

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Центр заочної, дистанційної та вечірньої форм навчання
Кафедра управління імені Олега Балацького

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ **Ігор РЕКУНЕНКО**

(підпис) (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

_____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності _____ **073 «Менеджмент»** _____
(код та назва)

освітньо-професійної програми **«Менеджмент організацій і адміністрування»**
(освітньо-професійної / освітньо-наукової) (назва програми)

на тему: **«Особливості відкриття власної справи та управління бізнесом за кордоном»**

Здобувачки групи **М.мз-21с** _____ **Падалки Ольги Миколаївни** _____
(шифр групи) (прізвище, ім'я, по батькові)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ (підпис)

Ольга ПАДАЛКА

_____ (Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

Керівник **старший викладач, к.е.н., доцент** _____ **Яна КОБУШКО** _____

(посада, науковий ступінь, вчене звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

_____ (підпис)

Суми – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Центр заочної, дистанційної та вечірньої форм навчання
Кафедра управління імені Олега Балацького

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Ігор РЕКУНЕНКО
(підпис) (Ім'я та ПРИЗВИЩЕ)
_____ 2023 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньо-професійної програми «Менеджмент організацій і адміністрування»
Здобувачки групи М.мз-21с Падалки Ольги Миколаївни

1. Тема роботи «Особливості відкриття власної справи та управління бізнесом за кордоном» затверджена наказом №1330-VI від 22.09.2023 р.
2. Термін подання здобувачем закінченої роботи 05.12. 2023 р.
3. Мета кваліфікаційної роботи: розкрити особливості започаткування власної справи та управління бізнесом за кордоном.
4. Об'єкт дослідження: beauty-салону «Рубка» на іноземному ринку.
5. Предмет дослідження: соціально-економічні відносини, які виникають у процесі створення і управління бізнесом у сфері краси на іноземному ринку послуг.
6. Кваліфікаційна робота виконується на підставі фахових статей, монографій, досліджень, матеріалів beauty-салону «Рубка» та відкритих статистичних даних у мережі internet.
7. Орієнтовний план кваліфікаційної роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

№ пор.	Назва розділу	Термін подання
I	Теоретичні основи управління бізнесом за кордоном	27.10.2023
II	Оцінювання потенціалу відкриття та управління власним beauty-салonom «РУВКА» FAME ANTON RADZIUN	06.11.2023
III	Аналіз факторів ефективного управління бізнесом за кордоном	20.11.2023

Зміст завдань для виконання поставленої мети кваліфікаційної роботи:

У розділі 1 студент повинен проаналізувати можливості для започаткування власної справи, ознайомитись із специфікою управління бізнесом у міжнародному середовищі. дослідити основні умови для започаткування власної справи та ведення бізнесу в Польщі.

У розділі 2 студент повинен дослідити Організаційно-економічну характеристику beauty-салону «RYBKA», оцінити зовнішнє і внутрішнє середовище beauty-салону.

У розділі 3 студент повинен провести стратегічний аналіз переваг та недоліків започаткування власної справи і ведення бізнесу за кордоном, напрацювати рекомендації щодо досягнення успіху в бізнесі за кордоном для потенційних власників бізнесу та менеджерів.

8. Консультації щодо виконання роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада керівника/консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1			
2			
3			

9. Дата видачі завдання 22.09.2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи старший викладач, кандидат економічних наук, доцент Яна КОБУШКО

(посада, науковий ступінь, вчене звання, Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)

_____ (підпис)

Завдання до виконання одержав

Ольга ПАДАЛКА

(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ здобувача)

_____ (підпис)

АНОТАЦІЯ

У світі, де глобальні ринки стають все більш взаємозалежними, управління бізнесом за кордоном вимагає особливої уваги до міжкультурних аспектів та різноманітних вимог різних ринків. Розширення бізнесу за кордоном може відкривати нові ринки, дозволяючи залучати більше клієнтів та збільшувати прибуток, тим більше під час воєнних подій в Україні, відкрити бізнес значно легше. Сучасні технології спрощують міжнародні операції, роблячи керування бізнесом за кордоном більш доступним та ефективним. Розуміння специфіки міжнародного бізнесу є ключем до успіху в глобальному економічному середовищі, що робить цю тему важливою для підприємців та менеджерів.

Метою дослідження є дослідження особливостей започаткування власної справи та управління бізнесом за кордоном. У роботі вивчено культурні, економічні та правові особливості можливості для започаткування власної справи. Досліджено специфіку управління бізнесом на іноземному ринку. Розкрито основні умови для започаткування власної справи та ведення бізнесу в Польщі. Досліджено діяльність beauty-салону «Рybka» в Польщі, зовнішнє та внутрішнє середовище beauty-салону за допомогою SWOT-аналізу. Напрацьовано рекомендації щодо досягнення успіху в бізнесі за кордоном для майбутніх власників бізнесу та менеджерів.

Кваліфікаційна робота містить 52 сторінки, 3 рисунки, 4 таблиці.

Ключові слова: бізнес, власна справа, започаткування, салон краси, стратегія, управління.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ ЗА КОРДОНОМ	8
1.1 Аналіз можливостей для започаткування власної справи: культурні, економічні та правові особливості.....	8
1.2 Специфіка управління бізнесом у міжнародному середовищі.....	15
1.3 Основні правила для започаткування власної справи та ведення бізнесу в Польщі.....	18
РОЗДІЛ 2. ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ВІДКРИТТЯ ТА УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ BEAUTY-САЛОНОМ «RYВКА» FAME ANTON RADZIUN	25
2.1 Організаційно-економічна характеристика beauty-салону «RYВКА».....	25
2.2 Оцінювання зовнішнього і внутрішнього середовища beauty-салону.....	30
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ ЗА КОРДОНОМ	38
3.1 SWOT-аналіз як інструмент стратегічного аналізу переваг та недоліків започаткування власної справи і ведення бізнесу за кордоном	38
3.2 Рекомендації щодо досягнення успіху в бізнесі за кордоном для майбутніх власників бізнесу та менеджерів.....	41
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	47
ДОДАТКИ	50

ВСТУП

У сучасному світі, насиченому глобалізацією та невідомими змінами, ведення власної справи за кордоном визначається особливими викликами та можливостями. Ця тема не тільки відображає актуальні тенденції в економіці, але й вимагає від підприємців унікальних стратегій та особливого підходу до управління бізнесом.

Справа за кордоном несе в собі не лише перспективи для розширення ринків та збільшення обсягів продажів, але й супроводжується ризиками, пов'язаними з культурними, юридичними та економічними особливостями різних країн. У цьому контексті важливо розглядати не лише позитивний бік підприємництва за кордоном, але й ретельно аналізувати особливості започаткування власного бізнесу та управління ним у міжнародному масштабі.

У даній роботі розглянемо ключові аспекти, що визначають успіх у веденні бізнесу за межами власної країни. Від культурних відмінностей до стратегій взаємодії з місцевими ринками, ми розкриємо та проаналізуємо суттєві фактори, які слід враховувати для досягнення стабільності та розвитку у глобальному бізнес-середовищі.

Розглядаючи ці аспекти, ми розкриємо не лише теоретичні концепції, але й надамо конкретні поради та приклади успішних підприємців, які зуміли вирости від стартапу до впливових гравців на міжнародній арені. Сприятимемо вдосконаленню стратегій та методів управління, які дозволять підприємцям не лише адаптуватися до глобальних викликів, але й здобувати успіх у своїй міжнародній підприємницькій подорожі.

Об'єктом дослідження beauty-салон «Рybкa» на іноземному ринку.

Предметом дослідження є соціально-економічні відносини, які виникають у процесі створення і управління бізнесом у сфері краси на іноземному ринку послуг.

Метою роботи є розкриття особливостей започаткування власної справи та управління бізнесом за кордоном.

Для поставленої мети визначено такі **завдання**:

- проаналізувати можливості для започаткування власної справи: культурні, економічні та правові особливості;
- з'ясувати специфіку управління бізнесом на іноземному ринку;
- розкрити основні правила для започаткування власної справи та ведення бізнесу в Польщі;
- охарактеризувати організаційно-економічну сторону beauty-салону «Рybka»;
- оцінити зовнішнє та внутрішнє середовище beauty-салону;
- провести SWOT-аналіз для стратегічного аналізу переваг та недоліків започаткування власної справи і ведення бізнесу за кордоном;
- розробити рекомендації щодо досягнення успіху в бізнесі за кордоном для майбутніх власників бізнесу та менеджерів.

Методологія дослідження. SWOT-аналіз інноваційних можливостей організації базується на систематичному підході до оцінки внутрішніх і зовнішніх факторів, які впливають на інноваційні можливості компанії. Для досягнення поставленої мети використано комплексний підхід, який включатиме аналіз літератури, а також вивчення кейс-стаді та статистичних даних. Цей методологічний підхід дав отримати об'єктивні дані та глибше розуміння особливостей ведення бізнесу за кордоном.

Загальна увага до цієї теми визначає її важливість для сучасних бізнес-практик та може служити основою для розробки практичних рекомендацій для підприємців, які прагнуть успішно розвивати свої справи за кордоном.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ ЗА КОРДОНОМ

1.1 Аналіз можливостей для започаткування власної справи: культурні, економічні та правові особливості

Впровадження власної справи за кордоном вимагає ретельного вивчення та розуміння теоретичних аспектів управління бізнесом в міжнародному контексті. Аналіз можливостей для започаткування власної справи за кордоном стає ключовим етапом у підготовці та плануванні успішного ведення бізнесу. В цьому розділі ми розглянемо теоретичні основи управління бізнесом за кордоном, зосереджуючись на культурних, економічних та правових аспектах, які визначають відмінності та виклики у міжнародному підприємстві [16].

Культурні особливості є одним з найважливіших факторів, які слід враховувати при започаткуванні власної справи за кордоном. Різні культури мають різні цінності, норми поведінки та очікування від бізнесу. Тому важливо дослідити культуру країни, в якій ви плануєте розпочати бізнес, щоб зрозуміти, як ваш продукт або послуга будуть сприйняті місцевими споживачами [16].

Культурні особливості визначають не лише сукупність цінностей та норм, а й впливають на спосіб сприйняття бізнесу в конкретному соціокультурному середовищі. При започаткуванні власної справи за кордоном важливо глибоко розібратися у цих аспектах, оскільки вони можуть суттєво вплинути на успішність підприємницького підприємства. Давайте розглянемо деякі ключові аспекти, які потрібно враховувати [14]:

1. Цінності та вірування:

Кожна культура має свої унікальні цінності та вірування, які формують основу менталітету суспільства. Важливо зрозуміти, як ці аспекти впливають на погляди на бізнес, його мету, етику та соціальну відповідальність. Наприклад, у країнах з колективістською культурою може бути важливим забезпеченням загального благополуччя, тоді як у індивідуалістських суспільствах велика увага приділяється особистій свободі та досягненням особистих цілей.

