

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**Факультет аграрного менеджменту**

ПОГОДЖЕНО  
В.о. декана факультету аграрного  
менеджменту

\_\_\_\_\_ Анатолій ОСТАПЧУК

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2025 р.

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри виробничого та  
інвестиційного менеджменту

\_\_\_\_\_ Тетяна ВЛАСЕНКО

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2025 р.

**МАГІСТЕРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на тему «Проект відкриття тату студії»**

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

**Гарант освітньої програми**

д.е.н., професор

\_\_\_\_\_ Лідія ШИНКАРУК

**Керівник магістерської кваліфікаційної роботи**

к.е.н., доцент

\_\_\_\_\_ Тетяна ЛОБУНЕЦЬ

**Виконав**

\_\_\_\_\_ Олександр ДЕНЬГА

**КИЇВ – 2025**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Факультет аграрного менеджменту**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри виробничого та  
інвестиційного менеджменту**

к.е.н., доцент \_\_\_\_\_ Тетяна ВЛАСЕНКО

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 року

**З А В Д А Н Н Я  
ДО ВИКОНАННЯ МАГІСТЕРСЬКОЇ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ  
ЗДОБУВАЧУ**

Деньзі Олександр Миколайовичу

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітня програма Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами

Орієнтація освітньої програми освітньо-професійна

Тема магістерської кваліфікаційної роботи «Проект відкриття тату студії»  
затверджена наказом від 29 жовтня 2024 р. №1944 «С»

Термін подання завершеної роботи на кафедру «05» грудня 2025 р.

Вихідні дані до магістерської кваліфікаційної роботи: Закони України та відповідні до них діючі нормативно-правові акти; методичні рекомендації; довідникові джерела; наукова та навчальна література; фахові періодичні видання; дані інтернет-ресурсів.

Перелік питань, що підлягають дослідженню:

1. Теоретичні та практичні аспекти розвитку ринку тату.
2. Бізнес-план проекту тату студії.
3. Економічне обґрунтування ефективності проекту відкриття тату-студії.

Перелік графічного матеріалу: робота містить 19 таблиць та 2 рисунки.

Дата видачі завдання “21” листопада 2024 р.

Керівник магістерської кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Тетяна ЛОБУНЕЦЬ

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Олександр ДЕНЬГА

## РЕФЕРАТ

магістерської кваліфікаційної роботи  
Деньги Олександра Миколайовича  
на тему: «проект по відкриттю тату-студії»

Магістерська робота на тему «Проект по відкриттю тату-студії» має таку структуру: титульна сторінка, зміст, вступ, три розділи та список використаних джерел. Робота містить 21 ілюстративний матеріал (19 таблиць та 2 рисунки). У списку використаних джерел 38 назв. Загальний обсяг роботи 66 сторінок.

Перший розділ магістерської роботи присвячено аналізу теоретичних та практичних засад розвитку ринку тату-індустрії. У ньому розглянуто особливості внутрішнього ринку, досвід закордонних країн та соціальну складову татуювань, що дозволяє оцінити сучасні тенденції, попит, фактори розвитку та культурне значення індустрії.

Другий розділ містить практичне обґрунтування проекту відкриття тату-студії. У ньому визначено концепцію та цілі проекту, окреслено цільову аудиторію, проведено аналіз конкурентного середовища, розроблено маркетингову стратегію та організаційно-виробничий план, а також враховано усі аспекти, необхідні для ефективного запуску бізнесу.

Третій розділ присвячено економічному обґрунтуванню ефективності проекту. У ньому розроблено фінансовий план, оцінено показники ефективності бізнесу, проведено розрахунок окупності та прибутковості, а також досліджено чинники економічного ризику і сценарії розвитку студії, що дозволяє забезпечити стратегічне управління та стабільний розвиток проекту.

**Ключові слова:** тату-студія, тату, татуювання, студія, бізнес-план, інвестиції, самовираження, ринок тату.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТАТУ .....	8
1.1. Особливості внутрішнього ринку тату-індустрії .....	8
1.2. Досвід закордонного ринку послуг тату.....	14
1.3. Соціальна складова татуювань .....	17
РОЗДІЛ 2 БІЗНЕС-ПЛАН ПРОЕКТУ ТАТУ СТУДІЇ.....	22
2.1. Загальна характеристика ідеї відкриття тату студії .....	22
2.2. Визначення цільової аудиторії тату-студії.....	27
2.3. Аналіз конкурентного середовища .....	33
2.4. Маркетингова стратегія проєкту .....	38
2.5. Організаційно-виробничий план для тату-студії.....	41
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЄКТУ ВІДКРИТТЯ ТАТУ-СТУДІЇ.....	46
3.1. Фінансовий план проєкту.....	46
3.2. Оцінка ефективності проєкту .....	52
Показники ефективності проєкту.....	54
3.3. Чинники економічного ризику і сценарії розвитку проєкту .....	55
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61

## ВСТУП

Сучасна економіка послуг характеризується стрімким розвитком креативних індустрій, серед яких індустрія татуювання посідає помітне місце як сегмент персоналізованих естетичних послуг. Зростання інтересу населення до татуювань зумовлене зміною соціокультурних цінностей, підвищенням рівня самовираження та популяризацією тату-культури через засоби масової комунікації й соціальні мережі. Проте в Україні ринок тату-послуг перебуває на етапі становлення та потребує структуризації, стандартизації та розроблення ефективних організаційно-фінансових моделей його функціонування.

Відсутність єдиних стандартів якості, недостатня законодавча регламентація діяльності тату-студій, обмежені можливості фінансування та брак сучасних управлінських підходів стримують ефективний розвиток цього виду підприємництва. У результаті ринок тату-послуг в Україні характеризується високим рівнем неформальності, відсутністю системного маркетингового аналізу та низьким рівнем інвестиційної привабливості.

Актуальність дослідження обумовлена необхідністю науково-практичного обґрунтування механізмів підвищення ефективності функціонування підприємства у сфері тату-послуг, яке сприятиме формуванню цивілізованого ринку креативних індустрій в Україні та розширенню можливостей самозайнятості населення. Економічна доцільність створення ефективного підприємства у сфері тату-послуг є важливим елементом становлення легального, конкурентоспроможного та інноваційного бізнес-середовища. Це зумовлює потребу у розробленні бізнес-плану відкриття тату-студії, що враховує сучасні тенденції розвитку сфери послуг, інноваційні маркетингові стратегії, фінансово-економічні інструменти управління та вимоги екологічної й санітарної безпеки.

Мета дослідження полягає в узагальненні теоретичних і практичних знань щодо розвитку ринку тату-індустрії та розробці і обґрунтуванні проєкту відкриття тату-студії.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- охарактеризувати тенденції розвитку внутрішнього ринку тату-індустрії;
- вивчити закордонний досвід організації ринку послуг тату;
- дослідити соціальну складову татуювань у контексті сучасних суспільних процесів;
- обґрунтувати ідею створення тату-студії та визначити її цільову аудиторію;
- визначити цільову аудиторію тату-студії;
- здійснити аналіз конкурентного середовища та визначити сильні, слабкі сторони проєкту, а також його можливості та загрози;
- запропонувати маркетингову стратегію функціонування тату-студії;
- розробити організаційно-виробничий план діяльності тату-студії;
- скласти фінансовий план і оцінити економічну ефективність проєкту;
- виявити потенційні ризики та визначити можливі сценарії розвитку бізнесу.

Об'єктом дослідження є процес організації тату студії.

Предметом дослідження виступають теоретичні, методичні та прикладні засади розробки проєкту відкриття тату-студії.

У роботі застосовано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема методи аналізу, синтезу, порівняння, SWOT-аналіз, економічного прогнозування та моделювання.

У процесі підготовки магістерської роботи дотримано вимог, визначених нормативними документами НУБіП України [1]. Теоретична цінність полягає в узагальненні підходів до формування бізнес-планів у сфері послуг та удосконаленні методів оцінки ефективності малих підприємств. Практична значущість полягає у можливості використання запропонованого бізнес-плану для створення та управління реальною тату-студією. Методологічна основа

дослідження базується на принципах науковості, системності, послідовності та практичної спрямованості [2].

Результати дослідження апробовано у процесі навчальної роботи, а також під час участі автора в наукових обговореннях і практичних проєктах з економіки та менеджменту, а саме: на IX Міжнародній науково-практичній конференції «Роль молоді у розвитку АПК України», (15–16 квітня 2025 р.); та на конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності «Управління проєктами і програмами», де робота «Проєкт відкриття тату-студії» здобула 3 місце. За темою магістерської роботи було підготовлено та опубліковано тези на тему «Особливості розвитку ринку тату-індустрії в Україні».

Теоретична цінність магістерської роботи полягає в узагальненні підходів до формування бізнес-планів у сфері послуг та удосконаленні методів оцінки ефективності малих підприємств.

Практична значущість розкривається у можливості використання запропонованого бізнес-плану для створення та управління реальною тату-студією.

На захист виносяться такі положення:

- результати аналізу сучасного стану тату-індустрії в Україні та за кордоном;
- модель організації діяльності тату-студії з урахуванням особливостей ринку;
- бізнес-план відкриття тату-студії з розрахунком економічної ефективності та прогнозом розвитку.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТАТУ

### 1.1. Особливості внутрішнього ринку тату-індустрії

Тату-індустрія – це галузь у сфері надання послуг, яка постійно розвивається і поєднує в собі мистецтво, моду та особисту самовиразність. Тату-індустрія – це динамічне середовище, де мода і вподобання клієнтів постійно змінюються [1].

Історія татуювання є дуже давньою і бере початок ще із старої цивілізації. На внутрішньому ринку тату-індустрія сформувалася відносно недавно, проте її корені сягають у культурні традиції та розвиток західних і східних практик. Впродовж історії татуювання займало своє особливе місце в різних культурах, де виконувало різні функції та набувало значення залежно від суспільних умов і традицій. Зараз тату-індустрія є досить різноманітною, хоча її початки йдуть до витоків перших цивілізацій, де татуювання також було частиною культурної спадщини та мало свої специфічні риси. Таким є, скажімо, звичай модифікації тіла: малювання, татуювання, яке більшою чи меншою мірою поширене у світі [2].

Ранні сліди татуювань ведуть нас до далекого минулого, коли вони вже існували як важливий елемент культури та ритуалу. Найдавніші відомі татуювання були виявлені на мумії Етці - людині, що жила між 3370-м і 3100-м роками до нашої ери. Ці татуювання свідчать про те, що їх використовували не лише як декоративний елемент, але і як лікувальний або символічний засіб. Малюнки на тілі Етці розташовані в місцях, які могли відповідати точкам впливу в традиційній медицині, що вказує на можливе терапевтичне значення татуювань у лікуванні болю або захворювань. Також на тілі Етці було виявлено 61 татуювання [3].

З плином століть татуювання набували різноманітних значень у різних культурах та епохах, виконуючи різні функції. В одних суспільствах татуювання

служували символом соціального статусу, вони могли демонструвати приналежність до певної соціальної групи або вказувати на високий соціальний ранг. Малюнки на тілі служували символами статусу людини, її соціального рангу та суспільного становища, ознаками заохочень та нагород, демонстрували належність до роду чи племені, були амулетами та талісманами [4]. В інших культурах татуювання мали релігійне значення, служачи знаком приналежності до певного культу чи духовної практики. Крім того, татуювання нерідко виконували ритуальну функцію, їх могли наносити як частину обрядів ініціації, переходу від одного життєвого етапу до іншого або ж як захисний амулет, що надавав власникові особливих сил чи захисту від злих духів.

Татуювання в сучасному світі пройшли значну трансформацію. У ХХ столітті вони асоціювалися з маргінальними групами – моряками, військовими, байкерами та кримінальними колами і мали символічне значення в цих спільнотах. Однак у 1980-х роках, з появою музичних субкультур (рок, панк) і альтернативної моди, татуювання стали сприймати як спосіб самовираження. Помітна тенденція до того, що люди почали сприймати тату як спосіб самовираження та особисту справу кожної людини, а це говорить про нейтральне відношення до цього питання та зміну загального ставлення до татуювання [5]. У ХХІ столітті завдяки соціальним мережам вони стали частиною масової культури, де татуювання є модним атрибутом і засобом індивідуального вираження.

Тату-індустрія в Україні почала розвиватися у 1990-х роках після здобуття незалежності. В цей період з'явилися перші приватні тату-студії, які намагалися привнести нові культурні тенденції та стилі. Тоді ж виникли перші українські майстри, які почали використовувати сучасні методи та техніки тату, хоча ще не було широкого доступу до професійного обладнання та інструментів. Проте незважаючи на обмежений вибір і деякі труднощі, татуювання в цей час було новим і цікавою формою самовираження, і це привертало увагу перших клієнтів.

У 2000-х роках індустрія почала активно розвиватися завдяки появі більш доступного і якісного обладнання. Технічний прогрес, а також розвиток

інтернету, дозволили українським майстрам отримати доступ до сучасних технологій і навчальних курсів. Це сприяло підвищенню професійного рівня тату-майстрів, що дозволило їм виконувати більш складні та детальні роботи. В цей час також стали з'являтися перші тату-конвенції та майстер-класи, на яких майстри обмінювались досвідом і вдосконалювали свої навички. Попит на татуювання зростає, і індустрія ставала все більш популярною в Україні.

