

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**

**Факультет автоматизації інформаційних технологій Кафедра управління
проєктами**

Освітній ступінь

Магістр

Галузь знань

07 “Управління та адміністрування”

Спеціальність

073 “Менеджмент”

Освітня програма

Управління проєктами

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ ВИПУСКНОЇ РОБОТИ
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА
на тему:**

«Управління проєктом створення салону краси «Redline»

Циганкової Валерії Віталіївни

Київ - 2024 р.

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ
Факультет автоматизації і інформаційних технологій
Кафедра управління проєктами**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ д.т.н., проф. Бушуєв С.Д.

„___” _____ 2024 року

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ ВИПУСКНОЇ РОБОТИ
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

на тему:

«Управління проєктом створення салону краси «Redline»

Виконала студентка групи МН-УПм Циганкова Валерія Віталіївна

Галузь знань 07 “Управління та адміністрування”

Спеціальність 073 “Менеджмент”

Освітня програма Управління проєктами

Керівник PhD, доцент кафедри УП А.В. Пузійчук

Рецензент _____

Київ - 2024 р.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ КИЇВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ**

Завдання

на атестаційну випускную роботу студентки

Циганкової Валерії Віталіївни

Тема роботи: «Управління проєктом створення салону краси «Redline»
затверджена наказом КНУБА _____ від “ ” 2024 року No _____

2. Керівник роботи: PhD, доцент кафедри УП А.В. Пузійчук

3.Строк подання студентом роботи _____

розділ 1 – наукове обґрунтування теми в галузі управління проєктами;

**4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки - перелік питань, які
потрібно розробити - (в складі 3 розділів):**

*розділ 2 – бізнес-планування та аналіз інвестиційно-будівельного проєкту зі зведення
котеджного містечка з допомогою 3d-принтера;*

*розділ 3 - реалізація управління інвестиційно-будівельним проєктом зі зведення
котеджного містечка з допомогою 3d-принтера.*

5. Перелік графічного матеріалу: Додаток А: План-графік виконання проєкту
в MS Project, додаток Б: Презентація роботи в MS Power point, додаток В:
Сертифікати за участь в наукових конференціях. Курси

6. Консультанти розділів дипломної роботи

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів атестаційної випускної роботи (КРМ)	Строк виконання етапів АВР	
1	Вибір студентом теми КРМ, подання заяви на кафедру та узгодження з науковим керівником	14.08.24	
2	Систематизація матеріалів та підготовка вихідних даних для КРМ	02.09.24	
3	Затвердження змісту(плану) КРМ, складання індивідуального завдання	03.09.24	
4	Підготовка вступу і I розділу КРМ	23.09.24	
5	Підготовка II розділу КРМ	20.10.24	
6	Підготовка III розділу КРМ, висновків і переліку використаних джерел	02.11.24	
7	Подання студентом завершеної КРМ науковому керівнику	04.11.24	
8	Проходження кваліфікаційними бакалаврськими роботами перевірки на наявність текстових запозичень	09.11.24	
9	Доопрацювання роботи, прийняття кафедрою рішення про допуск КРМ до захисту в АЕК	09.11.24	
10	Підготовка презентації (розробка варіантів подання змісту досліджень, виконаних в КРМ, на аркушах графічної частини) та доповіді на захист КРМ. Погодження з науковим керівником. Остаточне оформлення та рецензування	11.11.24	

	роботи		
11	Попередній захист КРМ на кафедрі та її затвердження завідувачем кафедри	13.11.24	
12	Захист КРМ в АЕК і присвоєння випускникам кваліфікації	18-21.11.24	

8. Дата видачі завдання «_____» _____ 2024 р.

Студентка _____ / Циганкова В.В./

Керівник роботи PhD, доцент кафедри УП А.В. Пузійчук

Завідувач кафедри

управління проєктами _____ / д.т.н., проф. Бушуєв С.Д./

РЕЗЮМЕ (summary) <i>до атестаційної випускної роботи студента:</i>	Циганкова Валерія Віталіївна
<i>ЗВО</i>	Київський національний університет будівництва і архітектури
<i>Тема</i>	«Управління проектом створення салону краси «Redline»
<i>Освітній ступень</i>	Магістр за освітньо-професійною програмою навчання
<i>Факультет</i>	Автоматизації і інформаційних технологій
<i>Кафедра</i>	Управління проектами
<i>Спеціальність</i>	073 Менеджмент
<i>Освітня програма</i>	Управління проектами, МН-УПм
<i>Керівник</i>	PhD, доцент кафедри УП А.В. Пузійчук
<i>Обсяг роботи:</i>	<i>пояснювальна записка, стор. -94</i> <i>Розділів -3</i> <i>Візуально-графічна частина (аркуші формату А4) -15</i>
Розділ 1. Наукове обґрунтування теми в галузі управління проектами	Наведена актуальність проекту та його обґрунтування
Розділ 2.	Виконана розробка проекту та моделей й методів

	управління
Розділ 3.	Опрацювання окремих складових процесів управління проектом
Висновки по роботі:	Визначили результати реалізації проекту
Ключові слова: <i>Keywords:</i>	Управління, салон краси, розвиток, бізнес-план, організація, можливості, ефективність, розвиток, персонал. Management, beauty salon, development, business plan, organization, opportunities, efficiency, development, personnel.

Зміст

Вступ.....	12
РОЗДІЛ 1.....	15
РОЗВИТОК МЕТОДОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	15
1.1. Перехід від традиційних до гнучких методологій управління проектами	17
1.2. Порівняльний аналіз ефективності застосування різних гнучких методологій в українських компаніях	18
1.3. Дослідження кейсів успішного впровадження гнучких методологій в українських компаніях.....	21
1.4. Висновки до 1 розділу	23
РОЗДІЛ 2.....	26
РОЗРОБКА ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ ТА ВІДКРИТТЯ САЛОНУ КРАСИ «REDLINE».....	26
2.1. Загальна характеристика проекту створення преміум-салону краси	26
2.2. Основні цілі проекту	27
Надання інноваційних та високоякісних послуг	27
Створення атмосфери ексклюзивності та розкоші	28
Індивідуальний підхід до клієнтів	29
2.2 Використання інноваційних технологій та висококласних продуктів	29
2.3. Цінності компанії салону краси "Redline"	31
2.4. Основні пріоритети діяльності салону краси	36
2.5. Фінансовий план проекту	40
2.6. Бачення розвитку салону на 2025- 2026 рік.....	42
2.7. Стратегія підприємства.....	45
2.8. Процес залучення зацікавлених сторін в бізнесі	52
2.9. Аналіз конкурентоздатності	55
2.9. Аналіз цільової аудиторії.....	57
2.10. Висновки до 2 розділу	63
РОЗДІЛ 3.....	65
РОЗРОБКА ПРОЄКТУ ЦЕНТР КРАСИ «REDLINE».....	65
3.1. Обґрунтування проекту	65
3.2. Резюме проекту.....	67
3.3 SMART — аналіз цілей проекту	68
3.4. SWOT- аналіз проекту.....	70
3.6. Управління проектом створення салону краси.....	81
3.7. Проведення рекламної компанії.....	83
3.8. Управління ризиками в проєкті.....	85
3.9. Управління якістю	88

3.10. Висновки до 3 розділу	91
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	94
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	96

Вступ

Створення салону краси є складним і багатограним процесом, який вимагає не лише творчого підходу, але й чіткого планування та ефективного управління. Зростаюча конкуренція на ринку beauty-індустрії, зміна споживчих уподобань та розвиток технологій висувають нові вимоги до підприємців. Недостатня кількість досліджень, присвячених управлінню проектами в цій сфері, робить актуальним проведення такого дослідження. Результати роботи будуть використані для розробки ефективних стратегій запуску нових бізнесів у beauty-індустрії та підвищення їхньої конкурентоспроможності.

Створення успішного салону краси є складним процесом, який вимагає не лише творчого підходу, але й чіткого планування, ефективного управління та глибокого розуміння ринку. Проект створення салону краси "Redline" є актуальним дослідженням, оскільки дозволяє:

- Проаналізувати особливості управління проектами в сфері beauty-індустрії.
- Розробити ефективну стратегію запуску нового бізнесу.
- Ідентифікувати ключові фактори успіху та ризики.
- Запропонувати практичні рекомендації для майбутніх підприємців.

Мета та завдання дослідження

Мета: Розробити та реалізувати ефективний план управління проектом створення салону краси "Redline", забезпечивши його успішний запуск та подальший розвиток.

Завдання:

1. Провести аналіз ринку beauty-індустрії: Ідентифікувати основних конкурентів, визначити цільову аудиторію, проаналізувати тренди та перспективи розвитку.
2. Розробити концепцію салону: Сформувати унікальну пропозицію, визначити спеціалізацію, розробити бренд-бук.

3. Скласти бізнес-план: Розрахувати необхідні інвестиції, скласти фінансовий прогноз, визначити окупність інвестицій.
4. Розробити детальний проєктний план: Визначити етапи проєкту, відповідальних осіб, терміни виконання, ресурси.
5. Забезпечити ефективне управління проєктом: Використовувати сучасні методи управління проєктами, контролювати виконання завдань, вносити необхідні корективи.
6. Оцінити ефективність проєкту: Проаналізувати результати реалізації проєкту, визначити досягнуті цілі та виявити недоліки.

Об'єкт та предмет дослідження

- Об'єкт. Проєкт створення салону краси "Redline".
- Предмет. Процеси управління проєктом створення салону краси.

Методи дослідження

Для досягнення мети дослідження будуть використані такі методи:

- Аналіз літератури.: Вивчення теоретичних основ управління проєктами, маркетингу, фінансів.
- Маркетингові дослідження.: Аналіз ринку, опитування потенційних клієнтів.
- Економічні розрахунки.: Складання бізнес-плану, фінансовий аналіз.
- Методи управління проєктами. Планування, організація, контроль, корекція.

Структура роботи

Магістерська робота складається з вступу, основної частини, висновків та списку використаних джерел.

Вступ. Обґрунтування актуальності теми, постановка мети та завдань дослідження.

Основна частина:

- Аналіз методологій управління проєктами.
- Опис практичної частини дослідження.
- Представлення результатів дослідження.

– Обговорення отриманих результатів.

Висновки: Підсумки дослідження, практичні рекомендації.

Список використаних джерел: Бібліографічний опис використаних літературних джерел.

Очікувані результати

Результатом виконання даного дослідження стане розроблений і впроваджений план управління проектом створення салону краси "Redline", який забезпечить успішний запуск бізнесу та його подальший розвиток. Крім того, результати дослідження можуть бути використані як основа для розробки типових рекомендацій для підприємців, які планують відкрити власний салон краси.

Провівши елементарне дослідження на пошук «салон краси» серед користувачів інтернету, стає зрозумілим те, що з кожним разом таких пошуків стає все більше, і дана проблема розповсюджується (див. рис. 1.1, 1.2).

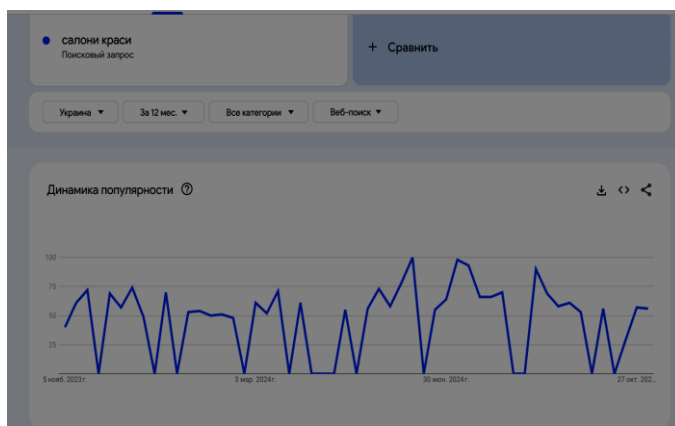


Рис. 1.1 – Результати дослідження

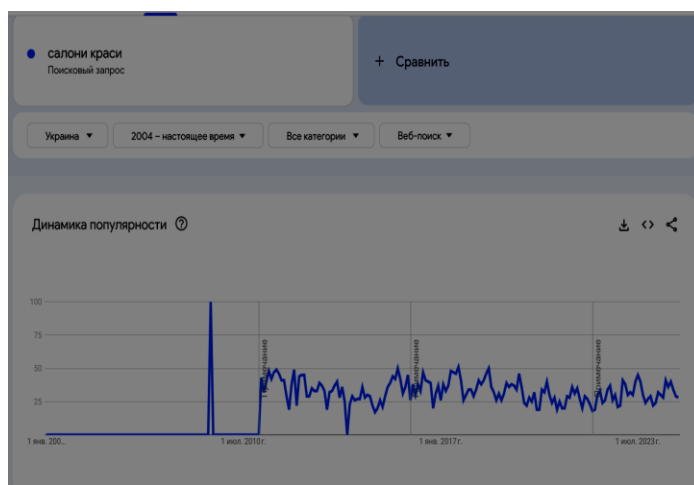


Рис. 1.2 – Результати дослідження

РОЗДІЛ 1.

РОЗВИТОК МЕТОДОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У сучасному динамічному світі, особливо в умовах України, ефективне управління проєктами є ключовим фактором успіху будь-якого підприємства. Постійні зміни, непередбачувані обставини та високі вимоги до якості продукту вимагають від менеджерів гнучкості, адаптивності та вміння швидко реагувати на зміни. Саме тому розвиток методологій управління проєктами в Україні набуває особливої актуальності.

Основні тенденції розвитку

1. Перехід від традиційних до гнучких методологій:
 - Agile. Ця методологія набирає все більшої популярності завдяки своїй гнучкості та орієнтації на клієнта. Вона дозволяє швидко адаптуватися до змін та забезпечує високу якість продукту.
 - Scrum. Один з найпоширеніших фреймворків Agile, який використовується для управління складними проєктами.
 - Kanban. Методологія, яка фокусується на візуалізації роботи та постійному вдосконаленні процесів.
2. Інтеграція цифрових технологій:
 - Програмне забезпечення для управління проєктами. Використання спеціалізованих програм для планування, контролю та моніторингу проєктів.
 - Автоматизація рутинних задач. Застосування роботів та штучного інтелекту для підвищення ефективності роботи.
 - Аналітика даних. Використання даних для прийняття обґрунтованих рішень та оптимізації процесів.
3. Фокус на людині:
 - Розвиток командної роботи. Створення самоорганізованих команд, де кожен член бере відповідальність за результат.

- Підвищення мотивації. Створення сприятливого робочого середовища та забезпечення зворотного зв'язку.
 - Розвиток компетенцій. Надання можливостей для навчання та професійного зростання.
4. Урахування соціальної відповідальності:
- Екологічність проєктів. Мінімізація негативного впливу на довкілля.
 - Соціальна справедливість. Врахування інтересів всіх зацікавлених сторін.

Виклики розвитку:

- Недостатня кваліфікація фахівців. Потреба у фахівцях з управління проєктами, які володіють сучасними методологіями та технологіями.
- Опір змінам. Частина компаній досі використовує традиційні методи управління проєктами.
- Нестабільність економічної ситуації. Постійні зміни в економіці ускладнюють планування та управління проєктами.

