

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ КРАСИ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджено особливості ведення підприємницької діяльності у сфері індустрії краси в умовах нестабільного середовища. Розглянуто значення якісного сервісу, інноваційного управління та клієнтоорієнтованого підходу у забезпеченні ефективності роботи салонів краси. Виокремлено ключові чинники, що впливають на успішність малого бізнесу у сфері послуг.

Ключові слова: підприємництво, індустрія краси, сервіс, малий бізнес, клієнтоорієнтованість, управління, інновації, адаптація до змін.

Abstract

The paper explores the peculiarities of entrepreneurship in the beauty industry under conditions of economic uncertainty. The importance of high-quality service, innovative management, and customer-oriented approaches in ensuring the efficiency of beauty salons is highlighted. The key factors influencing the success of small businesses in the service sector are outlined.

Keywords: entrepreneurship, beauty industry, service, small business, customer orientation, management, innovation, adaptability.

Вступ

Підприємницька діяльність у сфері краси сьогодні займає важливе місце серед малих форм бізнесу, які активно адаптуються до змін і впливають на економічне життя суспільства. У період постійних трансформацій - економічних, соціальних та технологічних - б'юті-індустрія демонструє високу гнучкість, чутливість до змін і здатність швидко реагувати на потреби споживача.

Ринок послуг краси характеризується високою конкуренцією, постійною появою нових гравців і стрімким розвитком цифрових технологій. У таких умовах особливої актуальності набувають питання ефективного управління, організації сервісу, побудови взаємин із клієнтами та формування стабільної команди. Підприємці змушені оперативним приймати рішення, впроваджувати інновації та створювати не лише якісний продукт, а й емоційно привабливий простір для клієнта.

Вивчення особливостей функціонування салонів краси дозволяє краще зрозуміти специфіку малого бізнесу в сфері послуг. Робота на прикладі студії «Divchata» дає змогу оцінити сильні й слабкі сторони організації, проаналізувати внутрішні процеси та сформулювати пропозиції, спрямовані на розвиток, адаптацію до викликів часу та підвищення конкурентоспроможності.

Результати дослідження

Підприємництво у сфері послуг завжди було важливою складовою економіки, однак індустрія краси вирізняється серед інших напрямів своєю гнучкістю, чутливістю до змін ринку і високою конкуренцією. Бізнес у цій сфері базується не тільки на наданні конкретних послуг, а й на формуванні емоційного досвіду клієнта, що робить його унікальним і складним одночасно [1].

Сфера краси – це напрям підприємницької діяльності, який активно розвивається і впевнено займає своє місце на ринку послуг. Основна ідея такого бізнесу не просто задовільнити потреби клієнта, а створити для нього особливу атмосферу. В сучасних умовах це не лише про стрижки, манікюр чи брови, а про сервіс, атмосферу й емоції з якими людина виходить з салону [2].

Важливо розуміти, що у сфері краси велике значення має людський фактор. Саме майстер створює послугу, і від його навичок, здібностей комунікації та ставлення до клієнта залежить фінальний

результат. Тому професіоналізм, емоційний інтелект, вміння слухати та розуміти – це ті якості які стають критично важливими [3].

На відміну від багатьох інших сфер, індустрія краси опирається на людину. Практично всі послуги такі як манікюр, стрижка, оформлення брів всі виконуються вручну і потребують особистого контакту з клієнтом. Відповідно, якість сервісу напряму залежить від майстерності, досвіду та комунікаційних навичок персоналу. Успіх салону формує не тільки адміністратор чи керівник, а в першу чергу - майстр, які безпосередньо працюють із людьми.

Ринок характеризується високим рівнем конкуренції: у великих і середніх містах одночасно працює велика кількість салонів, студій, nail-барів і незалежних майстрів. У таких умовах виживають ті, хто здатен запропонувати не просто послугу, а цінність та затишний простір, індивідуальний підхід, додаткові сервіси. Саме тому підприємцям у цій галузі доводиться постійно працювати над розвитком: удосконалювати сервіс, модернізувати приміщення, впроваджувати нові техніки [4].

Одним із найсуттєвіших внутрішніх викликів є кадрова нестабільність. У beauty-сфері спостерігається висока плинність персоналу: молоді майстри часто орендують окремі місця або відкривають власні міні-студії. Це вимагає від власників постійного підбору команди, витрат на адаптацію та навчання нових фахівців, а також створення умов, що мотивують до довготривалої співпраці. За даними локальних опитувань, в середньому майстер працює в одному салоні не більше 8–12 місяців.

