

Аналіз умов відкриття малого бізнесу в індустрії краси: приклад міста Дніпро

Яніна Колодкіна , Олександр Крупський 

Purpose. The aim of this article is to provide an in-depth analysis of the conditions necessary for launching and developing a small business within the beauty industry in the city of Dnipro. Specifically, it examines how the utilization of a small knowledge base, combined with thorough environmental analysis, can be leveraged to open a successful beauty salon. The research also aims to identify and address the range of challenges that entrepreneurs may face when establishing such businesses in the local context. **Design / Method / Approach.** The study employs a qualitative methodology, rooted in an extensive review of existing literature on leadership, project management, and small business development. Through the synthesis of theoretical frameworks and practical business insights, the article offers a structured approach to understanding the key steps involved in the creation of a beauty salon. **Findings.** The findings suggest that a systematic environmental analysis, alongside careful planning and risk assessment, significantly enhances the likelihood of business success. The study highlights that proper preparation at the planning stage mitigates many common obstacles faced by small business owners. **Theoretical Implications.** This study enhances the understanding of starting a small business in Dnipro's beauty sector, providing a framework for effective project implementation. **Practical Implications.** The study offers actionable recommendations for the successful establishment of beauty salons. It emphasizes the importance of developing comprehensive business plans, investing in essential training programs, particularly in the areas of emotional intelligence, communication, and adaptability. **Originality/Value.** The originality of this study lies in its thorough analysis of opening a beauty salon in Dnipro. It offers both academic and practical insights for business initiation. **Research Limitations / Future Research.** While the research focuses on qualitative analysis within a specific industry and city, future studies could expand the role of online platforms and social media in the development of small businesses within the beauty industry. **Paper Type.** Practitioner paper.

Keywords:

small business development, beauty industry, Dnipro, environmental analysis, business planning, entrepreneurship challenges, risk assessment, market trends

Contributor Details:

Yanina Kolodkina, Undergraduate Student, Oles Honchar Dnipro National University: Dnipro, UA, kolodkina.ya@365.dnu.edu.ua

Oleksandr P. Krupskyyi, Cand.Sc., Assoc.Prof., Oles Honchar Dnipro National University: Dnipro, UA, krupskyy71@gmail.com

Процес створення салону краси вимагає врахування ряду ключових аспектів, таких як аналіз ринку, вибір місця розташування, фінансове планування та забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів. Важливим елементом є підприємницький досвід засновника, який визначає успішність розвитку бізнесу (Canco, 2022).

Салони краси відіграють важливу роль у споживацькій культурі, але також можуть становити ризики для здоров'я. Сфера послуг салонів краси складається з трьох ключових вимірів: змістовний, комунікативний та соціальний (Kamrani and Jhamb, 2020). Однак ці заклади можуть бути джерелами передачі хвороби, поширюючи вірусні, грибкові та бактеріальні інфекції через інструменти та продукти (Alharbi and Alhashim, 2021). Якість повітря в салонах викликає занепокоєння, оскільки концентрація PM10 у приміщенні часто перевищує рекомендовані норми і потенційно наражає персонал і клієнтів на вплив різних забруднювачів, що переносяться повітрям (Evyugina et al., 2021). Незважаючи на ці ризики, салони краси досягли культового статусу в суспільстві завдяки чотирьом важливим вимірам: просторові перформанси, посередництво гендерної близькості, наративи магічних перетворень і твердження про медико-наукові істини (Ourahmoune and El Jurdi, 2020). Крім того існують дослідження в яких наголошення на підвищення якості життя людей які регулярно відвідують салони краси (Возняк and Святенко, 2009; Ziehfrend et al., 2024). Розуміння цих аспектів має вирішальне значення для керівників салонів, щоб покращити досвід клієнтів, зберігаючи при цьому належні стандарти охорони здоров'я та безпеки. Останнє десятиріччя ринок салонів краси в Україні є одним з найдинамічніших і конкурентоспроможних (Olifigenko and Loseva, 2018). Щороку відкриваються нові салони, а вже існуючі салони постійно вдосконалюються, щоб задовольнити потреби клієнтів.

Мета та завдання дослідження

Метою цього дослідження є аналіз умов для відкриття та розвитку малого бізнесу в індустрії краси на прикладі міста Дніпро. Дослідження спрямоване на визначення ключових чинників успішного створення салону краси, зокрема застосування знань і проведення зовнішнього бізнес-середовища, яке впливає на функціонування підприємства для мінімізації ризиків і підвищення ефективності бізнесу.

