

A black and white photograph of a woman's face in profile, looking to the left. She is holding a dark apple with both hands, about to take a bite. Her hair is pulled back, and her features are sharply defined by the lighting.

Белорусский журнал для руководителей Индустрия красоты

**№ 1 (19),
2017**

Тема номера

20

Что губит индустрию красоты
Беларуси

Процедуры

50

Воск или сахар — что
выгоднее для салона красоты

Законодательство

76

Рейтинг салонов: ответы
на вопросы

18 мая 2017 года
Минск

бизнес-семинар

для владельцев и директоров
салонов красоты

«Клиент салона или клиент мастера?»

Программа

1. Клиент мастера VS. клиент салона: «ловушки» для руководителя.
2. «Приручение» клиентов к салону:
 - формула успеха;
 - уходим от акций для «затыкания дыр» к грамотной системе клиентской лояльности (разберем и вопросы «деления процента»);
 - стандарты сервиса (составляющие, порядок разработки и внедрения; работа с сопротивлением персонала (шантаж, саботаж, манипулирование, интриги)),
 - обратная связь с клиентами: как нельзя и как нужно это делать.
3. Нехватка профессионалов на рынке и мотивация мастеров на честную и эффективную работу в салоне.
4. «Особые персоны»: как заставить «светить» по вашим правилам салонные «звезды».
5. Страх руководителя перед переменами: как преодолевать тревоги и находить силы для изменений.

**Ведущая —
Татьяна Пирогова.**

Бизнес-тренер и бизнес-консультант. Основатель и главный редактор профессионального бизнес-журнала «Индустрия красоты». Разработчик и ведущая семинаров и тренингов для руководителей и контактного персонала салонов красоты, медицинских центров, спа-центров и фитнес-клубов. Автор свыше 400 статей в деловой прессе Беларуси. Директор образовательно-консалтинговой компании «Риард».

Организационные моменты

Время проведения — 10.00-16.00.

Стоимость участия в семинаре — 249,00 рублей.

При оплате до 30.04.2017 — скидка 10 %, стоимость участия со скидкой составит 224,10 рублей.

Предоставляются скидки в зависимости от количества участников от одной компании (2 участника — 5 %; 3 участника — 10 %; 4 и более участников — 15 %). Скидки суммируются.

В стоимость входит обед (12:00-12:40).

Каждому участнику выдается раздаточный материал и вручается сертификат.

Для участия в семинаре необходимо зарегистрироваться по телефонам:

8 (017) 385-94-32; +375 (29) 197-40-80; +375 (29) 578-63-49.

Частное предприятие «Риард». УНП 191472755.

CHI[®] IONIC

SHINE SHADES

Новинка!

Жидкая блеск-краска

CHI SHINE SHADES
на основе натурального шелка,
масел бразильского ореха
и оливы.

Совершенно новая жидкая
основа красителя даёт
ещё лучшие результаты
в окрашивании волос,
защищая их и обогащая
активными компонентами,
которые нацелены
уплотнить структуру
волос и придать
сияющий блеск.



AMMONIA FREE
FORMULATED WITHOUT PPD



* без аммиака, формула
не содержит PPD
(парафенилендиамин)



Керамика



Шелк



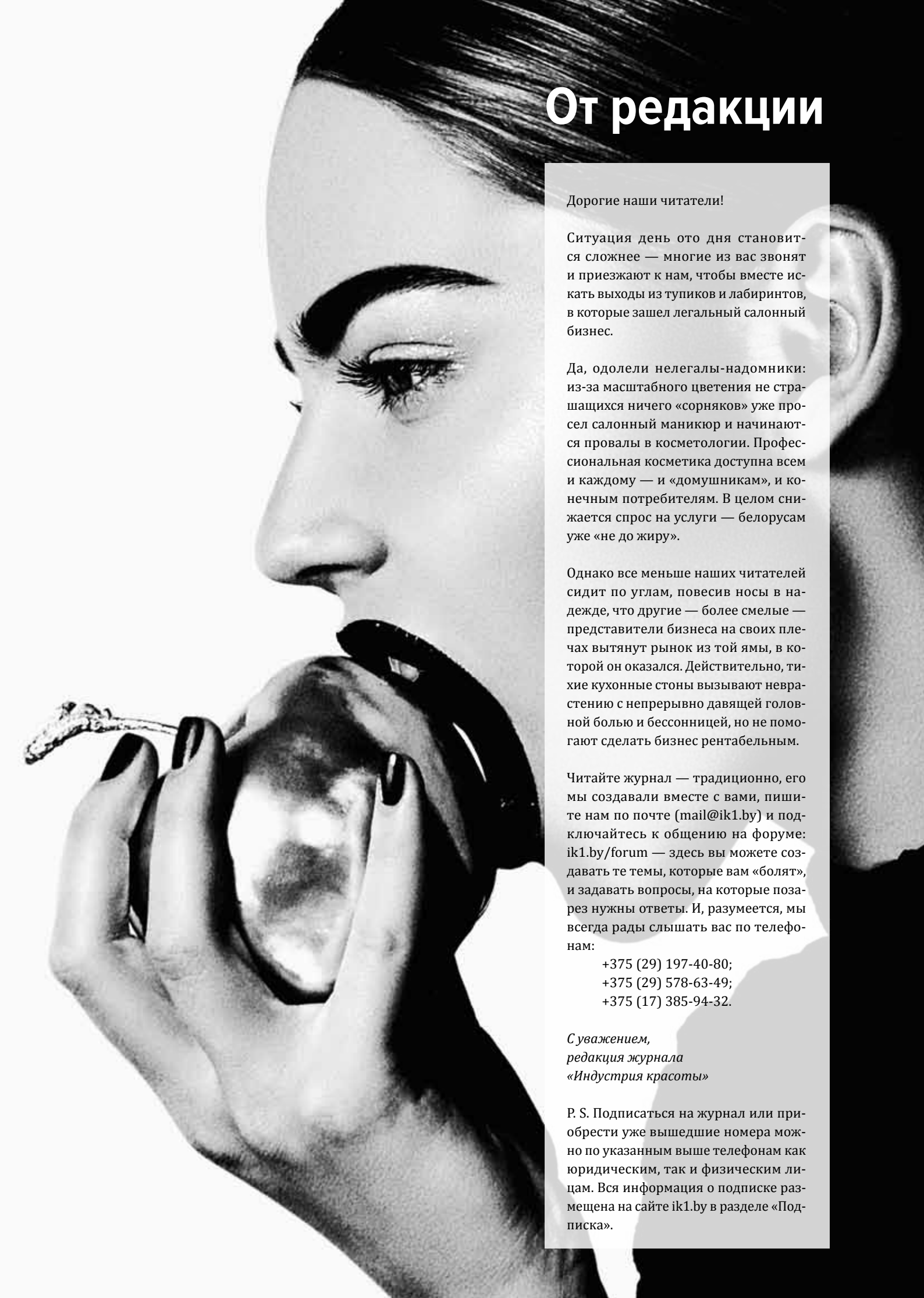
Стойкость цвета



Алоэ

Официальный дистрибьютор на территории Беларуси ООО «Лика-Джей». Минск, ул. Кропоткина, 84
Тел.: 8 (029) 366-77-36; 8 (029) 352-36-30; 8 (029) 338-16-23; www.chibelarus.by

FAROUK
CHI | BIOSILK[®]



От редакции

Дорогие наши читатели!

Ситуация день ото дня становится сложнее — многие из вас звонят и приезжают к нам, чтобы вместе искать выходы из тупиков и лабиринтов, в которые зашел легальный салонный бизнес.

Да, одолели нелегалы-надомники: из-за масштабного цветения не страшащихся ничего «сорняков» уже просел салонный маникюр и начинаются провалы в косметологии. Профессиональная косметика доступна всем и каждому — и «домушникам», и конечным потребителям. В целом снижается спрос на услуги — белорусам уже «не до жиру».

Однако все меньше наших читателей сидит по углам, повесив носы в надежде, что другие — более смелые — представители бизнеса на своих плечах вытянут рынок из той ямы, в которой он оказался. Действительно, тихие кухонные стоны вызывают неврастению с непрерывно давящей головной болью и бессонницей, но не помогают сделать бизнес рентабельным.

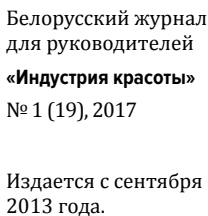
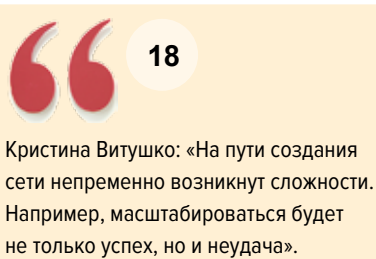
Читайте журнал — традиционно, его мы создавали вместе с вами, пишите нам по почте (mail@ik1.by) и подключайтесь к общению на форуме: ik1.by/forum — здесь вы можете создавать те темы, которые вам «болят», и задавать вопросы, на которые позарез нужны ответы. И, разумеется, мы всегда рады слышать вас по телефонам:

+375 (29) 197-40-80;
+375 (29) 578-63-49;
+375 (17) 385-94-32.

*С уважением,
редакция журнала
«Индустрия красоты»*

P. S. Подписаться на журнал или приобрести уже вышедшие номера можно по указанным выше телефонам как юридическим, так и физическим лицам. Вся информация о подписке размещена на сайте ik1.by в разделе «Подписка».

Новости индустрии	Санитарные нормы-2017: что нового для салонов?	4
	Пожарники» прекращают плановые проверки салонного бизнеса	4
	Всебелорусская по участникам, международная по спикерам: подводим итоги конференции «Индустрия красоты-2017»	5
Новости компаний	Новости компаний	6
Горячая линия	Установка «сухожара» в салоне: ждать ли проблем от Минздрава?	10
	Уволить беременную: как можно и как нельзя?	10
Точка зрения	Солярии в Беларуси: законодательство на практике	12
Проблема	Захват рынка нелегалами, или «Добро пожаловать... домой»	14
Финансы	Где взять деньги на открытие и развитие салонного бизнеса	18
Тема номера	Что губит индустрию красоты Беларуси	20
	Беда первая: профкосметика доступна всем и каждому	21
	Беда вторая: с засильем надомников никто не борется	25
	Два в одном: и работник, и «домушник». Что делать директору?	30
	Беда третья: правила игры соблюдать очень тяжело	32
	Беда четвертая: нечестная конкуренция и отсутствие коммуникаций между руководителями салонов красоты	33
	Что говорит закон о краже клиентской базы	35
	Беда пятая: уровень обучения профессиям зачастую очень низкий	36
	О проблемах соседей устами украинского и российского экспертов	37
Гость номера	Руслан Агарков: «Это семейный бизнес — мы с Натальей все делаем вместе»	38
Медицинский аспект	Родинки и салонные процедуры	46
Косметология	Воск или сахар — что выгоднее для салона красоты и эффективнее для клиента?	50
	Вросший волос: кто виноват и что делать?	56
Спа-профиль	Кинезиотейпирование: из спорта — в эстетику	62
Салонные процедуры	Нелегкий, но эффектный путь к сердцу клиента: сложные окрашивания	67
Законодательство	Рейтинг салонов: ответы на волнующие всех вопросы	76
Каталог	Каталог «Всё для красивого бизнеса»	79



Отпечатано в типографии «Акварель Принт».
ООО «Промкомплекс».
ЛП № 02330/78 от 03.03.2014.
Ул. Радиальная, 40-202, 220070, Минск.
Свидетельство ГРИРПИ №2/16 от 21.11.2013.

Color Nurture

Официальный дистрибьютор на территории Беларуси
ООО «Лика-Джей». Минск, ул. Кропоткина, 84
Тел.: 8 (029) 366-77-36; 8 (029) 352-36-30; 8 (029) 338-16-23
www.chibelarus.by



BIOSILK®

Подробную информацию вы можете узнать у продавцов и консультантов по телефонам:
+375 (29) 366-77-36; +375 (29) 352-36-30; +375 (29) 338-16-23

Санитарные нормы-2017: что нового для салонов?

20 января 2017 года вступили в силу изменения в Санитарные нормы, правила и гигиенические нормативы «Гигиенические требования к устройству, оборудованию и содержанию парикмахерских (далее — СанПиН).

Постановление Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 28.12.2016 №139 исключило ряд положений, предусмотренных предыдущей версией СанПиНа, и дублирование требований технических нормативных правовых актов, принятых другими министерствами.

К примеру, теперь из СанПиНа удалены требования к содержанию прилегающей территории и пункты, регулировавшие вопросы размещения парикмахерских в цокольных этажах зданий.

Из более важного:

- с 20 января влажная уборка всех помещений парикмахерских в течение рабочего дня может проводиться без применения моющих средств (соответственно исключен пункт о необходимости иметь запас моющих и дезинфицирующих средств);
- стирать грязное белье и спецодежду теперь можно не в прачечной, а в подсобном помещении при создании условий для сушки;



- удален пункт, требовавший, чтобы рабочие кресла по своему устройству были приспособлены как для взрослых, так и для детей;
- исключено требование о наличии в парикмахерской санитарного журнала;
- больше не запрещено сдувать феном и стряхивать волосы с пеньюаров у рабочего кресла.

В остальном — изменений в тексте много, но вряд ли их можно назвать существенными. [ик](#)

«Пожарники» прекращают плановые проверки салонного бизнеса

Министр по чрезвычайным ситуациям Республики Беларусь Владимир Ващенко сообщил о полном прекращении проверок малого и среднего бизнеса в соответствии с Координационным планом. Также будет продолжен пересмотр технических нормативных правовых актов в сфере пожарной безопасности — с кардинальным сокращением требований. Останутся только те требования, которые действительно способствуют сохранению жизни людей и сохранности имущества, подчеркнул министр. Рассматриваются вопросы дальнейшего упрощения системы лицензирования.



«Изменения в Координационный план проверок на первое полугодие, размещенный на сайте Комитета государственного контроля, уже оперативно вносятся. Если ваше предприятие, согласно плану, ожидало проверки, то ее не будет. Если у вас уже идет проверка, то, как перед нами поставил задачу Министр, она будет завершена максимально быстро, насколько возможно», — в интервью «Индустрии красоты» сообщил официальный представитель МЧС Республики Беларусь Виталий Новицкий.

«Единственное условие, при котором у вас на объекте может появиться проверка, — если будет не анонимное обращение гражданина. Мы, как и прежде, обязаны реагировать на обращения, которые содержат сведения, касающиеся пожарной и промышленной безопасности. Также, разумеется, сам руководитель предприятия может пригласить наших сотрудников, если хочет разобраться-

ся в каком-то вопросе, находящемся в нашей компетенции», — уточнил В. Новицкий.

Разумеется, сохраняется процедура приемки нового здания или помещения после реконструкции под салон, парикмахерскую и т. п., производимая комиссией, в составе которой будут, как и ранее, представители МЧС.

Он также отметил, что функции по проверке не будут переданы другим контрольным организациям, так как для этого у их специалистов нет полномочий и необходимых знаний в сфере законодательства по пожарной безопасности. [ик](#)

Всебелорусская по участникам, международная по спикерам: подводим итоги конференции «Индустрия красоты-2017»

Особенностью 3-й ежегодной конференции «Индустрия красоты-2017: тенденции, перспективы, возможности» стала возможность участникам услышать ценнейшие советы по ведению бизнеса не только от соотечественников, но и от ведущих экспертов России и Украины. Павел Гринишин и Наталья Лисова на протяжении всего времени своих выступлений удерживали внимание аудитории, подтвердив статус одних из наиболее серьезных специалистов на постсоветском пространстве.

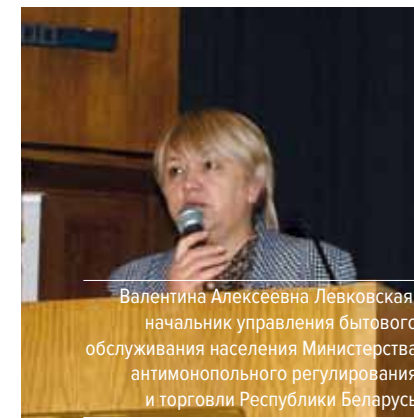
Традиционно сильно на конференции были представлены госорганы, непосредственно разрабатывающие правила игры на рынке красивых услуг и контролирующие их выполнение игроками.

В этом году гости конференции получили еще больше призов от наших партнеров. В импровизированной лотерее среди без малого ста участников форума было разыграно около 20 полезных подарков стоимостью от 200 рублей до 5 000 евро.

Программа была чрезвычайно насыщенной и ее все еще можно увидеть на сайте журнала [ik1.by](#). [ик](#)



В конференц-зале



Валентина Алексеевна Левковская, начальник управления бытового обслуживания населения Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь



Ирина Викторовна Жевняк, заведующая отделением коммунальной гигиены Республиканского центра гигиены, эпидемиологии и общественного здоровья



Юрий Натичко, начальник ГУ «Управление бытового и гостиничного обслуживания населения Мингорисполкома»



Наталья Лисова, руководитель проекта «Салон на миллион», владелица сети салонов красоты (Россия)



Павел Гринишин, директор управляющей компании Grinishyn (Украина)

CHI Shine Shades — новый подход в профессиональном окрашивании волос



Представляем вашему вниманию новинку — жидкую блеск-краску для профессионального окрашивания CHI Shine Shades.

В основе CHI Shine Shades — ионные технологии, уникальная керамика CHI44, натуральный шелк, масло бразильского ореха, масло оливы и экстракт алоэ.

Уважаемые директора салонов и профессионалы, пришло время показать вашим клиентам, насколько безопасной, точной и полезной для волос может быть процедура окрашивания. Записывайтесь на обучение, вдохновляйтесь и переходите на новый уровень!

Официальный дистрибьютор продукции компании Farouk Systems (США) в Республике Беларусь — ООО «Лица-Джей».

Информация по тел. + 375 (29) 649-41-09. Chibelarus.by, shop.chibelarus.by.

УНП 192509336

Biosilk Rock Hard — новый экстремальный стайлинг с шелком

Biosilk Rock Hard — линия продуктов для укладки волос, обеспечивающая превосходный контроль, блеск и фиксацию экстремальных причесок. Также идеально подходят для создания причесок на длительное время и помогает сохранить стиль при любых погодных условиях.

Шелк, входящий в состав Biosilk Rock Hard, содержит 17 из 19 аминокислот и является самым сильным волокном в мире. Он защищает волосы от жары, холода, влажности, УФ-лучей и загрязнения окружающей среды. Кроме того, шелк реконструирует кутикулу, укрепляет волосы, добавляет влагу, оздоравливает и омолаживает волосы. В результате волосы становятся мягкими, эластичными, блестящими.

Официальный дистрибьютор продукции компании Farouk Systems (США) в Республике Беларусь — ООО «Лица-Джей».



Информация по тел. + 375 (29) 649-41-09. Chibelarus.by.

УНП 192509336

Парафинотерапия — лучшее для ваших рук этой зимой



Потребность в уходе за кожей в зимний период ощущается наиболее остро. Распространенные беды в этот период — раздражение, покраснение и шелушение, вызванные воздействием различных факторов. Для решения этих проблем существует множество косметических процедур, но одна из самых теплых и приятных — парафинотерапия, которая с каждым годом набирает всю большую популярность.

Испанский бренд Depileve, один из немногих, предлагает высококачественные парафины, косметические средства и аксессуары для проведения данной процедуры.

Более подробно — у официального дистрибьютора Depileve в Республике Беларусь ООО «Королева-Бай».

Тел.: +375 (17) 284-9-666; +375 (29) 334-9-666; +375 (33) 313-4-666.



УНП 191089905

Суперпредложение на одноразовое белье!

ООО «Королева-Бай» предлагает отличные цены на одноразовое белье для салонов красоты, санаториев и любых учреждений здравоохранения.

Мы являемся эксклюзивными дистрибьюторами продукции производителя One Touch (Россия) и предлагаем наиболее полный и востребованный ассортимент по очень низким ценам.

Используйте возможность выгодно приобрести продукцию первой необходимости для вашей работы!

Ознакомиться с предложением и уточнить про интересующие позиции, вы можете, связавшись с нашими менеджерами.

Тел.: +375 (17) 284-9-666; +375 (29) 334-9-666; +375 (33) 313-4-666.



УНП 191089905

Соревнование спа-практиков в Париже: присоединяйтесь к поездке!

1–3 апреля 2017 года в самом большом выставочном центре Парижа Paris Expo porte de Versailles пройдет очередной спа-конгресс эстетики и спа. В рамках конгресса будет проведен чемпионат «Лучший спа-практик».

В 2016 году ООО «АллСпаНа» стала организатором и спонсором команды из Беларуси. Наши ребята заняли призовые места: Дмитрий Христюков — первое место, а Олег Новик — второе.

В этом году мы снова приглашаем всех желающих принять участие в увлекательном, зрелищном мероприятии в Париже. Подробно о поездке и условиях участия в чемпионате можно узнать в Спа-академии Elegance, открытой в 2016 году в Беларуси.



ООО «АллСпаНа».
Минск, Логойский тракт,
д. 15, к. 2.
Тел. +375 (29) 785-14-37.

УНП 191847924

Обучение перманентному макияжу в школе VIP-permanent: продолжается набор в группы



УНП 190620716

Студия элитного перманентного макияжа VIP-permanent объявляет о наборе в открытые группы на курсы по обучению перманентному макияжу.

Ближайшие базовые курсы по перманентному макияжу в студии — с 15 по 24 апреля 2017 года. Набор в группы проводится ежемесячно.

Длительность обучения — 10 дней.

Время занятий — с 10:00 до 16:00.

Практические занятия — 70 % от общего объема материала.

Тел.: +375 (29) 625-53-94; +375 (29) 664-50-45. ООО «Спрутсервис».

Студия перманентного макияжа и женской татуировки Аллы Ромазановой — в Минске

Среди мастеров тату и перманентного макияжа Беларуси имя Аллы Ромазановой стало нарицательным. Более 20 лет кропотливого труда, участие во всевозможных международных конгрессах и выставках, постоянное повышение своей квалификации, в итоге — открытие одноименной студии перманентного макияжа и женского тату.

Здесь же появилась возможность освоить прибыльную профессию мастера перманентного макияжа и повысить свою квалификацию. Обучение проходит как в офлайн-, так и онлайн-режимах (последнее доступно только практикующим мастерам). Студия уже работает и активно набирает группы на обучение.

Тел. +375 (25) 516-70-00.



ИП Шинкина Я. С. УНП 191877932



Частное предприятие «Риара». УНП 191472755

28 марта в Минске — Павел Гринишин и «Как навести порядок в своем салоне красоты»

В программе бизнес-семинара — 3 «горячих» управленческих блока:

1) семь вариантов оплаты работы специалистов, администраторов и управляющих в салоне красоты: детальный разбор «плюсов» и «минусов» и практика применения в салонном бизнесе;

2) учет и контроль в салоне красоты: что и зачем необходимо для эффективного управления;

3) ценообразование: анализ ошибок, рекомендации.

Подробнее — на сайте ik1.by и по тел.: +375 (29) 197-40-80; +375 (17) 385-94-32.

Система лояльности для клиентов, работающих с косметикой Kosmoteros Professionnel Paris



Тел. + 375 (29) 617-19-01. Kosmoteros.by.

Система лояльности Kosmoteros Professionnel, действующая с 1 февраля 2017 года, предполагает отличные бонусы и поощрения.

Для новых клиентов — при покупках в течение первых 3 месяцев — предлагается бонус в размере 15 % от суммы каждой покупки. На «бонусную» сумму вы самостоятельно выбираете и бесплатно получаете продукты Kosmoteros Professionnel.

Постоянным клиентам предоставляется бонус в размере 8 % на профессиональные продукты и 12 % на домашнюю линейку. Бонус имеет накопительный характер и рассчитывается поквартально.

Теперь работать с нами не только приятно, но и выгодно!

Официальный дистрибьютор на территории Республики Беларусь — ИП Ха-мицевич И. Н.

УНП 192168048

BIOLINE — новейшие разработки в косметологии теперь в Беларуси!

С 1 сентября 2016 года официальным дистрибьютором косметики BIOLINE Jato на территории Республики Беларусь является компания «Стар Бьюти Сервис».

BIOLINE Jato — это профессиональная косметика премиум-класса, которая производится исключительно в Италии (город Тренто).

В своем производстве BIOLINE Jato использует натуральные активные компоненты растительного и морского происхождения, а также сложнейшие «комплексы» биотехнологического происхождения, нанотехнологии в области косметологии и фармацевтики.

Косметологи более чем 70 стран мира доверяют продукции BIOLINE и рекомендуют ее своим клиентам. Сегодня компания «Стар Бьюти Сервис» предлагает косметологам Беларуси воспользоваться всеми преимуществами работы с этой косметикой.

ООО «Стар Бьюти Сервис». Минск, пр. Независимости, 49, оф. 213.
Колл-центр — 635-80-00 (все операторы).



УНП 190961479

Sesderma ATPSES — «клеточный энергетик» для кожи



С возрастом митохондрии в клетках кожи замедляют выработку энергии и ее хватает только на нужды клеток (фибробласт).

Восстанавливающая линия ATPSES — настоящая инъекция энергии для кожи! «Клеточные энергетик», содержащиеся в препарате, значительно улучшают состояние уставшей кожи, стимулируют энергию ее клеток, повторно активизируют клеточный обмен веществ, увеличивают потенциальную энергию клетки, защищают клетки от повреждающего воздействия окружающей среды.

Инновационная липосомальная формула включает в себя ряд уникальных активных ингредиентов. Это идеальное средство для ухода после медицинских и эстетических процедур: пилингов, лазера, инъекций.

ООО «Центр Современной Косметологии „Лэколь“». Минск, ул. Мележа, д. 1, оф. 1518.
Тел.: +375 (17) 268-45-81; +375 (44) 590-06-00; +375 (44) 568-45-81.

УНП 191309499



VENUS VIVA

Venus Viva™ — это новое поколение аппаратов для шлифовки кожи и ремоделирования лица. Аппарат сочетает в себе нанофракционные радиочастотные технологии NanoFractional Radio Frequency™ и технологии Smart Scan™ для эффективного устранения деформации текстуры кожи, рубцов, морщин и растяжек.

Опыт работы на аппарате Venus Viva™

- ✓ Уменьшает выраженность пор при любом типе кожи.
- ✓ Выравнивает текстуру кожи, придает ей изысканно ухоженный вид.
- ✓ Делает менее заметными шрамы от угревой сыпи, кожа очищается и приобретает здоровый тон.
- ✓ Разглаживает глубокие морщины и складки. Кожа выглядит моложе.
- ✓ Уплотняет и подтягивает кожу в области шеи, уменьшает признаки старения.
- ✓ Подтягивает и делает более упругой дряблую кожу в зоне декольте, уменьшает морщины сна.

Аппликатор Venus Viva™

Аппликатор Venus Viva™ использует радиочастотную технологию NanoFractional RF™ и технологию сканирования SmartScan™. Благодаря впечатляющему разнообразию шаблонов, позволяющему удовлетворять индивидуальные потребности клиентов, увеличенному размеру обрабатываемого участка и малому размеру контактной зоны наконечника, оператор может проводить процедуры по всей зоне лица и шеи для любого типа кожи, делать менее заметными морщины и тонкие линии, совершенствовать текстуру кожи и ее общий внешний вид.

SmartScan™

- Инновационная запатентованная технология для наконечника с 700 импульсами.
- Радиочастотный селективный прогрев кожи.
- Благодаря минимальному размеру каждого игольчатого электрода (150×20 микрон), наконечник насадки вызывает умеренное повреждение кожи (4 %), что уменьшает время реабилитации.
- Максимальное покрытие при минимальных болевых ощущениях (160 электродов на каждом наконечнике, 62 мДж каждый).

Уникальный выбор шаблонов

- Возможность выбора шаблонов обеспечивает максимальное удобство в проведении процедуры.
- Индивидуальная подача энергии на каждый электрод.
- Однородный вид ткани после процедуры и минимальное время реабилитации.

Аппликатор DiamondPolar™

Аппликатор DiamondPolar™ обеспечивает неинвазивную процедуру подтяжки кожи, безопасную для всех типов кожи, — на лице, шее и труднодоступных участках тела. Аппликатор работает на основе апробированной технологии (MP)², сочетающей многополярные радиочастоты и импульсные магнитные поля. Обеспечивая отсутствие болевого синдрома, дискомфорта и минимальное время заживления, этот аппликатор, благодаря уникальному расположению электродов, подходит для обработки кожи вокруг глаз, области щек и других небольших участков кожи, разглаживает кожу, морщины и тонкие линии.

Официальный представитель в Республике Беларусь — частное предприятие «Эстекс Бел», www.estex.by.
Тел. +375 (17) 233-56-56.



УНП 191686526

Установка «сухожара» в салоне: ждать ли проблем от Минздрава?

«У нас есть салон красоты, в котором, в числе прочих, оказываются услуги маникюра. Маникюр хотим сделать безопасным — ввести стерилизацию (хотя по санитарным нормам обязательна только дезинфекция). Возник вопрос: чем стерилизовать инструмент? Решили купить сухожаровой шкаф, но опасаемся, что при проверке проверяющие скажут, что для использования медицинского оборудования нужна была медлицензия, изымут всю выручку и еще оштрафуют. Такого развития событий совсем не хочется. Итак, если мы поставим «сухожар», не будет ли печальных последствий или лучше не рисковать и обойтись без стерилизации?»



Отвечает Тамара Королева, директор Ассоциации прикладной эстетики и спа:

— Никаких вопросов по сухожаровому шкафу к вам не возникнет, медицинская лицензия не требуется. Это безопасность услуги, и было бы абсурдно, если бы салоны за это наказывали.

Санстанция сегодня только приветствует стерилизацию инструментов, используемых при оказании бытовых услуг: того же маникюра и педикюра. Самое главное, чтобы соблюдались правила обработки, включая так называемую ПСО — предстерилизационную обработку. Это единственное требование. Дезинфекция должна работать по вирулицидному, бактерицидному и фунгицидному режимам — уничтожать три группы микроорганизмов: вирусы, бактерии и грибки. Информацию о том, на какие группы воздействует то или иное средство, можно прочитать в инструкции к нему. Некоторые средства работают по всем режимам, некоторые только по одному-двум из них. Соответственно может потребоваться использование нескольких препаратов. На все из них должны быть паспорта, копии чеков и, разумеется, сертификаты.

Этапы предстерилизационной подготовки и стерилизации должны быть прописаны — либо в инструкции мастера по маникюру либо в общей инструкции по дезинфекции инструментов, если такой документ есть в салоне.

Уволить беременную: как можно и как нельзя?

«Мы в салон взяли администратора, заключили контракт на год, а через 8 месяцев она принесла справку о беременности. Контракт продлевать не хотим. Можем ли мы уволить администратора по истечении контракта?»



Отвечает Александр Хоружий, практикующий юрист:

— Трудовым законодательством Республики Беларусь для женщин, которые работают на основании трудового контракта и собираются стать мамами и (или) имеют маленьких детей, установлены особые права, а также дополнительные льготы и гарантии, ставящие целью охрану здоровья и материнства. Так, нормами законодательства о труде предусматриваются гарантии при продлении или заключении на новый срок трудовых договоров.

В частности, в случае истечения срока действия контракта, заключенного с беременной работницей, наниматель обязан его продлить. Контракт будет продлеваться на период беременности либо иной срок по соглашению сторон. Вместе с тем необходимым условием такого продления является согласие беременной работницы, то есть если она против продолжения работы в вашем салоне, то трудовые отношения прекращаются в связи с истечением срока действия контракта.

При беременности работницы наниматель вправе прекратить с ней трудовые отношения только в случае ликвидации организации, прекращения деятельности филиала, представительства или иного обособленного подразделения организации, расположенных в другой местности, прекращения деятельности индивидуального предпринимателя, а также по основаниям, предусмотренным пунктами 4, 5, 7–9 статьи 42 и статьей 47 Трудового кодекса Республики Беларусь, в частности:

- за систематическое неисполнение работником без уважительных причин обязанностей, возложенных на него трудовым договором или правилами внутреннего трудового распорядка;
- прогул;
- появление на работе в состоянии алкогольного, наркотического или токсического опьянения, а также

распитие спиртных напитков, употребление наркотических средств или психотропных веществ, их аналогов, токсических веществ в рабочее время или по месту работы;

- совершение по месту работы хищения имущества нанимателя, установленного вступившим в законную силу приговором суда или постановлением органа, в компетенцию которого входит наложение административного взыскания;
- однократное грубое нарушение требований по охране труда, повлекшее увечье или смерть других работников;

- совершение виновных действий работником, непосредственно обслуживающим денежные и материальные ценности, если эти действия являются основанием для утраты доверия к нему со стороны нанимателя.

Таким образом, если беременная работница пожелает продолжить трудовые отношения, наниматель не вправе расторгнуть с ней трудовой контракт в связи с истечением срока его действия. Также перед продлением контракта наниматель обязан выяснить все обстоятельства и волеизъявление работницы. Кроме того, будет уместно в свою очередь попросить у беременной сотрудницы представить документ, подтверждающий ее беременность.

Уважаемые читатели журнала «Индустрия красоты»!

Если у вас возникли вопросы, так или иначе касающиеся темы управления салоном красоты, парикмахерской, косметологическим, спа- или велнес-центром, обращайтесь в редакцию журнала — мы постараемся вам помочь.

Вопросы принимаются в письменном виде:

- по электронной почте: mail@ik1.by;
- в традиционных конвертах, доставленных по адресу: 220003, Минск, а/я 43.

Ответы вы найдете на страницах журнала.

Также можно задать и обсудить любые вопросы, касающиеся управления салоном красоты, на форуме ik1.by/forum.



Магазин Tattooobands специально для мастеров татуировки и перманентного макияжа



Мы продаем профессиональное оборудование, проверенные пигменты, удобные аксессуары и многое другое.

Наша задача — обеспечить мастеров всем необходимым для работы. Магазинов, предлагающих оборудование и расходные материалы для кабинетов перманентного макияжа и тату-салонов, в настоящее время довольно много, и вы наверняка захотите знать, почему же стоит остановиться именно на Tattooobands. Ответ на этот вопрос у нас есть. Главное отличие от конкурентов заключается в том, что наш магазин создан мастером перманента и татуировки.

- Мы продаем только те оборудование, пигменты и другие принадлежности, в которых уверены.
- Мы понимаем, как важно мастеру иметь все лучшее для работы и как от этого зависит конечный результат.

Если ваша деятельность — перманентный макияж, мы с радостью предложим вам оборудование и пигменты от лучших производителей. Все проверено «на лицах» наших клиентов, и мы сможем проконсультировать вас по любому пигменту и дать профессиональный совет по его использованию.

Рецепт вашего успеха прост: качественная и современная техника, оригинальные пигменты, хорошие средства послеоперационного ухода, собственное мастерство и опыт.