З 2010-х років спостерігався значний ріст популярності татуювань серед широких верств населення. Це було зумовлено впливом глобалізації та трендів, які прийшли із західних країн, де татуювання вже давно стали частиною модної культури. В Україні татуювання перестало бути виключно атрибутом субкультур або маркером певної соціальної групи і стало популярним серед молоді та людей різних професій. Соціальні мережі та платформи для обміну фото і відео, такі як Instagram, сприяли поширенню популярних стилів татуювань, що зробило їх доступними і трендовими для більшої кількості людей. Багато українських тату-студій почали пропонувати окрім традиційних стилей новітні, що відповідали сучасним вимогам клієнтів, що підвищило загальний попит на цей вид мистецтва.

В Україні, як і в інших країнах, спостерігається значна зміна ставлення до татуювань. Раніше вони сприймалися як ознака приналежності до певної субкультури або навіть маркування певних соціальних груп. Однак із часом татуювання стали частиною загальнокультурного тренду [6]. Проте, сьогодні татуювання розглядаються як сучасна форма мистецтва [6]. Це дозволяє людям виражати свою індивідуальність та погляди. Крім простого декорування, вони стають засобом самовираження, що відображає особисті переконання, історії, чи емоції. Зміна сприйняття цього явища також пов'язана з впливом західної культури та популяризацією татуювань серед знаменитостей і культурних діячів, що зробило їх більш прийнятними серед широких верств населення.

Також існують різні регіональні особливості, наприклад в Україні існують помітні регіональні відмінності в ставленні до татуювань. Великі міста, зокрема Київ, Львів, Харків і Дніпро, є центрами розвитку тату-індустрії, де татуювання

стали популярним елементом сучасної культури. У цих містах наявність великої кількості тату-студій, майстрів різних стилів і високий попит на татуювання сприяють розвитку індустрії. Крім того, в містах існує більша відкритість до нових культурних тенденцій, що сприяє прийняттю татуювань як звичного і стильного атрибута [7].

У сільських районах ситуація інша. Тут татуювання часто сприймаються як неортодоксальний або навіть контркультурний вибір. Ставлення до татуювань у сільській місцевості залишається більш консервативним, і їх носіння може асоціюватися з порушенням соціальних норм або викликати негативні реакції в деяких громадах. Люди в сільських районах, як правило, повільніше сприймають нові культурні тренди, що обумовлює менш популярне ставлення до татуювань у цих регіонах.

Тату-індустрія в Україні переживає значні зміни, відображаючи глобальні тенденції та культурні трансформації [8].

У сучасному ринку тату важливу роль відіграють нові уподобання клієнтів, які шукають не лише стильні, але й персоналізовані варіанти татуювань. Розглянемо основні ринкові тенденції, що формують попит на татуювання в Україні.

Попит на унікальні ескізи, які відображають особисті переживання або переконання, зростає [9]. Клієнти шукають татуювання, що мають глибокий сенс і часто вибирають індивідуальні дизайни, пов'язані з важливими життєвими подіями.

Мікротату стали популярними серед новачків, які роблять перші кроки у світі татуювань. Вони невеликі, стримані та зручні для тих, хто хоче щось персональне але не надто виразне [10].

Геометричні й мінімалістичні стилі. Ці стилі відповідають сучасним трендам у дизайні, характеризуються простими лініями та формами, що створюють ефект чистоти та гармонії, і користуються популярністю серед молоді.

Юридичні та організаційні аспекти тату-індустрії в Україні включають необхідність сертифікації тату-майстрів та ліцензування салонів, що забезпечує дотримання санітарних норм і гарантує безпеку клієнтів. Важливим є також обмеження віку для отримання татуювання — особам до 18 років потрібна згода батьків [11]. З огляду на зростання популярності татуювань, стандартами стали використання екологічно чистих фарб і стерильного обладнання, що мінімізує ризики для здоров'я клієнтів. Технологічний розвиток також суттєво впливає на індустрію, зокрема завдяки вдосконаленим тату-машинкам, що працюють тихіше й ефективніше, а також завдяки лазерним послугам, що дозволяють безболісно видаляти татуювання. Застосування доповненої реальності дає змогу клієнтам візуалізувати татуювання перед нанесенням, що допомагає уникнути непорозумінь і забезпечити кращі результати. Всі ці фактори сприяють розвитку індустрії, підвищуючи її якість і безпеку. В табл. 1.1 представлено розвиток основних етапів розвитку тату-індустрії в Україні, від її початку до сучасних тенденцій, враховуючи соціокультурні, технічні та регіональні аспекти.

Отже, історія створення тату-індустрії заклала фундамент для її сучасного розвитку, починаючи з часів виникнення татуювань як культурних символів і до їхнього перетворення на популярну форму самовираження в ХХ столітті. Успішна адаптація до соціальних і економічних змін, а також впровадження нових технологій сприяють зростанню популярності та довіри до ринку татуювань. Технологічний прогрес у галузі тату, зокрема вдосконалення обладнання та використання сучасних стерильних матеріалів, значно підвищили рівень безпеки та комфорту під час процедури. Внутрішній ринок розвивається, відображаючи глобальні тенденції та адаптуючи їх до місцевих особливостей, що дозволяє задовольняти потреби різних соціальних груп.

Таблиця 1.1

### **Розвитку тату-індустрії в Україні**

Тема	Опис
Початок розвитку	У 1990-х роках з'явилися перші тату-студії та майстри, які використовували нові техніки, незважаючи на обмежене обладнання.
2000-ті роки	Поява доступнішого обладнання та розвитку інтернету, що покращило навички майстрів. Зростання попиту і перші тату-конвенції.
2010-ті роки	Татування стали популярними серед молоді, частина масової культури завдяки соціальним мережам. Популярність індивідуальних дизайнів та нових стилів.
Регіональні відмінності	У великих містах татування стали частиною культури, в селах ще сприймаються як неортодоксальний вибір.
Соціокультурні зміни	Татування стали символом самовираження, а не лише елементом маргінальних груп, завдяки популярності серед знаменитостей.
Соціокультурні зміни	Покращення обладнання та лазерні технології для корекції татувань підвищили безпеку та комфорт для клієнтів.

Джерело: сформовано автором

Зростаючий інтерес до індивідуальних та унікальних татувань демонструє, що культурне сприйняття татувань змінюється, а вони стають не просто модним трендом, а важливим елементом самовираження. Водночас зростає конкуренція серед тату-майстрів, що сприяє розвитку майстерності та пошуку нових стилів. Сучасний тату-ринок також активно впливає на суспільні норми і звичаї, змінюючи ставлення до татувань як до символу індивідуальності.

## 1.2. Досвід закордонного ринку послуг тату

Закордонний ринок тату-індустрії є одним із найбільш розвинених сегментів індустрії послуг, який включає високий рівень професіоналізму, технологічного розвитку та різноманітність культурних впливів [12]. Кожна країна має свої особливості, пов'язані з історичними, культурними та соціальними аспектами, що визначають тенденції та специфіку ринку.

Лідерами ринку тату є країни, де тату-індустрія активно розвивається та має великий попит серед різних соціальних груп. Для більш повного розуміння сучасних тенденцій доцільно розглянути досвід окремих держав, де тату-індустрія досягла значного рівня розвитку.

Сполучені Штати є найбільшим ринком татуювань у світі, де майже 40 % молодих людей віком від 18 до 35 років мають хоча б одне татуювання. Високий рівень розвитку тату-індустрії в США забезпечується наявністю професійних асоціацій, таких як National Tattoo Association та Alliance of Professional Tattooists [13]. Які встановлюють стандарти якості та безпеки для майстрів і салонів. Це сприяє розвитку професійного підходу в тату-сфері та забезпечує захист прав споживачів. Популярними стилями в США є олдскул, неотрадиційний та чорно-білий реалізм, що відображають різноманітні естетичні вподобання та креативний підхід до дизайну.

Німеччина є європейським лідером за кількістю професійних тату-студій, де ринок відзначається орієнтацією на екологічні матеріали та індивідуальні дизайни, що підкреслює уважність до якості та безпеки [14]. В Італії, Іспанії та Франції татуювання мають глибоке коріння в культурі, особливо серед молоді, і часто відображають регіональні чи національні символи, що робить їх важливою частиною культурної ідентичності. Скандинавські країни вирізняються орієнтацією на мінімалістичний стиль, де татуювання часто виконуються з використанням сучасних технологій і високої майстерності.

Японія має унікальну традицію татуювань, відому як ірезумі, яка існує століттями [15]. Незважаючи на культурні обмеження, пов'язані із зв'язком

татуювань з кримінальними групами, індустрія зазнала значної модернізації, що привернуло клієнтів з усього світу. Японські татуювальники відомі своєю майстерністю в традиційній техніці ручного нанесення татуювань, або тепозумі, що залишається важливою частиною японської тату-культури і високо цінується за складність і точність виконання.

В Австралії татуювання має величезну популярність серед молоді та представників водних видів спорту, таких як серфінг, де вони стають не лише виразом індивідуальності, але й важливою частиною культури цих спільнот. Татуювання часто використовуються як спосіб ідентифікації з певними групами або захопленнями. Окрім цього, Австралія славиться високим рівнем безпеки в тату-індустрії, адже закони кожного штату строго регулюють процес нанесення татуювань, забезпечуючи дотримання санітарних норм і використання якісних, стерильних матеріалів. Це сприяє довірі серед клієнтів і підвищує репутацію тату-салонів у країні.

В табл. 1.2 представлено особливості закордонного ринку тату-індустрії, основними країнами якого є США, країни Європи, Японія, Австралія, а також окреслено глобальні тренди щодо використання сучасних інноваційних технологій в цій креативній індустрії.

Таблиця 1.2

### Особливості на закордонному ринку тату-індустрії

Країна	Особливості та тенденції
США	Найбільший ринок (40% молоді має татуювання). Розвинена індустрія, популярні стилі: олдскул, неотрадиційний, чорно-білий реалізм.
Європа	Німеччина – лідер за професійними студіями. Італія, Іспанія, Франція – глибокі культурні корені. Скандинавія – мінімалізм.
Японія	Традиція ірезумі, високий рівень майстерності в ручних техніках, модернізація для міжнародних клієнтів.
Австралія	Популярність серед молоді та серферів, високі стандарти безпеки, стерильність матеріалів.
Глобальні тренди	Інновації у обладнанні, лазерні технології, веганські фарби, екологічність, розвиток соцмереж для популяризації.

Джерело: сформовано автором

З огляду на глобальний розвиток тату-індустрії, важливо звернути увагу на основні тенденції, які визначають напрямки її розвитку на закордонних ринках. Поширення інновацій на міжнародних ринках тату-індустрії включає використання новітнього обладнання, яке дозволяє забезпечити безболісне нанесення татуювань та вищу точність роботи. Це значно покращує досвід клієнтів, зменшуючи дискомфорт під час процедури. Однією з важливих технологічних інновацій є використання лазерних технологій, які не тільки дозволяють ефективно видаляти або коригувати татуювання, але й допомагають зменшити ризик ускладнень. Такі досягнення стимулюють розвиток тату-індустрії, роблячи її більш доступною та безпечною для клієнтів по всьому світу.

Екологічність та етичність стають важливими аспектами в тату-індустрії на закордонних ринках. Зокрема, веганські фарби, які не містять продуктів тваринного походження, набирають популярності серед клієнтів, що підтримують етичні стандарти. Окрім того, використання екологічно чистих матеріалів для гігієни, таких як біорозкладні серветки та безпечні для навколишнього середовища шприци, підвищує стандарти якості та екологічної відповідальності в галузі.

Соціальні медіа відіграють важливу роль у популяризації майстрів та створенні глобальних трендів. Платформи, як-от Instagram і Pinterest, дозволяють митцям демонструвати свої роботи, а також слідкувати за новими течіями, що виникають у світі татуювань.

Зміна стилів також впливає на ринок. У країнах Заходу популярними є мінімалістичні татуювання, чорні роботи та абстракції, що відображають тенденції до простоти і лаконічності. Водночас реалізм, портретні роботи та великоформатні татуювання продовжують користуватися попитом на міжнародному рівні, забезпечуючи художникам можливість виявляти свою майстерність у складніших та більш детальних проектах.

Регулювання та стандарти тату-індустрії є важливим аспектом у розвинених країнах, де ця сфера суворо контролюється для забезпечення безпеки та якості послуг. Однією з основних вимог є сертифікація майстрів, яка

передбачає проходження спеціального навчання та отримання необхідних дозволів для роботи. Контроль за якістю матеріалів є критичним, і тому використовуються лише сертифіковані фарби та стерильне обладнання, що гарантує безпеку клієнтів. Крім того, юридичні обмеження часто забороняють нанесення татуювань неповнолітнім без дозволу батьків, що регулюється на державному рівні в багатьох країнах.

Закордонний досвід у розвитку бізнесу тату-індустрії включає проведення тату-фестивалів та виставок, таких як у США, Німеччині та Італії, які дозволяють майстрам обмінюватися досвідом, залучати нових клієнтів і демонструвати свої роботи. Крім того, у багатьох країнах є школи для тату-майстрів, де навчають техніці і важливим аспектам санітарії та бізнес-стратегій. Важливою частиною розвитку є також онлайн-платформи, які функціонують у Європі та США, і надають можливість клієнтам знайти майстрів, ознайомитися з їхніми роботами та замовити послуги.

Отже, закордонний ринок тату є яскравим прикладом високого рівня організації, безпеки та різноманітності. Успіх цієї індустрії обумовлений поєднанням традиційних підходів із сучасними технологіями, дотриманням суворих стандартів якості та особливою увагою до клієнта. Застосування закордонного досвіду може стати важливим етапом для розвитку локального ринку, враховуючи національні особливості та потреби місцевої аудиторії. Такий підхід дозволить підвищити рівень безпеки, професіоналізму та інновацій у сфері татуювань на місцевих ринках.