Перспективи:

- Поширення гнучких методологій. Очікується подальше зростання популярності Agile та інших гнучких підходів.
- Інтеграція штучного інтелекту. ШІ буде активно використовуватися для автоматизації рутинних задач, аналізу даних та прийняття рішень.
- Фокус на людському факторі. Компанії будуть більше інвестувати в розвиток своїх співробітників.
- Зростання ролі екологічної відповідальності. Врахування екологічних аспектів стане обов'язковою умовою успішного ведення бізнесу.

Розвиток методологій управління проєктами в Україні є невід'ємною частиною загальної трансформації бізнес-процесів. Сучасні реалії вимагають від менеджерів постійного навчання та адаптації до нових умов. Застосування гнучких методологій, цифрових технологій та фокус на людині дозволять українським

компаніям підвищити свою ефективність та конкурентоспроможність на глобальному ринку.

1.1. Перехід від традиційних до гнучких методологій управління проєктами

Перехід від традиційних, каскадних моделей управління проєктами до гнучких методологій, таких як Agile, Scrum та Kanban, є одним з найбільш помітних трендів сучасного менеджменту. Цей перехід диктується необхідністю швидкого реагування на зміни ринку, підвищення ефективності та задоволення потреб клієнтів.

Чому гнучкі методології набирають популярності?

Швидкість і адаптивність. Гнучкі методи дозволяють швидко адаптуватися до змін вимог клієнтів та ринкових умов.

Вища якість продукту. Постійний зворотний зв'язк з клієнтами дозволяє створювати продукти, які відповідають їхнім потребам.

Задоволеність співробітників. Гнучкі методології сприяють створенню більш дружньої атмосфери в команді та підвищенню мотивації співробітників.

Зменшення ризиків. Часте випуски інкрементів дозволяють виявляти та усувати проблеми на ранніх етапах.

Основні виклики при переході

Опір змінам. Багато компаній звикли працювати за традиційними схемами і можуть чинити опір впровадженню нових підходів.

Недостатня кваліфікація. Не всі співробітники володіють необхідними знаннями та навичками для роботи в рамках гнучких методологій.

Складність вимірювання ефективності. Оцінка результатів роботи за гнучкими методологіями може відрізнятись від традиційних підходів.

Культурні особливості. Успішне впровадження гнучких методологій вимагає зміни корпоративної культури.

Кроки для успішного переходу на гібридні методології управління проєктами

1. Аналіз поточних процесів. Визначення сильних і слабких сторін існуючої системи управління проєктами.
2. Вибір відповідної методології. Вибір методології, яка найбільш відповідає потребам компанії та характеру проєктів.
3. Підготовка команди. Проведення тренінгів та навчання співробітників новим методам роботи.
4. Поступове впровадження. Початок з невеликих проєктів і поступове розширення сфери застосування гнучких методологій.
5. Створення сприятливого середовища. Створення атмосфери довіри, відкритості та співпраці.
6. Постійна оптимізація. Регулярний аналіз результатів і внесення необхідних змін у процес.

Розглянемо переваги для українського бізнесу

- Підвищення конкурентоспроможності. Швидка адаптація до змін ринку дозволяє українським компаніям успішно конкурувати з міжнародними гравцями.
- Покращення якості продукту. Задоволення потреб клієнтів є ключовим фактором успіху на будь-якому ринку.
- Збільшення ефективності. Гнучкі методології дозволяють оптимізувати використання ресурсів і скоротити час виведення продукту на ринок.
- Розвиток інновацій. Сприятливе середовище для експериментів і нових ідей.

Перехід від традиційних до гнучких методологій управління проєктами є неминучим процесом для українського бізнесу. Хоча цей процес пов'язаний з певними труднощами, він відкриває широкі можливості для підвищення ефективності, якості продукції та конкурентоспроможності.

1.2. Порівняльний аналіз ефективності застосування різних гнучких

методологій в українських компаніях

Перехід українських компаній від традиційних до гнучких методологій управління проектами є актуальним трендом. Однак, вибір конкретної методології – це складне завдання, яке вимагає детального аналізу. Розглянемо найбільш популярні гнучкі методології та фактори, які впливають на їх ефективність в українських реаліях.

Популярні гнучкі методології в Україні

Scrum. Найбільш поширена методологія, яка фокусується на розподілі проекту на короткі ітерації (спринти). Вона забезпечує високу адаптивність до змін та регулярний випуск інкрементів продукту.

Kanban. Методологія, яка візуалізує робочий процес за допомогою дошки Канбан. Вона дозволяє ефективно керувати потоком задач та оптимізувати ресурси.

Agile. Це не стільки методологія, скільки маніфест, який об'єднує ряд принципів гнучкої розробки. Scrum і Kanban є його реалізаціями.

Lean. Методологія, яка фокусується на елімінації неефективностей та максималізації цінності для клієнта.

Фактори, що впливають на ефективність застосувань методологій

Розмір та тип проекту. Для великих та складних проектів може бути більш доцільним використання Scrum, тоді як для менших проектів може підійти Kanban.

Склад команди. Гнучкі методології вимагають високого рівня самоорганізації команди. Важливо, щоб команда була готова до змін та співпраці.

Культура компанії. Успішна імплементація гнучких методологій залежить від готовності компанії до змін та підтримки нової культури.

Досвід команди. Команда з досвідом роботи за гнучкими методологіями швидше адаптується і досягає кращих результатів.

Тип продукту. Для розробки програмного забезпечення часто використовують Scrum, тоді як для інших типів проектів можуть бути більш доцільними інші методології.

Таблиця 1.1.

Порівняльний аналіз методологій управління проектами

Кри- терій	Scrum	Kanban	Agile (загалом)	Lean
Фокус	Короткі ітерації, постійний зворотний зв'язок	Візуалізація робочого процесу, постійне вдосконалення	Гнучкість, адаптивність, співпраця	Елімінація неефективностей, максималізація цінності
Ролі	Product Owner, Scrum Master, команда розробки	Різні ролі залежно від процесу	Змінні ролі в залежності від методології	Всі члени команди відповідальні за якість
Артефакти	Product Backlog, Sprint Backlog, Task Board	Kanban Board	Різні артефакти залежно від методології	Value Stream Map
Ціль	Регулярний випуск інкрементів продукту	Постійне вдосконалення процесу	Задоволення потреб клієнта, швидка адаптація до змін	Максималізація цінності для клієнта
Підходить для	Складних проектів з невизначеними вимогами	Проектів з постійним потоком задач, операційної діяльності	Більшості типів проектів, які вимагають гнучкості	Проектів, де можлива оптимізація процесів

Вибір конкретної методології залежить від багатьох факторів. Рекомендується провести детальний аналіз проекту, команди та організації в цілому. Можливо, буде доцільно комбінувати різні методології або створити власну, адаптовану під конкретні потреби.

Розглянемо виклики та перспективи застосування гнучких методологій. Опір змінам. Багато компаній звикли працювати за традиційними схемами. Недостатня кваліфікація. Не всі співробітники володіють необхідними знаннями та навичками.

Складність вимірювання ефективності. Оцінка результатів роботи за гнучкими методологіями може відрізнятися від традиційних підходів.

Незважаючи на виклики, перехід на гнучкі методології відкриває перед українськими компаніями нові можливості для підвищення ефективності, якості продукції та конкурентоспроможності.

1.3. Дослідження кейсів успішного впровадження гнучких методологій в українських компаніях

Виконаємо дослідження кейсів успішного впровадження гнучких методологій в українських компаніях

Чому це важливо?

Дослідження успішних кейсів впровадження гнучких методологій в українських компаніях є надзвичайно важливим з кількох причин:

Інформаційна підтримка. Надання практичних прикладів для інших компаній, які планують перейти на гнучкі підходи.

Виявлення кращих практик. Ідентифікація ефективних стратегій та інструментів, які можуть бути застосовані в інших організаціях.

Розуміння бар'єрів та шляхів їх подолання. Аналіз труднощів, з якими стикалися компанії під час переходу, та розробка рекомендацій для їх уникнення.

Сприяння розвитку гнучкого управління проектами в Україні. Популяризація успішних досвідів та створення позитивного іміджу гнучких методологій.

Для проведення дослідження варто звернути увагу на компанії з різних галузей, які успішно впровадили гнучкі методології та досягли значних результатів. Це можуть бути як великі корпорації, так і середні та малі підприємства.

Які аспекти досліджувати?

Контекст впровадження:

Яка була початкова ситуація в компанії?

Які фактори спонукали до переходу на гнучкі методології?

Які були очікування від впровадження?

Вибрана методологія:

Чому була обрана саме ця методологія (Scrum, Kanban тощо)?

Як адаптували методологію до специфіки компанії?

Процес впровадження:

Які етапи включав процес впровадження?

Які інструменти та технології використовувалися?

Які труднощі виникли і як їх подолали?

Результати:

Які зміни відбулися в компанії після впровадження?

Які метрики використовувалися для оцінки ефективності?

Які кількісні та якісні результати були досягнуті?

Фактори успіху:

Які ключові фактори сприяли успішному впровадженню?

Яку роль зіграла підтримка керівництва?

Яке значення мала залученість команди?

Методи дослідження

Аналіз публікацій. Дослідження статей, блогів, кейсів компаній.

Опитування. Проведення опитувань серед представників компаній, які успішно впровадили гнучкі методології.

Інтерв'ю. Детальні інтерв'ю з ключовими учасниками проектів.

Вивчення внутрішньої документації. Аналіз планів, звітів, презентацій компаній.

Результатом такого дослідження може стати:

Систематизована база знань. Створення бази даних успішних кейсів.

Виявлення кращих практик. Ідентифікація ефективних підходів та інструментів.

Розробка рекомендацій. Створення рекомендацій для компаній, які планують перейти на гнучкі методології.

Сприяння розвитку спільноти. Створення платформи для обміну досвідом між фахівцями з управління проектами.

1.4. Висновки до 1 розділу

Перехід від традиційних до гнучких методологій управління проектами: В Україні спостерігається чітка тенденція до переходу від традиційних (водоспадних) методологій управління проектами до більш гнучких підходів. Це зумовлено необхідністю адаптації до швидких змін на ринку, підвищенням вимог до інноваційних процесів та бажанням компаній швидше реагувати на потреби споживачів і клієнтів. Традиційні методології, зокрема водоспад, менш ефективні в умовах швидко змінюваного бізнес-середовища, де критичними є адаптивність і гнучкість.

1. Популярність гнучких методологій в Україні: Найбільш поширеними гнучкими методологіями, що впроваджуються в українських компаніях, є Scrum, Kanban, Lean, Agile. Ці методології мають спільні принципи, такі як гнучкість, швидка адаптація до змін, постійний зворотний зв'язок із замовником та інтернаціоналізація процесів.

2. Переваги гнучких методологій:

- Швидкість реакції на зміни: гнучкі методології дозволяють оперативно реагувати на зміни в бізнес-середовищі та потреби клієнтів, що є особливо важливим в умовах економічної нестабільності.

- Покращена комунікація: завдяки інтерактивним процесам та щоденним зустрічам команд (Daily Standups), знижуються ризики непорозумінь і затримок у проектах.

- Підвищення ефективності команди: гнучкі методології стимулюють самостійність команд, заохочують до прийняття рішень на місці, що сприяє більш швидкому виконанню завдань.

- Ітеративність та інкрементальність: робота над проєктами розбивається на цикли (спринти), що дозволяє виявляти проблеми на ранніх етапах і вчасно їх виправляти.

3. Застосування в українських компаніях: кейси успішного впровадження: Дослідження кейсів українських компаній, які успішно впровадили гнучкі методології, показує, що адаптація гнучких практик особливо ефективна в ІТ-сфері, стартапах, а також у великих корпораціях, які намагаються швидше пристосовуватися до змін на ринку. Важливим аспектом є також інвестиції у навчання та сертифікацію персоналу, оскільки правильне впровадження методологій вимагає досвіду та знань.

Наприклад, в компанії SoftServe був успішно впроваджений Scrum, що дозволило значно покращити продуктивність команд, прискорити терміни реалізації проєктів та знизити кількість помилок у кінцевому продукті. Аналогічно, в компанії Miratech було застосовано підхід Lean для оптимізації процесів і зменшення витрат на розробку.

4. Проблеми та виклики: Хоча гнучкі методології довели свою ефективність, в українських компаніях існують певні труднощі при їх впровадженні:

- Опір зміні: Багато компаній, особливо з консервативним управлінським підходом, не готові до змін у своїй організаційній культурі та управлінських процесах.

- Недостатня кваліфікація менеджерів: В Україні бракує сертифікованих фахівців і тренерів, які могли б належно впроваджувати і підтримувати гнучкі методології.

- Необхідність значних інвестицій в навчання та зміну процесів в компаніях середнього і великого розміру.

5. Перспективи розвитку: Враховуючи позитивні результати від застосування гнучких методологій, можна очікувати, що їх популярність в Україні буде зростати. Поступова трансформація управлінських структур, зокрема у великих компаніях, дозволить інтегрувати гнучкі підходи в ширший контекст, де доцільне їх застосування. Крім того, з огляду на глобалізацію і цифровізацію,

компанії в Україні будуть прагнути до більшої ефективності та адаптивності, що сприятиме подальшому розвитку гнучких методологій.

Перехід від традиційних до гнучких методологій є важливим кроком для українських компаній, що дозволяє підвищити ефективність управління проєктами, знизити ризики і витрати, а також адаптуватися до змінюваних умов ринку. Успіх цього процесу залежить від готовності компаній інвестувати в підготовку кадрів, зміну корпоративної культури та підтримку організаційних змін.

РОЗДІЛ 2.

РОЗРОБКА ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ ТА ВІДКРИТТЯ САЛОНУ КРАСИ «REDLINE»

2.1. Загальна характеристика проєкту створення преміум-салону краси

Проєкт заключається у відкритті салону краси «Redline», забезпечення високого рівня професіоналізму та якості послуг (перукарні, косметологічні, манікюр та педикюр тощо).

Центр краси та здоров'я «Redline» це сучасний салон, який надає якісні послуги використовує сучасні технології та надає клієнтам розширений спектр послуг для жінок та чоловіків.

Основна ідея проєкту передбачає створення інноваційного і преміум-салону краси в центрі міста, що стане улюбленим місцем для людей, які шукають не лише традиційні послуги з догляду, а й інноваційні методи омолодження, релаксації та оздоровлення.

Нашою метою є забезпечити високий рівень обслуговування, використання найсучасніших технологій та персоналізованих підходів, що зробить салон не просто місцем для процедур, а справжнім центром краси та здоров'я для кожного клієнта.

Дане дослідження проведене серед користувачів інтернету усього світу, а також

Салон надаватиме професійні косметичні, перукарські та спа-послуги для людей середнього та високого сегменту.

Окрім традиційних послуг, будуть впроваджені інноваційні технології для омолодження, лазерного догляду, ін'єкційних процедур, лікування волосся та шкіри.

Індивідуальний підхід до кожного клієнта:

Розробка персоналізованих програм догляду за шкірою та волоссям, а також індивідуальні консультації для підбору найкращих послуг.

Введення програми лояльності для постійних клієнтів з бонусами та спеціальними пропозиціями.

