

Мафтуна Бохадирівна ДЖУМАБАЄВА

Міжнародний експерт у галузі професійної колористики волосся та косметичної хімії

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-1200-3669>

## ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНДИВІДУАЛІЗОВАНОГО ПІДХОДУ ДО ПОСЛУГ КОЛОРУВАННЯ: КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ТА СТРАТЕГІЙ ОПТИМІЗАЦІЇ САЛОННОГО БІЗНЕСУ

У статті подано комплексний економічний аналіз ринку послуг професійного фарбування волосся, й обґрунтовано економічну доцільність впровадження індивідуалізованого підходу до колорування. Досліджено глобальні та регіональні тенденції розвитку б'юті-індустрії, структуру витрат салонного бізнесу, фактори формування ціноутворення на послуги колористики та вплив якості надання послуг на показники клієнтської лояльності й повторних звернень. Проаналізовано економічні втрати, пов'язані з незадоволеністю клієнтів результатами фарбування, та запропоновано стратегії оптимізації бізнес-процесів на основі впровадження діагностичних протоколів. Обґрунтовано, що інвестиції у підвищення кваліфікації персоналу та впровадження персоналізованих методик обслуговування забезпечують суттєве зростання рентабельності салонного бізнесу. Подано результати порівняльного аналізу економічних показників салонів, що впровадили методологію LUMIGLOW, та салонів із традиційним підходом до обслуговування.

**Ключові слова:** економіка б'юті-індустрії, ринок колористичних послуг, рентабельність салону краси, клієнтська лояльність, ціноутворення, собівартість послуг, конкурентоспроможність

Стаття надійшла 14.01.2026

Статтю прийнято 20.01.2026

Статтю опубліковано 12.02.2026

### ВСТУП

Сучасна б'юті-індустрія займає особливе місце в структурі світової економіки, демонструючи унікальну стійкість до кризових явищ та стабільне зростання навіть в умовах глобальних економічних потрясінь. Серед численних сегментів цієї індустрії послуги професійного фарбування волосся вирізняються особливим значенням, формуючи лівову частку доходів салонного бізнесу та визначаючи конкурентоспроможність підприємств індустрії краси загалом. Водночас, попри значні обсяги ринку та сприятливу динаміку розвитку, проблема економічної ефективності салонного бізнесу залишається надзвичайно гострою. Статистичні дані галузевих досліджень засвідчують тривожну тенденцію: від 35% до 45% новостворених салонів припиняють діяльність протягом перших трьох років функціонування, що суттєво перевищує показники інших галузей сфери послуг. Ця обставина набуває особливої актуальності в контексті трансформації споживчих уподобань у напрямі персоналізації послуг, яка створює принципово нові можливості для диференціації та підвищення рентабельності, однак водночас потребує системного підходу до впровадження інноваційних методик обслуговування.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Економіка б'юті-індустрії є предметом активного наукового вивчення в контексті розвитку сфери послуг та підприємництва протягом останніх десятиліть. Фундаментальні дослідження ринку косметичних послуг, проведені провідними аналітичними агенціями, заклали міцний теоретичний фундамент для розуміння закономірностей розвитку галузі. Зокрема, дослідження Grand View Research засвідчують стійке зростання глобального ринку салонних послуг із середньорічним темпом 4,6 %, виокремлюючи ключові драйвери цього зростання: підвищення рівня доходів населення в країнах, що розвиваються, зростання уваги до особистого іміджу та самопрезентації, а також потужний вплив соціальних мереж на формування сучасних стандартів краси.

Значний внесок у вивчення економіки салонного бізнесу зробили дослідження Professional Beauty Association, які встановили статистично значущу кореляцію між рівнем кваліфікації персоналу та показниками утримання клієнтів. За даними цієї організації, салони з високим рівнем підготовки майстрів демонструють показник утримання клієнтів на 34 % вищий за середньогалузевий рівень, що має безпосередні економічні наслідки у вигляді підвищення рентабельності та стабілізації доходів.