Адрес магазина: Минск, ул. Захарова, 23. Тел. +375 (44) 544-99-11.

Солярии в Беларуси: законодательство на практике

Юргис Думбляускас, обозреватель

Соляриев в Беларуси стало, определенно, меньше. При этом белорусы, чтобы восполнить нехватку тепла и загара, не стали чаще выезжать на курорты — кризис на дворе. Чтобы разобраться в том, что послужило причинами серьезного сокращения рынка и что будет с данным сегментом индустрии красоты дальше, мы обратились к Станиславу Вилисову, директору ООО «Белпольфран», в последние годы активно отстаивающему право на жизнь «солнечного» бизнеса.

— Станислав, насколько совершенно белорусское законодательство, которое регулирует работу соляриев? — Законодательство, регулирующее сферу соляриев в Беларуси, абсолютно логично и в теории позволяет нормально работать. Проблема в том, что Министерство здравоохранения в этом отношении тянет на себя одеяло, подменяя понятия и не обращая внимания на законодательную базу в вопросе работы соляриев. Какие мотивы у Министерства здравоохранения, чтобы так «опекать» солярии, мне понять сложно.

На сегодняшний день основные документы, регулирующие работу соляриев, это Общегосударственный классификатор «Виды экономической деятельности», утвержденный постановлением Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 05.12.2011 № 85, и стандарт СТБ 2412-2015 «Услуги бытовые. Спа-услуги. Термины и определения». В классификаторе четко прописано, что солярии относятся к деятельности по обеспечению физического комфорта. Минздрав же игнорирует этот документ.

В 2016 году мы делали запрос в Министерство экономики, и получили ответ: деятельность, связанная с предоставлением услуг искусственного загара, не относится к медицинской и соответственно не требует лицензирования. Минздрав же подменяет понятия, используя вместо термина «солярии» термин «ультрафиолетовое облучение».

Было много судебных процессов, особенно в 2007–2008 годах, когда мы пытались отстоять свою позицию и избавиться от необходимости получать медицинские лицензии. Разные суды выносили кардинально разные решения: одни принимали нашу сторону, вынося вердикт, что солярии относятся к физкультурно-оздоровительной деятельности, другие — сторону Минздрава. Была настоящая чехарда.

В 2008-м все успокоилось, так как Министерство здравоохранения снизило свои требования в получении лицензий, процесс стал значительно более легким — и все эту наживку заглотили.

Однако с течением времени это ведомство стало поднимать планку требований в отношении персонала и других аспектов работы соляриев. Условия работы становились все более невыносимыми. Сейчас в солярии должен работать медицинский персонал первой либо высшей категории, в своей работе необходимо придерживаться законодательных медицинских актов. Это все заставляет солярии заниматься абсолютно ненужными делами.

Зачем человек приходит в солярий? Чтобы просто загореть, а также для того, чтобы получить столь необходимую минимальную дозу УФО в природных условиях белорусской зимы, которая провоцирует депрессивное состояние населения из-за отсутствия солнца в течение светового дня (или для того, чтобы перед поездкой в теплые края для отдыха подготовить кожу, там «не обгореть» в первый же день и не испортить свой отдых. — Прим. ред.). Задача персонала не требует никаких глубоких медицинских знаний: нужно просто определить тип кожи, предложить, исходя из этого, продолжительность процедуры и проследить, чтобы не было ожога. Все это легко делается по специальной таблице. Давно сами медики доказали, что получение загара в соляриях более безопасно, чем под солнцем, — оно контролируемо. Однако Минздрав считает, что в штате солярия непременно должен быть медицинский персонал.

Не секрет, что медперсонала у нас не хватает в самой медицине. Какой смысл отвлекать тех же медицинских сестер от того, для чего они и учились, и сажать в соляриях, где их знания по-настоящему не востребованы?

— Как определяют услуги соляриев упомянутые вами госстандарты?

— С 1 сентября 2015 года действует СТБ 2412-2015 «Услуги бытовые. Спа-услуги. Термины и определения», документ, который в числе других организаций, опять же, подписывало и Министерство здравоохранения. В самом начале этого документа четко обозначено: «Настоящий стандарт не включает медицинские услуги, направленные

на медицинскую диагностику, лечение, медицинскую реабилитацию». То есть все обозначенные в нем виды деятельности относятся к бытовым услугам. В том числе «спа-услуга с использованием природного или искусственного света полного спектра и низкоэффективного ультрафиолетового излучения». Формулировка соответствует действию соляриев.

И согласно госстандарту выходит, что лицензия на этот вид деятельности не нужна, достаточно зарегистрироваться в исполкоме и в Реестре бытовых услуг.

Из-за разногласий, которые происходят между двумя министерствами — здравоохранения и торговли — у субъектов предпринимательства постоянно возникают проблемы с работой.

— Ведется ли сейчас работа по разрешению этой конфликтной ситуации?

— Под патронажем Министерства антимонопольного регулирования и торговли была создана рабочая комиссия. В нее, помимо сотрудников этого ведомства, входят представители Минэкономики, Минздрава, Национального статистического комитета, Госстандарта, среднего и малого бизнеса. Включая и меня.

Мы за большим круглым столом пробуем добиться того, чтобы был общий подход к законодательству, которое регулирует работу предприятий в сфере красоты, в том числе и соляриев. Проблема, конечно, затрагивает не только наш сегмент.

Кстати, вот еще один аргумент в пользу нашей позиции: Совет Министров разработал определение медицинской техники. «К медицинским изделиям, на которые распространяется действие технического регламента, относятся изделия медицинского назначения, средства измерения медицинского назначения, медицинская техника, включающая любые инструменты, аппараты, приборы, устройства, программы и средства, имплантаты, материалы или другие аналогичные изделия, применяемые по отдельности или в сочетании с другими медицинскими изделиями, предназначенными для диагностики, профилактики, наблюдения и лечения заболеваний или травм, медицинской реабилитации и протезирования, поддержания или обеспечения жизни, контроля над зачатием». Ни одна из перечисленных функций не присуща солярию. В солярий люди приходят не для того, чтобы поправить здоровье. И у Минздрава нет ни одной методики использования солярия как медицинского аппарата.

Минздрав же подходит к этому вопросу так: он обходит слово солярий, называя его «установкой ультрафиолетового излучения», и утверждает, что выдает лицензию на физиотерапию. Однако в лицензиях, которые получают от этого ведомства субъекты хозяйствования, указано: «физиотерапия (солярий)».

Согласно Указу Президента от 01.09.2010 № 450 «О лицензировании отдельных видов деятельности» Министерству здравоохранения дано право выдавать лицензию на



Станислав Вилисов, директор
ООО «Белпольфран»

физиотерапию. Однако никаких изъятий в виде «физиотерапия (солярий)» этот документ не предполагает. По такому принципу можно лицензировать скакалки и гимнастические палки, которые могут использоваться в тех же реабилитационных центрах.

— Есть ли уже результаты по работе группы?

— К сожалению, за три прошедших совещания рабочая группа пока ни к какому общему решению прийти не смогла.

— Как обстоит ситуация в соседних странах? Существуют ли там похожие проблемы?

— В России этот вид деятельности не относится к медицинскому. Как и в Казахстане. А так как мы движемся к унификации нашего законодательства, к тому, чтобы все гармонизировать и единым экономическим потенциалом двигаться к общим целям, то мы просто обязаны принять ту позицию, которая существует у наших соседей по Таможенному союзу.

В Беларуси солярии стали одной из тех, к сожалению — достаточно многих, «линий фронта», по которым проходит столкновение интересов Минздрава и бизнеса. К сожалению, другая сторона конфликта интересов — а ее мнение нам было бы не менее интересно — не очень активно идет на общение. Хотим заверить представителей одного из самых закрытых к диалогу ведомств, что мы стремимся к объективности и готовы донести вашу позицию до красивого бизнеса.

Захват рынка нелегалами, или «Добро пожаловать... домой»

Елена Скроботова, обозреватель

Зима в связи с многочисленными праздниками, казалось бы, должна являться благоприятным периодом для салонного бизнеса. Но на деле ситуация складывается не радужно. Конкуренцию салонам и официально работающим мастерам составляют нелегалы-надомники. И пока первые несут полную ответственность перед клиентами и законом, разного рода контролирующими инстанциями, вторые — получают максимум прибыли при сравнительно смешных затратах.

С целью прояснить реальную ситуацию — боятся ли нелегалы хоть чего-нибудь — «Индустрия красоты» провела журналистский онлайн-рейд по местам продвижения нелегальных услуг в интернете.

Баракхолки

Достаточно зайти на любой крупный портал, где имеется раздел «Красота и здоровье», наподобие onliner.by или taxi.by, как тут же нашим глазам открывается огромное количество предложений от мастеров.

Так, по запросу «маникюр на дому Минск» на сайте slanel.by были представлены 24 страницы и 474 объявления (рис. 1).

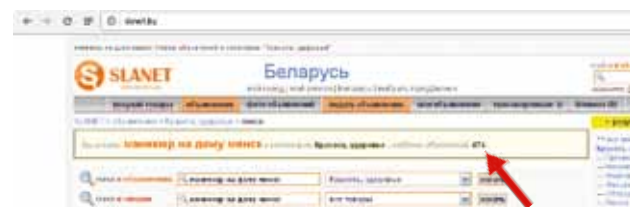


Рис. 1. И это даже не соцсеть...

Смотрим на них внимательно. Примерно одна треть предложений сопровождается надписью о подателе: «физическое лицо, не осуществляющее предпринимательскую деятельность». В них не указаны ни УНП, ни ФИО — и это очень заметно в сравнении с рекламой официально работающих мастеров. Однако не похоже, чтобы нелегалы боялись проверок. В объявлениях указаны номера сотовых телефонов, публикуются портфолио работ и нередко ссылки на социальные сети.

Интересный телефонный разговор состоялся у меня с одним из таких мастеров:

— Здравствуйте. Мне нужен долговременный маникюр. Делаете?
— Да, конечно. Обычный стоит 15 рублей.
— А вы как ИП работаете, официально?
— Конечно, как ИП, не волнуйтесь, все по закону.
— А почему тогда не указываете свои данные в объявлении?
— Ну, это же просто объявление, зачем мне для всех что-то указывать?!

— А если я приеду к вам на маникюр, покажете свидетельство о регистрации?
— Какое свидетельство, не поняла?
— Как какое — о регистрации вас в качестве ИП?
— Я не обязана вам ничего показывать! Не нравится — не приезжайте!

После чего рассерженный мастер повесила трубку, резко оборвав разговор.

Также я обратила внимание на одно из объявлений, где предлагались услуги маникюра и педикюра с выездом на дом к клиенту. Привлекла ссылка на сайт, который, кстати, сделан на хорошем коммерческом уровне и очень мотивирует заказать услугу. «Высокое качество, профессиональное оборудование, ведущие мастера и лучшие материалы» — такие преимущества указаны на сайте. На нем даже размещено предложение перезвонить вам. Вызывает доверие у клиентов? Безусловно. Но, к сожалению, после детального исследования такого сайта я не нашла никакой информации о том, кто

же предоставляет услуги. Между тем, согласно законодательству Республики Беларусь, местные бизнесмены, имеющие сайты, обязаны указывать на них данные индивидуального предпринимателя или юридического лица. В ходе телефонного общения выяснилось, что мастера выезжают на дом, но клиент сам приехать к ним не может. А на вопрос о наименовании организации мне

уклончиво ответили, что у них работает много профессионалов, выбирайте любого. Правда, фамилии их назвать также отказались.

Как видим, налицо даже не одно, а несколько нарушений закона, причем нелегалы работают группой и чувствуют себя, как рыба в воде.

Личные сайты

После этого случая я заинтересовалась личными сайтами неофициальных «поставщиков услуг».

Удалось обнаружить еще 6 штук — от самых «смелых» представителей «домашнего» сегмента. Может быть, это немного в общих масштабах. Но некоторая тенденция наметилась: нелегалы уверенно идут по пути официального бизнеса. Понятно, что такие сайты не пред-

ставляют собой высоконагруженные технологичные сервисы (а у кого из «официалов» есть такие?), но вполне оправдывают себя в целях маркетингового продвижения. Их все объединяют красивые посадочные страницы, привлекательные фотоальбомы-портфолио и тексты, «отманивающие» клиентов от салонов в пользу домашних работников. Там же обычно публикуются телефоны и ссылки на страницы в социальных сетях.

Социальные сети

«Социалки», как их называют в народе, становятся настоящим рассадником этой «домашней заразы». Именно здесь можно найти большинство незаконных предложений услуг — мастеров привлекает активная целевая аудитория и бездна возможностей для бесплатной рекламы.

Достаточно в поиск Google вбить фразу: «Маникюр на дому Беларусь Вконтакте» или обратиться к поиску самой сети, как сразу же мы получаем большое количество страниц со ссылками на соответствующие группы. Это словно эпидемия — любой желающий может выбрать сервис не только по видам маникюра, но и даже по районам. На одну улицу большого города или маленький городок с легкостью обнаруживаешь по 2–3 мастера, принимающих клиентов на дому. Мы ожидали, что девушки, опасаясь налоговых проверок, будут массово скрывать свои данные. На деле оказалось не совсем так.

Безусловно, через час поисков в глазах зарябило от псевдонимов вроде «Ира Ноготки», «Оля маникюр», «Ногтикова», «Ноготкова», «Красивая», «Art», «Нежная» и т. п. Правда, с другой стороны, наличие фамилии не говорит о том, что она реальна. «Вконтакте» полнится Ивановыми и Петровыми. Нередко фамилию заменяет отчество — из Михайловны с легкостью получается Михайлова. Только в сообщениях нелегалы готовы открыть настоящее имя, а если клиент сомневается, то и фамилию, и ссылку на личную страницу (рис. 2). Правда, причины сокрытия данных указываются явно «липовые».

Но шифруются, в основном, новички. Те, кто отдал делу много лет, стремятся выложить сертификаты, грамоты и прочие документы, подтверждающие профессиональные навыки. Естественно, это помогает активнее при-

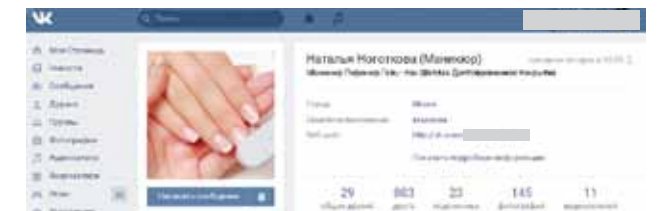


Рис. 2. Типичная страница мастера в соцсети

влекать клиентов. И таких мастеров хватает. Похоже, они не собираются скрываться. В рекламных группах указаны контактные данные с именем и фамилией. При переходе на личную страницу мы видим не только репосты из группы и указание сферы деятельности — мастер по маникюру (без ИП и УНП), но и фотографии семьи, детей, увлечений и своих работ. Личная страница одновременно выполняет функцию рабочей.

«Бизнес» идет полным ходом. Используются все доступные маркетинговые инструменты, порой весьма навязчивые (создание групп, настойчивые приглашения, манипуляции). Многие из них салоны красоты не могут себе позволить, поскольку это может сказаться на деловой репутации. Классический пример: к потенциальному клиенту в друзья добавляется мастер, имеющий личную страницу. Согласитесь: чисто психологически многие люди, скорее, добавят в друзья человека с именем-фамилией и семейными фотографиями, чем официальную страницу салона. Все устали от спамеров и бесчисленных предложений, поэтому стараются перестраховаться. Далее мастер приглашает в свою рекламную группу. Если клиент не реагирует или отказывается, приглашение повторяется несколько раз. Следующий этап — написание личных сообщений. Они могут быть в разном жанре: от просительных до откоро-

венно манипулятивных, указывающих на недостаточно представительный вид клиента и предлагающих супер-пупер маникюр.

Отрывок переписки с надомницей (стилистика и ошибки сохранены)

— Привет))) Хочешь выглядеть как королева??? Давай я сделаю тебе шикарные ногти, будешь лучше всех!!!

— Добрый. Но красивые ногти далеко не все определяют в имидже...

— Ты сама увидишь как к тебе отношение изменится когда ты будешь красивыми ногтями сверкать. и парни на руки сразу смотрят, это показать что ты женственная красивая, ухаживаешь за собой!!! Я беру дорага но ты мне понравилась и сделаю тебе скидку хорошую!!

Также согласно закону, если кабинет мастера оборудован на дому, то помещение под него должно быть выведено из жилого фонда. Эта процедура трудоемкая и затратная, поэтому к ней прибегают редко. Клиенты же обычно не обладают знаниями в данном вопросе и клюют на красивые «заманухи» в стиле «салон на дому», «оборудован по последнему слову техники», «домашний уют и салонный уровень».

Еще выяснился такой интересный момент. После принятия новой версии СТБ надомники стали применять хитрый трюк — на личных страницах и в группах указывают условие: «На дом не выезжаю!» Но, как вы понимаете, это

не гарантирует официального оказания услуг и производится, скорее, в целях отвода глаз.

Отдельно хотелось бы поговорить о бесчисленных рекламных играх с розыгрышем призов. Чаще всего мастера предлагают получить услуги за репост новости, «лайк» и/или вступление в группу.

Прежде чем провести любую такую акцию в социальной сети, салону красоты нужно официально зарегистрировать ее в Министерстве антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. Надомники же абсолютно безбоязненно и бесхлопотно объявляют на личных страницах и в группах разные кампании для привлечения новых клиентов (рис. 3).



Рис. 3. Пример розыгрыша в соцсети

Пожалуй, несколько осторожнее мастера стали только в одном — указании стоимости услуг. Если 4–6 лет назад цены спокойно публиковались в открытом доступе, то теперь мастера стали хитрее и грамотнее. Ведь знание такой информации позволяет «увести» клиентов, предложив им скидку. Соответственно цены чаще стали указываться исключительно по запросу в личные сообщения.

деньги платила, за свои же расходники покупала. Мне надо за что-то жить! И в салон идти на работу я не хочу. Выгоднее налог на тунеядство заплатить и дальше по-старому работать. Клиентура уже давно наработана».

Ирина, 25 лет, Минск: «Люди приходят не в салон, люди ходят к конкретному мастеру, чья работа им нравится. Так почему я должна отдавать свой доход кому-то?! Это салон платит за аренду. Дома я плачу за себя коммунальные, как и все. У профессионалов очереди на дому, хотя и цены по итогу не ниже салонных. А налоговой бояться какой смысл — с моей группы обучения все так работают. Как говорится, всех не пересажая. „Шухер“ пойдет с проверками — тогда, может, и прикрою».

в социальных сетях и на популярных сайтах. Кажется, их ряды множатся постоянно. И с каждым днем становится ощутимее давление черного рынка на рынок прозрачный, платящий налоги, аренду и обеспечивающий социальные гарантии. И самое неприятное, все чаще мы слышим от владельцев салонов, умеющих орудовать ножницами и прочими инструментами: «Буду закрываться. Дома поработаю, на себя»...

Рассуждения мастеров

Мне удалось поговорить и с самими надомниками (стилистика сохранена).

Оксана, 31 год, Минск: «Ушла с официальной работы примерно 8 лет назад, была обычным офисным работником. Платили немного, выжимали на полную. Надоело, окончила курсы и стала работать на дому. За это время налоговая служба проверила меня один раз, лет 5 назад. Как это было? Позвонила по телефону женщина, записалась на маникюр. Пришла вовремя, я сделала ей маникюр, а когда взяла у нее деньги — та достала удостоверение... Ну, что делать? Заплатила штраф. Мне тогда пришлось сменить съемную квартиру — переехала в другую. Вот вы спрашиваете, планирую ли я легализоваться? А зачем?! Я за обучение свои

Доводы надомников вполне понятны. А вот официально работающие салоны такой расклад, мягко говоря, не устраивает. Ведь если в личную квартиру попасть можно только хитростью, то в легальный объект надзорные органы приходят в любой момент. В результате это приводит к ощущению свободы и безнаказанности у нелегалов. Мастера спокойно приглашают посетителей к себе и работают с выездом, широко рекламируются



Ioniflex на службе салона красоты

Что нужно нашим любимым клиентам? Поддерживать красоту лица и тела наиболее безопасным, удобным и приемлемым по цене способом.

Что нужно нам, директорам салонов красоты и косметологам? Довольные клиенты, приводящие в салон своих знакомых и незнакомых, минимальные риски и высокая рентабельность услуг.

Обе задачи легко решаются при помощи процедур, проводимых с помощью аппарата Ioniflex, производителем которого является итальянская компания, специализирующаяся на исследованиях и разработках в области медицины и биотехнологиях, — Bios Omnia.

В основе всех косметологических воздействий, осуществляемых с помощью аппарата Ioniflex, лежит работа о «физике» нашего тела.

В результате эволюционного развития в человеческом организме сформировался определенный баланс положительных и отрицательных ионов. Еще Анри Беккерель, лауреат Нобелевской премии по физике, доказал, что здоровое человеческое тело имеет четкое соотношение отрицательных и положительных ионов — примерно 9 к 1. И если соотношение нарушается, а нарушается оно чаще всего в сторону увеличения положительного заряда, страдает здоровье человека и, безусловно, его красота.

Наиболее значимой и уникальной характеристикой аппарата Ioniflex является непрерывная подача потока отрицательно заряженных ионов. Отрицательные ионы оказывают благоприятное воздействие на клетки за счет компенсации избытка положительных ионов, вырабатываемых при воспалительных процессах. Таким образом, они возвращают клеткам жизненную энергию и способствуют восстановлению клеточного метаболизма, усиливая эффект используемых препаратов.

Косметологическая процедура, проводимая с помощью Ioniflex, достаточно простая. Чтобы убедиться в этом, достаточно взглянуть на комплектацию оборудования. Кстати, под брендом Ioniflex выпущен ряд аппаратов — не только для эстетических, но и для медицинских целей (дерматология, физиотерапия, реабилитация).



Впервые мы услышали об аппарате Ioniflex от белорусской туристки, по воле случая оказавшейся в руках итальянского косметолога в одном из салонов красоты Милана. Процедура за 80 евро, представлявшая собой что-то очень простое в части ее проведения, дала, по мнению нашей 47-летней соотечественницы, «шикарный эффект» — после процедуры заметно повысился тонус кожи лица, и она приобрела здоровый вид. При этом никаких сложных манипуляций с лицом клиентки специалист не производил — на лицо надели маску, прошло время и маску сняли.

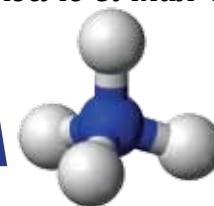
Показания для применения аппарата Ioniflex:

- целлюлит;
- купероз;
- старение кожи, морщины;
- акне;
- отечность;
- растяжки и т. д.

Представитель в Республике Беларусь — Частное предприятие «Космо Омния».

Тел.: +375 (29) 670-80-05.

COSMO OMNIA



Где взять деньги на открытие и развитие салонного бизнеса

Юргис Думбляускас, обозреватель

Друзья, домашние и дураки — знаменитые «три Д» — в качестве источника денег для создания и развития бизнеса доступны далеко не всем и не всегда. Что же делать, если финансы остро нужны, а в ближайшем окружении взять их неоткуда? Ответ на этот вопрос, который мы достаточно часто слышим от наших читателей и участников образовательных мероприятий, мы попросили дать одного из наиболее авторитетных консультантов по развитию бизнеса в Беларуси Кристину Витушко.

— Открытие и развитие бизнеса — это разные цели. Подход к их финансированию тоже будет различаться.

Если вы открываете первый в своей жизни бизнес, то что-либо сказать о ваших бизнес-качествах пока нельзя и оценить проект тому, у кого вы планируете занять денег, будет проблематичным. Сможете ли вы противостоять изменчивости микро- и макросреды, договориться с контрагентами, победить конкурентов и создать платежеспособный спрос на свой товар, работу или услугу — кто знает? К сожалению, по статистике доля стартапов, которые прекращают свою деятельность в течение первого года, очень велика. Соответственно финансировать стартап достаточно рискованно. Банки с огромной осторожностью подходят к таким запросам, ведь именно риски оцениваются при принятии решения о кредитовании.

Банки, у которых есть программы финансирования стартапов, — редкость. И рассчитаны эти программы, как правило, на бизнес-проекты, создаваемые людьми, уже имеющими положительный опыт ведения бизнеса.

Тем не менее обратите внимание на банки, предоставляющие кредитование стартапам по программе «Банка развития Республики Беларусь» (далее — Банк развития): они предлагают заемные средства по ставке 0,5 от ставки рефинансирования плюс

4 процентных пункта. Вид деятельности по классификации ОКЭД должен попадать в список кредитруемых данной программой — салоны красоты данному требованию соответствуют. Кроме поддержки непосредственно стартапов, средства Банка развития через банки-партнеры направляются на развитие женского, регионального, инновационного и другого малого бизнеса. С Банком развития по различным программам сотрудничают 12 банков и одна лизинговая компания. Всю информацию можно найти на сайте brrb.by.

Малый бизнес финансируется в ряде коммерческих банков по программам Европейского банка реконструкции и развития (далее — ЕБРР). Пожалуй, наиболее интересная для владельцев салонов программа «Женщины в бизнесе», финансируемая ЕБРР, Европейским союзом, Швецией и Фондом поддержки стран с переходной экономикой на ранней стадии развития, открыта для компаний, которыми руководят женщины. Программа содействует развитию женского предпринимательства посредством предоставления доступа к финансовым ресурсам и ноу-хау. Программа также предлагает консультационные проекты, наставничество, долгосрочный бизнес-коучинг и семинары по вопросам предпринимательства, призванные вооружить женщин-предпринимательниц знаниями и уверенностью. «Белинвестбанк» и «БНБ-Банк» могут представить финансирование

в рамках данной программы. Ставки будут в районе 11 % по валютным кредитам и 21 % годовых при кредитовании в белорусских рублях.

Для приобретения дорогостоящего оборудования и недвижимости как вариант финансирования можно рассмотреть лизинг.

В «Беларусбанке» есть кредитный продукт для микробизнеса на приобретение франшизы, что также может быть полезным решением для салона красоты.

Альтернативой банковскому кредитованию может стать венчурное финансирование или привлечение ресурсов от бизнес-ангелов. Это пока новый для Беларуси инструмент, и чтобы им воспользоваться, стоит принимать участие в мероприятиях для стартапов. По меньшей мере, вы приобретете опыт и полезные связи. Для принятия решения о финансировании потенциальный ангел или венчурный бизнесмен будет оценивать профессионализм вашей команды с точки зрения менеджмента, жизнеспособность бизнес-идеи, понимание рынка и т. д. Венчурные капиталисты финансируют на условиях получения доли в вашем бизнесе и делают ставку прежде всего на масштабные проекты, которые смогут занять значительную долю рынка. Бизнес-ангелы вкладывают средства под конкретный проект, под залог, могут участвовать в уставном фонде или, например,

предоставлять в аренду необходимое оборудование.

— **Кристина, а насколько сложно получить деньги из того или иного источника в нынешней ситуации?**

— Зарождающемуся бизнесу без опыта будет сложно получить деньги «со стороны». Все же лучше накопить или одолжить у родственников или друзей на первое время.

Имея опыт, репутацию, связи, понимание рынка и четкие цели, получить финансирование более реально. Стоит при этом концентрироваться на позитиве, на ваших достижениях, сильных сторонах и продуманных бизнес-планах, а не рассказывать о сложностях в стиле «очень деньги нужны».

Важно четко понимать, какая сумма и на какой срок вам нужна, какие условия приемлемы, иметь оптимистичский и пессимистический сценарий для переговоров о финансировании и для дальнейших шагов по его освоению.

— **Какие особенности у каждого из источников, риски для салона, преимущества?**

— Основное отличие банковского кредита от финансирования проекта инвестором заключается в том, что банк не претендует стать собственником бизнеса и получать часть его прибыли в будущем. Банку достаточно, чтобы вы в срок вернули кредит и регулярно уплачивали проценты по нему.

В то же время банк финансирует лишь часть проекта и в обязательном порядке требует собственного финансового участия в проекте со стороны бизнеса и его учредителей. Банк внимательно изучит ваш бизнес-план, попросит обеспечение по кредиту (залог, поручительство и др.).

— **Салон решает развиваться до сети. Какие рекомендации вы можете дать? С какими сложностями бизнес может столкнуться в этом процессе, как их решать?**

— Решение превратить салон в сеть, масштабировать бизнес — ответственный шаг. Для начала ответьте себе: зачем вам это? Для увеличения прибыли, для расширения присутствия на рынке, чтобы рискнуть... — вариантов ответа множество, но важ-

но понимать, какой из них правильный для вас, чтобы периодически анализировать, приближаетесь вы к цели либо отдаляетесь от нее, принимая то или иное решение.

Определитесь с позиционированием и целевой аудиторией: сеть дешевых заведений формата «чуть больше, чем парикмахерская» — для массового экономкласса, живущего в районе салона; сеть салонов с эксклюзивными услугами и сервисом для людей среднего достатка; VIP-бутик с индивидуальным обслуживанием звезд звездами.

Следующий вопрос: вы будете про-давать франшизу или развивать сеть собственных салонов?

Если вы думаете о франшизе, то действительно ли вы создали эффективные стандарты, следование которым приведет к успеху ваших будущих партнеров?

Если вы намерены открывать собственные новые салоны, то впереди еще ряд вопросов. Первый из них — кадровый. Лично присматривать за каждым работником сети уже не получится. Значит, часть полномочий по руководству нужно будет делегировать толковым и заслуживающим доверия управляющим. Нужно правильно выстроить бизнес-процессы, стандарты качества обслуживания, универсальные для всей расширяющейся сети.

Если сеть будет создаваться под одним брендом, то над ним нужно хорошенько поразмыслить, ведь быть салоном «Боровляночка» в Боровлянах, может, и хорошо, а в Лошице — ни о чем. Нужно разработать логотип, продумать цветовую гамму, фирменный стиль всего, что связано с сетью салонов.

Просчитайте, какой метраж помещений для вас оптимален, какие требования к помещениям обязательны, и четко следуйте этим критериям при выборе мест для открытия новых точек. В индустрии красоты месторасположение салона чрезвычайно важно.

Определитесь с поставщиком оборудования и расходников и договори-



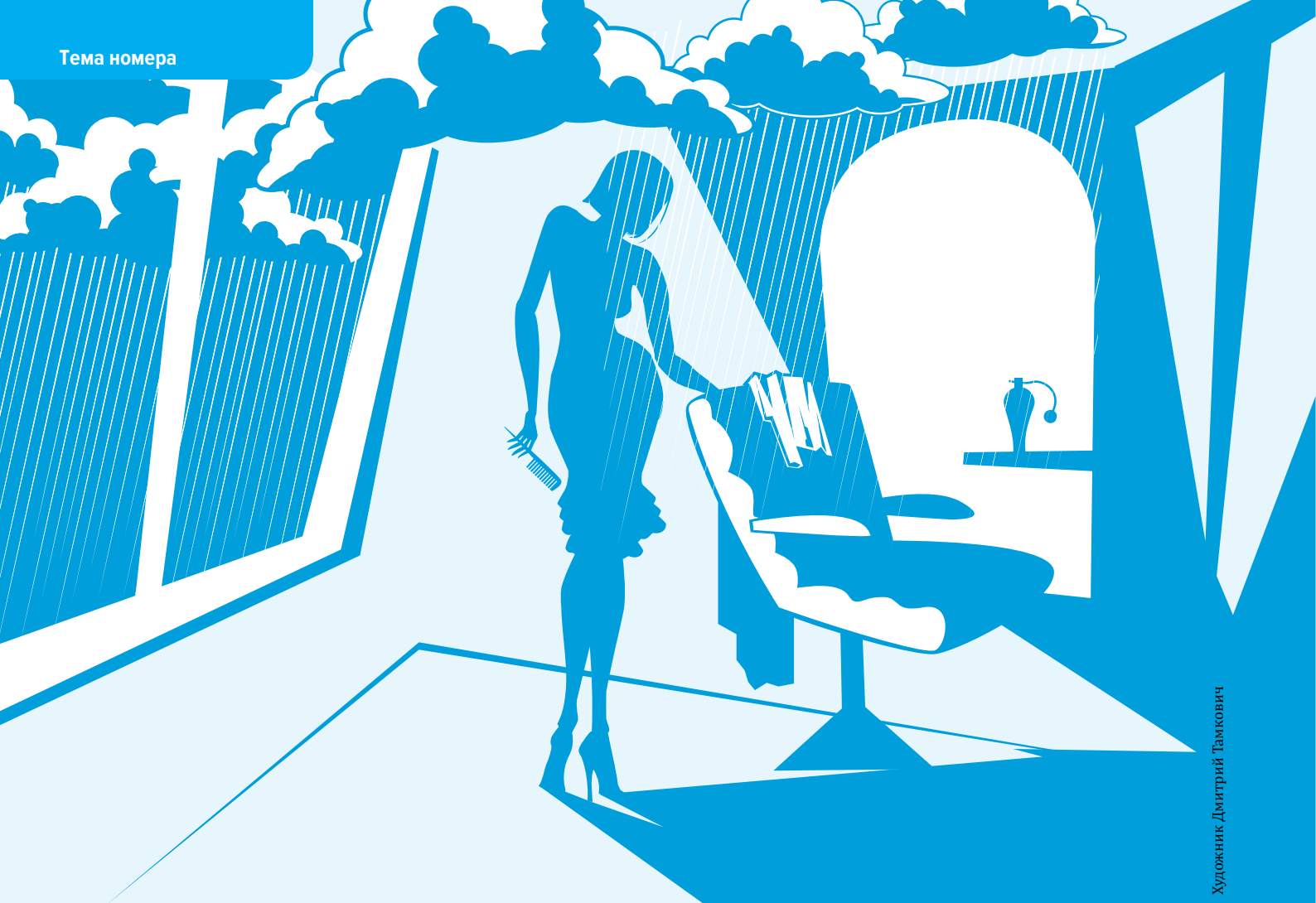
Кристина Витушко, эксперт по развитию бизнеса, консультант

тесь о скидках с учетом объемного заказа на развивающуюся сеть.

Не откладывайте в долгий ящик создание сайта и делайте его сразу с профессионалами, ведь это ваш виртуальный головной офис: описание услуг и основные цены, запись к мастерам, фотогалерея по салонам, отзывы благодарных клиентов с фотографиями, заказ подарочных сертификатов с возможностью оплатить дистанционно карточкой и доставить по указанному адресу — все это поможет завоевать сердца клиентов.

С первых дней создавайте клиентскую базу и поддерживайте с ними связь, привязывая эмоционально к салону. К концу года 60 % клиентов должны стать постоянными. При установлении цен на услуги следите, чтобы чистая прибыль по каждой составляла не менее 20 %. Сети салонов нужна концепция.