Використання інноваційних технологій та висококласних продуктів:

Всі послуги будуть здійснюватися за допомогою новітнього косметологічного обладнання, яке відповідає світовим стандартам якості та безпеки.

Використання екологічно чистих та органічних продуктів, які забезпечать безпеку та ефективність процедур для клієнтів.

Розкішна атмосфера та комфорт:

Салон буде оформлений у сучасному та стильному дизайні з використанням елегантних матеріалів і створенням комфортної атмосфери для розслаблення клієнтів.

Створення простору, в якому клієнти можуть відпочити не тільки фізично, а й психологічно, отримуючи насолоду від процедур.

Мобільні послуги та цифрова взаємодія:

Для зручності клієнтів буде створено мобільний додаток для запису на послуги, перегляду історії процедур, отримання рекомендацій і персоналізованих пропозицій.

Запровадження онлайн-консультацій та запису через інтернет для максимальної зручності клієнтів.

Розвиток і розширення мережі:

Після успішного запуску першої філії в Києві, планується відкриття філій у інших містах України і, в перспективі, вихід на міжнародний ринок.

2.2. Основні цілі проєкту

Надання інноваційних та високоякісних послуг

Нашою метою є впровадження новітніх технологій у сфері косметології та краси, щоб забезпечити клієнтам доступ до найкращих та найефективніших

процедур. Серед основних послуг, що буде надавати салон "Redline":

- Косметологічні процедури з використанням лазерних технологій для омолодження шкіри, лазерної епіляції, фототерапії, пілінгів.
- Ін'єкційні методи: ботокс, філери, контурна пластика для корекції овалу обличчя та боротьби з ознаками старіння.
- Догляд за волоссям та шкірою голови з використанням спеціалізованих відновлювальних засобів, а також апаратних процедур для лікування волосся.
- Манікюр та педикюр: традиційний і SPA догляд за ногтями, а також новітні техніки та продукти для здоров'я шкіри рук і ніг.
- Макіяж та перукарські послуги: професійне нанесення макіяжу для різних подій, включаючи весілля та інші урочистості, стрижки та фарбування з використанням останніх трендів і технік.

Створення атмосфери ексклюзивності та розкоші

"Redline" має стати не просто салоном краси, а місцем для відпочинку та розкоші. Ми прагнемо створити атмосферу, де клієнти можуть відпочити від буденних турбот і поринути в світ краси та елегантності. Для цього буде використано:

- Інтер'єр салону: елегантний, сучасний і стильний. Вибір кольорової палітри для стін, меблів та декору буде зосереджений на створенні відчуття розкоші та спокою: темні відтінки дерева, нейтральні кольори стін, акценти з металу та скла, освітлення, що підкреслює елегантність і сучасний стиль.
- Меблі та обладнання: комфортні крісла для процедур, висококласне обладнання для косметологічних та перукарських послуг, організоване зберігання інструментів та косметики.
- Ароматерапія та музика: створення заспокійливої атмосфери за допомогою ароматичних дифузорів та розслаблюючої музики.

Індивідуальний підхід до клієнтів

Основною філософією "Redline" стане індивідуалізація послуг та персоналізований підхід до кожного клієнта:

- Персональний консалтинг: кожен клієнт отримає індивідуальну консультацію щодо вибору процедур, з урахуванням типу шкіри, віку, стану волосся та інших факторів.
- Індивідуальні програми догляду: клієнти зможуть отримати персоналізовані плани по догляду за шкірою та волоссям, що включатимуть регулярні відвідування салону для корекції результатів.
- Програма лояльності: для постійних клієнтів ми розробимо систему бонусів та знижок, яка дозволить отримувати додаткові послуги або знижки на наступні процедури.

2.2 Використання інноваційних технологій та висококласних продуктів

Салон "Redline" буде орієнтований на використання новітніх технологій у косметології та краси. Це дозволить нам:

- Використовувати сучасне обладнання, наприклад, для лазерних процедур (лазерна епіляція, омолодження шкіри), ультразвукових процедур для догляду за волоссям, апаратів для мікродермабразії, ін'єкційних методик.
- Екологічні і натуральні продукти для догляду за шкірою, волоссям і ногтями. Зокрема, будуть використовуватись косметичні засоби преміум-класу від відомих брендів, які забезпечують ефективність та безпечність процедур.
- в галузі косметології та перукарства.

Місія компанії

Робота центру спрямована на надання якісної роботи, для того, щоб кожен клієнт був задоволений сервісом обслуговування та у майбутньому відвідував

даний центр.

Місія салону краси "Redline" полягає в тому, щоб надавати клієнтам не просто косметичні послуги, а й створювати неповторний досвід краси та відпочинку, який підтримує високий рівень самопочуття, впевненості в собі та емоційного благополуччя. Ми прагнемо бути місцем, де кожен клієнт може знайти персоналізовану турботу, професіоналізм та інноваційні методи догляду, що відповідають найвищим стандартам якості.

Основні принципи нашої місії

1. Якість та інновації. Ми постійно впроваджуємо новітні технології в сфері краси та догляду, використовуючи передове обладнання та сучасні косметичні засоби. Кожен клієнт отримує доступ до інноваційних методів, що гарантують високу ефективність та безпеку процедур.

2. Персоналізований підхід. Наша місія полягає в тому, щоб кожен клієнт почувався унікальним. Ми пропонуємо індивідуальні консультації та програми догляду, щоб допомогти кожному досягти найкращих результатів, що відповідають його особистим потребам та бажанням.

3. Залучення професіоналів найвищого класу. Ми орієнтуємось на команду кваліфікованих спеціалістів, які є експертами в своїй галузі та постійно вдосконалюють свої навички. Професіоналізм наших співробітників — запорука високої якості обслуговування та задоволення клієнтів.

4. Збалансований підхід до краси та здоров'я. "Redline" пропонує не лише косметичні послуги, а й комплексний підхід до здоров'я, включаючи процедури для оздоровлення шкіри, волосся та загального самопочуття. Ми використовуємо тільки сертифіковані, безпечні та ефективні засоби для підтримки здоров'я та краси наших клієнтів.

5. Відповідальність перед клієнтами. Ми прагнемо не лише

виконувати свої зобов'язання перед клієнтами, але й перевершити їх очікування. Наше завдання — це не просто задоволення потреб, а створення позитивного емоційного досвіду, який спонукає клієнтів повертатися знову і рекомендувати нас друзям і близьким.

2.3. Цінності компанії салону краси "Redline"

Цінності салону краси "Redline" є основою нашої корпоративної культури та визначають підхід до надання послуг, взаємодії з клієнтами та розвитку компанії. Ми впевнені, що тільки через дотримання наших цінностей ми зможемо створити якісне, комфортне і надихаюче середовище для наших клієнтів та співробітників.

1. Професіоналізм

Ми ставимо найвищі стандарти у всьому, що робимо. Наші спеціалісти — це професіонали своєї справи, які постійно вдосконалюють свої навички через тренінги та курси. Ми використовуємо найсучасніше обладнання та косметику, щоб забезпечити клієнтам найкращі результати. Кожен співробітник салону "Redline" — це експерт у своїй галузі, що гарантує високий рівень обслуговування.

2. Індивідуальний підхід

Кожен клієнт для нас — унікальний. Ми ставимося до кожної людини з увагою і турботою, намагаємося вивчити її потреби та побажання, щоб запропонувати найкращі рішення для догляду за зовнішнім виглядом. Всі послуги в нашому салоні є персоналізованими, щоб максимально відповідати індивідуальним запитам клієнтів і досягати оптимальних результатів.

3. Якість та інновації

Ми завжди прагнемо до досконалості, тому в салоні "Redline" використовуються тільки високоякісні сертифіковані продукти і найсучасніше обладнання. Ми активно впроваджуємо інновації, слідкуємо за останніми

тенденціями у світі краси і косметології, щоб забезпечити нашим клієнтам найефективніші та безпечніші процедури.

4. Безпека та здоров'я

Для нас безпека клієнтів стоїть на першому місці. Усі косметичні процедури в "Redline" виконуються з урахуванням найвищих стандартів безпеки та гігієни. Ми використовуємо тільки перевірені та сертифіковані матеріали та техніки, що гарантують безпеку для здоров'я наших клієнтів, а також забезпечуємо строгий контроль за якістю на кожному етапі надання послуг.

5. Комфорт та емоційне благополуччя

Ми прагнемо створити для наших клієнтів атмосферу спокою, розслаблення та гармонії. Кожен відвідувач "Redline" має відчувати себе комфортно та безпечно. Наша мета — не лише догляд за зовнішнім виглядом, а й покращення емоційного стану клієнтів, даруючи їм моменти релаксації та відновлення.

6. Розвиток і навчання

Ми віримо в постійне самовдосконалення. Оскільки індустрія краси швидко розвивається, ми підтримуємо наших співробітників у прагненні до нових знань і професійного росту. Наші майстри регулярно проходять навчання та підвищення кваліфікації, що дозволяє нам залишатися на передовій косметологічної індустрії.

Розглянемо опис послуг продукту проєкту:

1. Косметологічні послуги

Омолодження та догляд за шкірою

- Лазерне омолодження: використання найновіших лазерних технологій для покращення стану шкіри, зменшення зморшок, покращення текстури та пружності шкіри.
- Пілінги: хімічні, ультразвукові пілінги для оновлення шкіри, вирівнювання тону та покращення загального вигляду шкіри.

- Мікртокова терапія: стимулює природні процеси омолодження, покращує тонус і еластичність шкіри.
- Ін'єкційні процедури: ботокс, філери, мезотерапія для корекції овалу обличчя, зменшення зморшок та покращення контурів обличчя.
- Гідрафейсінг: глибоке зволоження і живлення шкіри за допомогою спеціального апарату, який інтенсивно очищує та зволожує шкіру обличчя.
- Лімфодренажні процедури: допомагають вивести токсини, зняти набряки і поліпшити кровообіг, покращуючи стан шкіри та загальний вигляд.
- Лазерна епіляція
- Лазерна епіляція — ефективний та безболісний метод позбавлення від небажаного волосся на будь-яких ділянках тіла за допомогою діодного лазера. Процедура є безпечною для всіх типів шкіри і забезпечує довгостроковий результат.

Перукарські послуги

Стрижки та укладки

- Класичні та сучасні стрижки для чоловіків і жінок будь-якої довжини та типу волосся.
- Стрижки на коротке волосся (каре, боб) або стильні довгі укладки з використанням професійних засобів.
- Укладка волосся: щоденна, святкова укладка для різних випадків життя (весілля, урочистості, вечірки).
- Хімічна завивка і кератинове випрямлення для тривалої укладки і випрямлення волосся.
- Фарбування волосся
- Колорування: від класичних фарбувальних технік до найбільш актуальних варіантів, таких як балаяж, омбре, техніка шатуш для створення природних акцентів у волоссі.

- Фарбування без аміаку: використовуємо щадні фарбувальні засоби, що не пошкоджують волосся, зберігаючи їх природний вигляд і здоров'я.
- Підсвітлення та мелірування: створення яскравих відтінків і візуальної текстури волосся.

Догляд за волоссям

- Маски та відновлювальні процедури для волосся, щоб забезпечити інтенсивне зволоження, відновлення і живлення волосся після фарбування або механічного пошкодження.
- Спеціальні програми по догляду за волоссям (наприклад, проти випадіння або для стимуляції росту).

Манікюр та педикюр

Класичний та європейський манікюр

- Класичний манікюр з обрізанням кутикули та ідеальним покриттям.
- Європейський манікюр без обрізання, що використовує щадні методи для догляду за руками і нігтями.
- Лікувальний манікюр: догляд за нігтями, що вимагають особливої уваги, наприклад, при грибкових захворюваннях або вразливості нігтів.

Гель-лак та шелак

- Гель-лак — довготривале покриття для нігтів, що не ламається і не відшаровується. Доступний широкий вибір кольорів та дизайнів.
- Дизайн нігтів: різноманітні техніки, включаючи френч, омбре, розпис нігтів, стрази, трафарети.

Педикюр

- Класичний педикюр: включає обробку стоп, зволоження, видалення ороговілих частинок та шліфування шкіри.
- SPA-педикюр: розслаблююча процедура, яка включає масаж, пілінг та інтенсивне зволоження для здорових і доглянутих ніг.

Спа-послуги та релаксація

Масажі

- Антицелюлітний масаж: спеціальні техніки, що стимулюють лімфодренаж, допомагають зменшити целюліт та покращити текстуру шкіри.
- Релаксаційний масаж: для зняття стресу і напруги, покращення кровообігу та зменшення м'язового болю.
- Масаж з використанням ароматичних олій для створення атмосфери спокою і гармонії.

Обгортання для тіла

- Тонізуючі та зволожуючі обгортання для покращення еластичності шкіри.
- Детокс-обгортання для виведення токсинів та зменшення набряків.

Спа-процедури для обличчя та тіла

- Маски для обличчя та тіла для інтенсивного зволоження, очищення або омолодження шкіри.
- Скраби та пілінги для тіла, що забезпечують відновлення шкіри та її очищення.

Додаткові послуги

- Візаж: професійний макіяж для будь-яких випадків — весільний, вечірній, денний, для фотосесій або корпоративів.
- Біоепіляція (шугаринг): видалення волосся за допомогою природної цукрової пасти.
- ментувати з іміджем: нові стрижки, незвичайне фарбування, стильні манікюри.
- Більше схильні до пробування нових послуг, таких як нарощування волосся, татуювання, макіяж для вечірок або фотосесій.

2.4. Основні пріоритети діяльності салону краси

1. Стандарти безпеки. Дотримання всіх санітарних норм та правил, щоб гарантувати безпеку та здоров'я клієнтів.
2. Персоналізація послуг. Ми враховуємо унікальні потреби та бажання кожного клієнта, розробляючи індивідуальні програми.
3. Сучасні технології. Ми активно впроваджуємо новітні методики та технології в галузі краси та здоров'я.
4. Підтримка. Ми готові підтримати клієнтів у їхньому прагненні до здоров'я та краси.
5. Стійкий розвиток. Ми прагнемо використовувати екологічно чисті та безпечні продукти, мінімізуючи негативний вплив на довкілля.

Оформлення та інтер'єр

Салон буде мати стильний, сучасний інтер'єр з використанням еко-матеріалів та світлих тонів для створення атмосфери розслабленості та комфорту. У кожному кабінеті буде високоякісне освітлення, сучасне обладнання та продукти, що гарантують ефективність процедур.

Ключові принципи оформлення та інтер'єру салону краси

1. Концепція та стиль

Концепція інтер'єру повинна відповідати основній ідеї салону краси, який обслуговує цільову аудиторію. Це дозволяє створити цілісну картину і гармонійно поєднувати функціональність з естетичністю.

- Сучасний стиль мінімалізм, лаконічні лінії, нейтральні кольори, елегантні меблі. Популярний у сучасних салонах краси, які орієнтуються на молодіжну та активну аудиторію. Це відмінно підходить для салонів, що пропонують інноваційні косметологічні послуги та сучасні методики (лазерна епіляція, омолодження, контурна пластика тощо).
- Еклектика як поєднання різних стилів може бути актуальним для салонів, що хочуть виділитися на фоні конкурентів. Наприклад, поєднання

класичних елементів з сучасними тенденціями в інтер'єрі.