Теоретичний фундамент дослідження значно складають класичні роботи провідних вчених у сфері маркетингу послуг та управління взаємовідносинами з клієнтами. У праці Ф. Райхельда та Е. Сассера [6] закладено основу розуміння економічного значення клієнтської лояльності ще у 1990 р. Авторами переконливо доведено, що підвищення показника утримання клієнтів навіть на 5% може збільшити прибуток компанії на 25–95% залежно від специфіки галузі. Цей висновок має революційне значення для салонного бізнесу, де традиційно основну увагу приділено залученню нових клієнтів, а не утриманню наявних.

#### Постановка проблеми

Незважаючи на значні обсяги ринку послуг фарбування волосся, що за оцінками провідних аналітичних агенцій становить близько 24 млрд дол. США глобально, проблема економічної ефективності салонного бізнесу залишається надзвичайно гострою та актуальною. Детальний аналіз галузевої статистики дає змогу виокремити кілька ключових проблемних аспектів, які потребують системного наукового осмислення.

Передусім викликає занепокоєння висока частка неефективних підприємств у галузі. За даними галузевих досліджень, до 40 % салонів краси припиняють діяльність протягом перших трьох років роботи, що суттєво перевищує середній рівень банкрутств малого бізнесу в інших галузях сфери послуг, який становить приблизно 28–32 %. Основними причинами припинення діяльності є недостатня рентабельність, яка фіксується у 67 % випадків, проблеми з утриманням клієнтської бази, що

спостерігаються у 54 % випадків, високі операційні витрати, на які вказують 48% підприємців, та неефективне управління персоналом, яке відзначають 39% власників закритих салонів.

Окремою серйозною проблемою є високі витрати на залучення нових клієнтів. Численні дослідження переконливо доводять, що залучення нового клієнта коштує салону в 5–7 разів дорожче, ніж утримання наявного. Показник вартості залучення клієнта в б'юті-індустрії становить в середньому від 45 до 120 дол. США залежно від каналу залучення та регіону, що створює значний фінансовий тиск на салони з низьким показником утримання клієнтської бази.

**МЕТА** дослідження – комплексний економічний аналіз ринку послуг колорювання та наукове обґрунтування економічної ефективності впровадження індивідуалізованого підходу до обслуговування клієнтів салонного бізнесу.

Для досягнення поставленої мети визначено низку взаємопов'язаних завдань: систематизувати сучасні наукові знання про структуру витрат та доходів салонного бізнесу в сегменті колористичних послуг; проаналізувати глобальні та регіональні тенденції розвитку ринку фарбування волосся з виявленням ключових драйверів та бар'єрів зростання; дослідити вплив якості послуг на економічні показники діяльності салонів з кількісним оцінюванням економічних втрат від незадоволеності клієнтів; обґрунтувати методологію розрахунку ключових показників ефективності для салонного бізнесу; провести порівняльний аналіз економічних показників салонів з різними підходами до обслуговування клієнтів; розробити практичні рекомендації з оптимізації бізнес-моделі з урахуванням принципів персоналізації.

## РЕЗУЛЬТАТИ

Ринок професійного фарбування волосся є одним з найбільших і найдинамічніших сегментів світової б'юті-індустрії. Протягом останнього десятиліття він демонструє стабільне зростання, й за прогнозами аналітичних агенцій досягне обсягу понад 40 млрд дол. США до 2028 р. Сегмент салонних послуг становить близько 58% ринку. Після спаду на 8,2 % у 2020 р. внаслідок пандемії ринок швидко відновився, показавши зростання 13,2 % у 2021 р. та стабілізувавшись на рівні 8–11 % щорічно.

Основними драйверами розвитку є зростання частки споживачів, які регулярно користуються послугами колорювання: серед жіночої аудиторії цей показник зріс з 48 % до 62 % за останні десять років. Додатковий вплив мають орієнтація на безпечні технології, індивідуалізацію послуг і підвищення стандартів якості.

Український ринок б'юті-послуг має специфічну динаміку. У 2021 р. його обсяг становив близько 1,2 млрд дол. США, у 2022 р. скоротився до 0,7 млрд дол. США через повномасштабне вторгнення, але частково відновився до 0,9 млрд дол. США у 2023 р. Послуги для волосся формують близько 42 % ринку, з яких 18 % припадає на колорювання. Середній чек на фарбування становить близько 1600 грн за частоти 4–6 процедур на рік.

