количеством мастеров.
4. Очень редко конкуренты бывают идеальны во всем, поэтому вы можете отличиться на том, в чем они проигрывают.
5. У конкурентов можно научиться чему-то новому и полезному для вас.

В сфере услуг мерой насыщения рынка считается одно предприятие на 1 000 человек. В большинстве российских городов предложение услуг красоты еще далеко до этого уровня. Для сравнения, в Италии конкуренция салонов такова, что законом установлено ограничение — такие заведения не должны располагаться ближе, чем на 100 м друг к другу.

Соберите информацию о салонах красоты, работающих в вашем городе: сколько их, к какому классу относятся, где расположены, какой ассортимент услуг они предоставляют. Вы можете самостоятельно провести оценку ваших конкурентов, обращая внимание на те критерии, которые влияют на привлечение клиентов. Выберите для анализа несколько салонов и оцените их по определенной шкале. Для этого обязательно становится клиентом салона, достаточно зайти туда и записаться на обслуживание (потом заказ можно отменить).

Возьмем для примера анализ по 5-балльной шкале трех салонов красоты, расположенных в одном районе небольшого города и относящихся к экономклассу:

	САЛОН «АЭЛИТА»	САЛОН «ЛАДА»	САЛОН «ВЕСНА»
Ассортимент предлагаемых услуг	Все виды парикмахерских услуг, маникюр, педикюр, массажист	Все виды парикмахерских услуг, маникюр, педикюр	Все виды парикмахерских услуг, маникюр
	Оценка 5 баллов	Оценка 4 балла	Оценка 3 балла
Цены	Цена стрижки — 500 рублей, самая дорогая услуга стоит 1 000 рублей	Цена стрижки — 400 рублей, самая дорогая услуга стоит 750 рублей	Цена стрижки — 300 рублей, самая дорогая услуга стоит 500 рублей
	Оценка 3 балла	Оценка 4 балла	Оценка 5 баллов
Количество кресел для обслуживания клиентов	Есть зал для женщин и для мужчин, в каждом по 5 кресел, 2 кресла в маникюрном зале, 1 кресло в педикюрном зале, 1 массажная кушетка	Общий зал для мужчин и женщин на 6 кресел, 1 кресло в маникюрном зале, 1 кресло в педикюрном зале	Есть зал для женщин и для мужчин, в каждом по 3 кресла, 1 кресло в маникюрном зале
	Оценка 5 баллов	Оценка 4 балла	Оценка 4 балла
Продажа в салоне косметики и сопутствующих товаров	В продаже есть большой выбор профессиональной косметики и инструментов средней ценовой категории, витрины установлены в вестибюле и залах для клиентов	Косметика и сопутствующие товары не предлагаются	Для продажи предлагают только косметику, на которой работает салон, витрины нет, косметику реализуют только мастера путем личных рекомендаций
	Оценка 5 баллов	Оценка 0 баллов	Оценка 3 балла
Время работы	Салон открывается рано утром, работает до позднего вечера и в выходные дни	Салон открывается рано утром, работает до позднего вечера и в выходные дни	Салон работает только в будни, с 10 часов утра до 18 часов вечера
	Оценка 5 баллов	Оценка 5 баллов	Оценка 3 балла
Наружная реклама	Есть вывеска с подсветкой, которая выходит на проходную улицу	Вывеска есть, но без подсветки, размещена при входе со двора	Вывески нет, есть только табличка на двери
	Оценка 5 баллов	Оценка 4 балла	Оценка 2 балла