### **1.3. Соціальна складова татуювань**

Татуювання як соціальне явище здобуло велику популярність у XXI столітті, коли воно вийшло за межі субкультур і стало невід'ємною частиною масової культури [16]. Соціальна складова татуювання включає вплив суспільних норм, моди, культурних трендів і особистих мотивів, які визначають вибір та ставлення людей до татуювань. Це явище відображає зміни в культурних

та соціальних цінностях, а також зростаючу роль татуювань як засобу самовираження та індивідуалізації.

У різні епохи татуювання виконувало різні соціальні функції: від релігійних символів і знаків соціального статусу до маркерів приналежності до певних груп чи культур. У стародавніх культурах татуювання мали сакральне або охоронне значення, часто використовувалися як спосіб ідентифікації чи ініціації в різні релігійні або військові спільноти. Однак впродовж часу татуювання почали асоціюватися з кримінальними колами або маргінальними групами, що сприймалися суспільством як відхилення від норм. В Україні та багатьох інших країнах ця асоціація залишалась актуальною до кінця ХХ століття.

Водночас, з розвитком масової культури і змінюючими соціальними нормами, ставлення до татуювань зазнало трансформації. Татуювання поступово стали символом самовираження, моди і навіть способу демонстрації індивідуальності, зокрема серед молоді.

У більшості країн татуювання більше не асоціюється з негативом і стало важливим засобом самовираження. Замість того, щоб бути символом маргінальності, татуювання сьогодні сприймаються як форма мистецтва та індивідуалізму. Значний вплив на популярність татуювань має західна культура, зокрема Голлівуд, музична індустрія та соціальні мережі, які сприяють популяризації цього явища серед різних соціальних груп. Зірки шоу-бізнесу та спортсменів активно демонструють свої татуювання, що стало трендом і мотивує молодь слідувати за цими прикладами. Татуювання перестали бути табу і стали важливою частиною глобальної моди та культури.

Татуювання часто сприймається як форма прикраси тіла, яка підкреслює індивідуальний стиль та дозволяє виразити свою унікальність [17]. Естетичні мотиви, такі як мінімалізм, геометричні форми та реалістичні портрети, є популярними стилями, оскільки вони забезпечують гармонію та точність в зображенні. Окрім естетичної складової, татуювання часто мають глибший символічний зміст, відображаючи важливі події, емоції або спогади власника.

Символіка татуювань може бути пов'язана з особистими переживаннями, релігією чи культурними переконаннями, що надає їм особливого значення та робить їх способом самовираження та збереження пам'яті про важливі моменти життя.

Татуювання відіграють важливу роль у субкультурах, таких як рок, панк, байкери та хіп-хоп, де вони є не тільки елементом самовираження, але й важливою частиною стилю [18]. У цих субкультурах символи татуювань можуть мати специфічне значення, відображаючи належність до певної групи або життєві принципи. У масовій культурі татуювання також набули популярності завдяки соціальним медіа, які зробили їх трендом серед широкої аудиторії. Знаменитості активно демонструють свої татуювання, що значно впливає на молодь, формуючи нові стандарти краси та самовираження в сучасному світі.

У сучасному суспільстві татуювання часто сприймається як форма мистецтва та спосіб самовираження, особливо серед молоді, яка бачить у них інструмент для творчості. Більшість молодих людей ставляться до татуювань позитивно, сприймаючи їх як частину культурних трендів та особистого стилю. Однак у традиційних або консервативних спільнотах татуювання все ще можуть викликати упередження, адже вони асоціюються з негативними стереотипами. Зокрема, в деяких професіях татуювання на видимих ділянках тіла можуть бути забороненими, що вказує на існуючі бар'єри у сприйнятті цього явища в офіційному та корпоративному середовищі [19]. За кордоном, зокрема в таких країнах як США та Великобританія, татуювання стали більш соціально прийнятними, проте в деяких культурах, зокрема в Японії, вони досі можуть асоціюватися з кримінальними групами або викликати соціальне осудження.

Соціальні медіа стали основним інструментом для популяризації татуювань. Платформи такі як Instagram, TikTok та Pinterest дозволяють майстрам демонструвати свої роботи, створюючи глобальні тренди, такі як мікротату, кольоровий реалізм та акварельні татуювання. Соціальні мережі відіграють важливу роль у формуванні вподобань та уявлень про сучасні стилі татуювань, надаючи митцям можливість досягти широкої аудиторії. Окрім того,

майстри активно використовують ці платформи для реклами своїх послуг, публікуючи портфоліо та відгуки клієнтів, що допомагає залучати нових замовників та зміцнювати репутацію в онлайн-просторі. Основні аспекти, які характеризують сучасне ставлення до татуювань, подано в табл. 1.3.

Таблиця 1.3.

### Сучасне ставлення до татуювань

Категорія	Характеристика
Соціальна роль	Релігійні символи, маркери статусу, самовираження, частина масової культури.
Зміни ставлення	Татуювання від маргінальності до популярного мистецтва та самовираження.
Субкультури	Татуювання як частина стилю в рок, панк, байкери, хіп-хоп.
Мода і культурні тренди	Татуювання стало елементом моди, значимості серед молоді та частиною сучасної культури.
Естетика і символізм	Мінімалізм, геометрія, реалістичні портрети, акварельні татуювання, що підкреслюють індивідуальність.
Вплив масової культури	Відомі особистості (зірки, спортсмени) формують тренди, популяризуючи татуювання через соціальні медіа.
Стереотипи і упередження	Татуювання сприймаються як негативне явище в деяких культурах, професіях та традиційних колах.
Соціальні мережі	Instagram, TikTok, Pinterest - платформи, які допомагають популяризувати нові стилі і працюють на рекламу.

Джерело: сформовано автором

У підсумку, соціальна складова татуювань відображає значні зміни в ставленні суспільства до цього явища. Татуювання, що раніше було атрибутом субкультур, сьогодні стало популярним інструментом самовираження, зокрема серед молоді, і важливою частиною масової культури. Завдяки впливу соціальних медіа та знаменитостей, татуювання перестало бути табу в багатьох

соціальних групах, перетворившись на популярну форму мистецтва та ідентифікації. Водночас у традиційних і консервативних спільнотах татуювання може ще викликати упередження, що вказує на потребу подальшого розвитку соціального сприйняття цього феномену

Татуювання стало важливим соціокультурним інструментом, який продовжує адаптуватися до змін у суспільстві, стаючи символом індивідуальності і творчості.

## РОЗДІЛ 2 БІЗНЕС-ПЛАН ПРОЕКТУ ТАТУ СТУДІЇ

### 2.1. Загальна характеристика ідеї відкриття тату студії

Ідея відкриття тату-студії ґрунтується на розвитку сучасної індустрії самовираження та краси, де татуювання виступає може бути як елемент стилю і бути способом передачі особистих цінностей, переживань і переконань. Зростаюча популярність татуювань серед молоді та дорослих, а також їх інтеграція в масову культуру, створюють стабільний попит на послуги татуювання в різних соціальних групах. Враховуючи актуальні тренди та постійне оновлення моди в індустрії, відкриття тату-студії є перспективним бізнесом, який може задовольнити потреби клієнтів, що шукають окрім якісного татуювання ще можливість самовираження через мистецтво на шкірі. Відкрита тату-студія може стати важливим елементом в культурному просторі, а також успішним бізнес-проектом завдяки своєму унікальному підходу та інноваційним рішенням.

Місія тату-студії орієнтована на забезпечення високоякісних та безпечних послуг, спрямованих на реалізацію творчих ідей клієнтів. Проте для досягнення цієї мети можуть виникнути певні труднощі, які потребують вирішення. На рис. 2.1 представлено дерево проблем, які можуть вплинути на реалізацію нашої місії і, які необхідно врахувати при організації та розвитку студії.

У підсумку про дерево проблем, ми можемо сказати, що успішне функціонування тату-студії передбачає вирішення низки важливих викликів, таких як висока конкуренція, забезпечення безпеки та стерильності, залучення та утримання клієнтів, а також забезпечення високого рівня професіоналізму майстрів.

Однак, кожен з цих проблем можна ефективно подолати за допомогою продуманих рішень, які допоможуть забезпечити стабільне функціонування студії та досягти поставленої мети, рис. 2.2. Це дерево рішень дозволяє

спланувати конкретні кроки, які допоможуть бізнесу подолати внутрішні й зовнішні проблеми, зміцнити позиції на ринку та забезпечити стійкий розвиток.



**Рис. 2.1. Дерево проблем**

Джерело: сформовано автором



**Рис. 2.2. Дерево рішень**

Джерело: сформовано автором

З урахуванням виявлених проблем, наступним кроком є розробка стратегії вирішення, що містить відповідні рішення для кожної з них. Тепер переходимо до дерева рішень, яке дозволить ефективно адресувати кожному проблему та забезпечити успішну роботу нашої тату-студії. Основна концепція нашої тату-студії полягає в наданні послуг, які поєднують індивідуальний підхід до кожного клієнта з використанням найкращих матеріалів та сучасних технологій. Унікальність послуг полягає в створенні персоналізованих татуювань, що повністю відображають бажання та особисті історії клієнтів. Ми гарантуємо використання лише якісних, екологічно безпечних фарб і матеріалів, що забезпечує естетичний результат і безпеку та комфорт під час процесу нанесення.

Дотримання гігієнічних стандартів є пріоритетом тату-студії. Потрібно використовувати тільки стерильне обладнання та інструменти, що відповідають найвищим санітарним нормам. Кожен етап процедури виконується з максимальним дотриманням вимог безпеки, що забезпечує комфорт і довіру клієнтів до нашого сервісу. Майстри повинні постійно проходити навчання з питань гігієни та санітарії, щоб гарантовано надавати послуги найвищої якості.

Сучасний стиль та технології є важливою складовою для залучення клієнтів і підвищення якості послуг. Використання інноваційного обладнання дозволяє досягти високої точності та комфорту під час процесу нанесення татуювань, зменшуючи болісні відчуття та час процедури. Додатково, пропозиція візуалізації ескізу татуювання за допомогою цифрових інструментів дозволяє клієнту на ранньому етапі побачити майбутній дизайн, що значно покращує їх досвід і задоволеність результатом. Це також сприяє створенню індивідуальних і точних татуювань, які максимально відповідають бажанням кожного клієнта.

Дружня атмосфера є важливою складовою успіху тату-студії, створюючи комфортний простір, де клієнти можуть почуватися розслаблено та впевнено. Це дозволяє знизити стрес і нервозність, які можуть виникати під час процедури. Привітний і професійний персонал окрім консультування клієнтів щодо вибору дизайну та догляду за татуюванням, повинен ще супроводжувати їх на всіх

етапах процесу, забезпечуючи комфорт і довіру. Такий підхід сприяє створенню позитивного досвіду та формуванню лояльності серед клієнтів.

Основні послуги тату-студії включатимуть нанесення татуювань у різних стилях та корекцію вже існуючих татуювань. Для нанесення татуювань будуть доступні чорно-білі та кольорові варіанти, а також широкий спектр стилів, таких як реалізм, графіка, мінімалізм, олдскул та інші, що дозволить задовольнити різноманітні вподобання клієнтів. Окрім цього, студія надаватиме послугу корекції старих татуювань, оновлюючи їх або адаптуючи під нові стилістичні вимоги. Також буде здійснюватися приховування шрамів або невдалих татуювань, даючи клієнтам можливість змінити або покращити їхні попередні роботи.

Консультації клієнтів стануть важливою частиною роботи тату-студії. Наші фахівці допомагатимуть клієнтам у підборі дизайну, враховуючи їхні побажання, стиль життя та особисті переваги, щоб створити унікальний ескіз, що повністю відповідатиме їхнім вимогам. Також надаватимуться рекомендації з догляду за татуюванням після процедури, щоб забезпечити швидке загоєння, зберегти яскравість кольорів і продовжити довговічність результату. У разі необхідності, після придбання лазерного обладнання, ми пропонуватимемо послугу видалення татуювань, яка включатиме як повне видалення, так і часткову корекцію татуювань для покращення їх вигляду. Переваги ідеї:

Татуювання стає все більш популярним і прийнятним, що сприяє збільшенню кількості людей, готових інвестувати в цей вид самовираження, і, відповідно, росту попиту на якісні послуги.

Татуювання є універсальним трендом, приваблюючи людей різного віку, професій та соціальних груп, що дозволяє обслуговувати великий і різноманітний контингент клієнтів. Але це не означає, що татуювання – тільки для молодих [20].

Можливість розвитку включає в себе: розширення послуг, організацію майстер-класів і тематичних заходів. Окрім традиційних татуювань, студія може впровадити додаткові послуги, такі як навчання майстрів та продаж продукції

для догляду за татуюваннями. Це дозволить збільшити джерела доходу та зміцнити лояльність клієнтів. Проведення майстер-класів або тематичних заходів, таких як виставки та фестивалі, дасть можливість продемонструвати роботи студії широкій аудиторії, залучити нових клієнтів та сприятиме популяризації бренду.

Студія буде розташована в місцях з високою прохідністю, таких як торгові центри або центральні райони міста, що дозволить забезпечити максимальний потік клієнтів та підвищити видимість бізнесу. Таке розташування буде зручним як для постійних клієнтів, так і для тих, хто вперше звернеться до наших послуг.

Приміщення студії буде просторим, що дозволить комфортно розмістити різні зони: зону очікування для клієнтів, кілька робочих місць для майстрів та окремі кабінети для консультацій. Це забезпечить комфорт для клієнтів і дозволить майстрам працювати в зручних умовах.

