****

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

КАФЕДРА «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»

**Методическое пособие**

по дисциплине «Технологии ногтевого сервиса» для бакалавров направления подготовки 430301 «Сервис» профиль «Сервис индустрии моды и красоты»

Ростов-на-Дону

2022 г.

Составители: к.э.н., доцент Зайнуллина Т.Г.

Методическое пособие по дисциплине «Технологии ногтевого сервиса» ДГТУ, г. Ростов-на-Дону, 2022 г.

В методическом пособии приводится краткое изложение основных тем занятий, контрольные вопросы для самостоятельного изучения бакалаврами направления подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль «Сервис индустрии моды и красоты», а также вопросы для проведения промежуточной аттестации.

Предназначено для обучающихся очной и заочной форм обучения направления подготовки 43.03.01 «Сервис», профиль «Сервис индустрии моды и красоты».

Ответственный за выпуск:

зав. кафедрой (руководитель структурного подразделения, ответственного за реализацию ОПОП) Казьмина Л.Н.

Ф.И.О.

 Издательский центр ДГТУ, 2022г.

**Содержание**

[Тема 1. Услуги предприятий индустрии моды и красоты 4](#_Toc71640887)

[Тема 2. Особенности предоставления услуг в салонах красоты 6](#_Toc71640888)

[Тема 3. Требования к услугам салонов красоты 7](#_Toc71640889)

[Тема 4. История и общие тенденции развития ногтевого сервиса 9](#_Toc71640890)

[Тема 5. Функции мастера ногтевого сервиса 13](#_Toc71640891)

[Тема 5. Составляющие безопасной работы мастера ногтевого сервиса 14](#_Toc71640892)

[Тема 6. Маникюр 16](#_Toc71640893)

[Тема 7. Педикюр 18](#_Toc71640894)

[Вопросы к зачету по дисциплине «Технологии ногтевого сервиса» 18](#_Toc71640895)

[Список использованных источников 19](#_Toc71640896)

# **Тема 1. Услуги предприятий индустрии моды и красоты**

Рынок услуг индустрии красоты в России имеет свои особенности. С одной стороны, он динамично развивается и по разнообразию и видовому составу услуг не отличается от западных стран. С другой нацеленность на быструю прибыль, отсутствие длительных перспектив развития организаций сферы услуг, значительно влияют на их качество.

Основные виды услуг индустрии красоты можно разделить на несколько групп:

* имиджевые услуги (парикмахерские услуги, ногтевой сервис, услуги визажа, боди-арт);
* массаж и SPA (различные виды массажа: тайский массаж; массаж Шиацу; массаж при помощи нагретых камней; аромамассаж и др.; SPA -услуги представляют собой комплекс процедур релаксирующего и оздоровительного характера);
* эпиляция (биоэпиляция; фотоэпиляция, электроэпиляция, лазерная эпиляция, ЭЛОС-эпиляция);
* косметологические услуги (комплексного ухода за кожей лица; пилинг; введения инъекций ботокса, диспорта, рестилайна и других, указанных в Государственном реестре лекарственных средств; инвазивных процедур: пирсинга, перманентного татуажа; услуг солярия и др.).

Различные виды услуг салона красоты составляют группу ОКВЭД-93.02, подразумевающий предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты. Эта группа состоит из:

* мытья волос, подравнивания и стрижки, укладки, окрашивания, подкрашивания, завивки, распрямления волос и аналогичных работ, выполняемых как для женщин, так и для мужчин, включая бритьё и подравнивание бород;
* косметического массажа лица, маникюра, педикюра, макияжа и т.п.

В качестве дополнительных видов деятельности ОКВЭД93.04, посвящен услугам физкультурно-оздоровительной деятельности. В эту группировку включены все виды деятельности, направленные на улучшение физического состояния человека, обеспечение комфорта. К примеру, яркими представителями группы будут турецкие бани, сауны и парные бани, солярии, курорты на минеральных источниках, салоны для снижения веса, массажные кабинеты, центры физической культуры и т.п.

Условно виды услуг салона красоты классифицируются на две группы: эстетической направленности; медицинской направленности.

Принадлежность видов услуг салона красоты к одной из названых групп является основным критерием в вопросе необходимости приобретения медицинской лицензии на их осуществление. Государственными санитарно-эпидемиологическими правилами и нормативами утверждён перечень услуг, для осуществления которых не требуется лицензия. Это виды услуг салона красоты гигиенической, декоративной и эстетической направленности, к которым относят: стрижку, укладку, окраску, химическую завивку и прочие услуги, относящиеся к уходу за волосами; окраску бровей и ресниц, гигиеническую чистку лица, визаж, нанесение масок и прочие косметические услуги; массажи лица и шеи; услуги маникюра, педикюра.