Удобное местоположение и близость к остановкам общественного транспорта	Расположен в отдельном здании на перекрестке двух дорог с хорошим трафиком, парковки нет, вход с улицы, ближайшая остановка находится в 300 метрах	Расположен на первом этаже многоэтажки в 150 метрах от остановки, вход со двора, есть общедворовая парковка	Расположен в 100 метрах от остановки, парковки нет, вход с улицы
	Оценка 4 балла	Оценка 4 балла	Оценка 4 балла
Реклама	Реклама салона идет в местных СМИ; информация размещена на рекламном щите недалеко от салона; рекламные листовки в почтовых ящиках	Активной рекламной деятельности не ведет, в основном клиенты приходят по рекомендации	Периодически устраивает раздачу листовок в ближайшем торговом центре
	Оценка 5 баллов	Оценка 2 балла	Оценка 3 балла
Дизайн помещения и интерьера	Ремонт был сделан несколько лет назад, дизайн и интерьер в салоне требуют обновления, нет зоны ожидания для клиентов	Помещение требует косметического ремонта, есть удобная зона ожидания для клиентов (мягкая мебель, журналы, кофе и чай)	Ремонт был сделан недавно, зоны ожидания нет
	Оценка 3 балла	Оценка 4 балла	Оценка 4 балла
Взаимодействие с администратором	За стойкой постоянно находится администратор, запись возможна по телефону и онлайн через сайт салона, в случае срыва звонка клиенту перезванивают	Постоянного администратора за стойкой нет, запись клиентов осуществляет свободный мастер, установлен автоответчик, в случае срыва звонка клиенту перезванивают	Постоянного администратора за стойкой нет, запись клиентов осуществляет свободный мастер, не всегда можно дозвониться, клиенту не перезванивают
	Оценка 5 баллов	Оценка 3 балла	Оценка 2 балла
<b>Общая оценка</b>	<b>45 баллов</b>	<b>34 балла</b>	<b>33 балла</b>

В этом примере серьезным конкурентом можно назвать только первый салон «Аэлита»: он расположен в отдельном здании, может при-

нять сразу много клиентов, предлагает широкий ассортимент услуг, косметику для продажи. Минусом этого салона являются достаточно высокие цены, практически на верхней грани экономкласса. Два вторых салона могли бы улучшить свою привлекательность для клиентов, если бы уделили больше внимания сервису на ресепшене и выделили хотя бы небольшой бюджет на рекламу (наружная вывеска с подсветкой и реклама в местных СМИ).



*Существует совершенно легальный способ узнать о размере доходов и расходов любого юридического лица (аналогичные данные про ИП узнать нельзя, т.к. они не ведут бухгалтер). Для этого надо обратиться в региональное отделение Росстата, где за небольшую сумму вам предоставят данные годовой бухгалтерской отчетности интересующей вас организации. Это государственная услуга, регламент предоставления которой утвержден приказом Росстата от 20 мая 2013 года №183. Разумеется, есть вероятность, что эти официальные данные будут занижать реальные доходы от торговли, но это лучше, чем ничего.*

Вы можете не ограничиваться самостоятельным анализом деятельности конкурентов, а заказать профессиональное маркетинговое исследование. Стоить оно будет не менее 10 тысяч рублей (зависит от методов исследования, выбранных фокус-группы и других критериев), но если вы вкладываете серьезные средства, то эти расходы надо признать оправданными.



## ПОМЕЩЕНИЕ

Обычно салоны красоты эконом- и бизнес-класса открывают в помещениях на первых этажах жилых домов, в торговых центрах или в деловой части города. Для премиум-салона требуются большая площадь и своя парковка, поэтому чаще всего это отдельные здания с охраняемой территорией.

Критерии выбора месторасположения салона такие же, как и для других предприятий сферы услуг:

- высокая плотность застройки в спальных районах;
- хорошая проходимость в торговых центрах;
- большое количество работающих в деловой части города (не менее 1 000 человек);
- удобная транспортная или пешая доступность;
- отсутствие рядом прямых конкурентов по ценовой категории.

Помещений, пригодных для салона красоты и не требующих серьезной реконструкции, не так уж много, и причина этому — санитарные требования к организации таких услуг (СанПиН 2.1.2.2631-10 от 18 мая 2010 года № 59). До 27 января 2014 года этот документ включал в себя приложение № 1, в котором были указаны требования к площадям разных помещений салона, например:



- зал ожидания — не менее 6 кв. м;
- одно рабочее место парикмахера — от 4,5 до 8,0 кв. м, но не менее 15 кв. м на парикмахерский зал;
- прачечная — от 9,0 кв. м;
- помещение для отдыха и приема пищи персонала — от 6,0 кв. м и др.

Получалось, что для размещения салона красоты с кабинетами маникюра, косметолога, массажа и парикмахерского зала на 5 мест требовалось не менее 120 кв. м.



**ВАЖНО**

Обращаем на это ваше внимание, т. к. в некоторых серьезных источниках (например, сайт «Российской газеты», профессиональные журналы и книги) вы можете найти действующий СанПиН 2.1.2.2631-10 без указания на то, что приложение № 1 исключено из санитарных требований.