Дизайн інтер'єру буде сучасним і стильним, що відповідатиме естетиці тату-індустрії. Використовуватимуться індустриальні елементи та мінімалістичні акценти для створення атмосфери, що сприяє розслабленню клієнтів. Важливою складовою є комфортне освітлення, яке забезпечить ідеальні умови для роботи майстрів та водночас підкреслюватиме атмосферу студії.

Відкриття тату-студії є перспективною і привабливою ідеєю з огляду на зростаючий попит на послуги самовираження та індивідуальності. Татуювання стало важливим культурним явищем, яке дозволяє людям виразити свої цінності та історії. Фокус на якості послуг, безпеці, унікальних дизайнах і комфорті клієнтів дозволить створити репутацію надійного закладу, що відповідає сучасним вимогам ринку. З огляду на популярність татуювань серед різних вікових груп, бізнес має великий потенціал для розвитку та розширення.

Однак, як і в будь-якому бізнесі, для успішного функціонування тату-студії потрібно враховувати низку проблем, до яких відносять: високий рівень конкуренції, необхідність забезпечення стерильності та безпеки, залучення і утримання клієнтів, а також потребу в висококваліфікованих майстрах. Аналіз

цих проблем дозволяє сформулювати чітку стратегію для вирішення кожного з викликів, що допоможе забезпечити успіх студії в довгостроковій перспективі.

З урахуванням виявлених проблем, наступним кроком є розробка відповідних рішень для їх подолання. Дерево рішень дозволяє стратегічно підходити до кожної проблеми, визначати ефективні інструменти для її вирішення та забезпечити стабільний розвиток бізнесу. Це включає заходи для підвищення рівня обслуговування, забезпечення безпеки клієнтів, розширення маркетингових можливостей і залучення нових клієнтів, що сприятиме створенню успішної та стабільної тату-студії.

## **2.2. Визначення цільової аудиторії тату-студії**

Цільова аудиторія тату-студії є різноманітною і включає людей з різними інтересами та мотиваціями для нанесення татуювань. Оскільки татуювання стало важливим елементом самовираження, то і аудиторія, що зацікавлена в цих послугах, охоплює різні вікові та соціальні групи [21]. Це дозволяє тату-студії створювати індивідуальний підхід до кожного клієнта, враховуючи його особисті уподобання та потреби. Правильне визначення цільової аудиторії є важливим кроком для розробки ефективної маркетингової стратегії, що включає правильний підбір послуг, стилів татуювань та способів комунікації з потенційними клієнтами. Тому необхідно враховувати різноманітність мотивів, які можуть бути в кожній групі, та створювати такі пропозиції, які б задовольняли та відповідали потребам клієнтів. У наступному переліку розглянемо основні сегменти цільової аудиторії для тату-студії.

Основні сегменти цільової аудиторії для тату-студії включають кілька категорій за віковими та соціальними ознаками. Кожен сегмент має свої специфічні потреби та переваги, що допомагає розробити ефективну маркетингову стратегію і підібрати відповідні послуги. Розглянемо характеристику основних сегментів, що розподіляють: а) за віковою ознакою; б)

особи творчих професій; в) особи активного способу життя; г) офісні пацівники та інших професій.

### 1. Вікова ознака.

Молодь (18–25 років). Основна категорія клієнтів, яка використовує татуювання як спосіб самовираження. Часто цікавляться сучасними трендами, мінімалістичними стилями або експериментальними дизайнами. Вони активно слідкують за модними течіями в соціальних мережах і намагаються втілювати ці тенденції у своїх татуюваннях.

Молоді люди середнього віку (26–40 років), можуть шукати більш значущі, символічні татуювання, пов'язані з особистими переживаннями, важливими подіями або змінами в житті. Багато з них вже мають попередні татуювання і шукають нові можливості для корекції або додавання деталей до існуючих робіт. Цей сегмент також часто обирає татуювання, які виражають професійну або соціальну ідентичність.

Люди старшого віку (40+ років) мають меншу чисельність, але також активно шукають послуги татуювання, в тому числі з естетичними цілями або для покращення вигляду старих татуювань. Вони можуть бути більш консервативними в своїх уподобаннях і часто обирають класичні стилі або символічні мотиви, які мають особисте значення.

Усі вікові групи відрізняються своїми уподобаннями, стилями татуювань і потребами, що важливою умовою, яку необхідно враховувати при формуванні маркетингової стратегії та пропозиції послуг.

Гендерна ознака є важливим фактором у визначенні переваг та вподобань клієнтів у тату-студії. Татуювання можуть мати різні асоціації та символічні значення залежно від статі, що визначає особливості вибору дизайну, стилю та тематики. Розуміння специфіки потреб чоловіків і жінок дозволяє краще адаптувати послуги та маркетингові кампанії для кожної групи. Нижче наведені основні особливості вибору татуювань залежно від гендеру.

Жінки часто обирають татуювання, що відображають ніжність, витонченість та емоційну глибину. Це можуть бути невеликі, але детальні

дизайни, такі як квіткові мотиви, тварини, мандали, а також мінімалістичні роботи, які підкреслюють їх індивідуальність.

Крім того, жінки зазвичай більше схильні до вибору кольорових татуювань, що додають яскравості і контрасту. Вони можуть вибирати дизайни, пов'язані з внутрішнім світом, особистими переживаннями або важливими моментами в житті (наприклад, дати, імена, цитати).

Важливою характеристикою є інтерес до татуювань, що мають глибокий символізм, такі як мотиви, пов'язані з природою, космосом, духовністю або самовдосконаленням.

Чоловіки, як правило, обирають більш виразні та великі татуювання, що акцентують увагу на силі, мужності або героїзмі. Популярними стилями серед чоловіків є реалізм, геометрія, традиційний олдскул, а також стилі, що включають зображення тварин, черепів, драконів чи інших символів сили. Татуювання на великих ділянках тіла, таких як рука, спина або груди, також є типовими для чоловічої аудиторії, адже вони дозволяють створювати значущі композиції або зображення, які підкреслюють фізичну силу та витривалість. Вибір мотивів часто зумовлений бажанням виразити свою мужність, внутрішню силу, вірність певним переконанням чи життєвим принципам. Чоловіки також можуть обирати татуювання, що символізують мотивацію, свободу або незламність.

За соціальним статусом та стилем життя, кожна категорія клієнтів має свої унікальні переваги та мотиви для вибору татуювань. Розуміння цих відмінностей дозволяє краще спрямовувати маркетингові зусилля та створювати дизайн, який відповідає особливим потребам кожної групи.

2. Творчі особистості. Це дизайнери, художники, музиканти, які часто обирають татуювання як форму самовираження та мистецтва. Для них татуювання може бути способом передати свої ідеї, емоції або стилістичні риси через шкіру. Вони схильні до більш експериментальних, нестандартних дизайнів, які часто є унікальними і не повторюються.

3. Представники активного способу життя: Спортсмени, блогери, інфлюенсери часто обирають татуювання, щоб підкреслити свою індивідуальність або стиль життя. Татуювання для цієї категорії може бути символом сили, рішучості або мотивації. Вони схильні до великих або виразних робіт, які часто є частиною їх публічного іміджу.

4. Працівники офісів та інших професій: Це люди, які зазвичай обирають менш помітні татуювання, такі як мікротату або татуювання на непомітних ділянках тіла. Вони можуть віддавати перевагу стриманим, мінімалістичним дизайнам, що не порушують корпоративних чи соціальних норм. Татуювання для них – це більш інтимний спосіб самовираження, який не виставляється на загальний огляд.

Мотивація аудиторії для нанесення татуювань є багатогранною і залежить від індивідуальних потреб і бажань клієнтів. Розглянемо основні мотиви, які сприяють вибору татуювань.

Багато людей обирають татуювання, щоб покращити свій зовнішній вигляд, додавши до свого тіла унікальні та художньо виразні елементи. Татуювання стає частиною стилю, що дозволяє клієнту підкреслити свою індивідуальність та естетичні смаки.

Для деяких татуювання є способом вираження власної особистості, через символи, мистецькі ескізи або персональні мотиви. Це допомагає створити унікальний образ, що є важливим для тих, хто прагне відрізнитися від інших і виразити свою сутність через мистецтво на тілі.

Татуювання часто має глибокий символічний зміст. Це може бути нагадуванням про важливі життєві події, людей або переконання, що мають особливе значення для клієнта. Такі татуювання можуть нести емоційний та психологічний заряд, створюючи особливий зв'язок між людиною та її тілом.

Вплив медіа, трендів і відомих особистостей значно впливає на популяризацію татуювань. Для деяких людей татуювання стає частиною модного іміджу, засобом слідування за останніми тенденціями, особливо коли вони бачили татуювання у знаменитостей чи на соціальних платформах. Однак,

татуювання може слугувати способом маскування шрамів, дефектів шкіри або підвищення впевненості в собі. Для деяких клієнтів татуювання стає терапевтичним засобом, допомагаючи прийняти своє тіло і відчувати себе комфортніше в ньому.

Географічна орієнтація є важливим чинником для тату-студії, оскільки попит на татуювання залежить від розміру та стилю населеного пункту. У великих містах (Київ, Львів, Одеса) спостерігається високий інтерес до татуювань завдяки активній молодіжній культурі, наявності трендових інфлюенсерів та широкого вибору майстрів різних стилів. У менших містах попит теж зростає, оскільки з'являються локальні студії, що пропонують персональний сервіс і доступніші ціни, дозволяючи клієнтам уникати поїздки у великі міста. Така локальна присутність стає конкурентною перевагою, особливо в контексті розвитку індивідуального підходу до кожного клієнта.

Поведінкові особливості цільової аудиторії тату-студії варіюються залежно від індивідуальних потреб і бажань клієнтів. Для багатьох людей татуювання є одноразовим досвідом, що є важливою подією в їхньому житті, і після цього вони можуть більше не звертатися до студії. Вони шукають стильні та значущі татуювання, які можуть виражати їхню індивідуальність чи важливі моменти життя. Однак є й інша категорія клієнтів, які стають постійними відвідувачами. Вони додають нові елементи до своїх татуювань, розширюють вже наявні чи оновлюють старі роботи, що дає можливість утримувати лояльних клієнтів і залучати їх до нових послуг. Таким чином, вивчення поведінкових аспектів є важливим для створення стратегії залучення та утримання клієнтів.

Попередній вибір клієнтів зазвичай включає в себе дослідження портфоліо майстра через соціальні мережі перед записом на сеанс. Сучасні клієнти активно використовують платформи, такі як Instagram, TikTok та Facebook, щоб оцінити стиль майстра, переглянути його роботи, отримати відгуки інших людей і зрозуміти, чи відповідає його підхід їхнім вимогам. Це дозволяє клієнтам зробити більш обґрунтований вибір, зменшуючи невизначеність і надаючи

більше впевненості перед прийняттям рішення про запис на татуювання. Таким чином, наявність активного та добре оформленого портфоліо в соціальних мережах є важливим етапом у залученні нових клієнтів і побудові довіри до тату-студії.

Довіра до якості є ключовим фактором при виборі тату-студії. Клієнти звертають особливу увагу на професіоналізм майстра та дотримання високих гігієнічних стандартів у студії. Вони шукають майстрів з досвідом і кваліфікацією, готових проконсультувати з приводу дизайну, стилю та процесу нанесення татуювання. Одним із важливих критеріїв є чистота та стерильність робочого простору, адже татуювання – це художній процес, але це і є процедурою, яка вимагає дотримання всіх санітарно-гігієнічних норм для забезпечення безпеки клієнтів. Оскільки татуювання має постійний характер, клієнти прагнуть, щоб робота була виконана на найвищому рівні та без жодних ризиків для здоров'я.

Канали комунікації з цільовою аудиторією є важливим елементом для успішного розвитку тату-студії. Соціальні мережі, зокрема Instagram і TikTok, надають можливість безпосередньо взаємодіяти з потенційними клієнтами, демонструючи роботи майстрів та формуючи імідж студії. Відгуки клієнтів і особисті рекомендації також мають велике значення, адже вони сприяють формуванню довіри до студії та її послуг. Участь у тематичних заходах, таких як фестивалі і виставки, дає можливість залучити нових клієнтів і продемонструвати високий рівень майстерності. Всі ці канали дозволяють створити стійкий зв'язок зі своєю аудиторією і забезпечити постійну популярність студії на ринку послуг. Відтак цільову аудиторію тату-студії подано в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

### Цільова аудиторія тату-студії

Сегмент	Характеристики	Мотивація	Особливості вибору
1	2	3	4

Молодь (18–25)	Тренди, експерименти, мінімалізм	Самовираження, мода	Сучасні стилі, креативні ідеї
Дорослі (26–40)	Символічні, особисті дизайни	Життєві події, емоції	Глибокий зміст, якість виконання
Віктова кетегорія 40+	Класика, оновлення старих робіт	Естетика, символізм	Стримані дизайни, професійність
Жінки	Витончені, кольорові роботи	Емоції, естетика	Маленькі, детальні татування
Чоловіки	Великі, змістовні сюжети	Сила, мотивація	Масштабні композиції
Творчі люди	Унікальні, авангардні татування	Мистецьке самовираження	Ексклюзивні дизайни
Спортсмени, блогери	Виразні, помітні роботи	Імідж, стиль життя	Великі, мотиваційні тату
Офісні працівники	Стримані, непомітні тату	Самовираження з обмеженнями	Мікротату, приховані зони
Для маскуванн	Покриття шрамів, дефектів	Підвищення впевненості	Терапевтичні дизайни

Джерело: сформовано автором

Цільова аудиторія тату-студії є різноманітною за віком, стилем життя та соціальним статусом, що робить її широкою та багатогранною. Важливо враховувати різні мотивації, уподобання та поведінкові особливості клієнтів, щоб ефективно залучати та обслуговувати кожен сегмент аудиторії. Для цього необхідно створити персоналізований підхід, який забезпечить клієнтам високий рівень задоволення та довіри до студії. Врахування індивідуальних потреб кожного сегмента дозволить тату-студії забезпечити якісний досвід, що буде відповідати очікуванням як молоді, так і старших клієнтів, тих, хто обирає татування як елемент самовираження, а також тих, хто шукає терапевтичний ефект чи символічну значущість.

