

Єлизавета КУДРИЦЬКА,
здобувачка вищої освіти,
Державний торговельно-економічний
університет, Україна

Наталія БУНТОВА,
канд. екон. наук, доц.,
Державний торговельно-економічний
університет, Україна
(<https://orcid.org/0000-0001-9975-0327>)

ПОТЕНЦІАЛ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СУЧАСНИХ БІЗНЕС-ІДЕЙ У СФЕРІ КРАСИ

Розпочати свій бізнес та успішно реалізувати свою бізнес ідею в Україні у 2025 році під час війни не зовсім просте завдання. Однак, як показує практика, у бізнесі успіх приходить лише до проактивних підприємців, які готові йти на ризик у будь-який час і не перекладають свої невдачі на складнощі законодавства, високі податки чи обмежений стартовий капітал [1].

На сучасному етапі розвитку економіки України в умовах цифровізації її галузей особливого значення набуває сфера послуг, зокрема індустрія краси, яка демонструє стійке зростання попиту та впливає на якість життя населення, рівень зайнятості й формування культурного простору міст. Зміна споживчих пріоритетів, акцент на особисту естетику, емоції та комфорт створюють сприятливі умови для розвитку інноваційних форматів у б'юті-бізнесі [2].

Київ, як мегаполіс із високою концентрацією активного населення, має значний потенціал для реалізації сучасних бізнес-ідей у сфері краси. Особливо актуальними є концепції, що поєднують естетику, функціональність і широкий спектр послуг в одному просторі. Дослідження показують, що сучасні клієнти все більше цінують не лише якість послуг, а й атмосферу, зручність, дизайн інтер'єру та загальний досвід взаємодії з брендом. Згідно з думкою експертів [2], економіка дедалі більше переходить до створення вражень. Салон-краси з преміальною атмосферою, фотозонами, кавовою зоною, а також можливістю отримати послуги манікюру, візажу та догляду в одному приміщенні – це відповідь на запит споживача нового покоління [3]. Реалізація цього підприємницького проєкту дозволить задовольнити

попит на якісні б'юті-послуги, створити постійну клієнтську базу та сприятиме підвищенню рентабельності малого бізнесу.

Як і будь-який бізнес, проєкт має ризики: конкуренція, сезонність, можливі коливання попиту, складність у формуванні стабільного колективу. Однак можливо передбачити інструменти їх нейтралізації: чітке позиціонування, бонусна система для персоналу, гнучкий графік, бухгалтерський аутсорсинг і систематичний контроль фінансових показників.

Не менш важливою є маркетингова складова підприємницького проєкту: активна присутність у соціальних мережах (Instagram, TikTok), співпраця з локальними мікроінфлюенсерами, запуск програм лояльності, акції для нових клієнтів, інтеграція з Google-картами та колаборації з кав'ярнями та fashion-магазинами [4]. Це дозволить сформувати впізнаваність бренду, стимулювати повторні візити та збільшити середній чек.

В Україні досі недостатньо представлені салони краси з концепцією «все в одному» у поєднанні з глянцевою візуальною стилем і преміальним сервісом за доступною ціною. Тому реалізація такого підприємницького проєкту є актуальною, новаторською та конкурентоспроможною бізнес-ідеєю. Проєкт має високий потенціал масштабування в інші міста країни та здатен стати успішним прикладом жіночого підприємництва нового покоління.

Список використаних джерел

1. Полуяктова О.В. Загальна концепція організації власного бізнесу. URL: <https://pdpu.edu.ua> (дата звернення: 15.05.2025).
2. Найкращі бізнес-ідеї 2025 для початку бізнесу в Україні. URL: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/articles/najkrashi-biznes-ideyi-2022-dlya-pochatku-biznesu-v-ukrayini> (дата звернення: 15.05.2025).
3. Салони краси Києва: тренди, формати, маркетинг. URL: <https://beautyhub.ua> (дата звернення: 15.05.2025)
4. Як розкрутити салон краси в Instagram. URL: <http://www.salonmarketing.ua> (дата звернення: 15.05.2025).