На пути создания сети непременно возникнут сложности. Например, масштабироваться будет не только успех, но и неудача: разочарованный клиент напишет об утраченной неотразимости или испорченном настроении на сайте отзывов в разделе обо всей сети, и репутационные потери от одной ошибки могут быть в разы большими для сети, чем для одного салона. Еще одна сложность: прибыль не будет гарантированно расти пропорционально росту количества салонов, а затраты будут.



Художник Дмитрий Тамкович

Что губит индустрию красоты Беларуси

Юргис Думбляускас, обозреватель

Татьяна Пирогова, главный редактор

В прошлом номере мы подняли одну из глобальных проблем, которые буквально губят красивый бизнес, — низкое качество подготовки кадров. Статья вызвала большой резонанс, в редакцию звонили многие руководители салонов, рассказывали о своих схожих ситуациях, и во всех этих беседах звучали все новые и новые проблемы, которые также убивают индустрию.

Мы собрали десятки мнений игроков рынка, получили комментарии от представителей профильных ведомств — и предлагаем вам поучаствовать в обсуждении самых главных, по нашему анализу, проблем легального красивого бизнеса.

Беда первая: профкосметика доступна всем и каждому



Евгения Сысун, учредитель и директор сети салонов красоты «Мастера ножниц», Минск:

— Мы недавно столкнулись с тем, что косметика, на которой мы работаем, появилась в свободной продаже: сначала уходовая, а позже и красители. Пока краска в розницу стоит дороже, чем при покупке салоном, но если учесть зарплату мастера, налоги, аренду и т. д., то в результате, конечно, в салоне складывается более высокая цена, чем у надомника.

Продается эта косметика не в ритейле, а в специализированных магазинах профессиональной косметики в торговых центрах, но все равно выходит, что она стала доступна мастерам, работающим на дому.

Мы выкладываем работы в Instagram, показываем, что получается, когда один и тот же продукт использует профессиональный мастер и надомник. Но клиентов это не останавливает. Все равно «экспериментируют» на себе.



Лариса Кириченко, директор ОАО «Локон», сети салонов и парикмахерских в Гомеле:

— Безусловно, я отрицательно отношусь к тому, чтобы профессиональная косметика находилась в свободной продаже. Во-первых, такая косметика не предназначена для ежедневного использования. Во-вторых, клиенты часто приходят к нам, чтобы исправить неудачные окраски волос, сделанные в домашних условиях. Сегодня ритейл предлагает огромный выбор красителей, продажи которых сопровождаются рекламной поддержкой в СМИ. И это плохо для всего рынка.



Лилия Величко, владелица салона красоты «Акцент» и др., Минск:

— Как правило, те, кто завозит косметику, проводят обучение. Косметик в данный конкретный момент может не работать в салоне, но тоже прийти, обучиться, что-то купить для себя, использовать, работая как ИП, — почему нет? Здесь большой проблемы я не вижу.

Другое дело, когда покупают люди, которые работают на дому. Они не платят налоги, их никто не контролирует.

Но даже если дистрибьюторы не будут продавать препараты в розничной сети, если им запретить, это проблемы не решит. Надомники и сейчас ездят за профессиональной косметикой в Россию, Польшу. Будут покупать там еще активнее, оставляя деньги не в Беларуси, а в других странах.

Проблему надо решать с другой стороны — нужно бороться с самим надомничеством, ужесточая контроль. Особенно в сфере маникюра и педикюра. На дому не обрабатывается должным образом инструмент, то есть нарушение не только в том, что они не платят налоги, все серьезнее — наносится вред здоровью. Гепатит С, к примеру, не проявляется назавтра, очевидные симптомы появляются через несколько лет — и человек уже не вспомнит, где его заразили, не соотнесет с конкретным мастером. Может грешить на стоматолога и даже не вспомнить, что когда-то на дому посещал мастерицу...



Татьяна Удальцова, директор ООО «Визави-плюс», дистрибьютора профессиональной косметики:

— Как дистрибьютор, мы реализуем на белорусском рынке такую политику: никаких интернет-магазинов, никаких продаж в розницу. Косметика же для домашнего ухода продается исключительно через салоны красоты. К примеру, у нас есть два собственных салона красоты, куда мы всегда можем направить клиента «с улицы», чтобы он мог приобрести косметику там.

Почему приходят к нам в офис? Разумеется, чтобы купить дешевле, — салон делает определенную наценку. И даже бывало, такие визитеры рассказывали, что прийти к нам им подсказывали... косметологи салонов — по доброте душевной, чтобы их клиент мог сэкономить. А салон, получается, деньги теряет. Звоним таким специалистам напрямую, максимально мягко, но напоминаем о своей политике.

Мы не оставляем лазеек, через которые мог бы приобрести профессиональную косметику нелегально работающий специалист. А уходовую косметику не пускаем на полки обычных и интернет-магазинов.



Наталья Кременевская,
директор компании «СторкМед»,
дистрибьютора профессиональной
косметики и оборудования:

— Очень большая тема — такое количество надомников на нашем рынке. И она затрагивает все сегменты красивого бизнеса, включая и эстетическую медицину. Когда те же инъекции продаются налево и направо — это очень неправильно. Ведь речь идет о безопасности клиента.

Кроме того, когда косметика продается в магазинах — это тоже потеря части прибыли салоном. Есть, разумеется, косметические средства, которые должны быть в свободном доступе, но профессиональная — только в салонах красоты.

Для поставщика то, что та или иная марка находится в свободной продаже, — удар по его репутации. Препарат будет неправильно использован, но клиент будет ругать не мастера — или не только мастера — он негативно оценит и производителя, который, на деле, в его проблеме несколько не виноват.

Часть поставщиков ведет себя красиво: они продают профессиональную косметику исключительно в салоны. Это радует. Но большинство стремится зарабатывать, продавая всем желающим, в том числе и надомникам, и просто потребителям. Приходи и покупай, никаких документов не потребуют.



Илья Хамицевич, руководитель
официального представительства
профессиональной косметики:

— Мы, как экспортер профессиональной косметики, продаем ее исключительно салонам. У нас есть одна отпуск-

ная цена для всех покупателей — этого требует производитель. Однако случается так, что когда закупаются препараты для того или иного салона, их часть косметолог берет для себя, по той же закупочной цене, а потом выставляет на продажу на своих страницах в соцсетях — причем с наценкой меньше, чем выходит в салоне.

Особенно это очевидно по домашним уходом. Я от салонов, с которыми сотрудничаю, слышу, что когда после процедуры они предлагают своим клиентам средства домашнего ухода, те отвечают: «Спасибо, я в интернете найду значительно дешевле». Для меня как поставщика и для салонов, с которыми я работаю, это очень негативный момент.

А как косметика, которая покупается для салона, попадает в свободное пользование к сотрудникам? Просто: приходит косметолог, допустим, к своему директору, и говорит: «Нам надо закупить то-то и то-то, и для меня, пожалуйста, закажите еще вот это». И директора идут навстречу своим сотрудникам. И я пока не вижу выхода из этой ситуации. Это вопрос порядочности партнеров.

Я, конечно, всех прошу не допускать такого. Директора соглашаются с доводами, но ситуация не меняется. Получается, они сами осложняют себе жизнь — не по незнанию, а вполне осознанно. Конечно, директор не знает, для каких именно целей косметолог берет косметику — для себя, для мамы, для дочки или на продажу. Но факт остается фактом.



Александр Король, директор
и учредитель компании «Стар
Бьюти Сервис», дистрибьютора
профессиональной продукции:

— Проблема действительно есть. Но она, по крайней мере отчасти, исходит от самих салонов. Они не умеют продавать косметическую продукцию.

И в связи с этим клиенты, которые пользуются салонными услугами и желают дополнять их домашним уходом, не могут купить такие средства в салонах.

Салоны, во-первых, не готовы вкладывать деньги в это направление, во-вторых, они не умеют продавать ту продукцию, которую мы предлагаем им для реализации конечному клиенту, не готовы мотивировать своих сотрудников — как мастеров, так и администраторов. Соответственно средства просто стоят в салонах на полках, не предлагаются и не продаются. Это происходит в 90 % случаев.

Салоны, умеющие продавать, в которых организована розничная продажа, получают от этого порядка 30 % от валового дохода. За рубежом этот показатель доходит и до 70–80 %. Оборот от продаж превышает объем доходов от оказанных услуг.

И когда клиент понимает, что он не может купить в салоне продукцию для домашнего ухода, в том числе если ему в салоне говорят: «Нет в наличии, закажите, мы привезем», — чаще всего он не готов ждать, он хочет здесь и сейчас. А значит идет искать в другое место. И поэтому на сегодняшний день растет популярность магазинов профессиональной косметики. В них активно закупаются уже не только «домушники», но и конечные потребители.

Второстепенный вопрос: выдерживается ли политика ценообразования? В нашей компании реализуется политика рекомендованных розничных цен. Она должна соблюдаться нашими клиентами-салонами. Мы это строго контролируем. Неважно, где предлагается продукция: в салоне, в нашем фирменном магазине либо магазине-партнере. Но вот с магазинами есть такой неприятный нюанс: благодаря тому, что действует единое таможенное пространство, ввозится большое количество продукции из Российской Федерации. Как при этом решаются вопросы с сертификатами: делается небольшая закупка у официального дистрибьютора, и под полученные сертификаты идет последующий ввоз уже более крупных партий. Повлиять на эту ситуацию мы не можем.

Мы долго не шли в эти каналы продаж и поддерживали позицию салонов.

Но в определенный момент увидели, что там присутствуют все наши конкуренты. А значит, мы теряем свои позиции. И мы были вынуждены туда идти. Это диктует рынок.

Но есть бренды, которые мы вообще не выпускаем в свободную продажу, есть отдельные позиции других брендов, которые мы тоже никогда не пустим в розницу. Это касается тех же профессиональных красителей — мы не продадим их клиенту-парикмахеру, пока тот не пройдет специальный обучающий семинар.



Вадим Кузьменко, директор
компании «ОНмакабим Бел»,
дистрибьютора профессиональной
косметики:

— К сожалению, эта проблема стоит не только в Беларуси. Мы работаем во всем мире, и видим ее абсолютно во всех странах мира. Она есть и она будет — потому что постепенно продажи уходят в интернет. Там не только рекламируется и реализуется все больше и больше марок — все больше и самих косметологов ищут продукцию в интернете. Защититься от этого невозможно.

И уже каждая компания-производитель, ее дистрибьюторы и поставщики принимают какие-то действия. Например, мы очень четко все это регламентируем, наша торговая марка защищена. И мы отслеживаем, чтобы наша продукция не появлялась в общем доступе. Потому что это чревато дискредитацией марки за счет неправильного применения средств.

Основная же проблема состоит в том, что существует сам рынок надомников, а не в том, что они могут или что-то не могут покупать.

Есть культура потребления. У нас она выражается в том, что клиент сам готов идти на дом. Пока это будет, пока есть клиенты у надомников, они будут суще-

ствовать — до момента, когда каким-то образом изменится законодательство, когда более активно это будет контролироваться. Так что — проблема в этом.

Хотя, действительно, в Беларуси есть марки, которые выпускают в открытый доступ свою продукцию — в том числе профессиональные средства с интенсивным воздействием. И позволяют их купить любому кругу людей. Любой человек может зайти в офис, попросить любой препарат — и ему совершенно спокойно его продадут. У нас есть препараты, которые мы не просто продаем исключительно косметологам, но и только после специального обучения.



Алексей Добрусев, бизнес-консультант, владелец и директор
«Заботливой парикмахерской»,
Минск:

— Нелегальный рынок действительно может очень серьезно мешать работе легального — взять хотя бы такие направления, как маникюр и депиляция. По моей оценке, по этим направлениям объем легального рынка меньше, чем нелегального. Что касается парикмахерских услуг, то, по крайней мере, в крупных городах ситуация несколько лучше. Но нельзя сказать, что существенно.

Почему это происходит? Никто с этим не борется. Если один раз в два года появляется информация о том, что кого-то оштрафовали за нелегальное оказание услуг, то уже хорошо. Соответственно нелегалы чувствуют себя совершенно вольготно. То, что их сложно найти, — глупость, в соцсетях есть группы, в которых состоят только нелегалы, и в сутки они размещают там десятки объявлений. Найти их очень легко, этим просто не занимаются.

Второй момент: действительно, профессиональные косметические средства доступны нелегалам. Это очень большая проблема. Если бы такие сред-

ства не были доступны, то нелегальный рынок умер бы. Конечно, некоторые нашли бы способы покупать профессиональную косметику: ее бы, грубо говоря, привозили «челночники», но ее было бы сложнее купить, она стоила бы дороже. И экономическая составляющая нелегального рынка достаточно серьезно бы подрывалась.

Сейчас же даже если мастер не уходит окончательно на дом, а совмещает это с работой в салоне, он уводит из него самых выгодных клиентов. Если бы ему было сложно купить краску для волос, гель-лаки и т. п., он бы серьезно подумал. Да, определенный процент мастеров с предпринимательской жилкой, как я уже говорил, эту задачу бы решили. Но большинство не сумели бы или решили, что овчинка не стоит выделки.

Самим поставщикам невыгодно терять такой большой кусок рынка. Тем самым они убивают легальный бизнес. Очень большая доля вины в процветании нелегального рынка лежит на дистрибьюторах.

Они же им продают, они же им доставляют, они же их обучают — то есть делают все, чтобы нелегалам работалось просто и удобно. Если устранить этот фактор, число нелегалов сократится минимум наполовину, а новые будут появляться в крайне небольших количествах.

То, что с апреля 2016 года в Реестре бытовых услуг не стали регистрировать индивидуальных предпринимателей без рабочего места, без договора аренды в салоне, я считаю, для рынка очень плохо. Эти люди ушли в тень. Раньше они хотя бы платили налоги, их можно было теоретически проконтролировать. Вернуть их в легальный бизнес очень сложно. Для этого нужно создавать коворкинги. Создание таких крупных специализированных объектов в разных городах и разных районах городов, в которых они за небольшую цену могли бы арендовать рабочее место, способствовало бы выводу нелегалов из тени. Плюс нужно оказывать им помощь в открытии ИП, чем могли бы заняться фонды, содействующие развитию малого бизнеса. Только запретительными мерами ничего не добиться. Нужно предлагать альтернативу. Сейчас же индивидуальному предпринимате-

лю легально арендовать место практически невозможно, очень сложно. Не секрет, что мест сдается очень много, но в большинстве случаев — нелегально.



**Юрий Натичко, начальник
ГУ «Управление бытового
и гостиничного обслуживания
населения Мингорисполкома»:**

— Мое личное субъективное мнение: то, что профессиональная косметика есть в свободной продаже, — это хорошо. Здесь опять же явно просматривается желание снизить конкуренцию.

Понятно, что такие препараты используются по двум направлениям, которые не устраивают салонный бизнес. Одно из них: люди покупают профессиональную косметику для себя, чтобы сэкономить. Смотрят на Youtube обучающие ролики, пробуют ту же краску. У них, скорее всего, не получится так, как они хотели, и они все равно придут в итоге в салон. Можно провести аналогию с профессиональным строительным инструментом. Он тоже продается свободно.

Второе такое направление: использование косметики людьми, которые оказывают услуги на дому. Опять же можно вспомнить пример с профессиональными инструментами — нельзя же запретить продажу только потому, что кто-то их использует для оказания нелегальных услуг по ремонту.

Я сторонник не запретительных мер, а разъяснительной работы и повышения уровня знаний потенциальных потребителей о том, какие существуют риски у обслуживания на дому, включая то, что предъявить претензии в случае некачественной работы мастера будет, по сути, некому. Легально же работающие объекты регулярно проверяются и могут гарантировать качество услуг.

История развивается по спирали: было время, когда салоны говорили: «Дайте нам свободу, рынок будет саморегули-

роваться». Сейчас же все больше представителей бизнеса обращается в госорганы с просьбой вмешаться. Пик желания «либерализма», думаю, мы уже прошли. И идем к золотой середине, когда какие-то процессы будут регулироваться государством, а в большую часть из них вмешательство будет минимальным или его не будет вовсе. И показателем этого является то, что в последние годы выстраиваются все более качественные, деловые взаимоотношения между бизнесом и государственными структурами.



**Виктор Мороз, владелец салонов
красоты Jacques Dessange и KIN
Cosmetics, Минск, директор
СООО «МиссВог», дистрибьютора
профессиональной косметики:**

— Я занимаюсь импортными поставками профессиональной косметики для волос на белорусский рынок с 1995 года, так как в Беларуси профессиональная косметика производится в мизерном ассортименте и качество у нее не достигает уровня мировых брендов.

Профессиональная косметика делится на средства по уходу за волосами (шампуни, маски и пр.) и технические средства (краски, оксиданты и т. д.). Первые можно без опаски свободно продавать, они не причинят вреда. Технические же средства при неправильном использовании могут серьезно ухудшить внешний вид человека и подорвать здоровье, спровоцировать проблемы — от аллергии и заболеваний кожи до поражения внутренних органов.

Качественная импортная косметика профессионального уровня, как правило, имеет на упаковке надпись, что она предназначена для использования только в салонах красоты. И требовательные производители за выполнением этого правила строго следят. Но, к сожалению, в сложившейся экономической ситуации выполнять поставщику планы по закупкам продукции у про-

изводителей, не пытаясь продать ее любыми путями, крайне сложно. Но, являясь владельцем нескольких салонов красоты, помимо того, что я директор компании-дистрибьютора, я ясно вижу вред, который уже нанесен свободной продажей технических средств.

Во всем мире для их использования нужно проходить специальное обучение. Владелец салона, делая закупки, направляет мастеров на такое обучение. Но тысячи парикмахеров по Беларуси работают на дому, приобретая профессиональную косметику для работы где угодно, без ограничений, и порой — несовместимые друг с другом продукты. В то время как парикмахерские закрываются, не найдя работников. Притом, что, по статистике, парикмахеров из учебных заведений каждый год выпускается более тысячи. И очень немногие из надомников проходят обучение по использованию конкретных легальных продуктов. Не говоря уже о том, сколько налогов недополучает бюджет.

Поэтому я предлагал Минторгу две вещи: ограничить продажу технических средств в торговых точках — не запрещать, а именно ограничить, и ввести нечто вроде «разрешения на работу», выдаваемого парикмахерам по принципу водительских прав, как это делается в большинстве цивилизованных стран. Получать они их будут после прохождения обучения и специальной комиссии. Комиссия не финансируется из бюджетных средств. Ее работу оплачивают те, кто будет сдавать экзамен и претендовать на получение удостоверения. От них также потребуются документ о том, что они прошли обучение, направление с краткой характеристикой профессиональной деятельности от предприятия, где специалисты работают (а если ИП — то договор аренды), копия трудовой книжки. В первый раз удостоверение выдается на два года. Если человек принес справку, что работает в парикмахерской, а потом сразу из нее уволился, то это видно по базе данных, и когда он придет для продления удостоверения, то к нему будет вопрос: где ты работал все это время? У ФСЗН и налоговой есть все необходимые данные для такой базы. Это наполнит салоны парикмахерами и значительно сократит «серый» рынок.

Сам экзамен будет состоять из простейших вопросов, раскрывающих профессиональные знания соискателя. С полученным удостоверением можно будет приходить в специализированные магазины и покупать профессиональную продукцию. По открытой базе работодатель сможет проследить, что его сотрудник покупал такую-то косметику, и сделать соответствующие выводы.

К сожалению, по этому предложению «воз и ныне там».

Проблемы, связанные с тем, что профкосметика доступна всем и каждому

1. Обилие нелегалов-надомников и недостаточная работа контролирующих органов по их «отлову».
2. Нацеленность некоторых поставщиков на максимизацию своей прибыли в ущерб этике бизнеса.
3. Неумение продавать средства для домашнего ухода и нежелание учить этому персонал.
4. Недальновидность руководителей салонов, заказывающих косметику лично мастеру по его просьбе.
5. Нелегальный ввоз «серой» продукции.



Девять из двенадцати опрошенных нами назвали свободный доступ к профессиональной косметике огромной проблемой — «подкармливающей» надомников, приносящей вред красоте и здоровью клиентов салонов и разрушающей репутацию производителей оной в результате неграмотного использования непрофессионалами.

Впрочем, не все наши собеседники считают свободную продажу косметики «родителем» нелегального сегмента, по-настоящему угрожающему не только процветанию, а самой жизни легального рынка.

В свете последних событий, после которых массово появляются на ведущих интернет-порталах страны публикации о том, что всем белорусским бизнесменам стоит смириться со страхом отбыть в «места не столь отдаленные», становится ясно: бизнес и «сума с тюрьмой» у нас переплетаются.

Вести легальный бизнес в индустрии красоты также не просто: по многим условиям нет четких норм, и «наказание» салонов отдается на откуп проверяющему. К примеру, на недавней конференции «Индустрия красоты-2017: тенденции, перспективы, возможности» многократно звучало в ответ на разные весьма конкретные вопросы: «А это смотря кто придет проверять». Вспомним ситуацию с кабинетом, в котором установлено универсаль-

ное кресло для маникюра и педикюра. Какой должна быть площадь такого кабинета? 6 м² или 12? А это смотря кто придет и как расценит... Вот и оказывается, что вести бизнес дома в тысячу раз безопаснее. Тем более никого «домушники» особо и не интересуют.

Официальные поставщики профкосметики часто «обременены» обязательным объемом закупок, вот и работают с нелегальным сегментом, чтобы «выбрать» требуемые квоты. Рассчитывать, что они прекратят продавать косметику в массы, не приходится. Что же делать? Может быть, обратить внимание на тех поставщиков, которые работают только с салонами? Также стоит обеспечить в салоне оказание по-настоящему безопасных услуг (речь о стерилизации) и просвещать клиентов на тему распространения гепатита.

Но кое-что обнадеживает: раз государство заинтересовалось «туеядцами» при цене вопроса в 20 базовых величин (далее — БВ) с «единицы», то есть шанс, что экономическая ситуация заставит его обратить внимание на более состоятельных «домушников». Тем более штраф тут пожирнее — до 100 БВ, а нарушители точно не из числа социально незащищенных. Кроме того, еще нелегалу «полагается» конфискация дохода. Правда, хронометраж, позволяющий примерно определить выручку, в квартирном «объекте» не проведешь...

Беда вторая: с засильем надомников никто не борется



**Наталья Бучинская, директор
салона «Оливер» и парикмахерской
«Алеся», Минск:**

— Я думаю, что надомничество — запущенная проблема. Ведь этим видом «бизнеса» государство заинтересовалось совсем недавно. Но того времени, когда надомники безнаказанно работали нелегально, хватило, чтобы это явление так сильно распространилось.

Сейчас есть не только те, кто работает у себя на дому (либо у клиента), в съем-

ных квартирах, а еще и те, кто снимает небольшие помещения в бизнес-центрах. Мастера ставят мобильную мойку, кресло, но работают нелегально. И к ним не придет ни санстанция, ни пожарные, их не заставят вешать камеры видеонаблюдения, ставить кассу, терминал и т. д. Им не нужно тратить на все атрибуты легального бизнеса, а цены у них бывают даже несколько выше, чем в салонах.

Что касается того, что нелегальный бизнес в сфере красоты тяжело отслеживать, не соглашусь. Откройте любую соцсеть, введите в поиск «визажист», «парикмахер», «brow-мастер» и т. п. — и увидите огромное количество объявлений от мастеров, работающих на дому. Неужели сложно провести контрольные закупки?

Но идут контролирующие органы исключительно в легально работающие салоны — к тем, кто на виду. А работать, когда тебя постоянно проверяют то одни, то другие, очень сложно.

Кроме того, я не совсем понимаю людей, которые обслуживаются на дому, жертвуя своей безопасностью и удобством. Ведь далеко не всегда надомник просит за свои услуги меньше, чем такая услуга стоит в салоне. То, что на дому дешевле, чем в салоне, — миф. Но люди верят.

И ведь надомники бывают разными. Чаще всего мастер, проработав в салоне несколько лет, наработав базу клиентов, которые ходят уже конкретно к нему, многих «перетягивает» на дом. Даже сомневающимся можно переманить, предложив приехать к ним домой (ведь удобно, а то, что небезопасно, — мало кто задумывается). Или сказать: «У меня сегодня выходной, в салоне вы меня не найдете, но так и быть, подъезжайте ко мне в квартиру». И даже запрет салона раздавать клиентам свой номер телефона не помогает. Сегодня любого мастера легко найти через соцсети.

А ведь есть и такие надомники, которые хорошо если курсы закончили (про категории говорить уже не приходится). Некоторые вообще ограничиваются бесплатными обучающими роликами на Youtube. Посмотрели, решили, что научились, прошли «практику» на десятке знакомых, готовых носить, например, кривую стрижку — зато бесплатно, — и начинают в соцсетях искать клиентов. Вот это, конечно, страшное явление, так как о безопасности клиентов такие «мастера» зачастую даже не задумываются.

Обратная сторона медали: сейчас владельцы салонов не очень хотят вкладывать средства в обучение персонала. Потому что мастера отучиваются, машут ручкой и уходят. Хорошие мастера сами тратятся на свое образование, могут

показать своим клиентам кучу сертификатов — и, логично, уходят на вольные хлеба. И считают, что они ничего не должны салону, так как на свое развитие тратили собственные же деньги.

Возможный вариант решения проблемы — продавать профессиональную косметику только при предъявлении свидетельства о регистрации в качестве ИП или документа, подтверждающего работу в салоне. Сейчас профессиональная косметика доступна для всех. Большинство популярных марок продается поставщиками всем желающим за наличный расчет без всяких вопросов.

Продавцы, как я понимаю, добровольно не пойдут на такие изменения, потому что они потеряют большой пласт клиентов. Но нужно учитывать, что при недоступности профессиональной косметики многие, как мне кажется, надомники вернулись бы на легальный рынок.

На сегодняшний день у меня складывается впечатление, что рынок косметики нацелен именно на «домашников». Как и рынок учебных курсов. Такое наблюдение: чем больше открывается курсов по тому же макияжу, тем меньше клиентов по этой услуге становится у салонов. Этот сегмент все больше уходит в тень.



Ирина Шабeka, владелица Wellness Club KRISTL, Минск:

— В нашей стране — низкая культура потребления услуг населением. Мы открыли клуб хорошего уровня для людей среднего достатка и столкнулись с тем, что люди плохо видят разницу, к примеру, между мастером, который делает маникюр на дому за 35 рублей, и салоном, где соблюдаются все нормы, где хороший сервис и где эта же услуга стоит 38 рублей. Они почему-то представляют, что дома — это дешево, и даже не рассматривают вариант салонов. В итоге значительная часть людей ходит к надомникам.

На мой взгляд, в ближайшее десятилетие эту проблему мы не искореним, она была, есть и будет. И причина как раз таки в том, что должна вырасти культура потребления.



Сергей Шевцов, директор салона «Маэстро», Минск:

— Я именно тот директор, который считает, что надомник — это хорошо. Необходимо, чтобы были мастера, которые работают не в салонах, а на дому. Но они должны работать легально. По принципу фриланса. В той же IT-сфере это распространено, почему у нас этого не должно быть? Некоторые клиенты предпочитают вызвать мастера к себе, а не идти в салон. На Западе, например, в некоторых салонах есть услуга Home Service, выездное обслуживание на дому.

Должен быть простой вход на рынок, упрощенная система налогов и отчислений. Государство должно дать возможность рынку развиваться самостоятельно.

Владельцы салонов сами часто играют нечестно: всеми путями переманивают друг у друга мастеров, клиентов, или же набирают специалистов с низкой подготовкой — лишь бы меньше платить, тем самым обесценивая рынок персонала. Руководители сами себе копают яму.



Лариса Кириченко, директор ОАО «Локон», сети салонов и парикмахерских в Гомеле:

— Засилье надомников — это проблема, которая была и, думаю, в ближайшем будущем сохранится. Потому что в

«Центр современной косметологии Lecole»

PHYRIS

SKIN CARE CONCEPT

профессиональная немецкая косметика премиум-класса



Phyris относится к одному из лидирующих брендов Германии и необычайно популярен более чем в 60 странах мира.

Профессиональный бренд Phyris производится на фабрике Dr. Grandel, сертифицированной по требованиям для выпуска фармацевтических препаратов.

Phyris — многократный номинант престижной международной награды Beauty Forum Readers Choice.

Phyris постоянно радует своих почитателей новинками, включающими наиболее активные современные ингредиенты.



Очищение



Активация



Уход

Инновация Phyris — 3-фазная высокоэффективная концепция ухода (Skin Care Concept), включающая SOMI (фаза 2) — эксклюзивные препараты-проводники, обеспечивающие глубокое впитывание активных компонентов и повышающие толерантность кожи. Как результат — улучшение качества и повышение эффективности как профессионального, так и домашнего ухода.

Целевой уход (фаза 3) отвечает разнообразным индивидуальным потребностям: увлажнение и нормализация иммунного статуса кожи, укрепление коллагеново-эластинового каркаса и лифтинг, коррекция мимических морщин и «пергаментного старения», отбеливание, себорегуляция, фотозащита, уход за кожей век и т. д.

10 линий по уходу за лицом и линия по уходу за телом

Несмотря на исключительное качество и высокую результативность, косметика PHYRIS имеет привлекательные цены и невысокую себестоимость процедуры.

Клиенты наших косметологов отмечают эффективность косметологических процедур и охотно приобретают препараты домашнего ухода в продолжение салонного.

ООО «Центр Современной Косметологии „Лэколь“».

Минск, ул. Мележа, д. 1, офис 1518.

Тел.: +375 (17) 268-45-81;

+375 (44) 590-06-00;

+375 (44) 568-45-81.

кризис армия надомников пополняется. Мастера, которые ранее арендовали места в частных салонах, сегодня, когда выручки падают, теряют возможность оплатить аренду и уходят работать на дом. С другой стороны, клиенты ищут возможность обслужиться дешевле и тем самым поддерживают нелегальный бизнес.

Конечно, мы не можем конкурировать по ценам с надомниками. Но мы можем предложить клиентам то, что не могут предложить они, а именно: комфортные условия обслуживания и широкий спектр услуг. Клиент за одно посещение салона может воспользоваться услугами парикмахера, стилиста, мастера ногтевого сервиса, косметолога. А самое главное — мы гарантируем соблюдение санитарных норм и безопасное обслуживание.

Да, время в экономическом плане непростое. Можно ничего не делать в попытках отсидеться, дожидаться лучших времен. Но я как руководитель направляю все усилия на обучение наших мастеров, на повышение их профессионализма, на улучшение сервиса в наших салонах. В ближайшее время у нас запланированы тренинги с мастерами и администраторами.

Салонам нужно все активнее работать над тем, чтобы становиться лучше. Пусть у нас будет немного дороже, чем у надомников, но по всем остальным параметрам мы должны у них выигрывать.



Евгения Сысун, учредитель и директор сети салонов красоты «Мастера ножниц», Минск:

— Знаю случаи, когда уходящий из салона мастер — к конкуренту или же на дом — увозил за собой весь поток клиентов. Он тщательно готовит это «мероприятие»: еще до того, как предупредить директора о том, что будет увольняться, собирает все контактные дан-

ные — и потом рассылкой направляет клиентам сообщение, куда теперь к нему приходиться. Обычно часть клиентов остается в салоне, распределяется между другими мастерами, но даже когда лишь некоторое число клиентов уходит с мастером, это ощутимо по потере прибыли.



Наталья Пастухова, совладелец и директор студии перманентного макияжа VIP-permanent, Минск:

— Что касается нашей сферы деятельности, на первое место среди наиболее разрушительных проблем мы, как и парикмахерские, и маникюрные салоны, тоже поставили бы «домушников». Мастеров перманентного макияжа на дому гораздо больше, чем мастеров, которые работают в салонах.

Более того, «домушники» сбивают цены на рынке. Они ничего не вкладывают в свое развитие, в обучение. Мы с Екатериной (Екатерина Никита, совладелец студии. — Прим. ред.) не можем предложить услугу перманентного макияжа за 30 \$, потому что только в 2016 году вложили в свое обучение порядка 6 тыс. \$. Хорошие, салонные мастера вкладывают в свой профессионализм большие суммы и максимально качественно выполняют свою работу. А «домушник» пошел в учебный центр, где его обучили люди, которые, по сути, сами не являются мастерами — это обычные косметики, визажисты, не имеющие должного опыта, полных знаний, но преподающие на курсах перманентного макияжа.

И их ученики, получив «корочку» за 200 \$, конечно, могут за 30–50 \$ предлагать свои услуги. А если бы они вложили в свое обучение хотя бы «базовые» 2 тыс. \$, деньги в хорошее оборудование, которое тоже стоит недешево, то просто не могли бы предлагать эти процедуры по такой цене. К сожалению, практически все новые специалисты, отучившись, идут не в салон — они идут работать на дому.

В той же Западной Европе понятия «домушник» вообще не существует. А у нас достаточно открыть любую соцсеть, чтобы увидеть — там одни надомники. Объявлений, информации от салонов — не более 10 %. Они полностью перекрывают нам кислород.

Недавно в Беларуси была создана Ассоциация профессионалов перманентного макияжа. И теперь клиент любого мастера — легального или нелегального — сможет обратиться в ассоциацию, чтобы комиссия вынесла профессиональный вердикт, насколько качественно выполнена работа. То есть задача ассоциации — поддерживать не только бизнес, но и конечного клиента. Мы хотим бороться с некачественным перманентным макияжем.



Екатерина Никита, совладелец студии перманентного макияжа VIP-permanent, Минск:

— Достаточно часто клиенты не понимают, из каких составляющих складывается цена. И поэтому считают, что 30 \$ — это нормально. А если пришли в салон и им сказали про 100 \$, считают — загнали цену. Это, конечно, создает проблемы.

Это путает людей, они думают примерно так: «Почему я должна платить сумму выше в разы, чем та, которую просят домашние мастера?»

Что касается материалов и инструментов — как и в том же ногтевом направлении — все можно купить через интернет, заказать из России, Китая...

Есть еще такой момент: порой клиенты не понимают, что мастер плохо выполнил свою работу. Бывает, к нам приходят люди от других мастеров с открытым «трэшем», с той же синевой. Примеры качественных работ тонут в тысячах фото некачественных, которые с гордостью выкладываются на-

Перманентный макияж в ассортименте услуг салона: где готовить мастеров и повышать их квалификацию

С каждым годом перманентный макияж становится все более популярным и занимает прочное место среди салонных услуг. Клиенты больше не воспринимают перманент как что-то отталкивающее и вульгарное, и причина этому — интенсивное развитие отрасли. И техники, и оборудование, и пигменты, предназначенные для перманентного макияжа, постоянно совершенствуются. На сегодняшний день качественный перманентный макияж позволяет скрыть недостатки и подчеркнуть достоинства внешности, сделать форму бровей выразительней, взгляд глубже, губы чувственней. Готовая работа выглядит настолько натурально и естественно, что многие клиенты и вовсе успешно скрывают от близких сам факт проведения процедуры. Ведь главная задача элитного перманентного макияжа — не изменить внешность, а «освежить» лицо, расставить акценты. Кроме того, процедура помогает бороться с такими проблемами, как послеоперационные рубцы, витилиго, алопеция, реконструкция сосково-ареолярного комплекса и др.