Для досягнення мети було визначено такі завдання:

- Провести аналіз ринкового середовища індустрії краси в місті Дніпро для визначення основних тенденцій та вимог.
- Оцінити ключові проблеми, з якими можуть зіткнутися підприємці під час відкриття салону краси.
- Визначити теоретичні аспекти та практичні інструменти, що сприяють успішній реалізації бізнес-проектів у сфері краси.
- Визначити можливості для подальшого розвитку індустрії краси в контексті малого бізнесу в Україні.

Методологія дослідження

Дослідження реалізувалося за допомогою якісного методу, що дозволив глибоко проаналізувати умови та виклики, пов'язані з відкриттям малого бізнесу в індустрії краси в місті Дніпро. Основним джерелом даних був всебічний літературний огляд наукових статей, що стосуються розвитку малого бізнесу, проектного менеджменту та лідерства. Методологія передбачала синтез теоретичних рамок і практичних бізнес-інсайтів для формування структурованого підходу до розуміння ключових етапів створення салону краси. Це дослідження сприятиме кращому розумінню умов започаткування бізнесу в індустрії краси, пропонуючи практичні рекомендації для підприємців.

Видозмінення ринку салонів краси та нові формати надання послуг

За даними Kyivstar Business Hub, у 2024 році в Україні налічувалося близько 60 тисяч салонів краси, і цей показник постійно зростає (Звягінцева, 2024). Тому для успішного запуску салону краси в Україні необхідно враховувати ряд особливостей цього ринку. Україна не виняток, індустрія краси стрімко розвивається, впроваджуються цікаві інноваційні технології, з'являються нові послуги. Косметична продукція є одним з індикаторів ринку краси.

Про динамічність світового ринку косметичної продукції свідчать зростаючі обсяги продажів. Обсяг світового ринку косметики оцінювався в 295,95 мільярда доларів США в 2023 році, і очікується, що він буде зростати на 6,1% з 2024 по 2030 рік. Одним із основних факторів, що сприяють розширенню ринку, є зростаюча обізнаність споживачів щодо покращення свого зовнішнього вигляду. Крім того, впровадження косметики з натуральними, нетоксичними та органічними інгредієнтами ще більше сприяло розширенню ринку (Grand View Research, 2024). В Україні і в країнах СНД середньостатистичні відвідувачі салонів краси в основному жінки у віці від 25 до 35 років, вони становлять близько 75-80%.

Ринок послуг салонів краси, в 2018-2021 роках істотно видозмінився. З'явився попит на монопослуги. Якщо раніше віддавали перевагу комплексному догляду, роблячи всі процедури в одному салоні, то зараз в тренді монопослуги. Манікюр роблять в одному місці, стрижку в іншому, а фарбування в третьому.

З новим трендом в індустрії краси утворюються і нові формати надання послуг:

- Експрес-формати, які передбачають роботу без запису. Наприклад, манікюрні стійки в торгових центрах, часто за нижчими цінами, ніж в традиційних салонах.

- Моностудії, що спеціалізуються на одній послугі, або, наприклад, студії, де можна зробити тільки оформлення брів або ж тільки лазерну епіляцію.

- Салони для конкретної категорії людей. Наприклад, дитячі перукарні

або барбершопи - перукарні виключно для чоловіків, в деякому роді чоловічі клуби.

- Салони і студії економ і лоукост-форматів. Салони, в яких немає, адміністратора, і де не запропонують чай або каву.

Нікуди не поділися і приватні майстри. Попит на них виріс, що також впливає на ринок послуг в сфері краси. Багато майстрів, які працюють самостійно, поєднують приватну практику з роботою в дорогих салонах краси.

Проектування та відкриття салону краси в теорії

Проектування та відкриття салону краси є формою бізнесу, що передбачає надання різноманітних послуг з догляду, таких як макіяж, манікюр і педикюр, масажі, фарбування вій та брів, стрижка та інші процедури. Ці послуги становлять невід'ємну частину сучасного життя. Хоча деякі з них можна виконувати вдома безкоштовно, проте їх виконання кваліфікованим майстром у салоні забезпечує значно вищу якість та результат. Перевагою салону краси для споживачів є можливість отримати кілька процедур в одному місці. Наприклад, клієнт може спочатку зробити покриття гель-лаком на руках і ногах, а потім перейти до стрижки та укладки волосся. Таким чином, розглянемо основні етапи створення салону краси з нуля, зосереджуючись на ключових аспектах, які сприятимуть успішному функціонуванню цього бізнесу.