Таким образом, чтобы оказывать эстетические услуги, получать лицензию не нужно. Но оказывать медицинские услуги без специальной лицензии нельзя. Это регламентировано в статье 17 Федерального закона от 4 мая 2011 г. № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» .

Салоны красоты условно можно разделить на несколько категорий:

* эконом-класс (как правило, предоставляют только основной спектр услуг за небольшие деньги);
* бизнес-класс (спектр услуг расширенный, используются профессиональные средства);
* премиум-класс (в таких салонах красоты работают не только парикмахеры и мастера ногтевого сервиса, но и косметологи);
* VIP-класс (здесь к обязательным и распространенным услугам добавлены такие услуги как массаж, SPA, услуги профессионального стилиста и т.д.).

Салоны эконом-класса специализируются на оказании малозатратных и, как правило, традиционных услуг. Это окрашивание, стрижка (подравнивание челки или несложная стрижка). Кроме того, в таких салонах есть и дополнительные услуги – маникюр и педикюр. В салонах работают, как правило, начинающие: студенты или мастера с небольшим стажем работы. Следует заметить, что цены в салонах эконом-класса соответствующие – среди всех категорий салонов данная остается самой дешевой. Интерьер в таких салонах самый обычный, без излишеств. Как правило, они пользуются спросом среди малообеспеченных людей, особенно среди пенсионеров и студентов.

В салонах бизнес-класса более широкий перечень услуг с преобладанием профессиональной косметики для волос. Также в салонах данного уровня оказываются дополнительные услуги в сфере ногтевого сервиса: наращивание ногтей и нанесение художественного рисунка.

По сравнению с обычной парикмахерской такой салон предлагает расширенный перечень услуг, куда входят, кроме стрижки и окрашивания, маникюр, педикюр, услуги косметического кабинета и солярия. В подобных заведениях работает более квалифицированный персонал. Там можно получить консультацию мастера, который хорошо ориентируется в модных тенденциях.

В салонах премиум-класса предоставляются эксклюзивные услуги – по уходу за волосами, кожей тела и лица, а также SPA-процедуры, ароматерапия, массаж всех видов (антицеллюлитный, расслабляющий, корректирующий и т. д.). Следует заметить, что все предоставляемые услуги оказывают высококлассные мастера. «Изюминка» салонов премиум-класса – предоставление услуг стилиста.

Отличительный признак салонов высшего класса – эксклюзивные услуги. Клиенты зачастую приходят сюда не только за прической, но и за настроением. Как правило, все салоны класса «люкс» авторские, т. е. работают под руководством и маркой известного парикмахера-стилиста, часто призера международных конкурсов и чемпионатов.

Самовольно присваивать себе категории, такие как «эконом», «бизнес», «VIP», «люкс» салоны, никто не имеет права. ГОСТ 32610-2014 «Услуги бытовые. Классификация организаций», которые выделяют целый ряд показателей, по которым организациям сферы услуг может быть присвоена та или иная категория.

# **Тема 2. Особенности предоставления услуг в салонах красоты**

Сервис – это перечень услуг, предлагаемых компанией клиентам. Качество сервиса лежит в основе конкурентоспособности компании, поэтому нельзя недооценивать этот параметр.

Салон красоты, ставший бизнес-единицей в Америке в начале ХХ века, изначально занимался обслуживанием мужчин и женщин и оказывал разнообразные, в частности парикмахерские услуги. В отличие от старомодных «Парикмахерских» салоны красоты предоставляют более широкий спектр услуг: маникюр, педикюр, эпиляции, депиляции, солярий, окрашивание волос, завивки и лечение волос, татуаж и множество разнообразных услуг из серии SPA (процедуры с использованием различной формы воды и возможной целебных растений для улучшения кожи человека и релаксации).

Сегодня рынок салонов красоты имеет 5 сегментов: социальный, эконом, премиум, супер-премиум и класс люкс. Сервис в салоне красоты может стать как причиной привлечения новой клиентской базы, так и оттока клиентов. Если салон красоты заявляет высокую планку уровня обслуживания – премиум, суперпремиум или люкс – то работники этого салона должны отличаться безупречным уровнем мастерства и деловыми качествами. Несоответствие может стать причиной ухода клиентов.