### 2.3. Аналіз конкурентного середовища

Успіх будь-якого бізнесу, особливо в динамічній сфері татуювання, безпосередньо залежить від розуміння його конкурентного оточення.

На ринку тату-послуг Миронівки спостерігається невисока концентрація пропозицій, що відкриває сприятливі можливості для входу. Незважаючи на це, вже існують приватні виконавці і студія, які фактично задають тон і формують наявний конкурентний ландшафт.

Тату-студія «TATTOO ROOM» є на сьогодні єдиною офіційно зареєстрованою тату-студією в місті Миронівка, що забезпечує їй унікальне становище на локальному ринку. Студія функціонує вже протягом декількох років, що дозволило їй сформувати позитивну репутацію в межах міста та заручитися постійною клієнтською базою. Наявність зареєстрованого місця надання послуг створює додатковий рівень довіри з боку споживачів, адже клієнти відчують безпеку та професійність при зверненні до офіційно оформленого суб'єкта підприємництва. Відмінною рисою «TATTOO ROOM» є її послідовний розвиток в офлайн-просторі – студія пропонує повний цикл послуг, починаючи від консультації та створення дизайну ескізу, до сеансу татуювання та рекомендацій щодо догляду. Присутність у соціальній мережі Instagram дозволяє студії підтримувати зв'язок з аудиторією, публікувати портфоліо робіт, оголошувати про доступні дати та акції. Це також сприяє формуванню візуальної ідентичності, яка вже частково реалізована через використання логотипу та єдиного стилю публікацій [22]. Однак, попри зазначені переваги, діяльність студії обмежена низкою недоліків, які знижують її конкурентоспроможність, особливо в умовах сучасної цифрової економіки. До ключових обмежень належать:

- відсутність власного веб-сайту, що значно звужує можливості залучення нових клієнтів, та унеможлиблює інтеграцію таких інструментів, як SEO, Google Ads або контент-маркетинг;

- відсутність системи онлайн-запису, що знижує зручність для клієнтів і збільшує навантаження на адміністратора;

- обмеженість портфолію, опублікованого лише частково в соцмережах, яке не демонструє повноти і різноманітності технік та стилів, що можуть привабити нових клієнтів;
- недостатня комунікація про стерильність, сертифікацію, матеріали та дезінфекційні процедури, що є важливим фактором довіри особливо серед нових або більш вимогливих клієнтів;
- відсутність публічних відгуків на незалежних платформах (Google Maps, Booking-like сервіси для тату-індустрії), що обмежує можливість соціального підтвердження якості роботи;
- обмежений просторовий та цифровий охоп, що зумовлює орієнтацію переважно на клієнтів із Миронівки або найближчих районів, в той час як сучасні тату-студії намагаються працювати із ширшою аудиторією за рахунок брендингу та онлайн-присутності.

Таким чином, попри те, що «TATTOO ROOM» займає помітну позицію на локальному ринку завдяки офіційній діяльності та сформованому іміджу, її конкурентний потенціал суттєво обмежений відсутністю цифрової стратегії та інструментів взаємодії, характерних для сучасного споживача. Розширення в онлайн-простір, підсилення бренду через веб-платформу, систематизацію сервісів та розширення ринку поза межами міста відкриває значні можливості розвитку, а також створює поле для конкуренції з новими маркетингово-усвідомленими студіями.

У діяльності приватних тату-майстрів, які працюють у домашніх умовах, простежується низка системних ризиків, що створюють небезпеку як для клієнтів, так і для ринку загалом. Зокрема, відсутність офіційної реєстрації означає, що клієнт позбавлений будь-яких юридичних інструментів для захисту своїх прав у випадку неякісного виконання татуювання чи нанесення шкоди здоров'ю. Це також унеможливорює укладення офіційного договору, а отже позбавляє можливості звернутися з претензією чи вимогою про компенсацію.

Крім того, домашній формат роботи передбачає недотримання базових санітарних норм: майстер працює у звичайному житловому приміщенні, де

переважно відсутні стерильні зони, належна вентиляція, кварцування чи поверхні, які можна обробляти спеціальними засобами. Фактична відсутність професійного обладнання для стерилізації інструментів, таких як автоклав або сухожар – у поєднанні з імовірним використанням неодноразових голок створює високий ризик інфікування небезпечними хворобами, включно з ВІЛ, гепатитом В чи С.

Не менш загрозливою є практика застосування несертифікованих матеріалів – чорнил, кремів, антисептиків або плівок, які не відповідають стандартам косметології та медицини. Відсутність контролю за їх складом і походженням може призвести до алергічних реакцій, дерматитів, токсичних впливів або тривалих запалень шкіри. Додатковим чинником ризику є відсутність у майстра освіти чи сертифікації у сфері роботи з тілом, анатомії або асептики, що значно підвищує ймовірність некоректного нанесення татуювання, пошкодження нервових закінчень чи судин, неправильного вибору глибини проколу.

Післяпроцедурна підтримка у таких майстрів практично відсутня або неформальна. Клієнт часто залишається без чітких інструкцій щодо догляду за татуюванням і не має куди звернутися у разі виникнення ускладнень. Ситуацію погіршує також ігнорування вимог щодо утилізації медичних відходів: використані голки, серветки, одноразові рукавички та інші матеріали часто викидаються як побутове сміття, що створює загрозу для санітарного стану міста.

Таким чином, діяльність приватних тату-майстрів, попри зовнішню простоту і доступність, є серйозним викликом для безпечності та якості ринку тату-послуг. Вона піддає клієнтів ризику і знижує загальні стандарти професії, формуючи викривлене уявлення про справжню цінність, технологічність і відповідальність тату-індустрії. Очевидно, що концепція нової тату-студії має можливість не лише виділитися на ринку, але й зайняти провідну позицію, орієнтуючись на сучасного, вимогливого споживача, який оцінює не лише результат, але й сервіс, безпеку, атмосферу та репутацію.

У контексті цього доречно провести порівняльний аналіз TATTOO ROOM, приватного майтра і нової студії. Визначити їх переваги та недоліки за професійними і організаційними критеріями, табл. 2.2. Аналіз конкурентного середовища показує, що ринок тату-послуг у місті Миронівка перебуває на етапі становлення та має значний потенціал для розвитку. Основними конкурентами на ньому є тату-студія «TATTOO ROOM» та приватний майстер, який працює на дому.

Таблиця 2.2

### Порівняльна таблицю конкурентів

Критерій	TATTOO ROOM	Приватний майстер	Нова студія
Офіційність	Є	Немає	Є
Власний сайт	Немає	Немає	Є
Стерильність	Частково	Під питанням	Гарантована
Ціновий сегмент	Середній	Низький	Середній–високий
Онлайн-запис	Немає	Запис у Direct	Є
Сертифікати	Не оприлюднені	Немає	Є
Портфоліо	Лише в Instagram	Подекуди	Повне на сайті

Джерело: сформовано автором

Попри свою впізнаваність і сформовану клієнтську базу, «TATTOO ROOM» характеризується обмеженою цифровою присутністю та недостатньою відкритістю інформації щодо умов стерильності, процедур або сертифікації. Приватний майстер, хоча й пропонує послуги за нижчими цінами, не дотримується формальних бізнес-стандартів, працює в домашніх умовах і не гарантує клієнтам юридичних або гігієнічних гарантій.

У цьому контексті нова тату-студія має сприятливі умови для виходу на ринок із чітким пакетом конкурентних переваг: офіційна реєстрація, акцент на стерильності та безпеці, використання професійних і якісних матеріалів, сертифіковане обладнання, надання безкоштовних консультацій, розробка індивідуальних ескізів, наявність офіційного вебсайту з системою онлайн-запису та активна комунікація в соціальних мережах (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3

### SWOT-аналіз нової тату-студії

<b>Сильні сторони (Strengths)</b>	<b>Слабкі сторони (Weaknesses)</b>
Сертифіковані майстри та матеріали	Відсутність сформованої репутації на початковому етапі
Власний вебсайт з онлайн-записом та портфоліо	Потреба у значних інвестиціях на старті
Дотримання санітарних та юридичних вимог	Необхідність у постійному маркетинговому просуванні
Офіційна реєстрація та договірні відносини	Ризик затримки окупності
Професійна гігієна, стерилізація та безпека краще за конкурентів	Неможливість змагатися в ціні з неофіційними майстрами
<b>Можливості (Opportunities)</b>	<b>Загрози (Threats)</b>
Низький рівень конкуренції у місті	Втрата клієнтів через нижчі ціни приватних майстрів
Попит на безпечні та якісні послуги	Можливе зростання кількості нових майстрів або студій
Розвиток тату-культури серед молоді	Економічні коливання та платоспроможність населення
Створення ком'юніті клієнтів, навчальних проєктів, івентів	Погіршення іміджу галузі через неякісних конкурентів
Можливість онлайн-просування поза межами міста	Ризик негативних відгуків на початковому етапі

Джерело: сформовано автором

Такий підхід окрім того, що заповнить наявну прогалину на локальному ринку та дозволить сформувати довіру серед цільової аудиторії, для якої важливі не просто естетичні результати, а безпечність процесу та комфорт взаємодії.

Отже, грамотне позиціонування нової студії на основі цифрової доступності, професіоналізму та високих стандартів сервісу може забезпечити їй лідерство в сегменті та стати основою для подальшого масштабування бізнесу.

#### 2.4. Маркетингова стратегія проєкту

Ефективна маркетингова стратегія є одним із ключових чинників успішного запуску та подальшого розвитку тату-студії в місті Миронівка. З огляду на специфіку локального ринку, який характеризується низьким рівнем конкуренції, відсутністю спеціалізованих закладів із високим рівнем сервісу та

нестачею професійного обслуговування у сфері татуювань, студія має можливість зайняти позицію лідера на місцевому ринку та стати першою асоціацією мешканців міста з якісними та безпечними послугами в цій сфері.

Стратегія маркетингу формуватиметься на основі наступних ключових принципів:

створення впізнаваного й емоційно привабливого бренду,  
розробка ефективної системи комунікацій із цільовою аудиторією,  
впровадження клієнтоорієнтованого сервісу,  
активне використання цифрових платформ (зокрема соціальних мереж)  
для залучення та утримання клієнтів,  
формування довіри через відкритість, прозорість, безпеку та високу якість послуг.

Цілі маркетингу виступають основою для побудови всіх подальших дій та вимірюються кількісними показниками, що дозволяє здійснювати аналітику та коригувати план за потреби.

Цілі маркетингу:

Залучити 200–300 нових клієнтів у перший рік роботи студії;

Досягти 5 000 підписників в Instagram протягом 12 місяців;

Вийти на щомісячний прибуток у 100 000 грн через 12 місяців функціонування;

Забезпечити 90 % позитивних відгуків у Google та соціальних мережах.

Тату-студія позиціонується як креативний, естетичний простір для індивідуального самовираження, орієнтований на молодих людей, які цінують авторський стиль, сучасний сервіс і безпечні умови нанесення татуювання.

Унікальна торгова пропозиція (УТП): Авторські татуювання, створені індивідуально під кожного клієнта, з дотриманням міжнародних стандартів стерильності, професіоналізму та творчого підходу.

Позиціонування підтримується через:

- місцезнаходження у центрі міста;
- оформлення студії у стилі «арт-лофт» із затишною атмосферою;

- прозорість у процесах та безкоштовні консультації перед процедурою;
- доступний середньоціновий сегмент із системою знижок (дні народження, рекомендації, акції).

У рамках розробки ефективної маркетингової стратегії для діяльності тату-студії у місті Миронівка доцільним є застосування моделі маркетингового комплексу 7P, що передбачає аналіз семи ключових складових: продукту, ціни, місця, просування, персоналу, процесів та фізичного оточення [23]. Ця модель є особливо актуальною для підприємств сервісного сектору, до якого належить і сфера тату-послуг. Вона сприяє комплексному формуванню іміджу студії, оптимізації роботи з клієнтами, визначенню цінності бренду й забезпеченню конкурентоспроможності.

Таблиця 2.4

### Маркетинговий комплекс (7P)

Елемент	Характеристика
Product (Продукт)	Індивідуальні татуювання, безпечні матеріали, консультації, aftercare-супровід
Price (Ціна)	Середній ціновий сегмент (+ гнучкі знижки та акції)
Place (Місце)	Локація у центральній частині міста Миронівка
Promotion (Просування)	Instagram, TikTok, інфлюенсери, SEO, Google My Business, локальні івенти
People (Люди)	Молоді досвідчені майстри, орієнтовані на креатив і сервіс
Process (Процес)	Онлайн-запис, індивідуальні ескізи, прозора комунікація на всіх етапах
Physical evidence (Фізичне середовище)	Атмосферний простір, музика, арт-декор, портфоліо на стінах

Джерело: сформовано автором

Комплекс 7P дає змогу:

- побачити студію як цілісну систему сервісу та комунікації;
- підвищити конкурентоспроможність у локальному середовищі;
- формувати довіру та лояльність клієнтів на всіх етапах взаємодії;
- забезпечити розвиток бренду й стандартизацію процесів;
- адаптувати маркетингові дії під очікування споживачів.