Для започаткування нового бізнесу необхідно спочатку чітко визначити сутність бізнес-плану. Бізнес-план є стратегічним документом, що надає розгорнуту характеристику планованих операцій і містить економічне обґрунтування проекту. Він забезпечує можливість оцінки ефективності запланованих заходів, відповідає на питання щодо доцільності інвестицій та дозволяє прогнозувати розвиток бізнесу в умовах ринкових змін (Височин, 2023). Створення бізнес-плану включає аналіз ринкових тенденцій, оцінку конкурентів, визначення сильних і слабких сторін їхньої діяльності, прогнозування витрат на запуск бізнесу, а також ідентифікацію потенційних ризиків та загроз (Samczuk, 2024).

Поетапний аналіз процесу проектування

Першим етапом бізнес плану має бути аналіз ринку та аудиторії. Основними споживачами будуть люди вікової категорії від 17 до 50 років. Місто Дніпро характеризується значною соціально-економічною різноманітністю населення, де поряд із сім'ями з обмеженим доходом проживають і заможні громадяни. В основному найпопулярнішими процедурами є:

1. манікюр/педикюр;
2. фарбування/стрижка волосся;
3. корекція брів;
4. епіляція.

Для успішного запуску салону краси на початковому етапі буде достатньо запропонувати ці чотири послуги. Важливо не намагатися охопити всі

види послуг одразу; згодом можна розширити асортимент, включивши, наприклад, масаж, ламінування брів та інші процедури.

Другим етапом процесу відкриття салону краси є вибір оптимального місцерозташування. Найбільш перспективними зонами для цього є спальні райони міста, де проживає значна кількість потенційних споживачів послуг. При виборі приміщення важливо враховувати специфіку кожного району, оскільки в Дніпрі існує велика різноманітність спальних районів, що відрізняються як за географічним положенням, так і за рівнем розвитку інфраструктури, соціально-економічним статусом мешканців та їх доходами.

Якщо власники нового проекту вирішать орендувати приміщення в менш центральній частині міста, їм слід усвідомлювати, що основна частина населення в цих районах представлена середнім класом, що може обмежити споживчий попит на послуги з високою вартістю. У разі вибору престижного району, клієнти матимуть підвищені вимоги до якості обслуговування, інтер'єру приміщення, сервісу та інших аспектів. Відкриття салону в дорогому районі є складним завданням, оскільки це вимагає значних інвестицій у підтримку відповідного рівня обслуговування. Оптимальним варіантом є вибір середнього за статками району, що дозволить залучити різноманітну клієнтську базу, включаючи як осіб з обмеженими фінансовими можливостями, так і більш забезпечених споживачів.

Також важливо обрати яке приміщення орендувати. Зручним варіантом буде невелика квартира на 1 поверсі зі своїм виходом на вулицю та багатьма маленькими кімнатами всередині. Важливим для майстрів є свій кабінет, так набагато легше концентруватися та працювати за своїм клієнтом. Варіант розміщення всіх майстрів в одному великому приміщенні є менш ефективним. Це буде незручним для самих майстрів, оскільки обрізане волосся може змішуватися з пилом від гель-лаку, що створить безлад на робочих поверхнях, таких як масажний столик. Крім того, клієнти також відчуватимуть дискомфорт у такій обстановці. Якщо не буде можливості орендувати таке готове приміщення, то слід самостійно зробити окремі кімнати, але обов'язково напочатку перед орендою узгодити це з власником квартири.

Наступним, третім етапом є проведення ремонту та закупівля обладнання, що є найвитратнішою частиною проекту. Планування приміщення слід організувати з урахуванням функціональних зон, розподіливши площу таким чином: рецепція, зона відпочинку та гардероб – 10 %, перукарський зал – 35 %, кабінет манікюру та педикюру – 15 %, кабінет косметолога – 10 %, кабінет візажиста – 5 %, кабінет масажу – 20 %, туалет – 5 %. Як було зазначено раніше, варто починати діяльність салону з основних чотирьох процедур, а в подальшому розширювати спектр послуг. Водночас доцільно облаштувати приміщення з урахуванням можливості надання додаткових послуг, таких як масаж та епіляція.