- Еко-стиль для салонів, що орієнтуються на органічні продукти та природні методи догляду, застосовують натуральні матеріали (дерево, камінь, рослини). Цей стиль підходить для салонів, що пропонують екологічно чисті послуги і органічну косметику.
- Ретро або вінтаж для салонів з особливою атмосферою та для аудиторії, яка любить елементи старовинного стилю, використання вінтажних меблів та декору може стати яскравою особливістю. Цей стиль також чудово підходить для створення затишної атмосфери.

2. Колірна палітра

Вибір кольору має важливе значення, оскільки він впливає на настрій клієнтів, їх комфорт і сприйняття салону.

- Нейтральні кольори білий, бежевий, сірий — це універсальний вибір для будь-якого типу салону. Вони створюють спокійну та чисту атмосферу, допомагають клієнтам відпочити і розслабитися.
- Спокійні пастельні відтінки ніжно-рожевий, м'ятний, персиковий — це кольори, що викликають відчуття легкості, романтики та гармонії, вони популярні для жіночих салонів краси.
- Акцентні кольори чорний, золотий, глибокий синій — їх використовують для створення стильних акцентів у декорі або меблях. Це додає інтер'єру вишуканості та елегантності.
- Природні кольори зелений, коричневий — підходять для салонів, орієнтованих на здоров'я, екологічні продукти або спа-послуги. Зелений, зокрема, асоціюється з відновленням та спокоєм.

3. Меблі та обладнання

Меблі повинні бути не тільки стильними, але й зручними для використання майстрами та клієнтами. Правильно підібрані меблі та техніка також сприяють ефективності роботи.

- Кресла для клієнтів - комфорт і зручність — основні вимоги до меблів. Кресла для перукарів повинні бути регульованими, з можливістю регулювання нахилу та висоти, мати підтримку для спини та голови.
- Меблі для персоналу - стільці та столи для майстрів повинні бути зручними, з можливістю регулювання та відповідати ергономічним вимогам.
- Стійки та полиці для косметики та інструментів для зберігання косметичних засобів, інструментів і приладів повинно бути організованим і зручним для доступу. Полички, органайзери та шафи для косметики повинні бути не тільки функціональними, але й естетично виглядати в інтер'єрі.
- Спеціалізовані крісла для процедур, крісла для косметології, манікюрних і педикюрних процедур повинні бути комфортними та легкими в догляді.
- Офісні меблі для адміністраторів, стильний прийомний стіл, зручні стільці для клієнтів — це також частина інтер'єру, яка повинна відповідати загальному стилю салону і створювати атмосферу гостинності.

4. Зонування простору

Зонування простору важливе, особливо для великих салонів краси, де потрібно ефективно використовувати площу. Це дозволяє створити комфортні умови для кожного клієнта, не порушуючи загальної атмосфери.

- Приймона зона. Тут клієнти чекають на свою чергу, реєструються та спілкуються з адміністратором. Для цієї зони важливо вибрати комфортні меблі, м'які дивани або крісла, журнали або телевізор для розваг.
- Зони для процедур. Робочі місця майстрів, кабінети для косметологічних процедур, зони для манікюру, педикюру чи стрижки мають бути зручними, приватними і вільними від зайвих деталей, щоб нічого не відволікало клієнта.
- Зона для релаксації (якщо є в салоні). Для спа-послуг важливо створити окрему, затишну атмосферу для клієнтів, де вони можуть відпочити і

розслабитися після процедури. Тут добре працюють стильні ванни, ароматерапія, зручні дивани та м'яке освітлення.

5. Освітлення

Правильне освітлення відіграє важливу роль в оформленні інтер'єру, забезпечуючи комфорт клієнтів і допомагаючи майстрам працювати з високою точністю. Для салону краси використовують кілька типів освітлення:

- Основне освітлення - світлодіодні або люмінесцентні лампи, які створюють рівномірне освітлення всього простору.
- Акцентне освітлення - на робочих місцях, зонах для манікюру, педикюру, косметологічних процедур важливо мати додаткове джерело світла — направлені лампи або лампи на стелажах.
- Атмосферне освітлення - в зонах відпочинку, прийомних кімнатах використовують більш м'яке, розсіяне освітлення. Це може бути світло від декоративних ламп або бра, які допомагають створити затишну атмосферу.

6. Декор і аксесуари

Декор — це останній штрих у створенні атмосферного інтер'єру. Важливо використовувати декор, що гармонійно вписується в загальну концепцію салону і підкреслює стиль.

- Рослини. Живі рослини (квіти, кімнатні дерева) створюють атмосферу природного затишку, особливо в салонах, які орієнтуються на здоровий спосіб життя або еко-стиль.
- Картини або фотографії на стінах можна повісити стильні картини, постери або фотографії, що підкреслюють стиль салону.
- Аксесуари використання стильних дзеркал, витончених декоративних елементів, таких як вази, свічки, декоративні полички.

2.5. Фінансовий план проєкту

Розглянемо фінансовий план проєкту. Для точного розрахунку будемо звертатися до постачальників послуг та обладнання. Встановлений бюджет проєкту складає 2 млн. грн.

Розглянемо кошторис, який відповідає фінансовому плану проєкту.

1. Ремонт та облаштування приміщення

Оренда або купівля приміщення:

Оренда: від 10 000 грн/міс. залежно від площі та локації.

Купівля: від 500 000 грн. залежно від площі та стану приміщення.

Ремонтні роботи:

Косметичний ремонт: від 500 грн/кв.м.

Капітальний ремонт: від 1000 грн/кв.м.

Дизайн інтер'єру:

Розробка дизайн-проєкту: від 5 000 грн.

Реалізація проєкту: 10-20% від вартості ремонтних робіт.

Меблі та обладнання:

Меблі для зони очікування: від 10 000 грн.

Меблі для робочих місць: від 20 000 грн. за робоче місце.

2. Обладнання для салону

Перукарське обладнання:

Мийки для волосся: від 5 000 грн/шт.

Крісла для стрижки: від 3 000 грн/шт.

Фені, плойки, праски: від 1 000 грн/шт.

Косметичні апарати:

Апарат для ультразвукової чистки: від 15 000 грн.

Лазерний апарат: від 50 000 грн.

Апарат для RF-ліфтингу: від 30 000 грн.

Інструменти та матеріали:

Ножиці, гребінці, пінцети: від 5 000 грн.

Одноразові матеріали: від 2 000 грн/міс.

3. Маркетинг та реклама

Створення сайту та соціальних мереж:

Розробка сайту: від 10 000 грн.

Ведення соцмереж: від 2 000 грн/міс.

Рекламна кампанія:

Контекстна реклама: від 5 000 грн/міс.

SMM: від 3 000 грн/міс.

Роздатковий матеріал: від 2 000 грн.

4. Постійні витрати

Оренда приміщення: залежить від площі та локації.

Заробітна плата персоналу: від 10 000 грн/міс. на одного майстра.

Комунальні платежі: залежать від площі приміщення та тарифів.

Оподаткування: розраховується індивідуально для кожного підприємства.

Страховання: залежить від обраної програми страхування.

5. Змінні витрати

Матеріали для роботи: залежать від кількості клієнтів та обсягу наданих послуг.

Реклама: залежить від обраної маркетингової стратегії.

Сервісне обслуговування обладнання: від 5% від вартості обладнання на рік.

2.6. Бачення розвитку салону на 2025- 2026 рік

В умовах постійних змін у технологіях, вимогах клієнтів і економічному середовищі салони краси повинні постійно адаптуватися, щоб залишатися конкурентоспроможними та актуальними. Ось кілька важливих аспектів, які можуть стати основою для бачення розвитку салону краси в найближчі роки.

1. Технологічні інновації та автоматизація

Інтеграція нових технологій — це, безумовно, одна з головних тенденцій для салонів краси на 2025-2026 рік. Прогрес у технологіях дозволяє салонам краси не лише покращувати якість обслуговування, але й забезпечувати більшу ефективність роботи.

- Інтелектуальні апарати та прилади для косметології. Автоматизовані системи для омолодження, лазерні технології, штучний інтелект, який допомагає визначати індивідуальні програми догляду (наприклад, на основі даних про тип шкіри, волосся чи стан здоров'я).
- Віртуальний консалтинг та доповнена реальність (AR). За допомогою AR технологій клієнти можуть «приміряти» нові стрижки, кольори волосся або макіяж перед процедурою через додаток або на спеціальних екранах у салоні.
- Інтеграція з мобільними додатками. Онлайн-запис, автоматизовані нагадування про записи, персоналізовані рекомендації на основі історії клієнта, що інтегруються із календарями та платіжними системами. Це підвищить зручність для клієнтів та ефективність роботи салону.
- Роботи та автоматизовані системи. У майбутньому ми можемо побачити автоматизовані процеси, такі як стрижки або манікюр, виконані роботами, що знижує навантаження на персонал та дозволяє зберігати високий рівень якості.

2. Індивідуалізація послуг

Персоналізовані послуги стануть основним трендом. Клієнти вже сьогодні хочуть більше уваги до своїх індивідуальних потреб, і в 2025-2026 роках це лише посилиться.

- Персоналізовані косметичні процедури. Це означає, що кожен клієнт отримає не просто стандартне обслуговування, а спеціально розроблені для нього процедури, враховуючи тип шкіри, волосся, особливості здоров'я та навіть генетичні фактори.
- Моделі «клієнт-центричності». Можна створити постійно доступну картку лояльності, яка на основі звичок клієнта надаватиме індивідуальні знижки або послуги.
- Аналіз здоров'я клієнта. Вже зараз стають популярними біометричні дані, які можуть бути використані для рекомендацій на основі здоров'я клієнта, аналізу шкіри, волосся та загального стану організму.

3. Екологічність і сталий розвиток

У 2025-2026 роках екологічна свідомість буде важливою частиною бренду салону краси. Тренд на сталий розвиток не лише у продуктах, але й у всіх аспектах бізнесу набирає популярності.

- Екологічні продукти. Все більше салонів будуть переходити на органічну, екологічно чисту косметику без шкідливих хімічних добавок. Клієнти стануть ще більше звертати увагу на те, що наноситься на їхню шкіру та волосся.
- Сталий дизайн і «зелений» інтер'єр. Використання екологічно чистих, відновлюваних матеріалів в інтер'єрі салону, відновлення енергії (сонячні батареї, енергоефективні освітлювальні системи). Все більше уваги приділятиметься використанню природних та перероблених матеріалів.
- Менше пластикових упаковок. Використання пакування, що підлягає переробці, або відмова від пластикових матеріалів на користь

біорозкладних варіантів — важлива тенденція.

- Еко-послуги. Наприклад, послуги на основі натуральних інгредієнтів, без хімічних барвників і добавок, натуральне фарбування волосся чи очищення шкіри.

4. Спа-послуги та комплексний догляд за тілом

Зростання попиту на комплексний догляд призведе до того, що салони краси будуть пропонувати не лише стандартні процедури, але й повноцінні курси оздоровлення та релаксації.

- Спа-послуги для міського життя. Тренд на здоровий спосіб життя і зниження стресу буде тільки зростати. Салони краси все більше орієнтуватимуться на курси релаксації та детоксикації для втомлених городян.
- Масажі, детокс-програми, терапії з використанням природних компонентів. Можна очікувати розширення асортименту процедур, таких як ароматерапія, медові маски, шоколадні обгортання, масажі з використанням олій і трав.
- Програми по здоров'ю шкіри та волосся. Вже зараз існують послуги, які допомагають відновлювати волосся після агресивних процедур. У майбутньому акцент буде на лікувальних і відновлювальних процедурах, які підтримують здоров'я волосся та шкіри.

5. Гнучкість і мобільність

Мобільність та онлайн послуги будуть набувати популярності.

- Мобільні салони краси. Відвідування клієнта на дому або в офісі ставатиме ще популярнішим. Особливо це стосується догляду за шкірою, волоссям, манікюром, педикюром, масажем. Бренди розширять спектр онлайн-сервісів, створюючи спеціалізовані програми для клієнтів.
- Мобільні додатки для запису на процедури, консультування. Розвиток онлайн-консультацій у салонах краси дозволить значно знизити

навантаження на персонал та зробити послугу ще більш зручною для клієнтів.

6. Нова роль персоналу

В 2025-2026 роках зміни у ставленні до персоналу та професіоналів в салоні краси ставатимуть дедалі важливішими.

- Збільшення ролі тренінгів та підвищення кваліфікації. Мастера салонів краси повинні постійно оновлювати свої знання про нові техніки та технології. Регулярні навчання, сертифікації та тренінги стануть нормою.
- Розвиток комунікаційних навичок у персоналу. Оскільки клієнти стають все більш вимогливими до сервісу, важливо, щоб співробітники мали високий рівень комунікаційних навичок і могли підбирати індивідуальний підхід до кожного клієнта.

Салони краси на 2025-2026 рік будуть активно інтегрувати новітні технології, розширювати спектр послуг, орієнтуючись на індивідуальні потреби клієнтів, зростаючи у напрямку екологічності та сталого розвитку. Ключові елементи майбутнього салону краси — це високоякісні технології, індивідуальний підхід, комфорт та здоров'я клієнта, екологічність, а також розширена мобільність і гнучкість сервісів.

Центр краси та здоров'я «Redline» через рік стане місцем, де клієнти отримують не лише послуги, а й досвід, що базується на турботі, професіоналізмі та повазі. Ми будемо прагнути постійного вдосконалення та створення унікальної атмосфери, в якій кожен клієнт відчує себе особливим.

2.7. Стратегія підприємства

Потреба в салонах краси завжди актуальна, навіть незважаючи на те, що витрати на дослідження ринку можуть бути досить високими. Проте цей бізнес є перспективним і здатен приносити стабільний дохід. Салон планує надавати своїм клієнтам послуги найвищої якості.

На початковому етапі розвитку бізнесу, коли налаштовуються внутрішні процеси, не вдасться швидко захопити ринок.

Тому на цьому етапі буде застосована маркетингова стратегія, яка включатиме формування принципів обслуговування клієнтів, визначення цінової політики, налаштування взаємодії з клієнтами та конкурентами, а також розробку ефективних рекламних кампаній для просування послуг (табл. 2.1-2.3).

Таблиця 2.1.

Стратегія підприємства

№	Стратегія	Очікувані результати
Фінанси		
1	Стратегія зростання 1. Використання власних коштів для відкриття салону 2. Залучення інвесторів для подальшого розвитку бізнесу	Відкриття центру і закупівля матеріалів. У міру наростання прибутку розширення мережі центру і зайняття нових ринків.
Навчання та розвиток		
2	Підвищення кваліфікації працівників.	Кваліфікований персонал
3	Освоєння нових технологій, застосування зарубіжного досвіду.	Висока якість обслуговування, набуття досвіду і нових можливостей на ринку.
4	Проходження курсів та тренінгів щодо розвитку та покращення стану компанії.	Успішність компанії та мотивація працівників.