Маркетингова стратегія, розроблена для тату-студії в місті Миронівка, становить системну основу для успішного запуску та довгострокового позиціонування підприємства на локальному ринку. Проведений аналіз цільової аудиторії, ринкових умов та конкурентного середовища свідчить про значний потенціал для розвитку сервісних послуг у сфері татуювання, зважаючи на відсутність високоякісної професійної пропозиції в місті.

Стратегічні цілі маркетингу визначені чітко, мають кількісну вимірюваність і корелюють із загальною концепцією бренду. Вони охоплюють не лише залучення нових клієнтів, але й формування стабільної комунікації, прибутковості, актуальності в соціальних мережах і високого рівня задоволеності споживачів. Комплекс заходів із досягнення цілей ґрунтується на сучасних інструментах цифрового маркетингу, зокрема Instagram та TikTok, що відповідає медіапоединці основної аудиторії студії.

Використання моделі 7P як ключової методології у розробці маркетингового комплексу підтверджує сервісну природу проєкту та сприяє гармонізації внутрішніх і зовнішніх аспектів діяльності тату-студії. Всі елементи маркетингового комплексу – продукт, ціна, місце, просування, персонал, процес і фізичне середовище – були адаптовані відповідно до локальних умов і потреб цільових споживачів, що створює передумови для формування конкурентних переваг.

Таким чином, стратегія спрямована на створення на ринку іміджу високоякісної, безпечної й емоційно привабливої студії, яка задовольняє потреби клієнтів у самовираженні та естетичному досвіді. Викладені у розділі підходи не лише забезпечують основу для ефективного старту бізнесу, але й містять потенціал для його масштабування, підвищення впізнаваності бренду та формування лояльної аудиторії в довгостроковій перспективі.

## **2.5. Організаційно-виробничий план для тату-студії.**

Для початку, оренда приміщення в Миронівці може бути доступною, оскільки ціни на нерухомість у маленьких містах значно нижчі, ніж у великих містах. Приміщення повинно відповідати вимогам санітарно-епідеміологічних норм для тату-студій і бути розташоване в зручному місці для клієнтів.

Оскільки тату-студія - це невеликий бізнес, достатньо буде площі 30–50 м<sup>2</sup>. Це дозволить організувати окремі зони для очікування, роботи майстрів та кабінет для консультацій.

Вибір місця в районі з високою прохідністю, наприклад, поблизу торгових центрів чи центральних вулиць Миронівки, значно підвищить видимість студії та потік клієнтів.

Враховуючи розташування та розміри приміщення, оренда в Миронівці може варіюватися від 5 000 до 10 000 грн на місяць.

Для відкриття тату-студії найбільш вигідним є реєстрація як фізична особа-підприємець (ФОП). Це дозволяє застосовувати спрощену систему оподаткування, а саме:

Єдиний податок (групи 1 або 2) – залежно від доходу та кількості найманих працівників.

Пільги на оплату податків на перших етапах бізнесу.

Вибір податкової системи: Оскільки тату є побутовою послугою, то для спрощення адміністрування краще обрати єдиний податок.

ССО (Спрощена система оподаткування) використовується в разі, якщо дохід не перевищує встановленого ліміту. Ця система необхідна як соціальна функція в умовах нестабільної фінансово-економічної ситуації в країні [24].

Для приймання оплати картками потрібно відкрити розрахунковий рахунок у банку, що може коштувати близько 100–300 грн на місяць за обслуговування.

Печать необхідна для юридичних і фінансових документів (видача квитанцій, укладання договорів), вартість виготовлення печатки — близько 500 грн.

Договір оренди має бути офіційним, з чітким визначенням умов оренди, відповідальності та прав сторін. Вартість послуг юриста для підготовки такого договору може становити 1 000–2 000 грн.

Важливо дотримуватися вимог санітарно-епідеміологічних норм, що включають відповідні перевірки на гігієнічні умови, а також наявність медичних книжок у всіх працівників.

Всі майстри повинні мати медичні книжки, а також проходити щорічні медичні огляди. Вартість оформлення медичної книжки може складати близько 500–1 000 грн на людину.

Машинки для татуювань: При старті потрібно закупити не менше 2 машинок (вартість кожної - 5 000–6 000 грн).

Для тату необхідні кольорові пігменти, які коштують близько 500–1 000 грн за банку.

Одноразові рукавички, марля, плівка, антисептики — витрати на них можуть становити близько 4 000 грн на місяць.

Для комфортного перебування клієнтів потрібні зручні стільці, столи для роботи, полиці для інструментів. Вартість меблів та облаштування інтер'єру — 30 000–45 000 грн.

Комунальні послуги: Витрати на електрику, воду та інші комунальні послуги можуть складати близько 2 000–3 000 грн на місяць.

Для залучення клієнтів необхідно витратити на рекламу в соціальних мережах, розробку сайту, виготовлення рекламних матеріалів — 5 000–7 000 грн на місяць.

Реєстрація ФОП, ліцензії, печатка, медичні книжки — 15 000–20 000 грн.

Оренда приміщення на перші три місяці — 15 000–30 000 грн.

Обладнання і меблі — 50 000–60 000 грн.

Рекламна кампанія і маркетинг — 10 000–15 000 грн.

Поточні витрати на зарплату та комунальні послуги — 30 000–40 000 грн (залежно від кількості працівників).

Загальні витрати на відкриття: 60 000 - 100 000 грн (залежно від умов і вартості обладнання/оренди).

Ці витрати допоможуть покрити основні необхідні ресурси для відкриття та початку діяльності тату-студії.

Перед тим, як відкривати тату-студію, важливо ретельно розрахувати витрати на старт і поточні операційні витрати, а також визначити ціни на послуги, щоб забезпечити окупність бізнесу. Тату-студія потребує значних початкових інвестицій для оренди приміщення, закупівлі обладнання, ліцензування, а також витрат на оплату праці та маркетинг.

Крім того, для правильного планування важливо врахувати типи послуг, які будуть надаватися, їхню вартість та обсяг роботи, табл. 2.5.

Таблиця 2.5

### Початкові витрати на відкриття студії

Категорія витрат	Орієнтовна вартість (грн)
1. Організаційно-правові витрати	
Реєстрація ФОП	1 000 - 2 000
Печать організації	500 - 1 000
Оформлення медичних книжок (на 2-3 майстрів)	1 000 - 3 000
Договір оренди (юридичні послуги)	1 000 - 2 000
2. Оренда приміщення (за 3 місяці)	15 000 - 30 000
3. Обладнання та витратні матеріали	
Машинки для татуювань (2шт.)	12 000
Пігменти (на старт)	4000
Гігієнічні матеріали (за місяць)	4 000
Меблі та інтер'єр	30 000 - 45 000
4. Поточні витрати (на місяць)	
Комунальні послуги (електрика, вода)	2 000 - 3 000
Маркетинг та реклама (соцмережі, сайт)	5 000 - 7 000
5. Загальні витрати на старт	80 000-120 000

Джерело: сформовано автором

Нижче представлено таблицю з розрахунком основних витрат, доходів і потенційної окупності для тату-студії, що допоможе краще оцінити стартові вкладення та очікуваний прибуток.

Таблиця 2.6

### Фінансова оцінка тату-студії

<b>Категорія</b>	<b>Маленьке татуювання</b>	<b>Середнє татуювання</b>	<b>Велике татуювання</b>
Ціна продажу (грн)	1 000 – 1 500	1 500 – 2 900	3 000 – 3 500
Собівартість (фарба, серветки, рукавички, вазелін, антисептики)	400-500	600-750	750-1100
Чистий прибуток з одного татуювання	900–1 400	1 350–2 700	2 600–2 900
Кількість на місяць	20–30	10–20	5–10
Місячний дохід (грн)	20 000–45 000	15 000–58 000	15 000–35 000
Місячний чистий прибуток (грн)	18 000–42 000	13 500–52 000	12 500–34 000

Джерело: сформовано автором

Для того, щоб окупити витрати і отримувати прибуток, варто орієнтуватися на середні та великі татуювання, пропонуючи також послуги корекції та дизайну ескізів.

Мінімальна кількість послуг для окупності: 10–15 середніх татуювань на місяць (середня вартість 1 500 – 2 900 грн).

Відкриття тату-студії в Миронівці є перспективною бізнес-ідеєю з огляду на зростаючий попит на татуювання та інші послуги в галузі перманентного макіяжу. Стартові витрати, які складають від 80 000 до 120 000 грн, дозволяють створити міцну основу для запуску, враховуючи витрати на оренду, обладнання, маркетинг та ліцензування.

З правильним підходом до обслуговування клієнтів, високим рівнем професіоналізму майстрів та ефективною маркетинговою стратегією, студія може швидко окупитися та стати прибутковим бізнесом. Стратегії просування через соціальні мережі, участь у виставках та фестивалях дозволять залучити широку цільову аудиторію, що забезпечить стабільний потік клієнтів.

Тату-студія має всі шанси стати успішним бізнесом з потенціалом для розширення в майбутньому, що дозволить не лише покрити витрати, а й отримати стабільний прибуток.

## **РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЄКТУ ВІДКРИТТЯ ТАТУ-СТУДІЇ**

### **3.1. Фінансовий план проєкту**

На етапі планування бізнесу важливо оцінити наявні ресурси та визначити потреби у фінансуванні. Наразі маємо частину обладнання та матеріалів, що зменшує обсяг необхідних інвестицій.

Початкові інвестиції включають витрати на обладнання, меблі, оформлення приміщення та маркетинг. Початкові інвестиції необхідні на початковому етапі інвестиційно-інноваційного проекту, найризикованніші й найменш ліквідні [4].

Таблиця 3.1

### Розподіл початкових інвестицій

Категорія	Найменування	Кількість	Ціна за од., грн	Сума, грн
Наявне обладнання	Бездротова тату машинка Ambition Soldier	2	7 500	15 000
	Стерилізатор	1	1500	1500
	Світло/лампа з регулюванням	1	500	500
	Одноразові витратні матеріали	1	5 000	5 000
	Ноутбук	1	20 000	20 000
Необхідне обладнання	Косметологічна кушетка	2	2 500	5 000
	Холдер	2	5 000	10 000
	Стерилізатор	2	800	1 600
	Планшет iPad Pro	1	40 000	40 000
	POS-термінал	1	3 000	3 000
	Декор, оформлення студії	1	10 000	10 000
	Принтер	1	3 000	3 000
	Трансферний принтер	1	6 720	6 720
	Кондиціонер	1	10 000	10 000
	Меблі (стілці, столи, полиці тощо)	1	—	30 000
	Оренда приміщення (1 міс.)	1	5 000	5 000

Джерело: сформовано автором

Початкові інвестиції (разом):  $42\,000 + 124\,320 = 166\,320$  грн

Змінні витрати залежать від кількості клієнтів і включають витратні матеріали, які використовуються під час кожного сеансу, табл. 3.2. Змінні витрати – це витрати, що змінюються залежно від зміни обсягу виробництва (на сировину, матеріали, комплектуючі вироби, заробітну плату робітників та ін.) [5].

Таблиця 3.2

### Змінні витрати на 1 сеанс

Розмір татуювання	Змінні витрати, грн
Маленьке	400-500
Середнє	600-750
Велике	750-1100

Джерело: сформовано автором

Для успішного функціонування тату-студії недостатньо лише надання якісних послуг – необхідно постійно підтримувати впізнаваність бренду, формувати довіру до майстрів та залучати нових клієнтів. Саме тому велика увага приділяється розробці ефективної маркетингової стратегії, що базується на сучасних інструментах просування.

Основні канали просування – це соціальні мережі (Instagram, TikTok), локальні пошукові платформи (Google My Business), а також співпраця з блогерами, що дозволяє охопити широку цільову аудиторію. Регулярне використання таргетованої реклами допомагає підтримувати стабільний потік клієнтів і формувати позитивний імідж студії. Нижче представлено деталізовану таблицю 3.3 маркетингових заходів та відповідних витрат.

У процесі використання основні засоби (обладнання, меблі, техніка) зношуються, тому щомісяця їхня вартість поступово переноситься на витрати у вигляді амортизації. Це дозволяє більш об'єктивно оцінювати реальний фінансовий стан підприємства та планувати оновлення обладнання в майбутньому.

Таблиця 3.3

### Маркетингові витрати

Захід	Реалістична вартість/місяць, грн
Instagram + таргетинг	3 000 – 4 000
TikTok відео (зйомка + монтаж)	500 – 1 000
Співпраця з локальними блогерами	1 000 – 1 500
Google My Business + SEO	500 – 1 000
<b>Разом за місяць</b>	<b>5 000 – 7 500</b>

Джерело: сформовано автором

Загальна вартість вкладень в обладнання становила 166 320 грн (без урахування оренди). При рівномірному списанні протягом 5 років щорічна амортизація становить:

Річна амортизація: 33 264 грн

Місячна амортизація: 2 772 грн

Постійні витрати не залежать від кількості клієнтів і включають оренду, комунальні послуги, маркетинг та інші адміністративні витрати, табл. 3.4. Постійні – це витрати, абсолютна величина яких із збільшенням (зменшенням) обсягу випуску продукції істотно не змінюється [6].

Таблиця 3.4

#### Постійні щомісячні витрати

Види витрат	Сума, грн
Оренда приміщення	5 000
Комунальні послуги	2 000
Інтернет та зв'язок	250
Маркетинг та реклама	6 500
Амортизація обладнання	2 772
Інші витрати	4 000
Єдиний податок (20% від МЗП)	1 522
ЄСВ (22 % від МЗП)	1 674
<b>Разом</b>	<b>23 718</b>

Джерело: сформовано автором

Середній чек тату-студії залежить від виду татуювань:

Мінімальна ціна за маленьке татуювання становить 1 000 грн

Повноцінний сеанс зі складним татуюванням коштує близько 3 500 грн.