В школе VIP-permanent мы следим за последними тенденциями в индустрии перманентного макияжа. Наши специалисты постоянно принимают участие в мастер-классах, симпозиумах и других профессиональных мероприятиях, повышая свою квалификацию. Мы заботимся о своих клиентах и собираем опыт лучших специалистов со всего мира, чтобы предоставить услугу наивысшего качества. В нашей школе работают победители международных и европейских соревнований по перманентному макияжу, проходивших в Москве и Таллинне.

В августе 2016 года мы, VIP-permanent, совместно с журналом «Пигмент» (Москва) организовали первое профессиональное мероприятие в Беларуси — I Международную РМУ-конвенцию, где с докладами и мастер-классами выступали ведущие мастера России, Беларуси, Эстонии — легенды в мире перманентного макияжа.

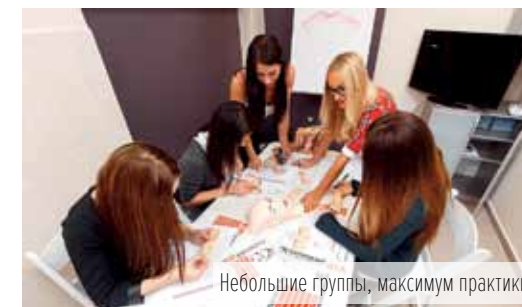
Все это мы делаем потому, что хотим видеть в нашей сфере только профессионалов, с высоким уровнем мотивации и желанием расти. Мастеров с большой буквы, а не недоучек, закончивших двухдневные курсы и портящих женские лица. Это неправильно и нечестно по отношению к клиенту — предоставлять некачественную услугу! Тем более, если речь идет о процедуре, предполагающей долгосрочный эффект.

На базе студии VIP-permanent мы не только проводим базовое обучение перманентному макияжу с нуля, но и организовываем семинары и мастер-классы на актуальные темы. Из стен нашей школы никогда не выйдет плохой мастер — мы очень трепетно относимся ко всем ученикам и ревностно следим за качеством каждой работы.

Программы обучения предоставляются по запросу.



Ведущие преподаватели школы VIP-permanent: Наталья Пастухова (слева) и Екатерина Никита



Небольшие группы, максимум практики



Дипломы и награды преподавателей



За чашечкой кофе

VIP-permanent.by
Перманентный макияж. Татуаж. Микропигментирование

Звоните:

+375 (29) 625-53-94;
+375 (29) 664-50-45.

И начинайте зарабатывать больше!

домниками в соцсети. И люди считают: «Ну да, синеватые брови, но это же перманентный макияж, что поделать». Очень сложно привить понимание, когда процент некачественных работ неимоверно высок.

И в том, что касается фото с качественными работами, — тут тоже есть проблема. Активно крадутся чужие работы, и даже знающий клиент может прийти, рассчитывая на одно, а получить совершенно другое.

И я считаю, что в итоге все упирается в безграмотность самих клиентов: если они готовы платить за низкокачественные услуги, то соответственно будет и предложение.



Ольга Прибыткова, директор салона красоты «ИнСити», Минск:

— Мастера, работающие на дому, не просто составляют конкуренцию салонам — они могут демпинговать по ценам, имея такую возможность, так как скрываются от уплаты налогов, не вкла-

дываются в аренду, безопасность процедур и т. д. При этом качество обслуживания у надомников и санитарное состояние оставляют желать лучшего.

Хотелось бы, чтобы наше государство максимально серьезно взялось за мастеров, работающих на дому нелегально. Они совершенно не соблюдают наше законодательство и не боятся обслуживать клиентов на дому.

Усугубляет ситуацию и то, что профессиональная косметика продается в открытом доступе. Причем по одним и тем же ценам и салонам, и нелегальным мастерам, работающим на дому. «Домушники» также могут предлагать профессиональную косметику клиентам по более низкой цене.



Юрий Натичко, начальник ГУ «Управление бытового и гостиничного обслуживания населения Мингорисполкома»:

— Люди, которые работают не совсем официально или совсем неофициально,

создают определенные проблемы тем организациям и индивидуальным предпринимателям, которые работают по «белой» схеме. Это ни для кого не секрет.

Что сделать для того, чтобы эту ситуацию исправить?

Первый путь — это «пряник», нужно стимулировать людей, чтобы они занимались легальным бизнесом. И я считаю, что к настоящему моменту для этого уже многое сделано: был принят ряд документов, которые отменили сертификацию, сняли барьеры для регистрации индивидуальных предпринимателей, а в связи с тем, что в Минске появляется все больше и больше помещений, снижается арендная плата. И сегодня начать легальный бизнес проще, чем это было 2–3–5 лет назад.

Второе — в противовес «прянику» соответственно «кнутом». Конечно, необходимо и дальше усиливать работу по выявлению тех людей, которые занимаются нелегальным бизнесом, и применять к ним меры. Это уже, конечно, вотчина контролирующих органов. В части выявления возникает масса проблем. Доказать, что услуга оказывается нелегально, можно только путем проведения контрольных закупок. Нужно не просто найти человека, работающего нелегально, но и получить от него услугу, передать соответствующее денежное вознаграждение, что должно быть зафиксировано.

Два в одном: и работник, и «домушник». Что делать директору?



Андрей Тукин, адвокат Минской городской коллегии адвокатов:

— Работники-надомники реализуют свое право на труд, хотя оно и противоречит законодательству в части, если они осуществляют незаконную предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. За такое нарушение законодательства предусмотрена ответственность: за осуществление

предпринимательской деятельности без государственной регистрации, если в этом деянии нет состава преступления, предусмотрена административная ответственность в соответствии с частью 1^й статьи 12.7 Кодекса об административных правонарушениях Республики Беларусь (далее — КоАП) (влечет наложение штрафа в размере до 100 БВ с конфискацией предметов административного правонарушения, орудий и средств совершения административного правонарушения, а также дохода, полученного в результате такой деятельности, или без конфискации).

Уголовная ответственность за незаконную предпринимательскую деятель-

ность предусмотрена статьей 233 Уголовного кодекса Республики Беларусь (далее — УК). Незаконной признается предпринимательская деятельность, которая осуществляется без регистрации в установленном законодательными актами порядке, сопряженная с получением дохода в крупном либо особо крупном размере. Доход, признается полученным в крупном размере, если он в 1 000 и более раз превышает размер БВ, установленный на день совершения преступления, в особо крупном размере — в 2 500 и более раз превышает размер такой БВ.

То есть в таких случаях воздействовать на данных лиц могут только государ-

ственные органы, и никаких документов со стороны салона, понуждающих работника не осуществлять данную деятельность, быть не может.

Процессу эффективной борьбы также мешает следующее: как правило, клиенты заинтересованы в своих мастерах и заявлять о каких-то нарушениях не станут.

Кардинальных мер, которые решили бы ситуацию однозначно в пользу салона, предпринять невозможно. В данном случае необходимо подходить к каждому сотруднику индивидуально, создавать для работы такие условия, которые бы мотивировали его трудиться именно в вашей организации, а не на дому.

Также стоит проводить индивидуальную работу с каждым клиентом, рассказывать о преимуществах обслуживания в салоне, о том, что при работе мастеров на дому не всегда качественно оказываются услуги, и, в случае чего, привлечь

к ответственности такого мастера клиенты не смогут. А при обслуживании в салоне клиентам гарантируется качество выполнения работ, и в любой конфликтной ситуации руководство разрешит возникшую проблему, а другие мастера устранят недостатки.

Никаким иным образом, нежели чем индивидуальный подход и к клиентам, и к мастерам, салоны воздействовать на работу сотрудников на дому не могут. Да, салоны способствуют продвижению мастера, созданию для него клиентской базы, повышению квалификации, но на уровне договора нельзя предусмотреть такое ограничение, так как условие, которое запрещает переманивать клиентов либо не работать на дому, будет ограничивать право на труд.

Крайней мерой является сообщение руководителем салона в налоговые органы о фактах незаконной предпринимательской деятельности со стороны мастера, работающего на дому.



Проблемы, вытекающие из того, что с засильем «домушников» никто не борется

1. Бизнес уходит «в тень» (снижаются налоговые отчисления, падает занятость населения).
2. «Тень» убивает легальную отрасль, и в долгосрочной перспективе проблемы одного бизнес-направления породят массу проблем в отраслях, связанных с ним.
3. Вероятен рост заболеваний (гепатит, ВИЧ, грибок и пр.) из-за некачественной обработки инструментов на дому.

Да, бизнес уходит «в тень». Мастера предпочитают работать на дому, а «в свет» готовы выйти только на условиях, заранее обрекающих салоны работать в убыток или «в черную» (огромный процент, работа под запись и/или фиктивная аренда места).

Такое непристальное внимание к проблеме нелегалов со стороны государства — основа для активного роста «раковой опухоли». За работу на дому люди получают «пряник» (дома работать безопасно (никакие проверки санстанций, пожарников и даже налоговой не грозят) и выгодно (сколько там нужно заплатить за «тунеядство»?)).

А за работу в салоне положен «кнутом» — проверки, фактически гарантированные штрафы, немалые зарплатные отчисления (а доля труда в выручке салонов ну никак не сопоставима, к примеру, с долей труда в торговле). 40–50 %, выплачиваемых мастерам («чистыми»), требуют отчислений в ФСЗН и подоходного налога в размере 22–28 % выручки.

В долгосрочной перспективе такая ситуация приведет к хаосу в отрасли, что зацепит торговлю (профкосметикой, оборудованием и т. д.), рынки аренды, рекламы и пр. Эффект домино — слышали о таком? Когда одна упавшая кость вмиг разрушает всю конструкцию...

Dr Irena Eris
PROSYSTEM PROFESSIONAL



Регенерирующая и омолаживающая стимуляция — для лица, шеи, декольте

Ключевым компонентом составов, используемых в процедуре **«Коллаген-Мезо»** PROSYSTEM PROFESSIONAL, является **коллагеновый концентрат Bio-SELECTED**.



Благодаря исключительной способности удерживать воду, **концентрат Bio-SELECTED** поддерживает высокий уровень гидратации кожи. Это действие усиливает **экстракт зеленой водоросли**, стимулирующий выработку защитных липидов. А упругость кожи обеспечивают **протеины сладкого миндаля**.

Эффект процедуры*

- Повышается эластичность кожи на 14 % (82 % респондентов).
- Кожа становится гладкой и чистой (92 % респондентов).
- Кожа получает оптимальное увлажнение (96 % респондентов).
- Уменьшается видимость морщин.

* Подтвержден испытаниями в Центре по науке и исследованиям Dr Irena Eris

«Опти-Мезо-Коллаген» — процедура стимуляции и регенерации кожи вокруг глаз.

ЧУП «Косметтрейд».

Минск, ул. Семенова, 11-1а (салон «Ирис»).
Тел.: +375 (17) 223-68-74; +375 (17) 223-71-94.

Kosmetika.by

Беда третья: правила игры соблюдать очень тяжело



Елена Капустинская, директор ООО «Золотая лира», руководитель и преподаватель Школы прикладной эстетики Libellule:

— Есть много объективных моментов, определяющих спрос на услуги. Прежде всего, реальные доходы белорусов не просто упали, они упали рекордно. И, по мнению экспертов, рецессия в экономике продолжится.

Дополняют это и ментальные особенности белорусского потребителя услуг. Огромное количество «домушников», в первую очередь, — это следствие готовности самих клиентов идти не в салон, а на дом к мастеру, несмотря на проблемы с безопасностью услуг и незащищенность.

Кроме этого, законодательно закреплённая процедура вхождения в легальный бизнес в Беларуси создает дополнительные трудности тем субъектам хозяйствования, которые пытаются через нее пройти.

Законодательство должно обеспечивать качественное оказание услуг при выполнении нормативов. Например: перепрофилирование помещения с трудоемкими и дорогими этапами согласований и проектирования, а также внесение изменений через БРТИ (сейчас — агентства по государственной регистрации и земельному кадастру. — *Прим. ред.*) в паспорт объекта надо упразднить, если при планировке и подготовке помещения не затрагиваются несущие конструкции. Главное — соответствие помещения и технологических

процессов санитарным и технологическим требованиям.

Легальный бизнес (предприятие или ИП) также проигрывает в сравнении с нелегалами при последующих проверках и контроле, а также в налогообложении. При оказании услуг составляющая ручного (индивидуального) труда специалиста весьма велика. Сложившаяся система сдельной оплаты работника с выплатой больших сумм налогов предприятием, а не лично гражданином, приводит к серым схемам, а также стимулирует уход сотрудников в нелегальный сектор.

Если переложить уплату в ФСЗН и подоходный с пенсионным на самого работника, — это заставит его прочувствовать себя налогоплательщиком.



Виктор Мороз, владелец салонов красоты Jacques Dessange и KIN Cosmetics, Минск, директор ООО «МиссВог», дистрибьютора профессиональной косметики:

— Мои салоны находятся в помещениях коммунальной собственности в центре города. Я их уже занимаю двадцать лет. Арендные и коммунальные ставки все это время растут, притом, что цены на свои услуги мы уже года четыре повышать не можем, ведь никто тогда к нам не пойдет — такая экономическая ситуация. Плюс косметика закупается за валюту. И если раньше, условно, из каждого заработанных 100 рублей 50 я от-

давал на расходы, то сегодня отдаю 90. А еще есть такое понятие как эксплуатационные расходы. Под эту марку с нас берут дополнительные деньги. Арендодатель, помимо покраски здания, ремонта и т. п., включает в них подписку на газеты и журналы, расходы на поддержку зданий, которыми он владеет в другом конце города, охрану — хоть у нас собственная — и прочее. Таких позиций конкретно у нас — 29. Набегают ощутимые суммы. Не хочешь платить — «не продлим договор». Сейчас стало особенно тяжело.

А чиновники мне предлагают такой «выход»: взять в банке кредит и построить собственное помещение. В первых, брендовые люксовые марки должны занимать помещения в центре города (а салон, которым я владею, открыт по международной франшизе, и является именно таким), а где в центре Минска я построю помещение? У нас, кстати, из-за сурового налогообложения и прочих подобных моментов крупные зарубежные компании не готовы открывать свои представительства. Это тоже негативно влияет на ситуацию. Простой пример: пройдитесь по главному проспекту столицы, где все должно быть занято бутиками известных на весь мир брендов. У наших ближайших соседей так и есть. А у нас — «белое пятно».

И даже если рассматривать вариант кредита, что, мне его как в США дадут под 3 % на 60 лет? Или как в Польше погасят 50 % при условии соблюдения условий развития бизнеса?

Какой кредит, если за прошлый год с моего предприятия только штрафами сняли больше 60 миллионов старыми? За то, что мы делаем уже 20 лет, имеем все разрешения и вопросов к нам никогда не было!

тянут салоны ко дну, и, не в последнюю очередь, провоцируют значительную часть лучших специалистов уходить «в тень»: если тебя «не видно», то и проблем в жизни меньше (и это, пожалуй, главная причина роста нелегального рынка).

Беда четвертая: нечестная конкуренция и отсутствие коммуникаций между руководителями салонов красоты



Наталья Бучинская, директор салона «Оливер» и парикмахерской «Алеся»:

— Конкуренция — это, конечно, здорово. Но не такая, когда в здании, где почти десяток лет работает парикмахерская, хорошо известная местным жителям, с уже наработанным потоком клиентов, открывается конкурент и ставит демпинговые цены на свои услуги. Или когда допускается размещение в одном доме по 5 парикмахерских (а такой пример есть в Уручье, на проспекте Независимости) — это тоже плохо. Я считаю, когда в исполкоме регистрируется новое предприятие, когда согласовывается время работы, название и т. д., должно быть регулирование и по плотности размещения парикмахерских и салонов. К примеру, не ближе 500–600 метров.



Наталья Афанасьева, директор салонов красоты «Сити Глэм» и «Токио», Гродно:

— В парикмахерском бизнесе я уже 10 лет, но с такой ситуацией, как откровенная кража клиентских баз сразу нескольких мастеров, столкнулась впервые.

За годы работы в моих салонах красоты многие мастера выросли до уровня директоров и открыли свои салоны. Я горжусь этим и продолжаю поддерживать с ними хорошие отношения. И абсолютно нормально отношусь к тому, что определенный процент клиентов идет за своим любимым мастером.

Но мы, директора, никак не защищены от недобросовестных сотрудников, которые не хотят честно начинать свой бизнес, а позволяют себе фотографировать книгу записей, незаметно раздавать свои личные телефоны, иногда даже записывая их на визитках салона. Я понимаю, что все это можно предотвратить, правильно организовав работу администраторов и мастеров. Но все равно очень неприятно, когда так поступает мастер, которого салон фактически с нуля вырастил в профессионала и дал ему с первого дня работы поток клиентов (это были клиенты сразу трех мастеров, которые ушли в декретный отпуск). Такие мастера даже не понимают, как тяжело зарабатываются клиентские базы. Более того, такие мастера не против забрать с собой других мастеров и администраторов.

Конечно, наш салон продолжает работать и развиваться. Скажу больше: благодаря этой ситуации произошло много изменений в лучшую сторону.

Появились новые мастера, клиенты начали возвращаться, так как многие привязаны именно к салону и за многие годы полюбили его. Мы решились на изменение интерьера, организовали современные рабочие места. А я как директор приобрела огромный опыт.

Но на будущее хотелось бы знать, как мы можем защитить себя, оформив правильно документы при приеме на работу, чтобы у мастеров не возникало желание так подло поступать?



Инна Янковская, директор студии красоты «Босса Нова», Минск:

— Мы, как и многие, конечно же, сталкиваемся с недобросовестной конкуренцией. К примеру, парикмахерская,

работавшая с нами по соседству, прямо на нашей двери наклеила свое объявление. Как говорится, «все методы хороши».

Я стараюсь дружить с директорами соседних парикмахерских и считаю, что нужно знать друг друга, общаться. Только вместе сейчас можно выжить. Но заметила, что они делают это без энтузиазма, крайне неохотно. Директора не готовы к тому, чтобы объединить усилия, но ведь если бы мы общались — а мы предлагаем разные услуги и/или разным аудиториям, — мы, возможно, даже смогли бы забрать часть клиентов у надомников, привести их в салоны, которые отличают и должная обработка инструмента, и постоянное обучение.



Юрий Натычко, начальник ГУ «Управление бытового и гостиничного обслуживания населения Мингорисполкома»:

— У людей, которые поднимают вопрос согласования размещения, понятно, есть здоровое желание оградить свой бизнес от конкурентов. Но лично я не вижу необходимости в каких-то ограничениях. Даже если две парикмахерские, оказывающие идентичные услуги, расположены рядом — есть показатель, по которым сам потребитель услуги выберет наиболее ему подходящее предприятие: цена, качество, уровень обслуживания.

Чем больше объектов, тем выше конкуренция. Это соревновательный момент. И потребитель от этого выигрывает.

И даже если на одной небольшой местности будет работать 15 объектов, пусть даже их услуги будут в чем-то пересекаться, — чем это плохо? Это место станет центром притяжения для потре-

бителей. Человек поедет именно туда, будет знать что там «локация парикмахерских», что есть хорошая возможность выбрать услугу, которую он сможет себе позволить и которая будет ему по душе.

Никто же не огорчается, что в торговом центре работают десятки магазинов. Рядом друг с другом, к примеру, может работать пять обувных магазинов — и никто не видит в этом проблемы.

Что касается уровня цен на услуги — это дело бизнесмена, если он может себе позволить поставить низкую цену на свои услуги, привлекая клиентов, это его право.



Сергей Шевцов, директор салона красоты «Маэстро», Минск:

— Конкуренция должна быть. Это вынуждает салон расти и предлагать клиентам более высокий уровень обслуживания.

А вообще, первая стратегия конкуренции — по цене. Но демпинг предполагает, что у тебя в кармане есть хороший запас денег и ты можешь снижать це-

ну на свои услуги, закрывая затраты из этих запасов, а только потом, выдавив конкурента, поднять свои цены. Но порог входа на наш рынок низок, и когда ты избавился от конкурентов и только расправил крылья, появляется уже конкурент тебе, который может использовать эту же схему. Или в здании, где работает твоя парикмахерская, появляется пара мастеров, работающих на дому, и, опять же, ломает все хитрые планы. Я веду к чему: конкуренция по цене — слишком простая, она очевидна. Открывая салон, владелец часто не хочет думать глубже и искать свое уникальное торговое предложение (УТП), а выставляет низкую цену и на этом все. И попадает в описанную выше ловушку.

В Италии, к примеру, салоны красоты могут располагаться достаточно близко друг к другу. Когда открывается новый — он смотрит, что уже есть на рынке. Например, если есть салон, который специализируется на стрижках, то какой мне смысл открывать рядом такой же, работающий на ту же аудиторию? Я открою специализирующийся на окрашивании волос.

Проблема в том, что руководители салонов красоты у нас не коммуницируют. Даже если они находятся в разных концах города, то считают друг друга конкурентами. Это совершенно бессмысленно.

Проблема белорусского бизнеса в том, что он очень молод. Самым старым частным салонам в Беларуси — всего

около 20 лет. У нас нет необходимой истории, нет многоопытных управленцев, умеющих правильно конкурировать и достигать успеха. Не представлены у нас в чистом виде и сетевые салоны. Есть сети по 2–3 салона, но это немного другое.

Как таковой у нас и конкуренции не существует. Она начнется тогда, когда салоны перестанут конкурировать по цене и начнут конкурировать по качеству, сервису, услугам. Возьмем пример Германии, где вся косметика в одной категории продается по одинаковой цене. В ОАЭ — тот же принцип: тюбик краски одного бренда не будет дороже или дешевле другого. Нет в Эмиратах и конкуренции по цене среди салонов в одной категории, она нецелесообразна — лицензия на открытие салона на год стоит 10 тыс. \$. Если ты поставишь низкую цену, то просто не сможешь в следующем году продлить лицензию. Плюс это отсекает случайных людей — и мы приходим к вопросу лицензирования белорусских салонов.

Резюмируя все выше сказанное, прежде чем оглядываться по сторонам и искать конкурентов, нужно навести порядок в своем салоне. Ответить на вопросы: зачем мне салон красоты, сколько я хочу на нем зарабатывать, какое у меня УТП, какие инструменты мне нужны для управления бизнесом? Как говорил Сэм Уотсон: есть один босс — и это клиент. Он может уволить любого в салоне — от парикмахера до директора, — просто потратив деньги в другом салоне.



Ограничение конкуренции законодательными мерами — дело лишнее. Даже в среднесрочной перспективе такое вмешательство государства в рынок привело бы к весьма печальным последствиям. Поэтому жить и работать — особенно тем, кто сумел построить успешное салонное предприятие со стабильно высоким потоком клиентов, — нужно с мыслью, что в один прекрасный день рядом обязательно «поселится» демпингующий сосед. «Хочешь мира — готовься к войне»: возьмите этот принцип на вооружение и начинайте подго-

товку к тому, что как только ваш салон станет сытым и довольным, на горизонте замаячат ваши коллеги. Или конкуренты, тут как вам больше нравится.

Для выживания рядом с демпингующими новичками-соседями нужно заранее формировать финансовую и репутационную подушки безопасности. Демпингующие, действительно, ждут вашего ухода и поднимут цены сразу, как вы опустите руки и уйдете с «их» территории. Надо не дать им достичь этой цели: вам придется «только ночь простоять да день

продержаться». Те, кто прошел по этому пути, сейчас согласно кивают головой... Но нужно уже сейчас, когда еще нет рядом «захватчиков», начинать формировать золотой запас... Он понадобится. Нет, нет, вы не о том подумали — не для штрафов. Пусть обходит вас, уважаемые наши читатели, это лихо стороной. Деньги окажутся очень не лишними в беспокойные месяцы соседства — ведь есть вероятность пару-тройку месяцев проработать себе в убыток. А потом соседка либо продаст свое заведение, либо поднимет цены.

Что говорит закон о краже клиентской базы



Андрей Тукин, адвокат Минской городской коллегии адвокатов:

— В трудовом законодательстве есть понятие материальной ответственности работника (далее — материальная ответственность), под которой понимается вид юридической ответственности, предусматривающий обязанность работника возместить в установленных законодательством случаях, порядке и размере ущерб, причиненный нанимателю.

В соответствии со статьей 400 Трудового кодекса Республики Беларусь (далее — ТК) наниматель имеет право привлекать работников к материальной ответственности в порядке, установленном ТК (глава 37 ТК).

Привлечение к материальной ответственности в виде возмещения ущерба, причиненного противоправным поведением работника, не зависит от привлечения этого работника к дисциплинарной, административной, уголовной ответственности за действие или бездействие, которым причинен ущерб.

Работник может быть привлечен к материальной ответственности при одновременном наличии следующих условий:

- 1) ущерба, причиненного нанимателю при исполнении трудовых обязанностей;
- 2) противоправности поведения (действия или бездействия) работника;
- 3) прямой причинной связи между противоправным поведением работника и возникшим у нанимателя ущербом;
- 4) вины работника в причинении ущерба.

По общему правилу обязанность по доказыванию наличия указанных выше условий материальной ответственности возложена на нанимателя.

В отдельных случаях невиновность в причинении ущерба должны доказывать сами работники — к примеру, при возложении полной материальной ответственности по основаниям, предусмотренным пунктами 1, 2, 4, 6 статьи 404 ТК, то есть тогда, когда:

- между работником и нанимателем заключен письменный договор о полной материальной ответственности;
- имущество и другие ценности были получены работником под отчет по разовым документам;
- ущерб причинен работником, находившимся в состоянии опьянения;
- ущерб причинен не при исполнении трудовых обязанностей.

При определении размера ущерба учитывается только реальный ущерб, упущенная выгода не учитывается, за исключением случая причинения ущерба не при исполнении трудовых обязанностей (пункт 6 статьи 404 ТК).

Таким образом, необходимо предусмотреть полную материальную ответственность работника, имеющего доступ к клиентской базе салона, за причинение ущерба работником путем разглашения/использования клиентской базы салона. Кроме того, одновременно с привлечением к материальной ответственности работника он может быть привлечен к дисциплинарной ответственности.

Что касается коммерческой тайны, то разглашение коммерческой тайны — это действия (бездействие), в результате которых сведения, составляющие коммерческую тайну, в любой возможной форме (устной, письменной, иной форме, в том числе с использованием технических средств) становятся известными третьим лицам без согласия владельца коммерческой тайны или

иного законного основания. В таком случае в отношении необходимой информации устанавливается режим коммерческой тайны и с работником подписывается обязательство о неразглашении коммерческой тайны. При этом работники, получившие доступ к сведениям, составляющим коммерческую тайну, и подписавшие обязательство о неразглашении трудового договора с нанимателем обязаны соблюдать конфиденциальность таких сведений в течение срока действия обязательства о неразглашении коммерческой тайны либо до момента отмены режима коммерческой тайны в отношении сведений, составляющих коммерческую тайну, к которым работник имел доступ, если этот момент наступит ранее окончания срока действия обязательства о неразглашении коммерческой тайны.

Законодательством установлена административная и уголовная ответственность за нарушение законодательства о коммерческой тайне. Согласно статье 22.13 КоАП умышленное разглашение коммерческой или иной охраняемой законом тайны без согласия ее владельца лицом, которому такая коммерческая или иная тайна известна в связи с его профессиональной или служебной деятельностью, если это деяние не влечет уголовной ответственности, влечет наложение штрафа в размере от 4 до 20 БВ. Согласно ст. 255 УК умышленное разглашение коммерческой тайны без согласия ее владельца лицом, которому такая коммерческая тайна известна в связи с его профессиональной или служебной деятельностью, повлекшее причинение ущерба в крупном размере, наказывается штрафом, или лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью, или арестом, или ограничением свободы на срок до 3 лет, или лишением свободы на тот же срок. То же действие, совершенное из корыстной или иной личной заинтересованности, наказывается штрафом, или ограничением свободы на срок до 4 лет, или лишением свободы на срок до 5 лет. Крупным размером признается размер на сумму, в 250 и более раз превышающую размер БВ.

Беда пятая: уровень обучения профессиям зачастую очень низкий



Константин Войтеховский, директор Ассоциации парикмахеров и косметологов:

— Единая образовательная программа ранее предусматривала 1 360 часов обучения по профессии «парикмахер», которой, в принципе, должны следовать учебные организации. Возможно, где-то у нас и есть 8-месячные курсы, но на подготовку они отводят 2–3 часа в день. И часто подготовка длится всего 200 часов, а то и меньше.

В связи с финансовыми сложностями люди идут туда, где можно получить хоть какие-то знания, притом заплатив как можно меньше. Такие курсы направлены на то, чтобы набрать побольше слушателей, а что из них выйдет — дело десятое.

Те организации, которые действительно обучают по полной программе, сегодня находятся в неудобном положении — слушатели «расползаются» по более быстрым и дешевым курсам. Поэтому столько выпускников с «корочками» не умеют держать толком ножницы. А практику проходят уже в «полевых» рабочих условиях — на клиентах в салонах.

По моему мнению, должна быть единая система обучения рабочим профессиям, с полной образовательной программой и обязательной лабораторно-практической частью. Тогда будут выпускаться действительно подготовленные специалисты.

Те, кто предлагает учащимся низкую цену, в первую очередь за счет малого

количества учебных часов, обещают, что всему научат, часто в качестве довода приводя то, что учить будет победитель каких-либо конкурсов. А ведь от того, что ты где-то получил кубок, ты не стал хорошим преподавателем. Умение передать свое мастерство — это божий дар. К тренеру чемпиона логично пойти, а сами чемпионские регалии ни в какой степени не гарантируют, что такой человек сможет из вас сделать хорошего мастера. Тем более человек может быть победителем в какой-то категории на конкурсе, в которой участвовало всего два человека. Бывает и так. Но — чемпион.

В Беларуси есть преподаватели, которые сами регалий не имеют, но уже по 15–20 и более лет готовят прекрасные кадры. К примеру, Людмила Бразговка, которая всю жизнь готовит чемпионов, а сама не имеет ни одного громкого титула. Преподаватели в колледжах, что, они поголовно чемпионы? Нет. Но они прекрасные педагоги, готовые поделиться своими знаниями и мастерством.



Виктория Василевич, директор ассоциации «Содружество организаций индустрии красоты»:

— У меня давно созрела идея организации учебных парикмахерских — они бы позволили учащимся и выпускникам учреждений образования и учебных центров нарабатывать практический опыт под руководством опытных мастеров. В первую очередь она акту-

альна для учебных центров, которые проводят переподготовку взрослых по парикмахерским профессиям и не имеют возможности организовать платное оказание услуг в процессе обучения. Это удорожает стоимость такой подготовки и зачастую отталкивает возможных потребителей услуг.

Проблема активного участия учащегося или неопытного мастера в техпроцессе оказания услуг в салоне состоит также в том, что требованиями стандарта предусмотрена работа в салонах персонала четко прописанной квалификации. Учащимся и «свежим» выпускникам соответствовать таким требованиям сложно или вовсе невозможно.

Поэтому они подметают волосы или просто присутствуют в салоне во время производственной практики, что, очевидно, не способствует наработке профессионализма.

Очевидно, что оборудование и материалы в таких парикмахерских при полном соответствии законодательству были бы проще. Цены в прейскурантах на услуги таких парикмахерских, очевидно, были бы низкими. Разумеется, сегмент социальных услуг таким образом был бы закрыт.

Но еще очевидное не стало вероятным. Мы предложили включить такой вид объектов, наряду с салонами, парикмахерскими и кабинетами, в стандарт, который на тот момент готовили и который сейчас уже действует (с 1 апреля 2016 года). Однако встретили сопротивление органов стандартизации.

И сегодня мы очень рассчитываем на более активную поддержку профессионалов отрасли и уверены, что в таком случае сможем добиться легитимности учебных парикмахерских.



О невысоком уровне подготовки парикмахеров мы много писали в прошлом номере «Индустрии красоты». Но, собственно, такая же проблема существует и в других направлениях красивого бизнеса — обучающие организации в целях снижения цен часто жертвуют практикой. А ученики рвутся

получить, в первую очередь, заветную бумажку, а не ценный опыт. Пришло время менять то, что не работает, то, что, по всей видимости, исчерпало себя. Смотреть в сторону практики стран, индустрия красоты которых дышит здоровьем, а не чахнет от детских болезней.

О проблемах соседей устами украинского и российского экспертов



Павел Гринишин, эксперт по бьюти-бизнесу (Украина):

— Проблема номер один в салонном бизнесе Украины сегодня — это огромные налоги. Для того чтобы вести легальную деятельность и выплачивать «белую» зарплату, необходимо уплатить единый социальный взнос (22 %), налог на доходы (18 %) и военный сбор (1,5 %). И хотя формально налог на доходы и военный сбор обязаны оплачивать наемные работники, по факту это ложится на плечи работодателя, поскольку юридически именно он обязан осуществлять эти платежи в бюджет. Таким образом, размер налогов в общей сложности составляет 41,5 % от начисленного дохода (в Беларуси, для сравнения, — 49,6 %. — Прим. ред.).

Вторая наша проблема состоит в том, что у нас постоянно меняются правила игры: сроки, формы подачи документов... Нет стабильности.

Следующий момент: в украинском законодательстве существует такой термин, как социальное обязательство. В случае если вы наймете семь человек на работу, восьмым должен быть инвалид. Государство таким образом перекладывает со своих плеч на плечи частного бизнеса свои обязательства по социализации и материальному содержанию инвалидов. Безусловно, большинству представителей бизнеса это очень не нравится. Конечно, ты можешь отказаться и не трудоустраивать инвалида. Но тогда ты отдаешь государству 50 % среднегодового фонда оплаты труда. Это чудовищная цифра: умножьте зарплату всех своих сотрудников на 12, поделите на 2 — и получите этот, по су-

ти, дополнительный налог. В результате большинство таких «нанятых на работу» инвалидов числятся лишь фиктивно.

Еще один момент: большинство предпринимателей в бьюти-индустрии Украины — физические лица-предприниматели. И 90 % из них являются плательщиками единого налога по 2-й группе. У нас четыре таких группы по оплате единого налога. Для второй группы существуют ограничения по количеству наемных работников и годовому обороту. Ты можешь нанимать не более 10 человек. А, как показывает практика, для классического салона бизнес-класса необходимо не менее 15 сотрудников на две смены.

Еще: если превышен лимит по выручке в 1 млн гривен — ты должен ставить кассовый аппарат. А у нас наличие кассового аппарата — это более частые встречи с проверяющими инстанциями (раз в полгода). Поэтому большинство представителей бьюти-бизнеса в Украине, конечно, работает без кассовых аппаратов.