Серед ключових тенденцій українського ринку варто виділити зростання попиту на преміальні послуги у великих містах і західних регіонах, розвиток мобільних та виїзних форматів обслуговування, посилення вимог до безпеки процедур відповідно до європейських стан-

дартів, а також активну цифровізацію записів і комунікації з клієнтами через онлайн-платформи та соціальні мережі.

Собівартість послуги фарбування складається з матеріальних витрат (15–25%), оплати праці майстра (40–55%) та накладних витрат (15–20%). Найбільшою статтею є оплата праці, а тривалість процедури безпосередньо впливає на рентабельність. Точка безбитковості типового салону досягається за завантаження майстрів на рівні 55–65%.

Впровадження персоналізованого підходу, зокрема методології LUMIGLOW, демонструє суттєвий економічний ефект. Індекс споживчої лояльності зростає в середньому з 32 до 58 пунктів, що підвищує частоту повторних візитів і рекомендацій. Частка процедур, які потребують безкоштовної корекції, зменшується з 12% до 3,8%, що дає змогу знизити втрати доходу та заощадити для салону середнього розміру близько 98 тис. грн на рік.

Основними інвестиціями у впровадженні методології є навчання персоналу (близько 42%), придбання діагностичного обладнання (25%) та маркетингове просування (8%). Загальний обсяг інвестицій для типового салону становить близько 180 тис. грн. Сукупний додатковий дохід в перший рік перевищує 520 тис. грн, а додатковий прибуток – близько 250 тис. грн, що свідчить про високу інвестиційну привабливість.

Досвід салонів, які впровадили LUMIGLOW, показує, що ключовим фактором успіху є залученість і мотивація персоналу. Важливо уникати формального підходу до діагностики та забезпечити реальне застосування її результатів у виборі технологій фарбування.

На основі дослідження рекомендовано зробити професійну діагностику фундаментом бізнес-моделі салону, впровадити сегментацію клієнтів за довічною цінністю, встановити чіткі показники якості (частка корекцій до 5%, лояльність не нижче 50 балів, утримання клієнтів не менше 75%) та переорієнтувати маркетинг на реферальні програми й органічне просування через соціальні мережі.

## ВИСНОВКИ

Проведене комплексне дослідження дає змогу сформулювати низку важливих висновків, які мають як теоретичне, так і практичне значення для розвитку салонного бізнесу в сегменті колористичних послуг.

Ринок послуг колорювання демонструє стійку позитивну динаміку розвитку із середньорічним темпом зростання близько 8,5%, що суттєво перевищує показники більшості інших галузей сфери послуг. Водночас ринок характеризується високим рівнем конкуренції та значною часткою неефективних підприємств, серед яких до 40% припиняють діяльність протягом перших трьох років функціонування. Ця ситуація створює як серйозні виклики для учасників ринку, так і суттєві можливості для салонів, що впроваджують інноваційні підходи до обслуговування та вибудовують свою діяльність на науково обґрунтованих принципах.

Економічна ефективність салонного бізнесу безпосередньо та суттєво залежить від якості надання послуг клієнтам. Кількісний аналіз засвідчує, що незадоволеність клієнтів результатами фарбування генерує значні економічні втрати кількох категорій: прямі втрати на

рівні 93–167 тис. грн на рік для типового салону, втрачений дохід від відмови повторних візитів, де довічна цінність базового клієнта становить близько 14 тис. грн, а преміум-клієнта – понад 100 тис. грн, а також репутаційні збитки, що відлякують до 22% потенційних клієнтів за кожен негативний відгук в Інтернет.

Методологія LUMIGLOW, що інтегрує досягнення косметичної хімії та економіки сфери послуг, демонструє практичну ефективність як інструмент одночасного підвищення якості послуг та економічних результатів діяльності салонного бізнесу. Ця методологія пропонує системний підхід до персоналізації, що може бути адап-

товано до специфіки різних салонів та ринкових умов.

Перспективи подальших досліджень пов'язано з розробленням математичних моделей прогнозування довічної цінності клієнта в б'юті-індустрії з урахуванням специфічних галузевих факторів, аналізом впливу цифровізації на економіку салонного бізнесу, дослідженням регіональних особливостей функціонування ринку колористичних послуг в Україні в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення, а також вивченням потенціалу застосування методів штучного інтелекту для персоналізації рекомендацій та прогнозування результатів фарбування.