Именно манера поведения и общения сотрудников является решающим фактором в оценке работы салона красоты. Чем выше уровень сервиса, тем больше вероятность того, что посетитель вернется повторно. Профессионализм и хороший уровень сервиса в салоне красоты – это то, что позволяет быть достойным соперником в конкурентной борьбе. Часто именно сервис в салоне красоты – его высокий уровень – отличает салон красоты от прочих с таким же перечнем услуг.

На сегодняшний момент большинство салонов предлагает приблизительно одни и те же услуги в одной и той же ценовой категории. Сервис в салоне красоты – это тот параметр, который дает возможность отличать их друг от друга. Стабильное качество сервиса, которое отвечает плану салона и его классу, можно назвать основным конкурентным преимуществом. Если сервис салона красоты будет предусматривать разработку и введение стандартов обслуживания клиентов, то в итоге будет сформирован высокий уровень сервиса.

Стандарты непременно должны отражать:

* момент встречи клиента и его записи на услугу;
* алгоритмы оказания услуг;
* момент завершения обслуживания и процедуру расчета с клиентом;
* способы и схемы получения обратной связи от клиента;
* процесс осуществления записи на повторную услугу.

**Контрольные вопросы по теме для самоконтроля**

1. Какие услуги салонов красоты вы знаете

2. В каких основных областях могут развиваться новые услуги

3. Какие типы салонов красоты существуют и чем они отличаются?

4. Какой тип салона красоты кажется вам наиболее перспективным с точки зрения обеспечения качества и почему?

# **Тема 3. Требования к услугам салонов красоты**

Услуги в салонах красоты обязуются отвечать некоторым требованиям, общепринятым для всех организаций, оказывающих данные услуги.

Необходимыми требованиями являются:

* хорошая подготовка и квалификация специалистов;
* эффективность и безопасность предоставляемых процедур;
* высокое качество оказания услуги и др.

На сегодняшний день салоны красоты классифицируются по выполняемым функциям, типам, местонахождению предприятия, характеру обслуживаемого контингента, и т.д. В салоны приходят люди, чтобы сделать стрижку на важные события, такие как свадьбу, день рождения, юбилей или просто привести себя в благоприятный и порядочный внешний вид. Приятно встретить, качественно и вежливо обслужить, создать максимально благоприятные условия для клиента – это первоначальная задача работников салона красоты. Сегодня на рынке не так уж и много специализированных салонов, которые предлагают не только косметологические или парикмахерские услуги. Владельцы вновь открывающихся предприятий стараются разрабатывать и включать как можно больше новых услуг. При этом часто не учитывается одна особенность потребителя услуг салонов красоты: люди чаще всего идут не в конкретный салон, а к конкретному мастеру. Связано это в первую очередь с тем, что мастер своей качественной и добросовестной работой завоевывает к себе доверие клиента, и человек уже не сомневается в его профессионализме, убеждаясь на собственном примере, постоянно пользуясь услугами этого мастера. Как и любой другой трудовой деятельности, обслуживанию в салоне красоты свойственны определенные принципы организации:

* более полное удовлетворение платежеспособного спроса населения на услуги;
* максимальная доступность услуг к потребителю;
* повышенное внимание к индивидуальным потребностям, вкусам и предпочтениям клиента;
* создание наиболее комфортных условий для клиента в процессе пользования услугами; доведение услуг до потребителя с наименьшими затратами.

Процесс облуживания – поэтапно протекающая во времени смена стадий доведения услуги до потребителя. Этот процесс должен быть наиболее рациональным, проходить с минимальной тратой времени для осуществления всех ступеней доведения услуги до самого потребителя. Главное значение в предприятиях типа салонов красоты, уделяется форме обслуживания. Форма обслуживания – это способ доведения услуги до потребителя, который позволяет организовать и регулировать взаимоотношения между предприятием бытового обслуживания и клиентом (заказчиком) в процессе выполнения самого заказа. Предприятиям данной сферы необходимо учитывать тот факт, что прогрессивная форма обслуживания является более предпочтительной для потребителей различных видов услуг.

Преимуществами прогрессивных форм обслуживания являются:

* экономия времени заказчика на получение услуги удобство и комфорт при пользовании услугами;
* увеличение прибыли от предоставления услуг.