2. Норми поведінки та комунікації:

Стиль комунікації може суттєво відрізнятися в різних культурах. У деяких країнах важливий акцент робиться на формальності та ієрархії, тоді як у інших суспільствах комунікація може бути більш неформальною та прямою. Розуміння цих відмінностей може визначити успіх взаємодії з партнерами, клієнтами та колегами [16].

3. Очікування від бізнесу:

Культурні різниці також впливають на очікування, які споживачі мають від продуктів або послуг. Наприклад, у деяких країнах може бути важливим високий рівень обслуговування та особистий підхід, тоді як в інших акцент може бути зроблено на функціональності та ефективності.

4. Сприйняття часу:

Різні культури мають різне уявлення про час та його управління. У країнах, де акцент робиться на пунктуальності та ефективності, запізнення може викликати негативне ставлення. У інших суспільствах може бути більша гнучкість у відношенні до часу та менша обурююча реакція на запізнення.

Розглядаючи ці аспекти, підприємець зможе адаптувати свій підхід до бізнесу та взаємодії з місцевими зацікавленими сторонами, що стане ключовим фактором успішного ведення справи за кордоном. Культурна грамотність та уважне вивчення особливостей суспільства дозволять підприємцеві налагодити партнерства та виграти довіру місцевої аудиторії.

Взаємини між бізнесом і суспільством [7]:

У деяких культурах бізнес сприймається як ключовий фактор економічного розвитку та соціальної стабільності. В таких країнах підприємництво може бути високо оцінене, і бізнесмени можуть відігравати активну роль у громадському житті. У інших культурах може існувати більша скептичність або навіть критика до діяльності підприємців, і бізнес може розглядатися як засіб нерівності або виснаження ресурсів.

Взаємини між бізнесом і споживачами:

У деяких культурах особистий зв'язок і взаєморозуміння між підприємцем і споживачем вважаються важливими елементами успішного бізнесу. Тут великий акцент може бути розміщений на будівництво відносин, довіри та взаємодії. У інших культурах споживачі можуть бути більше орієнтовані на функціональність та якість продукту чи послуги, а не на особисті взаємини з підприємцем [6].

Взаємини між бізнесом і конкурентами:

Ставлення до конкуренції в сфері бізнесу сильно залежить від культурного контексту. У країнах, де конкуренція вважається стимулом до інновацій та підвищення якості продуктів, підприємці можуть сприймати її позитивно. У той час як у інших культурах може існувати більша схильність до обмеження конкуренції або сприйняття її як негативної сили, яка може викликати непевність чи навіть конфлікти.

Враховання цих культурних відмінностей є необхідним етапом для успішного започаткування власного бізнесу за кордоном. Культурний інтелект та адаптація до особливостей місцевого середовища дозволять підприємцеві налагодити ефективні взаємини з різноманітними зацікавленими сторонами та забезпечити сталий успіх у глобальному бізнес-середовищі [14].

Економічні особливості також є важливим фактором, який слід враховувати при започаткуванні власної справи за кордоном. Різні країни мають різні економічні системи, рівні розвитку та особливості ринку. Тому важливо дослідити економічну ситуацію країни, в якій ви плануєте розпочати бізнес, щоб зрозуміти, чи є там потенціал для успіху вашого бізнесу.

Економічний розвиток країни визначає рівень доходів населення, інфраструктуру, доступ до технологій та інші фактори, які впливають на можливості ведення бізнесу. Країни з високим рівнем розвитку можуть мати великий попит на високоякісні продукти та послуги, тоді як країни з меншим рівнем розвитку можуть визначати більшу цінність доступних за ціною товарів [8].

Дослідження ринкових особливостей включає аналіз конкуренції, споживчого попиту, тенденцій розвитку та інших факторів, що визначають динаміку ринку в конкретній країні. Зрозуміння цих аспектів дозволяє нам адаптувати свій продукт чи послугу до потреб місцевого споживача та ефективно конкурувати на ринку [9].

Стан інфраструктури та систем логістики має безпосереднє вплив на можливість постачання та реалізації продукції чи послуги. Розглядайте наявність транспортної мережі, енергетичної інфраструктури та технологічних засобів, щоб забезпечити ефективне функціонування вашого бізнесу [6].

Розуміння податкових обов'язків та юридичної системи є ключовим для запобігання непорозумінням та забезпечення відповідності законам. Вивчення податкових ставок, обов'язковості подання звітності та процедур реєстрації дозволить уникнути негативних наслідків для вашого бізнесу [7].

Здійснення глибокого аналізу економічних особливостей країни, в якій ви маєте намір розпочати бізнес, допомагає визначити його конкурентоспроможність та забезпечити стійкий розвиток у новому господарському середовищі. Розуміння стану валютної системи, курсів валют та фінансової стабільності країни дозволяє ефективно управляти фінансами вашого бізнесу. Валютні ризики та інфляція можуть вплинути на вартість ваших товарів чи послуг, тому важливо враховувати їх при формуванні ціноутворення та фінансових стратегій.

Політична стабільність та діяльність урядових органів можуть вплинути на бізнес-середовище. Важливо слідкувати за політичними змінами, законодавством та регулюванням, щоб адаптувати бізнес-стратегії до нових умов.

Аналіз ринку праці включає в себе розуміння рівня зайнятості, кваліфікаційного рівня працівників та трудових законів. Забезпечення кваліфікованого персоналу та дотримання норм праці допомагає створити стабільні умови для діяльності вашого бізнесу. Оцінка потенціалу ринку та економічного зростання країни дозволяє передбачити перспективи розвитку

бізнесу у майбутньому. Розглядайте тенденції та можливості для нововведень та розширення [25].

Оцінка того, наскільки сприятливо уряд та законодавство ставляться до бізнесу, може визначити легкість започаткування та ведення діяльності. Розглядайте бюрократичні процедури, підтримку малих підприємств та наявність інфраструктури для розвитку бізнесу [26].

Ретельне дослідження економічних аспектів країни дозволить підприємцю зменшити ризики та оптимізувати стратегію бізнесу для максимізації його успішності. Такий підхід сприяє створенню стійкої та конкурентоспроможної справи у новому місцевому середовищі [26].

Правові аспекти при веденні бізнесу за кордоном є не лише складовою частиною процесу започаткування та розвитку компанії, але і ключовим фактором для забезпечення її довгострокового успіху. Розуміння та дотримання правових норм має вирішальне значення для підприємців, оскільки це дозволяє уникнути серйозних правових проблем, мінімізувати ризики та забезпечити стійкість бізнесу в новому економічному та правовому середовищі [7].

Однією з важливих аспектів є різниця у правових системах різних країн. Наприклад, країни з системою *common law* базують свою юридичну систему на судових рішеннях та практиці, тоді як ті, де існує *civil law*, структуровані законами та кодексами. Це вимагає від підприємців не лише вивчення конкретних норм, але і розуміння культурних та історичних контекстів, що може вплинути на тлумачення та застосування закону [8].

Ліцензування та регулювання – інший важливий аспект правового середовища. Кожна країна встановлює власні стандарти та вимоги для отримання ліцензій та дозволів для різних видів діяльності. Невідповідність цим правилам може призвести до серйозних адміністративних штрафів або навіть заборони на ведення бізнесу. Тому важливо вивчати ці процедури та дотримуватися їх, щоб забезпечити легальність та невідмовність у веденні діяльності [23].

Корпоративне право стає визначальним у формуванні юридичної структури бізнесу. Визначення статутів, прав та обов'язків учасників, а також деталей управління – усе це входить в комплексне регулювання корпоративного права, яке варіюється в залежності від країни [9].

Податкове законодавство – ще одна суттєва складова вивчення правових аспектів. Різні країни встановлюють різні ставки податків та вимоги до звітності, а також мають власні податкові пільги та особливості. Порушення податкових правил може призвести до серйозних фінансових та правових наслідків, тому важливо бути в курсі податкового законодавства та відповідно йому діяти [13].

Захист інтелектуальної власності є критичним аспектом у сучасному бізнесі, особливо в галузях, де інновації та технології грають ключову роль. Знання правил реєстрації та захисту авторських прав, патентів, та торгових марок допомагає уникнути неправомірного використання чи копіювання творчих результатів компанії.

Дотримання трудового законодавства є важливою складовою для забезпечення позитивних відносин з працівниками та уникнення правових конфліктів. Знання правил укладання та виконання контрактів, включаючи договори з постачальниками та клієнтами, дозволяє уникнути непорозумінь та правових проблем у процесі ведення бізнесу [9].

Співпраця з місцевими юридичними експертами та консультантами визначається як необхідна для успішного бізнес-планування та ведення діяльності за кордоном. Правова підтримка допомагає підприємцям уникати легальних труднощів, визначає правові ризики та пропонує стратегії для їх уникнення чи розв'язання [7].

У контексті різних правових систем важливо розуміти не лише самі норми, але і менталітет та традиції країни. Це впливає на взаємодію з місцевими партнерами, клієнтами та владою, сприяючи успішній адаптації бізнесу до нового середовища [9].

Ліцензування та регулювання стають не тільки юридичними формальностями, але й стратегічними елементами ведення бізнесу. Розуміння та

додержання правил дозволяє зберігати репутацію компанії та збільшувати її довіру серед клієнтів та партнерів [10].

Корпоративне право, включаючи створення юридичної структури та управління, має вагомий роль у визначенні стабільності підприємства. Вірний вибір статутів та обов'язків учасників є важливим елементом стратегічного планування [10].

Податкове законодавство визначає фінансову стратегію бізнесу та його конкурентоспроможність на ринку. Ефективне управління податками дозволяє максимізувати прибуток та забезпечити стійкість фінансового положення [10].

Захист інтелектуальної власності стає стратегічною складовою в умовах глобального ринку, де ідеї та технології є ключовими активами компанії. Ретельне вивчення та захист прав на інтелектуальну власність дозволяє уникнути неправомірного використання конкурентами та зберегти конкурентні переваги.

Дотримання трудового законодавства та укладання контрактів стають основою взаємовідносин з працівниками та партнерами. Це важливо для забезпечення не лише легальності, але й створення ефективної та довірчої команди [13].

Взаємодія з місцевими юридичними експертами є стратегічною ініціативою для успішного ведення бізнесу за кордоном. Вони надають не лише юридичну підтримку, але і важливі інсайти щодо місцевого законодавства, що сприяє ефективному рішенню правових питань та ризиків [8].