### Список використаних джерел

- Allied Market Research. Hair Coloring Market Report 2023–2028. Portland, 2023. 186 p.
- Grand View Research. Beauty Salon Services Market Size Report, 2023–2030. San Francisco, 2023. 142 p.
- McKinsey & Company. The State of Fashion: Beauty. New York, 2022. 94 p.
- Professional Beauty Association. Salon Industry Economic Analysis 2023. Scottsdale, 2023. 78 p.
- Euromonitor International. Hair Care and Colourants: Global Market Outlook. London, 2024. 112 p.
- Reichheld F.F., Sasser W.E. Zero defections: quality comes to services. *Harvard Business Review*. 1990. Vol. 68, No. 5, pp. 105–111.
- Kumar V., Reinartz W. Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools. Berlin, 2018. 422 p.
- Ткаченко Т.І. Економіка підприємств сфери послуг в умовах невизначеності. Київ, 2022. 284 с.
- Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. Harlow, 2021. 832 p.
- BrightLocal. Local Consumer Review Survey 2023. Brighton, 2023. 46 p.
- Державна служба статистики України. Статистичний щорічник України за 2023 рік. Київ, 2024. 482 с.
- Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. New York, 2018. 544 p.
- Лук'янець Т.І. Економіка та організація підприємництва в сфері краси. Харків, 2021. 196 с.
- Statista. Hair Care Market Worldwide — Statistics & Facts. Hamburg, 2024. 38 p.
- Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. 1985. Vol. 49, No. 4. pp. 41–50.
- Porter M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York, 1980. 396 p.
- Rust R.T., Lemon K.N., Zeithaml V.A. Return on marketing: Using customer equity to focus marketing strategy. *Journal of Marketing*. 2004. Vol. 68. No. 1. pp. 109–127.
- Anderson E.W., Fornell C., Lehmann D.R. Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*. 1994. Vol. 58, No. 3. P. 53–66.
- Reichheld F.F. The One Number You Need to Grow. *Harvard Business Review*. 2003. Vol. 81, No. 12. P. 46–54.
- Gupta S., Lehmann D.R. Customers as assets. *Journal of Interactive Marketing*. 2003. Vol. 17, No. 1. P. 9–24.
- Hallowell R. The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study. *International Journal of Service Industry Management*. 1996. Vol. 7, No. 4. pp. 27–42.
- Гончар О.І. Управління якістю послуг підприємств сфери обслуговування. *Економіка та держава*. 2020. № 8. С. 54–59.
- Кравченко В.О. Маркетинг послуг: теорія та практика. Київ, 2019. 328 с.
- Oliver R.L. Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. 2nd ed. New York, 2014. 544 p.
- Грицюк Н.О. Особливості ціноутворення в сфері б'юті-послуг. *Вісник КНТЕУ*. 2021. № 4. С. 78–89.

