

Содержание

Глава 1.
Новейшая история индустрии красоты5

Глава 2.
Зачем вам этот бизнес?27
Первая траектория. Бизнес ради бизнеса. . . .36
Вторая траектория.
Бизнес ради самореализации.39
Третья траектория. Отмывание денег.42
Четвертая траектория. Бизнес на продажу. . . .44

Глава 3.
Виды. Формы. Идеи. Концепции.53
Моно-студия.54
Классический салон красоты57
Стандартная клиника косметологии67
Многопрофильный центр,
включающий кабинеты косметологии70
Коррекция фигуры, снижение веса.75
Эстетическая гинекология и урология.75
Косметология плюс стоматология76
Косметология плюс остеопатия.77
Пластическая хирургия.
Внешний косметолог.78

Глава 4.
Пространство как проблема
и как преимущество 82

Глава 5.
Разрешительный порядок
создания бизнеса:
санэпидзаключение и лицензия 106

Глава 6.
Всесильная сотая часть процента 137

Глава 7.
Эстетическое материаловедение 167

Глава 8.
Кадры. Официальные требования
к профессиям и специальностям 197

Глава 9.
Круговорот бумаг в природе 227

Глава 10.
Жизнь под присмотром 258

Чем сердце успокоится... 289

Глава 1.

Новейшая история индустрии красоты

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Давайте сейчас честно признаем, что отрасль спасли женщины. У них не было времени толкаться на митингах, размахивать вручную написанными лозунгами, спорить с дивана с ведущими телепередач или с самим президентом, который рассказывал с экрана о светлом будущем России и отмерял что-

то, ему только одному известное, резким взмахом руки. Женщины приняли на себя груз забот о доме и стране. Это они наладили первые торговые связи с мелким бизнесом других стран, волоча через границу «мародерки» с товаром. И это они открыли первые частные парикмахерские.

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

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

Однако настоящее возрождение отрасли было еще впереди.

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

«Нарушение правил о валютных операциях, а также спекуляция валютными ценностями

или ценными бумагами — наказываются лишением свободы на срок от трех до восьми лет с конфискацией имущества или без конфискации, с обязательной конфискацией валютных ценностей и ценных бумаг и со ссылкой на срок от двух до пяти лет или без ссылки.

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

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

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

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

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

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

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

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

В индустрию потянулась молодежь. В мастера маникюра пришли выпускники, не поверите, училищ декоративно-прикладного искусства. Их учили писать миниатюры, к примеру, на ростовской эмали, но кому они были нужны в те годы, а вот рисунок на ногте давал большой и быстрый заработок. Не-

даром наши мастера нейл-арта побеждали на международных чемпионатах с большим отрывом.

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

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

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

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