В то же время ряд требований к помещению салона красоты сохранился:

- отдельное помещение или специальное место для дезинфекции, предстерилизационной очистки и стерилизации инструментов, оборудованное раковиной с подводкой горячей и холодной воды;
- кабинеты (косметический, педикюра, массажа, солярий, пирсинга, татуажа) должны размещаться в отдельных помещениях;
- допускается совмещение в одном кабинете выполнения услуг маникюра и педикюра при условии организации одного рабочего места мастера маникюра-педикюра;
- парикмахерские должны иметь подсобные, вспомогательные и бытовые помещения (гардеробные, комнаты отдыха и приема пищи, санузел, кладовые), а также помещения или место для хранения инвентаря, мусора и остриженных волос;
- допускается совмещение комнаты приема пищи с гардеробной для персонала при численности работников в смене менее 10 человек, а также совмещение вестибюля с гардеробом для посетителей и залом ожидания.

Исходя из этого, для размещения даже салона экономкласса потребуется не менее 50 кв. м, а для высококлассных заведений — не менее 100 кв. м.



**СОВЕТ**

*Если у вас появится соблазн сэкономить на расходах при открытии за счет площади салона, то подумайте еще раз. На первый взгляд, маленькое бьюти-предприятие на пару кресел и маникюрный стол окупится быстрее и вскоре начнет приносить небольшую, но прибыль. Это не совсем так. В работе любого салона есть такие расходы, которые не слишком отличаются у маленького и большого заведения. Это административные расходы на управление, рекламные расходы, бухгалтерское обслуживание. Учитывайте и то, что большая часть маленького салона будет отведена под вестибюль, подсобные помещения, помещение для персонала, т.е. экономия в площади будет происходить за счет рабочей территории, которая приносит вам реальную прибыль. Если вместо двух кресел вы поставите четыре, то доходы вырастут почти в два раза, в то время как площади эти два дополнительных рабочих места потребуют не так много.*

После того, как вы выбрали подходящее помещение и провели предварительные переговоры с арендодателем (если помещение ваше — это большой плюс), нужно решить вопрос с получением разрешения на начало работы. Основные службы, с которыми надо согласо-



вать открытие салона, это местная администрация, [СЭС](#) и [Пожарная инспекция](#). Местная администрация выдает разрешение или отказ на размещение предприятия сферы услуг на основании заявления и документов, подтверждающих право пользования помещением. Что касается разрешений от СЭС и Роспотребнадзора, то обратиться туда придется не один раз и до того, как вы заключите договор аренды. Сначала нужно будет получить санитарно-эпидемиологическое заключение на проектную документацию (технологический проект помещения в трех частях: электрика, вентиляция, канализация).



**ВАЖНО**

**Не рискуйте подписывать договор аренды до того, как получите предварительное добро от этих служб! Может оказаться, что выбранное вами помещение не соответствует требованиям пожарной безопасности и санитарным нормам, тогда все ваши расходы по заключению договора аренды окажутся напрасными.**

При переговорах с арендодателем выясните возможный срок аренды помещения. Большинство частных собственников предпочитает заключать договор аренды только на 11 месяцев, объясняя, что не хотят заниматься государственной регистрацией долгосрочного договора (госпошлина за регистрацию для юридических лиц — 22 тысячи рублей, а для физических — 2 тысячи рублей плюс необходимо собрать пакет документов). На самом деле они просто не хотят быть ограничены в своем праве распоряжаться недвижимостью. Однако для вас такой краткосрочный договор очень большой риск, ведь даже вернуть за это время затраченные средства будет проблематично. Чтобы салон принес прибыль, он должен находиться на одном месте не менее трех лет.

Если ваш арендодатель к вам лоялен, убедите его заключить долгосрочный договор аренды, можете даже предложить взять на себя все расходы по государственной регистрации договора. Правда, арендодатель в этом случае все равно вправе раз в год повышать арендную ставку, что может стать для вас абсолютно невыгодным. При этом, если ваш договор предусматривал [преимущественное право аренды](#), арендодатель не имеет право заключить договор с другим арендатором по более низким расценкам. Или предусмотрите вариант аренды с выкупом помещения, как в период действия аренды, так и после ее окончания.