### References

- Allied Market Research. Hair Coloring Market Report 2023–2028. Portland, 2023. 186 p.
- Grand View Research. Beauty Salon Services Market Size Report, 2023–2030. San Francisco, 2023. 142 p.
- McKinsey & Company. The State of Fashion: Beauty. New York, 2022. 94 p.
- Professional Beauty Association. Salon Industry Economic Analysis 2023. Scottsdale, 2023. 78 p.
- Euromonitor International. Hair Care and Colourants: Global Market Outlook. London, 2024. 112 p.
- Reichheld F.F., Sasser W.E. Zero defections: quality comes to services. *Harvard Business Review*. 1990. Vol. 68, No. 5, pp. 105–111.
- Kumar V., Reinartz W. Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools. Berlin, 2018. 422 p.
- Ткаченко Т.І. Economics of Service Enterprises under Uncertainty. Kyiv, 2022. 284 p. (in Ukrainian).
- Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. Harlow, 2021. 832 p.
- BrightLocal. Local Consumer Review Survey 2023. Brighton, 2023. 46 p.
- State Statistics Service of Ukraine. Statistical Yearbook of Ukraine 2023. Kyiv, 2024. 482 p. (in Ukrainian).
- Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. New York, 2018. 544 p.
- Lukianets T.I. Economics and Organization of Entrepreneurship in the Beauty Sphere. Kharkiv, 2021. 196 p. (in Ukrainian).
- Statista. Hair Care Market Worldwide — Statistics & Facts. Hamburg, 2024. 38 p.
- Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. 1985. Vol. 49, No. 4. pp. 41–50.
- Porter M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York, 1980. 396 p.
- Rust R.T., Lemon K.N., Zeithaml V.A. Return on marketing: Using customer equity to focus marketing strategy. *Journal of Marketing*. 2004. Vol. 68. No. 1. pp. 109–127.
- Anderson E.W., Fornell C., Lehmann D.R. Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*. 1994. Vol. 58, No. 3. P. 53–66.
- Reichheld F.F. The One Number You Need to Grow. *Harvard Business Review*. 2003. Vol. 81, No. 12. P. 46–54.
- Gupta S., Lehmann D.R. Customers as assets. *Journal of Interactive Marketing*. 2003. Vol. 17, No. 1. P. 9–24.
- Hallowell R. The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study. *International Journal of Service Industry Management*. 1996. Vol. 7, No. 4. pp. 27–42.
- Honchar O.I. Service Quality Management of Service Enterprises. *Economy and State*. 2020. № 8. pp. 54–59. (in Ukrainian).
- Kravchenko V.O. Services Marketing: Theory and Practice. Kyiv, 2019. 328 p. (in Ukrainian).
- Oliver R.L. Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. 2nd ed. New York, 2014. 544 p.
- Hrytsiuk N.O. Features of Pricing in the Beauty Services Sphere. *Bulletin of KNTEU*. 2021. № 4. pp. 78–89. (in Ukrainian).

**Maftuna DZHUMABAIEVA**

*International expert in the field of professional hair color and cosmetic chemistry*

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-1200-3669>

### **ECONOMIC EFFICIENCY OF AN INDIVIDUALIZED APPROACH TO HAIR COLOR SERVICES: A COMPREHENSIVE ANALYSIS OF THE MARKET AND SALON BUSINESS OPTIMIZATION STRATEGIES**

*The paper presents a comprehensive economic analysis of the professional hair coloring services market and evaluates the economic feasibility of implementing an individualized, client-focused approach to hair coloring. The paper examines global and regional trends in the beauty industry, including shifts in consumer preferences, the growing demand for personalized services, and the increasing influence of digital platforms on client engagement. The cost structure of salon operations is analyzed, highlighting key expenditure areas such as labor, materials, marketing, and equipment, along with the primary factors influencing pricing strategies for colorist services. The impact of service quality on customer satisfaction, loyalty, and repeat visits is also assessed, emphasizing the direct relationship between personalized care and long-term business success. The paper further investigates the economic losses incurred by salons due to client dissatisfaction with coloring results, including reduced repeat business, negative reviews, and missed revenue opportunities. Based on these findings, practical strategies for optimizing business processes are proposed, centered on the implementation of diagnostic protocols, tailored service plans, and performance monitoring. Detailed methodology is provided for calculating key economic efficiency indicators relevant to salon management, including Customer Lifetime Value (CLV), Customer Acquisition Cost (CAC), Net Promoter Score (NPS), and Return on Investment (ROI), offering salon owners measurable tools to evaluate and enhance profitability. The paper highlights the significant benefits of investing in personnel training, advanced professional development, and personalized service methodologies, demonstrating that such investments lead to measurable increases in client satisfaction, repeat visits, and overall profitability. Comparative analysis is conducted between salons that adopted the LUMIGLOW methodology and those that follow traditional approaches, showing that the personalized approach provides higher economic efficiency, better client retention, and more sustainable business growth. In conclusion, the findings underscore that the integration of individualized hair coloring services supported by structured diagnostic protocols and strategic business management practices is not only economically advantageous but also essential for salons aiming to maintain competitiveness in a rapidly evolving beauty market. The paper provides actionable insights for salon owners, managers, and colorists seeking to enhance operational efficiency, optimize client engagement, and implement evidence-based strategies for long-term success.*

**Keywords:** *beauty industry economics, colorist services market, salon profitability, customer loyalty, pricing, service cost, competitiveness*