Это значит, что прогрессивная форма обслуживания должна быть равнозначно выгодна и клиенту, и предприятию, которое оказывает данные услуги. Лишь в этом случае она будет пользоваться наибольшим спросом, и иметь положительные шаги развития. По уровню возрастания благо состоятельных людей, возрастают и их потребности, в пользовании различными услугами и в том числе бытовыми. С ростом и совершенствованием бытовых потребностей населения все больше увеличивается, и становиться разнообразным спрос на услуги предприятий. В последние годы в сфере бытового обслуживания населения появляются предприятия, которые объединяют услуги, оказываемые традиционно либо парикмахерскими, либо косметическими кабинетами – салоны красоты.

**Контрольные вопросы по теме для самоконтроля**

1. Что является ключевыми фактором при выборе салона красоты клиентами?

2. Учет каких факторов предусматривает анализ деятельности салонов красоты?

3. Что дает салону красоты применение различных форм обслуживания и их сочетаний?

4. Что включает в себя прогрессивная форма обслуживания и как это отражается на качестве обслуживания, поясните?

5. В чем состоит разница между формами обслуживания в индустрии красоты и других сервисных предприятий?

# **Тема 4. История и общие тенденции развития ногтевого сервиса**

История развития средств и способов по уходу за ногтями насчитывает сотни и даже тысячи лет. Еще в Древнем Мире уход за ногтями был явлением повседневным, являясь, в том числе, и обозначением классовых различий.

Однако предвестниками создания ногтевого сервиса как таковой можно считать создателей первых лаков для ногтей, в масштабе их промышленного производства.

В 1932 году компанией Revlon (создана в том же году братьями Джозефом и Чарльзом Ревзонами и Чарльзом Лэшманом) выпускается первая эмаль для ногтей, формулу которой изобрёл химик Чарльз Лэшман. Наряду с этим в 30-е годы на голливудских холмах рождается технология искусственных ногтей, сделанных из обрезков киноплёнки. В таком качестве её использовала личный визажист Греты Гарбо Сессиль Холланд, приклеивая плёнку на клей, используемый при киномонтаже. Но век таких ногтей был слишком мал (несколько часов), хотя и приобрёл немало поклонниц в голливудских салонах.

К середине 30-х годов на смену плёночным ногтям пришли ногти, сделанные из бумаги или льняного полотна и приклеиваемые на лак Revlon.

Такой вариант предложила предприимчивая эмигрантка из Франции

Джульетт Марлен, в число клиенток которой входили настоящие трендсеттеры того времени — кинодивы Мэри Пикфорд, Марлен Дитрих, Бетти Дэвис. Такая технология практически в первозданном виде просуществовала до 70-х годов, когда её усовершенствовали заменой бумаги на шёлк, а лака для ногтей на клей, и стали продавать в виде набора под названием «Ногти Джульетт».

Также благодаря киноиндустрии, а точнее, желанию видеть на экранах более эффектные ногти актрис, мы имеем сегодня и технологии наращивания ногтей, созданные на основе стоматологических материалов.

В 1948 году в отеле «Шератон» в Лос-Анджелесе состоялась презентация акриловой технологии. Её представляла жена дантиста, экспериментировавшая с пломбировочным материалом. Идея этих экспериментов родилась в беседах с другом семьи Льюисом Б. Майером – основателем киностудии MGM, который сетовал, что давно ищет способ удлинить ногти актрис и улучшить их вид на экране.

До 70-х годов довольно сложно было говорить об индустрии ногтей: материалы были дорогостоящими, а некоторые – очень токсичными. Поэтому круг потребителей подобных услуг ограничивался киноактрисами и некоторыми светскими дамами. Но с приходом на рынок крупных химических и фармацевтических концернов, имеющих серьёзную научную базу, ситуация резко изменилась и начался настоящий мировой «ногтевой бум».

1973 г. компания IBD (International Beauty Design) выпускает первый клей для ногтей на основе цианакрилата «5’second glue», и чуть позже – первые пластмассовые «имитаторы» ногтей - типсы «Eve-n-Tips», изготовляемые из ABS-пластика.

Затем в 1978 г. компания CND (Creative Nail Design), созданная стоматологом Стюартом Нордстрёмом, выводит на рынок «Solarnail Liquid», который сразу на несколько шагов обошёл тогдашних производителей акрилов для наращивания ногтей. Особенностью продукта стала замена токсичного метилметакрилата ММА (в последствие запрещённого в большинстве стран) на более безопасный этилметакрилат ЕМА, а также добавка фото-ингибиторов, благодаря которым искусственные ногти не желтели. Примерно в это же время ещё одна стоматологическая компания OPI (Ortodontal Product Inc.) создаёт прогрессивную технологию акрилового мономера без запаха.