Сейчас уровень рентабельности по сравнению с 2008 годом в среднем упал в 3 раза. Если в 2008-м прибыль достигала 40 %, то сейчас 15–20 % — это огромное достижение. Большинство предприятий работает с прибылью в 5–10 %, а некоторые — и их не так мало — считают за счастье, если не приходится вносить дополнительные средства. «Вышли в ноль — и слава Богу!» — самая часто произносимая фраза в последние два года.

И, конечно же, наша беда — это «домашники». Официально зарегистрированных предприятий в сфере индустрии красоты в Украине — около 10 тысяч. Раньше было на 3 000 больше. А нелегальных предприятий, по разным оценкам, — 40–50 тысяч. То есть объем неле-

гального рынка в 5 раз превышает объем легального. При этом после реструктуризации у нас сильно сократилось число проверяющих. На сегодняшний день они физически не в состоянии проверить даже официально зарегистрированные организации. И это также убивает наш легальный бизнес.



Наталья Лисова, эксперт по построению салонного бизнеса (Россия):

— На индустрию красоты в России влияют те же факторы. Это засилье надомников, фактическое отсутствие борьбы с ними со стороны государства, свободная продажа профессиональной косметики, а также крайне высокие налоги.

Но если к вышеперечисленным проблемам российский предприниматель подстроился, то есть ситуации, которые в корне могут погубить бизнес. Это отсутствие высокопрофессиональных соискателей. Независимо от того, где располагается салонный бизнес, в какой части нашей огромной страны — Мурманск, Ханты-Мансийск, Коломна, Мытищи, Питер или Тольятти — главной проблемой всех директоров остается нехватка кадров.

Еще одна большая проблема — высокий процент, выплачиваемый мастерам. Опытные мастера запрашивают как минимум 40 %. А порой и все 60 %. Даже не имея экономического образования, можно посчитать, что платить более 40 % — огромная ошибка. Рентабельный уровень оплаты труда — до 35 %.



Как мы видим, проблемы наших братских стран идентичны. По всей видимости, сказывается общее советское прошлое — наступаем на одни и те же грабли, болеем схожими болезнями. Проходим одни и те же уроки. Значит, нужно равняться на более сильных, прогрессивных, перенимать не российский опыт, а, к примеру, польский, германский. И о том, как устроен салонный бизнес у европейских соседей, мы поговорим в одном из ближайших номеров «Индустрии красоты». **ИКС**



Досье

Руслан Агарков, руководитель «Студии правильного отдыха SPALab», чемпион мира и Беларуси по спа-массажу 2012 года, судья чемпионатов по спа-массажу.

Образование:

Белорусский государственный университет физической культуры, кафедра физической реабилитации;

Слонимский государственный медицинский колледж, фельдшерско-акушерское отделение.

День рождения: 20 июня 1980 года.

Женат, дочь 7 лет.

ИК

Руслан Агарков: «Это семейный бизнес — мы с Натальей все делаем вместе»

Юргис Думбляускас, обозреватель

В истории нашего сегодняшнего гостя номера очень много вех, которые, как подчеркивает он сам, определяла чистая случайность. Начиная с самого его прихода в сферу красоты. Мы же назовем это везением — притом везением не только для известного массажиста Руслана Агаркова, чемпиона Беларуси и мира по спа-массажу, а ныне судьи чемпионатов и руководителя «Студии правильного отдыха SPALab», но и для всей индустрии красоты.

— Руслан, расскажите, что привело вас в красивую индустрию? Это был осознанный выбор или случайность?

— Случайность. Мы с супругой закончили Белорусский государственный университет физической культуры, я — кафедру физической реабилитации, супруга — кафедру ЛФК. Там с ней и познакомился. Когда мы учились на пятом курсе, Наталья (жена Руслана. — Прим. ред.) устроилась на подработку в салон красоты — и именно она меня в это «втянула», уже по окончании вуза.

Год после университета я параллельно работал преподавателем физкультуры в школе. До обеда занимался школьниками, после обеда — клиентами в салоне. И за тот год ясно понял, что педагогика — не мое, этим нужно жить, а это было не про меня. Я и пока учился, понимал, что не хочу быть педагогом, а после распределения у меня была возможность убедиться в этом на практике.

Изначально меня тянуло в медицину. И мы с супругой даже имеем второе образование — медицинское. Но начал работать в индустрии красоты, и хоть я попал в нее, как говорил, случайно, но сейчас вижу себя именно в ней.

Пришел я в сферу красоты в 2005 году, когда в Беларуси все только-только начиналось. Открывались первые заведения, и их было очень мало. И поэтому у меня вряд ли и могло быть на тот момент желание попасть в нее, просто в голову не приходило.

— То есть вы в сфере салонного массажа, по сути, с начала ее активной истории в Беларуси. И столкнулись, в том числе, со всеми кризисами, которые ее встряхивали.

— Удивительно, но до последнего времени кризисов остро не чувствовалось. Могли быть какие-то падения по числу клиентов на два-три месяца, но потом все выравнивалось. Наверное, потому что массажных кабинетов и специалистов для них было еще немного — и в отсутствие жест-

кой конкуренции работы хватало всем мастерам. Сейчас же любой негатив в экономике влияет на индустрию уже ощутимо.

Плюс у клиентов появилась большая возможность выбора, и даже постоянные, самые лояльные клиенты постоянно что-то пробуют «на стороне». К тому же им, например, могут дарить сертификаты в другие заведения. Сейчас это популярный подарок.

Хорошо, что многие привыкают к рукам мастера, атмосфере, комфорту — и этим их можно удерживать. Конечно, если постоянно держать планку.

Для нас хорошим свидетельством того, что мы работаем правильно, было то, что когда мы в рамках Global Wellness Day предлагали нашим клиентам бесплатные экспресс-массажи, откликнулись очень многие, включая постоянных, которые ходят к нам помногу лет. Мы не рассчитывали на такое количество желающих. Это говорит об их доверии, о том, что они знают: даже бесплатно мы будем делать качественно, не для галочки. Нам было очень приятно.

Сейчас важно дать не просто массаж, а нечто большее — поэтому мы и называемся студией правильного отдыха. Даже если человек приходит на какую-то коррекцию, он отдыхает у нас от городской суеты.

Притом не люблю фразу «создать домашнюю атмосферу». У меня она ассоциируется с запахом еды с кухни и прочим подобным «антуражем» и не подходит для описания того, что хочется видеть в салоне.

— Так как Наталья работает в той же сфере и даже вместе с вами, наверное, не возникало недопонимания, конфликтов в связи с тем, что развитие как профессионала и развитие бизнеса в целом отнимают огромное количество времени и на семью его может оставаться немного?

Победная программа Руслана Агаркова «Тай-гармония». Международный чемпионат по спа-массажу

О названии студии

Название студии на самом деле заключено в скобки. Вот так: [SPA]lab. И это не просто «красоты ради»: эти скобки, по словам Руслана, несут философское значение — о научности подхода и заботливых руках специалистов.

— Да, всегда было понимание. Это семейный бизнес — мы все делаем вместе, каждый по своим способностям: я больше занимаюсь экономической частью и документацией, а супруга больше тем, что касается санитарно-эпидемиологической сферы и — что ей особенно нравится — творческой. Тем, что призвано вызывать у клиентов положительные эмоции, создавать атмосферу, о которой я говорил.

Конечно, дискуссии бывают, хоть критических моментов у нас за эти десять лет, что мы работаем вместе, к счастью, не возникало. Но спорить не боимся, где-то мне приходится несколько приглушать ее творческие порывы доводами экономического характера, где-то она меня направляет.

Всего же у нас работает четыре человека. Помимо нас с Натальей — еще один массажист и девушка, которая занимается перманентным макияжем. Хотя мы не планировали открывать это направление, так получилось опять же по воле случая. От нас ничего не требовалось, кроме того, чтобы предоставить помещение для работы, и мы дали такую возможность. Я вначале был против, так как наши сферы деятельности не пересекаются, а расширять студию за счет непрофильных услуг не хотелось. Но подкупило, насколько она творческий, талантливый, увлеченный человек, насколько тоже отдается профессии. В итоге мастер по перманентному макияжу работает в рамках нашего графика, каких-то общих требований, но клиентская база у нее собственная, и наши клиенты пересекаются лишь отчасти.

Дочь Дана растет помощницей. Супруга вечером забирает ее с тренировки, везет сюда, и она по своей инициативе, с удовольствием, в меру сил, помогает в уборке, в качестве администратора, может даже встретить клиента, вникает в работу. Спрашивал, хочет ли идти по нашим стопам: она не против. Но пока больше хочет быть ветеринаром, «лечить лошадок».

— Дочке часто делаете массаж? Или на своих уже не хватает сил?

— На своих не хватает, но дочке делаем массаж с женой обязательно! Дана у нас конькобежец, как спортсмену ей это нужно обязательно.

— Талантливый человек и вокруг себя стремится собирать талантов, пусть даже и не в своей сфере. Вернемся к вам: как вы пришли к статусу чемпиона мира, который сделал вас очень известным в белорусской индустрии красоты?

— Это был тот самый период, когда сфера в Беларуси только начинала развиваться. И в мероприятиях, которые собирали специалистов из разных стран, включая гур, было крайне важно и интересно участвовать. Общаться, узнавать новое.

Вначале я не думал участвовать в соревнованиях по массажу, относился скептически, потому что не понимал, что мне это может дать, но подействовали доводы знаменитого в нашей среде Андрея Сырченко, он умеет вдохновлять. Его тогда привезла в Минск Тамара Королева, и он рассказывал о том, для чего проводятся чемпионаты, как они меняют мастеров, помогают профессиональному росту.

— Сложно ли было подготовиться к первому, к следующим чемпионатам?

— Основной задачей, которую я себе ставил, было даже не победить или получить громкий титул, а выступить, чтобы не было стыдно в первую очередь перед самим собой.

Но, если честно, то все равно не хотел ехать на международный чемпионат в Москву, супругу уговорила. Подготовка ведь требует времени, финансов. А Наталья в то время училась в медколледже, был маленький ребенок, нужно было работать.

Кроме того, было очень мало времени: вечером укладывали спать ребенка и начинали с супругой продумывать нюансы выступления, прорабатывать программу, антураж и т. д. А в шесть Наталье нужно было уже вставать на учебу, а мне на работу.

В первый раз, когда я выступил на первом чемпионате Беларуси — потому что «надо», — я ничего не выиграл. Во втором уже участвовал с намерением, чтобы все происходящее вокруг было в удовольствие.

И победа, в общем-то, стала для меня неожиданностью. В отличие от большинства других участников я не ставил цели победить — выступал, как уже говорил, всегда больше для себя, чем для титулов. И на соревнованиях делал то, что мне хотелось применять и в работе, а победа доказала мне, что я двигаюсь в правильном направлении, выбрал верный путь для развития как массажист.

И общение на чемпионатах с такими же фанатами своего дела очень заряжает, подстегивает. В работе наступает момент сомнения, когда думаешь, правильно ли я делаю,



Руслан Агарков, тайский традиционный массаж



Вячеслав Марчук, эксперт по уходу за кожей и спа-массажу,
Наталья Агаркова и Руслан Агарков



Мама, папа и дочка Дана



В студии [SPA Lab]

нужно ли то, что я делаю, кому-то кроме меня. И необходимо не вариться в собственном соку, а общаться с единомышленниками.

Титул, как таковой, на самом деле никому не нужен, кроме тебя самого. Это подтверждение твоего мастерства. Клиентов от него не прибавится, как бы ни казалось иначе. И если бы ко мне пришел наниматься чемпион, я бы десять раз подумал, прежде чем взять его на работу. Он — «звезда», что, скорее всего, вызовет сложности, а на прибыли салона его титулы кардинально не повлияют.

— Как вы, профессионал, относитесь к массажным креслам и разным электрическим массажерам? В какой степени они могут заменить руки?

— Заменить руки они не могут. Я не против массажеров в домашнем использовании, но задачи спа они не решают.

— Вот уже много лет вы работаете сами на себя, владеете семейным бизнесом — массажной студией. Насколько сложно было найти деньги на открытие?

— Получилось открыть на собственные средства, без долгов и кредитов.

То место, в котором мы сейчас находимся, это не первое место, где мы работаем. Начинали с женой в относительно недорогом помещении на два небольших кабинета. Для этого хватило наших с Натальей денег. Пришлось, конечно, чем-то пожертвовать: отказались от планов на отдых и на новую машину. Друзья потом подкалывали: как ты на «этом» ездил. Но бизнес был важнее нового автомобиля, а тот ездил — и хорошо.

В определенный момент стало понятно, что нужно расти, нужны помощники. А то помещение этого не позволяло. Но долго думали, рассматривали варианты, подбирали новое место. И опять же — помогло стечение обстоятельств. Человек, с которым мы за несколько лет до того работали в одном салоне, ошибся номером и позвонил мне. Мне как раз нужен был инструктор, и я попросился походить к нему. И уже через него вышел на теперешнее место, которое как раз предлагалось в аренду на хороших условиях, собственное помещение потребовало бы совершенно других вложений. И очень быстро, буквально за пару дней, нужно было решить — да или нет.

— К слову об отдыхе, который в первый год начала вашего семейного бизнеса пришлось пропустить, — а где и как вы отдыхаете сейчас?

— Стараемся раз в год обязательно отдыхать под солнцем, поближе к морю.

— Что было самым сложным за эти годы в бизнесе?

— Собрать коллектив. Но это сложно в любые годы, и для любой компании.

— Считаете конкуренцию на рынке спа и массажа в частности высокой? Какой прогноз можете дать по развитию сферы спа в Беларуси?

— В салонном бизнесе конкуренция большая, в спа, я думаю, пока нет.

Рынок спа тесно связан с экономикой, чем выше благосостояние населения, тем лучше для спа. Надеемся на лучшее.

— Массажисты славятся своими подработками на квартирах. Как планируете бороться с этим в своем салоне?

— Пока сложно сказать. У нас небольшой коллектив, и таких вопросов не возникает. Все мотивированы к работе в комфортных условиях — как для мастера, так и клиента.

— Сталкивались ли вы в своей работе с нечестной конкуренцией?

— Только с таким явлением, как «домушники». От коллег, работающих легально, нечестной конкуренции я не ощущал.

— Какие у вас планы на ближайшее будущее?

— Пока сосредоточились на оптимизации того, что уже есть. И на стандартизации рабочих процессов. Одно дело работать мастером, а другое дело — развивать бизнес, управлять сотрудниками, нести за них ответственность.

Я сейчас сижу на двух стульях: я и мастер, и бизнесмен. Это очень сложно и неправильно. Поэтому пытаюсь меньше работать руками и больше головой. Даже несколько жертвую обучением массажным методикам в пользу бизнес-обучения. К счастью, не скажу, что это мне неинтересно. Хотя, конечно, хочется и руками поработать, но на это остается все меньше времени. Уделяю его тем клиентам, которые ходят ко мне уже почти по десять лет, и было бы их неправильно кому-то делегировать.

— Каких знаний, как вы чувствуете, вам пока не хватает и где вы намерены их искать?

— Не хватает знания законодательства, есть вопросы по управлению. Решать планирую не без помощи вашей

журнала: постоянно участвуем в конференциях, которые вы организуете, семинарах.

— Об участии в чемпионатах, верно ли понимаю, речи уже не идет?

— В прошлом году от нашей студии выступал Вячеслав, наш массажист. А я же — только как судья, не как участник. Приглашают судить, я не отказываюсь, это тоже очень интересно.

На участие же сейчас, чтобы действительно хорошо выступить, не для галочки, абсолютно нет времени. Финансовый вопрос подготовки уже так остро не стоит, а вот вопрос времени — очень. Так что, уступаю дорогу молодым мастерам (улыбается).

С людьми, совмещающими в себе бизнес-хватку с искренней любовью к той сфере, которая приносит им деньги, и ее глубоким знанием «изнутри», всегда очень интересно общаться.

Впереди у нас еще немало историй интересных людей, работающих в белорусском красивом бизнесе. Кстати, если рядом с вами находится такой человек (или если вы можете рассказать интересную историю своего становления — к чему ложная скромность?) — пишите и звоните к нам в редакцию. И до встречи на страницах журнала!

ик

Профессиональная косметика для профессионалов

Косметика и Медицина



- ✓ Международные и белорусские сертификаты качества и безопасности
- ✓ Тематические и обзорные семинары и мастер-классы (в том числе выездные)
- ✓ Обучение оригинальным методикам косметических процедур

- CHRISTINA (Израиль); ERICSON LABORATOIRE (Франция); INNOAESTHETICS (Испания).
- Роллеры и специализированные препараты для микролифтинга GENOSYS (Ю. Корея)
- Препараты для контурной пластики и биоревитализации Revofil (Ю. Корея)
- Косметические препараты и мезококтейли Dermaheal (Ю. Корея)

+375 (17) 327-40-92; +375 (29) 190-93-56

Родинки и салонные процедуры

Елена Скроботова, обозреватель

В народе к родинкам относятся трепетно: по ним пытаются определить черты характера и даже предсказать судьбу. Но профессионалы склонны рассматривать подобные пятна на теле клиента настороженно. Ведь неаккуратное обращение с ними может привести к негативным последствиям для его здоровья, вплоть до развития меланомы (рака кожи). Как же правильно поступать с родинками, чтобы в результате посещения салона красоты клиент не оказался в онкоцентре? Разобраться в этом деликатном вопросе нам, как всегда, помогают эксперты.

Виктор Кондратович: «Большое значение имеет личная морально-этическая ответственность специалиста салона красоты»



Виктор Кондратович, заместитель главного врача Минского городского клинического онкологического диспансера

— Виктор Александрович, каковы факторы риска и причины развития меланомы?

— У каждого человека по мере взросления, старения организма появляются новые пигментные или беспигментные образования. Родинки — их простонародное название, точный медицинский термин — невусы. Часто можно услышать во время приема: «У меня появилась родинка, не знаю, что с ней делать: удалять — не удалять».... Пугаться этого не нужно, ибо причиной появления невусов в данном случае являются возрастные изменения. Кстати, некоторые из них могут исчезать сами по себе.

На что же следует обращать внимание? Если имеющийся у человека невус, пигментный или беспигментный, стал изменяться. Начался рост образования и увеличение его в размерах, контур из округлого, четкого становится неровным, размытым, может вытянуться, вокруг него появляется пигментация. Также стоит насторожиться при наличии изъязвлений и покраснения невуса. Все перечисленные признаки указывают на то, что человеку нужно отправиться к онкологу на прием. Соответственно и любой специалист салона красоты, обнаружив подобные изменения, может не остаться равнодушным и порекомендовать клиенту осмотр онколога.

Среди причин развития меланомы можно назвать термическое воздействие на невус и его травмирование. Даже микротравмы, зачастую не заметные для человека, могут оказать негативное влияние. Так, невус способен травмироваться бельем, при одевании и раздевании, расчесывании, бритье и при излишней солнечной инсоляции (загаре). Но у некоторых людей перерождение пигментного невуса в меланому может происходить абсолютно беспричинно.

— В качестве одной из причин развития меланомы вы назвали повреждения родинки. В салонах красоты над кожей клиента производят разные манипуляции, которые способны повредить невус. Существует ли риск при наличии доброкачественной родинки превратить ее в злокачественную после салонных процедур?

— Конечно. Любое травмированное пигментное новообразование несет в себе риск перерождения в меланому, поэтому тактика помощи в данном случае достаточно агрессивна. Так, клиента стоит сразу же направить к специалисту, поскольку за этим новообразованием нужно либо тщательно наблюдать, либо удалить его. Все зависит от конкретной ситуации, поскольку иной раз неспециалист может принять за невус безобидную пигментированную папиллому либо другое образование на коже, которое обязательно подвергать хирургическому удалению. Сегодня в любом медицинском центре есть консультант-онколог. И я думаю, врачу-косметологу не составит никакого труда отправить пациента к нему. Если же, исходя из материальных или других соображений, человек не может посетить врача в частном медицинском центре, то в любой районной поликлинике к его услугам есть онколог. Врачебный осмотр поможет определить дальнейшую тактику поведения с пациентом. Что касается сотрудников салонов красоты, то им нужно быть крайне внимательными при проведении процедур, задействующих область одного или нескольких невусов.

— Давайте поговорим о конкретных процедурах. Например, во время чистки лица или депиляции кожу с родинками могут разогревать или распаривать...

— Не надо этого делать! Как я уже говорил, термическое воздействие может негативно повлиять на невус и стать причиной развития меланомы. Если у человека в области проведения процедуры есть невусы, то его следует предварительно отправить к онкологу.

— Можно ли клиенту с выраженной родинкой делать пилинг кожи, то есть подвергать риску обработать ее кислотами?

— Если во время процедуры есть возможность обойти невус и не наносить на него любые косметические средства, то лучше сделать именно так. Поскольку пилинг позволяет не задействовать область невуса, то косметологу стоит предпочесть заботу о здоровье клиента. Но еще раз повторюсь: врач должен четко определить, пигментное это пятно или не пигментное, невус или не невус.

— Как отличить папиллому от невуса?

— Пигментированная папиллома и пигментный невус могут быть настолько схожи, что даже врач-специалист способен их перепутать. В данном случае, помимо обширных знаний, важен еще большой опыт работы с этими кожными образованиями. У доктора должен быть наметан глаз, скажем так. При малейшем подозрении косметолог не должен спешить проводить процедуру, а подумать, посоветоваться, отправить клиента на консультацию к опытному специалисту, но не самому принимать решение. Даже мы, онкологи, никогда не стесняемся друг перед другом и если в чем-то сомневаемся, то советуемся с тем, кто занимается этим на потоке. Важно не принимать скоропалительных решений и выводов.

— А папиллому можно обрабатывать и подвергать косметологическим процедурам?

— Да. Она не несет никакого риска, в том числе онкологического.

— Если во время оказания парикмахерских услуг родинка сбивается, что нужно делать мастеру?

— Если невус не потерян, его, после фиксации в растворе формалина или 40%-м растворе спирта, следует отдать клиенту для того, чтобы подвергнуть новообразование гистологическому исследованию. Но медлить с этим неделю-другую не стоит. Лучше всего передать невус на исследование в течение суток. У белорусов есть широкий выбор: если отсутствует возможность сразу прийти и сдать удаленное новообразование на морфологию в онкологический диспансер, то в медицинских центрах обычно такая возможность есть. И салоны красоты могут контактировать с медицинскими центрами, чтобы те, в свою очередь, отправляли невусы в специальные государственные учреждения. В таком случае обязательна консультация онколога, который решит, подвергать невус реиссечению или нет. Здесь основной девиз такой: любой удаленный материал должен быть подвергнут гистологическому исследованию в обязательном порядке. Если его результат показывает меланому, то дальше этим клиентом занимаются не хирурги, а онкологи. А они уже знают, что с этим

делать. В Беларуси разработан и применяется четкий алгоритм наблюдения за меланомой. При наличии онкологического заболевания, в том числе меланомы, пациент не может находиться под наблюдением частных медицинских центров. Этим вправе заниматься только специальные государственные онкологические учреждения. Разумеется, человек может в коммерческой структуре, к примеру, сделать УЗИ, произвести удаление невуса, но при выставлении диагноза меланомы он переходит под наш контроль. Важно в данном случае, чтобы промежуток между получением положительного результата на меланому и визитом к онкологу был максимально короткий. Нельзя медлить полгода. Желательно, чтобы это время не занимало более недели.

— Из родинок часто растут некрасивые волосы, и клиенты стараются их удалить с помощью депиляции? Можно ли это делать?

— Нежелательно. Лучше не брить и не депилировать волос, растущий из невуса, а аккуратно его срезать ножничками. Это несложно. А когда вырастет — опять срезать. В ином случае мы играем с огнем. Не стоит провоцировать потенциальное развитие образований. Даже если у десяти человек оно не разовьется, все равно может появиться у одиннадцатого. Зачем из-за какой-то мелочи подвергать риску бесценную человеческую жизнь? Меланома является весьма агрессивным заболеванием, очень трудно поддающимся лечению...

— И она очень быстро забирает жизнь пациента?..

— Меланома — весьма коварное заболевание. Существуют градации меланомы по уровню инвазии, то есть по толщине опухоли и по степени ее распространения на кровеносные сосуды, на другие кожные структуры и т. д. Для определения этого и проводится морфологическое исследование. Если мы найдем меланому, важно определить степень ее агрессивности и соответственно спрогнозировать свои дальнейшие действия и методы лечения. Ведь есть настолько агрессивные опухоли, которые могут забрать жизнь человека в течение шести месяцев. Но бывает и так, что пациент живет с меланомой всю жизнь и не имеет никаких проблем.

— Если родинка была практически полностью сорвана во время процедуры, как можно сразу ее обработать?

— Так же, как мы обрабатываем любую рану. Сначала нужно аккуратно обеззаразить ее антисептическим раствором. Затем накрыть пластырем с прокладкой, но постараться, чтобы она не приклеилась к ране. В ином случае при снятии пластыря можно повторно травмировать невус.

— Существует ли ответственность для работников сферы красоты за повреждение родинок?

— Нет, юридическую ответственность, конечно же, сотрудники салонов красоты нести не будут, поскольку в их действиях отсутствует злой умысел. Это неумышленное повреждение. Больше значение имеет личная морально-этическая ответственность. Еще раз повторю: от специалиста косметического кабинета требуется только грамотный подход, понимание, что если ты что-то сделал не так

с пигментным образованием, то нужно своевременно от- править клиента к специалистам, которые обладают зна- ниями и имеют образование в данной сфере.

— **Какой способ удаления родинок сегодня считается самым лучшим?**

— Способ удаления невуса не принципиален. Каждый из них применим, каждый имеет свои преимущества и недо- статки. Но в целом они все равнозначны. Обычно опера- ция проходит так: сразу производится иссечение самого новообразования, а затем его ложе выжигается при по- мощи коагуляции (лазеро-, крио- либо электрокоагуля- ции). Выбор способа можно предоставить самому паци- енту, также он зависит от места локализации невуса. В об- ласти лица чаще применяют лазерную обработку, на коже периферической части тела можно предпочесть электро- коагуляцию. Подчеркну еще раз: способ удаления может быть любым, гораздо важнее удаленный материал отпра- вить на морфологическое исследование.

— **Поступали ли к вам пациенты после неправильно проведенной операции по удалению невуса?**

— Конечно. Любой метод имеет свои погрешности. Не могу привести точные цифры, но приблизительно к нам поступает порядка 5 % пациентов на повторное удале- ние невуса. Как это обычно происходит: врач удаляет пиг- ментное образование, зону удаления обрабатывает лазе- ром или жидким азотом, отправляет невус на гистологи- ческое исследование, получает ответ о доброкачествен- ном образовании. Проходит полгода, и клиент видит, что в этой же зоне опять появились пигментные точки. Это значит, при первичной операции была не полностью об- работана зона удаления либо пигментные клетки нахо- дились глубже, чем позволяла проникающая способность

выбранного метода (лазеро-, криокоагуляции). Поэтому требуется повторная обработка данной области, но с ней надо быть особенно осторожным. И ее уже обязательно должен проводить узкопрофильный специалист, который занимается этим ежедневно и на потоке. Возможно, нужно скальпелем иссечь кожу с «зоной интереса» или повтор- но обработать лазером — это решает и этим должен за- ниматься только онколог.

— **Как считаете, обязательно ли сотрудникам салонов красоты проходить специальные курсы по онкологии?**

— Однозначно да. Насколько я знаю, врачи-дерматологи проходят подобные курсы. В любом случае при прохож- дении курсов повышения квалификации в БелМАПО он- кологический аспект учитывается. Полученную там ин- формацию врачу-дерматологу несложно донести всем со- трудникам салона красоты.

Помимо того, салон красоты может приобрести дермато- скопы — специальные аппараты, которые увеличивают масштаб новообразования, и врач способен рассмотреть его детально. Надеюсь, я не открою секрет, что в Белару- си разрабатывается единая дерматологическая фотобаза. В ближайшей перспективе она будет сертифицирована. Доктор, сравнив по базе сделанное на месте фото невуса клиента, может получить ответ, подозрителен ли он с он- кологической точки зрения, обозначить критерии подо- зрительности и т. д. После этого дерматолог уже будет знать, что делать с этим новообразованием — направлять его к специалисту или нет. С другой стороны, это ново- введение способно обезопасить врача. Данный снимок будет навсегда занесен в базу данных, и доктор благода- ря этому, при наличии претензий от клиента, сможет под- твердить свою правоту.

Эдгар Гинюк: «Чаще всего повреждение невусов происходит при стрижке мужчин с помощью парикмахерской машинки»



Эдгар Гинюк, врач-хирург первой квалификационной категории медицинского центра «Кривира»

— **Эдгар Анатольевич, кто должен принимать реше- ние об удалении родинки? Может ли сам пациент ре- шить это за себя?**

— К удалению невусов существует два вида показаний: медицинские и эстетические. Если удаление производится с эстетической точки зрения, то, конечно, решение прини- мает сам пациент. Часто я слышу: «Мне не нравится родин- ка, я хочу от нее избавиться!» Пожалуйста, вопросов нет.

Медицинские показания более обширны. Так, например, нужно учитывать расположение невуса в местах постоян- ной травматизации. К ним относят воротниковую зону, область бюстгальтера, зону ремня, область бритья у муж- чин, волосистую часть головы и др. Если родинки высту- пают над уровнем кожи, теоретически они могут трав- мироваться, то профилактикой дальнейших неприятных последствий также будет избавление от них.

Доктору важно донести до пациента, что удалять невусы нужно. Удаление считается одной из профилактик разви-



«На втором месте по частоте — повреждение невусов после парения в бане, когда банщики очень активно хлещут клиента веником».

тия нежелательных онкологических новообразований. Более того, у своих родителей, они тоже у меня доктора, я нашел учебник по онкологии за 1947 год, и в нем бы- ло обозначено, что 68 % меланом развивается именно из врожденных родинок, имеющих более 1 см в диаметре и располагающихся в местах постоянной травматизации. Уже в те годы доктора-онкологи акцентировали важность удаления подобных невусов!

— **Как вы считаете, является ли обязательным для сотрудников медицинских центров и салонов красо- ты общий осмотр пациента, чтобы увидеть состояние кожи, оценить количество родинок и в соответствии с этим принимать решение о проведении процедуры?**

— Думаю, нет, не является обязательным, потому что как бы доктора ни старались в этом направлении работать, как бы ни стремились осматривать пациентов, все меры будут безуспешными без желания самого пациента. Если он станет безалаберно относиться к своему здоровью, то ни к чему хорошему это не приведет. Очень многое зави- сит от самого человека.

Бывают пациенты, которые сразу же отказываются от осмотра: «Ай, доктор, нет времени раздеваться, я хочу это удалить — и все!» Но встречаются и другие, которые приходят на прием с родными и близкими, заводят всех в кабинет и просят: «Доктор, посмотрите еще!» Вот у этих пациентов, я думаю, все будет хорошо.

В общем, каждый человек должен осматривать себя сам после летнего сезона и очередной поездки на юг. Я ре- комендую делать фотокарту невуса либо, второе назва- ние, — паспорт кожи.

Современные мобильные телефоны позволяют с легко- стью это осуществить. В частности, для этого в интерне- те можно приобрести специальное мобильное приложе- ние. Оно позволяет фотографировать родинки, совмещать фото и даже указывать признаки невусов. Предположим: сфотографировали родинку летом, потом еще раз через полгода-год, сопоставили фотографии до и после, проана- лизировали, изменилась она или нет. Ведь зачастую даже близкий человек не может определить изменения, гово- ря: «Вроде бы родинка такая же и была. Не придумывай ты ничего!»

Вести паспорт кожи можно и без приложения, сэкономив деньги, если использовать совмещение фотографий до и после в одном коллаже. Достаточно создать небольшую папку на компьютере и туда сохранять фотографии. Но если пациент заметил какие-то изменения формы, цвета, контура, размера невуса, то ему нужно срочно обратиться к доктору — онкологу, дерматологу или хирургу.

Если же мы говорим о процедурах в салоне красоты, во время которых возможно повреждение родинки, то я счи- таю осмотр клиентов обязательным. Также и мы, хирурги, всегда осматриваем пациентов.

— **А может ли специалист салона красоты при нали- чии подозрений порекомендовать обратиться к онко- логу или хирургу?**

— Конечно. Здесь большую роль играют человеческие ка- чества. Так, например, массажист нашего центра по сво- ей инициативе вызывала меня для осмотра пациента, ес- ли у нее возникала настороженность в отношении ново- образований на теле клиента. Но она добросовестно от- носилась к своим профессиональным обязанностям. Но существуют люди, которые видят явно подозрительные невусы, но никогда не скажут об этом ни клиенту, ни тем более хирургу.

Я считаю: должна быть налажена связь между салона- ми красоты, которые оказывают парикмахерские услу- ги, услуги массажа и депиляции, и врачами-онкологами и хирургами. Это важно, чтобы не пропустить, не дай бог, злокачественное образование. Если есть малейшее подо- зрение, то врачи нашей клиники зовут меня, мы вместе осматриваем пациента, делаем снаскопию (аппаратное неинвазивное спектрофотометрическое сканирование пигментных новообразований кожи. — Прим. ред.), по- рой даже бесплатно. Должно же быть человеческое от- ношение к пациенту.

— **Были ли в вашей практике случаи, когда клиенты обращались после повреждения родинок на процеду- рах в салонах красоты?**

— Случаи повреждения невусов после массажа довольно редки. В моей практике был только один такой пациент. Гораздо чаще были, есть и будут пациенты, получившие проблему после посещения парикмахерской. Иногда кли- ент забывает предупредить о наличии невусов в волоси- стой части головы, и мастер их нечаянно сбрасывает. Чаще всего повреждение происходит при стрижке мужчин с по- мощью парикмахерской машинки. Бывает, что мастера сами отправляют клиентов ко мне на прием, заметив по- вреждение невуса. Повторюсь: личная ответственность специалиста здесь тоже должна присутствовать. А вторая причина, по которой мастера советуют клиентам удалять родинки, — это неудобство стрижки, поскольку ново- образование нужно обходить машинкой со всех сторон. Хотелось бы подчеркнуть: в парикмахерских должны на все эти моменты обращать самое пристальное внимание.

А на втором месте по частоте — повреждение невусов по- сле парения в бане, когда банщики очень активно хлещут клиента веником.



Воск или сахар — что выгоднее для салона красоты и эффективнее для клиента?

Светлана Титенко, аналитик

«Готовь телегу зимой» — именно так нас учит поступать многократно доказанная набитыми шишками белорусская поговорка. Сегодня, в преддверии периода массового избавления от нежелательной телесной растительности, мы вместе с экспертами решили разобраться, какой вид депиляции безопаснее, эффективнее и финансово привлекательнее для клиента, а какой — для салона красоты.

Сахарная и восковая депиляция или... эпиляция?