Підсумовуючи, правовий аналіз є невід'ємною частиною стратегічного управління бізнесом за кордоном. Його комплексний підхід дозволяє підприємствам уникати проблем, будувати довіру серед партнерів та споживачів, а також створювати стійку та успішну компанію в глобальному бізнес-середовищі .

Запуск бізнесу за кордоном – це захоплива можливість, але для успішного старту необхідний глибокий аналіз різних аспектів. Перш за все, економічний аналіз дозволяє оцінити стан економіки в обраній країні та передбачити потенційний попит на товари чи послуги. Крім того, вивчення конкурентного

оточення допомагає ідентифікувати ключових гравців на ринку та визначити можливості для диференціації [15].

Культурні аспекти також грають важливу роль. Аналізуючи культурні відмінності, можна передбачити, як продукт чи послуга будуть сприйняті в місцевому середовищі. Правовий аналіз стає ключовим фактором для довгострокового успіху. Розуміння місцевого законодавства та отримання необхідних ліцензій та дозволів – це запорука уникнення правових труднощів.

Технологічні та інноваційні тенденції важливі для вивчення можливостей впровадження новітніх рішень у бізнесі. Фінансовий аналіз, включаючи розрахунок витрат та прибутку, допомагає забезпечити фінансову стабільність. Ризики, такі як валютні ризики чи політичні турбуленції, важливо аналізувати та розробляти стратегії їх мінімізації [27].

Розробка маркетингового плану, розгляд логістичних можливостей та укладення стратегічних партнерств з місцевими компаніями – це лише частини загального аналізу можливостей для успішного запуску бізнесу за кордоном. Всі ці аспекти стають фундаментом для розробки детального бізнес-плану та допомагають максимізувати переваги та зменшити ризики на новому ринку.

1.2 Специфіка управління бізнесом у міжнародному середовищі

Специфіка управління бізнесом у міжнародному середовищі визначається рядом унікальних факторів, які вимагають особливої уваги та стратегічного підходу. Перш за все, міжнародна діяльність означає взаємодію з різними культурами, правовими системами, економічними умовами та політичними реаліями. Управління в такому контексті включає в себе наступні аспекти:

Культурна різноманітність:

Культурна різноманітність є ключовим аспектом управління міжнародним бізнесом. Робота з персоналом із різних культур вимагає не лише фахових навичок, але й високого рівня міжкультурної чутливості. Культурні відмінності

визначають стиль комунікації, прийняття рішень та управлінські практики в організації [20].

Правова середовище:

Правове середовище також є важливим викликом для міжнародних підприємств. Різниця у правових системах різних країн може створювати складнощі в проведенні бізнесу відповідно до різних норм та законів. Управління повинно проявляти особливу увагу до вивчення та дотримання місцевого законодавства, а також розуміти його вплив на внутрішні бізнес-процеси. Такий підхід допомагає уникнути правових проблем та забезпечує легальність функціонування компанії в різних юридичних системах.

Управління в умовах культурної різноманітності та різниці у правових стандартах вимагає від керівництва гнучкості, адаптабельності та постійного оновлення знань щодо специфіки кожного регіону, де компанія здійснює свою діяльність [27].

Глобальний конкурентний тиск:

Глобальний конкурентний тиск ставить перед управлінням міжнародним бізнесом завдання розробки стратегій, що дозволяють компанії ефективно конкурувати на світовому ринку. Це включає в себе ретельний аналіз конкурентів, розробку унікальних продуктів чи послуг, а також вдосконалення процесів, щоб забезпечити конкурентоспроможність.

Валютні ризики:

Валютні ризики є невід'ємною частиною міжнародної діяльності. Управління повинно бути готовим до ефективного управління валютними коливаннями, оскільки вони можуть вплинути на вартість товарів, витрати та прибутковість компанії. Для захисту від валютних ризиків, управління розробляє стратегії фінансового управління, використовуючи інструменти, такі як форвардні контракти чи опціони на валюту.

Заходи для захисту від валютних ризиків можуть включати фінансовий хеджінг, де компанія використовує фінансові інструменти для зменшення можливих збитків внаслідок коливань обмінних курсів. Однак, важливо також

враховувати, що фінансові інструменти мають свої власні ризики, і їх використання потребує обережного аналізу та стратегічного підходу.

Розробка ефективних стратегій управління глобальним конкурентним тиском і валютними ризиками є необхідною для успішного функціонування міжнародного бізнесу, і вона вимагає постійного моніторингу та адаптації до змін у світовому економічному середовищі [15].

Глобальне співробітництво:

Глобальне співробітництво та партнерства стають необхідною складовою ефективного управління міжнародним бізнесом. Співпраця з місцевими компаніями, урядовими установами та іншими стейкхолдерами може виявитися важливою для реалізації стратегій та отримання підтримки на місцевому рівні [27].

Технологічні інновації:

Технологічні інновації грають ключову роль у глобальному бізнесі, особливо в умовах швидкого розвитку технологій. Управління повинно бути готовим активно впроваджувати та адаптувати інновації для забезпечення конкурентоспроможності на світовому ринку.

Це може включати в себе впровадження нових технологій виробництва, цифрові рішення для оптимізації бізнес-процесів, а також стратегічне партнерство з технологічними компаніями. Важливо мати величезну гнучкість та швидкість реакції на зміни у технологічному середовищі, щоб забезпечити власну конкурентоспроможність та здатність задовольняти потреби глобального ринку [21].

Управління має виявити стратегічний підхід до інновацій, враховуючи не лише внутрішні, але й зовнішні чинники, такі як ринкові тенденції, конкуренція та очікування споживачів. Здатність адаптуватися до технологічних змін та впровадження інновацій стає ключовим фактором для успіху в глобальному бізнесі.

Географічна розкиданість:

Географічна розкиданість бізнесу вимагає високого рівня ефективності в комунікаціях та управлінській діяльності для забезпечення координації та єднання в роботі. Керівництво повинно виявити здатність до використання різноманітних інструментів для сприяння співпраці та забезпечення взаємодії між віддаленими відділеннями та філіями .

Соціальна відповідальність:

Соціальна відповідальність стає важливою складовою стратегії управління, особливо коли бізнес веде діяльність в різних країнах і культурних контекстах. Врахування етичних та соціальних стандартів стає необхідністю у відносинах зі співробітниками та споживачами. Керівництво повинно визначити і впровадити стратегії, що сприяють виробництву продукції та наданню послуг, які відповідають високим стандартам етики та соціальної відповідальності [12].

Це може включати в себе розробку програм соціальної відповідальності, участь у благодійних заходах, забезпечення безпечних та справедливих умов праці для співробітників у всіх регіонах діяльності компанії. Здатність бути соціально відповідальним підприємством є важливою для позитивного впливу на співтовариство та створення стійкого підприємницького середовища.

Усі ці аспекти створюють унікальне середовище для управління міжнародним бізнесом, вимагаючи гнучкості, культурної компетентності та постійного моніторингу глобальних тенденцій [12].

1.3 Основні правила для започаткування власної справи та ведення бізнесу в Польщі

У сучасний період ведення власного бізнесу стає актуальним вибором для багатьох осіб, які прагнуть підприємництва. Проте рішення про запуск власного підприємства повинно бути обдуманим і підкріпленим розумінням юридичних аспектів, особливо коли йдеться про підприємницьку діяльність на території Польщі.

Особам, які досягли повноліття, надається можливість незалежного управління індивідуальним підприємництвом. Це пов'язано з повною юридичною відповідальністю та здатністю самостійно приймати рішення.

У випадку неповнолітніх, які бажають займатися підприємницькою діяльністю, часто доводиться звертатися за допомогою до їх законних представників, у більшості випадків - батьків [11].

Для реєстрації індивідуального підприємництва не обов'язково бути громадянином Польщі. Громадяни країн-членів Європейського Союзу та країн-членів Європейської економічної зони можуть займатися підприємницькою діяльністю в Польщі на умовах, ідентичних польським громадянам.

Для громадян, що перебувають поза межами Європейського Союзу, також надається можливість займатися підприємницькою діяльністю в Польщі на тих самих умовах, що й польські громадяни, при умові наявності дозволу на проживання, такого як постійний, довгостроковий або тимчасовий дозвіл, видача якого пов'язана із навчанням.

Вибір індивідуального підприємництва вимагає не лише підприємницького духу, але і глибокого розуміння юридичних норм. В даному контексті особливо важливо дотримуватися законів країни, в якій здійснюється підприємницька діяльність, щоб забезпечити успішне і законне функціонування бізнесу [22]. Для того щоб вести такий бізнес, необхідно зареєструватися у Центральному реєстрі та інформації про економічну діяльність (CEIDG), тобто в реєстрі підприємців, які займаються індивідуальним підприємництвом в Польщі. Цей реєстр також включає підприємців, які бажають стати партнерами у цивільному партнерстві [11].

Проте, якщо очікується, що доходи від бізнесу будуть невеликими, можна вести невелике підприємництво без додаткових формальностей – необов'язково реєструватися як підприємець.

При реєстрації як підприємця в Центральному реєстрі та інформації щодо економічної діяльності (CEIDG), нам необхідно вказати, під яким ім'ям ми

будемо діяти. Ім'я повинно містити, як мінімум, наше ім'я та прізвище в іменниковому відмінку, наприклад: Іван Ковальський.

Порядок важливий — при введенні імені, спочатку своє ім'я, а потім прізвище. Можна додати до свого імені та прізвища інші елементи, наприклад, описуючи профіль вашого бізнесу - виготовлення ключів Іван Ковальський або вказання місця діяльності. Таким додатковим елементом також може стати ваш нікнейм чи будь-яка фантазійна фраза. Одне фізичне особа може мати лише один запис в CEIDG. Ви не можете зареєструвати кілька індивідуальних підприємців на своє ім'я, але можете здійснювати різні види підприємницької діяльності під одним записом [26].

Можливість вести бізнес в одному чи кількох постійних місцях, таких як обслуговування в пункті обслуговування, офіс, включаючи віртуальний офіс або спільний офіс, власна квартира чи без постійної адреси або мобільного телефону, наприклад, якщо надаються послуги клієнтам, дає повну свободу в цьому відношенні.

Для кожного місця, яке вказується в CEIDG, повинно існувати юридичне право власності на відповідний об'єкт нерухомості. Право власності на нерухоме майно може бути спільною власністю нерухомості або житлового приміщення, вічним узуфруктним правом на землю та правом власності на будівлі, правом кооперативної власності на приміщення, орендою або кредитуванням [19].