Клієнти		
5	Отримання хороших відгуків від клієнтів. Доступність послуг. Цінова політика спрямована на задоволення потреб різних верств населення. Орієнтація на потреби і бажання клієнтів.	Вигідні умови для отримання послуг сприяють активним продажам. Постійне отримання послуг. Велика відвідуваність і успіх центру. Постійний клієнтообіг.
Внутрішні процеси		
6	Організація роботи сайту компанії для онлайн-консультацій. Впровадження новизни, інтернет-маркетинг	Вихід на міжнародний інтернет-ринок. Зростання доходів компанії.
7	Корпоративна культура. Розробка етики центру, підходів до клієнтів, налагодження процесів закупівель і поставок.	Покращення корпоративних відносин. Постійна виручка, позитивні відгуки.

Таблиця 2.2.

Показники підприємства

№	Стратегія	Ціль	Показник	Значення	Захід

Фінанси

1	Стратегія росту	Відкриття центру та розширення мережі	Прибуток, кількість нових центрів.	Постійни й прибуток від 60%	Стратегічні заходи щодо досягнення мети. Постійна мотивація працівників, залучення нових клієнтів за допомогою проведення акційних заходів.
---	--------------------	--	---	--------------------------------------	---

Навчання та розвиток

2	Підвищення кваліфікації працівників.	Кваліфікова ні працівники	Відгуки клієнтів	95% позитивн их відгуків 1%	Привернення експертів для навчання персоналу. Створення комфортних умов для праці.
3	Освоєння нових технологій, застосування зарубіжного	Поліпшення якості обслуговува ння	Високі показники продуктивно сті і	ТОП 50	Висока якості обслуговування., PR-заходи. Маркетингові

	досвіду.		прибутковості. Рейтинг компанії.		програми.
4	Проходження курсів та тренінгів щодо розвитку та покращення стану компанії.	Успіх розвитку компанії.	Впізнавання бренду	ТОП 100	Проведення заходів, зустрічей та тренінгів з розвитку компанії і мотивації співробітників. Залучення фахівців.
Клієнти					
5	Орієнтація на потреби бажання клієнтів.	Напрацювання клієнтської бази.	Постійні клієнти.	В середньому у 170 клієнтів в місяць	Враховувати всі побажання клієнтів. Якісне обслуговування. Система знижок для постійних клієнтів.
Внутрішні процеси					
6	Організація роботи сайту	Вихід на міжнародні	Кількість обслугову	Від 1700 обслугову	Активне використання

	компанії для онлайн-консультацій. Постійна оптимізація сайту, впровадження новизни, інтернет-маркетинг і зовнішня реклама.	й інтернет-ринок, розширення обсягів обслуговування	вань	-вання	інтернет-ресурсів. Залучення ІТ фахівців.
7	Корпоративна культура. Розробка етики центру, підходів до клієнтів, налагодження процесів закупівель і поставок.	Приємна атмосфера в колективі, злагодженість робіт, відкритість всіх працівників компанії. Орієнтація на результат	Продуктивність і ефективність роботи компанії. Відгуки співробітників.	90% задоволені і роботою	Проведення заходів та тренінгів по корпоративній культурі. Своєчасні зарплати, система бонусів і премій. Мотивація співробітників.

Таблиця 2.3.

Досягнення показників у часі

Показник	2024	2025	2026
Фінанси			
Дохід	1800000	1900000	1900000
Витрати	2000000	700000	500000
Клієнти			
Кількість продаж	5000	8000	8000
Кількість клієнтів	560	1600	2500
Внутрішні Процеси			
Кількість центрів	5	5	6
Навчання та розвиток			
Навчений персонал	4	8	13

У висновку можу додати, що стратегія підприємства Центру краси та здоров'я «Redline» спрямована на створення високоякісного та сталого бізнесу,

який задовольняє потреби клієнтів та забезпечує їхню лояльність. Використовуючи індивідуальний підхід та постійне вдосконалення, центр прагне лідерства на ринку.

2.8. Процес залучення зацікавлених сторін в бізнесі

Залучення різноманітних зацікавлених сторін є ключовим елементом, що сприяє успішній розробці та реалізації проектної стратегії.

Стратегічне планування розвитку використовує різні спеціальні механізми, які забезпечують участь різних представників громадськості та груп інтересів у цих процесах.

На практиці існує кілька способів залучення зацікавлених сторін, які враховують переваги їхніх представників, а також рівень їхньої адаптації до сучасних методів планування та знання інформаційних технологій.

Таблиця 2.4.

Ідентифікація зацікавлених сторін

Клієнти:	Основна група, на яку орієнтовано бізнес. Включає як постійних, і потенційних клієнтів.
Співробітники:	Персонал, який працює в центрі, включаючи адміністраторів, косметологів, перукарів та масажистів.
Постачальники:	Компанії, що надають обладнання, косметику та інші необхідні матеріали.
Інвестори:	Особи чи організації, які фінансують чи мають фінансовий інтерес у бізнесі.
Місцева спільнота:	Мешканці району, де розташований центр, а також місцеві організації та ініціативи.

Регуляторні органи:	Державні організації, що регулюють діяльність у галузі охорони здоров'я та краси.
---------------------	---

Способи залучення зацікавлених сторін:

По-перше шляхом надсилання партнерських пропозицій, формулювання під час зустрічей з ними, звітів, особистих прийомів.

По-друге, через участь в обговоренні проектів – шляхом формування пропозицій на засіданнях «круглих» столів.

Аналіз інтересів:

Складіть картку зацікавлених сторін, позначивши їхні інтереси та вплив на бізнес. Це допоможе зрозуміти, які групи є найбільш критичними для успіху вашого центру.

2. Розуміння потреб та очікувань

Дослідження та опитування:

Проводьте регулярні опитування серед клієнтів для виявлення їхніх потреб та очікувань. Це можна зробити через онлайн-форми чи анкети, що заповнюються в центрі.

Організуйте фокус-групи, щоб глибше зрозуміти, що клієнти цінують у ваших послугах.

Зворотній зв'язок:

Створіть систему збирання відгуків на всіх етапах обслуговування. Це може бути анкета після візиту, коментарі на сайті чи соціальних мережах.

3. Розробка стратегії взаємодії

Персоналізовані підходи:

Для клієнтів. Розробіть програми лояльності, які враховуватимуть їх

переваги та частоту відвідувань.

Для співробітників. Введіть регулярні зустрічі для обговорення проблем та пропозицій, що допоможе створити більш відкриту комунікацію.

Для постачальників. Встановіть довгострокові партнерські відносини з ключовими постачальниками, щоб забезпечити стабільну якість послуг.

Участь у заходах:

Організуйте відкриті дні, майстер-класи та інші заходи, на яких клієнти можуть ознайомитися з новими послугами та продуктами.

4. Комунікація та інформування

Прозорість

Регулярно діліться новинами про центр, включаючи досягнення, плани розширення послуг та успіхи ваших фахівців.

Канали комунікації

Використовуйте різні платформи для спілкування. Наприклад, створіть інформаційні розсилки, ведіть активні облікові записи в Instagram і Facebook, робіть пости з прикладами робіт та відгуками клієнтів.

5. Зворотній зв'язок та адаптація

Систематичний збір відгуків

Встановіть системи для отримання регулярного зворотного зв'язку, наприклад, автоматичні опитування після відвідин центру.

Коригування стратегії

На основі аналізу зібраної інформації вносите зміни до своїх стратегій взаємодії та підходів до роботи з клієнтами та іншими зацікавленими сторонами.

Процес залучення зацікавлених сторін потребує постійної уваги та зусиль.

Важливо не лише встановити початковий контакт, а й підтримувати та розвивати відносини з ними, щоб створити довгострокову цінність для бізнесу.

Для Центра красоты и здоровья «Redline» это означает создание устойчивых, взаимовыгодных отношений с клиентами, персоналом, поставщиками и сообществом, что в конечном итоге будет способствовать росту и успеху предприятия.

Встановлення міцних відносин із клієнтами, співробітниками та партнерами формує основу для успішного функціонування бізнесу.

Коли зацікавлені сторони почуваються цінними та почутими, вони стають більш залученими, що призводить до підвищення рівня задоволеності та, як наслідок, до збільшення кількості рекомендацій та повторних звернень.

Зрештою, процес залучення зацікавлених сторін має бути частиною довгострокової стратегії Redline.

Інтеграція інтересів та потреб усіх груп у бізнес-процеси дозволить створити гармонійне та ефективне управління, що зробить центр не лише успішним, а й стійким у довгостроковій перспективі.

2.9. Аналіз конкурентоздатності

Салони краси залишаються одним з сегментів індустрії краси, що навіть під час війни продовжують розвиватися. Поява нових технологій, як косметичних, так і цифрових, зміна споживчої поведінки клієнтів, розробка нових продуктів і процедур - ось домінуючі фактори, які визначають розвиток ринку салонів краси.

1. Для збереження своєї конкурентоспроможності операторам ринку необхідно працювати не тільки над вдосконаленням сервісу, але і над його унікальністю та над ефективністю власного персоналу. Для аналізу конкурентів за напрямками потрібно обирати підприємства, з якими збігаються певні категорії послуг. Так, наприклад, з салоном в одному районі знаходиться багатoproфільна клініка, яка надає косметологічні послуги. Хоча вони і не є прямими конкурентами, але салон і клініка будуть конкурентами за напрямом «косметологія».

Прямі конкуренти - це ті підприємства індустрії краси, які збігаються з салоном за трьома пунктами: загальна цільова аудиторія, аналогічні послуги і рішення одних й тих самих проблем клієнта.

Наприклад, декілька салонів схожі за асортиментом основних послуг, але у них є відмінності.

У салоні №1 клієнтам додатково пропонують зробити візаж, а в салоні №2 надають ще послуги масажиста та є можливість відвідати солярій. Або у салонах №2 та №3 послуги нігтьового сервісу включено до основних, а не додаткових, за цінами вони нижчі від салону №1.

Аналізуючи сильні і слабкі сторони конкурентів, слід розуміти, що ці переваги або недоліки будуть мати безпосереднє відношення до асортименту послуг салону та їх вартості.

Наприклад, деякі салони мають дуже велику конкурентну перевагу у вигляді власних курсів, на яких вони можуть навчати всіх бажаючих за відповідними напрямками послуг. Таким чином, вони одночасно вирішують і проблему набору і утримання своїх кадрів, а також отримують додатковий прибуток.

Таблиця 2.5.

Порівняльна таблиця конкурентоздатності

Критерії:	Ціно ва політ ика	Якість наданн я інформ ації	Репута ція	Сервіс та обслуг овуван ня	Різном аніття послуг	Кваліф ікація та досвід персон алу	Реклам а в соцмер ежах	Досвід компан ії	Освоєн ня інтерн ет- ринку	Сума балів
Салон « Міліт»	5	3	6	5	4	6	8	5	7	49
Салон	7	9	7	7	8	7	5	7	6	63

«Cherry»										
Салон «REDLINE»	7	9	6	9	8	8	8	10	8	73

Розглядаючи дану таблицю можна замітити те, що створення даного салону значно покращить рівень життя населення.

Перевагою даного центру є також те, що наявність власного сайту та реклама через інтернет ресурси є значною перевагою, оскільки у конкурентів даний вид реклами просто відсутній.

Значний пріоритет конкурентів мають досвід майстрів та репутацію, але у майбутньому в центрі планується розширювати напрямки діяльності.

2.9. Аналіз цільової аудиторії

Цільова аудиторія:

- Жінки та чоловіки віком від 18 до 50 років, які дбають про свій зовнішній вигляд та здоров'я.
- Люди, що шукають комфорт і якісне обслуговування за доступними цінами.
- Клієнти, які хочуть отримати індивідуальний підхід і висококласні послуги у сфері краси та догляду.

Салони краси в Україні можуть бути орієнтовані на різні категорії клієнтів в залежності від їхніх потреб, доходу, віку та соціального статусу. Розглянемо кілька основних категорій цільових аудиторій салонів краси:

Молодь та підлітки (18-25 років)- 16%

Молоді жінки та чоловіки середнього віку (26-40 років)- 34%

Жінки середнього віку (41-55 років)- 14%

Чоловіки (20-50 років)- 19%

Люди старшого віку (55+ років)- 12%

Жінки, орієнтовані на здоровий спосіб життя та екологічність- 5%

1. Молодь та підлітки (18-25 років)

Характеристики:

- Це основна група людей, яка активно слідкує за модою і останніми трендами у світі краси.
- Часто шукають салони краси, де є можливість експериментувати з іміджем: нові стрижки, незвичайне фарбування, стильні манікюри.
- Більше схильні до пробування нових послуг, таких як нарощування волосся, татуювання, макіяж для вечірок або фотосесій.

Потреби:

- Оновлення образу, модні тренди.
- Стильні процедури (татуаж брів, стрижки, гелеві нігті).
- Макіяж для особливих випадків (свята, випускні, вечірки).

Послуги:

- Трендові стрижки та фарбування.
- Модні дизайни манікюру.
- Макіяж для фото та відео.
- Нарощування волосся.
- Модні перукарські техніки, такі як омбре або балаяж.

2. Молоді жінки та чоловіки середнього віку (26-40 років)

Характеристики:

- Ця група має більшу стабільність у фінансовому плані, тому може дозволити собі більш дорогі та регулярні послуги.

- Вони орієнтовані на якість, а не тільки на вигляд.
- Мають потребу в комплексному догляді за шкірою та волоссям, часто відвідують косметологічні процедури для збереження молодості та краси.

Потреби:

- Регулярний догляд за зовнішністю, підтримка свіжого вигляду.
- Професійний догляд за шкірою та волоссям.
- Антивікові процедури.
- Здоровий вигляд і високий рівень самопочуття.

Послуги:

- Косметологічні процедури: пілінги, омолодження, мезотерапія.
- Стрижки та укладки для професійного вигляду.
- Програмне очищення шкіри, догляд за волоссям.
- Професійний макіяж для корпоративів, зустрічей, вечірок.

3. Жінки середнього віку (41-55 років)

Характеристики:

- Це активні жінки, які вже досягли певного рівня професійного та соціального статусу.
- Мають стабільний дохід і можуть дозволити собі преміум-послуги, особливо для догляду за шкірою та волоссям.
- Зацікавлені в антивікових процедурах і методах, які допомагають виглядати молодше, підтримувати тонус шкіри, коригувати контури обличчя.

Потреби:

- Омолоджуючі процедури та антистресові послуги.

- Догляд за шкірою обличчя, втрата еластичності шкіри, відновлення кольору обличчя.
- Проблеми з волоссям (випадання волосся, пористість, сивина).
- Професійний догляд за шкірою, зокрема для зрілої шкіри.
- Послуги:
- Лікувальні процедури для шкіри (лазерні процедури, пілінги, антивікові маски).
- Програми відновлення волосся.
- Ін'єкційні методи омолодження (ботокс, філери, контурна пластика).
- Масажі для зняття стресу, релаксації.

4. Чоловіки (20-50 років)

Характеристики:

- Чоловіки все більше звертають увагу на свою зовнішність, тому попит на чоловічі салони краси в Україні зростає.
- Вони шукають практичні і ефективні послуги, часто в поєднанні з високоякісним обслуговуванням.
- Багато чоловіків цікавляться доглядом за бородою, стилем стрижок, а також антивіковими процедурами.

