

*Piotr Lenik*¹

PODSTAWY ZARZĄDZANIA WŁASNYM BIZNESEM NA PRZYKŁADZIE ZAKŁADANIA SALONU KOSMETYCZNO- FRYZJERSKIEGO

Streszczenie: Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie w formie case study wybranych elementów zarządzania wpisujących się w tworzony podmiot gospodarczy funkcjonujący w branży fryzjersko-kosmetycznej. W artykule przyjęto określone założenia dotyczące obszaru i zakresu świadczonych usług, a następnie do tych wielkości dostosowano plan biznesowy.

Słowa kluczowe: zarządzanie, biznes, przedsiębiorstwo.

W Polsce działalność gospodarczą można prowadzić w formach zbliżonych do występujących w innych krajach europejskich. Ramy jej prowadzenia określa ustawa o swobodzie działalności gospodarczej. Wśród dostępnych form działalności można wyróżnić:² spółki handlowe, dzielące się na spółki kapitałowe (spółka z ograniczoną odpowiedzialnością oraz akcyjna) i spółki osobowe (spółka jawna, partnerska, komandytowa, komandytowo-akcyjna), oddział przedsiębiorcy zagranicznego lub przedstawicielstwo przedsiębiorcy zagranicznego, a także indywidualną działalność gospodarczą (w tym w ramach spółki cywilnej).

Najprostsza i najpopularniejsza wśród osób rozpoczynających swoją przygodę z biznesem jest działalność indywidualna. Rozmiar prowadzonej aktywności nie jest w żaden sposób ograniczony, działalność łatwo też rozpocząć i zakończyć. Minusem może być odpowiedzialność całym majątkiem osobistym za zobowiązania związane z prowadzonym biznesem. Odpowiedzialność ta rozciąga się bowiem również na małżonka (z wyłączeniem jego majątku osobistego). Plusem natomiast

¹ Dr inż. Piotr Lenik, Zakład Zarządzania, Instytut Politechniczny, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Stanisława Pigonia w Krośnie.

² Por. Ustawa z dnia 2 lipca 2004 roku o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. 2004 nr 173 poz. 1807).

jest to, że jednoosobową firmą zarządza jej właściciel. Prowadzenie spraw księgowo-rozliczeniowych w takim przypadku również nie jest szczególnie skomplikowane. Nie ma także żadnych wymagań dotyczących minimalnego kapitału.

W naszym kraju liczba podmiotów tworzonych przez osoby fizyczne oscyluje w granicach dwóch milionów; trudno podawać tutaj jednoznaczne dane. Według szacunków Komisji Europejskiej, na koniec 2013 roku w Polsce działało 1,54 miliona w grupie MSP, zatrudniających maksymalnie dziewięć osób; według danych GUS – jest to blisko 1,9 miliona. Jak wynika z danych Komisji Europejskiej i Eurostatu za 2013 rok, na 1000 mieszkańców przypada w Polsce 40 małych firm zatrudniających nie więcej niż dziewięć osób. W rankingu przedsiębiorczości opracowanym na podstawie tych danych przez TaxCare, Polska zajmuje czternaste miejsce w Europie, czyli jest mniej więcej w połowie tabeli obejmującej kraje Unii Europejskiej oraz Norwegię. Liczba firm przypadających na 1000 mieszkańców Polski odpowiada europejskiej średniej (44/1000).³

Z punktu widzenia pojedynczego przedsiębiorcy, czy też osoby, która rozważa możliwość zastania nim, pierwszym krokiem powinno być określenie przedmiotu planowanej działalności gospodarczej, czyli znalezienie swojego miejsca na konkurencyjnym rynku. Zgodnie z trendami światowymi, coraz więcej podmiotów w Polsce powstaje w obszarze usług, wśród których jednym z najbardziej dynamicznych rynków jest działalność fryzjerska i kosmetyczna.

Celem niniejszego opracowania jest przedstawienie w formie case study wybranych elementów zarządzania w tworzonym podmiocie gospodarczym funkcjonującym w branży fryzjersko-kosmetycznej. W artykule przyjęto określone założenia dotyczące obszaru i zakresu świadczonych usług, a następnie do tych wielkości dostosowano plan biznesowy.

Wymogi dotyczące prowadzenia przedmiotowej działalności gospodarczej

Aby rozpocząć działalność gospodarczą jako osoba fizyczna, powinno się uzupełnić i złożyć wniosek o wpis do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG). Wraz z wnioskiem o wpis do CEIDG składa się oświadczenie o braku orzeczonych – wobec osoby, której wpis dotyczy – zakazów, pod rygorem odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia. Wniosek ten stanowi jednocześnie zgłoszenie do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych, Głównego Urzędu Statystycznego oraz naczelnika urzędu skarbowego. Przedsiębiorca ma prawo we wniosku o wpis do CEIDG określić późniejszy dzień podjęcia działalności gospodarczej niż dzień złożenia wniosku. Data rozpoczęcia działalności gospodarczej nie może być wcześniejsza niż dzień złożenia wniosku o wpis do CEIDG.

³ Por. K. Siwek, Ile jest małych firm, www.prawo.rp.pl z dnia 10.04.2014 r.

Wniosek o wpis można złożyć⁴:

- on-line – przy użyciu podpisu elektronicznego, weryfikowanego za pomocą kwalifikowanego certyfikatu, podpisem potwierdzonym profilem zaufanym ePUAP, albo podpisem osobistym, o którym mowa w przepisach o dowodach osobistych, albo w inny sposób akceptowany przez system CEIDG umożliwiający jednoznaczną identyfikację osoby składającej wniosek i czas jego złożenia (www.ceidg.gov.pl),
- w urzędzie gminy – osobiście lub listem poleconym (w przypadku przesłania wniosku listem poleconym powinien być on opatrzony własnoręcznym podpisem wnioskodawcy potwierdzonym przez notariusza).

W przypadku prowadzenia zakładu fryzjersko-kosmetycznego nie ma konieczności posiadania specjalnych zezwoleń, czy koncesji. Właściciel firmy nie musi też posiadać specjalistycznych kwalifikacji w zakresie fryzjerstwa, kosmologii, czy kosmetyki, chociaż ich posiadanie z pewnością ułatwi profesjonalizację biznesu. Jednakże istotne zasady prowadzenia zakładu fryzjersko-kosmetycznego określa Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 17 lutego 2004 r. w sprawie szczegółowych wymagań sanitarnych, jakim powinny odpowiadać zakłady fryzjerskie, kosmetyczne, tatuażu i odnowy biologicznej (Dz.U. nr 31, poz. 273). Rzeczone rozporządzenie określa szczegółowe wymagania, w tym sanitarne, jakie stawiane są m.in. lokalom, w których tego typu działalność gospodarcza jest prowadzona. W praktyce oznacza to, że lokal musi być wystarczająco obszerny i przystosowany do prowadzonej przez przedsiębiorcę działalności, w tym pod względem sanitarnym, instalacyjnym, użytkowym, a także ergonomicznym i przyjazności dla klientów.

Przy wyborze miejsca na prowadzenie tego typu działalności, kluczowy staje się więc dobór właściwego lokalu, jego przestronność, tzw. układność, dostępność dla klientów, łatwość parkowania samochodów klientów, itd.

Firma powinna być zlokalizowana w odrębnym budynku lub lokalu albo stanowić wyodrębnioną część budynku lub lokalu. Wejście do takiego zakładu (stanowiącego wyodrębnioną część budynku lub lokalu) może być wspólne dla wszystkich jego użytkowników i prowadzić z dróg komunikacji ogólnej. Zabronione jest natomiast, aby prowadziło przez pomieszczenia, w których nie są świadczone usługi. W zakładzie mają być wydzielone⁵:

⁴ Por. www.ceidg.gov.pl [dostęp: 14 stycznia 2015 r.].

⁵ Por. Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 17 lutego 2004 r. w sprawie szczegółowych wymagań sanitarnych, jakim powinny odpowiadać zakłady fryzjerskie, kosmetyczne, tatuażu i odnowy biologicznej (Dz.U. nr 31, poz. 273 z późn. zm.).

- pomieszczenia, w których są świadczone usługi,
- szatnia i poczekalnia dla klientów,
- pomieszczenia sanitarno-higieniczne dla klientów i pracowników,
- pomieszczenie lub miejsce do przechowywania sprzętu do utrzymania czystości,
- pomieszczenie lub szafki do przechowywania preparatów kosmetycznych oraz czystej i brudnej bielizny,
- miejsce na pojemniki, w których są gromadzone odpady.

Powierzchnie ścian przy umywalkach i zlewach w pomieszczeniach, w których są świadczone usługi, muszą być pokryte do wysokości co najmniej 1,6 metra nienasiąkliwym materiałem, łatwo zmywalnym i odpornym na działanie wilgoci oraz środków dezynfekujących. W zakładzie musi być doprowadzona ciepła i zimna woda, a ze wszystkich urządzeń sanitarnych, do których jest doprowadzona woda, muszą być odprowadzane ścieki do instalacji kanalizacyjnej. Na terenie zakładu powinien znajdować się sanitariat, chociaż dopuszczalne jest korzystanie z ubikacji znajdującej się w innej części budynku lub lokalu, w odległości nie większej niż 75 metrów od zakładu, jeżeli dojście do tego ustępu odbywa się drogami komunikacji wewnętrznej.