Википедия однозначно относит восковое удаление волос (иные названия — ваксация, ваксинг) и шугаринг к процедурам эпиляции, обосновывая свою позицию тем, что при обоих воздействиях на волос частично либо полностью разрушается волосяная луковица. Подтверждает свою точку зрения известная интернет-энциклопедия ссылкой на первоисточник, изданный в 2016 году частным ис-

следовательским университетом США — Нью-Йоркским университетом.

В 2015 году в статье «Как заработать на процедурах эпиляции и депиляции» (№ 3, 2015) мы использовали более привычную нашему уху и глазу классификацию, отнеся удаление волос с помощью воска и сахара к депиляции.

Сейчас воспользуемся ею же, тем более пока в действующей тарифно-квалификационной характеристике рабочей специальности «Косметик 4-го разряда» используется в отношении разбираемых нами процедур тот же

термин — «депиляция» (из ЕТКС: «Эстетическая коррекция волосяного покрова в области роста пушковых волос (лицо, тело, голень, бедро) методом депиляции (восковая, шугаринг, механическая)»).

Ищем сходства и отличия

Помимо очевидного общего предназначения сахарной и восковой депиляций — борьбы с волосами на теле, обе процедуры при регулярном их проведении приводят к истончению волос и замедлению их роста.

И восковая, и сахарная депиляции менее затратны для клиента, чем аппаратное удаление волос, и, к сожалению, обе эти услуги можно с легкостью получить на дому. «Работаю на дому» — ненормальная норма, потихоньку продолжающая откусывать у легального са-

лонного бизнеса все большие куски небесконечного пирога.

Отличаются процедуры материалом (ну разумеется!) и техникой: при восковой депиляции состав наносится и снимается против роста волос, сахарная же паста наносится против роста волос, а снимается по ходу их роста, поэтому процедуру восковой депиляции принято считать более болезненной. По скорости проведения процедуры лидирует восковая депиляция.

Воск VS сахар

Алина Корнелюк: «Неуниверсалы скоро выйдут из моды, это неизбежно»

— Алина, наше небольшое исследование показало, что депиляция воском в салонах Беларуси представлена чаще, чем шугаринг. Как вы думаете, с чем это связано?

— Депиляция воском, или биодепиляция, появилась на рынке салонных услуг намного раньше, чем сахарная (шугаринг). В связи с этим сформировался и устойчивый спрос на эту услугу. Также немалую роль в росте популярности воска играет простота техники выполнения этой процедуры. Научиться правильному шугарингу сложнее, чем восковой депиляции.

— С чем работает ваш салон?

— Наша студия красоты работает как с сахарной депиляцией, так и восковой — так как у клиента должен быть выбор. Но более 90 % наших клиентов выбирают шугаринг. На это есть много причин: к примеру, исключены ожоги (сахар нагревается до температуры тела), фактически нет противопоказаний для проведения процедуры, она гораздо менее болезненна по сравнению с депиляцией воском, сахарная паста смывается водой (воск маслом). Не менее важно и то, что шугаринг позволяет работать с дряблой кожей. На мой взгляд, шугаринг — это лучший метод долговременного удаления волос. К тому же наши клиенты в дополнение к депиляции могут

приобрести косметику для домашнего ухода с целью продлить видимый результат от процедуры.

— Чем можно объяснить более высокую стоимость шугаринга в сравнении с восковым методом?

— Сейчас в нашем городе стоимость, к примеру, восковой депиляции зоны бикини и сахарной депиляции не особо отличается. Это пару лет назад цены значительно разнились — когда шугаринг входил на рынок Беларуси.

— Мы часто видим, что в салоне один мастер выполняет шугаринг, другой занимается восковой депиляцией. Мастеров-универсалов очень мало. Салон это делает из соображений удобства или дело в чем-то другом?

— Мое мнение: мастера просто не хотят обучаться сахарной депиляции. Поэтому руководители салонов красоты вынуждены брать мастеров шугаринга, чтобы удовлетворить потребности клиентов, получить коммерческий результат. Только «восковики» — неуниверсалы — скоро выйдут из моды, это неизбежно.

— Практически во всех интернет-публикациях по теме в народ транслируется мысль, что и шугаринг, и депиляция воском легко выпол-



Алина Корнелюк, косметик, владелица студии красоты «АМСтель», Брест

нимы в домашних условиях. Чем чревата домашняя депиляция?

— Многие поставщики продукции для депиляции в целях расширения клиентской базы, увеличения объемов продаж действительно разрабатывают продукты для домашнего использования. Но это портит впечатление о самой услуге депиляции! Самим варить пасту и греть воск чревато ожогами, врастанием волос, раздражением и даже заражением различными инфекциями.

— Что может сказать клиенту о том, что процедура депиляции воском или сахаром была выполнена с нарушениями?

— Клиент после неправильной депиляции может обнаружить обломанные волосы, синяки, ссадины (возникают при интенсивном нажатии при нанесении пасты), ожоги (после восковой депиляции). А может появиться и кожная инфекция...

— Можно ли говорить о минимуме, во время которого должен сохраняться эффект от процедуры (как например в долговременном покрытии ногтей)?

— При выполнении сахарной депиляции эффект гладкости кожи сохраняется от 2 до 5 недель.

Расскажу, как мы работаем с клиентами в данном вопросе. Прежде всего, мы разбиваем их на три группы: первичные, постоянные и сезонные клиенты.

Первичного клиента во время консультации мы предупреждаем о том, что после использования таких средств депиляции, как бритва, электропилятор, волос растет неравномерно, и после первого сеанса шугаринга, возможно, останутся самые коротенькие волоски. Волосы в данном случае могут отрасти и через 2 недели.

Постоянный клиент приходит раз в 4 недели. Если постоянно делать шугаринг, волос становится светлее, реже, растет он медленнее. Кроме того, многие наши клиенты пользуются средствами для замедления роста волос, скрабами и кремами. Это помогает поддерживать кожу в здоровом состоянии, и нам улучшает работу с клиентами.

Сезонные клиенты приходят только летом. Из-за того, что шугаринг делается нерегулярно и клиенты «грешат» бритвой, волосы растут как и у первичного клиента, неравномерно.

Елена Капустинская: «Воск или сахар — это инструмент. Главное — руки мастера»



Елена Капустинская, косметик, директор салона красоты Libellule, Минск

— Елена, депиляция воском и шугаринг — что лучше и эффективнее?
— Впервые на постсоветском пространстве сахарная депиляция появилась в 2002 году: в Москве фирма «Академия Научной Красоты» провела первую поставку сахарных паст и обучила своих специалистов. В Минске эта технология появилась в 2003 году — мы тогда прошли обучение в Москве. Продукт производился британской фирмой по рецепту дамы с египетскими корнями, что прибавляло интереса и экзотичности. Особенно настойчиво позиционировалась историческая давность возникновения метода.

Однако продукт не прижился на рынке, поскольку проявлял низкую технологичность в наших условиях неустойчивости температур воздуха в кабинетах и подчас холодного или

перегретого тела клиента. Температурная нестабильность метода — это его первый недостаток. Он порождает необходимость изготовления паст для различных температурных параметров. Еще один недостаток — это обламывание волос, которое дает на второй-третий день эффект колючей кожи (как после бритвы). Метод требует также постоянного припудривания депилируемой поверхности.

После этого прошли годы, прежде чем шугаринг попытался вновь проникнуть на наш рынок.

Депиляция воском — это тоже старинная методика, которая зародилась в странах Средиземноморья, там, где произрастает средиземноморская сосна, смола которой до сегодняшнего дня является компонентом ваксинга. На наш рынок метод пришел в первой половине 90-х и завоевал широкое признание специалистов и клиентов как быстрый и надежный способ удаления волос с больших поверхностей. За счет нанесения теплой массы воска кожа разогревается, снижается напряжение мышц, поднимающей волос, что позволяет быстро и полностью (вплоть до зоны сосочка) удалить волос.

— Правда ли, что сахарная депиляция исключает аллергию, врастание волос, раздражение и покраснение кожи?

— Говорить, что за счет применения сахарных паст можно исключить аллергические реакции, не совсем верно: в состав продукции для шугарин-

га входит не только сахар — там можно встретить сок лимона, отдушки, масла.

Врастание же волос может возникнуть по ряду причин. Это и травматизация фолликула с последующим воспалением, и снижение «силы» волоса при регулярном удалении, и плотное прилегание белья или длительное сидение.

Если волос удаляется полностью (с корнем, «симптом спички»), что можно контролировать визуально, то неизбежно происходит травматизация стенок фолликула. Если в этот момент (или в течение 48 часов) на кожу попадет грязь или микроорганизмы, то вероятность воспаления увеличивается, независимо от того, каким методом волос был удален.

Раздражение и покраснение кожи может возникнуть и при шугаринге, если не совсем полно припудрить поверхность кожи в зоне депиляции.

При ваксинге не всегда нужно припудривание, но оно рекомендуется для чувствительной кожи и не может служить препятствием для применения данной методики депиляции. Применение восков высокой адгезии (стрип-технология с ленточками из бумаги) требует соблюдения правил и наличия навыков. Кстати, то же самое можно сказать и о шугаринге.

— На каждую зону тела целесообразно использовать определенный вид депиляции?

— Безусловно, для разного типа волос существуют различные продукты, которые обеспечивают минимальное травмирование и минимальную болезненность, но при этом позволяют оптимально провести удаление волос. Для удаления пушковых волос обычно используется стрип-технология ваксинга. Кстати, шугаринг этих зон также проводится с полоской (из ткани или бумаги).

Зона роста жестких волос (бикини, подмышки и т. п.) требует классической технологии, когда на волосистой покров наносится воск островками или небольшими полосками. Наносится шпателем (иногда рукой), а удаляется рукой. При шугаринге этих зон применяют шарик из плотной пасты, который многократно наносится и срывается.

— Какие грубые ошибки могут допускать специалисты при депиляции?

— По идее, специалист не должен ошибаться — он специалист. Но бывает, что работу поручают не совсем подготовленному человеку. Обучение депиляции по любой из методик — обязательно! Даже если мастер уже работает с одной из косметических линий, переход его на другую марку должен сопровождаться посещением специального семинара. Хорошо, если проводится мастер-класс и ставится рука. В этом должен быть заинтересован, в первую очередь, поставщик. От качества работы мастеров на «его» косметике будет зависеть спрос на нее.

Наиболее часто встречающаяся ошибка при восковой депиляции это срыв верхних слоев эпидермиса с последующим покраснением, зудом и шелушением. Особенно часто этим грешат неопытные мастера. Такая ситуация может возникнуть в жаркую погоду, после бани, сауны или тренировок, когда кожа распарена, после загара (свежий загар — противопоказание к депиляции). Также надо быть осторожными при склонности к отекам. Все эти случаи объединяет то, что кожа имеет рыхлый роговой слой, пропитанный влагой. Он легко срывается и травмируется.

При неправильном нанесении и срыве полоски стрип-технологии без учета направления роста волос и линий наименьшего растяжения кожи, а также при неправильно выбранном положении тела (ноги, руки) могут быть повреждены также капилляры и лимфатические сосуды. Могут возникнуть гематомы.

Грубейшая ошибка — применение стрип-технологии на глубоко бикини или в подмышечной впадине, особенно при густом покрове. Эти зоны требуют классической технологии, которая работает с восками, сильно сцепляющимися с волосом, но не прилипающими к коже.

Ошибкой будет также работа в зоне воспаления, например, гнойничков на лице при депиляции верхней губы или щеки.

Травмирующее воздействие может возникнуть при неверно выбранном направлении кисти мастера: рука должна двигаться как можно ближе к поверхности тела, как бы огибая его, а не перпендикулярно. Неверное движение травмирует, оказывает болезненное воздействие, препят-

Ошибки одного мастера

Комментирует Елена Капустинская



На фото 1 и 2 показан результат ошибки мастера во время депиляции, сделанной в период летней жары. Направление срыва полоски было выбрано неверно (не вдоль линий наименьшего растяжения кожи, а поперек). Скорее всего, был нанесен избыточный слой воска или на полоске скопилось воска в объеме, больше допустимого. К тому же, неверно было выбрано положение бедра во время депиляции (мягкие ткани были расслаблены и подвижны — так называемое положение «бабочка»), и движение руки мастера не огибало поверхность тела, а шло перпендикулярно поверхности. Характерно, что все это произошло именно на левой стороне тела клиента, что говорит о низком уровне подготовки специалиста.

На фото 4 четко виден срыв эпидермиса с лоскутками. Поверхность кожи будет шелушиться. Загорать с такими травмами нельзя — высок риск неравномерной пигментации поврежденной зоны.

На фото 3 показана еще одна ошибка мастера — срыв полоски в направлении роста волос при ваксинге стрип-технологии. Характерные «чехлы» из воска на каждом волоске. При этом кожа травмируется, а волосистой покров не удаляется полностью. Естественно, что у клиента будут жалобы на низкое качество работы.

Характерно, что всеми этими снимками мастер пытался доказать «низкое качество воска». Зачастую этот «аргумент» выдвигается для того, чтобы доказать клиенту свою компетентность и непричастность к низкому качеству работ.

ствуется полному удалению волос. Манипуляцию приходится повторять, что дополнительно увеличивает риск травмы.

К травмирующим ошибкам следует отнести слишком толстый слой воска при стрип-технологии или большое скопление воска на бумажной (тканевой) полоске.

— **Бывают ли случаи потребительского экстремизма? Если да, то чем клиенты обосновывают свои жалобы?**

— Потребительский экстремизм возможен везде.

Однако в случае депиляции при правильно, комфортно, грамотно проведенной процедуре жалоб и претензий не должно быть. Слишком очевидным является результат. Обсуждать нечего. Депиляция — это очень интимно... Трудно представить человека, который пойдет демонстрировать для освидетельствования область бикини или подмышек, например, если нет реальных проблем.

Другое дело, если мастер травмировал кожу и вызвал справедливое возмущение клиента. Тут уж рассуждать не о чем.

Бывают случаи, когда поставщику восков заявляют претензии мастера. Они утверждают, что «воск плохой, аллергия у клиентки» и прочее. При рассмотрении фото или непосредственно тела становится очевидным, что это ошибка мастера. Такое было неоднократно. Тем не менее мастер обижается и упорно отрицает свою причастность к срыву эпидермиса или гематомам. Воск или сахар — это инструмент. Главное — руки мастера.

Так кто же победитель?

Итак, оба метода депиляции имеют свои достоинства и недостатки, и оба выгодны для салона с точки зрения финансов — стоимость материалов в цене услуги составляет, как правило, не более 5–10 %. Однако клиенту шугаринг обходится дороже депиляции воском, поэтому жела-

Провал на передовой

Далеко не у всех желающих пройти процедуру депиляции есть возможность (и желание) предварительно приехать в салон, чтобы проконсультироваться со специалистом. Поэтому в данном случае клиент рассчитывает на компетентный совет администратора.

— **Насколько часто клиенты переходят с восковой депиляции на шугаринг и наоборот? По каким причинам это происходит?**

— Маркетинговый ход, использующий новизну шугаринга, заинтересовывает некоторых клиентов —

хочется попробовать. Но все доводы о том, что это менее болезненно, чем воск, обычно тают на первом же сеансе. Удалить живой волос из кожи живого человека — это всегда больно. Вопрос только в том, как поставлена рука мастера. От технологии это мало зависит, если только волос действительно удалается, а не обламывается. Если некоторое количество волос при депиляции обламывается, не отрываясь от корня, то процесс менее болезненный. Но и результат через пару дней даст о себе знать — обломки волос появляются над поверхностью кожи и начинают колоться.

Поэтому каждый мастер должен сознательно выбрать методику депиляции, которая дает наилучший эффект в его исполнении. А конъюнктурные движения производителей и поставщиков различных продуктов для депиляции — это их способ продвижения товара. Клиент иногда хочет «новенького», на этом можно сыграть.

Я предпочитаю ваксинг и занимаюсь им с 1995 года. И не вижу веских оснований отдать предпочтение шугарингу. Кто-то начинает работать сразу на шугаринге — это его первый выбор. Вполне возможно, что так и останется на всю профессиональную практику.

Ющие сэкономить (а их всегда немало) могут предпочесть ваксинг. На этот случай, конечно же, удобнее иметь в своем штате мастеров-универсалов, которые владеют обеими техниками. При чем владеют в той степени, которая необходима для оказания качественной услуги.

Под видом потенциального клиента я прозвонила десятка три салонов. В случае если салон мог предоставить обе услуги, я признавалась, что никогда не делала ни одну из них, и просила сориентировать, в чем разница, недостатки либо преимущества каждого из способов депиляции.

При наличии у салона только одного вида депиляции мне как клиенту хотелось бы провести вторую, отсутствующую, процедуру, но я изображала сомнения и тем самым давала возможность администратору убедить меня попробовать предлагаемую в данном салоне услугу.

Итак, если салон работал только с воском либо только с сахаром, в ответ на мое «Ой, а я хотела другое...» я слышала одну из трех реплик:

- «Очень жаль, но, если передумаете, будем рады вас увидеть»;
- «Ну, как хотите» (один раз даже прозвучало: «На вкус и цвет товарищей нет»);
- «Затрудняюсь давать вам консультацию, так как не владею информацией о другой процедуре».

В общем, это были неграмотные ответы абсолютно неподготовленных либо вообще не годящихся в администраторы работников. Обидно только слышать жалобы руководителей: «Денег нет, клиентов мало, хоть ты закрывайся». А ведь на самом деле, возможно, дело не в кризисе, а в том, что распорядители ваших телефонных трубок просто небрежно обращаются с бесценными входящими звонками? Уметь донести до клиента преимущества ваших услуг перед схожими у конкурентов — святая обязанность ваших «продажников».

В салонах, предлагающих обе услуги, мне чаще всего отвечали, что помимо степени болевых ощущений, разницы в процедурах нет. Либо вообще предлагали ознакомиться с услугами в интернете. А находились и те, кто говорил, что поскольку сам ни одну из депиляций не пробовал, то и предлагать какую-то конкретную не рискнет...

С сожалением приходится констатировать, что администраторы либо не научились, либо не считают необходимым бороться за клиента. В подавляющем большинстве запись происходит в том случае, если звонит уже созревший клиент. Те же клиенты, которые еще не успели обрести доверие к вашему салону, пытаются его сформировать, задавая вопросы (а вы думали, что они выбирают услуги только по цене?). Не получая компетентных ответов, в их голове срабатывает сигнал «тут все непрофессионально», и они остаются «за бортом» вашего салона.

Многие администраторы вам скажут, мол, мы не можем много времени уделять одному позвонившему. После такого ответа займитесь хронометражем рабочего времени администраторов и послушайте их диалоги. Поверьте, вас ждет много обидных открытий... Ведь, на самом деле, не так уж важно, воск у вас или сахар, важно иное — идет к вам клиент или нет. **ИК**

ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

✓ Гибкая накопительная система скидок

Вы можете работать с гораздо большей прибылью!

✓ Система поддержки

Колл-центр и штат бренд-менеджеров — удобный сервис для Вашей работы!

✓ Система профессионального обучения

Продуманная и современная программа обучения мастеров любого уровня!

**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ К КЛУБУ
ПРОФЕССИОНАЛОВ КОМПАНИИ
СТАР БЬЮТИ СЕРВИС!**

Компания Стар Бьюти Сервис
г. Минск, пр-т Независимости 49, оф. 213
(м. Якуба Коласа, СОК «ОЛИМП», 2 этаж)

635-8000 **velcom** **МТС** **life:**

**STAR
BEAUTY
SERVICE**

www.starbeauty.by

Вросший волос: кто виноват и что делать?

Елена Скроботова, обозреватель

Вросшие волосы — проблема не только эстетическая. Она доставляет немало хлопот как клиентам, так и специалистам салонов красоты. Ведь именно к ним потом приходят с претензиями недовольные потребители. Но так ли уж виновен мастер, проводивший депиляцию, и в чем действительно кроются причины врастания волос? Ответы на эти вопросы мы традиционно искали с нашими экспертами.

Анна Музыченко: «Часть волос даже при профессиональной, правильно проведенной манипуляции может врастать»

— Анна, давайте начнем с определения понятий. Какой волос считается вросшим?

— Вросший волос — это народное название. В медицине проблема носит название «псевдофолликулит». Классический фолликулит — это инфекционное (как правило, стафилококковое) воспаление волосяного фолликула, связанное с многочисленными причинами, в первую очередь с нарушением местного иммунитета. Приставка «псевдо» обозначает «ложный», то есть в данном случае происходит ложная реакция на инородное тело.

Рассмотрим механизм врастания подробнее. Наша кожа состоит из нескольких слоев: эпидермиса, дермы и подкожно-жировой клетчатки. Волосы фолликулы (волосы луковицы) располагаются в более глубоком слое, в дерме. В норме растущий волос, проникая сквозь дерму и эпидермис, через устье волосяного фолликула выходит на поверхность кожи.

Вросшим называют волос, который растет интрадермально, параллельно коже, по мере роста сворачивается в клубок, приобретает спиралевидную форму и не стремится выйти на поверхность. Происходит это чаще всего после неправильного проведения процедур по удалению волос. Иногда такой волос может достигать в длину нескольких сантиметров. Когда он становится неспособным раздвигать ткани, развивается реакция на инородное тело, сопровождающаяся гиперемией и воспалением участка кожи, в дальнейшем формируется плотный инфильтрат — болезненная папула, как в народе говорят, прыщик. Поэтому вросшие волосы являются не только косметическим недостатком, но и медицинской проблемой. Обычно это локальный процесс, то есть одномоментно все фолликулы не воспаляются. В воспаление последовательно включается несколько фолликулов, один за другим.



Анна Музыченко, кандидат медицинских наук, доцент кафедры кожных и венерических болезней Белорусского государственного медицинского университета, врач-дерматолог

— Чем грозит врастание волоса?

— В общем, псевдофолликулит — это косметическая проблема, которая не влечет серьезных последствий для здоровья. Вросшие волосы, как правило, не выходят на поверхность кожи самостоятельно. В отдельных случаях вросшие волосы могут самостоятельно развиться и, преодолев кожный барьер, выйти наружу. Чаще люди пытаются извлечь их в домашних условиях. Попытки самостоятельного удаления вросшего волоса с помощью иглы или пинцета могут спровоцировать проникновение инфекции внутрь фолликула и превращение узелков в пустулы (микроабсцессы). После стихания воспалительного процесса на этом участке может остаться вторичная поствоспалительная гиперпигментация или рубцы. Другими словами, на коже сохраняются

косметический дефект, видимый окружающим. Нередко женщины признаются, что из-за этого не могут летом носить короткую юбку и ходить без колгот. Даже если впоследствии прибегать к лазерной эпиляции, показанной в случаях врастания волос, все равно такое изменение тканей полностью не разрешится. В данном случае врачи-косметологи могут помочь лишь в небольшой степени. Поэтому очень важно с того возраста, когда женщины и мужчины решают удалять нежелательные волосы, делать это правильно и обращаться только к специалистам.

— Дефект кожи возникает, когда человек пытается сам извлечь волос. Каков же правильный путь извлечения вросшего волоса?

— Вросший волос нужно извлекать в любом случае. Вероятность самостоятельного отторжения таких волос составляет примерно 1–2 %, и то это заживает рубчиком. Прежде всего, следует обработать место врастания волоса любым антисептиком (например, водным раствором хлоргексидина биглюконата). После обработки нужно вытащить волос наружу при помощи стерильной медицинской иглы, желательнее от инсулинового шприца. Далее образовавшаяся эрозия обрабатывается раствором «Бриллиантовый зеленый» или «Фукорцин».

— И играют ли роль генетические факторы в развитии псевдофолликулитов?

— Псевдофолликулиты развиваются далеко не у всех людей. Но не совсем правильно говорить, что склонность к врастанию волос передается генетически. Скорее, этому способствуют определенный тип и структура волос, которые передаются по наследству. Вростанию более подвержены жесткие, вьющиеся. Тонкие волосы, которые, как правило, бывают у блондинов и рыжих, обычно не имеют такой склонности. Но, с другой стороны, их реже удаляют, поскольку они не очень заметны на теле. Что касается расовых отличий, то псевдофолликулит чаще встречается у афроамериканцев.

Поскольку фенотип передается по наследству, то часто матери, зная о предрасположенности к врастанию волос, приводят дочерей-подростков на профессиональную процедуру в салон красоты. Как известно, одним из факторов предупреждения развития псевдофолликулита является лазерная эпиляция. И поскольку до 18 лет ее можно делать только с согласия родителей, то матери сами настаивают на профессиональном уходе.

— Сухость и гиперкератоз кожи могут повлиять на врастание волос?

— Да. В группу риска входят клиенты с сухой кожей, гиперкератозом, тонкокожие и белокожие. При сухой коже сальные железы вырабатывают недостаточно кожного сала, которое выполняет очень важные функции. Оно обладает бактерицидными свойствами за счет входящих в его состав жирных кислот, препятствует высыханию кожи и увлажняет ее. Сухая кожа — она с медицинской точки зрения называется ксерозом — более тонкая и нуждается в дополнительном увлажнении. Этот тип тоже может передаваться по наследству.

Гиперкератоз — это избыточное ороговение некоторых участков кожи. Часто он является симптомом некоторых хронических кожных заболеваний: ихтиоза, псориаза, нейродермита, но может формироваться и при неадекватном уходе за кожей. Однако следует помнить: это не приговор. Формирование псевдофолликулитов чаще всего возникает из-за неправильно проведенной депиляции. Просто за сухой тонкой кожей нужно очень тщательно ухаживать.

— Зависит ли врастание волос от места их расположения на теле?

— Не совсем. Волосы бывают пушковые и терминальные. К длинным (терминальным) волосам относятся волосы головы, бороды, груди, половых органов. Пушковые, как правило, покрывают все тело. Анатомически жесткие волосы располагаются в области бикини, подмышек и на груди у мужчин. Волос может врастать в любой области. Но наиболее подверженными развитию псевдофолликулитов оказываются те зоны, которые часто подвергаются депиляции или механическому трению. Обычно это зона бикини (из-за тесного прилегания белья) и подмышечные области. Например, если волос удаляется путем кожного сбривания выступающей части, то часто можно услышать жалобы клиентов на быстрый рост волос. В результате частого бритья возникает постоянная травматизация кожи и, как следствие, врастание волос. Другие ошибки могут быть связаны с нарушением техники бритья: сбриванием волос против их роста, а также в связи с применением затупившегося лезвия. Исходя из клинического опыта, у женщин проблема чаще наблюдается в области бикини, нижних конечностей (голеней, бедер) и немного реже в зоне подмышек.

— Во всех ли случаях во врастании волос виновна неправильно проведенная депиляция?

— Волосы фолликулы, находящиеся в дерме, не расположены там одинаково ровно, как под линейку. Они имеют определенный угол наклона. У некоторых людей волосы имеют острый угол, фолликул располагается не перпендикулярно к дерме, а под углом. Чем острее этот угол, тем выше вероятность, что волосы будут врастать. И в данном случае не важно, насколько профессионально и какой косметолог оказывает услугу депиляции. Но, например, в восковой депиляции есть особенности удаления — против роста волос. С точки зрения дерматологии правильно удалять волос по их росту. Соответственно восковая депиляция считается наиболее провоцирующей травматизацию фолликула и врастание волос. Удаляя волосы, специалист не может увидеть, под каким углом они располагаются в дерме, так как процедура одномоментно проводится на целой области. Поэтому часть волос даже при профессиональной, правильно проведенной манипуляции будет удаляться против роста и может врастать.

— Считается, что при частом удалении волос становится более ломким и истончается, а это...

— ...также способствует врастанию волос. Процедура механического удаления волоса предполагает выдергивание его надкожной части, но фолликул при этом остается живым. Неправильно говорить клиентам: «Вам нужно

не так много процедур, поскольку волос потом перестает расти». С каждой последующей депиляцией волосы становятся тоньше и слабее. Ороговевшие чешуйки эпидермиса не отслаиваются, закрывая устья волосяных фолликулов и делая кожу грубее. В таких условиях ослабевшие волоски не могут выйти наружу и потому начинают расти интрадермально.

— **Изменения гормонального фона могут повлиять на появление вросших волос?**

— Гормоны регулируют все функции в организме, в том числе рост волос. Непосредственно на вращание волос изменения гормонального фона, как правило, не влияют. Гормоны оказывают влияние на скорость, толщину и пигментацию волос. При гормональной дисфункции у женщин волосы могут появиться в несвойственных для них местах — в так называемых гормонозависимых зонах. Это верхняя губа, подбородок, нижнечелюстная область, шея. Естественно, когда у женщины над губой растут волосы, она будет каждое утро начинать с их выдергивания. И поскольку появляется вынужденная необходимость чаще прибегать к удалению волос, то именно это и будет способствовать формированию псевдофолликулитов. Исключение составляет период менопаузы, когда в организме снижается выработка эстрогенов и волосы становятся склонными к выпадению, а также прием гормональных средств при определенных заболеваниях (например, поликистозе яичников). В данном случае мы можем говорить, наоборот, о снижении потребности в депиляции.

— **Среди клиентов существует мнение, что параллельный прием лекарств также влияет на вращение волос. Это мнение бытовательское и не имеет отношения к реальным медицинским фактам?**

— В данном случае мы, скорее всего, имеем дело с совпадением обстоятельств. Нет таких лекарственных средств, которые способны повлиять на структуру волоса. Можно повлиять на скорость роста волос. Например, глюкокортикоидные гормоны влекут за собой усиление роста волос на теле, так как оказывают иммуносупрессивное и цитостатическое действие. Однако если пациенту в фазе обострения аллергии назначили гормональные средства курсом в 3–5 дней, то никаких изменений в организме это не вызовет и тем более не окажет влияние на рост и вращение волоса. Другое дело, когда человеку назначен длительный курс гормональной терапии, к примеру, при таких заболеваниях, как пузырчатка, ревматоидный артрит. В таком случае влияние на рост волос будет происходить. Уровень естественных гормонов у человека меняется, может возникать гормональный дисбаланс, что влияет на рост волоса и его структуру, но не напрямую на вращение.

Также при выпадении волос дерматологи часто назначают витамины (А, Е, группы В), сосудистые препараты, которые ускоряют рост волос. Напомню цикл роста волоса: сначала идет фаза активного роста (анаген), потом короткая переходная фаза (катаген), которая длится несколько дней, и завершает цикл фаза покоя (телоген). И далее все начинается сначала. Антиоксиданты же помогают быстрее перевести волос из фазы покоя в фазу роста. Как правило, людей беспокоит выпадение волос на голове,

но мы не можем подействовать локально только на одну область. И получается замкнутый круг: волосы растут быстрее, человеку чаще требуется их удалять, а это в свою очередь провоцирует вращение. Но все равно прямой связи между приемом любых лекарственных средств и вращением волос нет, есть только опосредованная.

— **Можно ли, в общем, нарисовать портрет клиентов со склонностью к вращению волос?**

— Это клиенты, имеющие сухую кожу, с гиперкератозом или кожными заболеваниями типа ихтиоза, нейродермита, псориаза; люди с жесткими выходящими волосами; люди, у которых волосяные фолликулы расположены под острым углом по отношению к коже; лица, часто прибегающие к неправильной депиляции (обычно она производится путем механического отрыва волоса); девушки и парни в активном возрасте, поскольку они чаще прибегают к депиляции в силу эстетического и психологического фактора (часто это модели и артисты (певцы, танцоры), то есть те люди, чья работа связана с обнажением на сцене).

— **Давайте рассмотрим ситуацию: у клиента есть видимые признаки вращающихся волос, но инфекция не занесена. Можно ли ему делать повторную депиляцию?**

— На участках кожи, где наблюдается развитие псевдофолликулита, проводить механическую эпиляцию категорически нельзя. Например, при депиляции воском и шугаринге особенности проведения этих процедур приведут к усилению воспаления. При этом сама фаза воспаления может занимать от нескольких недель до нескольких месяцев, волосы на теле растут и требуют удаления, и клиент обычно не желает ждать. В таком случае специалист салона красоты или медицинского центра должен принять для себя решение, проводить ему процедуру или подождать — в зависимости от степени воспалительного процесса, от того, попытался ли клиент самостоятельно удалить вросшие волосы и т. д. Обязательным является требование обходить при депиляции проблемные, воспаленные участки. Если у специалиста есть медицинское образование, он может помочь клиенту правильно извлечь волос и обработать пораженный участок.

Другое дело — лазерная эпиляция, являющаяся медицинской манипуляцией, которую могут проводить только врачи-косметологи. Именно лазерная эпиляция является прямым показанием для лиц, имеющих проблему вращающихся волос. Несмотря на то, что процедура несколько болезненна и некомфортна для пациента, это единственный способ деструкции фолликула. Соответственно волосу неоткуда расти и невозможно вращаться. В наше время лазерная эпиляция доступна и по цене, и по выбору вида лазера. Также клиент может предпочесть альтернативный способ — отказаться вообще от удаления волос, дать им возможность естественного роста.

— **Анна, подскажите, эффективны ли средства против вращающихся волос и для замедления их роста?**

— Действительно, сегодня существует масса средств — кремов, лосьонов, растворов, разработанных для этих целей. Правда, их эффективность не может состав-

Учебный центр «Makea Lady»

Makea Lady — бренд, давно признанный мастерами сахарной депиляции (шугаринга) не только в Европе, но и по всей огромной России, в Казахстане и, конечно, у нас, в Беларуси.

В нашей команде есть и профессиональные мастера шугаринга, технологи продукта, преподаватели и маркетологи. И каждый из нас делится своими знаниями с нашими выпускниками — руководителями салонов красоты и косметических кабинетов.



Шугаринг (сахарная депиляция)

- Обучение, все модули.
- Аттестация мастеров (повышение квалификации).
- Профессиональная косметика и оборудование для сахарной депиляции (Финляндия).

Программы коррекции фигуры и спа-уходы

- Краткосрочные курсы по бандажным обертываниям.
- Семинары по шоколадным обертываниям.
- Профессиональные средства для обертываний (Финляндия).



Профессиональная подготовка мастеров



Качественный материал для работы



Востребованность услуги и возвратность клиентов

Обратившись к нам, вы получите кладезь знаний, накопленных за долгие годы безупречной работы, практический материал, а также заряд энергии и позитива.



Частное предприятие «МАКЕА ЛЕДИ БЕЛ».

По вопросам сотрудничества звоните: +375 (29) 520-15-93, бренд-менеджер Марта Иванова.



vk.com/makealadybel



лять 100 %. Чтобы волос замедлил свой рост, нужно токсически подействовать на фолликул. Но косметические средства с содержанием токсических компонентов вряд ли позволят зарегистрировать Министерство здравоохранения.

Если внимательно прочитать состав подобных препаратов, при условии, что он содержит честное и полное перечисление ингредиентов, то мы обнаружим эмульгенты или эмульгеноподобные вещества, растительные компоненты, салициловую кислоту, ментол и т. п. Они, как правило, обладают смягчающими, увлажняющими, дезинфицирующими и отшелушивающими эффектами. Ввиду этого воздействия такие средства могут несколько замедлить рост волос, но искоренить полностью проблему не удастся. Такого же эффекта можно достичь другими альтернативными аптечными средствами. Единственные плюсы в сравнении с ними — сбалансированность компонентов и ароматические отдушки.

