

УДК: 339

Пельчер М.В.

Pelcher M.

Науковий керівник: к.е.н., доцент Піняк І.Л.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ВИЯВЛЕННЯ ЗАГРОЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

ІНДУСТРІЇ КРАСИ

DETECTION FUNCTIONING OF ENTERPRISES OF BEAUTY

INDUSTRY

На даний момент, великою популярністю користуються послуги салону краси. Кожна жінка прагне бути чарівною та доглянутою, тому вона шукає особливе місце, де їй нададуть широкий спектр косметичних послуг. Кожного року кількість таких закладів зростає, тому для ефективного функціонування, кожен із них повинен використовувати маркетингові вміння, які є вагомою частиною салонного бізнесу.

Метою написання даного дослідження є визначення особливостей впровадження маркетингової діяльності в салонах краси з метою підвищення успішної діяльності.

Суть маркетингу в салонах краси полягає в тому, що діяльність з дослідження, організації та задоволення як існуючих клієнтів, так і майбутніх в результаті приведе до встановлення кращих відносин із споживачами. Ефективне управління маркетингом дозволить вивчити ринок індустрії краси і передбачить можливу реакцію на нові послуги.

Провівши ряд досліджень можемо сказати, що потенціал для розвитку мають всі салони краси, проте існує низка загроз, які можуть негативно вплинути на їхню діяльність. По-перше, прикладом перешкоди на шляху розвитку салону є науково-технічний прогрес. Так, не завжди інновації можуть стати корисними. Наприклад, якщо салон

придбав нове обладнання, то при появі сучасніших технологій, він буде і надалі користуватися цим обладнанням до тих пір, поки повністю не окупиться вартість придбаного засобу праці. По-друге, нестабільна економічна ситуація в країні знижує купівельну спроможність клієнтів, тобто падає попит на послуги, які пропонує салон. По-третє, зростання кількості салонів, які пропонують ті ж самі послуги також призводить до зменшення попиту.

Для того, щоб підвищити конкурентоспроможність ми пропонуємо:

- правильно встановити ціни на послуги. При визначенні вартості послуги необхідно керуватись можливостями ринку. Вона повинна бути трохи вище собівартості. Проте, потрібно пам'ятати, що для заохочення клієнтів не обов'язково здешевлювати послуги. Низька ціна послуги може поставити під сумнів поняття її якості;

- детально вивчити цільову аудиторію та зрозуміти, які види послуг її приваблюють та максимально сприяти розширенню клієнтури. Наприклад, статистика показує, що більшість клієнтів салону є жінки, які виховують дітей. В такій ситуації було б доцільно облаштувати кімнату для дітей 3 - 12 років. Таке рішення задовільняє потреби як споживачів, так і самого закладу;

- проводити активну рекламну кампанію. Використання телевізійної реклами, реклами у міських журналах, Інтернет-реклами – все це дозволить проінформувати споживачів із послугами салону та розширить базу клієнтів;

- для ефективного просування в бізнесі необхідно вивчати не тільки сьогоденні потреби, а й робити прогнози на майбутнє.

Підсумовуючи вищевикладене, слід сказати, що місія салону – це бережне створення краси, здоров'я та успішності для клієнтів. Маркетинг дає можливість вийти на якісно новий рівень розвитку таких закладів.