Підприємець, який реєструє компанію, повинен присвоїти своїй діяльності конкретний код з Польської класифікації видів діяльності (PKD), обравши основний та, за необхідності, додаткові коди.

Ці коди використовуються для статистичних цілей та мають практичне значення, пов'язане, наприклад, із специфічними формами оподаткування чи обов'язковістю використання касового апарату та реєстрацією ПДВ .

Завдяки вибору правильного коду можна досягти максимального ефекту в управлінні фінансами та податками.

У вільному використанні підприємці можуть діяти незалежно, без обов'язковості отримання дозволу чи згоди інших осіб.

Проте, іноді для здійснення певного виду діяльності потрібні спеціальні кваліфікації, конкретне обладнання чи власне приміщення. Також існують сфери, де потрібні дозволи чи ліцензії від державних установ, і ці процедури слід пройти після реєстрації компанії [18].

Займаючись індивідуальним підприємництвом, особа стає платником податку на доходи фізичних осіб (ПДФО).

Існує можливість обрати одну з трьох форм оподаткування доходів від підприємницької діяльності [19]:

- загальна система оподаткування за податковою шкалою (ставки податку 12% та 32%).
- фіксована ставка податку (ставка податку 19%).
- одноразовий внесок на зареєстрований дохід.

З 2022 року четвертою формою оподаткування стане податкова карта, доступна лише тим платникам, які продовжують оподатковуватися таким чином і вже оподатковувалися так у 2021 році. Отже, якщо особа тільки розпочала бізнес, вона не зможе обрати податкову карту [19].

Податкова шкала є основною формою оподаткування доходів від підприємницької діяльності, що означає, що особа оподаткується відповідно до загальних правил, якщо вона не обере іншу форму оподаткування. При єдиній шкалі оподаткування об'єктом оподаткування є дохід, а при одноразовому податку на обчислений дохід – отриманий дохід [11].

Важливо пам'ятати що вибір одноразового внеску для зареєстрованого доходу не завжди буде можливим, включаючи випадки, коли існують певні види діяльності, які не можуть оподатковуватися таким чином.

ПДВ – це податок, який стягується на кожному етапі торгівлі товарами або послугами. Його вартість додається до кожної транзакції [11].

Сплата ПДВ не залежить від оподаткування доходів фізичних осіб (ПДФО) та методу розрахунку ПДФЛ, чи це за загальними принципами, шкалою податку, лінійною ставкою, одноразовим внеском за обчислений дохід або за принципами податкової картки.

Підприємці, зазвичай, зобов'язані зареєструватися як платники ПДВ. Однак, необхідно враховувати, що реєстрація може бути необов'язковою, якщо:

- ваші продажі не перевищують ліміту в 200 тисяч злотих на рік;
- ви реалізуєте лише товари та послуги, звільнені від ПДВ.

Підприємці повинні вести бухгалтерську документацію, яка включає в себе рахунки-фактури та записи. Винятком є лише компанії, які обрали податкову картку – у їхньому випадку така документація не потрібна, оскільки суму податку за відповідний податковий рік визначає керівник відповідної податкової інспекції [18].

Інші підприємці можуть вести бухгалтерський облік у формі:

- спрощеної – в податковому журналі доходів і витрат або в прихідному обліку у разі одноразової виплати;
- повної – в книгах бухгалтерського обліку.

Підприємці можуть використовувати обліковий запис компанії або свій особистий обліковий запис у справах, проте це повинен бути обліковий запис лише з одним власником.

Банківський рахунок має ще більше значення, оскільки не кожену транзакцію можна виконати готівкою. Згідно з регламентом, підприємець не може здійснювати розрахунки готівкою, якщо :

- інший підприємець є стороною угоди;
- вартість одноразової транзакції перевищує еквівалент 15 000 злотих, незалежно від кількості отриманих платежів.

Як підприємець, потрібно вирішити та оплатити внески до ZUS за себе:

- соціальне страхування, зокрема обов'язкове пенсійне страхування, страхування від інвалідності та страхування від нещасного випадку, є обов'язковим, а страхування від захворювань є добровільним;
- фонд праці та фонд солідарності;
- медичне страхування.

Компанії, що тільки починають свій бізнес або закрили попередній не менше як за 60 місяців до цього і не планують надавати послуги своєму

колишньому роботодавцеві протягом перших 6 місяців роботи, можуть скористатися льготою Start-up Relief.

Льгота звільняє від сплати внесків за:

- соціальне страхування, тобто пенсійне страхування, страхування від інвалідності та страхування від нещасного випадку;

- фонд праці;

- фонд солідарності.

Після 6 місяців можна скористатися ще однією можливістю зменшити внески та сплачувати їх на пільговій основі протягом 24 місяців.

На Biznes.gov.pl можна зареєструвати компанію онлайн за допомогою конструктора електронних заяв. Просто обрати варіанти, що підходять для нас, або ввести необхідні дані за допомогою майстра, і система підготує заяву для внесення в реєстр підприємців та повідомлення до ЗУС/КРУС, ГУС та податкової інспекції. Щоб зареєструвати компанію на Biznes.gov.pl, нам потрібний довірений профіль або кваліфікований підпис [15].

Довірений профіль — це безкоштовний інструмент для взаємодії з органами державної влади (адміністраціями, міністерствами). Його може створити будь-яка особа, яка має номер PESEL і повну або обмежену дієздатність [19].

Кваліфікований підпис — це платний електронний підпис, який має ту ж юридичну силу, що і власноручний підпис. З його допомогою можна підписати будь-який документ, включаючи заявку до офісу або договір із підрядником, або брати участь в електронних аукціонах на тендерних майданчиках [15].

Перед тим як розпочати онлайн-реєстрацію, слід підготувати дані, які в нас запитують. У заяві про внесення до реєстру необхідно вказати [19]:

- ім'я, прізвище, імена батьків, дата і місце народження;
- тип, серію і номер документа, що посвідчує особу;
- PESEL, якщо у вас є польське громадянство або воно нам надано;
- всі наявні громадянства;
- номери NIP і REGON, якщо вони присвоєні;

- адреса проживання та інші адреси, пов'язані з підприємницькою діяльністю;
- назва встановленої господарської діяльності;
- скорочена назва;
- коди ПКСД;
- кількість працівників, яких ви плануєте найняти;
- дата початку діяльності;
- інформація про страхування в ZUS, KRUS або за кордоном;
- дані податкової інспекції за вашим місцем проживання.

Значущим недоліком відкриття бізнесу на території східноєвропейської країни є виплата податків з прибутку та дивідендів. Сума виплати з доходів залежить від форми організації: для підприємств, зареєстрованих в Польщі, обчислюється 19%. Компанії, які спеціалізуються в сільському та лісовому господарстві, звільняються від оподаткування прибутку.

Для індивідуальних підприємців визначено дві ставки: 18% нараховується при доході до 85528 злотих, 32% - при перевищенні встановленої суми. Фізична особа може обрати лінійну форму оплати, що передбачає стягнення фіксованих 19%, незалежно від розміру прибутку. Плата за дивіденди становить 20%. Для учасників, які підпадають під подвійне оподаткування, передбачено ставку 5-15% [18].

Східноєвропейська країна – привабливе місце для розвитку підприємницької діяльності іноземних громадян. Невисокий відсоток оподаткування, проста форма реєстрації, стабільна економіка є основними перевагами ведення бізнесу в Польщі. Правильний вибір сфери діяльності дозволить збільшити рівень доходу та розширити торгові зв'язки для виходу на світовий ринок [18].

РОЗДІЛ 2. ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ВІДКРИТТЯ ТА УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМ BEAUTY-САЛОНОМ «RYBKA» FAME ANTON RADZIUN

2.1. Організаційно-економічна характеристика beauty-салону «RYBKA»

Досліджуване підприємство – beauty-салону «RYBKA», FAME ANTON RADZIUN є доволі новим закладом у м. Познань, проте вже завоював свою нішу на ринку і позиціонує себе як успішний гравець у вільній конкурентній боротьбі. За організаційно-правовою формою заклад зареєстрований як діяльність фізичної особи – підприємця, за юридичною адресою: 60-748, Poznań, ulica Ułańska 21.

Beauty-салон «RYBKA» – це заклад, який спеціалізується на наданні послуг у галузі краси та догляду за зовнішнім виглядом. Вони пропонують широкий спектр процедур і послуг за волоссям, спрямованих на поліпшення зовнішнього вигляду та самопочуття клієнтів. Основні функції і послуги, які зазвичай пропонуються в beauty-салоні, це різноманітні стилі стрижок та укладання волосся, фарбування, мелірування, омбре, балаяж та інші техніки фарбування волосся (див. табл. 1.1). З додаткових безкоштовних послуг, працівники пропонують консультацію, перевірку фарби на алергію, і звичайно каву або чай із смаколикami.

Таблиця 1.1 – Основні функції і послуги beauty-салону «RYBKA»

Koloryzacja:	
1.	Konsultacja o zł Kolor jednolity (odrost) 180 zł – 120 zł
2.	Odrost (ciemny kolor) + toner 200 zł – 300 zł
3.	Tonowanie włosów 180 zł – 220 zł
4.	Odrost (kolor blond) + tonowanie 300 zł – 380 zł
5.	Jednolity blond (odrost+ korekcja koloru po długości) 350 zł – 450 zł

6.	Konturowanie włosów 300 zł – 400 zł
7.	Koloryzacja kreatywna (sombre/ombre/shatush/ balayage) 500 zł – 700 zł
8.	Koloryzacja AirTouch 700 zł – 1000 zł
Strzyżenie:	
1.	Strzyżenie grzywki – 30 zł
2.	Strzyżenie damskie (końcówki) – 100 zł
3.	Strzyżenie damskie: włosy krótkie – 100 zł
4.	Strzyżenie damskie: średnia długość – 125 zł
5.	Strzyżenie damskie: długie włosy – 150 zł

Джерело: розроблено автором

Крім цього працівники салону пропонують косметичні засоби та аксесуари для догляду за собою (або в лікувальних випадках) які власне на собі протестовані та були обрані професіоналами. Beauty-салон «Rybka» використовують різноманітне обладнання та інвентар для надання різних послуг у галузі краси та догляду за зовнішнім виглядом. Ось деякі з найпоширенішого обладнання та інвентарю, що використовуються:

- для послуг з волосся (професійні стільці з налаштовуваними функціями, фен, праски для волосся, різні види щіток, гребінців, ножиці для стрижки та ін.);
- косметичні засоби: (широкий вибір косметики для обличчя, волосся та тіла).