В начале 70-х годов компания Lee Pharmaceutical создаёт первые светоотверждаемые гели для наращивания ногтей. Но из-за высокой цены и некоторых технологических несовершенств этот продукт не получил широкого распространения. Только в 1985 году в Германии создаётся компания Wilde Cosmetics GmbH. Являясь дочерней фирмой крупной фармакологической компании, она предлагает на тот момент совершенно безупречную систему светоотверждаемых смол, названную «Light Concept Nails» (LCN). По сей день, несмотря на сильную конкуренцию, гели марки LCN остаются одними из самых передовых в мире.

Ко второй половине 80-х годов мир захватила мода на длинные и яркие ногти. В США стали создаваться профильные школы, так как освоить работу с современными материалами самостоятельно было непросто. С увеличением числа мастеров, умеющих наращивать ногти, стали появляться первые профессиональные конкурсы мастерства.

К концу 80-х ажиотаж вокруг длины и необычности декора подогревался с одной стороны производителями материалов, а с другой общими модными тенденциями. Но во второй половине 90-х годов мода сделала очередной виток и основным направлением её стала натуральность.

Соответственно, стали необходимы материалы, которые максимально сохраняют естественную красоту. Так, крупнейшие производители, пользуясь своей мощной научной базой в области химии и фармакологии, создали более эластичные и лёгкие материалы, некоторые компании после 2008 года стали выводить на рынок гели, обогащённые ухаживающими комплексами. 2010 год стал годом представления миру идеального долговременного покрытия shellac, созданного компанией CND. И это стало отправной точкой для «гель-лаковой эпохи».

Россия к общемировым тенденциям подтянулась несколько позже. Во времена создания крупных мировых концернов у химической промышленности СССР были другие приоритеты. Кроме того, наша страна жила в глубокой информационной изоляции. Поэтому всё, что касалось усовершенствования природной красоты (в том числе и ногтей) носило полуподпольный, стихийный или самодеятельный характер. Так, в начале 90-х годов некоторые московские салоны красоты стали «выписывать» иностранных мастеров по наращиванию ногтей, которые делились своими знаниями с местными мастерами.

В 1993 году в Москве открывается первая профессиональная школа ногтевых технологий «АллаБелла». Основательницей её стала гражданка США Алла Борисовна Адлер, эмигрировавшая в Америку из СССР в 1978 году. Имея высшее техническое образование, но не имея достаточного языкового навыка, Алла Адлер начала работать в нью-йоркском салоне красоты помощницей мастера маникюра. Её старательность и умение работать с клиентами не остались без внимания, и руководство салона отправило ассистентку на профессиональные курсы.

Постепенно Алла Адлер становится владелицей собственного крупного бизнеса, что позволило ей привезти на родину профессиональную программу подготовки мастеров маникюра и наращивания ногтей и организовать первую в России школу нэйл-технологий.

Сегодня в России можно выделить порядка десятка крупнейших профессиональных учебных заведений и основатели некоторых из них – первые выпускники школы «АллаБелла».

Инфраструктура современной российской нэйл-индустрии насчитывает, помимо профессиональных учебных заведений, несколько федеральных и региональных конкурсов мастерства, есть также и отечественные производители материалов и инструментов для маникюра и наращивания. Стоит отметить и тот факт, что российские мастера снискали в мире заслуженный авторитет, благодаря отточенным навыкам и тонкому художественному вкусу. Это подтверждено многими победами наших соотечественников на международных конкурсах профессионального мастерства, а также желанию некоторых иностранных компаний-производителей сотрудничать именно с российскими мастерами при создании, например, конкурсных продуктов или так называемых плакатных нэйл-дизайнов.

Итак, до 2008 года в нэйл-индустрии чётко прослеживалось два направления развития продуктов и услуг:

* + моделирование и декорирование ногтей
  + уход за натуральными ногтями

В настоящее время, благодаря достижениям химической промышленности в области создания полимеров с возможностью включения в них ухаживающих компонентов и стремлению потребителей усовершенствовать природную красоту до абсолюта, стоит предположить, что такое чёткое разделение с течением времени сотрётся.

**Контрольные вопросы по теме для самоконтроля**

1. Какой период считается датой начала развития современного ногтевого сервиса?
2. Когда и где появились первые школы ногтевого сервиса?
3. Какие тенденции существуют в настоящее время в индустрии ногтевого сервиса?

