

REGBERRY.RU

**НАЧНИ
СВОЙ
БИЗНЕС**

САЛОН КРАСОТЫ





СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1	
ИЗУЧАЕМ СИТУАЦИЮ	5
ТИПЫ САЛОНОВ КРАСОТЫ	5
ИЗУЧАЕМ КОНКУРЕНТОВ САЛОНА КРАСОТЫ	7
ПОМЕЩЕНИЕ.....	12
ПОСТАВЩИКИ РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ОБОРУДОВАНИЯ	17
ПЕРСОНАЛ	19
ГЛАВА 2	
СЧИТАЕМ ДОХОДЫ И РАСХОДЫ.....	24
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ УСЛУГ В САЛОНЕ КРАСОТЫ	24
ПРИМЕР РАСЧЁТА ЗАТРАТ НА ОТКРЫТИЕ САЛОНА КРАСОТЫ ЭКОНОМ-КЛАССА.....	28
ПРОДАЖА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОСМЕТИКИ.....	32
ИСТОЧНИКИ ПОТЕРЬ ДОХОДОВ В САЛОНЕ КРАСОТЫ	35
РЕКЛАМА САЛОНОВ КРАСОТЫ	40
АВТОМАТИЗАЦИЯ РАБОТЫ САЛОНА КРАСОТЫ	43
ГЛАВА 3	
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ	45
ГОСУДАРСТВЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ.....	45
РАЗРЕШЕНИЯ И СОГЛАСОВАНИЯ.....	46
ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ САЛОНА КРАСОТЫ	48
ГИГИЕНА В САЛОНЕ КРАСОТЫ	49
НАЛОГИ	51
НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА НА УСН ДОХОДЫ.....	52
НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА НА УСН ДОХОДЫ МИНУС РАСХОДЫ	52
НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА НА ПСН (ПАТЕНТ МОГУТ КУПИТЬ ТОЛЬКО ИП).....	52
БУХГАЛТЕРИЯ	55
КАССОВЫЙ АППАРАТ И РАСЧЁТНЫЙ СЧЁТ	55
ДОГОВОРНАЯ РАБОТА	56
ДОКУМЕНТЫ, КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ НАХОДИТЬСЯ В САЛОНЕ КРАСОТЫ	56

ВВЕДЕНИЕ

Рынок парикмахерских и косметических услуг в России считается одним из самых быстроразвивающихся и имеющим хороший потенциал для дальнейшего роста. По сравнению с некоторыми странами россияне пока еще обращаются за подобными услугами 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 из расчета на одного человека за последние 10 лет выросли в 5 раз. А доля таких услуг в общем объеме бытовых услуг населению превысила 11%.

Конечно, пандемия коронавируса негативно сказалась на сфере красоты, впрочем, как и на множестве других направлений бизнеса. Но и восстанавливаться она стала одной из первых. Очевидно, что этот рынок демонстрирует устойчивый рост, хотя его нельзя отнести к малозатратному и быстро окупаемому.

ГЛАВА 1

ИЗУЧАЕМ СИТУАЦИЮ

ТИПЫ САЛОНОВ КРАСОТЫ

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 хорошо выражена, хотя и с несколько размытыми границами:

1. Салоны эконом-класса 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 эконом-класса 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 эконом-класса 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 высокочассных салонов. Расходы на открытие эконом-салона не превышают 1 млн рублей, часто их переделывают из бывших домов быта, производя 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 1000 до 2500 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 2 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, SPA-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 эконом-класса приходится 5 салонов бизнес-класса и 1 салон премиум-класса.



Принимайте решение о классе своего салона, исходя не только из имеющегося бюджета, но и платёжеспособности населения в вашем населённом 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 населённом 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 1000 человек. Во многих российских городах предложение услуг красоты ещё 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 необязательно 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 эконом-классу:

	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
	<i>Оценка 5 баллов</i>	<i>Оценка 4 балла</i>	<i>Оценка 3 балла</i>
Цены	Цена стрижки – 500 рублей, самая дорогая услуга стоит 1000 рублей	Цена стрижки – 400 рублей, самая дорогая услуга стоит 750 рублей	Цена стрижки – 300 рублей, самая дорогая услуга стоит 500 рублей
	<i>Оценка 3 балла</i>	<i>Оценка 4 балла</i>	<i>Оценка 5 баллов</i>
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
	<i>Оценка 5 баллов</i>	<i>Оценка 4 балла</i>	<i>Оценка 4 балла</i>

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 путём личных рекомендаций
	<i>Оценка 5 баллов</i>	<i>Оценка 0 баллов</i>	<i>Оценка 3 балла</i>
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
	<i>Оценка 5 баллов</i>	<i>Оценка 5 баллов</i>	<i>Оценка 3 балла</i>
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
	<i>Оценка 5 баллов</i>	<i>Оценка 4 балла</i>	<i>Оценка 2 балла</i>
Удобное местоположение и близость к остановкам общественного транспорта	Расположен в отдельном здании на перекрёстке 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
	<i>Оценка 4 балла</i>	<i>Оценка 4 балла</i>	<i>Оценка 4 балла</i>
Реклама	Реклама салона идет в местных СМИ; информация размещена на рекламном щите недалеко от салона; рекламные листовки в почтовых ящиках	Активной рекламной деятельности не ведёт, в основном клиенты приходят по рекомендации	Периодически устраивает раздачу листовок в ближайшем торговом центре
	<i>Оценка 5 баллов</i>	<i>Оценка 2 балла</i>	<i>Оценка 3 балла</i>

Дизайн помещения и интерьера	Ремонт был сделан несколько лет назад, дизайн и интерьер в салоне требует обновления, нет зоны ожидания для клиентов	Помещение требует косметического ремонта, есть удобная зона ожидания для клиентов (мягкая мебель, журналы, кофе-чай)	Ремонт был сделан недавно, зоны ожидания нет
	<i>Оценка 3 балла</i>	<i>Оценка 4 балла</i>	<i>Оценка 4 балла</i>
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
	<i>Оценка 5 балла</i>	<i>Оценка 3 балла</i>	<i>Оценка 2 балла</i>
Общая оценка	45 баллов	34 балла	33 балла

В этом примере серьезным конкурентом можно назвать только первый салон «Аэлита»: он расположен в отдельном здании, может принять сразу много клиентов, предлагает широкий ассортимент услуг, косметiku для продажи. Минусом этого салона являются достаточно высокие цены, практически на верхней грани эконом-класса. Два вторых салона могли бы улучшить свою привлекательность для клиентов, если бы уделили больше внимания сервису на ресепшне 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 бухучет). Для этого надо обратиться в региональное отделение Росстата, где за небольшую сумму вам предоставят данные годовой бухгалтерской отчётности интересующей вас организации. Это государственная услуга, регламент предоставления которой утверждён Приказом Росстата от 27.12.2019 № 822. Разумеется, есть вероятность, что эти официальные данные будут занижать реальные доходы, 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 требуется 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 1000 человек);
- удобная транспортная или пешая доступность;
- отсутствие рядом прямых конкурентов по ценовой категории.

Помещений, пригодных для салона красоты и не требующих серьёзной реконструкции, не так уж много, и причиной этому - санитарные требования к организации таких услуг.



Конец ознакомительного фрагмента, скачать книгу по [ссылке](#).