W zakładzie powinny być też szatnie dla pracowników, w których przechowuje się oddzielnie odzież własną i roboczą lub ochronną. Czystą bieliznę i odzież roboczą lub ochronną przechowuje się w przeznaczonych do tego celu szafkach, oddzielonych i odpowiednio oznakowanych. Natomiast brudną bieliznę oraz odzież roboczą przechowuje się w wydzielonym pomieszczeniu lub miejscu, w przeznaczonych do tego celu zamkniętych i odpowiednio oznakowanych pojemnikach. Pojemniki z brudną bielizną oraz odzieżą roboczą lub ochronną, po napełnieniu niezwłocznie usuwa się z zakładu. Z kolei pranie brudnej bielizny i odzieży roboczej lub ochronnej powinno odbywać się poza lokalem. W zakładzie powinna być też ustalona instrukcja postępowania z odpadami. Trzeba je gromadzić w pojemnikach zamykanych, zaopatrzonych w worki foliowe. Pojemniki umieszcza się w każdym pomieszczeniu zakładu, gdzie są świadczone usługi. Zużyte materiały, które mogły ulec zanieczyszczeniu krwią lub wydzielinami, gromadzi się w oznakowanych, przeznaczonych do tego celu pojemnikach lub w workach foliowych.

Do wykonywania zabiegów wolno używać wyłącznie technicznie sprawnych narzędzi i urządzeń oraz preparatów o aktualnym terminie ważności i zaleconym stężeniu. Do dezynfekcji należy używać środków dopuszczonych do obrotu. Narzędzia powinny być przechowywane w warunkach zabezpieczających je przed zanieczyszczeniem lub uszkodzeniem. Narzędzia lub ich części, których stosowanie nie powoduje naruszenia ciągłości tkanek, po każdym użyciu do-

kładnie się czyści, myje i dezynfekuje, natomiast w przypadku narzędzi i ich części powodujących naruszenie ciągłości tkanek, po każdym użyciu poddaje się dezynfekcji, a następnie myje i sterylizuje.

Od 1 stycznia 2014 roku istnieje wymóg posiadania na terenie zakładu fryzjersko-kosmetycznego spełniającego normy urządzenia do sterylizacji, obsługiwanego jedynie przez przeszkolonych pracowników. Narzędzia jednorazowego użytku używane przy świadczeniu usług, powodujące naruszenie ciągłości tkanek, bezpośrednio po użyciu należy odkładać się do zamykanych, szczelnych pojemników o nienasiąkliwych ścianach. Niedopuszczalne jest też wielokrotne używanie narzędzi przeznaczonych do jednorazowego użytku. Przepisy zastrzegają, aby tamponów, płatków, gazików z waty, ligniny i ręczników papierowych używać jednorazowo. Materiały używane w czasie świadczenia usług mogących powodować naruszenie ciągłości tkanek trzeba przechowywać w opakowaniach, na których umieszcza się etykietę zawierającą datę ich sterylizacji.

Preparaty kosmetyczne wykorzystywane przy świadczeniu usług należy przechować w oryginalnych opakowaniach w sposób chroniący je przed utratą ich właściwości. Jeżeli preparat kosmetyczny jest przechowywany w opakowaniu innym niż oryginalne, na opakowaniu tym umieszcza się etykietę zawierającą nazwę preparatu, jego wytwórcę oraz termin, do którego może być użyty. Niedopuszczalne jest stosowanie preparatów kosmetycznych niespełniających wymagań określonych w przepisach o kosmetykach oraz o substancjach i preparatach chemicznych.

Pomieszczenia lub miejsca do przechowywania sprzętu do utrzymania czystości należy wyposażyć w zamontowany na wysokości 0,5 metra od podłogi zlew, z tym że w zakładach, w których znajdują się nie więcej niż trzy stanowiska, dopuszcza się wydzielenie miejsca wyposażonego w zawór ze złączką do węża oraz wpust podłogowy z syfonem.

Przedmioty stanowiące wyposażenie zakładu lub salonu, w szczególności meble, powinny mieć gładką, niewchłaniającą kurzu i wody powierzchnię, odporną na uszkodzenia mechaniczne i działanie środków dezynfekujących.

W czasie świadczenia usług mogących powodować naruszenie ciągłości tkanek używa się wyłącznie jałowych materiałów, które przechowuje się oddzielnie w opakowaniach sterylizacyjnych, zabezpieczających je przed wtórnym skażeniem. Wyrób peruk i zabiegi kosmetyczne powinny odbywać się w wydzielonych pomieszczeniach wyposażonych w umywalki z doprowadzoną ciepłą i zimną wodą. Przy świadczeniu usług należy używać wyłącznie czystej bielizny. Z kolei pracownicy powinni nosić czystą odzież roboczą lub ochronną, wykonaną z materiałów umożliwiających jej dezynfekcję.

W zakładzie fryzjerskim powinno być wydzielone stanowisko do mycia i farbowania włosów wyposażone w umywalkę z doprowadzoną ciepłą i zimną wo-

dą. Przed świadczeniem usług wyroby perukarskie lub włosy naturalne przeznaczone do tych wyrobów trzeba umyć przy użyciu środków przeznaczonych do tego celu. W zakładach kosmetycznych, w których stosuje się preparaty kosmetyczne powodujące zewnętrzne zanieczyszczenie ciała, konieczne jest wydzielenie łazienki wyposażonej w natrysk, miskę ustępową oraz umywalkę, dostępną bezpośrednio z pomieszczenia, w którym są świadczone usługi. Z kolei w zakładzie, w którym są świadczone usługi w zakresie pedicure, wydziela się stanowisko o powierzchni co najmniej 6 metrów kwadratowych, odizolowane od innych stanowisk. Stanowisko to musi być wyposażone w brodzik do moczenia nóg z bieżącą ciepłą i zimną wodą lub przenośny brodzik do moczenia nóg, który myje się i dezynfekuje po każdym użyciu.

W firmie dopuszcza się sprzedaż artykułów fryzjerskich, kosmetyków oraz wyrobów perukarskich. Musi się to jednak odbywać w wydzielonym pomieszczeniu lub miejscu. Dopuszczalne jest też podawanie lub sprzedaż napojów bezalkoholowych przy zachowaniu warunków określonych w przepisach o warunkach zdrowotnych żywności i żywienia.

Od 1 stycznia 2015 roku w zakładach fryzjerskich i kosmetycznych należy stosować kasy fiskalne, jeżeli ich obroty przekroczą 20 tysięcy złotych lub proporcjonalnie niższą kwotę w przypadku podatników, którzy rozpoczynają działalność w trakcie roku. Ministerstwo Finansów przewidziało ponadto, że do limitu 20 tysięcy złotych nie będzie liczona sprzedaż towarów, które zgodnie z ustawą o PIT przedsiębiorca zaliczył do środków trwałych, sprzedaż wartości niematerialnych i prawnych podlegających amortyzacji, a także sprzedaż nieruchomości. Transakcje takie będą jednak musiały być udokumentowane fakturą.

Decydując się na otwarcie salonu fryzjerskiego, istnieje obowiązek w ciągu 14 dni od daty rozpoczęcia działalności gospodarczej zawiadomić na piśmie Państwowego Inspektora Sanitarnego w Powiatowej Stacji Sanitarno-Epidemiologicznej o miejscu, rodzaju i zakresie prowadzonej działalności oraz o przewidywanej liczbie pracowników. Odbioru lokalu musi dokonać SANEPiD. Na rozpatrzenie złożonego wniosku inspektor ma 14 dni. Procedura zgłaszania obejmuje między innymi:

- złożenie stosownego wniosku,
- inwentaryzację wraz z opisem technologicznym,
- planów architektonicznych lokalu i jego danych (powierzchni, wysokości, liczby okien, dostępu do wody, itd.).

Wniosek zgłoszeniowy powinien również zawierać informację o środkach i procedurach przyjętych dla spełnienia wymagań wynikających z przepisów i higieny pracy, które dotyczą zakładu.

Ogólna charakterystyka oferty usługowej

Według Polskiej Klasyfikacji Działalności, działalność zakładu fryzjersko-kosmetycznego mieści się w sekcji S, dział 96 – Pozostała indywidualna działalność usługowa: 96.02.Z – Fryzjerstwo i pozostałe zabiegi kosmetyczne⁶ i 96.04.Z – Działalność usługowa związana z poprawą kondycji fizycznej⁷. Do tej działalności, w perspektywie czasu, można również dołączyć: 47.75.Z⁸ czy 96.09.Z^{9,10}.

Z punktu widzenia celu dotyczącego osiągnięcia sukcesu biznesowego, istotna jest oferta skierowana do klienta. Dlatego warto dokonać przeglądu wybranych świadczonych przez zakład fryzjersko-kosmetyczny usług. W przypadku usług fryzjerskich do podstawowych należą:

- strzyżenie,
- pielęgnacja włosów,
- koloryzacja włosów,
- trwała ondulacja,
- prostowanie włosów,
- przedłużanie włosów,
- pozostała stylizacja włosów.