— **Псевдофолликулит — проблема косметическая, когда же она перерастает в хирургическую? В каких слу-**

чаях косметолог должен отправить клиента на прием к хирургу?

— Существует несколько факторов, способствующих переходу от псевдофолликулита к классическому стафилококковому глубокому фолликулиту, или фурункулу, когда требуется вмешательство хирурга.

Это происходит чаще всего после того, когда человек проводит процедуру удаления волоса неправильно, в домашних условиях и заносит инфекцию. Специалист салона или центра красоты может легко отследить ее по внешним признакам. У клиента в области вросшего волоса наблюдаются гиперемия, отечность, которые выходят за пределы фолликула, гнойное содержимое, появляется болезненность при пальпации, развивается общее недомогание, могут даже воспалиться лимфатические узлы (развивается лимфаденит) и подняться температура — значит, пора отправлять клиента к хирургу. Но после оперативного иссечения фурункула все равно останется неэстетичный рубец, поэтому нужно стараться не допускать развития ситуации изначально.

Мария Якубель: «При депиляции очень важно указать клиенту на меру его ответственности»

— **Мария, считается, что склонность к вращанию волос является противопоказанием к проведению именно восковой депиляции, так ли это?**

— Если у клиента есть предрасположенность к вращанию волос, даже при соблюдении всех правил депиляции, предупредить эту проблему сложно. В данном случае не имеет значения кратность процедуры, использование клиентом только данного метода удаления волос, использование необходимых средств по уходу до и после процедуры. Волосы продолжают расти у людей, склонных к этому. В таком случае клиенту стоит предпочесть другие способы депиляции или эпиляции.

— **Какие меры профилактики вращающихся волос применяются?**

— Для профилактики клиенту за 2–3 дня до депиляции стоит провести скрабирование кожи. Скрабирование необходимо для того, чтобы отшелушить поверхностные клетки эпидермиса и соответственно помочь прорасти новому волосу. Процедуру желательно повторять один раз в неделю после проведения восковой депиляции. Непосредственно после депиляции мастер использует специальные крем или масло, которые замедляют рост волос. При домашнем уходе рекомендуется смягчать кожу, которая подверглась процедуре депиляции, увлажняющим лосьоном или кремом, что также будет препятствовать вращению волос. Если клиентка в перерывах между депиляциями для удаления волос использует бритвенный станок (что делать нежелательно), то стоит использовать только острое лезвие и удалять волосы по ходу их роста.



Мария Якубель, врач-дерматолог Городского клинического кожно-венерологического диспансера (Минск), косметик 5-го разряда медицинского центра «Антес Мед»

Если появились признаки вращающихся волос — красные точки, с виду напоминающие прыщики, — их сразу же нужно обработать дезинфицирующими растворами, такими как водный раствор хлоргексидина биглюконата, настойка календулы либо салициловая кислота. Сразу после депиляции не стоит носить белье из синтетических тканей, тесное белье, так как это препятствует циркуляции

воздуха и способствует повышению потливости в этих областях, что может привести к размножению бактерий и возникновению грибковой инфекции. В результате на месте излишнего воздействия внешних тканей может развиться вторичная инфекция.

— **Насколько важна правильность проведения восковой депиляции для предупреждения вращающихся волос?**

— Очень важна. Чаще всего с проблемой вращающихся волос клиент сталкивается после домашней депиляции, поэтому процедуру должен проводить специалист. Проведение депиляции самостоятельно, в домашних условиях, происходит не всегда в удобном положении, далеко не все зоны оказываются доступны. Грамотный специалист с толком подходит к проведению процедуры, знает, какой воск в какой зоне нужно применять. Теплый воск используется для удаления волос на голенях, бедрах и руках, а горячий — на подмышечных впадинах, в зоне бикини и области лица. К сожалению, не раз приходилось сталкиваться с ситуацией, когда теплым воском мастер удаляет волосы по всему телу. Именно такой технологией чаще всего пользуются клиенты при проведении процедуры самостоятельно в домашних условиях. Ни в коем случае не стоит этого делать! Это тоже способствует вращению волоса. Ведь из-за недостаточного разогревания крепкий волосяной фолликул, расположенный глубоко в коже, не раскрывается должным образом. В зоне бикини и подмышек волосы довольно жесткие, и если кожу не разогреть, удаление волоса может произойти с затруднением, неправильно.

— **Приводит ли использование некачественного воска к вращению волос?**

— Безусловно. Он обламывает волос, не удаляя его полностью. Это приводит к тому, что мастер вынужден несколько раз наносить воск и травмировать кожу. А если травмируется волосяной фолликул, то волос начинает свой рост в неправильном направлении, что приводит к его вращению. Данная ситуация напрямую влияет на качество обслуживания клиента.

— **Какие советы из своей практики вы могли бы дать специалистам, проводящим процедуру восковой депиляции?**

— Нужно использовать хороший качественный материал, обязательно проводить депиляцию с соблюдением всех санитарных норм. Любить своих клиентов, но не жалеть их! Очень часто мастера сочувствуют клиентам, пришедшим впервые, и работают медленнее. Процедура затягивается



вается и доставляет дискомфорт. С новичками нужно работать в таком же темпе, как и с постоянными клиентами. Также необходимо указать клиенту на меру его ответственности и важность личных действий по уходу за кожей, что в значительной мере повлияет на эффект от процедуры депиляции.

Если клиент прибегает к восковой депиляции и этот метод ему подходит, то следует проводить процедуру не реже одного раза в месяц. Частая депиляция истончает волос, замедляет его рост.

— **Вы говорили об ответственности клиентов в плане вращающихся волос, в чем она заключается?**

— Не все зависит от мастера, который проводит процедуру, — очень многое зависит и от клиента. Обязательно нужно соблюдать все рекомендации по уходу за депилируемыми областями до и после процедуры. Ни в коем случае не стоит самостоятельно извлекать волос — пытаться извлечь его иглой либо пинцетом, так как это приведет к вторичному инфицированию и воспалению.

Если проблема вросших волос остается, несмотря на использование качественного воска, наличие грамотного мастера, правильного домашнего ухода, я рекомендую обратить внимание на другие способы удаления волос.

Подведем итоги. Вросшие волосы далеко не всегда являются маркером некачественно проведенной процедуры депиляции, и об этом клиенту нужно рассказать заранее — до того, как он дома обнаружит вросший волос, а добрая соседка поведает ему о 100%-й безрукости салонного мастера. Предупредить проблему легче, чем разбираться с ее последствиями. И речь совсем не о вросшем волосе. Не пожалейте бумаги, сделайте памятки, которые ваши любимые клиенты унесут домой, и в случае чего они позвонят вам в салон, а не полезут в интернет читать неприятные истории о вросших волосах. **ИК**



Фото с сайта medicaltaping.ru

Кинезиотейпирование: из спорта — в эстетику

Юргис Думбляускас, обозреватель

Кинезиотейпирование — достаточно новая методика в мировой индустрии красоты и однозначно свежая для белорусского рынка. Для знакомства наших мастеров с кинезиотейпированием, по приглашению школы массажных технологий «Эст Мастер», в Минск приезжал российский врач восстановительной медицины, судья чемпионатов мира по спа-массажу с 2008 года, директор «Южно-Уральского учебно-практического центра восстановительной медицины» Вадим Дубов. В интервью «Индустрии красоты» врач подробно рассказал о сути методики кинезиотейпирования.

— Вадим Александрович, кинезиотейпирование в первую очередь ассоциируется со спортивной медициной. В чем же достоинства этого метода для индустрии красоты?

— Действительно, кинезиотейпирование впервые было применено японским врачом Кензо Казе в 1973 году для олимпийской сборной Японии по волейболу. Результат был впечатляющим — сборная прошла те Олимпийские игры практически без единой травмы. Первые годы кинезиотейпирование развивалось именно в этой среде, и клинические наработки — за прошедшие 40 лет они уже очень мощные — главным образом были получены благодаря тому, что эта методи-

ка активно применялась для поддержки и реабилитации спортсменов.

Несколько слов о сути метода: на тело наклеиваются специальные эластичные ленты, тем самым мы достигаем терапевтического эффекта. Задолго до появления кинезиотейпирования, еще в 1886 году, американка Маргарет Кроссен создала косметический пластырь. В первое время он напоминал, скорее, даже медицинскую лангету, но накладываемую на лицо, чтобы подтянуть мышцы, достичь омолаживающего эффекта. Технология развивалась — такие пластыри существуют и сейчас, разумеется, существенно усовершенствованные.



На мастер-классах Вадима Дубова

И как ее логичное продолжение возникло кинезиотейпирование. За счет сил гравитации мышцы с возрастом ослабевают, опускаются, возникают морщины. Ленты, которые используются в этой методике, позволяют подтянуть их, смоделировать овал лица, в том числе скорректировать двойной подбородок, а также уменьшить глубину морщин, носогубных складок, поднять верхнее веко.

У кинезиологических тейпов есть еще один интересный эффект: они очень хорошо устраняют отеки в области глаз. Разумеется, если те не связаны с патологиями почек. В противном случае, конечно, не устранив первопричину, мы результата не добьемся. Ленты в целом улучшают крово- и лимфообращение. Потому что наложенный на кожу тейп поднимает верхние слои кожи, ускоряя кровоток и локально улучшая микроциркуляцию, восстанавливая обмен веществ, усиливая выработку коллагена.

Что касается других участков тела, помимо лица, то кинезиотейпирование эффективно решает проблемы спазма мышц. Безусловно, очень широк спектр применения лент в работе по телу: с областью яго-

А что в Беларуси?

История кинезиотейпинга насчитывает уже более 30 лет. Но в Беларуси такая услуга в медцентрах, санаториях, салонах начала появляться с пометкой «New!» буквально в позапрошлом году. Притом что, как сообщает одна из компаний, которая продает тейпы, «Беларусь стала первой страной в СНГ, где нами был официально зарегистрирован в Министерстве здравоохранения метод кинезиотейпирования, с использованием кинезиотейпов...», и произошло это в 2010 году.

Цены на услуги тейпирования достаточно сложно сравнивать: стоимость в прайсах разных (стоит отметить, пока не столь многочисленных в сравнении с теми же массажами) предприятий составляет от 7 до 19 белорусских рублей и даже выше. И каждая компания по своему оценивает такую процедуру: кто-то по охватываемым зонам, кто-то по расходу ленты (видимо, вполне логично связывая ее длину со сложностью и временем работы специалиста), кто-то просто делит услуги на «простые» и «сложные», а некоторые стараются учесть все эти факторы.

Инновационная пилинговая система DERMIC+ от научной космецевтики ATACHE (Испания)



DERMIC+ — это пилинговая программа, работающая в эпидермальном и дермальном слоях кожи, с явным выраженным положительным результатом, не имеющая повреждающего действия.

Приглашаем на обучающие семинары.

ИП Агарок А. Э., эксклюзивный представитель профессиональных линеек: AINHOA (Испания); ATACHE (Испания); «ВЕЛИНИЯ» (Россия) и школы массажных технологий Натальи Масловой «Эст Мастер» (Москва).
Тел.: +375 (29) 194-82-83; +375 (29) 751-46-62. Est Master

УНП19008213

диц, бедер, плеч, грудных мышц, живота. Эти процедуры стимулируют мышцы, корректируют фигуру, улучшают кровоснабжение локальных зон, в том числе решая проблему целлюлита.

— **А насколько продолжителен эффект после таких процедур?**

— Требуется не одна процедура, а несколько. При повторении воздействия эффект накапливается. По моему опыту, после трех процедур результат успешно держится несколько месяцев. Потом его нужно подкреплять.

— **Насколько часто кинезиотейпирование используется именно в красивой индустрии?**

— В России и Беларуси эстетический кинезиотейпинг, применяемый для коррекции лица и тела, еще в самом начале пути. Уже можно говорить, что организации, которые занимаются, к примеру, пластической хирургией, подхватили эту методику, с интересом ее начинают применять. Но все только начинается.

Важный момент — кинезиотейпинг это «не вместо, а вместе». Чем он интересен тем, кто занимается той же пластической медициной — эта методика отлично вписывается в комплексное лечение, позволяет оказать комплексное воздействие.

Плюс она отлично совместима с процедурами, при которых делается массаж, «втираются» в кожу какие-то питательные вещества. Вообще, сама лента максимально приближена к коже — по структуре, толщине, рисунку.

— **А как обстоят дела в той же Японии, где кинезиотейпирование возникло, и в других странах мира, где рынок услуг красоты развивается дольше и успешнее?**

— В европейских странах направление эстетического кинезиотейпинга очень развито. К примеру, в Германии, Польше эту методику применяет огромное число салонов красоты, они начали это делать гораздо раньше нас.

В Японии, разумеется, это направление тоже очень развито. Как и в США, откуда — а не напрямую из Японии — кинезиотейпирование и пришло в Западную Европу, а позже и к нам.

— **Учитывая, по определению, неагрессивность воздействия лент — это не инъекции, не хирургия — какого образования, каких знаний требует эстетический кинезиотейпинг со стороны специалистов?**

— Конечно же, от специалиста требуются не только общие познания в анатомии, но и умение дифференцировать степень нагрузки, умение диагностировать состояние кожи и мышц. Он также должен уметь четко ставить задачи для процедуры и понимать, как правильно наложить ленты, чтобы их выполнить.

— **Насколько обучение кинезиотейпингу доступно в России и Беларуси? Если салон захочет ввести у себя такую процедуру, насколько легко можно будет найти специалиста, который обучит персонал?**

— На сегодняшний день все производители тейпов проводят обучающие семинары. Ведь чтобы продать такую продукцию, нужно вначале обучить специалистов, которые будут ее применять.

Впрочем, к сожалению, большая часть производителей по-прежнему направлена на изначальный сегмент применения тейпов и учит использовать их в работе с опорно-двигательным аппаратом, в противоболевых процедурах либо дает знания по общим процедурам. А в отношении эстетики, как я уже говорил, мы в самом начале пути.

— **То есть тренеров, педагогов пока найти достаточно сложно?**

— Да, особенно с учетом того, что преподаватель должен быть практикующим специалистом. Я, прежде чем начал преподавать, в течение 3 лет ежедневно принимал пациентов, за это время у меня их было более 1 200. И мы постоянно проводим анализ всех процедур, осуществляем клиническое наблюдение, ведь все индивидуально — многое зависит от возраста, физического состояния, наличия различных заболеваний, образа жизни и привычек, даже от характера — ведь те же мимические морщины появляются от проявления эмоций.

— **Насколько затратно для салона введение этой услуги?**

— Главные затраты связаны с обучением. Однако и они не очень велики — особенно притом, что преподаватели проводят открытые обучающие семинары, на которых могут присутствовать сотрудники нескольких салонов.

Что касается стоимости самих применяемых материалов, то это минимальные суммы. Средняя цена тейпа — тысяча российских рублей за пятиметровый рулон (примерно 32 белорусских рубля за 5 м. — Прим. ред.). На одну процедуру уходит 30–50 см. Стоимость самой процедуры на российском рынке — 1–1,5 тыс. российских рублей (32–48 белорусских рублей. — Прим. ред.). Легко посчитать, насколько велика маржа самого салона: отняв прочие расходы, включая зарплату, все равно получаются очень хорошие суммы. Много, разумеется, зависит и от того, насколько у вас наработана клиентская база.

Окупаемость колоссальная, и самое главное — выбрать ту компанию, которая предлагает качественные тейпы. На рынок, вполне предсказуемо, вышел Китай — и предлагает дешевые, но некачественные ленты. И уже пошли случаи осложнений.

— **А какие осложнения могут возникнуть?**

— Раздражение после наложения, если при изготовлении лент применяется некачественный клей. А в дешевых тейпах он именно такой.

Что касается работы самих специалистов, то могут возникнуть проблемы на коже, если тейп перетянуть или передержать. Может показаться, что накладывать ленты очень просто и достаточно посмотреть видео на Youtube. Но видео не показывает ни силу натяжения ленты, ни другие важные аспекты. 



Алла Дорош: «Обучение белорусских спа-специалистов этой весной выйдет на качественно новый уровень»

— Алла Владимировна, в конце прошлого года появилась информация о том, что в Минске откроется академия, которая входит в известную европейскую сеть Elegance Spa&Beauty. Расскажите, что предложит академия белорусской индустрии спа.

— История сети академий Elegance Spa&Beauty началась почти полвека назад — в 1969 году, со школы «Гонтард» в Ницце, которая готовила косметологов. Штаб-квартира организации и по сей день расположена в этом французском городе, география же сети достаточно давно вышла за пределы Франции — и в этом году академия открывается и в белорусской столице.

Особенность Elegance Spa&Beauty, которую оценили уже более восьми с половиной тысяч специалистов в сфере красоты во всей Европе, — уникальная система образования. Эксперты, основываясь на строгих стандартах и глубоком опыте работы в спа-индустрии, разработали единую методику подготовки тренеров, учебные пособия, методы и инструменты оценки подготовки учеников, организацию экзаменационной комиссии — поэтому в любой стране, где открывается академия, обучение будет проходить на столь же высоком уровне, что и на родине сети, во Франции.

Если кратко раскрыть суть метода обучения Elegance: преподаватели предоставляют студентам возможность отрабатывать полученные знания на практике в реальной среде, оказывая услуги клиентам действующего при академии спа-салона. Учебные пособия разработаны таким образом, что идет регулярное закрепление материала — специальное тестирование согласно евростандартам заставляет постоянно учеников работать над собой. Это гарантирует, что они достигнут действительно высокого уровня профессионализма по окончании обучения.

— **Известна ли уже точная дата открытия академии в Минске?**

— Первых студентов мы примем уже в первый день весны — 1 марта 2017 года. Будем готовить спа-технологов, спа-менеджеров, эстетистов, велнес-консультантов. При прохождении полного курса

«Первых студентов мы примем уже в первый день весны — 1 марта 2017 года».

и успешной сдаче экзамена выдается диплом Elegance, официально признанный государством Франции, зарегистрированный в национальном перечне профессиональной сертификации. Такой диплом дает возможность трудоустройства в спа-центрах всех стран Европы.

Сейчас ведется набор в первую группу — по программе «Спа-технолог». Курс в полной мере соответствует требованиям, предъявляемым к специалистам, строящим карьеру в сфере спа и велнес. Наши студенты будут обучаться физиологии и анатомии человеческого тела, уходам по лицу и телу, методикам моделирования тела, использованию косметики и эфирных масел, использованию оборудования в спа, клиентским отношениям.

Как я уже упоминала, при академии — и это обязательное требование головного офиса, основанное на их методике, — будет работать собственный спа-центр. Он одновременно обслуживает реальных клиентов и является базой для обучения. Такая возможность позволяет ученикам развиваться в реальных условиях бизнеса. Разумеется, во время работы в учебном спа-центре стажеры находятся под контролем менеджеров и методистов.

— **А на кого рассчитаны программы обучения?**

— Мы предоставляем возможность выбрать обучающие программы — от годовых базовых программ по профессиям до экспресс-обучения и модульного обучения по отдельным спа-методикам.

— **А почему обучение такое длительное? Обучение фундаментальное.**

Чтобы стать спа-специалистом, нужно погрузиться в эту атмосферу, понять и почувствовать клиента, научиться общению с ним. А достичь этого за 3–4 дня невозможно. Наши выпускники будут профессионалами, готовыми работать в любом 5-звездочном спа-отеле, спа-центре Европы. И мы надеемся, что они повысят уровень сервиса и в нашей стране.



— **А полученный документ дает право работать в Европе?**

— Да, этот документ признается во всех компаниях Европы, он легитимен.

— Спасибо, Алла Владимировна. «Индустрия красоты» желает вам успехов в этом новом глобальном проекте. А вашим будущим выпускникам — успешной карьеры.



ООО «АллСпаНа».
Минск, Логойский тракт,
д. 15, к. 2.
Тел. +375 (29) 785-14-37.

Нелегкий, но эффектный путь к сердцу клиента: сложные окрашивания

Юргис Думбляускас, обозреватель

Сегодня окрашивание волос входит в число наиболее востребованных парикмахерских услуг. Притом, что отнюдь не секрет для наших читателей, является достаточно дорогой для ее внедрения и поддержания. Закупка оборудования, формирование ассортимента красок, подготовка специалистов — все это требует немалых затрат. Если же вы как руководитель приняли решение дать возможность клиентам выбирать между различными марками — по статусности, цене, возможностям, то расходы будут еще большими.

Насколько востребованы сегодня технологии сложного окрашивания, умеют ли белорусские мастера их выполнять, какие важнейшие аспекты они часто выпускают из вида? Эти вопросы мы задали нашим экспертам.

Анатолий Лазарев: «Сложные окрашивания — не самая рентабельная услуга в краткосрочной перспективе, но великолепный способ завоевать лояльность клиентов»

— **Анатолий, какие технологии сложного окрашивания существуют на сегодняшний день?**

— Самые сложные актуальные техники окрашивания, на мой взгляд, — «обратное омбре» и «омбре» с использованием ярких оттенков.

«Обратное омбре» делается на осветленных волосах — это плавное перетекание от светлых корней волос клиента либо, возможно, немножко затемненных до темных концов. Это одна из самых сложных процедур на данный момент, и очень редко за нее кто-то берется.

«Омбре» с использованием ярких оттенков предполагает использование очень яркого цвета — зеленых, синих, розовых оттенков. Однако сейчас появился новый тренд — использовать и более приглушенные, пастельные тона. Этот вид «омбре» очень сложен для выполнения по той причине, что

нужно добиться идеально плавного, гармоничного перетекания цвета волос от натурального до «неона».

Хочу добавить, что чисто и красиво сложно сделать любое окрашивание. Не любой специалист в нашей сфере способен на это. Например, кажущаяся простой работа с отросшими корнями на блондинках: вначале проводится процедура блондирования — осветления корней, а затем тонирования. Очень многие не справляются. Проявляются полосы, цветовые пятна, неравномерный цвет на концах, бывает, что на концах оттенок более холодный, а на корнях — более теплый. И друг с другом они не сочетаются.

Качественно сделать мелирование тоже очень сложно. Очень часто возникает проблема затеков либо неправильного ритма. Мы сталкиваемся на практике с ситуацией, когда эту про-

цедуру до нас делали несколько разных мастеров и у каждого был свой ритм мелирования. Нужно исправлять — брать разный оксидант. Это кропотливый труд, увеличивается время работы и, конечно же, с точки зрения рентабельности это менее выгодно. Но если вы действительно хотите быть профессионалом, успешным салоном, то вы не можете не браться за такие случаи.

Переделывать какие-то некачественно сделанные работы, исправлять их — такие ситуации переводят любое из окрашиваний в категорию сложных. И снижают рентабельность. Но есть большой плюс — вы завоевываете сердце клиента. Это самое главное.

— **А что касается сложных окрашиваний по определению — насколько рентабельны для салона они?**

— С точки зрения заработка в краткосрочной перспективе это менее рен-

табельно. Вы закладываете в себя стоимость часа определенную сумму. Даже если в прейскурант — а мы по закону должны работать по прейскуранту — заложить и сложные окрашивания, вы все равно не сможете предусмотреть все индивидуальные случаи. К примеру, будет стоять цена на длину волос от 60 см, а придет клиентка с волосами длиной полтора метра. Да, технически есть возможность вписать в прейскурант и такие варианты, но это частные случаи, а усложнять, раздувать прейскурант тоже неправильно.

При классическом ценообразовании на процедуры закладывается определенное время. На сложное окрашивание это время увеличивается. Но, повторюсь, притом что такие услуги менее рентабельны, они выгодны с точки зрения завоевания постоянного клиента. Ведь за сложные процедуры мало кто берется.

— **Насколько популярны сложные окрашивания в Беларуси? Стоит ли вообще задумываться об их включении в прейскурант, либо это настолько частные случаи, что игра не стоит свеч?**

— Безусловно, есть тренд роста интереса к таким процедурам, как «омбре», включая «омбре» с использованием ярких оттенков. Далеко не каждый клиент, конечно, приходит с таким пожеланием, но в последние годы люди еще больше стремятся к оригинальности. Понятно, что чаще всего это молодежь.

Люди часто видят новые идеи стиля на звездах во время интернет-серфинга, читая модные журналы, глядя телевизор, и приходят в салоны с просьбой сделать им так же.

Однако бывает, что колорист совершает ошибку: делает окрашивание, которое у него попросили, не учтя того, что конкретный цвет может индивидуально не подходить человеку.

С другой стороны, жизнь коротка и хочется пробовать разные стили. Тут лучше даже ошибиться, чем вообще не пробовать.

Что касается людей, которые работают на сцене, надо учитывать, что

не всегда их стиль будет вблизи гармоничен на 100 %. Он должен «читаться» на расстоянии от сцены до зрительного зала, ярко выглядеть в кадре.

— **Вы сказали, что в Беларуси мало кто занимается сложными окрашиваниями. Насколько понимаю, салоны эту услугу особо не продвигают?**

— Эту услугу продвигает интернет.

Если 15–20 лет назад люди смотрели фотоальбомы, фотоплакаты на стенах парикмахерских, то сейчас это делается по-другому — клиенты показывают мастеру уже заранее выбранное фото на своем телефоне: хочу такую же прическу, такое же окрашивание. А уже задача мастера — дать профессиональную консультацию, определить, подойдет ли выбранный стиль человеку, действительно ли на его волосах можно достичь желаемого эффекта.

— **Насколько в Беларуси специалисту просто научиться сложным окрашиваниям?**

— Для начала стоит научиться простым окрашиваниям, а к сложным приходиться уже с хорошим, наработанным опытом.

К сожалению, колористике зачастую в учебных программах уделяется недостаточно внимания. Как показывает практика, из проходящих ко мне на работу специалистов, практически у всех были проблемы в фундаментальных знаниях по этой науке. И потребовалось вкладывать в них дополнительные средства, время и усилия, чтобы устранить эти проблемы.

Да, помимо теории, нужно уметь чувствовать свою работу, обладать профессиональной интуицией, накапливать опыт — даже совершая ошибки, от которых никто из нас не избавлен.

Но без хорошего фундамента знаний, без хорошей заложенной системы анализа мастер все время будет красить методом проб и ошибок. Получилось — повторил, не получилось — попробовал иначе. Но вот понять, почему получилось или почему не получилось, не выходит. Это неправильная система обучения.



Анатолий Лазарев, креативный директор салона LSTUDIO и «Школы стиля Лазарева», Минск

Немного истории

В самом начале эпохи, которую принято называть «нашей эрой», впервые стало модным краситься в блонд. Император Тиберий в то время расширил границы Римской империи, тогдашнего центра мира, до германских земель, и римлянки оказались впечатлены светлыми волосами германских женщин. Знатные и не очень римские девушки начали маскировать пигмент в волосах способами напугать современниц смесями на основе извести, киновари, талька, золы буковой древесины и закреплять полученный эффект сидением под палящим солнцем в течение многих часов.

Окрашивание в рыжий — еще один модный сегодня цвет — впервые историками зафиксировано в период правления королевы Елизаветы I, «золотой век Англии». Пока Шекспир писал прославленные в веках пьесы, зрительницы его первых спектаклей красили свои «блеклые» волосы в ярко-рыжий колер, от природы данный их любимой властительнице.

Впрочем, самым популярным за всю историю человечества способом поменять свой цвет волос осталось именно их осветление. И 1867 год, с находкой знаменитого в те времена парижского парикмахера Гуго — способностью перекиси водорода эффективно осветлять волосы, стал годом революции в окрашивании. Эта дата обозначила начало истории синтетических красителей. Именно с нее начался процесс поиска все более действенных и притом безопасных красок для волос и методик работы с ними.

Алексей Добрусов: «Белорусским мастерам остро не хватает знаний по сложным окрашиваниям»

— **Алексей, какие актуальные процедуры сегодня можно отнести к сложным окрашиваниям?**

— Сложные окрашивания можно разделить на две категории. Первая — это окрашивание более чем в один цвет. Во-вторых, сложным окрашиванием можно назвать случаи, когда нужно радикально изменить цвет волос, даже при одноцветном окрашивании, или удалить пигменты предыдущих окрашиваний.

Если говорить про окрашивание более чем в один цвет, модные 3D-окрашивания и тому подобное, то способных сделать их специалистов в Минске, в принципе, можно найти. Это в ряде случаев могут сделать мастера даже обычных парикмахерских. Категория — «парикмахерская», «салон» — это не показатель уровня специалистов.

— **А что касается второй категории, которую вы выделили?**

— Со второй категорией окрашиваний, которые я отношу к сложным, есть проблема: специалистов, способных решать такие задачи, в Беларуси очень мало. Хотя бы потому, что их практически нигде не готовят. Чтобы удалить старый косметический пигмент и при этом не испортить волосы, не сделать их «соломой», на которой потом любой цвет будет лежать некрасиво, нужны особые знания — а с ними у нас в стране большая беда. Даже мастерам, которые интересуются

этим вопросом, практически нигде научиться.

Салоны берутся за подобные работы, но часто специалисты используют устаревшую технологию смывки порошком, которая сильно ухудшает состояние волоса, более того — может убирать не весь пигмент. Мало кто из мастеров знает, что существуют более продвинутые составы нового поколения.

Что касается креативных окрашиваний в яркие цвета: основная аудитория клиентов здесь, безусловно, молодежная. При этом, опять-таки, мало кто из специалистов знает, что на рынке появились красители прямого действия, работающие за счет физических, а не химических процессов. И мало кто ими пользуется. Специфика таких красителей в том, что они не повреждают волосы.

Сложное окрашивание состоит из двух этапов. Первый — подобрать для клиента хороший цвет и схему окрашивания, второй — добиться задуманного результата. Подбор у нас более-менее умеют делать, но в итоге часто получается не совсем то, что было задумано. Мастера средней руки корректируют результат, а прочие просто пытаются убедить клиента, что ему это очень идет.

А для того чтобы получить тот цвет, который изначально задуман, нуж-



Алексей Добрусов, бизнес-консультант, автор и преподаватель семинаров по колористике, владелец и директор «Заботливой парикмахерской», Минск

ны четкие знания о том, как работает конкретный краситель. Их у нас, к сожалению, не дает и подавляющее большинство поставщиков. Самих их технологов нужно еще учить и учить. Они могут подобрать красивый цвет, сделать хороший стайлинг, но вот в том, что касается знания химии, — все очень плохо.

Дела так обстоят не только в Беларуси — в России точно такая же ситуация. Это, наверное, проблема всей постсоветской школы. Учат больше творческой составляющей, а не тому, как реально добиться задуманного изначально результата. А ведь это — физико-химические процессы. Интересуются ими, из моей практики (а я занимаюсь обучением колористике), от силы 10 % мастеров. При этом общаюсь со многими руководителями салонов, и они жалуются, что многие сотрудники не хотят ходить даже на бесплатные семинары.

Интимная косметика «МАЛАВИТ»

Гель-мыло «Малавит»

Нежно ухаживает за интимными зонами вашего тела, дезодорирует, поддерживает естественную микрофлору слизистых интимных зон, устраняет зуд и раздражение.

Гель-лубрикант «Малавит»

Предотвращает раздражение половых органов, имитирует естественную смазку секреторных желез, повышает чувствительность, делает интимную близость более естественной и страстной.

Интимная косметика «Малавит» поможет внести гармонию и комфорт в вашу жизнь и разнообразить сексуальные ощущения.

Зеленая аптека

Телефоны единой справочной:
(017) 245-55-32, (017) 297-50-05; www.fito.by.



Альберт Саркисян: «Белорусские мастера научились мгновенно подхватывать новые тенденции в окрашиваниях»

— **Альберт, какие техники сложного окрашивания уже популярны за рубежом, но, возможно, пока не освоены белорусскими мастерами? О каких из них, может быть, не очень осведомлены клиенты?**

— На самом деле, все освоено. В последние два года многие компании, которые занимаются дистрибуцией различных брендов, максимально доносят до мастеров опыт, техники их коллег из-за рубежа. Например, если компания итальянская, то речь будет идти о тенденциях в Италии, американская — о трендах в США: Голливуд и красные ковровые дорожки очень сильно влияют на индустрию красоты в целом и на тренды в парикмахерском деле в том числе.

Беларусь последние два года в этом отношении идет нога в ногу со всем миром. Какого-то ощутимого отставания уже точно нет. Например, раньше было модно окрашивание «омбре». Некоторое время назад, в развитие этой техники, появилось уже «сомбре». Если «омбре» — это яркий цвет до середины волос и потом сразу светлые концы, пусть и с размытием границы между ними, то «сомбре» — это еще и игра с бликами (sombre = sun + ombre). И сразу белорусские мастера начали его делать — буквально с перерывом в месяц.

Я уверен, что как минимум процентов 30 мастеров в курсе всех новинок и тенденций. Это, разумеется, салоны достаточно высокого уровня — их у нас, примерно, как раз 30 %. Очень хорошо семинары и мастер-классы посещает Минск.

— **30 % — это, действительно, не так уж и мало. А что касается клиентов? Ведь, если я верно понимаю, в прейскурантах салонов указываются уже хорошо освоенные варианты окрашиваний, вряд ли они будут настолько оперативно реагировать? Сам клиент приходит и говорит: «Хочу себе такое, как у этой звезды». Верно?**

— На самом деле, у салонов в прейскурантах обозначены не только в общем окрашивания на короткие, средние и длинные волосы. Есть конкретные пункты: брондирование, «солнечные блики». Конкретно в эти два пункта можно включить любую актуальную тенденцию. Я имею в виду в том числе и ценообразование. В «солнечные блики», к примеру, войдут любые окраски с переходом цвета. А более сложное окрашивание — в «бронд». Это более дорогостоящая процедура.

Бывает, клиент приходит к мастеру и «жонглирует» самыми разными на-

званиями. У одного и того же окрашивания их может быть с десяток. Это еще и потому, что CHI, Wella, L'Oréal, другие бренды используют различные оригинальные, авторские наименования идентичных, по сути, окрашиваний.

— **А насколько в целом востребованы сложные окрашивания у белорусских клиентов? Можно ли выделить конкретную аудиторию людей, которые обращаются за такой услугой?**

— В последнее время все меньше и меньше клиентов хотят что-то сложное. Вообще, в классическом понимании сложное окрашивание подразумевает использование трех и более цветов — когда вся голова в фольге, когда мастеру требуется на это четыре с половиной часа времени.

Сейчас же появились продукты, которые позволяют добиться тех же 3D-эффектов на волосах, но гораздо более простым путем. Да, остался термин «сложное окрашивание», но уже клиент в кресле мастера более двух часов обычно не проводит.

Когда клиент приходит даже на сложное окрашивание, он все равно не хочет провести половину дня в салоне. Четыре часа — это уже мегасложное

окрашивание, на которое клиент вряд ли придет во второй раз.