Успішна робота beauty-салону залежить від належного використання та догляду за обладнанням та інвентарем для надання високоякісних послуг клієнтам.

Приміщення салону оформлено в стилі постмодернізму, що підкреслює сучасність та відчуття смаку. За місткістю у 60 кв.м приміщення складається з головного приміщення, де знаходиться рецепція(див. Додаток А), робоче місце та зона очікування, окремо вбиральня та місце для миття голови.

Графік роботи у працівників вільний, залежить від запису клієнтів. Незважаючи на записи, майстри можуть прийняти клієнтів з понеділка по п'ятницю з 10:00 до 20:00, в суботу та неділю з 11:00 до 18:00.

Кількість працівників – 4 особи, з них власник, 2 майстри (фахівці з волосся) та менеджер (особа, яка займається прийомом клієнтів, маркетингом і рекламою). Власник салону займається бухгалтерією та управлінням салону, у вільний час є фахівцем з волосся. Для успішної роботи всі працівники beauty-салону мають відповідну кваліфікацію та навички, підтримують свої знання в актуальному стані через тренування та навчання.

Клієнтська база beauty-салону «Рубка» є різноманітною, до них входять постійні клієнти (які регулярно використовують послуги салону), нові клієнти, оптові клієнти (які, замовляють послуги на цілий день).

Під час дослідження власниця поділилася про портрет цільової аудиторії, тому можна виокремити декілька типових характеристик:

- 1) це мають бути молоді люди (дівчата віком від 17 до 35 років), які слідкують за трендами, цікавляться новими технологіями, готові експериментувати зі своїм зовнішнім виглядом;
- 2) клієнти, хто вважає сеанси у салоні краси часом відпочинку та релаксації, цікавляться послугами, спрямованими на релаксацію та відновлення;
- 3) мають середню заробітню плату за місяць 3 500 злотих;
- 4) клієнти, які шукають поради та консультації.

«Клієнт завжди прав» так завжди говорили, бо в салоні ним оцінюється: висока якість послуг, адже треба отримати бажаний результат; професійний підхід, що фахівці в салоні володіють потрібними навичками та знають останні тренди; індивідуальний підхід до потреб клієнта є ключовим елементом у задоволенні їхніх очікувань. Всі ці функції власниця робить на відміну, тому що розробила власну стратегію для залучення та утримання клієнтів:

–бонуси та знижки для постійних клієнтів: програми лояльності, знижки або спеціальні пропозиції для тих, хто повертається;

–рекламні акції, а саме спеціальні пропозиції для нових клієнтів, при записі на першу процедуру;

–індивідуальний підхід, спеціальні пропозиції або програми для клієнтів, що потребують індивідуального підходу;

–безкоштовні консультації,

Стратегії залучення та утримання клієнтів зорієнтовані на забезпечення високої якості послуг, підтримку індивідуального підходу та створення комфортного середовища для клієнтів в beauty-салоні «Рубка».

Економічна характеристика салону може включати різноманітні аспекти, які охоплюють фінансову структуру, прибутковість, витрати, обсяги продажів та інші економічні показники. Ось деякі ключові аспекти економічної характеристики:

1) обсяги продажів та прибутковість за період червень-листопад 2023 рік (див. рис. 1.1):

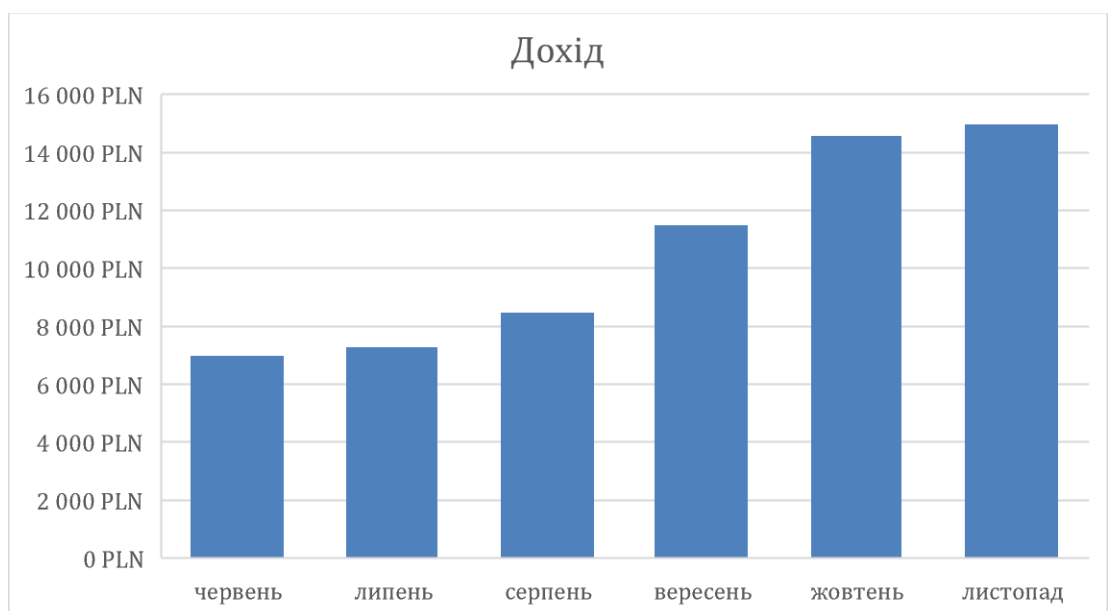


Рисунок 1.1. Фінансовий дохід за період червень-листопад 2023 рік

Джерело: розроблено автором

Аналізуючи даний графік, можна зробити висновок, що в період літа beauty-салоні «Рубка» має мінімальний прибутковий дохід від 7 000 до 8500 злотих, а в

осінній період салон користується попитом серед місцевих клієнтів, дохід зростає до 15 000 злотих в місяць.

2) виручка та доходи (див. табл.1.2). Салон може отримувати дохід від надання послуг, продажу косметики, продажу атрибутів пов'язаних з напрямком (шпильки, гребінці, прикраси, догляд за волоссям);

3) витрати (див. табл. 1.3), економічна ефективність салону також визначається його витратами, включаючи орендну плату за приміщення – 4000 злотих, заробітну плату персоналу – 40% від ціни виконаної послуги, вартість обладнання 50-70 тис злотих, витрати на рекламу та маркетинг 1000 злотих на місяць, закупівлю матеріалів та косметики в середньому 5-7% від ціни послуги (див. рис 1.2).

Таблиця 1.2 – Виручка та доходи

Місяць	Дохід/місяць	Чистий прибуток
Червень	7 000 PLN	-800 PLN
Липень	7 300 PLN	-620 PLN
Серпень	8 500 PLN	100 PLN
Вересень	11 500 PLN	1 900 PLN
Жовтень	14 600 PLN	3 760 PLN
Листопад	15 000 PLN	4 000 PLN
Сума	63 900 PLN	8 340 PLN

Таблиця 1.3 – Витрати салону за період червня-листопада 2023 рік

Витрати	55 560 PLN
Оренда	24 000 PLN
Реклама	6 000 PLN
Заробітна плата	25 560 PLN

Джерело: розроблено автором

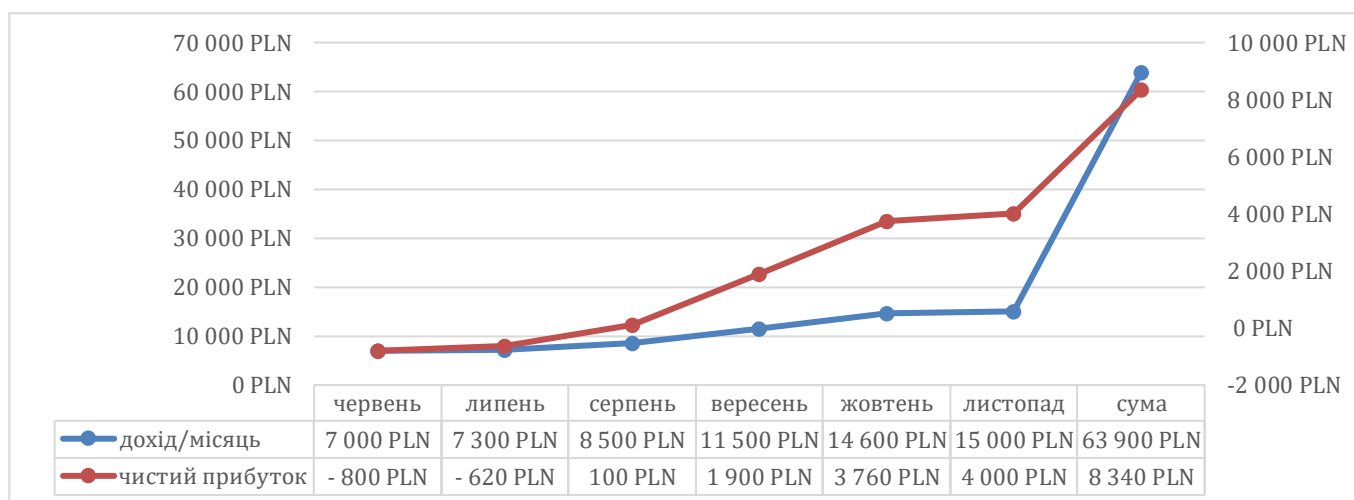


Рисунок – 1.2 Дохід та виручка салону за період червня-листопада 2023 р.

Джерело: розроблено автором



Рисунок 1.3 – Витрати

Джерело: розроблено автором

Ці показники допоможуть зрозуміти ефективність управління та фінансовий стан салону, а також визначити можливі шляхи для покращення його діяльності.

2.2 Оцінювання зовнішнього і внутрішнього середовища beauty-салону

Оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища салону – це важливий етап стратегічного аналізу, що допомагає зрозуміти контекст, у якому функціонує бізнес, і визначити його сильні та слабкі сторони.

Оцінка зовнішнього середовища салону краси може бути проведена через аналіз різних аспектів, що впливають на його діяльність. Ось деякі ключові кроки [3]:

- 1) Аналіз ринку (визначення обсягів ринку краси, тенденцій та модних уподобань, попиту на конкретні послуги та продукти);
- 2) конкурентна обстановка (дослідження конкурентів, їхніх послуг, цін, маркетингових стратегій, переваг та недоліків);
- 3) соціальні та культурні тенденції (розуміння того, як змінюються уявлення про красу, тенденції у споживчому підході до косметики та процедур краси);
- 4) технологічні інновації (оцінка нових технологій, що використовуються у сфері краси, їх вплив на попит та якість послуг)
- 5) економічне середовище (рівень доходів та споживчі можливості, що впливають на здатність клієнтів оплачувати послуги салону);
- 6) політичні та правові аспекти (законодавство щодо краси, ліцензування професіоналів).