Strzyżenie jest podstawowym zbiegiem fryzjerskim, który usuwa pewną ilość włosów wraz z nadaniem im pożądanej formy. Przygotowuje również do innych zabiegów, tj. farbowania, ondulacji, czy komponowania fryzury. Wśród technik fryzjerskich wyróżnia się m.in.: cieniowanie, palcowanie, degażowanie, efilowanie, konturowanie. Wyróżnia się także strzyżenie na mokro i na sucho

⁶ Podklasa ta obejmuje: mycie, obcinanie i układanie, czesanie, suszenie, farbowanie, prostowanie włosów, wykonywanie trwałej ondulacji oraz podobne czynności świadczone dla mężczyzn i kobiet, golenie i przycinanie brody, masaż twarzy, manicure i pedicure, robienie makijażu itp., pozostałe zabiegi kosmetyczne, gdzie indziej niesklasyfikowane. Podklasa ta nie obejmuje natomiast: produkcji peruk, sklasyfikowanej w 32.99.Z, działalności salonów tatuażu i piercingu, sklasyfikowanej w 96.09.Z.

⁷ Podklasa ta obejmuje: działalność usługowa łaźni tureckich, saun i łaźni parowych, solariumów, salonów odchudzających, salonów masażu itp. mająca na celu poprawę samopoczucia. Podklasa ta nie obejmuje: masaży i terapii leczniczych, sklasyfikowanych w 86.90.A, działalności klubów i obiektów służących poprawie kondycji fizycznej (centra fitness) i kulturystyce, sklasyfikowanej w 93.13.Z.

⁸ Sprzedaż detaliczna kosmetyków i artykułów toaletowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach. Podklasa ta obejmuje także sprzedaż detaliczną perfum.

⁹ Pozostała działalność usługowa, gdzie indziej niesklasyfikowana, m.in.: działalność agencji hostess, działalność salonów tatuażu i piercingu, działalność samoobsługowych maszyn na monety, takich jak: automaty fotograficzne, wagi, urządzenia do mierzenia ciśnienia krwi, szafki na monety itp.

¹⁰ Por. www.stat.gov.pl [dostęp: 20 stycznia 2015 r.].

oraz na zimno i gorąco. Rozróżnia się również strzyżenie „na tępo” i „na pióro”. W obszarze strzyżenia męskiego uwzględnia się także strzyżenie, przycinanie, golenie czy modelowanie brody, wąsów i baczków.

Stylizacja i pielęgnacja włosów obejmuje różnorodne zabiegi uwzględniające wiele czynników tj.: okoliczności, życzenie klienta, długość włosów, dopasowanie do owalu i karnacji twarzy, ale także rodzaj włosów: normalne, suche, przetłuszczające się, mieszane, cienkie i delikatne, grube, zniszczone i uwrażliwione. Do tego celu używa się szampony, odżywki, balsamy, koktajle, lakiery, olejki, serum i inne. Wyjściowym elementem wszystkich zabiegów staje się fryzura, czyli uczesanie, ułożenie lub ścięcie włosów w charakterystyczny sposób, zwykle zgodnie z wymogami mody. Wyróżnia się tu m.in.: afro, bob, na anielicę, na topielicę, dredy, na chłopczycę, czub, na jeża, kok, kucyk, loki, warkocz, węzeł, na fyso i wiele innych.

Koloryzacja włosów dotyczy wszystkiego, co jest związane ze zmianą koloru włosów; należy do niej: farbowanie, makijaż włosów, balejaż, pasemka i kontrast. Farbowanie polega na nałożeniu na całe włosy jednego koloru farby, natomiast pozostałe formy koloryzacji polegają na użyciu więcej niż jednego koloru.

Trwała ondulacja jest zabiegiem fryzjerskim, polegającym na zmianie struktury włosa środkami chemicznymi i nadaniu mu nowego kształtu za pomocą wałków. Trwała ondulacja składa się zwykle z trzech etapów: nawinięcia włosów na wałki i nawilżenie płynem ondulacyjnym, splukanie włosów, zastosowanie płynu utrwalającego. Po umyciu włosów i nakręceniu ich na wałki, fryzjer nakłada płyn, przeważnie alkaliczny, który niszczy zewnętrzne wiązania chemiczne, odpowiadające za stabilność i strukturę włosów. Stosując wysoką temperaturę proces ten się przyspiesza.

Prostowanie włosów odbywa się za pomocą prostownic zaopatrzonych w płytkę teflonową, lub nano-tytonową lub z powłoką turmalinowo-ceramiczną oraz jonizację, która zapobiega elektryzowaniu się włosów. Dodatkowo trzeba włosy chronić specjalnymi preparatami, które chronią włos przed działaniem ciepła. Do mycia należy używać kosmetyków prostujących włos. Oprócz prostowania za pomocą prostownic, wyróżnia się również prostowanie chemiczne, „na szczotce”, metodę japońską czy metodę brazylijską.

Przedłużanie i zagęszczanie włosów jest zabiegiem estetycznym, poprawiającym wygląd, ale również zaspakajającym pragnienia klienta o gęstszych lub dłuższych włosach. Wśród wielu metod wyróżnia się m.in.: keratynową, hot pot, laserową, ultradźwiękową, termokurczliwą, klejową, taśmową i inne.

Wśród usług kosmetycznych należy wymienić m.in.:

- peeling kawitacyjny,
- mikrodermabrazja,
- waponizacja,
- darsonwalizacja,

- mezoterapia (igłowa i bezigłowa),
- galwanizacja,
- jonoforeza,
- kriolipoliza,
- makijaż,
- henna,
- modelowanie brwi,
- depilacja,
- przebijanie uszu,
- mechaniczne oczyszczanie skóry,
- manicure i pedicure,
- masaże,
- zabiegi upiększające z wykorzystaniem masek, serum, kremów, koktajli.

Peeling kawitacyjny jest zabiegiem polegającym na oczyszczeniu skóry za pośrednictwem specjalistycznego urządzenia nazywanego skin cleaner'em (urządzenie, emitujące fale ultradźwiękowe, które oczyszczają skórę). Jest to nowoczesna metoda wykorzystywana do bezbolesnego i głębokiego oczyszczania skóry, stanowiąca skuteczniejszą alternatywę wobec tradycyjnej metody manualnego oczyszczania twarzy. Peeling kawitacyjny zyskał sobie grono zwolenników z uwagi na brak uczucia dyskomfortu oraz bólu, a także wysoką skuteczność. Czynność opiera się na zjawisku tzw. kawitacji. Dochodzi do niego w sytuacji, gdy wilgotna powierzchnia skóry zostaje poddana działaniu fal ultradźwiękowych. W reakcji na takie bodźce tworzą się mikroskopijne pęcherzyki gazu, a w efekcie dochodzi do rozbicia martwych komórek warstwy rogowej naskórka i odsłonięcia młodszej warstwy skóry, wolnej od nadmiaru łoju, bakterii czy substancji toksycznych. Poza złuszczeniem, wibracje ultradźwiękowe, wzbogacone o mikromasaż, poprawiają mikrokrążenie oraz dotleniają skórę.

Mikrodermabrazja jest nowoczesną metodą mechanicznego złuszczenia naskórka poprzez działanie ścierające głowic pokrytych kryształkami diamentów oraz pompy zasysającej martwy zrogowaciały naskórek, które poprawia funkcjonowanie skóry i pomaga uporać się ze specyficznymi problemami skórnymi. Zabieg polega na ścieraniu kolejnych warstw naskórka przez precyzyjnie kontrolowany strumień mikrokryształków. Rozróżnia się trzy rodzaje mikrodermabrazji:

diamentową – ścieranie warstwy naskórka przy pomocy głowic diamentowych,

korundową – ścieranie warstwy naskórka przy pomocy mikronizowanych kryształów tlenku glinu,

tlenową – ścieranie warstwy naskórka z wykorzystaniem tlenu i soli fizjologicznej.

W porównaniu z innymi zabiegami, takimi jak peelings chemiczne, dermabrazja czy resurfacing laserowy, mikrodermabrazja jest zabiegiem obarczonym minimalnymi powikłaniami, nie niesie ryzyka przebarwień i blizn, efekty są widoczne natychmiastowo i od razu można wrócić do normalnej aktywności. Podczas zabiegu intensywność złuszczenia jest ściśle sprawdzana i dobierana indywidualnie dla każdego pacjenta, co sprawia, że zabieg ten jest bezpieczny. Dzięki umiarkowanemu usuwaniu górnych warstw naskórka, w jego najgłębiej położonej, żywej warstwie, dochodzi do zintensyfikowanego tworzenia się nowych, pełnowartościowych komórek. Wędrują one do góry i zastępują komórki uszkodzone, a złuszczenie następuje stopniowo – warstwa po warstwie. Zabiegi mikrodermabrazji są bezbolesne. Na samym początku odczuwa się zassanie, a następnie masowanie i lekkie ścieranie skóry. W niektórych przypadkach istnieje możliwość łączenia mikrodermabrazji z peelingiem chemicznym. Zabieg jest też idealnym przygotowaniem do zabiegów laserowych: foto odmładzania, rozszerzonych, popękanych naczyń krwionośnych oraz przebarwień.