# **Тема 5. Функции мастера ногтевого сервиса**

Мастер – это в первую очередь профессионал, к которому приходят за услугами ногтевого сервиса. От того насколько качественно мастер выполняет свою работу зависит имидж компании. Одна некачественная работа мастера может испортить репутацию всей компании. Именно мастер взаимодействует с клиентом непосредственно наибольшую часть времени из его посещения студии. Поэтому ему необходимо соблюдать корпоративные принципы работы и стандарты общения с клиентом, демонстрируя высокое качество всех предоставляемых услуг.

Основными задачами должности являются:

* + предоставление услуг в сфере ногтевого сервиса;
  + обслуживание клиентов в соответствии с корпоративными стандартами.

Обязанности мастера:

* + предоставлять услуги по установленному прайс-листу;
  + проводить стерилизацию и дезинфекцию инструментов, согласно установленным санитарным нормам, а также проводить гигиену рабочего места после каждого клиента;
  + обслуживать клиентов в соответствии с корпоративными стандартами сервиса:
  + сопровождать к своему рабочему месту, консультировать клиентов по уходу за ногтями, по текущим тенденциям в ногтевом сервисе, ориентировать по ценам на услуги, сопровождать клиента к стойке администратора для осуществления расчета;
  + работать с материальными ценностями: бережно относиться к имуществу студии, ежедневно в начале смены получать и в конце смены сдавать наборы администратору, внимательно относиться к использованию расходных материалов;
  + вести учет выполненных работ в течение смены и сверять выработку с администратором.

**Контрольные вопросы по теме для самоконтроля**

1. Какова цель и задачи в работе мастера ногтевого сервиса?
2. Какой состав обязанностей должен выполнять мастер ногтевого сервиса?

# **Тема 5. Составляющие безопасной работы мастера ногтевого сервиса**

Чтобы все участвующие стороны остались довольны готовым результатом, специалистам по маникюру необходимо, прежде всего, обеспечить безопасность работы. Не стоит забывать, что это гарантирует не только хорошую репутацию мастера, но также сохранность его здоровья и функциональности в течение длительного времени.

Для клиента его безопасность – это, несомненно, гарантия микробиологической чистоты используемых инструментов, санитарной чистоты рабочего места и удобство пребывания в студии (клиенту важно не только удобно сидеть в кресле, но пройти из зоны ожидания к маникюрному столу, не спотыкаясь за углы мебели или шнуры от оборудования).

Если речь идет непосредственно о мастере, то в список его умений включены действия по санитарно-эпидемиологической очистке инструментов и оборудования. Но также важно, чтобы мастер знал и применял основные правила эргономики в организации рабочего процесса.

Эргономичными должны быть: инструменты (эту характеристику задаёт производитель, а мастер, выбирает наиболее удобные для себя формы и размеры) и оборудование; рабочая мебель; одежда; позы (положение тела) во время исполнения своих трудовых функций.

Для эффективного противостояния инфицированию в салонной сфере применяется 3-ступенчатая система обработки инструментов. Она применяется для режущих и вращающихся инструментов каждый раз после оказания услуги, а также для нового инструмента и для стерильного инструмента с превышенным сроком хранения. Инструмент, стерилизованный в склеиваемых крафт-пакетах, после выгрузки из стерилизатора может храниться 20 суток при температуре от +10 до +30 градусов Цельсия и относительной влажности воздуха 30-50 %.

Для обеспечения гарантии микробиологической безопасности услуг маникюра и педикюра используются следующие методы:

**Дезинфекция** – комплекс мер, направленных на предупреждение распространения инфекций на объектах или поверхностях. При дезинфекции уничтожаются патогенные и условно-патогенные микроорганизмы, за исключением их спор.

Дезинфекция рабочих мест представляет собой опрыскивание и/или протирание дезинфицирующим раствором рабочих поверхностей и оборудования, кресел мастера и клиента. Кроме того, с целью дезинфекции, мастер обрабатывает свои руки и руки клиента каждый раз перед процедурой и в случае, если мастер во время процедуры вынужденно оставил рабочее место и вернулся.

Дезинфекция является подготовительным этапом перед стерилизацией инструментов и представляет собой замачивание в дезинфицирующих растворах без предварительной очистки. Время выдержки в растворах и их концентрация оговаривается в инструкциях к используемым препаратам.

**Стерилизация** – это полное уничтожение всех форм патогенных и непатогенных микроорганизмов и их спор.

Самый распространённый метод стерилизации, используемый в салонах красоты, маникюрных и педикюрных студиях – термический. Стерилизации подвергаются инструменты, прошедшие дезинфекцию и пред-стерилизационную очистку (ПСО).