Потреби:

- Догляд за бородою, стрижки, вуса.
- Лікування волосся, запобігання випадінню.
- Стрижки та укладки, які відповідають професійному чи особистому стилю.
- Програмне очищення шкіри обличчя, боротьба з акне або проблемами зі шкірою.

Послуги:

- Перукарські послуги для чоловіків (стрижки, укладки).
- Догляд за бородою (стрижка, підрівнювання).
- Масажі для зняття стресу та релаксації.
- Лікування шкіри обличчя та антивікові процедури.

5. Люди старшого віку (55+ років)

Характеристики:

- Люди цієї вікової категорії також все більше звертають увагу на зовнішність, здоров'я шкіри, а також на комфорт.
- Бажають підтримувати молодість, що включає догляд за шкірою, волоссям, масажі та процедури для зняття стресу та напруги.
- Активно використовують косметологічні послуги, які допомагають уповільнити процеси старіння шкіри.

Потреби:

- Омолоджуючі процедури та догляд за шкірою.
- Професійний догляд за волоссям, зокрема відновлення волосся або боротьба з випадінням.
- Зняття стресу, релаксація, масажі.

Послуги:

- Лікування шкіри обличчя та ін'єкції для омолодження.
- Масажі для полегшення болю в м'язах і покращення кровообігу.
- Догляд за волоссям (професійні відновлювальні процедури).
- Програми догляду за шкірою для зрілої шкіри.

6. Жінки, орієнтовані на здоровий спосіб життя та екологічність

Характеристики:

- Ця група людей більше орієнтована на природні та органічні косметичні продукти.
- Вони шукають салони, які пропонують еко-послуги, органічні маски, креми, а також натуральні методи догляду.
- Зазвичай це жінки з високим рівнем свідомості про екологію та здоров'я.

Потреби:

- Пошук органічних та екологічних косметичних процедур.
- Догляд за тілом, який не шкодить навколишньому середовищу.
- Інтерес до натуральних методів омолодження та відновлення.

Послуги:

- Органічні маски для обличчя та тіла.
- Природне фарбування волосся без аміаку.
- Спеціалізовані процедури з використанням натуральних компонентів.
- Релаксація через ароматерапію з натуральними ефірними оліями.

Цінова політика компанії націлена на залучення максимальної кількості клієнтів різного матеріального становища. Ціни встановлені з урахуванням побажань споживачів і в той же час націлені на отримання прибутку для компанії.

Головний ціль - доступність послуг всім і кожному!

Цінова політика нашої фірми побудована за принципом спрямованості на потенційного споживача з середнім рівнем достатку, але це не означає, що приватні особи з достатком вище середнього не можуть бути покупцями вироблених фірмою послуг.

Цінова характеристика послуг

Послуги	Ціна
Ручний масаж 60 хв класичний	900 грн
Гідромасаж 50 хв	880 грн
Душ Шарко 12 хв	660 грн
LPG масаж 40 хв	700 грн
Комплекс педикюру	1200 грн
Комплекс манікюру	800 грн
Стрижка	750 грн
Догляд для волосся	1000 грн
Солярій хв.	28 грн

Ми плануємо дотримуватися середніх цін на наші високоякісні послуги. А для постійних клієнтів передбачені знижки в різних розмірах та різноманітні акції, системи знижок, святкові подарункові сертифікати та бонуси для заохочення нових клієнтів.

2.10. Висновки до 2 розділу

Наявність попиту якісний сервіс залишається високим, навіть незважаючи на те, що вартість таких досліджень не є низькою, але це перспективне джерело доходу. Центр надаватиме обслуговування клієнтів на найвищому рівні.

Стратегія центру спрямовано пропозицію якісних послуг. За попередніми оцінками, компанія має добрі шанси зайняти лідируючі позиції на ринку, що відкриє можливості для подальшого розширення та освоєння всього українського ринку.

Протягом кількох місяців основна увага буде приділена оптимізації бізнес-процесів та застосуванню стратегії помірному зростання, яка передбачає адаптацію компанії до темпів зростання ринку, збільшення прибутку та розширення асортименту нових послуг.

Відкриття салону краси є вигідним кроком, оскільки компанія зможе надавати послуги без посередників, безпосередньо взаємодіяти з клієнтами та отримувати стабільний прибуток. Основною метою компанії є задоволення потреб клієнтів.

Організаційна структура салону є лінійною, де всі співробітники підпорядковуються вищому керівництву. Персонал буде обраний з урахуванням усіх вимог та стандартів для забезпечення ефективної роботи.

Аналіз сильних та слабких сторін є критично важливим етапом, оскільки сильні сторони можна використати для формування стратегії і створення конкурентних переваг.

Оцінка конкурентів показує, що салон має великі шанси стати лідером на ринку. Завдяки конкурентоспроможній ціновій політиці та орієнтації на потреби клієнтів, компанія має всі можливості для успішного розвитку та зайняття лідерських позицій у своєму сегменті.

РОЗДІЛ 3.

РОЗРОБКА ПРОЄКТУ ЦЕНТРУ КРАСИ «REDLINE»

3.1. Обґрунтування проєкту

Обґрунтування проєкту Центру краси "Redline"

Визначення концепції

Центр краси "Redline" - це сучасний заклад, який пропонує широкий спектр beauty-послуг, об'єднаних під одним дахом. Наша концепція базується на створенні комфортного та стильного простору, де кожен клієнт може розслабитися та подбати про свою зовнішність.

Місія

Наша місія полягає в тому, щоб допомогти нашим клієнтам відчувати себе впевнено та привабливо, надаючи їм високоякісні послуги та індивідуальний підхід. Ми прагнемо стати лідерами на ринку beauty-послуг, пропонуючи інноваційні рішення та створюючи незабутні враження.

Цільова аудиторія

Наша цільова аудиторія - це сучасні, успішні люди, які цінують свій час і прагнуть до досконалості. Це можуть бути як жінки, так і чоловіки віком від 25 до 50 років, які ведуть активний спосіб життя і стежать за останніми трендами в індустрії краси.

Унікальна пропозиція

Комплексний підхід. Ми пропонуємо широкий спектр послуг, від перукарських до косметологічних, що дозволяє клієнтам отримати все необхідне в одному місці.

Індивідуальний підхід. Кожен клієнт для нас особливий, тому ми розробляємо індивідуальні програми догляду, враховуючи його потреби та побажання.

Висока якість послуг. Ми використовуємо тільки професійну косметику та

обладнання від провідних світових брендів.

Комфортна атмосфера. Наш салон створений за всіма стандартами сучасного дизайну, що забезпечує максимальний комфорт і розслаблення.

Професійна команда. Наші майстри - це висококваліфіковані фахівці, які регулярно підвищують свою кваліфікацію.

Конкурентні переваги

Широкий спектр послуг. На відміну від багатьох салонів краси, ми пропонуємо комплексний підхід, що дозволяє задовольнити потреби навіть найвибагливіших клієнтів.

Інноваційні технології. Ми постійно впроваджуємо нові технології та методики, щоб забезпечити нашим клієнтам найкращий сервіс.

Високий рівень сервісу. Ми прагнемо створити атмосферу гостинності та турботи про кожного клієнта.

Лояльність клієнтів. Ми будуємо довгострокові відносини з нашими клієнтами за допомогою програм лояльності та персоналізованого підходу.

Маркетингова стратегія

Для просування Центру краси "Redline" ми плануємо використовувати наступні маркетингові інструменти:

Соціальні мережі. Створення активних сторінок в Instagram, Facebook та інших популярних платформах для залучення нової аудиторії.

Співпраця з блогерами. Партнерство з beauty-блогерами для проведення розіграшів та оглядів наших послуг.

Спеціальні пропозиції та акції. Розробка привабливих пропозицій для залучення нових клієнтів та утримання постійних.

Співпраця з іншими компаніями. Партнерство з готелями, фітнес-клубами та іншими компаніями для обміну клієнтами.

PR-кампанії. Організація заходів, прес-релізів та публікацій у ЗМІ.

Фінансовий план

Фінансовий план передбачає детальний розрахунок інвестицій, витрат та очікуваних доходів. Ми очікуємо, що проект окупиться протягом 2 років років завдяки високому попиту на beauty-послуги та ефективній маркетинговій стратегії.

Очікувані результати

Стати лідером на місцевому ринку beauty-послуг.

Завоювати лояльність клієнтів та створити позитивний імідж бренду.

Досягти стабільного зростання доходів.

Створити команду професіоналів та сприяти їхньому розвитку.

Центр краси "Redline" - це амбітний проект, який має всі шанси на успіх. Ми впевнені, що наш заклад стане улюбленим місцем для тих, хто цінує свою красу та здоров'я.

3.2. Резюме проєкту

Назва проєкту	Центр краси «Redline»
Тип проєкту	Створення нового центру краси
Підприємство	Приватний Центр краси «Redline»
Регіон	м. Київ
Початок проєкту	Квітень 2025
Ціль проєкту	Залучити 20% нових клієнтів у перший рік. Забезпечити рівень задоволеності клієнтів на рівні 90%. Впровадити нові послуги до кінця другого року.

	Створити впізнаваний бренд через активний маркетинг. Забезпечити прибутковість у перший рік з рентабельністю 15% у другому. Провести 4 навчальних семінари для персоналу щороку.
Тривалість проекту	6 місяців
Необхідне фінансування	2 млн. грн
Для чого необхідне фінансування	Покриття витрат проекту
Рентабельність проекту	19%
Період окупності	2 роки

3.3 SMART — аналіз цілей проекту

SMART — це аббревіатура, яка містить критерії для постановки завдань. Вона складається з англійських слів *specific* (конкретна), *measurable* (вимірювана), *attainable* (досяжна), *relevant* (доцільна) та *time-bound* (обмежена в часі).

Вважається, що якщо завдання відповідають цим критеріям, ймовірність їх успішного виконання та досягнення загальної мети значно зростає.

SMART — аналіз цілей проєкту

Специфічність	Вимірюваність	Досяжність	Релевантність	Обмеженість у часі
<p>Ціль: Збільшити кількість клієнтів на 20% протягом наступного року.</p> <p>Чому це специфічно?: Визначена чітка мета — збільшити кількість клієнтів. Це дозволяє зосередитися на конкретному показнику, що робить ціль зрозумілою для всіх членів команди.</p> <p>Які послуги</p>	<p>Метрики: Кількість нових клієнтів: Відстеження кількості нових записів через системи управління.</p> <p>Обсяг продажів послуг: Аналіз доходів від продажів кожній категорії послуг (манікюр, косметологія, масаж тощо).</p> <p>Відсоток повторних візитів: Аналіз кількості клієнтів, які</p>	<p>План дій: Маркетингова кампанія: Запустити рекламну кампанію в соціальних мережах, зокрема на Instagram та Facebook.</p> <p>Використовувати таргетовану рекламу для залучення нових клієнтів.</p> <p>Провести акції, такі як знижки на перший візит або пакети послуг за вигідною</p>	<p>Значення для бізнесу: Збільшення кількості клієнтів сприятиме зростанню доходів, що є критично важливим для стабільності і розвитку підприємства.</p> <p>Відповідає стратегічним цілям Центру, такими як підвищення якості обслуговування та розширення асортименту послуг.</p>	<p>Термін: 12 місяців: Установіть чіткі терміни для досягнення мети. Це допоможе підтримувати команду в тонусі.</p> <p>Регулярний моніторинг: Заплануйте квартальні звіти для аналізу прогресу. Це дозволить вчасно виявити відхилення від плану і коригувати</p>

<p>впливають?: Сфокусуйтеся на послугах, які потребують активного просування, наприклад, нові процедури або акції.</p>	<p>повертаються протягом певного періоду.</p>	<p>ціною. Поліпшення обслуговування: Провести тренінги для персоналу з обслуговування клієнтів. Запровадити програму лояльності для повторних клієнтів. Зворотний зв'язок: Регулярно збирати відгуки від клієнтів для покращення сервісу.</p>	<p>стратегію.</p>
--	---	---	-------------------

3.4. SWOT- аналіз проєкту

SWOT — метод аналізу у стратегічному плануванні, що полягає в розділенні факторів та явищ на чотири категорії: Strengths (сильні сторони), Weaknesses (слабкі сторони), Opportunities (можливості) та Threats (загрози).

SWOT- аналіз проєкту

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Кваліфікований персонал: Наявність висококваліфікованих майстрів, які проходять регулярне навчання та сертифікації. Це забезпечує високу якість послуг і задоволення клієнтів.</p> <p>Широкий спектр послуг: Пропозиція різноманітних послуг (перукарство, косметологія, масаж, манікюр) дозволяє залучати різні категорії клієнтів.</p> <p>Лояльність клієнтів: Система лояльності, яка заохочує повторні візити, допомагає підтримувати стабільний потік клієнтів.</p> <p>Сучасне обладнання: Використання новітніх технологій і обладнання для надання послуг, що підвищує ефективність і якість процедур.</p> <p>Позитивна репутація: Відгуки задоволених клієнтів формують позитивний імідж у соціальних мережах та онлайн-платформах.</p>	<p>Висока конкуренція: Наявність численних конкурентів на ринку краси, що може ускладнити залучення нових клієнтів.</p> <p>Обмежений бюджет на маркетинг: Нестача фінансів на активні рекламні кампанії, що може заважати просуванню послуг.</p> <p>Необхідність постійного навчання: Швидко змінюються тренди в індустрії краси, що вимагає від персоналу постійного вдосконалення навичок.</p> <p>Відсутність онлайн-присутності: Неповноцінний сайт або слабка активність у соціальних мережах можуть обмежити видимість бренду.</p>
Можливості	Загрози

<p>Зростання інтересу до натуральних і органічних процедур: Можливість впровадження нових послуг, орієнтованих на натуральну косметику та безпечні процедури.</p>	<p>Економічні коливання: Зниження купівельної спроможності споживачів через економічні кризи або непередбачувані обставини.</p>
<p>Розширення онлайн-сервісів: Впровадження онлайн-запису, відео-консультацій або вебінарів, що може залучити нових клієнтів.</p>	<p>Конкуренція з новими гравцями: Поява нових салонів з інноваційними концепціями або нижчими цінами.</p>
<p>Співпраця з локальними брендами: Партнерство з місцевими виробниками косметики або продуктів краси для спільних акцій.</p>	<p>Зміни в законодавстві: Нові регуляції у сфері косметичних послуг можуть вимагати додаткових витрат або змін у бізнес-моделі.</p>
<p>Участь у виставках і ярмарках: Залучення нових клієнтів через участь у заходах, присвячених індустрії краси.</p>	<p>Соціальні зміни: Зміна вподобань споживачів щодо послуг краси, що може вплинути на попит.</p>

SWOT-аналіз Центру краси «Redline» надає всебічне уявлення про внутрішні і зовнішні фактори, які можуть впливати на його діяльність. Використовуючи результати цього аналізу, центр може розробити стратегії для підвищення конкурентоспроможності, включаючи:

- Зосередження на покращенні маркетингу та просування послуг у соціальних мережах.
- Інвестування в навчання персоналу для підтримки високого рівня обслуговування.
- Розробка нових послуг, що відповідають актуальним трендам.

3.5. Організаційна структура центру

Робота компанії ґрунтується на лінійній організаційній структурі управління, яка полягає в тому, що директор повністю контролює дії своїх підлеглих.