Waporyzacja twarzy, szyi, ramion, dekolту i pleców, jak również innych części ciała polega na wykorzystywaniu możliwości jakie daje wapozon, urządzenie którego podstawową funkcją jest nawilżenie skóry. Ciepła woda i para wodna, dzięki zdolnościom rozmiękczenia martwych komórek naskórka, pomagają w zabiegu oczyszczania cery. Zabiegi stosowane na twarz, szyję i dekolt doskonale nawilżą i zmiękczą skórę, dzięki czemu później zastosowane kremy bądź odżywki znacznie szybciej i głębiej się wchłoną. Wapozony służą również do aromaterapii, a często posiadają lupę powiększającą i lampę, które ułatwiają precyzyjne wykonywanie zabiegów kosmetycznych. Działanie tego urządzenia polega także na wytwarzaniu ozonu, który zbawiennie wpływa na cerę. W czasie wydzielania ozonu odczuwalny jest wyraźny zapach; para wodna wydaje się wtedy gęstsza i zmienia się w obłok mgły. Ozon działa antybakteryjnie, odkażająco, przyspiesza gojenie się mikrourazów. Poza tym stymuluje krążenie, rewitalizuje, pobudza wszystkie funkcje skóry, w szczególności jej układ immunologiczny. Para wodna natomiast powoduje rozmiękczenie warstwy rogowej, przez co łatwiej usunąć zaskórniki i martwe komórki, dzięki czemu łatwiej usunąć zalegające tam czopy łojowe. Zabieg waporyzacji stosowany jest także w celu uzyskania uczucia odprężenia oraz zmniejszenia licznych dolegliwości, m.in. w schorzeniach dróg oddechowych oraz w bólach mięśniowych. Parę wodną można stosować z dodatkiem ziół o leczniczym charakterze i mgiełki ozonowej.

Darsonwalizacja ma działanie uspakajające, przeciwbólowe, lecznicze, bakteriobójcze. Jest to metoda stosowana najczęściej jako uzupełnienie innych zabiegów. W gabinecie kosmetycznym darsonwalizację najczęściej stosuje się po zabiegu oczyszczania, w celu dezynfekcji skóry. Do zabiegu wykorzystuje się prądy D'arsonvła. Prądy tego rodzaju doprowadzone są do organizmu za pomocą szkła-

nych elektrod. Zasadniczą ich właściwością jest wytworzenie ciepła w tkankach organizmu na dowolnej głębokości. Prądy te oddziałują na zakończenia nerwów wegetatywnych co wiąże się ze zwiększonym przepływem krwi oraz dotlenieniem tkanek. Prąd wysokiej częstotliwości przepływa przez elektrody w której wewnątrz panuje próżnia i wywołuje w niej wyładowanie w postaci iskier. Po włączeniu prądu w wyniku jonizacji wokół elektrod wytwarza się ozon, który działa bakterio-bójczo i dezynfekująco. Darsonwalizacja powoduje miejscowe przekrwienie pobudzenie przemiany materii, ma również wpływ na zakończenia nerwów. Ponadto hamuje czynność wydzielniczą gruczołów łojowych. Zabieg ten wykonuje się za pomocą elektrod, które mają różne kształty, np. grzybkową (do większych partii skóry), łukową, grzebieniową, iskrową, metolową (do elektromasażu).

Mezoterapia to zabieg polegający na dostarczeniu bezpośrednio do skóry właściwej substancji leczniczych, regenerujących lub odżywczych. Mezoterapię stosuje się profilaktycznie w celu zmniejszenia objawów starzenia się skóry takich jak zmarszczki, zwiotczenie i ścięczenie skóry. Stosowanie jej można łączyć z innymi zabiegami estetycznymi. Odpowiednie koktajle stosowane są do zabiegów mezoterapii skóry twarzy, szyi i dekoltu. Mieszanina wielu substancji rewitalizujących i regenerujących (takich jak: kwas hialuronowy, krzemionka organiczna i kompleksy multiwitaminowe, które stymulują metabolizm komórek, zwiększają produkcję kolagenu i elastyny) poprawiają stan skóry. Po serii zabiegów mezoterapii skóra wygląda znacznie lepiej, drobne zmarszczki znikają całkowicie, głębsze ulegają spłyceniu. Widoczna jest także poprawa napięcia i jędrności skóry. Mezoterapia jest także metodą niezwykle cenną w walce z cellulitem. W wyniku zabiegu następuje wzmożony przepływ krwi, zmniejsza się proces włóknienia tkanki łącznej i dochodzi do redukcji depozytów tkanki tłuszczowej. Rezultatem jest wygładzenie skóry oraz redukcja cellulitu. Zastrzyki zawierają kofeinę, która pobudza mikrokrążenie skóry i wpływa na uwalnianie tłuszczów z komórek. Może wspomagać ją wyciąg z karczocha, nostrzyka żółtego i rutyny, które pobudzają metabolizm tłuszczów. Do mieszanek dodaje się także krzemionkę organiczną, która regeneruje tkankę łączną i włókna kolagenu. Wyróżnia się kilka różnych rodzajów zabiegów określanых tą nazwą, jednak nie ma zgody czy wszystkie z nich są odmianami mezoterapii, czy osobnymi zabiegami:

mezoterapia igłowa – metoda wprowadzania substancji aktywnych są strzykawki o bardzo cienkich igłach, bądź specjalne urządzenia wykonujące niewielkie nakłucia.

mezoterapia bezigłowa – służy do nieinwazyjnego wprowadzania preparatów leczniczych i regenerujących metodą elektropolacji. Wykorzystuje się w tym celu urządzenia wytwarzające prąd elektryczny o wysokiej częstotliwości, co czasowo zwiększa przepuszczalność błony komórkowej, otwierając w niej kanały hydrofilowe, co umożliwia przyswojenie preparatów leczniczych.

Galwanizacja jest zabiegiem wykorzystującym przepływ prądu przez ciało; uspokaja skórę po zabiegu oczyszczania, pomaga przy nerwobólach i trądziku różowatym, a także przyspiesza proces regeneracji i działa szczególnie korzystnie na cerę dojrzałą. Dzięki zabiegowi pobudzane są zakończenia nerwowe i mięśnie, co poprawia ich napięcie. Aparat służący do wykonywania galwanizacji nazywa się galwanem. Przeprowadzane są nim zabiegi galwanizacji twarzy i całego ciała. Pod wpływem przyłożonego prądu, jony wewnątrz naszego ciała zaczynają się przemieszczać. Dochodzi do przekrwienia miejsc przez które przepływa prąd. Wszystko to jest efektem przemieszczania się jonów wewnątrz organizmu – kationów w kierunku elektrody ujemnej (katody) i anionów w kierunku elektrody dodatniej (anody). Ze względu na to, że podczas tego zabiegu aktywne są dwie elektrody, można wyróżnić dwa rodzaje tego zabiegu: galwanizację anodową, która ma działanie uspokajające i charakteryzuje się mniejszym zagęszczeniem jonów oraz galwanizację katodową, która ma z kolei działanie pobudzające i charakteryzuje się większym zagęszczeniem jonów.

Jonoforeza jest przeznaczona dla osób z cerą naczyiniową, trądzikiem pospolitym, trądzikiem różowatym oraz skórą zwiotczałą. Zabieg polega na wprowadzeniu do tkanek za pomocą sił pola elektrycznego jonów działających leczniczo. Jest bezbolesny, towarzyszy mu jedynie delikatne mrowienie. Do jonoforezy używa się wyłącznie takich związków chemicznych, które ulegają dysocjacji elektrolitycznej. Chlorek wapnia, witamina C, kwasy AHA i BHA, kwas retinowy, kwas nikotynowy oraz jodek potasowy. Dzięki szybszemu i głębszemu przenikaniu substancji aktywnych przez naskórek, jonoforeza potęguje efekty zabiegów kosmetycznych. Zabieg ten przyczynia się do nawodnienia głębokich warstw skóry, dzięki czemu powoduje zwiększenie jej jędrności i wygładzenie cienkich linii oraz zmarszczek. W przypadku skóry łojotokowej skutecznie zmniejsza łojotok i wpływa na prawidłowe nawilżenie. Przywraca skórze zdrowy wygląd. Jonoforeza doskonale przygotowuje skórę do następnych zabiegów kosmetycznych zwiększając przenikanie substancji aktywnych do skóry. Przyczynia się także do rozjaśnienia wszelkich przebarwień skóry oraz przyspiesza regenerację naskórka. Po każdym zabiegu jonoforezy skóra jest dotleniona, oczyszczona, a co za tym idzie odpowiednio odżywiona i nawilżona. Zabieg trwa od 10 do 20 minut; zalecany jest udział w co najmniej 10 sesjach (co 2-3 dni) w celu osiągnięcia oczekiwanego efektu.