Косметичний ремонт рекомендується виконувати в нижніх і заспокійливих кольорах, щоб створити атмосферу, що сприяє розслабленню клієнтів під час процедури. Важливим аспектом є оформлення вивіски та входу до салону: основна вивіска повинна бути привабливою і містити назву закладу, а біля дверей — невелика вивіска з описом послуг, що пропонуються. Це

допоможе забезпечити чітке сприйняття інформації потенційними клієнтами та підкреслить професійний імідж закладу.

Четвертим етапом підготування є підбір персоналу. До цього питання слід відноситися дуже уважно оскільки прибуток салону залежить на 80 % від майстрів. Слід підбирати спеціалістів, які вже мають досвід роботи з людьми. Якщо для початку салону брати 4 типи процедур (стрижка, манікюр/педикюр, косметолог та візаж), то слід взяти на роботу трьох чи чотирьох перукарів, трьох майстрів манікюру/педикюру, двох косметологів та одного візажиста. Необхідно також найняти двох адміністраторів, які відповідатимуть за запис клієнтів, контроль графіків та інші організаційні питання. Крім того, салону потрібен бухгалтер, який займатиметься виплатою заробітної плати майстрам та контролем фінансових операцій. Також потрібна одна чи дві прибиральниці, які кожен день будуть наводити порядок в салоні. Для всіх робітників потрібно скласти таблицю з заробітною платою щоб розуміти яка кількість коштів буде йти на їх утримання (табл. 1).

Таблиця 1 – Витрати на заробітну плату штатних працівників
(Джерело: Кононопський, 2024)

Посада	Кількість штатних одиниць	Витрати на оплату праці, включаючи податки та страхові внески, грн
Адміністратор	2	38 000
Перукар	4	64 000
Майстер манікюру та педикюру	3	48 000
Косметолог	2	40 000
Візажист	1	14 000
Прибиральниця	2	8 000
Бухгалтер	1	18 000
Загальна сума витрат		230 000

Закупівля обладнання є суттєво витратною процедурою, оскільки необхідно придбати стільці, столи, кушетки, дивани, дзеркала, а також матеріали для проведення різних процедур і багато іншого для роботи майстрів. На початковому етапі важливо ретельно спланувати, скільки обладнання та інструментів буде потрібно. Кожен співробітник повинен мати власне робоче місце, оскільки використання чужого робочого простору є негігієнічним і незручним.

Обладнання повинно відповідати високим стандартам якості, а також забезпечувати належний рівень стерилізації. Регулярна обробка приміщень є необхідною умовою, оскільки можуть траплятися різні ситуації, зокрема звернення клієнтів з недостатньою особистою гігієною. Це допоможе підтримувати високий рівень санітарії та безпеки в салоні.

П'ятим етапом є юридичне оформлення бізнесу, включаючи його реєстрацію в державному реєстрі та отримання необхідних дозволів. Для реєстрації бізнесу потрібно подати заявку, яка підтверджує дотримання всіх законодавчих норм, що регулюють відкриття такого роду діяльності. У разі

планування надання послуг масажу чи епіляції, також необхідно отримати медичну ліцензію. Важливими аспектами є вибір назви салону краси та отримання коду ЄДРПОУ. Назва повинна бути унікальною та не схожою на вже зареєстровані в Україні. Код ЄДРПОУ присвоюється державою автоматично після реєстрації юридичної особи. Наступним кроком є вибір виду діяльності та КВЕД. Зазвичай фізичні особи-підприємці, що надають перукарські послуги, обирають першу або другу групу єдиного податку. У першому випадку послуги надаються безпосередньо підприємцем, а в другому — з можливістю залучення працівників. Основний КВЕД для салонів краси — 96.02, що охоплює надання послуг перукарнями та салонами краси (Державна податкова служба України, 2024). Після цього необхідно отримати дозвіл від санітарно-епідеміологічної станції, подавши відповідну заяву та пакет документів. Виконавши всі ці процедури, салон краси буде офіційно зареєстровано.

Шостий етап полягає у визначенні потенційних ризиків для салону краси. Ризики поділяються на внутрішні та зовнішні, кожен із яких має свої особливості та фактори впливу (рис. 1).