ПСО предназначена для удаления остатков дезинфектанта, белковых, жировых и механических загрязнений с поверхности инструментов.

Производится путём промывания в проточной воде не меньше 1 минуты (вращающиеся абразивные инструменты промываются щётками) и высушивания. Для продления эффекта стерилизации и возможности хранения стерильных инструментов, после ПСО инструменты упаковывается в крафт-пакеты.

Для достижения стерильной чистоты инструментов применяются сухо-жаровые шкафы (воздушная стерилизация) и автоклавы (паровая стерилизация).

Режимы для сухо-жаровых шкафов следующие:

* + 200 град – 30 минут;
  + 180 град – 60 минут;
  + 160 град – 150 минут.

Эти параметры даны без учёта времени достижения шкафом заданной температуры.

Качество обработки инструментов можно проконтролировать по изменению цвета индикатора на крафт-пакетах.

В настоящее время на территории РФ службами санитарного и эпидемиологического надзора разрешены и сертифицированы порядка 250 дезинфицирующих растворов.

**Контрольные вопросы по теме для самоконтроля**

1. В каких случаях применяется дезинфекция, а в каких стерилизация?
2. Какие отличия существуют между дезинфекцией и стерилизацией?
3. Что такое ПСО и как она осуществляется?
4. В какой последовательности проводятся работы по стерилизации и с помощью каких приспособлений?

# **Тема 6. Маникюр**

Маникюр – это удаление излишних ороговелостей с поверхности кожи и ногтей. В зависимости от того, чем именно и как удаляются ороговелости, можно выделить:

* обрезной (классический) маникюр – удаление происходит путём срезания режущим инструментом;
* необрезной (аппаратный, европейский) маникюр – удаление происходит путём спиливания абразивными инструментами.

Также имеет значение то, в каком виде удаляется излишняя ороговевшая кожа – с предварительным размягчением или без него.

Абразивность – это сововокупность свойств материала, определяющих его способность шлифовать, истирать что-либо. В маникюре/педикюре используются абразивные поверхности для послойного удаления ороговелостей и финальной шлифовки, и полировки кожи и ногтей.

В качестве абразивных инструментов используются:

* Пилки – в ыравнивание и опил длины и формы, а также опиливание поверхности смоделированных ногтей.
* Бафы – шлифовщики и полировщики (для снятия блеска натурального ногтя, выравнивания мелких несовершенств поверхности и создания глянцевого блеска).
* Фрезы/боры/насадки для аппаратных технологий.

Пилки для ногтей различаются не только абразивностью, но ещё и материалом основы, на которую закреплён абразив, материалом и обработкой самого абразива, а также формой. Профессиональные пилки представляют собой, чаще, основу из пластика, на которую с двух сторон нанесён слой вспененного полимера для амортизации. На этот материал крепится абразивный файл. Для увеличения износостойкости абразива производители используют тефлоновое покрытие абразивных частиц. Для одноразовых пилок вместо пластиковой основы и слоя вспененного полимера используют деревянные или картонные основы.

**Препараты, используемые при маникюре.**

**Кератолитики** - препараты, используемые для размягчения ороговевшей кожи. В маникюре подобные препараты называются ремуверами. Кератолитики бывают двух видов: кислотные и щелочные.

Кислотные – на основе альфа-гидрокислот (AHA), более распространённое их название «фруктовые» кислоты. Кислотные кератолитики обладают пролонгированным действием и способствуют удержанию влаги в коже. Внешне, как правило, представляют собой кремообразные составы. Воздействуют только на ороговевший слой и поэтому могут быть рекомендованы клиентам для домашнего ухода. С большими объёмами ороговелостей справляются медленно, поэтому не получили широкого распространения среди салонных мастеров и, как следствие, производителей.

Щелочные – наиболее распространённые препараты для салонной практики. Это объясняется их невысокой стоимостью и скоростью размягчения. В качестве активных компонентов используется гидроксид калия или гидроксид натрия. Калийная соль наиболее распространённый ингредиент. На этикетке в описании состава может указываться как potassium hydroxide или caustic potash. При работе с щелочными кератолитиками необходимо нейтрализовать их действие после обработки. В противном случае кожа вокруг ногтя и кутикула станут излишне сухими. Нейтрализовать щелочной кератолитик можно, смыв его водой без мыла.