Kriolipoliza jest nowoczesną metodą redukcji tkanki tłuszczowej. Charakteryzuje się dużą skutecznością, dzięki czemu jest wybierana przez coraz większą grupę klientów. Na skutek mrożenia, lipidy z komórek tłuszczowych są uwalniane i transportowane przez układ limfatyczny. Lipidy w komórkach tłuszczowych krystalizują się w wyższej temperaturze niż inne komórki zawierające wodę. Dzięki temu kriolipoliza niszczy tylko komórki tłuszczowe, a oszczędza inne tkanki, takie jak skóra, mięśnie i nerwy. Zabieg jest nieinwazyjny i raczej bezbolesny, chociaż można po-

czuć zimno i odczucie zasysania skóry. Mogą pojawić się zaczerwienienia i siniaki. W przypadku niektórych osób, może też wystąpić osłabienie czucia w obszarze skóry poddanej zabiegowi. Rezultaty nie są widoczne od razu. Trzeba czekać kilka miesięcy, aby organizm pozbył się uszkodzonych podczas zabiegu komórek tłuszczowych. Są one usuwane z ciała powoli, w trakcie procesu metabolicznego organizmu, tak samo jak tłuszcze pochodzące z pożywienia. Dopiero po czterech miesiącach można oglądać finalny efekt zabiegu. Efekty powinny się utrzymać przynajmniej pół roku, najlepiej widać je na małych obszarach. Bardzo istotne jest aby w czasie oczekiwania na efekty nie przytyć, bo nie będą widoczne zmiany w centymetrach (pozostałe komórki tłuszczowe powiększą się i wypełnią miejsce tych, które zostały zniszczone podczas zabiegu kriolipolizy). Zabieg jest najczęściej stosowany w trzech obszarach: na brzuchu, plecach (boczkach) i tzw. bryczesach, czyli dolnej partii bioder i górnej partii ud. Nie poleca się jednak kriolipolizy osobom, które chcą zredukować obwód ud, bioder czy pozbyć się tłuszczu z dużych powierzchni ciała.

Makijaż jest zabiegiem, którego celem jest podkreślenie tego, co u danej osoby jest najpiękniejsze, a ukrycie tego czego pokazać się nie chce. Makijaż powinien być dopasowany do typu skóry, owalu twarzy, wieku, charakteru klienta, a także pory dnia i roku oraz okoliczności. Wykonuje się makijaże różnego rodzaju, m.in.: codzienne, okazjonalne, wieczorowe, ślubne, fotograficzne czy modowe.

Henna jest zabiegiem, dzięki której można dokonać korekty w przypadku dość jasnych brwi czy rzęs lub podczas zmiany koloru włosów, kiedy naturalny kolor okaże się zbyt kontrastowy. Celem zabiegu jest naniesienie odpowiedniego, indywidualnie dobranego, koloru na rzęsy lub brwi. Całości zabiegu dopełnia wymodelowanie brwi i rzęs.

Modelowanie brwi jest zabiegiem mającym na celu skorygowanie linii brwi i ich kształtu za pomocą usunięcia zbędnych włosów. Można zrobić to dwoma metodami: za pomocą depilacji woskiem lub przy użyciu pęsety.

Depilacja polega na usuwaniu owłosienia; można wyodrębnić zabiegi depilacji czasowej i trwałej. Do czasowej zalicza się techniki mechaniczne (depilacja woskiem, golenie, depilacja pastą cukrową, depilacja depilatorem, nitkowanie) i metody chemiczne (pianka, krem, żel). Do trwałej zalicza się depilację laserową, IPL'a i ELOS. Do najczęściej oferowanych depilacji zalicza się depilację woskiem. Polega ona na nakładaniu na skórę ciepłego, półpłynnego wosku, który odrywa się szybkim ruchem w przeciwną stronę do kierunku wzrostu włosów. Warunkiem skuteczności tej metody jest odpowiednia długość włosów – powinny mieć minimum 0,5 mm. Ten rodzaj depilacji pozwala na wyrwanie włosów wraz z cebulką – po zabiegu włosy odrastają wolniej i są słabsze. Stosujemy woski przeznaczone do skór bardzo wrażliwych, które nie powodują reakcji alergicznych. Efekt zabiegu depilacji utrzymuje się około 3-6 tygodni.

Przebijanie uszu polega na użyciu cichego aparatu z zachowaniem pełnej septyki, poprzez stosowanie jednorazowych akcesorii. W razie potrzeby stosowane jest miejscowe znieczulenie sprayem.

Mechaniczne oczyszczanie skóry ma najczęściej na celu przygotowanie jej do dalszych zabiegów, zwiększenie chłonności skóry na substancje aktywne i pobudzenie procesów regeneracyjnych. Metodę oczyszczania dobiera się w zależności od stanu skóry, celu wykonywania zabiegu, pory dnia lub roku i ewentualnie innych czynników zależnych od otoczenia mających wpływ na stan skóry. Pełny zabieg oczyszczania składa się z kilku etapów, a do każdego dobiera się odpowiedni preparat. W trakcie oczyszczania z powierzchni skóry usuwane są resztki wydzielin gruczołów skórnych (łój, pot), zrogowaciałe komórki naskórka oraz zanieczyszczenia w postaci brudu, pyłu, mikroorganizmów, resztek makijażu i innych kosmetyków.

Środki oczyszczające dzielą się na emulsje na bazie wody, preparaty na bazie oleju i peelingi. Zwykła ciepła woda wystarcza do usunięcia cząsteczek hydrofilowych, tj. rozpuszczalnych w wodzie. Należą do nich np. pot i rozpuszczalny w wodzie tusz do rzęs. Substancje lipofilowe, do których należą cienie, pomadki, łój skórny, są trudniejsze do usunięcia. Usuwa się je poprzez emulgowanie mieszaniną detergentu i wody lub adsorpcję olejkami i płatkami kosmetycznymi.

Do oczyszczania głębokiego wykorzystuje się bardziej agresywne metody, które usuwają również powierzchowne warstwy zrogowaciałego naskórka. Choć ich mechanizm działania oraz wskazania mogą się różnić, to cel aplikacji jest podobny – usunięcie powierzchownej warstwy naskórka. Grupa tych zabiegów określana jest nazwą peelingi, wśród których wyróżnia się:

peeling mechaniczny, tzw. *scrub* (ang. szorować, czyścić) to kosmetyk zawierający drobinki ścierające, które podczas masażu palcami lub specjalną szczotką zdzierają powierzchowną warstwę naskórka (odmianą tego peelingu jest dermabrazja i mikrodermabrazja, do wykonania których wykorzystuje się aparaty kosmetyczne),

peeling enzymatyczny – polega na stosowaniu enzymów trawiennych pochodzenia zwierzęcego (trypsyna, pepsyna) lub roślinnego (bromelaina, papaina),

peeling chemiczny – wykorzystuje substancje o silnym działaniu takie jak fenol, kwas salicylowy, kwas glikolowy, kwasy owocowe (AHA),

peeling fizyczny – do złuszczenia naskórka wykorzystuje lasery wysokoenergetyczne lub krioterapię, tj. ciekły azot.

Manicure to zabieg, któremu poddawane są paznokcie u rąk. Polega nie tylko na malowaniu, ale też na wyrównywaniu skórek i pielęgnowaniu płytki paznokci. Podstawowym rodzajem tego typu zabiegu jest tzw. manicure klasyczny. Poza nim wyróżnia się również m.in. manicure biologiczny, żelowy i hybrydowy.

Pedicureto zabieg pielęgnacyjny stup obejmujący zmycie lakieru, skrócenie, opiłowanie oraz oczyszczenie paznokci, a także usunięcie zgrubiałego naskórka z pięt. Pedicure zakończony jest masażem, ewentualnie polakierowaniem paznokci.

Masaż to zabieg oddziałujący na tkanki miękkie z wykorzystaniem specjalistycznych technik ucisku, wibracji, rozcierania i oklepywania. Głównym celem masażu jest spowodowanie zmian przepływu krwi w masowanej partii ciała, co następuje w wyniku wzrostu temperatury okolicznych tkanek i prowadzi do lokalnego rozszerzenia naczyń kapilarnych. Umożliwia to większy napływ krwi tętniczej do tkanek skórnej i mięśniowej, prowadząc do efektywniejszego odżywienia i wzmożonego dowozu tlenu do poszczególnych komórek. Poszczególne rodzaje masażu różnią się specyfiką wykonania, która uwzględnia różnorodność stosowanych technik, chwytów oraz czasu trwania i intensywności zabiegu. Najczęściej oferowane rodzaje masażu: klasyczny, sportowy, ajurwedyjski, gorącymi kamieniami, bańką chińską, stemplami, orientalny, limfatyczny, gorącą świecą, relaksacyjny, a także całościowy i częściowy – twarzy, głowy, stóp, szyi i dekoltu, pleców, nóg, dłoni.

Elementy planowania organizacyjnego, finansowego i marketingowego

W podejmowaniu każdej działalności gospodarczej i planowaniu strategicznym niezbędne jest staranne opracowanie dobrego planu biznesowego. Bez względu na to, czy pomaga on w dalszych działaniach, a w przypadku ubiegania się o kredyt, pożyczkę czy dotację – biznes plan może okazać się wręcz niezbędny.