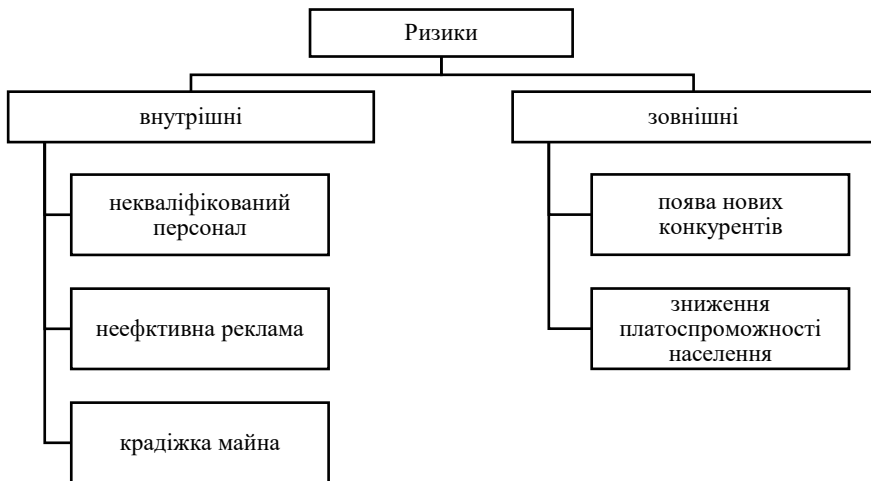


Рисунок 1 – Ризики для салону краси (Джерело: Конотопський, 2024)

Останнім важливим аспектом є рекламна кампанія, яку доцільно розпочати ще до відкриття салону, щоб забезпечити наявність клієнтів вже в перший день роботи. Найпростішим і найбільш ефективним варіантом є он-лайн-реклама. Використання соціальних мереж, таких як Instagram, Facebook і Twitter, дозволяє створювати рекламні пости, які з'являтимуться у стрічках новин потенційних клієнтів, інформуючи їх про відкриття нового салону. Додатково для підвищення зацікавленості можна організувати майстер-класи з виконання певних процедур, залучаючи як клієнтів, так і майстрів-початківців для навчання.

Крім онлайн-реклами, варто розглянути можливість рекламування у друкованих виданнях, таких як журнали, де можна детально описати послуги салону, представити прайс-лист та додати фотографії. Для залучення нових клієнтів також доцільно пропонувати знижки на процедури на честь відкриття. Це стимулює перший візит, і якщо клієнтам сподобається сервіс, вони з більшою ймовірністю стануть постійними відвідувачами.

Отже, проаналізувавши модель відкриття салону краси, можна дійти висновку, що цей процес є значно складнішим, ніж може здаватися на перший погляд. Салон краси відноситься до категорії малого бізнесу, який потребує значної уваги як на етапі запуску, так і впродовж усього періоду функціонування. Прибутковість цього підприємства можлива лише за умови значних фінансових інвестицій, що можуть сягати кількох тисяч гривень, а також завдяки наполегливій праці як власника, так і персоналу салону. Проте, при ретельному підході до розробки бізнес-плану, залученні коштів на обладнання, інтер'єр, рекламну кампанію та забезпеченні персоналу необхідними матеріалами, цей малий бізнес має потенціал стати рентабельним і швидко окупити початкові інвестиції.

Висновки

У роботі акцентовано увагу на важливості комплексного підходу до запуску бізнесу, починаючи з проведення ґрунтовного дослідження ринку. Зазначається, що ринок салонів краси в Україні є динамічним і висококонкурентним, а споживачі все більше віддають перевагу професійним послугам та інноваційним форматам, таким як моностудії та експрес-формати. Український ринок постійно адаптується до нових тенденцій, зберігаючи високий попит на монопослуги, такі як стрижки, манікюр та фарбування.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що одним із ключових факторів успішного відкриття салону є наявність чіткого та детального бізнес-плану. В науковій роботі розглянуто основні етапи цього процесу: аналіз конкурентного середовища, визначення цільової аудиторії, вибір оптимального місця розташування та оцінка вартості ремонту й закупівлі обладнання. Особливо важливим є правильний вибір локації, з урахуванням демографічних і соціальних характеристик різних районів міста Дніпро, оскільки це суттєво впливає на успішність бізнесу.

Важливим аспектом є підбір кваліфікованого персоналу, адже успіх салону значною мірою залежить від професіоналізму майстрів і рівня їх взаємодії з клієнтами. Рекомендується залучати досвідчених фахівців на основні позиції, зокрема перукарів, майстрів манікюру, педикюру, косметологів та візажистів. Також велике значення має якість обладнання та дотримання санітарно-гігієнічних норм, що є критичними для забезпечення здоров'я та безпеки клієнтів.