1. Верхній рівень управління

Директор: відповідає за стратегічне планування, спільну роботу центру, фінансове управління та ухвалення ключових рішень.

2. Керуючий це керівництво персоналом, забезпечення високої якості обслуговування клієнтів.

3. Адміністратор: здійснює взаємодію з клієнтами, керує розкладом майстрів та займається організацією роботи центру.

Косметологи: надають послуги з догляду за обличчям та тілом, проводять процедури з догляду за шкірою, ін'єкції та інші послуги.

Перукарі: займаються стрижками, укладанням, фарбуванням та доглядом за волоссям.

Спеціалісти з манікюру та педикюру: пропонують послуги з догляду за нігтями, включаючи нарощування та дизайн.

Масажисти: проводять різні види масажу, включаючи релаксацію та терапевтичні процедури.

Лешмейкери: це спеціалісти, які займаються нарощуванням вій, їх декоруванням та доглядом.

Для ефективного підбору робочого персоналу та медичних фахівців буде залучено HR-компанію. Для розробки веб-сайту діагностичного центру будуть найняті IT-фахівці, а для ремонту та облаштування приміщення – будівельна бригада.

Персонал центру:

Персонал центру, його обов'язки та функції:

1. Керуючий

2. Адміністратори
3. Масажисти
4. Перукарі
5. Майстри манікюрного сервісу
6. Косметологи
7. Лешмейкери

Таблиця 3.3.

Функціональні обов'язки учасників проєкту

1. Керуючий	<p>Лідерство як здатність мотивувати команду, формувати позитивну атмосферу.</p> <ul style="list-style-type: none">– Стратегічне мислення як розробка та реалізація бізнес-стратегії, планування розвитку.– Фінансовий менеджмент, управління бюджетом, аналіз фінансових показників.– Управління персоналом, набір, навчання та розвиток співробітників.– Комунікаційні навички, ефективна взаємодія з клієнтами та командою.– Проблемно-орієнтоване мислення, швидке вирішення конфліктів і проблем. <p>Знання галузі це розуміння тенденцій у сфері краси та здоров'я.</p>
2. Адміністратори	<p>Організаційні навички: управління графіком, організація роботи.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – Комунікаційні навички: клієнтоорієнтованість, взаємодія з командою. – Технічні навички: використання програмного забезпечення, офісної техніки. – Фінансові навички: облік платежів, бюджетування. – Проблемно-орієнтоване мислення: розв'язання конфліктів, адаптивність. – Знання галузі: розуміння індустрії краси, аналіз конкурентів. – Маркетингові навички: просування послуг, збір відгуків. – Емоційний інтелект: емпатія, стресостійкість.
3. Масажисти	<p>Професійні навички: знання технік масажу (класичний, спортивний, релаксаційний тощо).</p> <ul style="list-style-type: none"> – Анатомічні знання: розуміння анатомії людини та функціонування м'язів. – Комунікаційні навички: здатність спілкуватися з клієнтами, розуміти їхні потреби. – Клієнтоорієнтованість: створення комфортної атмосфери та задоволення потреб клієнтів. – Гігієнічні практики: дотримання стандартів гігієни та безпеки. – Емоційний інтелект: вміння працювати з клієнтами в стресових ситуаціях, проявляти емпатію. – Постійне навчання: бажання вдосконалювати свої навички та знання.

<p>4. Перукарі</p>	<p>Професійні навички: вміння виконувати різноманітні стрижки, укладки та фарбування.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Креативність: здатність пропонувати клієнтам нові ідеї та рішення, враховуючи сучасні тренди. – Комунікаційні навички: уміння слухати клієнтів і розуміти їхні побажання. – Клієнтоорієнтованість: створення комфортної атмосфери для клієнтів та забезпечення їхнього задоволення. – Знання продуктів: орієнтація в косметичних засобах для волосся та їхньому використанні. – Гігієнічні практики: дотримання стандартів санітарії та безпеки під час роботи. – Постійне навчання: бажання вдосконалювати свої навички та слідкувати за новинками в індустрії.
<p>5. Майстри манікюрного сервісу</p>	<p>Професійні навички: вміння виконувати різноманітні техніки манікюру та педикюру (класичний, апаратний, гелевий).</p> <ul style="list-style-type: none"> – Креативність: здатність створювати унікальні дизайни та nail-art відповідно до побажань клієнтів. – Гігієнічні практики: дотримання стандартів санітарії та безпеки під час роботи. – Комунікаційні навички: уміння слухати та розуміти потреби клієнтів. – Знання продуктів: орієнтація в різних лаках, гелях і засобах для догляду за нігтями.

	<ul style="list-style-type: none"> – Клієнтоорієнтованість: створення комфортної атмосфери і забезпечення високого рівня обслуговування. – Постійне навчання: бажання вдосконалювати свої навички та стежити за новими тенденціями в індустрії.
6. Косметологи	<p>Професійні навички: вміння виконувати різноманітні косметичні процедури (чистка, пілінги, маски, ін'єкції).</p> <ul style="list-style-type: none"> – Анатомічні знання: розуміння структури шкіри та її типів, а також принципів роботи косметичних засобів. – Клієнтоорієнтованість: здатність консультувати клієнтів щодо вибору процедур та продуктів відповідно до їх потреб. – Гігієнічні практики: дотримання стандартів санітарії та безпеки під час процедур. – Комунікаційні навички: ефективна взаємодія з клієнтами, уміння слухати та розуміти їхні побажання. – Знання новинок: орієнтація в останніх тенденціях і технологіях в індустрії краси. – Постійне навчання: бажання вдосконалювати свої навички та проходити курси підвищення кваліфікації.
7. SMM- спеціаліст	<p>Стратегічне планування: вміння розробляти та реалізовувати SMM-стратегії для залучення клієнтів.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Контент-маркетинг: створення привабливого та релевантного контенту (пости, графіка, відео). – Аналітика: здатність аналізувати результати кампаній, використовувати аналітичні інструменти для

	<p>оцінки ефективності.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Комунікаційні навички: вміння взаємодіяти з аудиторією, реагувати на коментарі та запити. – Знання платформ: орієнтація в особливостях різних соціальних мереж (Instagram, Facebook, TikTok тощо). – SEO та просування: знання основ пошукової оптимізації та стратегій просування в соцмережах. – Креативність: здатність генерувати нові ідеї для кампаній та акцій.
8. Лешмейкери	<ul style="list-style-type: none"> – Професійні навички: вміння виконувати ламінування, фарбування вій та брів. – Креативність: здатність пропонувати клієнтам нові ідеї та рішення, враховуючи сучасні тренди. – Комунікаційні навички: уміння слухати клієнтів і розуміти їхні побажання. – Клієнтоорієнтованість: створення комфортної атмосфери для клієнтів та забезпечення їхнього задоволення.

Розглянемо ролі та відповідальність команди проекту.

Директор — керівник організації або підрозділу, який відповідає за стратегічне управління, прийняття ключових рішень та забезпечення ефективної роботи компанії. Основні обов'язки включають: Розробка і реалізація стратегічних цілей, керівництво командою, прийняття кадрових рішень, контроль за фінансами та ресурсами компанії, взаємодія з партнерами, постачальниками та клієнтами.

Керуючий — особа, яка відповідає за управління певним об'єктом, процесом або командою. Його основні функції включають планування,

організацію, контроль і координацію діяльності, а також прийняття рішень для досягнення поставлених цілей. Керуючий може працювати в різних сферах, таких як бізнес, медицина, освіта чи будь-яка інша організація. Його роль часто передбачає лідерство та здатність ефективно взаємодіяти з підлеглими.

Адміністратор — ключова фігура в команді. Від його бачення залежать стратегія та тактика розвитку проекту. Він відповідатиме за розподіл персоналу по зонам відповідальності, контролюючи ефективність роботи кожного відділу і окремих співробітників, разом з командою прагнучи досягти поставлених цілей. Обов'язки адміністратора центру включають організацію бізнес-процесів, стратегічне планування, визначення асортиментної та цінової політики, а також контроль за ефективністю роботи ключових відділів. Крім того, адміністратор відповідає за ведення звітності, розширення клієнтської бази, контроль відповідних оплат і виконання послуг, перевірку оформлення амбулаторних карт пацієнтів та контроль за дотриманням вказівок керівництва центру співробітниками.

Масажист — спеціаліст, який виконує різні види масажу з метою покращення фізичного і психоемоційного стану клієнтів. Масаж може бути лікувальним, розслаблюючим або спортивним, і масажист використовує різні техніки, щоб зняти напруження, поліпшити кровообіг та загальний тонус організму. Масажист також повинен знати анатомію людини і дотримуватися стандартів безпеки та гігієни.

Перукар — фахівець, який займається стрижкою, укладанням, фарбуванням та іншими процедурами догляду за волоссям. Він працює з клієнтами, щоб допомогти їм вибрати стиль, який найкраще підходить їм за типом волосся, формою обличчя та індивідуальними вподобаннями. Перукар також може надавати консультації щодо догляду за волоссям і використовувати різні косметичні засоби.

Майстри манікюрного сервісу — фахівці, які займаються наданням послуг по догляду за нігтями рук і ніг. Вони виконують різноманітні процедури, такі як:

- Манікюр: обробка нігтів, шкіри навколо нігтів, нанесення лаку або гель-лаку.
- Педикюр: аналогічні процедури для ніг, включаючи догляд за стопами.
- Дизайн нігтів: створення естетичних малюнків, стразів або інших декоративних елементів на нігтях.
- Нарощування нігтів: використання гелів або акрилу для подовження натуральних нігтів.

Майстри манікюрного сервісу повинні мати хороші технічні навички, креативність для дизайну, а також знання про гігієнічні норми та безпеку. Вони також спілкуються з клієнтами, щоб зрозуміти їхні бажання і вподобання, а також надають рекомендації щодо догляду за нігтями.

Косметолог — фахівець, який займається доглядом за шкірою обличчя і тіла. Він проводить різноманітні процедури, такі як чистка обличчя, пілінги, маски, а також може виконувати ін'єкційні процедури (наприклад, ботокс або філлери). Косметолог консультує клієнтів щодо підбору косметичних засобів і процедур, враховуючи тип шкіри та індивідуальні потреби. Важливо, щоб косметолог мав знання про різні шкірні проблеми та способи їх вирішення.

Лешмейкер — спеціаліст, який займається нарощуванням вій, їх декоруванням та доглядом. Його основні послуги включають:

- Нарощування вій (створення об'єму, подовження, ефект густих вій).
- Ламінування та біозавивка для природного вигину вій.
- Корекція та зняття нарощених вій.
- Фарбування та декоративні акценти на віях.

Лешмейкер працює з різними техніками для досягнення бажаного результату, створюючи виразний та доглянутий погляд для клієнтів.

SMM-спеціаліст (спеціаліст з соціального медіа-маркетингу) — це фахівець, який відповідає за просування брендів, продуктів або послуг у

соціальних мережах. Основні обов'язки SMM-спеціаліста включають:

- Розробка стратегій: створення плану просування в соціальних мережах, що відповідає бізнес-цілям.
- Створення контенту: виробництво привабливого текстового, графічного та відео контенту для залучення аудиторії.
- Управління акаунтами: ведення профілів бренду на різних платформах (Facebook, Instagram, TikTok тощо).
- Аналіз результатів: моніторинг ефективності кампаній за допомогою аналітичних інструментів, коригування стратегій на основі отриманих даних.
- Спілкування з аудиторією: взаємодія з користувачами, відповіді на коментарі та запитання, підтримка позитивного іміджу бренду.
- Управління рекламними кампаніями: налаштування та оптимізація платних рекламних оголошень у соціальних мережах.

SMM-спеціаліст повинен бути креативним, аналітичним, мати добрі комунікаційні навички та бути в курсі нових трендів у соціальних медіа.

3.6. Управління проєктом створення салону краси

WBS для управління проєктом створення салону краси "Redline"

WBS (Work Breakdown Structure) або Структура розподілу роботи - це ієрархічний розподіл проєкту на окремі, взаємопов'язані елементи роботи. Це допомагає візуалізувати весь обсяг роботи, визначити відповідальних осіб та створити основу для планування проєкту.

Рівень 1: Проєкт в цілому

Створення салону краси "Redline"

Рівень 2: Основні етапи проєкту

Планування:

Розробка бізнес-плану

Аналіз ринку та конкурентів

Вибір локації

Створення концепції дизайну

Розробка фінансового плану

Складання графіку робіт

Підготовка:

Отримання дозволів та ліцензій

Пошук та найм персоналу

Закупівля обладнання та інвентарю

Ремонтні роботи

Розробка маркетингової стратегії

Відкриття:

Запуск рекламної кампанії

Проведення презентації

Відкриття салону для клієнтів

Подальший розвиток:

Моніторинг та аналіз ефективності роботи

Впровадження нових послуг та продуктів

Розширення клієнтської бази

Управління персоналом

Рівень 3: Деталізація етапів (приклад для пункту 2)

Підготовка:

Отримання дозволів та ліцензій:

Збір необхідних документів

Подача документів до відповідних органів

Отримання дозволів на відкриття

Пошук та найм персоналу:

Складання посадових інструкцій

Розміщення вакансій

Проведення співбесід

Навчання персоналу

Закупівля обладнання та інвентарю:

Складання списку необхідного обладнання

Порівняння пропозицій різних постачальників

Укладання договорів

Доставка та установка обладнання

Ремонтні роботи:

Розробка дизайн-проекту

Підготовка приміщення до ремонту

Проведення ремонтних робіт

Приймання виконаних робіт

Розробка маркетингової стратегії:

Аналіз цільової аудиторії

Вибір каналів комунікації

Створення бренд-буку

Розробка рекламних матеріалів

3.7. Проведення рекламної компанії

Реклама є невід'ємною складовою процесу просування товару на ринок. Її стиль має бути розроблений таким чином, щоб привернути увагу покупців до

нашої компанії.

Тому ми зробимо акцент на унікальних властивостях послуг і їхній якості в порівнянні з конкурентами. Для розповсюдження реклами використовуватимемо рекламні видання, розміщення оголошень у засобах масової інформації, а також розсилку рекламних проспектів до підприємств.

Таблиця 3.4.

Рекламні заходи проекту

№	Опис заходів	Цільова аудиторія
1	Запуск рекламної кампанії в соціальних мережах	Групи населення з середнім доходам
2	Офлайн-реклама	
3	Проведення акцій та спеціальних пропозицій	
4	Партнерство з іншими бізнесами	

Таблиця 3.5.

Затрати на рекламні заходи

№	Опис заходів	2024	2025	2026
1	Контекстна реклама	18000	14000	9000
2	Банерна реклама	24000	16000	11000

3	Розміщення реклами на інтернет-порталах та в соціальних мережах	0	0	0
4	Реклама блогерів	у 60000	50000	50000
5	Позитивні відгуки клієнтів	0	0	0
	Сума	102000	80000	70000

3.8. Управління ризиками в проєкті

Матриця ризиків проєкту наведена у табл. 3.6.

Таблиця 3.6.