Powinien on być napisany jasno, zwięźle, logicznie i realistycznie, a także uwzględniać czasowo-rzeczowy harmonogram działań. Musi również zawierać maksymalnie dokładne wyliczenia. Standardowe elementy biznesplanu mogą zawierać punkty:

- opis/prezentacja firmy, z uwzględnieniem ogólnego opisu specyfiki biznesu i rynku, lokalizacji firmy, misji, wizji i motta, oferty dla klienta pod kątem zaspokajania jego potrzeb, wizerunku i motywacji właściciela, sposobów oddziaływania na otoczenie – jako klucz do sukcesu i źródło przewagi konkurencyjnej,
- opis organizacyjny, uwzględniający statut lokalu – siedziby firmy, partnerów biznesowych, liczby i kwalifikacji pracowników, strukturę organizacyjną, systemy zarządzania,
- plan techniczny, opisujący rozmieszczenie poszczególnych pomieszczeń użytkowych, wydzielonych miejsc i stanowisk pracy, wyposażenie zakładu (urządzenia i przyrządy kosmetyczne i fryzjerskie, łóżka, fotele i krzesła służące wykonywaniu usług, sofy, fotele, krzesła, wieszaki, stoliki i rejestracja służące czekającym klientom, lustra, szafy, witryny, regały, a także ręczniki, szlafroki, kosmetyki, elementy stałe inne elementy wyposażenia – oświetleniowe, dekoracyjne, RTV, AGD, pozostałe wyposażenie socjalne i bhp),

- plan marketingowy, uwzględniający planowane do wykorzystania narzędzia, tj. ulotki, foldery-oferty, cenniki, kupony rabatowe, programy lojalnościowe, strony internetowe, okresowe kampanie reklamowe i działania wizerunkowe, galanteria reklamowa,
- opis działalności gospodarczej, uwzględniający cele do osiągnięcia, zarząd, formę prawną działalności, analizę konkurencji, segmentację rynku, lokowanie produktu, lokalizację i dostępność przedsięwzięcia biznesowego, dostawców, odbiorców, plan zatrudnienia,
- plan finansowy, uwzględniający sposoby i strukturę finansowania inwestycji, planowane koszty remontu, zakupu mebli i wyposażenia oraz związane z szeroko rozumianym marketingiem, a także cennik usług i analizę finansową, ewentualnie punkt równowagi, prognozę przepływów pieniężnych cash-flow i strukturę planowanych przychodów, rachunek zysków i strat, bilans,
- analiza mocnych i słabych stron przedsięwzięcia.

Dobry biznes wymaga zaangażowania kapitału, niezbędnego do przeprowadzenia celowego remontu i dostosowania lokalu do potrzeb klientów, zakupu niezbędnego wyposażenia, urządzeń, preparatów, innych składników koniecznych do świadczenia usług, a także środków potrzebnych na funkcjonowanie lokalu w dalszej perspektywie czasowej, związanych z kosztami stałymi i zmiennymi.

Poniżej przykładowy kosztorys przedsięwzięcia związanego z rozpoczęciem działalności (tabela 1).

Tabela 1. Orientacyjne nakłady związane z uruchomieniem zakładu fryzjersko-kosmetycznego z trzema stanowiskami fryzjerskimi, dwoma stanowiskami kosmetycznymi oraz pokojem zabiegowym SPA

Obszar	Element	Jednostka	Szacunkowe koszty (w złotych)
Dostosowanie lokalu	Projekt funkcjonalny – graficzny i opisowy	projekt	1500
	Ścianki działowe (wydzielenie stref)	materiały + realizacja	5000
	Dostosowanie instalacji elektrycznej, oświetleniowej i sanitarnej	materiały + realizacja	2500
	Powierzchnie ścienne	materiały + realizacja	3000

Obszar	Element	Jednostka	Szacunkowe koszty (w złotych)
Dostosowanie lokalu	Powierzchnie podłogowe	materiały + realizacja	4000
	Sanitariat/umywalki	materiały + realizacja	3000
	Razem: 19 000		
Wyposażenie – meble	Meble do poczekalni	komplet	2500
	Recepcja	1 sztuka	1500
	Fotele fryzjerskie z podnóżkami	3 sztuki	3000
	Myjnia fryzjerska	1 sztuka	1800
	Konsole fryzjerskie	3 sztuki	2100
	Pomocniki fryzjerskie	3 sztuki	1200
	Wieszaki na suszarkę	3 sztuki	300
	Wózek fryzjerski	1 sztuka	400
	Szafki-witryny na produkty	2 sztuki	1800
	Półki fryzjerskie	3 sztuki	750
	Komody zamykane	3 sztuki	1200
	Biurka kosmetyczne do manicure	2 sztuki	1000
	Krzesła – manicure	4 sztuki	800
	Taborety kosmetyczne	3 sztuki	600
	Fotele kosmetyczne do wizażu	2 sztuki	1500
	Fotel kosmetyczny – hydrauliczny	1 sztuka	1500
	Konsole kosmetyczne	2 sztuki	1400
	Pomocniki kosmetyczne	3 sztuki	1200
	Szafka kosmetyczna	1 sztuka	400
	Komody zamykane	2 sztuki	800

Obszar	Element	Jednostka	Szacunkowe koszty (w złotych)
Wyposażenie – meble	Szafa zamykana	1 sztuka	1000
	Podnózek do pedicure	1 sztuka	250
	Brodzik do pedicure	1 sztuka	300
	Stół do masażu	1 sztuka	1500
	Parawan przenośny składany modułowy	1 sztuka	800
	Szafy socjalne + stolik + krzesła + AGD i RTV	materiały + instalacja	4000
	Stoliki pomocnicze	6 sztuk	1200
	Razem: 35 800		
Wyposażenie – urządzenia i akcesoria	Suszarki fryzjerskie ręczne	4 sztuki	800
	Termoloki do włosów	2 sztuki	600
	Suszarka hełmowa	1 sztuka	400
	Nawilżacz/sauna do włosów	1 sztuka	600
	Infraczon/klimazon	1 sztuka	1800
	Prostownice	2 sztuki	700
	Lokówka	1 sztuka	200
	Nożyczki fryzjerskie	12 sztuk	500
	Lusterka ręczne	4 sztuki	100
	Grzebienie/szczotki fryzjerskie	4 zestawy	200
	Maszynki do strzyżenia	4 sztuki	600
	Pędzle/karkówki fryzjerskie	4 zestawy	400
	Czepki do wyciągania pasemek	4 sztuki	80

Obszar	Element	Jednostka	Szacunkowe koszty (w złotych)
Wyposażenie – urządzenia i akcesoria	Peleryny fryzjerskie + dziecięca	6 sztuk	300
	Peleryna szyjowa	5 sztuk	250
	Kołnierz ochronny na magnez	5 sztuk	150
	Przyborniki/kabura na narzędzia	3 sztuki	180
	Stojaki na przybory fryzjerskie i kosmetyczne	5 sztuk	200
	Spryskiwacze fryzjerskie	5 sztuk	75
	Waga fryzjerska	1 sztuka	100
	Głowa treningowa do stylizacji fryzur	1 sztuka	200
	Rynienki do trwałej ondulacji	2 sztuk	100
	Miseczki/shekery do farb	3 sztuki	90
	Zestawy do farbowania włosów	3 sztuki	90
	Akcesoria do henny	zestaw	200
	Frezarki do manicure i pedicure	3 zestawy	1500
	Kufierki kosmetyczne	3 sztuki	300
	Nożyczki do manicure	2 sztuki	20
	Zestawy do paznokci	2 kpl.	400
	Miseczka do manicure	2 sztuki	20
	Cążki do skórek	3 sztuki	60
	Lampa biurkowa	2 sztuki	200
	Podgrzewacz wosku	1 sztuka	150
	Zestaw do depilacji	1 kpl.	200

Obszar	Element	Jednostka	Szacunkowe koszty (w złotych)
Wyposażenie – urządzenia i akcesoria	Parafiniarka	1 kpl.	150
	Kombajn kosmetyczny 27w1	1 kpl.	6000
	Wapozon z lupą i lampą	1 kpl.	600
	Urządzenie do mikrodermabrazji /głowica ciepło-zimno / ultrasonoforezy	1 pkl.	1400
	Skin skruber: peeling, galwanizacja, sonoforeza, jonoforeza	1 kpl.	800
	Podgrzewacz + kamienie do masażu	1 kpl.	600
	Akcesoria stołu do masażu	1 kpl.	200
	Bańki chińskie	1 kpl.	50
	Stemple do masażu	1 kpl.	50
	Świece do masażu	1 zestaw	150
	Zestaw do masażu bambusem	1 zestaw	300
	Stylizator	1 sztuka	500
	Razem: 23 100		
Odzież i środki higieniczne	Odzież kosmetyczna (tunika+spodnie z logo)	6 kpl.	1200
	Kłapki jednorazowe	100 kpl.	200
	Zestawy do pedicure	20 kpl.	200
	Jednorazowe separatory	100 kpl.	120
	Rękawiczki jednorazowe 100 szt.	10 kpl.	120
	Ręczniki frotte/mikrofibra	6 kpl.	600
	Szlafroki frotte	3 sztuki	450
	Prześcieradła frotte	3 sztuki	120
	Prześcieradła jednorazowe 10 szt.	10 kpl.	100
	Opaski frotte	3 sztuki	30

Obszar	Element	Jednostka	Szacunkowe koszty (w złotych)
Odzież i środki higieniczne	Ręczniki jednorazowe kozetkowe 120m	2 kpl.	300
	Peleryny jednorazowe kosmetyczne 100szt.	10 kpl.	500
	Czepki jednorazowe 100 szt.	10 kpl.	300
	Folie/papierki do koloryzacji włosów 100 szt.	10 kpl.	300
	Kołnierzyki jednorazowe 100 szt.	10 kpl.	250
	Aksesoria utrzymania czystości	2 kpl.	300
	Razem: 4900		
Preparaty + kosmetyki	Zapotrzebowanie orientacyjne		2000
Elementy wystroju	Kompozycje kwiatowe, obrazy, wazony, bibeloty, inne		1000
Kasa fiskalna			1200
ŁĄCZNIE: 87 000 PLN			

Opracowanie własne.