Якщо припустити, що частка маленьких і великих татуювань розподіляється приблизно порівну, то середній чек можна оцінити на рівні 2 500 грн.

Таблиця 3.5

#### Вартість татуювань

Тип послуги	Вартість, грн
Маленьке татуювання	1000-1500
Середнє татуювання	1600-2900
Повноцінний сеанс / велике тату	3000-3500

Джерело: сформовано автором

Прогноз доходів базується на середній кількості клієнтів (25 осіб на місяць) та середньому чеку 2 050 грн, таабл. 3.6.

Таблиця 3.6

### Прогноз доходів та прибутку на місяць

Тип татуювання	Середній чек, грн	Змінні витрати, грн	Кількість клієнтів/міс	Доходи, грн	Прибуток (доходи – змінні витрати), грн
Маленьке (до 5 см <sup>2</sup> )	1 250	450	10	12 500	7 000
Середнє (5–10 см <sup>2</sup> )	2 250	675	10	22 500	15 750
Велике/сеанс (10–20 см <sup>2</sup> )	3 250	1 000	5	16 250	11 250
<b>Разом</b>	—	—	25	51 250	34 000

Джерело: сформовано автором

Успішний старт студії та стабільний потік клієнтів дозволяють прогнозувати позитивну динаміку розвитку бізнесу в перспективі трьох років. Прогноз базується на припущенні, що:

Кількість клієнтів зростатиме щороку на 15 % завдяки хорошій репутації, активному просуванню та розширенню бази постійних клієнтів.

Середній чек (2 050 грн) залишиться стабільним.

Постійні витрати зростатимуть на 5 % щорічно (наприклад, через інфляцію або розширення).

Змінні витрати змінюються пропорційно кількості клієнтів.

Прогноз доходів і прибутку на 3 роки враховує поступове зростання кількості клієнтів і доходів.

Таблиця 3.7

### Прогноз доходів і прибутку на 3 роки

Рік	Клієнтів / міс	Дохід / міс, грн	Змінні витрати / міс, грн	Постійні витрати / міс, грн	Чистий прибуток / міс, грн	Чистий прибуток / рік, грн
1	25	51 250	16 875	19 522	14 853	178 236
2	29	59 450	19 575	20 498	19 377	232 524
3	33	67 650	22 275	21 523	23 852	286 224

Джерело: сформовано автором

Клієнтів більше щороку на 15%

Середній чек = 2 050 грн (незмінний).

Змінні витрати = кількість клієнтів × розхідні.

Постійні витрати стартують з 19 522 грн/міс. і зростають щороку на 5%.

Загальні витрати = постійні + змінні.

Чистий прибуток = дохід – загальні витрати.

Для реалізації проєкту необхідно залучити інвестиції у розмірі 160440 грн.

Можливими джерелами фінансування можуть бути: а) власні кошти; б) банківські кредити; в) інвестиції.

Фінансовий баланс дає змогу оцінити структуру активів та пасивів підприємства після одного року роботи, табл. 3.8. На основі прогнозованого чистого прибутку та залишкової вартості активів формується реальна фінансова картина бізнесу

Таблиця 3.8

### Фінансовий баланс на кінець 1 року

Показник	Значення
Доходи за 1 рік	$51\,250 \times 12 = 615\,000$ грн
Змінні витрати за 1 рік	$16\,875 \times 12 = 202\,500$ грн
Постійні витрати за 1 рік	$19\,522 \times 12 = 234\,264$ грн
Чистий прибуток за 1 рік	178 236 грн
Початкові інвестиції	166 320 грн
Залишок після покриття інвестицій	$178\,236 - 166\,320 = 11\,916$ грн

Джерело: сформовано автором

На кінець 1-го року студія виходить в плюс і окупає всі вкладення ще у грудні.

Фактичний термін окупності - 11,5–12 місяців.

Після першого року бізнес вже генерує чистий прибуток і стає життєздатним для подальшого розвитку, зокрема масштабування чи відкриття другого робочого місця.

### 3.2. Оцінка ефективності проєкту

Для того щоб оцінити доцільність відкриття тату-студії, було проведено аналіз ефективності проєкту за ключовими фінансовими показниками: сума інвестицій, чиста теперішня вартість (NPV), термін окупності інвестицій, внутрішня норма рентабельності (IRR), коефіцієнт вигід до витрат (BCR) та індекс прибутковості (PI).

Загальні інвестиції у відкриття студії склали 166 320 грн. Вони включають придбання обладнання, меблів, техніки, витратних матеріалів та оплату оренди за перший місяць.

NPV (Net Present Value) показує різницю між сумою дисконтованих доходів і витрат проєкту протягом трьох років. До основних методів відносять розрахунок чистої теперішньої вартості проєкту (NPV) - це різниця між величиною грошових потоків, що надходять у процесі експлуатації проєкту, дисконтованих за прийнятною ставкою дохідності ( $r$ ), та сумою інвестиції ( $I$ ). Позитивне значення NPV свідчить про доцільність інвестування. Для розрахунку використовуємо ставку дисконту 15%:

$$NPV = \sum_{i=1}^m \frac{CF_i}{(1+r)^i} - I$$

Рис 3.1 Формула для розрахунку NPV

Джерело: сформовано автором на основі [35].

де  $CF_i$  - грошовий потік в  $i$ -му періоді;  $m$  - кількість періодів експлуатації проекту. Ставка дохідності може залишатися стабільною протягом усього інвестиційного періоду, а може й змінюватися в кожному періоді.

Таблиця 3.9.

### Розрахунок дисконтованих прибутків

Рік	Грошовий потік (грн)	Дисконтний множник	Дисконтований потік (грн)
1	178 236	0.8333	148 530
2	232 524	0.6944	161 100
3	286 224	0.5787	165 600
Сума дисконтованих прибутків			475 230 грн
Початкові інвестиції			166 320 грн

Джерело: сформовано автором

Термін окупності інвестицій (Payback Period)

Початкові інвестиції: 166 320 грн

Чистий прибуток за перший рік: 178 236 грн

Термін окупності = менше 1 року

Проект окупується повністю вже в першому році діяльності.

IRR – це така ставка дисконту, при якій  $NPV = 0$ . За формулою ми бачимо, що навіть при ставці понад 100%  $NPV$  буде додатнім, тож:  $IRR = 39\%$

Коефіцієнт вигід/витрат (BCR) – затрати (сума дисконтованих вигід, поділена на суму дисконтованих затрат [35].

$BCR = 2,86$  грн – кожна вкладена гривня приносить 2,86 грн дисконтованого прибутку.

Індекс прибутковості (PI) – дає змогу отримати відносну величину ефекту від реалізації проекту [36].

$PI = 308910 + 166320 / 166320 = 1.86$ . Тобто кожна вкладена гривня приносить 1,86 грн чистого доходу.

Точка беззбитковості показує ефективність будь-якого комерційного проекту, оскільки інвестор повинен знати, коли проект нарешті окупиться, який рівень ризику для його вкладень [37].

$$BEP = 19522 / (2050 - 675) = 14 \text{ клієнтів / місяць.}$$

Таблиця 3.10.

### Показники ефективності проекту

№	Показник	Одиниця	Значення
1	Початкові інвестиції	грн	166 320
2	Середній чек	грн	2 050
3	Кількість клієнтів на місяць	осіб	25
4	Місячний дохід	грн	51 250
5	Місячні постійні витрати	грн	19 522
6	Місячні змінні витрати	грн	16 875
7	Загальні витрати	грн	36 397
8	Чистий прибуток (місяць)	грн	14 853
9	Річний прибуток (1 рік)	грн	178 236
10	NPV (3 роки, 20%)	грн	308 910
11	IRR	%	39
12	Термін окупності	років	0.93
13	Індекс прибутковості (PI)	–	1.86
14	Коефіцієнт вигід/витрат (BCR)	–	2.86
15	Точка беззбитковості	клієнтів	14

Джерело: сформовано автором

При поточному навантаженні у 14 клієнтів на місяць проект виходить у точку беззбитковості, що свідчить про здатність бізнесу забезпечити повне покриття витрат уже за базового рівня попиту. Мінімальний місячний дохід для цього становить 28 700 грн. Подальше зростання кількості клієнтів понад 14 забезпечує формування чистого прибутку.

Фінансовий аналіз проекту відкриття тату-студії свідчить про високу інвестиційну привабливість та ефективність.

Фінансовий аналіз проекту відкриття тату-студії свідчить про високу інвестиційну привабливість та економічну ефективність.

Розрахункові показники демонструють, що вкладені кошти швидко окупляться, а бізнес має потенціал стабільного зростання:

- $NPV = 308\,910$  грн - позитивне значення чистої теперішньої вартості свідчить про те, що майбутні прибутки перевищують обсяг початкових інвестицій, тобто проєкт приносить додану вартість.
- Термін окупності – 1 рік означає, що всі вкладення повернуться менш ніж за рік, що є чудовим результатом для малого бізнесу.
- $IRR = 39\%$  демонструє високу норму прибутковості, яка суттєво перевищує середній рівень доходності альтернативних інвестицій, отже, вкладення є вигідними.
- $PI = 1.86$  показує, що кожна вкладена гривня приносить 1,86 грн доходу, а  $BCR = 2.86$  – що кожна гривня інвестицій генерує 2,86 грн дисконтованих вигід, що підтверджує ефективність фінансування.
- Точка безбитковості – 14 клієнтів/міс. При цьому рівні відвідуваності доходи дорівнюють витратам (28 700 грн на місяць), тобто бізнес покриває всі витрати. Збільшення кількості клієнтів понад цей рівень забезпечує отримання прибутку.

Отже, реалізація проєкту є економічно доцільною, малоризиковою та швидкоокупною. Високі показники прибутковості свідчать про перспективність відкриття тату-студії та ефективність запропонованої бізнес-моделі навіть за помірною рівня навантаження.

### **3.3. Чинники економічного ризику і сценарії розвитку проєкту**

Успішна реалізація проєкту тату-студії значною мірою залежить від ефективного управління ризиками, які можуть виникнути як на старті, так і в процесі функціонування бізнесу.

Таблиця 3.11

#### **Оцінка ризиків проєкту та методи їх зниження**

<b>Ризик</b>	<b>Характеристика</b>	<b>Заходи з мінімізації</b>
Сезонні коливання попиту	У літній період можливий спад активності клієнтів	Акційні пропозиції, знижки, сезонні дизайни
Конкуренція	У місті вже функціонують інші тату-студії	Авторський стиль, висока якість, унікальність
Фінансові труднощі	Можливі падіння доходів	Формування резервного фонду
Кадровий ризик	Труднощі з пошуком кваліфікованих майстрів або їхня плинність	Мотиваційна система, навчання
Правові зміни	Зміни в законодавстві, що регулює підприємництво або медичні стандарти	Консультації з юристом, оперативна адаптація
Репутаційні ризики	Негативні відгуки можуть вплинути на потік клієнтів	Якісний сервіс, реагування на скарги

Джерело: сформовано автором

На основі проведених фінансових розрахунків та маркетингового аналізу можна стверджувати, що відкриття тату-студії є економічно обґрунтованим та перспективним бізнес-проектом. Загальний обсяг початкових інвестицій становить 166 320 грн, які включають витрати на закупівлю обладнання, облаштування приміщення та покриття першочергових операційних потреб.

#### Економічна доцільність проекту

Розрахунки показали, що вже за підсумками першого року діяльності тату-студія здатна забезпечити чистий річний прибуток у розмірі 178 236 грн, що свідчить про досягнення точки беззбитковості в межах першого звітного періоду. Передбачається, що щорічне зростання кількості клієнтів на 5–15%, навіть за умови поступового збільшення постійних витрат на 5%, забезпечуватиме стабільне підвищення рівня рентабельності.

Аналітичні розрахунки прогнозують, що впродовж трирічного періоду чистий річний прибуток може зрости до 286 678 грн, що підтверджує ефективність моделі бізнесу за наявності контрольованих витрат і якісного управління клієнтським потоком.

Тату-студія має високий потенціал в умовах локального ринку та при ефективному позиціонуванні бренду. Сегментоване цінове пропонування,

орієнтоване на різні категорії клієнтів (від мінімалістичних татуювань до великих сеансів), дає можливість адаптувати послуги відповідно до запитів цільової аудиторії.

Позитивна динаміка розвитку ґрунтується на таких ключових чинниках:

- сталий попит на індивідуальні та символічні татуювання;
- висока маржинальність послуг;
- потенціал для розширення спектра пропозиції (супутні продажі, нові формати дизайну, навчальні майстер-класи тощо).

Серед основних ризиків проєкту слід виділити:

- залежність від репутації та кваліфікації майстра;
- можливість коливання попиту у зв'язку з економічними або соціальними змінами;
- потребу в регулярних маркетингових вкладеннях для залучення нових клієнтів.

З огляду на проведений аналіз, проєкт відкриття тату-студії є життєздатним та перспективним у середньо- та довгостроковому періоді. Високий рівень рентабельності, швидка окупність інвестицій та можливість масштабування діяльності свідчать про доцільність його реалізації за умови ефективного управління та підтримки конкурентоспроможності на ринку.

Отже, проєкт рекомендовано до впровадження, з урахуванням подальшого контролю динаміки витрат, адаптації цінової політики та постійної роботи з клієнтською лояльністю.