Існує також специфічна сезонність попиту. Найвищі навантаження фіксуються в періоди перед новорічними святами, 8 Березня, на початку літа та перед початком навчального року. Натомість у січні, середині осені та в окремі місяці літа відчувається зниження кількості клієнтів. Це вимагає гнучкого планування графіків, впровадження акцій, бонусних програм або спеціальних пропозицій, щоб утримати стабільність виручки. У багатьох салонах саме в ці періоди пропонують «сезонні знижки» або набори процедур «2 в 1».

Крім сезонних змін, на індустрію краси серйозно впливають економічні чинники. Під час криз, воєнного стану або інфляції знижується купівельна спроможність населення, змінюється структура витрат. Частина клієнтів відмовляється від “преміум” процедур або скорочує візити. Проте водночас beauty-сфера залишається стійкою, адже багато клієнтів вважають догляд за собою елементом психологічного комфорту навіть у важкі часи. Підприємці, які вчасно реагують на запити клієнтів, можуть не лише зберегти, а й зміцнити свою позицію [5].

Також окремо варто виділити вплив енергетичної нестабільності на діяльність салонів краси. Через відключення світла (зокрема під час масових атак на енергосистему України) багато салонів були змушені переносити або скасовувати записи, скорочувати робочий день або інвестувати в генератори. Це створило додатковий тиск на прибутковість, але водночас стало лакмусовим папірцем витривалості бізнесу.

Витрати на матеріали це ще одна велика складова специфіки бізнесу в індустрії краси. Ціни на косметику, інструменти та витратні матеріали можуть змінюватися через коливання валютних курсів, логістичні затримки чи перебої в постачанні. У 2022–2025 роках багато українських салонів стикнулися з дефіцитом імпортованих засобів і були змушені переходити на вітчизняні або більш доступні аналоги.

Не менш важливою є система лояльності клієнтів. У beauty-бізнесі дуже цінуються повторні візити, постійні клієнти, рекомендації друзям. Тому підприємці активно впроваджують бонусні програми, картки знижок, особисті привітання з днями народження, подарунки для постійних клієнтів.

Ще один важливий аспект — це необхідність маркетингу й створення візуального бренду. Соцмережі стали головним джерелом залучення клієнтів. Власна візуальна концепція, єдиний стиль, “тон голосу” бренду, активне ведення Instagram чи TikTok - усе це стало частиною обов’язкових умов ефективності.

Таким чином, специфіка підприємництва у сфері краси полягає в постійному балансі між творчістю та управлінням. Підприємець у цій сфері повинен бути гнучким, розуміти потреби клієнтів, володіти емоційним інтелектом і при цьому чітко контролювати бізнес-процеси. Це напрям, що потребує постійного оновлення, але в якому завжди буде попит — бо краса і турбота про себе залишаються важливими навіть у найскладніші часи.

Висновки

Підприємництво є ключовою рушійною силою розвитку сучасної економіки, адже забезпечує створення робочих місць, впровадження інновацій та адаптацію до змін ринкового середовища. Особливо це проявляється у сфері послуг, де гнучкість, клієнтоорієнтованість та здатність до швидкого прийняття рішень є критично важливими. Індустрія краси, як один із динамічних напрямів малого підприємництва, демонструє приклад того, як бізнес, заснований на людському капіталі, здатен забезпечити не лише економічну стабільність, а й соціальну цінність у часи криз. Тому, підтримка та розвиток підприємництва є стратегічно важливими для сталого зростання як окремих галузей, так і економіки загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ільїн В. В. Основи підприємництва: навч. посіб. / В. В. Ільїн. Харків: ФОП Бровін О. В., 2020. 232 с.
2. Смирнов І. Г. Підприємницька діяльність: теорія і практика. К.: Центр учбової літератури, 2019. 288 с.
3. Черваньов Д. М. Менеджмент в індустрії краси. К.: КНЕУ, 2021. 215 с.
4. Бутко М. П. Організація підприємницької діяльності: навчальний посібник. Львів: ЛНАУ, 2020. 312 с.
5. Гуменюк Г. М. Основи малого бізнесу: навчальний посібник. Тернопіль: ТНЕУ, 2021. 198 с.

Марисик Єлизавета Володимирівна – студентка групи П-216, факультету підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: lizamarisik@gmail.com

Науковий керівник: **Безсмертна Оксана Владиславівна** - канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, e-mail: bezsmertnaoksana@gmail.com

Yelyzaveta V. Marysyk – student of group P-21b, Faculty of Entrepreneurship, Trade and Stock Market Activity, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: lizamarisik@gmail.com

Supervisor: **Oksana V. Bezsmertna** - PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistics and Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: bezsmertna@vntu.edu.ua