Źródła finansowania inwestycji może być wiele, w tym m.in. środki własne, kredyt lub pożyczka bankowa, dotacja (np. z Unii Europejskiej¹¹ czy Powiatowego Urzędu Pracy¹²), a także preferencyjna pożyczka, np. w ramach programu rządowego „Wsparcie w starcie”¹³.

Do powyższych nakładów, w momencie uruchomienia działalności gospodarczej, dochodzą także koszty stałe i zmienne związane z wynajmem lokalu, opłatami za media, zatrudnieniem pracowników, usługami obcymi, tj. obsługa księgową, działania reklamowe i wizerunkowe, a także koszty prowadzenia działalności gospodarczej przez właściciela.

Koszt założenia firmy przez osobę fizyczną wynosi maksymalnie 170 złotych i związany jest on z opłatą w Urzędzie Skarbowym, jeśli zostaje się płatni-

¹¹ W perspektywie finansowej na lata 2014-2020 w obszarze przedsiębiorczości istnieje Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój (finansowany z Europejskiego Funduszu Społecznego) wspierający następujące obszary: zatrudnienie i mobilność pracowników, włączenie społeczne i walkę z ubóstwem, inwestowanie w edukację, umiejętności i uczenie się przez całe życie, wzmocnienie sprawności i efektywności państwa.

¹² Za pośrednictwem PUP można uzyskać dofinansowanie na rozpoczęcie działalności gospodarczej, a także tworzenie nowych miejsc pracy – zatrudnianie pracowników.

¹³ Por. www.wsparciewstarcie.bgk.pl [dostęp: 20 stycznia 2015 r.].

kiem VAT. Regularne koszty generuje przede wszystkim Zakład Ubezpieczeń Społecznych. Jeśli jest się zatrudnionym, a rozpoczyna się działalność gospodarczą, to należy wówczas opłacić w ZUS-ie jedynie ubezpieczenie zdrowotne w wysokości około 270 złotych miesięcznie. Natomiast jeśli firma jest jedynym źródłem utrzymania, do ZUS-uodprowadza się kwotę około 1040 zł każdego miesiąca. Jeśli jest to pierwsza firma lub nie prowadziło się własnej działalności przez ostatnie pięć lat, to przez całe dwa lata korzysta się z preferencyjnej stawki ubezpieczeń społecznych – około 450 złotych miesięcznie. Warto tutaj zwrócić uwagę na to, że składki ubezpieczeniowe zmniejszają podatek dochodowy, bowiem zalicza się je również do kosztów prowadzenia działalności. W praktyce oznacza to, że przy preferencyjnej stawce, przez dwa pierwsze lata koszty ZUS wynoszą nie 450, ale jedynie około 170 złotych na miesiąc, gdyż o resztę wysokości składki pomniejszony zostaje podatek dochodowy.

W przypadku świadczenia usług fryzjerskich i kosmetycznych, można korzystać z czterech form opodatkowania prowadzenia działalności gospodarczej¹⁴:

- ryczałt od przychodów ewidencjonowanych, który przewiduje opodatkowanie usług na poziomie 8,5% oraz sprzedaży – 3% (opłaca się tam, gdzie działalność generuje stosunkowo niewielkie koszty, a marża firmy jest duża – np. w przypadku zakładu, w którym pracuje tylko jedna osoba); pozwala także na odliczenie strat z lat ubiegłych, jednak równocześnie ryczałt płaci się od przychodów bez względu na wielkość ponoszonych kosztów,
- na zasadach ogólnych według skali podatkowej 18% lub 32% – korzystny przy wysokich obrotach ale niskich dochodach (wysokie koszty), stwarza możliwość odliczenia **od dochodu rozmaitych wydatków**, związanych zarówno z kosztowym uruchomieniem działalności, ale także na przykład z eksploatacją samochodu firmowego, wykorzystywaniem telefonu komórkowego, kupnem różnych sprzętów i narzędzi (komputery, oprogramowanie, aparaty fotograficzne); wydatki obciążają przychody, przez co zmniejsza się kwota podatku dochodowego; w przypadku straty nie płaci się w ogóle podatku,
- podatek liniowy (19%) – korzystny przy wysokich dochodach; jednolita stawka podatku, bez względu na poziom dochodów, istnieje także prawo wpłacania zaliczek na podatek w formie uproszczonej oraz możliwość odliczania strat z lat ubiegłych,
- karta podatkowa – stawka podatku corocznie indywidualnie ustalana przez właściwy urząd skarbowy według rodzaju prowadzonej działal-

¹⁴ Por. Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. 1994, nr 121, poz. 591 z późn. zm.).

ności, liczby zatrudnionych osób (firmy kosmetyczne i fryzjerskie – tylko zatrudniające do pięciu osób) oraz wielkości miejscowości w której świadczy się usługi; podatek płacony jest co miesiąc w tej samej wysokości bez względu na wielkość obrotu, kartę pomniejsza się o zapłaconą składkę na ubezpieczenie zdrowotne; jednocześnie podatek płaci się zawsze, bez względu na wynik finansowy firmy.

Prowadzenie biznesu wiąże się również z regularnie ponoszonymi kosztami usług obcych, w tym prowadzeniem księgowości w zewnętrznych biurach rachunkowo-księgowych – wynoszą minimum 100-200 złotych miesięcznie.

Regularne wydatki towarzyszą również użytkowaniu lokalu, w tym eksploatacji obiektu (czynsz), mediom: woda, kanalizacja, energia elektryczna, centralne ogrzewanie, wywóz nieczystości, telefon, materiały eksploatacyjne (w tym preparaty, surowce, materiały jednorazowe), sprząatanie firmy, pranie odzieży pracowniczej i materiałów wielorazowych, ewentualne koszty sterylizacji narzędzi. Nie należy również zapominać o kosztach związanych z ubezpieczeniem lokalu, majątku oraz pracowników. To kwota mogąca dochodzić, w zależności od różnych uwarunkowań rynkowych, w tym wielkości lokalu, jego lokalizacji i usytuowania, od jednego do kilku tysięcy złotych miesięcznie.

Konieczne jest przewidzenie budżetu związanego z działaniami marketingowymi, tj. stworzenie strony internetowej i jej administrowanie, zaprojektowanie logotypu, wykonanie szyldu, wizualizacji graficznej zewnętrznej i wewnętrznej lokalu, wizytówek, cenników, folderów, innych materiałów drukowanych, kampanii reklamowych i PR w mediach, różnorodne działania indoorowe i outdoorowe. Nie sposób w tym miejscu wskazać choćby szacunkowych wartości, które mogą być wydatkowane na ten cel. Wstępne wydatki związane z otwarciem zakładu, w zależności od wykorzystanych narzędzi, mogą wynieść od kilkuset do kilku tysięcy złotych. Natomiast to, jak będą wyglądały koszty związane z zarządzaniem marketingowym w dalszej perspektywie czasowej – zależy przede wszystkim od właściciela – menedżera zakładu, tzn. jego kreatywności, świadomości, wiedzy i determinacji.

Przy podejmowaniu decyzji menedżerskich warto również uwzględnić wiedzę na temat składników majątkowych firmy, tzn. co stanowi majątek trwały, a co obrotowy. Zgodnie z zasadami rachunkowości środkami trwałymi są rzeczowe aktywa trwałe i zrównane z nimi, o przewidywanym okresie ekonomicznej użyteczności dłuższym niż rok, kompletne, zdatne do użytku i przeznaczone na potrzeby jednostki; one podlegają amortyzacji. Majątek trwały jednostki należy dzielić według jego wartości początkowej. Choć prawdą jest, że również składniki majątku o niskiej wartości początkowej można zaliczać do środków trwałych – to regułą jest rozliczanie odpisów amortyzacyjnych dopiero od tych

składników majątku, których wartość przekracza 3500 złotych. Cechą charakterystyczną majątku trwałego jest:

- wykorzystywanie go dla celów prowadzonej działalności, gdzie nie służy on bezpośrednio działalności operacyjnej,
- nie podlega on zbyciu jako towar lub wykorzystaniu jako materiał podstawowy lub pomocniczy,
- może służyć pośrednio działalności operacyjnej – czyli być wykorzystywany w celu prowadzenia sprzedaży, świadczeniu usług itp.,
- wykorzystywanie go trwa dłużej niż dwanaście miesięcy.