**Лаки.** Привычный нам лак (эмаль) для ногтей появился в 1932 году в США. Его формулу разработалхимик Чарльз Ревзон. С появлением гель-лаков популярность обычных лаков резко уменьшилась. Но,опять же благодаря гель-лакам, произошёл так называемый бум цвета, а, значит, появилосьдостаточно много «лако-маньяков», которые любят менять цвет покрытия на ногтях чуть ли неежедневно. Невысокая цена, простая технология использования и снятия лака определяют удержаниеинтереса к этому продукту среди непрофессиональных потребителей. Поэтому любой профессионалногтевого сервиса должен в совершенстве владеть техникой работы с этим продуктом.

Секрет этой техники кроется в химическом составе лака. Основу его составляет смесь эфиров: этилацетата и бутилацетата. К этой основе добавляются пигменты, пластификаторы и другие вещества для придания желаемых характеристик.

Для разбавления лаков используются специальные жидкости-разбавители лаков (Polish Thinner), в состав которых входят бутилацетат и этилацетат.

# **Тема 7. Педикюр**

Для правильного понимания технологического процесса операций по уходу за ногами стоит отметить, что понятие педикюра подразумевает не только уход за ногтями, но и выполнение процедур по уходу за стопой в целом. Поэтому все проблемы патологического развития стоп должны быть в должной мере изучены мастером ногтевого сервиса, для того чтобы определить перечень необходимых и возможных действий. Педикюр делится на медицинский и косметический.

Медицинский педикюр – это лечебная обработка стоп для решения таких проблем как: вросший ноготь, стержневые мозоли, омозолелости (натоптыши), грибковые поражения ногтей (микозы), болезненные трещины стопы, диабетическая стопа.

Косметический же педикюр подразумевает уход за здоровыми стопами, т.е. без лечения заболеваний. Если задача медицинского педикюра избавить от заболеваний и приостановить патологическое развитие, то задачи косметического педикюра – во-первых, профилактика возможных заболеваний, а во-вторых, придание ногам опрятного эстетического вида. Это подразумевает его своевременное выполнение.

Раздел медицины, занимающийся лечением заболеваний стопы и голени, объединяющий знания по ортопедии, травматологии, сосудистой и гнойной хирургии, нейрохирургии, называется подология (подиатрия, хороподия). А медицинских специалистов в этой области называют, соответственно, подологами. Услуги медицинского педикюра выполняются врачами в профильных клиниках или в соответствующих отделениях медицинских учреждений. Салоны красоты и студии ногтевого сервиса оказывают услуги косметического педикюра.

# **Вопросы к зачету по дисциплине «Технологии ногтевого сервиса»**

1.Основные правила приёма клиентов.

2.Противопоказания для выполнения маникюра и педикюра.

3.Подготовка ногтей к маникюру и педикюру.

4.Перечень операций, производимых при выполнении маникюра.

5.Перечень операций, производимых при выполнении педикюра.

6.Используемые инструменты при различных операциях процедуры маникюра.

7.Используемые инструменты при различных операциях процедуры педикюра.

8.Подбор цвета лака для ногтей. Правила, особенности и рекомендации.

9.Санитарно-гигиенические требования к устройству кабинета для маникюра и педикюра.

10.Оборудование рабочего места мастера маникюра и педикюра.

11.Инструменты, материалы и бельё для выполнения маникюра и педикюра

12.Организация рабочего места при выполнении педикюрных и маникюрных работ

13.Правила санитарии и гигиены в кабинете и на рабочем месте

14.Последовательность выполнения педикюрных работ по соответствующей технологии.

# **Список использованных источников**

1. Особенности технологий оказания услуг в индустрии моды. Старовойтова, А.А., Андросова, Г.М. Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет 2012 <http://www.iprbookshop.ru/12720.html>
2. Всё о маникюре и педикюре. Красота и здоровье ваших ногтей / составители С. О. Чебаева. – Москва : РИПОЛ классик, 2010. - 256 c.. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/37534.html>
3. Украшение стразами : макияж, маникюр, стильный декор одежды, аксессуаров и предметов интерьера / составители М. Д. Башкуева. — Москва : РИПОЛ классик, 2007. – 192 c. URL: https://www.iprbookshop.ru/70948.html
4. Орлова, А. Женщина в красивом бизнесе: Как организовать и привести к успеху предприятие индустрии красоты / А. Орлова, В. Мовилло. — 2-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 352 c. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/82940.html>
5. Сервисная деятельность : учебное пособие / В. А. Фурсов, Н. В. Лазарева, И. В. Калинин, О. А. Кудряшов. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 148 c. URL: <https://www.iprbookshop.ru/63244.html>