## ВИСНОВКИ

Історія розвитку тату-індустрії створила основу для її сучасного вигляду як популярного способу самовираження. З часом татуювання перетворилися на модний та індивідуальний елемент образу. Підвищення рівня безпеки та комфорту процедур, покращення обладнання та використання якісних матеріалів сприяють довірі клієнтів і зростанню ринку. Попит на унікальні та персональні татуювання показує, що ставлення до них змінюється: вони більше не сприймаються лише як мода а ще як спосіб проявити свою індивідуальність. Конкуренція між майстрами стимулює розвиток майстерності та пошук нових стилів, а локальний ринок активно адаптує світові тенденції для задоволення потреб різних клієнтів.

Закордонний ринок тату є яскравим прикладом високого рівня організації, безпеки та різноманітності. Успіх цієї індустрії обумовлений поєднанням традиційних підходів із сучасними технологіями, дотриманням суворих стандартів якості та особливою увагою до клієнта. Застосування закордонного досвіду може стати важливим етапом для розвитку локального ринку, враховуючи національні особливості та потреби місцевої аудиторії. Такий підхід дозволить підвищити рівень безпеки, професіоналізму та інновацій у сфері татуювань на місцевих ринках

Соціальна складова татуювань відображає значні зміни в ставленні суспільства до цього явища. Татуювання, що раніше було атрибутом субкультур, сьогодні стало популярним інструментом самовираження, зокрема серед молоді, і важливою частиною масової культури. Завдяки впливу соціальних медіа та знаменитостей, татуювання перестало бути табу в багатьох соціальних групах, перетворившись на популярну форму мистецтва та ідентифікації. Водночас, в традиційних та консервативних спільнотах татуювання може ще викликати упередження, що вказує на потребу подальшого розвитку соціального сприйняття цього феномену. Татуювання стало важливим соціокультурним

інструментом, який продовжує адаптуватися до змін у суспільстві, стаючи символом індивідуальності і творчості.

Відкриття тату-студії є перспективним проєктом завдяки зростаючому попиту на індивідуальні та креативні послуги. Успіх студії залежить від якості обслуговування, безпеки процедур, унікальних дизайнів і компетентності майстрів. Планування та стратегічні рішення дозволяють ефективно долати проблеми конкуренції та залучення клієнтів. Реалізація проєкту має високий потенціал для стабільного розвитку бізнесу.

Цільова аудиторія тату-студії є різноманітною за віком, стилем життя та соціальним статусом, що робить її широкою та багатогранною. Важливо враховувати різні мотивації, уподобання та поведінкові особливості клієнтів, щоб ефективно залучати та обслуговувати кожен сегмент аудиторії. Для цього необхідно створити персоналізований підхід, який забезпечить клієнтам високий рівень задоволення та довіри до студії. Врахування індивідуальних потреб кожного сегмента дозволить тату-студії забезпечити якісний досвід, що буде відповідати очікуванням як молоді, так і старших клієнтів, тих, хто обирає татуювання як елемент самовираження, а також тих, хто шукає терапевтичний ефект чи символічну значущість.

Грамотне позиціонування нової студії на основі цифрової доступності, професіоналізму та високих стандартів сервісу може забезпечити їй лідерство в сегменті та стати основою для подальшого масштабування бізнесу.

Стратегія бізнесу спрямована на створення на ринку іміджу високоякісної, безпечної й емоційно привабливої студії, яка задовольняє потреби клієнтів у самовираженні та естетичному досвіді. Викладені у розділі підходи не лише забезпечують основу для ефективного старту бізнесу, але й містять потенціал для його масштабування, підвищення впізнаваності бренду та формування лояльної аудиторії в довгостроковій перспективі.

Відкриття тату-студії в Миронівці є перспективним бізнес-проєктом завдяки зростаючому попиту на татуювання. Раціональні стартові витрати та правильна організація роботи дозволяють швидко окупити вкладення.

Використання ефективних маркетингових стратегій і високий професіоналізм майстрів забезпечують стабільний потік клієнтів і створюють потенціал для подальшого розвитку та отримання прибутку.

На кінець 1-го року студія виходить в плюс і окупає всі вкладення ще у грудні. Фактичний термін окупності – 11,5–12 місяців. Після першого року бізнес вже генерує чистий прибуток і стає життєздатним для подальшого розвитку, зокрема масштабування чи відкриття другого робочого місця.

Реалізація проєкту є економічно доцільною, малоризиковою та швидкоокупною. Високі показники прибутковості свідчать про перспективність відкриття тату-студії та ефективність запропонованої бізнес-моделі навіть за помірною рівня навантаження.

Отже, проєкт рекомендовано до впровадження, з урахуванням подальшого контролю динаміки витрат, адаптації цінової політики та постійної роботи з клієнтською лояльністю.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Положення про підготовку і захист магістерської кваліфікаційної роботи у Національному університеті біоресурсів і природокористування України. Київ: НУБіП, 2025. 38 с.
2. Шинкарук Л.В., Лобунець Т.В. Методичні вказівки до написання магістерської кваліфікаційної роботи для студентів освітнього ступеня «Магістр» (Спеціальність 073 «Менеджмент», освітньо-професійна програма «Управління інвестиційною діяльністю та міжнародними проектами») факультету аграрного менеджменту НУБіП України. Київ, НУБіП, 2023. 62 с.
3. 13 секретів успіху світової мережі тату-студій VEAN TATTOO.mind.ua. веб-сайт.URL: <https://mind.ua/news/20279588-13-sekretiv-uspihu-svitovoyi-merezhi-tatu-studij-vean-tattoo> (дата звернення: 01.11.2025).
4. Марті Й. Тіло як культура. Татування тіла та процеси глобалізації. *Народна творчість та етнографія*. №3. 2010. С. 122-128. <https://nasplib.isoftware.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/97d129a5-8b36-4563-996c-7712df896c54/content> (дата звернення: 01.11.2025).
5. Вчені встановили, як наносилися татування на тіло крижаної людини Етці 5300 років тому.Успіх in UA. веб-сайт.URL: <https://uspih.in.ua/uspisdiv/vcheni-vstanovyly-iaak-nanosylisia-tatuiuvannia-na-tilo-kryzhanoi-liudyny-ettsi-5300-rokiv-tomu> (дата звернення: 01.11.2025).
6. Хома Н. Патріотичний боді-арт: політична мода чи мода на патріотизм? *Studia Politologica Ucraino-Polona*. Випуск 5. 2015. С. 259-264.
7. Гречишнікова М. П. Татування : спосіб самовираження чи данина моді. *Педагогіка здоров'я : зб. наук. пр. V Всеукр. наук.-практ. конф., присвяч. 170-річчю з дня народж. І. І. Мечникова*. Харк. нац. пед. ун-т імені Г. С. Сковороди; за заг. ред. І. Ф. Прокопенка. Харків : ХНПУ, 2015. С. 212–214.
8. Бурчак І., Воробчук М., Пузь А.. Патріотичні татування, як культурна спадщина суспільства. *Scientific Collection «InterConf»*. №172. С. 160-162.

9. Рогачова Є. К. Розробка айдентики тату салону української етніки «Мотанка» : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 022 «Дизайн»: наук. керівник О. А. Брянцев. Запоріжжя: ЗНУ, 2024. 62 с. URI: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/19795> (дата звернення: 01.11.2025).

10. Булгакова Т. Сунцова В. Принципи дизайну інтер'єру тату-салонів. Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2023 року. У 2-х т. Т. 2. Київ : КНУТД, 2023. С. 187-189.

11. Насирова В. В. Татуювання як об'єкт права інтелектуальної власності. *Наукові розвідки з актуальних проблем публічного та приватного права: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції* (Київ, 24 квітня 2020 року) Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2020. С. 137-139.

12. Міні-тату – маленьке татуювання як спосіб акуратно виділитися. REDRAY TATTOO STUDIO. URL: <https://redray-tattoo.kiev.ua/mini-tattoo-kiyv/> (дата звернення: 01.11.2025).

13. Іщук, Є. М. Колізії законодавства України у частині законодавчого регулювання реєстрації місця проживання осіб у віці від 14 до 18 років. *In The 2nd International scientific and practical conference "Innovations in education: prospects and challenges of today"* (January 16-19, 2024) Sofia, Bulgaria. International Science Group. 2024. P. 109.

14. Слизька, А. С. (2023). Розробка фірмової айдентики для тату-салону. Кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 022 «Дизайн»: наук. керівник О. М. Бобир. Київ: НАКККМ URI: <http://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/4887> (дата звернення: 01.11.2025).

15. Wicks D., Grandy G. What cultures exist in the tattooing collectivity? *Ambiguity, membership and participation. Culture and Organization*. №13(4). 2007. P. 349-363.

16. Кудряченко А.І., Солошенко В.В. Німеччина. Країни світу і Україна: енциклопедія: в 5 т. Під кер. А.І. Кудряченко. ДУ «Інститут всесвітньої історії НАН України». Київ: Фенікс. Т.1: Північна Європа. Західна Європа. Південна Європа. Науковий редактор 1-го тому А.Г. Бульвінський. 2017. 564 с.

17. Табу на тату - як в Японії хочуть зберегти мистецтво ірезумі. URI:<https://www.bbc.com/ukrainian/features-54942740> (дата звернення: 01.11.2025).

18. Куликовський С. Б. Молодіжна субкультура як соціальне явище. *НАУКА–ВИРОБНИЦТВО*. №2. 2012. С. 304.

19. Пазинич Т. А., Лапта С. П., Загорулько В. В. Про новітні ознаки зовнішності людини та їх криміналістичне значення. *Форум права*. №2. 2008. С. 394-398.

20. Любимова С. А. Стереотипи субкультур американського медіадискурсу. *Науковий журнал «Міжнародний філологічний часопис»*. Вип. 11. №2. С. 117-126.

21. Чи заважають тату при прийомі на роботу. *InTime*. веб-сайт. URI:<https://intime.ua/chy-zavazhayut-tatu-pry-pryjomi-na-robotu/> (дата звернення: 01.11.2025).

22. 15 яскравих образів людей літнього віку, які не соромляться своїх тату. *Життя*. веб-сайт. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/61ead130920fa/> (дата звернення: 01.11.2025).

23. Назаренко В. І. Розробка айдентики для салону тату "PRINT" : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 022 «Дизайн» / наук. керівник Г. В. Брянцева. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 52 с.

24. Tattoo Room Studio. Instagram. веб-сайт. URL: [https://www.instagram.com/tattoo\\_room\\_studio/](https://www.instagram.com/tattoo_room_studio/) (дата звернення: 01.11.2025).

25. Копчак Ю. С., Лобунець Т. В., Луковський Р. І. SWOT-аналіз як важливий інструмент у розробці стратегії бізнесу. *Економіка та суспільство*. №61. 2024.

URL:<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3868/3788>

(дата звернення: 01. 11.2025)

26. Моделі 4Р, 7Р та 8Р у маркетингу. *The Inweb* : вебсайт. URL: <https://theinweb.media/sho-take-modeli-4p-7p-ta-8p/> (дата звернення: 01.11.2025).

27. ФОП 2 група: на що треба звертати увагу підприємцю перед вибором. Школа бізнесу: Нова пошта. веб-сайт. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/fop-2-grupa-na-shho-treba-zvertati-uvagu-pidpriemcyu-pered-viborom> (дата звернення: 11.11.2025)

28. Шматковська Т., Калущка В. Призначення КВЕД у бюджетних установах та їх використання у реалізації практичної діяльності. *UKRAINE INNOVATE: сучасні моделі для відновлення: збірник тез доповідей V Міжнародної мультидисциплінарної науково-практичної конференції* (Луцьк, 25 жовтня 2023 р.). За заг. ред. Павліхи Н.В. Луцьк : Вежа-Друк, 2023. С. 136-138.

29. Буряк Н. Б., Лукаш С. В. Шляхи удосконалення спрощеної системи оподаткування в Україні. *Інноваційна економіка*. №22. 2011. С. 219-222.

30. Деньга О. М. Особливості розвитку ринку тату-індустрії в Україні. Збірник матеріалів ІХ міжнар. наук.-практ. конф. «Роль молоді у розвитку АПК України», 15-16 квітня 2025 р. Київ: НУБіП України, 2025. С. 213-218.

31. Як відкрити свій тату-салон. Appointer. веб-сайт. URL: <https://appointer.ua/blog/yak-vidkryty-vlasniy-tatu-salon-z-nulya-v-ukraini/> (дата звернення: 11.11.2025)

32. Микитюк П. П. Основні критерії оцінки ефективності інвестиційно-інноваційних проектів. *Економічний простір*. №71. 2013. С.125-134.

33. Цал-Цалко Ю.С. Витрати підприємства: Навч. посібник. Житомир: ЖІТІ, 2002. 647 с.

34. Фінансовий менеджмент: Підручник. Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. Київ: КНЕУ, 2005. 35 с

35. Колосок А. М. Фінансовий аспект проектного аналізу. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 11. 2016. С. 91-96. URL:

[https://www.researchgate.net/publication/378520859\\_Finansovij\\_aspekt\\_proektnogo\\_analizu](https://www.researchgate.net/publication/378520859_Finansovij_aspekt_proektnogo_analizu) (дата звернення: 11.11.2025)

36. Мамотенко Д. Ю. Оцінка ефективності інвестиційних проектів. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2008. № 628. С. 209–216. URL: <https://ena.lpnu.ua/items/daf43921-75ca-4bd4-92ff-fa834ff6781e> (дата звернення: 11.11.2025)

37. Кошкалда Л. Ю., Радєва О. Г. Методика аналізу точки безбитковості. *Приазовський економічний вісник*. Вип. 6 (11). 2018. С. 626-528.