Majątek trwały, który jednostka wykorzystuje w ramach działalności, a który ze względu na niską wartość nie jest zaliczany do środków trwałych (podatnik zdecyduje o niezaliczeniu go do środków trwałych), stanowi wyposażenie przedsiębiorstwa. Podatnik może, choć nie musi majątek o wartości początkowej niższej lub równej 3500 złotych uznać za środek trwały lub za wyposażenie. Decyzja spowoduje różnice w metodzie rozliczania kosztów i ujęcia majątku w ewidencjach. Majątek użytkowany przez okres nie dłuższy niż 12 miesięcy nie stanowi środka trwałego, a w konsekwencji – nie musi być amortyzowany nawet przy wysokiej wartości takiego majątku.

Majątek obrotowy, obok majątku trwałego, jest składnikiem majątku firmy. Składniki majątku obrotowego obejmują te składniki majątku firmy, które w procesie gospodarczym mogą zmieniać postać na pieniężną, a okres ich użytkowania nie przekracza roku. Zalicza się do niego więc m.in. preparaty i kosmetyki służące świadczeniu usług oraz zbyciu, a także inne materiały składające się na usługi kosmetyczne i fryzjerskie.

Bardzo istotnym zagadnieniem jest kwestia pracowników, ich kwalifikacji w momencie zatrudnienia i pożądanego dla firmy kierunku rozwojowego. Przedstawiona powyżej koncepcja zakłada trzy stanowiska fryzjerskie. W tym zakresie wydaje się niezbędna uniwersalna i kompleksowa wiedza z zakresu fryzjerstwa każdego z zatrudnionych pracowników. W przypadku stanowisk kosmetycznych możliwy jest podział pracy: dwa stanowiska ogólnie kosmetyczne znajdujące się w sali ogólnej (w tym do makijażu i nie wymagających ingerencji urządzeń kosmetycznych zabiegów pielęgnacyjnych) oraz stanowisko związane z obsługą urządzeń elektrycznych w pokoju zabiegowym. Istnieją także dwa stanowiska do manicure, jedno do pedicure, a także stanowisko masażu. Optymalna docelowa liczba zatrudnionych na stanowiskach kosmetyczek w omawianym przykładzie wynosi trzy osoby z kwalifikacjami wizażysty. Poszczególne osoby powinny być także dodatkowo specjalizowane pod kątem udziału w kursach: jedna – w zakresie makijażu i zabiegów skierowanych na twarz, szyję i dekolty, druga – obsługi urządzeń znajdujących się w gabinecie zabiegowym i masażu,

trzecia – manicure i pedicure, a także prowadzenia recepcji i rejestracji klientów. Idealnie byłoby, gdyby wszystkie kosmetyczki miały możliwość rotowania na poszczególnych stanowiskach pracy. Jedna z osób celowo powinna pełnić funkcję menedżera zakładu.

Wynagrodzenie pracowników powinno się składać z części stałej, a także części zmiennej – prowizyjnej, powiązanej bezpośrednio z wykonywanymi przez poszczególne osoby zabiegami i cenami tych zabiegów, a także sprzedażą produktów kosmetycznych. Dodatkowo, menedżer powinien dysponować funduszem nagród czy premii, okresowo przydzielanych indywidualnie pracownikom, ale również nagród lub premii grupowych.

Z punktu widzenia bieżącej kontroli biznesu, celowe jest przeprowadzenie różnorodnych analiz, w tym również także wyliczenie tzw. punktu równowagi, czyli punktu w którym koszty całkowite funkcjonowania zakładu (stałe i zmienne) zostają zrównoważone przez przychody. Uwzględnia się tutaj np. miesięczną liczbę klientów, średnią cenę usługi świadczonej dla statystycznego klienta, strukturę poszczególnych składników przychodów, koszty zmienne przypadające średnio na klienta, marże poszczególnych usług, zmianę stosunku kosztów stałych przypadających na jednego klienta.

Uwagi końcowe

W Polsce jest ponad pięćdziesiąt tysięcy zakładów fryzjerskich i ponad dziesięć tysięcy zakładów kosmetycznych. Polacy statystycznie wydają w nich średnio kilka do kilkunastu złotych miesięcznie. To spory rynek determinowany m.in. tym, że wraz z postępem technologicznym w naszym kraju wzmaga się pogoń za zachodnimi trendami, takimi jak zdrowy styl życia i troska o swój wygląd. Dotyczy to nie tylko kobiet, ale również w coraz większym stopniu mężczyzn. Popyt na usługi związane ze zdrowiem, estetyką, schludnym wyglądem i urodą z pewnością wzrasta, jednak równocześnie duża jest tutaj konkurencja.

Największe nasycenie salonów kosmetycznych i fryzjerskich jest w Warszawie, gdzie na jednego usługodawcę przypada niewiele ponad 300 mieszkańców. Kolejne miejsca zajmują Kraków – ze wskaźnikiem ponad 800 osób na salon i Łódź, gdzie jeden salon hipotetycznie ma do obsłużenia blisko 800 osób. Kraków jest na drugim miejscu co do liczby salonów fryzjersko-kosmetycznych, ale na jeden punkt usługowy przypada niemalże trzy razy więcej potencjalnych klientów, niż w Warszawie. Podobna prawidłowość zachodzi m.in. w Gdańsku i Katowicach.

W omawianej branży działalność opiera się na indywidualnej kreatywności i energii właścicieli, chociaż istnieją tutaj również sieci franczyzowe; nie stanowią one jednak w przypadku zakładów kosmetycznych czy fryzjerskich dominującego gracza na rynku.

Klientami zakładów fryzjerskich są wszyscy. W przypadku salonów kosmetycznych, dotychczas ich klientami są przede wszystkim kobiety, w dodatku istotną kwestię stanowi tutaj status materialny.

Dlatego w przypadku rozpoczynania biznesu w tych branżach, przed podjęciem jakiegokolwiek inwestycji, należy przeprowadzić wnikliwe badanie rynku, które powinno służyć m.in. wybraniu jak najlepszej lokalizacji. Powinno się przeanalizowanie celowości np. uruchomienia kolejnego zakładu fryzjerskiego czy kosmetycznego, kiedy w promieniu kilometra są już trzy inne walczące ze sobą o klienta. Centrum miasta również nie zawsze jest gwarantem sukcesu i najlepszym miejscem na tego typu biznes. Możliwe, że otworzenie gabinetu kosmetycznego na peryferiach, z wieloma domami jednorodzinnymi, bądź w okolicy nowopowstałych osiedli może okazać się strzałem w dziesiątkę. Należy zwrócić uwagę na to, że lokalizacja nie ma podstawowego znaczenia w tej branży, gdy zakład wyrobi sobie markę. Regułą jest, że do dobrego fryzjera czy kosmetyczki, klient jest w stanie jechać przez pół miasta, a nawet zapłacić kilkakrotnie więcej za usługę. W tej branży bardzo dużego znaczenia nabiera renowacja, opinia klientów. Dlatego z punktu widzenia przedsiębiorcy, warto zatrudnić wysoce wykwalifikowanych i doświadczonych pracowników. Chyba w żadnej innej branży opinia na temat danego zakładu nie rozchodzi się tak szybko. Źle obsłużona klientka, może skutecznie odstraszyć innych od skorzystania z proponowanych przez dany salon usług – szczególnie w dobie Internetu. Posiadanie unikalnej oferty – proponowanie zabiegów, których nie ma w innych gabinetach ma zasadniczy wpływ na atrakcyjność salonu. Również działania promocyjne stają się bardzo ważne, bowiem nie wystarczy poinformować klientów o nowopowstałym salonie oraz jego ofercie. Muszą oni na bieżąco otrzymywać informacje o aktualnych promocjach, nowościach i ofertach specjalnych, koniecznością w dzisiejszych czasach jest także profesjonalna strona internetowa, obecność w mediach społecznościowych czy wpisy w katalogach branżowych.

Uruchomienie średniej wielkości zakładu to koszt rzędu co najmniej kilkudziesięciu tysięcy złotych. Jednak istnieje możliwość, aby budżet zamknąć w kwocie nawet 10 tysięcy złotych. Wtedy jednak, wyłącznie jednoosobowy zakład będzie przyjmował zdecydowane minimum klientów. Warto przed uruchomieniem działalności gospodarczej uwzględnić powyżej wyartykułowane oraz inne uwarunkowania.

THE BASICS OF MANAGING YOUR OWN BUSINESS ON THE EXAMPLE OF SETTING UP A COSMETIC SALON-HAIR SALON

Summary: The purpose of this article is to present, in the form of a case study, the selected items of management, important for new created enterprise functioning in hairdressing and cosmetic industry. In this article, was assumed certain assumptions about the area and scope of the services provided, and then, the business plan was adapted to them.

Key words: management, business, enterprise.

Translated by Piotr Lenik