Окремий розділ роботи присвячено аналізу ризиків, пов'язаних із відкриттям малого бізнесу, на прикладі салону краси в місті Дніпро. Виявлення потенційних ризиків на початкових етапах дозволяє підготуватися до можливих викликів і мінімізувати негативний вплив. Таким чином, відкриття

салону краси в Дніпрі потребує ретельного прорахунку всіх ризиків, оцінки витрат та належної підготовки для успішної реалізації проекту.

Посилання

- Возняк, І. Я., & Святенко, Т. В. (2009). Вивчення якості життя у пацієнтів з псоріатичною хворобою. *Дерматовенерологія. Косметологія. Сексопатологія*, 1, 273-275. https://repo.dma.dp.ua/2054/1/37_Svyaten_27.pdf
- Державна податкова служба України. (2024). *ФОП і перукарські послуги*. Державна податкова служба України. <https://lv.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/401480.html>
- Звягінцева О. (2024). *Як залучити більше клієнтів у салон краси: 7 рекламних інструментів*. Kyivstar Business Hub. <https://hub.kyivstar.ua/articles/yak-znajty-novyh-kliyentiv-u-salonu-krasy-ta-zbilshyty-prodazhi>
- Конотопський, А. (2024). *Готовий бізнес-план салону краси з нуля з розрахунками, презентація та основні етапи роботи*. ITстатті.in.ua. <https://itstatti.in.ua/18-biznes/657-biznes-plan-salonu-krasi.html>
- Alharbi, N. M., & Alhashim, H. M. (2021). Beauty Salons are Key Potential Sources of Disease Spread. *Infection and Drug Resistance*, 14, 1247–1253. <https://doi.org/10.2147/idr.s303461>
- Canco, I. (2022). What Made Me an Entrepreneur?. *European Journal of Management Issues*, 30(3), 153-164. <https://doi.org/10.15421/192214>
- Evtuygina, M., Vicente, E. D., Vicente, A. M., Nunes, T., Lucarelli, F., Calzolari, G., Nava, S., Blanco-Alegre, C., Calvo, A. I., Castro, A., Fraile, R., Oduber, F., Cerqueira, M., & Alves, C. A. (2021). Air quality and particulate matter speciation in a beauty salon and surrounding outdoor environment: Exploratory study. *Atmospheric Pollution Research*, 12(11), 101174. <https://doi.org/10.1016/j.apr.2021.101174>
- Grand View Research. (2024). *Cosmetics Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (Skin Care, Hair Care), By End-user (Men, Women), By Distribution Channel (Offline, Online), By Region (North America, Europe), And Segment Forecasts, 2024 – 2030*. Grand View Research. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/cosmetics-market>
- Kampani, N., & Jhamb, D. (2020). Uncovering the dimensions of servicescape using mixed method approach – A study of beauty salons. *Benchmarking: An International Journal*, 28(4), 1247–1272. <https://doi.org/10.1108/bij-09-2020-0492>
- Olifirenko, L., & Loseva, O. (2018). Quality management of services as development level indicator on the beauty industry enterprises in Ukraine. *Public administration: scientific research and development*, (2), 26-35. <https://pa.stu.cn.ua/tmppdf/115.pdf>
- Ourahmoune, N., & Jurdi, H. E. (2020). Beauty salon- a marketplace icon. *Consumption Markets & Culture*, 24(6), 611–619. <https://doi.org/10.1080/10253866.2020.1741356>
- Samczuk, F. (2024). *Complete guide: write your own company's business plan step by step*. Well Done Business. <https://welldonebusiness.com/en/blog/complete-guide-write-your-own-business-plan-step-by-step>
- Ziehfreund, S., Wecker, H., Mittag, S., Weis, J., Tizek, L., Verkhoturova, V., Legat, F. J., Weger, W., Großschädl, K., Cerpes, U., Sadoghi, B., Riegler, M., Balato, A., Di Brizzi, E. V., Buononato, D., Babino, G., Calzavara - Pinton, P., Rossi, M. T., Rovaris, S., . . . Zink, A. (2024). Happiness across the borders—A cross - sectional study among patients with psoriasis and atopic dermatitis in Europe. *Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology. Portico*. <https://doi.org/10.1111/jdv.20288>