Матриця ризиків проєкту

№	Групи ризиків	Назва ризику	Ймовірність виникнення%	Вплив
Зовнішні ризики				
1	Економічні	Інфляція гривні, підвищення податків. Зменшення доходів населення	50,00%	Зменшення прибутку. 50%

2	Політичні	Законодавство. Війна	80,00%	Зупинка продажів. Закриття. 90%
3	Соціальні	Незацікавленість населення	50,00%	Втрата клієнтів та прибутку. 60%
4	Правові	Протиправні дії третіх осіб	15,00%	Втрата майна. 70%
5	Клієнтські	Падіння попиту	40,00%	Зменшення кількості продаж. 30%
6	Конкурентні	Використання нових технологій, систем знижок. Краща якість послуг.	35,00%	Зменшення продажів і прибутку. 35%
Внутрішні ризики				
7	Ризики процесів	Невиконання зобов'язань працівниками.	20,00%	Втрата клієнтів і прибутковості. 50%

8	Ризики послуг	Не якісні послуги	10,00%	Не задоволення клієнтів. зменшення прибутку. 60%
---	---------------	-------------------	--------	---

Якісна оцінка ризиків наведена у табл. 3.7.

Таблиця 3.7.

Якісна оцінка ризиків

	Групи ризиків	Заходи щодо недопущення настання ризику	Заходи щодо мінімізації негативних наслідків
Зовнішні ризики			
1	Політичні	-	-
2	Економічні	-	Перегляд цінової політики
3	Соціальні	Дослідження постачальників, розширення спектру послуг	Пошук додаткових постачальників.
4	Правові	Страховання майна	Встановлення оптимальної системи безпеки сайту, й

			самого центру
5	Клієнтські	Стимулювання попиту.	Перегляд цінової політики
6	Конкурентні	Відстеження конкурентних процесів.	Вибір стратегії розвитку
Внутрішні ризики			
7	Ризики компанії	Підбір кваліфікованого персоналу, контроль роботи	Швидке реагування і пошук нового фахівця
8	Ризики процесів	Якісний підбір персоналу і підрядних організацій	Швидкий пошук заміни
9	Ризики послуг	Контроль якості	Знижка

3.9. Управління якістю

Основною метою організації є надання послуг високої якості з метою підвищення кваліфікації фахівців у сфері управління проєктами. Для досягнення необхідного рівня якості Асоціація регулярно проводить заходи з забезпечення та контролю якості. Це дозволяє постійно вдосконалювати рівень наданих послуг.

Управління якістю є важливою складовою діяльності будь-якого підприємства, включаючи салони краси. Це комплекс заходів, спрямованих на забезпечення високого рівня якості послуг, що надаються, та задоволення потреб клієнтів. Ефективне управління якістю дозволяє не тільки забезпечити стабільність бізнесу, а й збільшити конкурентоспроможність компанії.

Основні аспекти управління якістю в салоні краси включають:

1. Стандартизація послуг

- Визначення чітких стандартів якості для кожної послуги (стрижки, манікюру, косметологічних процедур тощо).
- Оформлення та дотримання внутрішніх інструкцій і процедур для виконання послуг на високому рівні.
- Використання перевірених та сертифікованих матеріалів і косметичних засобів.

2. Навчання та розвиток персоналу

- Регулярне навчання співробітників для підвищення їх професійного рівня та ознайомлення з новітніми методиками та техніками.
- Організація тренінгів з етикету, комунікації та обслуговування клієнтів.
- Оцінка роботи співробітників за допомогою системи зворотного зв'язку від клієнтів та внутрішнього моніторингу.

3. Зворотний зв'язок з клієнтами

- Встановлення механізмів збору відгуків та побажань клієнтів (анкетування, опитування, онлайн-рейтинг).
- Оперативне реагування на зауваження та пропозиції клієнтів для коригування процесів обслуговування.
- Постійне вдосконалення наданих послуг на основі отриманих відгуків.

4. Контроль за якістю послуг

- Впровадження регулярних перевірок якості наданих послуг, зокрема шляхом аудиту, інспекцій або таємного покупця.
- Визначення критеріїв якості (наприклад, акуратність виконання послуг, дотримання термінів виконання, чистота приміщень, технічний стан обладнання).
- Використання технологій автоматизації для моніторингу і контролю

процесів (наприклад, онлайн-запис, управління графіками, облік матеріалів).

5. Політика безпеки та екологічності

- Дотримання норм і стандартів безпеки для клієнтів та персоналу (використання безпечних матеріалів, чистота приміщень, дотримання санітарних норм).
- Підвищення екологічної свідомості через використання натуральних та органічних продуктів для догляду за клієнтами.

6. Оцінка та аналіз ефективності управління якістю

- Встановлення ключових показників ефективності (KPI) для оцінки якості послуг, таких як рівень задоволеності клієнтів, кількість повторних візитів, кількість скарг.
- Регулярний аналіз результатів та коригування стратегії для підвищення якості послуг.

7. Постійне вдосконалення процесів

- Впровадження концепції постійного вдосконалення (наприклад, методології PDCA — Plan-Do-Check-Act), яка передбачає циклічний процес планування, виконання, перевірки та коригування для досягнення кращих результатів.
- Інвестування в нові технології та інструменти для покращення якості послуг (наприклад, інноваційні методи в косметології або новітнє обладнання для стрижки).

Важливість управління якістю для салону краси:

- Підвищення задоволеності клієнтів: Завдяки високій якості обслуговування клієнти повертаються та рекомендують салон друзям.
- Конкурентні переваги: У сфері, де конкуренція велика, висока якість послуг є основною перевагою для утримання клієнтів.

- Стабільний розвиток: Управління якістю забезпечує стабільність бізнесу, дозволяючи знижувати витрати через оптимізацію процесів і зменшення кількості помилок.
- Підвищення ефективності роботи: Чітке управління якістю сприяє покращенню роботи персоналу, зниженню витрат на виправлення помилок і неефективних процесів.

Управління якістю є важливим фактором, що забезпечує довгострокову успішність салону краси на ринку і дозволяє підтримувати високий рівень лояльності клієнтів.

Політика в галузі якості

Високий рівень якості послуг сприяє активному розвитку професійного управління проектами та їх ефективному виконанню. Це формує довіру інвесторів і зацікавлених сторін до українських фахівців у сфері управління проектами та стимулює розвиток різних напрямів державного управління та виробництва на основі проєктного підходу. Окрім того, це дозволяє залучати молодих спеціалістів, пропонуючи професіоналізм у застосуванні сучасних методів і інструментів управління проектами.

на території України протягом останніх 5 років.

3.10. Висновки до 3 розділу

Потенціал ринку та попит: Ринок косметичних послуг в Україні, зокрема у великих містах, демонструє стабільне зростання. Зважаючи на зростаючий попит на послуги краси, персоналізовані підходи до обслуговування клієнтів та високий рівень конкуренції, концепція «Центр краси Redline» має значний потенціал для успішного запуску та розвитку. Успіх проєкту залежить від здатності адаптуватися до потреб цільової аудиторії та оперативно реагувати на зміни в індустрії.

1. Унікальність концепції: Однією з ключових переваг «Redline» є поєднання високої якості послуг, інноваційних методів догляду за клієнтами та

естетичної концепції центру, що забезпечує цілісне обслуговування. Важливим елементом є створення комфортної атмосфери для відвідувачів, що дозволяє не лише надавати косметичні послуги, а й пропонувати релаксуючий досвід. Вибір інтер'єру, сучасне обладнання, використання натуральної косметики та індивідуальний підхід створюють перевагу над конкурентами.

2. Організація бізнес-процесів: Для досягнення високого рівня обслуговування та ефективності важливою є грамотна організація внутрішніх процесів: планування графіків роботи майстрів, управління клієнтськими записами та взаємодія з постачальниками косметичних засобів. Використання сучасних технологій для автоматизації запису, зберігання інформації про клієнтів і управління фінансами значно підвищить ефективність роботи та зменшить ймовірність помилок.

3. Маркетингова стратегія: Важливою складовою успіху є правильна маркетингова стратегія. «Redline» повинна фокусуватися на створенні сильної брендової ідентичності, розробці програми лояльності для постійних клієнтів, а також активно використовувати соцмережі та онлайн-платформи для залучення нових клієнтів. Співпраця з відомими інфлюенсерами в індустрії краси, запуск сезонних акцій, а також надання спеціальних пропозицій для перших відвідувачів можуть стати хорошими інструментами для залучення цільової аудиторії.

4. Фінансова оцінка та рентабельність: Зважаючи на обраний бізнес-модель, початкові інвестиції в інтер'єр, обладнання та маркетинг будуть значними, проте в разі успішного розвитку проєкту, прибуток може зрости завдяки високій рентабельності косметичних послуг. Для досягнення фінансової стабільності потрібно зосередитися на створенні міцної клієнтської бази, постійно аналізувати конкурентне середовище та впроваджувати нові послуги, що дозволяють утримувати конкурентну перевагу.

5. Проблеми та ризики: Залежність від змін на ринку краси, а також високий рівень конкуренції в міських умовах є основними ризиками для успіху проєкту. Під час запуску «Redline» можуть виникнути труднощі з залученням

клієнтів, необхідністю витрат на маркетинг, адаптацією до змін у вимогах споживачів. Крім того, вплив економічної ситуації на платоспроможність населення може стати значним фактором, який буде впливати на попит.

6. Щодо перспективи розвитку проєкт має великі перспективи для розширення. У разі успішного запуску та налагодження процесів, можна розглядати варіанти відкриття нових філій, а також розширення спектру послуг, включаючи додаткові напрямки, такі як масажі, спа-процедури, йога тощо. Запуск онлайн-сервісів для продажу косметичних засобів і послуг може допомогти значно збільшити доходи.

У кінці можу додати що, проєкт «Центр краси Redline» має всі умови для успішної реалізації, завдяки правильно обраній концепції, фокусуванню на якісному обслуговуванні клієнтів і застосуванню сучасних технологій. Ключовим фактором для успіху є правильна реалізація маркетингової стратегії, ефективне управління бізнес-процесами та постійне вдосконалення послуг. Незважаючи на можливі ризики, за умови правильної стратегії та управлінської дисципліни, проєкт має високий потенціал для розвитку та розширення на ринку краси.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити такі ключові висновки:

1. Високий потенціал ринку. Ринок beauty-послуг є стабільним та має високий потенціал зростання. Завдяки постійному зростанню зацікавленості людей у своєму зовнішньому вигляді, попит на послуги салонів краси залишається високим.
2. Конкурентна перевага. Концепція салону краси "Redline", яка поєднує в собі широкий спектр послуг, індивідуальний підхід до кожного клієнта та використання сучасних технологій, дозволяє виділитися на тлі конкурентів і залучити нових клієнтів.
3. Важливість маркетингу. Для успішного запуску та розвитку салону краси необхідно розробити ефективну маркетингову стратегію, яка включатиме в себе використання соціальних мереж, співпрацю з блогерами та проведення акцій.
4. Значення якості послуг. Якість послуг є одним з ключових факторів успіху салону краси. Використання професійної косметики, обладнання та постійне підвищення кваліфікації персоналу є запорукою задоволення клієнтів.
5. Фінансовий план. Складений фінансовий план дозволяє оцінити необхідні інвестиції, розрахувати очікувані доходи та визначити термін окупності проекту.

Рекомендації на майбутнє.

- Постійний розвиток. Необхідно постійно стежити за новими трендами в індустрії краси та впроваджувати їх у роботу салону.
- Фокус на клієнті. Задоволення клієнтів має бути пріоритетом. Важливо створити атмосферу комфорту та турботи, а також запровадити програми лояльності.

- Ефективне управління персоналом. Підбір, навчання та мотивація персоналу є ключовими факторами успіху будь-якого бізнесу, особливо в сфері послуг.
- Гнучкість. Готовність адаптуватися до змін на ринку та побажань клієнтів є важливою умовою успіху.
- Контроль фінансових показників. Регулярний аналіз фінансових показників дозволить оцінити ефективність роботи салону та вчасно коригувати стратегію.

Проект створення салону краси "Redline" має високий потенціал успіху за умови правильного планування, ефективної реалізації та постійного розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ансофф И. Стратегическое управление / Ансофф И.; сокр. пер. с англ.; науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. - М.: Экономика, 1989. - 519 с.
2. Бушуєв С., Тихонович Ю., Черниш О., Сухонос Н., Халілов А. Креативні принципи управління інноваційними проєктами в середовищі VANI. Управління розвитком складних систем. Київ, 2024. № 57. С. 6 – 11, dx.doi.org\10.32347/2412-9933.2024.57.6-11.
3. Бушуєв С. Д., Бушуєв Д. А., Бушуєва Н. С., Козир Б. Ю. Інформаційні технології розвитку компетенцій менеджерів з управління проєктами на основі глобальних трендів. Інформаційні технології і засоби навчання, 2018, Том 68, № 6.
4. Верхоглядова Н. Інформаційне забезпечення управління конкурентоспроможністю будівельного підприємства / Н. Верхоглядова, О. Кононова // Науковий вісник [Одеського національного економічного університету]. - 2016. - № 4. - С. 47-58.
5. Воронкова А.Е., Калюжна Н.Г., Оленко В.І. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект: Монографія. - Х.: ВД „ІН-ЖЕК”, 2008. - 512 с.;
6. Геращенко І. М. Система показників оцінювання конкурентоспроможності підприємств на ринку праці / І. М. Геращенко // Економіка та управління підприємствами будівельної галузі. - 2013.
7. Ляшенко В.І. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: Монографія / В.І. Ляшенко, О.С. Вишневський -НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Київ, 2018. – 252 с.
8. A Guidebook of Program & Project Management for Enterprise Innovation, Third Edition P2M, Project Management Association of Japan (PMAJ), 2017, 427 p.
9. Individual Competence Baseline for project, programme & portfolio management. (2015) Version 4.0. IPMA Editorial Committee. IPMA: 431 p.
10. Scaled Agile Framework (SAFe®). <https://www.agilest.org/what-is-agile-knowledge-base/#agile-terms>, 2018.
11. A Guide to the Project Management of the Knowledge (PMBOK® Guide). Sixth Edition (2017). USA. PMI, 756 p.

12. Бушуев С. Д., Бушуева Н. С., Бабаев И. А. Креативные технологии в управлении проектами и программами. Киев: Саммит книга, 2010. 768 с.
13. Bushuyev S., Babayev J., Bushuiev D., Kozyr B. Emotional Infection of Management Innovation SMART Government Projects. 2020 IEEE European Technology and Engineering Management Summit, E-TEMS 2020, 2020, 9111796.
14. Bushuyev S., Bushuiev D., Zaprivoda A., Babayev J., Elmas Ç. Emotional infection of management infrastructure projects based on the agile transformation. CEUR Workshop Proceeding [sthis link is disabled](#), 2020, 2565, pp. 1–12
15. Bushuyev S., Babayev I., Babayev J., Kozyr B. Complementary Neural Networks for Managing Innovation Projects 2019 IEEE International Conference on Advanced Trends in Information Theory, ATIT 2019 - Proceedings, 2019, pp. 393–396, 9030454
16. Todorović, M. L., Petrović, D. T., Mihić, M. M., Obradović, V. L., Bushuyev, S. D. Project success analysis framework: A knowledge-based approach in project management, 2015, International Journal of Project Management.