Для проведення цієї оцінки важливо використовувати різноманітні джерела інформації, включаючи дослідження ринку, аналіз статистичних даних, спостереження за тенденціями у сфері краси та реакції клієнтів на зміни [4].

Аналізуючи польський ринок послуг у галузі краси, можна відзначити його великий розмах. Він переважно складається з великих та невеликих приватних підприємств, які відрізняються значною різноманітністю у їхньому створенні та закритті. Це зумовлено, з одного боку, доступністю входу на цей ринок за відносно невеликими витратами, а з іншого — численними труднощами, що часто виникають на початковому етапі діяльності та ускладнюють збереження позицій на ринку. Салони краси спрямовані на надання стандартних послуг, проте в останні роки спостерігається зростання кількості спеціалізованих салонів.

На ринку краси велику роль відіграють прямі продажі через традиційні та онлайн-канали, включаючи соціальні мережі. Прямі продажі виникають

внаслідок особливостей надання послуг, таких як непомітність, нерозривність виробництва та споживання, а також висока концентрація клієнтів у зоні обслуговування салону краси. Вартість косметичних послуг на ринку варіюється залежно від виду послуги та регіону, де знаходиться салон. Ринок косметичних послуг не є чітко регульованим законодавчо, оскільки перебуває на межі косметології та медицини. Це призводить до невизначеностей та конфліктів. Оскільки ринок фрагментований і має високі вимоги до звітності та комерційної конфіденційності, точно визначити його розмір стає складним завданням. Але на початок війни в Україні можливість відкрити власний бізнес, а особливо салон краси виявилось більш реальним, тому на даний момент в місті Познань – 126 салонів, які вже працюють, 50% з них відкрили українці та білоруси. В результаті, рівень послуг, цін зростає. З приходом іноземців рівень б'юті послуг зріс та значно швидко поширюється.

Аналізуючи конкурентів звернемо увагу на послугу, ціни, маркетингові стратегії, переваги та недоліки даних компаній (див. табл. 1.3).

Таблиця 1.4 – Дослідження конкурентної ситуації

№	Конкурентна компанія (посилання в Instagram)	Види послуг	Ціни	Маркетингові і стратегії	Переваги та недоліки
1.	Салон краси «Бюро» @buro_poland	Styżenie włosów, modelowanie, manicure, airtouch, balayage, dekoloryzacja, koloryzacja, strzyżenie i т.д.	Від 90 злотих до 1000 злотих	Користуються соціальною мережею Instagram, програмою Booksy (середня оцінка 4,9)	Переваги: постійний попит на косметичні та процедурні послуги, велике приміщення, розташований салон краси в центрі міста, що створює постійний потік клієнтів, команда професіоналів (понад 30 працівників) Недоліки: високі ціни на послуги та

					косметичні товари.
2.	Салон краси SA.SZA @sa.sza.studio.poznan	Styżenie włosów, airtouch, balayage, dekoloryzacja, koloryzacja, strzyżenie, podcięcie końcówek gorącymi nożyczkami i т.д.	Від 50 злотих до 800 злотих	Користуються соціальною мережею Instagram, програмою Booksy (середня оцінка 5,0)	Переваги: постійний попит на популярну послугу «гарячі ножиці», велике приміщення, розташований салон краси в центрі міста, що створює постійний потік клієнтів, команда професіоналів (понад 8 осіб).
3.	Салон краси HellsBeauty @hellsbeauty.pl	Styżenie włosów, airtouch, balayage, stylizacja rzęs s brwi, stylizacja paznokci, makijaż i т.д.	Від 100 злотих до 900 злотих	Користуються соціальною мережею Instagram, програмою Booksy (середня оцінка 4,9)	Переваги: велике стильне приміщення, Салон постійно розширює свій спектр послуг, пропонуючи нові та модернові процедури. Мають сучасні обладнання та команду з 20 осіб. Недоліки: деякі послуги у сфері краси мають сезонний попит, що впливає на стабільність прибутку.

Джерело: розроблене автором

Соціальні та культурні тенденції впливають на споживчі уподобання, уявлення про красу та підходи до beauty-послуг [3]. Розкриваючи це питання, можна врахувати декілька ключових аспектів, які виділила власниця:

1) уявлення про красу – сучасні тенденції можуть включати популярність природних, екологічно чистих продуктів та послуг, бажання підкреслення індивідуальності та природності;

2) екологічна свідомість – інтерес до екологічно чистих продуктів та послуг, таких як органічна косметика або екологічно чисті процедури, може зростати;

3) вплив соціальних медіа – з урахуванням розвитку соціальних медіа, салон «Рybка» використовує соціальну мережу Instagram та Booksy, ці канали для просування своїх послуг, підтримки клієнтів та створення позитивного іміджу;

4) місцеві культурні впливи: салон розташований у центрі міста з вираженою культурною специфікою, великі панорамні вікна, які приваблюють клієнтів заглянути в середину приміщення.

Оцінювання цих тенденцій для салону «Рybка» відповідають потребам та очікуванням клієнтів у цьому конкретному культурному та соціальному контексті.

Організація функціонування салону «Рybка» вимагає спеціального підходу до клієнтів та вмінь управління. Використання автоматизації у частині процесів, що доступна через програмне забезпечення управління, має велике значення в цій галузі, тому власник обрав програму Booksy [1]. Це програмне забезпечення не тільки підвищує обсяги продажу послуг та підвищує рівень обслуговування клієнтів, але й сприяє ефективному управлінню салону краси. Booksy – це проста у використанні система для управління салоном, бронювання зустрічей та проведення безготівкових платежів. Варто зазначити, які можливості дана технологія може пропонувати. Для власника вбудованим у програму є наступні елементи як, віртуальний календар, графік роботи, інформація про клієнтів, передоплата візиту, чорний список, відгуки, фінансовий нотатник та шкала оцінювання.

Дані інструменти, дозволяють виконувати роботу ефективніше та швидше.

Оцінка внутрішнього середовища салону краси «Рybка» вимагає комплексного підходу для виявлення сильних сторін та можливостей для розвитку. Ось деякі аспекти, які розглянуто:

1) кваліфікація персоналу – оцінка навичок, досвіду та мотивації персоналу "Рybka", їхня здатність забезпечувати високий рівень обслуговування. На даний момент в команді три майстра Євгенія, Анастасія та Kinga (стажер). Анастасія і Євгенія – це видатні майстри з волосся, які володіють вражаючими навичками та великим досвідом у цій галузі. Анастасія відзначається вмінням створювати вражаючі образи. Вона має великий досвід у стрижках, фарбуванні та укладанні волосся, а також глибокі знання у догляді за ними. Анастасія завжди здатна знайти індивідуальний підхід до кожного клієнта, слухаючи їх побажання та враховуючи їхні особливості.

Щодо Євгенії, вона вражає своєю креативністю та технічною обізнаністю. Володіючи глибокими знаннями про нові тренди та техніки у світі волосся, Євгенія завжди працює з великою увагою до деталей та має відмінні уміння у виконанні різних видів послуг – від складних укладань до унікального фарбування. Обидві майстрині – це справжні професіонали своєї справи, які постійно вдосконалюють свої навички, вивчають нові техніки та завжди намагаються надати найвищий рівень обслуговування та задоволення своїм клієнтам.

2) обладнання та інфраструктура. Перевірка якості обладнання та стану інфраструктури салону для забезпечення ефективності та зручності для клієнтів, а саме:

– стан обладнання, перш за все, важливо перевірити роботу та стан обладнання салону. Чи працює все обладнання належним чином? Чи є потреба у заміні чи ремонті яких-небудь пристроїв?

– гігієна та чистота, забезпечення відповідного рівня чистоти та гігієни в салоні – це ключовий аспект. Дотримуються всі необхідні стандарти санітарії та проводиться регулярно прибирання та дезінфекція приміщення та обладнання;

– зручність для клієнтів, а саме оцінка зручності та комфорту для клієнтів включає перевірку меблів, розміщення робочих зон та їхню ергономіку. Меблі та загальне обладнання зручне та приємне перебування клієнтів;

– актуальність обладнання. Обладнання з останніми технологіями та тенденціями в галузі;

– безпека. Завчасно перевірено, чи відповідає обладнання безпечним стандартам. Чи несе воно якісні ризики для клієнтів або працівників?

3) управління процесами. Аналіз системи роботи салону, ефективності процесів надання послуг, управління записами та обліком клієнтів проходить кожного дня під керівництвом власника.

4) маркетинг та комунікації. Щодо оцінювання стратегій маркетингу та реклами, присутності в соціальних медіа, взаємодії з клієнтами та їхнім задоволенням – обов'язки менеджера Анни. Анна – це досвідчений та кваліфікований менеджер з маркетингу та комунікацій, яка володіє вражаючими навичками у цих сферах. Анна відзначається умінням розробляти стратегічні плани маркетингу, які відповідають бізнес-цілям компанії. Вона вміє чітко визначати цільову аудиторію та розробляти ефективні стратегії просування продуктів чи послуг. Менеджер завжди на крок попереду у світі трендів та інновацій. Вона вміє застосовувати творчі та нестандартні підходи в маркетингових кампаніях, що дозволяє компанії виділитися серед конкурентів. Анна використовує дані та аналіз результатів для постійного удосконалення маркетингових стратегій, перевірки ефективності кампаній та вироблення нових підходів.

5) фінансове управління, аналіз фінансового стану салону, управління витратами та прибутками, розподіл бюджету.

6) культура обслуговування, оцінка атмосфери та стилю обслуговування, сприйняття клієнтами, створення унікального досвіду для клієнтів – можна оцінити на платформі Booksy.

Оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища beauty-салону «RYBKA» відкрила ключові аспекти, які впливають на його функціонування та перспективи розвитку. Зовнішнє середовище відображає важливі фактори, такі як конкуренція на ринку краси, соціальні та культурні тенденції у споживанні послуг краси та зміни у вимогах клієнтів. Ці аспекти вимагають постійного

оновлення послуг та маркетингових стратегій для привертання та утримання клієнтів. Внутрішнє середовище салону «RYВКА» відображає його сильні та слабкі сторони. Кадровий потенціал, стан обладнання, процеси надання послуг та загальна культура обслуговування виявилися ключовими напрямками для вдосконалення. Ефективне використання існуючих ресурсів, оновлення технологій та постійне покращення сервісу може позитивно позначитися на конкурентоспроможності салону.

Отже, враховуючи аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, Beauty-салон «RYВКА» може розвивати свою конкурентну перевагу шляхом пристосування до змін на ринку та вдосконалення внутрішніх процесів для задоволення потреб клієнтів та збереження лояльності.

РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ ЗА КОРДОНОМ

3.1 SWOT-аналіз як інструмент стратегічного аналізу переваг та недоліків започаткування власної справи і ведення бізнесу за кордоном

Процес SWOT-аналізу включає кілька ключових етапів:

1. Збір інформації: оцінка внутрішніх факторів включає аналіз фінансових звітів, ресурсів, персоналу та операцій підприємства. Для оцінки зовнішніх факторів досліджуються ринок, конкуренти, економічні та політичні умови.

2. Формування SWOT-матриці: сильні та слабкі сторони відображаються у внутрішньому квадранті, тоді як можливості та загрози – у зовнішньому квадранті. Визначення чітких елементів у кожному квадранті допомагає зорієнтуватися в стратегічних аспектах підприємства.

3. Визначення стратегій: використання сильних сторін: Розробка стратегій, щоб максимально використовувати переваги підприємства на ринку. Подолання слабких сторін: Розробка дієвих планів для покращення слабких аспектів бізнесу. Використання можливостей: Розробка стратегій, які зорієнтовані на використання можливостей, які виокремлені в аналізі. Захист від загроз: Розробка стратегій, спрямованих на управління та зменшення впливу можливих загроз.

4. Впровадження та моніторинг: реалізація обраної стратегії та постійний моніторинг результатів. Зміни у внутрішніх та зовнішніх умовах можуть вимагати адаптації стратегій. SWOT-аналіз може бути використаний для планування стратегій на різних рівнях управління, включаючи рівень підприємства, бізнес-підрозділу або навіть проекту. Важливо пам'ятати, що SWOT-аналіз – це динамічний інструмент, який потребує постійного оновлення та адаптації до змін в бізнес-середовищі.

SWOT-аналіз є інструментом стратегічного управління, що використовується для оцінки внутрішніх сильних і слабких сторін підприємства,

а також зовнішніх можливостей і загроз, які впливають на його діяльність. Розглянемо кожен частину SWOT більш детально:

1. Сильні сторони (Strengths): оптимальне використання ресурсів: Це може включати ефективне використання фінансових, людських та технічних ресурсів для досягнення стратегічних цілей. Високий рівень якості: Якщо продукція чи послуги відомі своєю високою якістю, це може бути суттєвою сильною стороною. Ефективне керівництво: Досвідні керівники і лідери можуть забезпечити ефективне ведення бізнесу та прийняття стратегічних рішень.

2. Слабкі сторони (Weaknesses): недостатня адаптованість: Не всі підприємства готові адаптуватися до нових умов у нових культурних та економічних середовищах. Відсутність досвіду: новачки на міжнародному ринку можуть стикатися з недостатком досвіду та знань щодо місцевих умов та правил. Фінансові обмеження: Недостатні фінансові ресурси можуть обмежувати можливості ведення бізнесу та розвитку на нових ринках.

3. Можливості (Opportunities):

Зростання попиту, якщо на новому ринку спостерігається зростання попиту на певні товари чи послуги, це може стати великою можливістю для розширення бізнесу. Відкриття нових ринків з можливістю розширення географії ведення бізнесу відкриваються нові можливості для збільшення прибутків та ринкової частки. Технологічні інновації, використання новітніх технологій може поліпшити ефективність виробництва та конкурентоспроможність підприємства.

4. Загрози (Threats) : Конкуренція, а саме загострена конкуренція на новому ринку може стати серйозною загрозою для підприємства. Зміни в законодавстві, політичні та правові зміни можуть створювати невизначеність і обмежити можливості бізнесу. Валютні ризики, коливання валютних курсів можуть впливати на вартість виробництва та прибутковість.

Виходячи з теоретичних основ та на основі проходження практики, розроблено таблицю SWOT-аналізу як інструмент стратегічного аналізу переваг та недоліків започаткування власної справи і ведення бізнесу за кордоном (див. табл. 1.4.):

Таблиця 1. 4 – SWOT-аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> – збільшення попиту на послуги краси та догляду, тому що за кордоном слабо розвинена сфера краси, або іншою сфери; – можливість розробити інноваційні та унікальні послуги, що відрізняються від конкурентів; – можливо відкрити свій бізнес без документів; – поширити обізнаність в міжнародному бізнесі; – введення діалогу з іноземними представниками; – вивчення мови. 	<ul style="list-style-type: none"> – недостатня адаптація та обізнаність до культурних особливостей та вимог місцевого ринку; – фінансовий бюджет для відкриття та просування бізнесу за кордоном; – недостатня інформація про місцеві законодавчі та фінансові аспекти; – мала обізнаність в пошуках локалізації та приміщення; – знайти команду професіоналів; – розробити фінансовий стратегічний план розвитку бізнесу.
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> – впровадження інноваційних технологій та послуг, які залучають увагу клієнтів; – просування через міжнародні платформи та соціальні мережі для привернення міжнародних клієнтів; – укладання стратегічних партнерств із місцевими підприємствами та постачальниками; – розширення власного бізнесу в інших містах та країнах. 	<ul style="list-style-type: none"> – сильна конкуренція від місцевих та міжнародних салонів краси, або іншої сфери послуг; – нестабільність політичної ситуації та зміни в законодавстві країни. – флуктуації валютних курсів та їх вплив на фінансову стійкість бізнесу, втрата фінансової підтримки.

Джерело: розроблено автором.

Цей SWOT-аналіз може стати основою для розробки стратегій максимізації переваг і мінімізації ризиків при впровадженні бізнесу за кордоном у сфері салону краси.

SWOT-аналіз є динамічним інструментом, який варто оновлювати з розвитком бізнесу та змінами в зовнішньому середовищі. Використання цього аналізу дозволяє підприємствам ефективно використовувати свої сильні сторони, робити зусилля щодо подолання слабких сторін, використовувати можливості та реагувати на потенційні загрози.

3.2 Рекомендації щодо досягнення успіху в бізнесі за кордоном для майбутніх власників бізнесу та менеджерів

Започаткування та управління бізнесом за кордоном є захоплюючим та важливим кроком, який вимагає від вас не лише підприємницької мрії, але й глибокого розуміння ринків, культур та бізнес-практик різних країн. Ця глава містить рекомендації та стратегії, спрямовані на досягнення успіху в міжнародному бізнесі для майбутніх власників бізнесу та менеджерів.

Ці рекомендації призначені допомогти вам ефективно навчатися в новому бізнес-середовищі та збільшити ймовірність досягнення успіху за кордоном. Вони охоплюють ключові аспекти, такі як культурна адаптація, стратегії ведення бізнесу та управління людськими ресурсами, щоб забезпечити ефективне функціонування вашого підприємства .

Перед створенням будь-якого бізнесу за кордоном ключовою вимогою є ретельне вивчення місцевого ринку. Це включає не лише економічні аспекти, але й розуміння культурних, соціальних та правових відмінностей, які можуть вплинути на ведення бізнесу.

Ключові кроки для глибокого розуміння ринку:

1. Дослідження місцевого ринку:

Познайомимось з особливостями місцевого ринку, включаючи його розмір, структуру, тенденції та основних учасників.

2. Аналіз культурних та соціальних аспектів:

Вивчаємо культурні та соціальні особливості місцевого населення. Розуміння цих аспектів допоможе адаптувати наші товари чи послуги до потреб місцевих споживачів.

3. Вивчення конкурентів:

Аналіз конкурентів на місцевому ринку. Розуміння їх стратегій, переваг та недоліків допоможе нам визначити свої конкурентні переваги та нішу на ринку.

4. Правове регулювання:

Детально вивчимо місцеве правове регулювання, включаючи вимоги до ведення бізнесу, митні та податкові обов'язки.

5. Реалізація маркетингового дослідження:

Проведемо маркетингові дослідження для з'ясування попиту на наші товари чи послуги, визначення цінової політики та розробки маркетингових стратегій.

Створення гнучких стратегій є ключовим елементом для успіху в умовах постійних змін у економічному, політичному та культурному середовищі. Такі стратегії дозволяють ефективно реагувати на непередбачені обставини та зміни у сфері ведення бізнесу.

Елементи гнучких стратегій:

1. Моніторинг змін:

Постійно відслідковувати зміни у місцевому середовищі, такі як економічні кризи, політичні події чи соціокультурні трансформації.

2. Стале вдосконалення:

Заохочуємо культуру сталого вдосконалення в команді. Швидке реагування на зміни та швидке внесення коректив у стратегії є важливими.

3. Адаптація продуктів та послуг:

Треба бути готовими адаптувати свої товари чи послуги до змін потреб та вимог ринку.

4. Гнучкі маркетингові стратегії:

Використані маркетингові інструменти, які можна швидко змінити відповідно до змін у зовнішньому середовищі.

5. Управління ризиками:

Розробка ефективні стратегії управління ризиками, щоб зменшити вплив негативних подій на бізнес.

Створення гнучких та ефективних стратегій є важливим компонентом для підвищення конкурентоспроможності в сучасних умовах бізнес-середовища. Компаніям слід акцентувати увагу на ретельному аналізі ринку, виявленні нових можливостей та ризиків, а також на стимулюванні інновацій для забезпечення конкурентних переваг.

Управління міжнародною командою вимагає специфічного підходу, особливо з урахуванням міжкультурних аспектів та вирішення комунікаційних викликів. Рекомендації включають розвиток культурної свідомості в команді, ефективну комунікацію, будівництво командного духу та навчання та розвиток, щоб враховувати потреби та особливості різних членів.

У контексті фінансової свідомості та ризик-менеджменту, компанії повинні зосереджуватися на глибокому фінансовому аналізі, створенні резервних фондів, впровадженні систем ризик-менеджменту та ретельному плануванні бюджету. Фінансова гнучкість є ключовим елементом для адаптації до змін у фінансовому середовищі .

Стратегії збільшення конкурентоспроможності вимагають постійного аналізу ринкових умов та активного впровадження інновацій для забезпечення унікальності продукції чи послуг. Гнучкі цінові стратегії, спрямовані на швидку адаптацію до змін у вартості виробництва та попиту, а також фокус на високій якості продукції, створюють стійкі конкурентні переваги.

Управління міжнародною командою вимагає уваги до міжкультурних аспектів. Розвиток культурної свідомості в команді, ефективна комунікація, стимулювання командного духу та забезпечення навчання та розвитку для всіх членів допомагають підтримувати ефективну роботу команди в умовах глобалізації.