Раньше было популярно колорирование — один цвет, второй, третий, четвертый. Сейчас, может, в каких-то салонах это еще практикуют, но я таких не знаю.

То есть сегодня все тенденции подстраиваются под то, чтобы сделать работу быстрее, добиваясь либо такого же эффекта, либо еще лучшего. Составы препаратов и технологии пошли по этому пути. То, что, к примеру, раньше делалось за два шага, теперь делается за один.

Это главный тренд — клиент должен проводить меньше времени в салоне, чтобы салон мог обслужить большее количество людей, потратить меньше продуктов, и, да, сэкономить время самого клиента, это очень важно. Именно благодаря стремлению ускорить процедуры появляются сегодня новые технологии.

Еще один тренд, актуальный в последние года четыре, — цвет корней волос максимально пытаются приблизить к натуральному. Все остальное уже может быть каким угодно: блики, переходы, многомерные эффекты. Важно, чтобы был долговременный эффект: чтобы пока корни отрастают, клиент мог походить хотя бы два месяца. Это пришло из США — и связано не столько с экономией денег, сколько с экономией времени.

— **Насколько сокращение времени на процедуры уже повлияло на интерес клиентов к сложным окрашиваниям?**

— Повлияло. Некоторые клиенты, когда присматривались к сложным окрашиваниям и понимали, что проведут много времени в салоне, воспринимали это еще и как угрозу испортить свои волосы: «Если я просижу столько времени с краской на голове, то наверняка испорчу волосы». А если полтора часа — то уже такого страха нет.

— **Какова рентабельность таких услуг исходя из всего вышесказанного? Насколько выгодно сегодня заниматься сложными окрашиваниями?**



Альберт Саркисян, арт-директор Farouk Systems Belarus, технолог бренда CHI

— Если говорить о действительно сложном окрашивании, исправлении цвета и подобном, то когда клиент с таким заказом в первый раз приходит в салон — а мое мнение, что клиенты ходят между салонами, пытаются что-то исправить, — то салон получит от него меньше прибыли, чем от других клиентов. Но когда исправили, во второй визит, тем более в третий раз, будет уже проще, он станет куда более прибыльным. Вы просто поддерживаете уже достигнутый результат. Все становится хорошо, все исправлено, клиент доволен, он превращается в постоянного.

Особая категория, конечно, клиенты, которые каждый раз хотят что-то новое, но таких — единицы, и это уже совсем другая история.

На фото — работы Альберта Саркисяна



Ольга Радецкая: «В Беларуси большинство мастеров работает интуитивно, без необходимых знаний в колористике»

— Ольга, расскажите, пожалуйста, что, помимо знания самих технологий окрашивания, простых и сложных, важно в работе мастеров?

— Мой авторский курс колористики для парикмахеров предполагает, что слушатели уже владеют техниками окрашиваний. Обучение связано не с химией красок, а с пониманием гармонии и диссонанса в имидж-колорите клиента. Моя задача, чтобы специалист, который уже умеет технически правильно красить, до начала процедуры мог быстро и точно определить, что нужно клиенту, что его украсит и омолодит, освежит, какие есть особенности внешности и как их можно корректировать. Я предлагаю стилистам сначала увидеть художественную гармонию внешности, а только потом приступать к техническому выполнению работы.

Поэтому мне неважно, сложное это будет окрашивание или нет — мне важен результат. К примеру, если одному клиенту с высокой контрастностью и яркостью колорита не подходит модное «сомбре», а стилист его выполнил, то клиент напрасно потратил свои деньги и время. В итоге технически все выполнено безукоризненно, а клиент стал выглядеть старше, блеклым — салон получает недовольство и разочарование, а это уже плохо оказанная услуга.

Парикмахер может быть высококлассным специалистом. Но если он неверно определил колорит внешности клиента и степень контрастности, не заметил цветового диссонанса в образе — а проблема в том, что в Беларуси большинство мастеров работает интуитивно, без необходимых знаний в колористике, — то нет разницы, сложное



Ольга Радецкая, стилист, художник-колорист, дизайнер-модельер, автор курса имидж-колористики для профессиональных стилистов

это было окрашивание либо самая простая процедура. Даже обычное мелирование в конкретном случае может преобразить человека лучше, чем какие-то изыски.

Все это предельно актуально при работе с такими ценными для салона клиентами, как состоятельные люди зрелого возраста. Они хотят выглядеть молодо и свежо. И крайне важно правильно решить эту задачу. Если ты один раз ошибся — такой клиент от тебя уйдет.

Денис Сысун: «Я считаю, что неправильно отделять „сложные“ окрашивания от „несложных“»

— Денис, какие из востребованных на сегодняшний день окрашиваний можно отнести к категории сложных?

— Лично для меня понятия «сложное окрашивание» не существует. Есть просто окрашивание, и оно может производиться в несколько этапов. Главное знать технологию. Иногда приходится сделать много манипуляций, чтобы хорошо покрасить в один тон. Почему тогда такие ситуации не относить к сложному окрашиванию?

Я бы провел разделение таким простым образом: классические окрашивания и окрашивания, которые сегодня в тренде.

— Какие на данный момент можно отнести к последней группе?



Денис Сысун, парикмахер-модельер салона «Мастера ножниц», Минск

— Очень много клиентов приходят сейчас — и лично ко мне — за растяжкой цвета, из максимально темного в максимально светлый. Во всевозможных вариантах.

— Насколько белорусские мастера технически подкованы? Какой процент из всех можно действительно назвать профессионалами?

— Раньше ситуация была хуже. Сейчас, с каждым годом, уровень белорусских мастеров растет. С каждым годом они становятся все техничнее.

Большую роль в этом играет интернет. Если мастер хочет развиваться и качественно делать свою работу, он се-

годня легко может найти нужную для этого информацию даже бесплатно.

Любопытный момент: сейчас очень много мастеров, из самых разных стран мира, которые хотят себя показать, выкладывают огромное количество роликов на Youtube, публикуют свои работы в Instagram, выдают какие-то свои секреты — и за счет того, что они хотят о себе рассказать, добиться известности, другие мастера получают возможность тоже расти. Я сам, если честно, постоянно отслеживаю такие публикации, прибегаю к этой великолепной возможности получать новые знания.

Не так давно с мастер-классом Минск посетили чемпион мира Рустам Мирасов и тренер-эксперт Наталья Пономарева. Разумеется, «Индустрия красоты» не могла не воспользоваться возможностью пообщаться с профессионалами такого уровня об актуальных трендах в парикмахерском искусстве.

Рустам Мирасов: «В окрашиваниях наши люди очень зависят от мнения окружающих: „Домой не пустят, на работе не поймут“»

— Рустам, расскажите об особенностях коллекции, которую вы привезли в Минск.

— Это очень носибельная коллекция. Особенность ее в том, что она разрушает наши стереотипы о классической стрижке и о самой геометрии. Это тенденция последних двух лет. Комбинируются линии, формы, будь-то круг, квадрат либо треугольник. В укладке комбинируются также текстуры: глянцевая поверхность, легкие небрежные начесы, кудрявая текстура. И все это может очень хорошо сочетаться, гармонировать. Точно так же мы можем на глянец накладывать гофрированные текстуры, локоны разных диаметров. И, естественно, в коллекции очень интересная колористика. В ней мы тоже разрушаем стереотипы, есть некоторая «деструктивность» — мы привыкли к плавному перетеканию из одного тона в другой, мягкому и гармоничному, а здесь мы отходим от этой привычки. Среди темного здесь можно увидеть синий «всплеск», среди пепельного — солнечный рыжий, цвет только-только распустившейся ливы, иногда даже оливковый, слегка болотный оттенок.

— Это пришло в салонные окрашивания из подиумных?

— Да, мы черпали вдохновение, конечно же, с подиумов. В чем еще здесь происходит ломка стереотипов — в том, что «подиум» стал доступен не только высшим социальным классам, но и среднему сегменту. И наша прямая задача как стилистов донести это до клиента. Сейчас все унифицировалось, перемешалось — высокая мода, уличная. И я считаю, что это очень круто.

— В целом, какие тренды сейчас приходят в массовую стрижку, окрашивания?



Рустам Мирасов, многократный чемпион мира, Европы и России по парикмахерскому искусству, арт-директор салона красоты «Мирасов», Москва

— На ближайший год тенденции такие — стрижки короткие и длиной по плечи. Парикмахерская индустрия, как ни крути, ориентируется на Голливуд. В новом кино уже встретишь мало женщин с очень длинными волосами. Главное — волосы должны быть сильными и здоровыми, будь они окрашены или нет.



На мастер-классе Рустама Мирасова и Натальи Пономаревой.
Наталья Пономарева, тренер-эксперт, член жюри Союза парикмахеров и косметологов России

Сами стрижки — индивидуальны. Это вопрос профессионализма парикмахера.

Что касается цвета, сейчас время все больше уводит нас к холодным оттенкам. Но при этом вполне вероятны вкрапления теплых оттенков. Порой неожиданные. К примеру, посреди пепельного — желтоватые или оранжевые пряди. Вопрос еще в пропорциях, фантазии и чувстве вкуса мастера, чтобы сделать это тонко и корректно.

Мы еще очень зависим от социума: что скажет мама, муж, сестра, знакомые? «Домой не пустят, на работе не поймут»? И надо всегда клиента держать «на поводке», провоцировать его воображение — это непросто, но очень интересно. Ментальность подпитывает то, что несколько поколений вынужденно были консервативны. Слава богу, последнее поколение уже открыто к экспериментам. В Минске очень красивые девушки. Но заходишь в ресторан: там все девушки длинноволосые златовласки.

— **А что касается мужских стрижек и окрашиваний?**

— На ближайшее будущее тренды здесь тоже очень интересны. На протяжении 2–3 лет господствовала метросексуальная мода — ухоженные, лощеные образы. Была

хипстерская тема — борода, коротко стриженные виски и тоже — нарочитая ухоженность. Сейчас тенденция меняется. К нам приходит то, что было модно в Европе 2 года назад. Мы говорим о массовой моде, разумеется.

Очень короткая стрижка височно-боковых зон сменилась слегка удлиненной — как будто у тебя нет времени подстричься. Искусственная «неухоженность» — при хороших костюме, обуви и часах. И наоборот — при очень аккуратной прическе может быть «бомж-стайл». Правда, надо иметь смелость.

Борода «лопатой», которая была модной буквально еще вчера, уже уходит. Если брать Америку и крупные европейские страны, при трудоустройстве, если придут парень с хорошей стрижкой, но бородатый, и бритый парень тоже с хорошей стрижкой, то возьмут на работу, скорее всего, человека, который сбрасывает щетину.

Я хочу сказать, что нас, мужчин, какое-то время обижали тем, что нам не доставалось многих интересных решений, в отличие от женской парикмахерской и прочей моды. Сейчас же чего только не увидишь на подиумах. Но подиум — это одна история, жизнь — другая.

Итак, стрижки немного изменились, как я уже сказал, форма удлинилась. Сейчас возвращается «эпоха 50–60-х годов». Это ранняя «бондиана» и, естественно, кумир миллионов Элвис Пресли. На подиумах сейчас стало очень много переосмысленных образов из той эпохи. Мода развивается по спирали.

Сейчас входят в моду у мужчин и более длинные волосы. Я сам рашу уже два года, но начинал вопреки общей моде. Помню, когда вернулся из Америки с хипстерской прической, все смотрели — смешной, а сейчас все такие смешные ходят.

Что касается окрашиваний, все больше и больше мужчин хотят подкolorировать волосы. Длинные волосы, к примеру, дополняют эффектом выгоревших на солнце. А это уже профессиональное окрашивание — дома клиент качественно такое не сделает. Этот сегмент салонам сейчас вполне можно начинать осваивать.

Экстрамоден для молодежи в этом году «графит» — оттенок цвета графитового карандаша. По текстурам — тоже модны комбинации. Возвращается история с большим количеством глянца на волосах. Но пока не массово — это для любителей коротких стрижек. Глины, воски с матовым эффектом — это для большей части мужчин.

Наталья Пономарева: «Существуют окрашивания, которые позволяют вытащить из дома тех, кто обычно не ходит в салоны»

— **Наталья, какие новые техники вы представляете в Минске?**

— Для мастер-класса в Минске я выбрала самую коммерческую технику окрашивания. Чем она интересна: в первую очередь тем, что клиенту не нужно будет очень часто посещать салон для окрашивания. Держаться на волосах краска будет в районе полугода. Единственное, что может привести в салон — необходимость подкрасить корни, полечить волосы.

Суть техники «черепахового окрашивания»: выбрав один цвет в первый свой визит, девушка в следующий может выбрать другой. Потом еще один... Это будет только тонирование волос. Каждый новый цвет, ложась на преды-

— **Вы говорили про то, что хипстерская мода уходит. На той волне открывалась масса барбершопов в России, Беларуси. Насколько легко им будет перестроиться под новые тренды?**

— В России пик барбершопов — в Москве их уже тридцать, в регионах, в городах-миллионниках, еще по 2–3. Мужчины хотят иметь свою обособленную территорию.

Что касается вашего вопроса — здесь им предстоит серьезная работа. Как правило, в барбершопах работают молодые мастера. Я думаю, перестроиться им будет сложно. Но придется. Барбершопы, кстати, в Европе были всегда, это не только тема бород, которая была модна предыдущие годы. Они — новинка только у нас.

Отмечу: культуры бритья, как таковой, сейчас нет. Времена нынче не те, чтобы побриться за 30 долларов. Бритье в барбершопах — привилегия обеспеченных людей.

При этом, мое личное мнение, — ходить с бородой уже будут единицы. Уйдет мода на ламберсексуалов — надолго уйдет и мода на бороды. До них были усы. Сейчас мужественность предполагает мужественную щетину. Но не обязательно, главное — мужчина должен быть мужественным, притом ухоженным, хорошо пахнущим.

душий, будет давать какую-то свою историю. В салоне эта услуга будет из числа дорогостоящих, в сравнении с обычными окрашиваниями. Но это модно, технично и долгоиграюще. Наша задача — вытащить клиентов с домашнего окрашивания в салон.

Самой техники до недавнего времени не существовало, да — использовался вариант коричневых и бежевых переливов, бликов на волосах... Три месяца я подбирала оттенки и техники нанесения. Но самое важное — у каждой девушки здесь будут собственные переливы и акценты. Растяжка цвета идет и в горизонтальной, и в вертикальной плоскостях. В эти волосы будет хотеться вглядываться, окунаться, всматриваться в эти неуловимые переливы.

Сложные и простые: неочевидное разделение окрашиваний

Несложно заметить, что едва ли не каждый из экспертов подчеркнул, что помимо отнесения в категорию сложных таких окрашиваний, как «омбре», «сомбре» и т. п., сюда же порой можно отнести мелирование, восстановление и исправление цвета. Особенно тяжело дается исправление чужих ошибок. В таких случаях пришедший на самую простую процедуру клиент потребует максимального внимания, профессионализма и времени мастера.

Насколько рентабельно заниматься сложными окрашиваниями? В первый приход клиента, отмечают эксперты, о рентабельности вряд ли приходится говорить. Однако с учетом того, что за действительно сложные варианты окрашиваний в Беларуси берутся немногие специалисты, однажды выбрав руку такого мастера, человек будет приходить в ваш салон снова и снова, с каждым визитом принося все большую прибыль. 

Рейтинг салонов: ответы на волнующие всех вопросы

Юргис Думбляускас, обозреватель

Ровно за месяц до Нового года группы специалистов, заполняющих чек-листы для рейтинга объектов, оказывающих парикмахерские услуги в Минске, прошли по первым салонам и парикмахерским столицы. В начале года — еще по двум десяткам. Высшую оценку по итогам этих двух «маршбросков» — «пятерку» — получили всего шесть компаний из 43. Впрочем, и «двоек» оказалось всего три. Если проводить аналогию со школьными оценками (по некогда существовавшей пятибалльной шкале), то больше всего среди проверенных оказалось «хорошистов».

Что делать тем, кого не устраивает «отметка»? Можно ли ее исправить? Эти и другие вопросы мы задали авторам рейтинга и директорам ассоциаций, озабоченных последствиями нововведения для салонного бизнеса.



**Нина Емельянова, начальник
Управления торговли и услуг
Мингорисполкома:**

— Первая задача, которую ставит перед собой рейтинг, — изучить ситуацию в сфере парикмахерских услуг. Список вопросов, которые задаются представителям объектов, оказывающих такие услуги, затрагивает соблюдение законодательства в области санитарно-эпидемиологического благополучия и правил бытового обслуживания населения, профессиональной подготовки персонала.

Вторая задача — дать оценку уровня оказываемых парикмахерских услуг и на основании этого разработать комплекс мер — положений и реко-

мендаций — по улучшению их качества.

Практически на любом объекте во время проверок обнаруживаются те или иные нарушения: по последним результатам — в 97 % случаев. Рейтинг призван не просто дать нам информацию, но и в результате сократить количество жалоб от населения и процент нарушений, которые находят контрольные органы, и мотивировать объекты к повышению качества их работы.

Общее число вопросов в двух соответствующих чек-листах — порядка 60. Каждый вопрос соответствует тому или иному количеству баллов. Чек-лист по профподготовке предполагает большую максимальную сумму баллов, чем чек-лист по соответствию санитарным правилам.

В частности, баллы начисляются за квалификацию персонала в соответствии с Единым тарифно-квалифика-

ционным справочником работ и профессий рабочих и за ее повышение на курсах и семинарах (учитывая и периодичность обучения — не реже одного раза в год, не реже двух и т. д.). Учитывается также участие мастеров в чемпионатах, фестивалях и конкурсах, что, безусловно, способствует их профессиональному развитию, повышает подготовку.



**Юрий Натычко, начальник
ГУ «Управление бытового
и гостиничного обслуживания
населения Мингорисполкома»:**

— Проект является средством повышения имиджа объектов, которые примут участие в рейтинге. Он не ставит своей

целью наказание кого-либо за какие-то недостатки, недочеты, упущения. Наоборот — проект даст возможность предприятиям выявить и в рабочем порядке исправить проблемы, которые отражаются на качестве обслуживания.

Бояться бизнесу нечего — это не проверка. Проводится рейтинговое совершенно бесплатно. Чтобы исключить субъективный фактор при обследовании того или иного объекта, проводят его группы, в которые входят представители различных организаций, включая наше управление.

Полученный документ можно повесить в «красный уголок», показать клиентам: мы являемся одними из лучших. Если будут найдены какие-то нарушения, парикмахерская может их исправить, дать повторную заявку — и получить новый, более высокий результат.



**Светлана Селицкая, специалист
Белорусского государственного
института метрологии (БелГИМ):**

— Рейтинговое нельзя считать альтернативой сертификации. Это разные, прекрасно дополняющие друг друга возможности для салона подтвердить свой статус.

Сертификат на уровне закона показывает, что салон соответствует категории, по которой его выбирают потребители, будь-то парикмахерская, салон, салон класса люкс.

Рейтинг же логично сравнивать с конкурсами. Победитель того или иного конкурса получает титул, который, однако, не заменяет диплома о полученном профессиональном образовании. Золотые, серебряные, деревянные ножницы — символ, которым награждают получивших место в рейтинге, — не дублируют наших процедур.

Поэтому в очередной раз призыву компании, оказывающие услуги в парикмахерской сфере, не считать, что если сертификация сегодня является до-

бровольной, то стоит сэкономить на ее прохождении. Да, это ваш выбор как руководителя. Но для потребителей, как и раньше, важно, чтобы ваше предприятие соответствовало заявляемому в рекламе и т. д. статусу. Так, если это салон категории люкс, то он должен соответствовать определенным, четко прописанным правилам. И сертификат, как максимально авторитетный документ, это подтвердит в полной мере.



**Виктория Василевич, директор
ассоциации «Содружество
организаций индустрии красоты»:**

— Рейтинг претендует на взвешенное отражение качества услуг, оказываемых в салонах. Идея, по словам координаторов проекта, состоит в том, чтобы салоны самостоятельно подтянули какие-то свои упущения относительно требований законодательства, регламентирующего порядок и безопасность оказания услуг, до прибытия к ним комиссии.

Комиссия же только отметит для рейтинга положение дел, не мешая процессу оказания услуг, и выставит баллы. И, таким образом, по мнению Мингорисполкома, повысится качество оказываемых услуг.

Однако я сомневаюсь, что именно так в конце концов получится. Уже сейчас управляющие салонов после визита комиссии вынуждены оставлять свои предприятия и тратить время на доставку по месту работы членов комиссии каких-то не обнаруженных в ходе рейда документов салонов и т. д.

Зачем? Как это повышает качество оказываемых услуг? Я не вижу никакого в этом смысла. Санстанция в составе комиссии внепланово (!) замечает недочеты, за штрафами за которые может очень скоро нагрянуть. Что ее удержит от такого шага? Добавляет ли этот момент уверенности и спокойствия в работу коллектива салона? Нет. Волнение, зачастую, может, и неоправданное, только негативно повлияет на качество оказываемых услуг.

Ну и, наконец, о сути рейтинга. Идея — расставить салоны сверху вниз в рейтинге по качеству оказываемых потребителям услуг, где вверху будут лучшие. А по факту? По факту оценивается работа администрации по обеспечению требований формального законодательства: стандарта, санитарных требований и требований безопасности.

Профессионализм мастеров — основная составляющая качества услуги — не оценивается, мнение потребителей — самых главных ценителей качества, голосующих своими деньгами, — не учитывается никак.

Так что, по моему мнению, рейтинговое в том виде, в каком есть сегодня, — это очередной мониторинг, последствия которого в дальнейшем могут быть любыми.

Сегодня участие в рейтинге абсолютно добровольное. Если салон не хочет быть в рейтинге, то может без всяких последствий отказаться в нем участвовать, комиссию, уже пришедшую в салон, не допустить далее общедоступных мест, на вопросы отказаться отвечать. Гарантии отсутствия последствий отказа от участия получены мной в Управлении бытового и гостиничного обслуживания населения Мингорисполкома. Если кто-то захочет получить информацию, сообщайте электронный адрес — вышлем ее всем.

Вообще же, идея рейтинга салонов по качеству услуг сама по себе отличная. Это прекрасный инструмент рекламы, одновременно являющийся катализатором повышения качества и безопасности оказываемых услуг.

Только будущий рейтинг должен быть сегментирован: салоны класса люкс, салоны, парикмахерские, кабинеты заслуживают собственные «табелы о рангах», ведь ассортимент дополнительных услуг, предоставляемых клиентам, ценовой уровень должны быть непременно учтены среди равных. Иначе изначально достойнейшая парикмахерская не сможет объективно занять высшую строчку рейтинга, что несправедливо и в корне неверно.

Но главным параметром рейтинга я вижу именно качество самой услуги, и, как результат, уровень удовлетворения по-

требителя результатом труда мастера. А, значит, мнение потребителей непременно должно учитываться и влиять на конечный результат оценки.

Особенно хочу отметить несколько важных обстоятельств, прямо и негативно влияющих на качество услуг: салоны находятся в состоянии постоянной спорадической проверки — сегодня одна инстанция «мониторит», завтра другая, через день третья, и так беспрерывно со штрафами, санкциями, необходимостью вновь подтверждать параметры работы, ранее подтвержденные. И без всякой материальной ответственности проверяющих за обосновательные пометки техническому процессу оказания услуг. Высококвалифицированные мастера уходят в «серые» схемы работы на квартирах, покидая салоны, вложившие порой немалые деньги в их квалификацию. И их нечем быстро заменить в силу низкокачественной (за редким исключением) профессиональной подготовки выпускников большинства учреждений образования. Кроме того, Минздрав ограничивает ассортимент услуг салонов красоты и увеличивает их себестоимость, принуждая получать лицензию на медицинскую деятельность и содержать в штате когорту врачей, не занятых в производстве услуг. Фискальное законодательство так же неумно пытается резать курицу, несущую золотые яйца.

Что нужно отрасли в этих обстоятельствах в первую очередь? Нужно ли начинать с рейтинга или все же совместными усилиями профессионалов отрасли и заинтересованных чиновников провести системное улучшение положения

дел? А потом и рейтинг. Сама отрасль готова к такой работе.



Тамара Королева, директор Ассоциации прикладной эстетики и спа:

— Инициативу Мингорисполкома по рейтингу в том виде, в котором он сейчас проводится, я совершенно не понимаю и не поддерживаю.

На сайте Мингорисполкома касательно рейтинга присутствует слово «мониторинг», которое изначально пугает субъектов хозяйствования своими зловещными последствиями. Мониторинг проводился и будет проводиться «на предмет соблюдения законодательства в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения, соблюдения правил бытового обслуживания населения, профессиональной подготовки персонала».

Для меня не понятно, почему в состав «рейтинговых» включены сотрудники Управления бытового и гостиничного обслуживания населения Мингорисполкома и санитарно-эпидемиологической службы Минска, а компетентные сотрудники органов, сертифицирующих услуги парикмахерских, не включены.

Так называемые «оценочные чек-листы» полностью копируют требова-

ния СТБ 1266-2016 «Услуги бытовые. Услуги парикмахерских. Общие технические требования». Как объясняют сотрудники управления, рейтинговые мероприятия проводятся в связи с участием жалобами потребителей на качество оказываемых услуг. Для удовлетворения такого рода жалоб существуют общества защиты прав потребителей.

Посредством рейтинга-мониторинга в Минске реализуется городской проект «Повышение гигиенической безопасности объектов бытового обслуживания г. Минска», утвержденный председателем Минского городского исполнительного комитета А. В. Шорцем. Конечно, по проекту необходимо отчитаться... Мне, однако, не понятно, почему проект не согласован с куратором отрасли — Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь

Я — за конкурсы. Такие, как «Роза Ветров», чемпионат по спа-массажу, «Бренд года» и т. п.

Необходим конкурс на статус лучших в категориях объектов парикмахерских, которые оговорены СТБ 1266-2016. Если посмотреть на результаты мониторинга декабря 2016 года, то видно, что среди лучших — объекты категории люкс, что и требовалось доказать.

Можно в конкурсе по категориям объектов вручать ножницы — золотые, серебряные, бронзовые. А вот деревянные ножницы — не «фишка», на стеночку в рамочке их не повесят, выбросят за ненужностью.

Как показывает несладкий опыт ведения бизнеса в нашей стране, огромный процент нарушений, выявляемых на предприятиях, часто определяется одним из двух факторов: невозможностью выполнения бесконечного числа регламентирующих норм, созданных как будто бы именно с этой целью, и страхом проверяющих уйти с пустыми руками (а кому из них нужны обвинения либо в непрофессионализме, либо в коррупции?). Нет следствия без причины: если в нарушителях «стоит» 97 % салонов красоты, неужели дело в самих салонах? Царица наук, математика, с ее теорией вероятности и законом нормального распределения, сформулированного немецким математиком Фридрихом Гауссом, говорит нам: норма — это примерно 90–97 % случаев, а отклонения от нормы составляют 3–10 %. Так что же у нас в стране превращено в норму?

А что касается нового формата мониторинга — рейтингования, то у людей справедливо остаются сомнения в добрых намерениях государства. Что ж, время покажет...

Всё для красивого бизнеса



Наименование	Продавец	Контакты, УНП	
КОСМЕТОЛОГИЯ			
Косметика			
Эксклюзивный представитель косметики AINHOA, «Велиния», космецевтической марки Atache, школы массажных технологий «Эст Мастер»	Агарок А. Э., ИП	+375 (29) 751-46-62; +375 (29) 194-82-83	190038213
Линейка New Line от лаборатории «Кора» — лечебно-профилактическая косметика. Высокий суммарный ввод экстрактов лекарственных растений	«Ирина-Фарм», УП	8 (017) 245-55-32; 8 (017) 297-50-05; fito.by	190438600
Полная линейка косметической продукции Dr Irena Eris от эксклюзивного представителя в Республике Беларусь	«Космедтрейд», ЧУП	8 (017) 223-68-74; 8 (017) 223-71-94; kosmetika.by	190249493
Серия Prosystem от Dr Irena Eris — профессиональная линия премиум-класса для салонов красоты, медцентров и косметических салонов	«Космедтрейд», ЧУП	8 (017) 223-68-74; 8 (017) 223-71-94; kosmetika.by	190249493
Профессиональная косметика Christina (Израиль), Ericson Laboratoire (Франция), Innoaesthetics, ME Line (Испания)	«Косметика и Медицина», ЧТУП	8 (017) 327-40-92; +375 (29) 190-93-56; kosmed.by	101193033
Профессиональная косметика Caregen (Ю. Корея), Genosys (Ю. Корея)	«Косметика и Медицина», ЧТУП	8 (017) 327-40-92; +375 (29) 190-93-56; kosmed.by	101193033
Профессиональные средства для депиляции, бандажных обертываний и спа-услуг Makea Lady	«Макеа Леди Бел», ЧУП	+375 (29) 520-15-93; +375 (33) 388-20-88	807000122
Профессиональная косметика Bioline (Италия), Isola di Ishchia (Италия), Beauty Style (США)	«Стар Бьюти Сервис», ООО	+375 (29) 635-80-00; +375 (33) 635-80-00; starbeauty.by	190961479
Компания Kosmoteros объявляет о начале сезона специальных акций. Каждые 2 недели новые предложения. Подробности на сайте	«Космо Омния», ЧУП	+375 (44) 750-32-39; +375 (29) 617-19-01; kosmoteros.by	192577920
Эксклюзивный дистрибьютор в Беларуси косметических брендов Magiray (Израиль), Phyris (Германия), Sesderma (Испания)	«Центр современной косметологии „Лэколь“, ООО	+375 (44) 590-06-00; +375 (44) 726-72-26; lecole.by	191309499
Оборудование			
Оборудование для косметологии и физиотерапии Viora (Израиль), Starvac (Франция)	«Королева-Бай», ООО	8 (017) 284-96-66; +375 (29) 334-96-66; koroleva.by	191089905
Обучение			
Обучение «Косметик 4-го разряда», 3 месяца, Брест. Краткосрочные курсы: шугаринг, коррекция фигуры, стоун-терапия	«Макеа Леди Бел», ЧУП	+375 (29) 520-15-93; +375 (33) 388-20-88	807000122
Еженедельные бесплатные семинары для косметологов по профессиональной косметике Kosmoteros Professionnel Paris и R-studio	Хамицевич И. Н., ИП	+375 (44) 750-32-39; +375 (29) 617-19-01; kosmoteros.by	192168048
Бесплатное обучение косметологов на профессиональной косметике Magiray (Израиль), Phyris (Германия), Sesderma (Испания)	«Центр современной косметологии „Лэколь“, ООО	+375 (44) 590-06-00; +375 (44) 726-72-26; lecole.by	191309499
ПЕРМАНЕНТНЫЙ МАКИЯЖ И ТАТУИРОВКА			
Оборудование и расходные материалы			
Широкий выбор оборудования, пигментов и аксессуаров для татуировки и перманентного макияжа от мировых брендов	Шишкин Я. С., ИП	+375 (44) 544-99-11; tattoobrands.by	191877932
Обучение			
Приглашаем на обучение всех желающих стать мастером перманентного макияжа. Гарантируем только качественное и современное обучение	«Спрутсервис», ООО	+375 (29) 625-53-94; +375 (29) 664-50-45; vip-permanent.by	190620716
Обучение татуажу для желающих овладеть профессией мастера по перманентному макияжу, мастер-классы, курсы повышения квалификации	Шишкин Я. С., ИП	+375 (25) 516-70-00; romazanova.by	191877932

Наименование	Продавец	Контакты, УНП	
Услуги			
Перманентный макияж, татуаж, микропигментирование от профессионалов студии VIP-permanent	«Спрутсервис», ООО	+375 (29) 625-53-94; +375 (29) 664-50-45; vip-permanent.by	190620716
СПА-УСЛУГИ			
Оборудование			
Комплексное оснащение спа-объектов (разработка концепции, поставка и монтаж, обучение персонала, разработка спа-меню и пр.)	«Королева-Бай», ООО	8 (017) 284-96-66; +375 (29) 334-96-66; koroleva.by	191089905
Обучение			
Сеть академий Elegance Spa&Beauty приглашает на обучение по специальности «Спа-специалист». По итогу — диплом, признаваемый в Европе	«АллСпаНа», ООО	+375 (29) 691-93-99; +375 (29) 785-14-37; allspana.by	191847924
Обучение по специальностям: спа-специалист, спа-менеджер, эстетист на базе филиала французской спа-академии Elegance в Минске	«АллСпаНа», ООО	+375 (29) 691-93-99; +375 (29) 785-14-37; allspana.by	191847924
ПАРИКМАХЕРСКИЕ УСЛУГИ. КОСМЕТИКА			
Новый сезон с новинками от компании Kardashian. Полный спектр профессиональной косметики для волос	«Лика-Джей», ООО	+375 (29) 366-67-73; +375 (29) 366-77-36; chibelarus.by	192509336
Профессиональная косметика для волос CHI от Farouk Systems — для великолепия волос ваших клиентов	«Лика-Джей», ООО	+375 (29) 366-67-73; +375 (29) 366-77-36; chibelarus.by	192509336
Профессиональная косметика для волос Alfaparf Milano, KEUNE, Brazilian Blowout, Moroccanoil, OLLIN Professional	«Стар Бьюти Сервис», ООО	+375 (29) 635-80-00; +375 (33) 635-80-00; starbeauty.by	190961479

Тренинг в вашем салоне

«Салон красоты: безупречный сервис и отличные продажи»

Одновременно для всех сотрудников
На основании предварительной
диагностики

Помогаем превратить
«просто сервис» в «безупречный сервис»,
а «просто продажи» — в «отличные продажи»

Позвоните нам, и мы вышлем вам детальную
программу и расскажем об условиях
взаимодействия.

Тел.: +375 (29) 197-40-80;
+375 (29) 578-63-49;
+375 (17) 385-94-32.

RIARD

Частное предприятие «Риард». УНП 191472755



Оборудование для аппаратной косметологии

Премиальный
косметический бренд
из Италии. Представлен
в ведущих спа и салонах
по всему миру.
Присоединяйтесь!

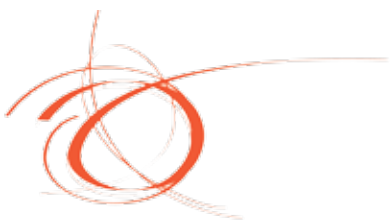
[comfort zone]



Профессиональная
восковая депиляция
и парафинотерапия:
оборудование, воски,
аксессуары

Получить более подробную информацию можно по телефонам:
(017) 284 9 666, (029) 334 9 666, (033) 313 4 666.
www.koroleva.by




VENUS VIVA

ОТКРОЙ СВОЕ
ПРИРОДНОЕ
СИЯНИЕ



www.venusconcept.com/ru

Официальный представитель
на территории Республики Беларусь —
Частное предприятие «Эстекс Бел», estex.by.
Тел.: +375 (17) 233-56-56.