У контексті фінансової свідомості та ризик-менеджменту, компанії повинні проводити глибокий фінансовий аналіз, створювати резервні фонди для покриття можливих труднощів та використовувати системи ризик-менеджменту для управління фінансовими та бізнес-рисками. Фінансова гнучкість дозволяє компанії швидко адаптуватися до змін у фінансовому середовищі та забезпечує стійкість управління фінансами.

Вивчення та дотримання місцевого правового середовища є критичним аспектом для успішного ведення міжнародного бізнесу. Організації повинні розробляти стратегії, спрямовані на глибоке зрозуміння правових норм та вимог у кожній країні, де вони працюють. Це включає вивчення місцевих податкових

правил, законів щодо трудових відносин, торговельних обмежень та інших юридичних аспектів. Запровадження ефективних механізмів моніторингу та оновлення юридичної стратегії дозволяє уникати правових проблем та забезпечує довгострокову юридичну стійкість.

Успішна експансія за кордон вимагає використання інновацій та технологій для покращення ефективності та конкурентоспроможності. Рекомендації включають в себе активне впровадження передових технологій, розвиток цифрових стратегій та використання аналітики для прийняття стратегічних рішень. Організації повинні встановлювати партнерства з технологічними компаніями та регулярно оновлювати свої технологічні підходи, щоб відповідати вимогам зростаючого світового ринку.

Розбудова стратегічних партнерств та мереж є необхідною складовою успішного ведення бізнесу за кордоном. Компанії повинні активно шукати можливості для співпраці з місцевими підприємствами, урядовими структурами та іншими ключовими гравцями на ринку. Розробка стратегій партнерства включає в себе аналіз потенційних партнерів, визначення взаємних вигід та розробку взаємовигідних угод.

В умовах постійних змін у міжнародному бізнес-середовищі постійне вдосконалення, навчання та адаптація є важливими елементами успіху. Компанії повинні розвивати культуру навчання, стимулювати працівників до самовдосконалення та вживати заходів для вивчення інновацій та трендів у своєму галузі. Активна участь у конференціях, навчальних програмах та мережах забезпечує постійну актуальність компетенцій та готовність до змін.

Ці рекомендації служать як навігаційний посібник для тих, хто мріє про успішний бізнес за кордоном та прагне досягти високих стандартів управління в міжнародному бізнесі.

ВИСНОВКИ

Дослідження особливостей започаткування власної справи та управління бізнесом за кордоном виявило ряд ключових висновків, які є важливими для розуміння та ефективного функціонування підприємств у глобальному середовищі.

Процес започаткування бізнесу за кордоном вимагає ретельного вивчення ринкових умов та їх адаптації до місцевих культурних, правових та економічних особливостей. Гнучкі стратегії та уважне вивчення конкурентного середовища є критичними для успіху. Ефективне управління бізнесом за кордоном передбачає розуміння різниць у керівництві, комунікації та робочих процесах між різними культурами. Співпраця з міжнародними командами вимагає високого рівня культурної компетентності та лідерських навичок. Незалежно від галузі та масштабу діяльності, підприємства повинні стратегічно вибирати свої ринки та розвивати адаптивні стратегії, орієнтовані на конкретні вимоги місцевих ринків.

Відкриваючи бізнес у Польщі для українців з початку 2022 року є реальним та не таким затратним. В ході роботи охарактеризовано організаційно-економічну сторону beauty-салону «RYВКА», власниця Анастасія Радзіун. Салон на етапі розвитку, де кожен крок спрямований на вдосконалення якості послуг та розвиток бізнесу в майбутньому. Команда салону проявляє високий рівень професіоналізму та вміння ефективно співпрацювати, що сприяє успішному функціонуванню салону. Салон виявляє активний підхід до впровадження новітніх технологій та постійно оновлює свої послуги, щоб задовольняти потреби клієнтів. За фінансовим планом, «RYВКА» показує стійкі фінансові показники та уміло управляє бюджетом, що сприяє його стабільності на ринку (див. Рис.1.2). В цілому, beauty-салон «RYВКА» показує високий рівень організаційної ефективності та економічної стійкості, враховуючи сучасні тенденції та потреби ринку краси.

Салон краси «RYВКА» знаходиться в активній конкурентній боротьбі на ринку краси. З 2022 року попит на послуги краси зростає, тому відкривається

більше салонів краси в місті Познань. Деякі конкуренти мають великий досвід на ринку та стабільну репутацію серед клієнтів. Деякі салони, такі як SASZA, HELLS BEAUTY та BURO, активно впроваджують новітні технології та інновації в свої послуги. Конкуренти мають велику та стабільну базу постійних клієнтів завдяки програмі Booksy та високій якості послуг. Загалом, «RYBKA» має свої переваги та може успішно конкурувати на ринку, але важливо зберігати і розвивати свої конкурентні переваги для залучення та утримання клієнтів.

У ході дослідження розроблено таблицю SWOT-аналіз (див. Табл.1.4) для розробки стратегій максимізації переваг і мінімізації ризиків при впровадженні бізнесу за кордоном у сфері салону краси. SWOT-аналіз є динамічним інструментом, який варто оновлювати з розвитком бізнесу та змінами в зовнішньому середовищі. Використання цього аналізу дозволяє підприємствам ефективно використовувати свої сильні сторони, робити зусилля щодо подолання слабких сторін, використовувати можливості та реагувати на потенційні загрози.

Також розроблено рекомендації призначені допомогти ефективно навчатися в новому бізнес-середовищі та збільшити ймовірність досягнення успіху за кордоном. Поради охоплюють ключові аспекти, такі як культурна адаптація, стратегії ведення бізнесу та управління людськими ресурсами, щоб забезпечити ефективне функціонування вашого підприємства.

Підсумовуючи висновки, слід зазначити, що успіх у бізнесі за кордоном визначається не лише фінансовими показниками, але й готовністю підприємства адаптуватися до змін та вдосконалювати свої стратегії відповідно до глобальних тенденцій. Це вимагає постійного вдосконалення та відкриття до нових можливостей, що виправдовує високий ступінь уваги до аспектів міжнародного підприємництва та управління бізнесом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Booksy. Веб-сайт. URL: <https://booksy.com/pl-pl/>
2. Kazak O. Sulyma M. Business transformation in Ukraine during the year of war. European scientific journal of Economic and Financial innovation. No1/3. URL: <https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/190/154> дата звернення 03.10.2023).
3. Kryczka M. Rynek usług kosmetycznych - uwarunkowania i perspektywy rozwoju w ocenie właścicieli salonów kosmetycznych. Studium przypadku. Aesth Cosmetol Med. 2021. C. 225-233. URL: https://www.researchgate.net/profile/Malgorzata-Kryczka/publication/355685393_Cosmetic_services_market_-_conditions_and_development_perspectives_in_the_opinion_of_beauty_salon_owners/links/618eb75d61f09877208b272b/Cosmetic-services-market-conditions-and-development-perspectives-in-the-opinion-of-beauty-salon-owners.pdf дата звернення 10.09.2023).
4. Kryczka M. Satysfakcja kluczem do lojalności klientów salonów kosmetycznych. tudium przypadku. Aesth Cosmetol Med. 2021. C. 287-291. URL: <https://aestheticcosmetology.com/wp-content/uploads/2021/12/ACM-2021-06-vI-Kryczka.pdf>
5. Makowska D., Uździcki P., Lipińska S. PLAN OPERACYJNY JAKO ELEMENT BIZNESPLANU SALONU I SKLEPU KOSMETYCZNEGO «KAŻDY MOŻE BYĆ PIĘKNY SP. Z O.O.». NE TOM XXXIII. 2021. URL: <https://czasopisma.mazowiecka.edu.pl/index.php/ne/article/view/828/713> дата звернення 20.08.2023).
6. Аналіз господарської діяльності; за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової; К.: «Центр учбової літератури», 2013; 384 с.
7. Андерсен Б.; Пер. с англ. С.В. Ариничева; Науч. ред. Ю.П. Адлер; М.: РИА «Стандарт и качество», 2003; 272 с.

8. Ареф'єва О.В., Побережна З.М.; Економічний вісник Дніпровської політехніки. 2020. № 4; С. 155-162.
9. Багорка Д.А.; Матеріали XII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Забезпечення сталого розвитку аграрного сектору економіки: проблеми, пріоритети, перспективи» (28-29. 10.2021), ДДАЕУ; С. 34-37.
10. Боримська К.П.; Ефективна економіка. 2014. № 5.
11. Бугров О. В., О. О. Бугрова; Управління розвитком складних систем. 2013. № 16; С. 5 – 10.
12. Бурбело Н.О.; Збірник наукових праць «Економіка. Менеджмент. Бізнес». К.: Вид-во ДУТ. 2015. № 3 (13); С. 44-48.
13. Войнаренко М. П., А. А. Береза; Вісник ЖДТУ. 2012. № 2 (48); С. 30–36.
14. Глущевський В.В.; Вісник КНУТД: Серія «Економічні науки». 2015. №2 (85); С.139-148.
15. Демидова М.М., Багорка Д. А.; The economic comparative studies: theory, methodology, practice: International scientific conference (September 24-25, 2021. Kielce, Poland). Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2021; pp. 55-60.
16. Добрава Н.В.; Одеса: Бондаренко М. О., 2018; 305 с.
17. Євгенєва О.С. Організаційно-економічні інструменти підвищення конкурентоспроможності підприємства (на прикладі ГРК «Avalon Palace»). Магістерська робота. Тернопіль. 2022. С. 34-45.
18. Зайченко М.В.; Молодий вчений. 2016. № 12; С. 750-753.
19. Климчук М.М., Ачкасов І.А., Климчук С.А., Поляк О. П.; Бізнес Інформ. 2021. № 1; С. 272-278.
20. Лазарева О. В.; Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2009;188 с.
21. Лепейко Т.І., Котлик А.В.; Х.: Вид. ХНЕУ, 2012; 316 с.
22. Омельчук Е. С.; Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2010. № 33; С. 104–121.

23. Скібіцький О. М.; Київ: Вид-во «Кондор», 2011; 912 с.
24. Цис С. Відкрити салон краси в Польщі. UniConsulting. 2023. URL: <https://uniconsulting.group/uk/blog/vidkriti-salon-krazi-v-polschi/> (дата звернення 23.09.2023).
25. Шутова О. С.; Часопис Київського університету права. 2013/1; С. 157–161.
26. Юрченко Н.І., Багорка Д.А.; Сучасні підходи до соціально-економічного, інформаційного та науково-технічного розвитку суб'єктів національного господарства: колективна монографія / за ред. Л.М. Савчук, Л.М.Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2020; С. 166-177.
27. Якимчук Т. І.; Рівне: НУВГП, 2007; 100 с.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

