

ДОСЛІДЖЕННЯ ГОЛОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ КОСМЕТОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Попова І.А., Міщенко В.І., Куриленко Ю.Є., Калашнік К.Ю.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

katerinakalashnik21@gmail.com

Резюме. В Україні ринок косметичної продукції (КП) в останні роки відзначався поступовим зростанням до 2020 р., який становив близько 11,6 млрд грн, що на 10% нижче порівняно з 2019 р. Скорочення відбулося за рахунок локдауну та зменшенням споживання декоративної косметики. У структурі експорту та імпорту найбільшим попит мають – засоби для догляду за волоссям й засоби для купання. На ринку присутня імпортозалежність – іноземні товари займають 62,9 %, а вітчизняні 37,1 %. Проаналізовано 8 головних трендів сьогодення щодо розвитку ринку КП. В Україні 42% споживачів купують косметику on-line. Збільшився попит на натуральну корейську косметику (серії «Blossom Jeju» (Pink Camellia Soombi Blooming Essence Face Oil, 250 мл; Pink Camellia Soombi Blooming Essence Face Oil 250 мл). В умовах воєнного стану в Україні за даними компанії «Portmone» протягом травня 2022 р. по січень 2022 р. різке падіння продажу категорії «засоби для догляду та краси» до 96%. Зафіксовано зміну споживацьких звичок щодо більш дешевих КП й зниження споживчої активності серед споживачів.

Ключові слова: *косметичний ринок, косметична продукція, тенденції розвитку, тенденції, обсяги продажу*

Вступ. Попри важкі умови воєнного стану в країні, усі категорії населення намагаються підтримувати гігієну тіла за допомогою різноманітної КП. У сучасному світі основною складовою світогляду суспільства є турбота про власне здоров'я та тіло. Відповідно, актуальність поданої теми зростає з кожним роком, адже для найбільш повного задоволення потреб споживачів та здобуття найвигідніших конкурентних позицій виробники впроваджують

інновації та активно розширюють асортимент косметики. Останнім часом на українському ринку частка продукції вітчизняних виробників збільшується, проте, лідируючих позицій поки не займає, на відміну від іноземних конкурентів. Незважаючи на досить велику кількість досліджень у цій галузі, питання постійних досліджень завжди буде залишатись актуальним. Завдяки тому, що отримані результати не можуть розглядатись як статичні з огляду на такі мінливі фактори, як: мінливість зовнішнього середовища; наявність конкурентної боротьби; прагнення до зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку; необхідність прийняття відповідних управлінських рішень; вихід гравців з новітніми товарами та інш.

Метою дослідження є оцінка ринку косметичної продукції та визначення тенденції його розвитку.

Методи та матеріали. Об'єктом досліджень слугував вітчизняний косметичний ринок. Предметами досліджень слугували інформаційні дані «Щотижневика «Аптека»», аналітичні дослідження компанії «Pro-Consulting LLC.» та «Portmone». У дослідженні використано методи системного аналізу і синтезу; метод порівняння; системно-аналітичний та метод порівняння.

Результати дослідження. Косметичний ринок в Україні має значний вплив на економіку країни. Зокрема, цей сектор є одним з найбільш динамічно розвиваючих галузей в Україні, що пропонує великий спектр товарів і послуг для споживачів [1]. Ринок КП в Україні в останні роки відзначався стійким зростанням [2]. За даними аналітичних агентств в Україні, вартість ринку, що досліджується у 2020 р. становив близько 11,6 млрд грн, що на 10% нижче порівняно з попереднім роком, але очікується за прогнозами аналітичних компаній, що ця цифра буде поступово зростати в майбутньому. Однією з головних причин – є зростання попиту на КП [2]. Це сталося за рахунок зменшення економічної активності у зв'язку з локдауном у 2020 р. та зменшенням споживання, декоративної косметики.

Встановлено, що у 2020 р. в цілому обсяг виробництва КП у порівнянні з 2019 р. збільшився на 7,6%. Також, цей сектор є значним джерелом експортного потенціалу для України. КП є однією з п'яти основних галузей експорту, які мають високий потенціал для зростання його вартості [3].

У 2020 р. на українському ринку косметики імпортна продукція складала більшу частку (62,9%), у порівнянні з вітчизняною (37,1%) (рис. 1). Зростання питомої ваги імпортової продукції пов'язано зі зростанням цін на неї. Найбільшими постачальниками були такі країни: Польща, Німеччина, Італія, Франція та Китай [4].

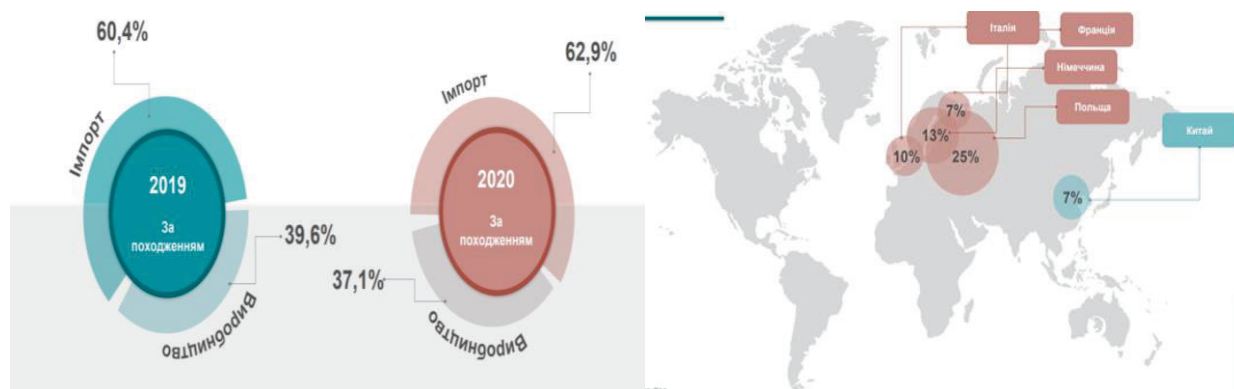


Рис. 1. Структура ринку косметики протягом 2019-2020 рр. та основні країни постачальники

Найбільша частка як в експорті, так і в імпорті косметики припадає на засоби для догляду за волоссям й засобами для купання (рис. 2) [4].

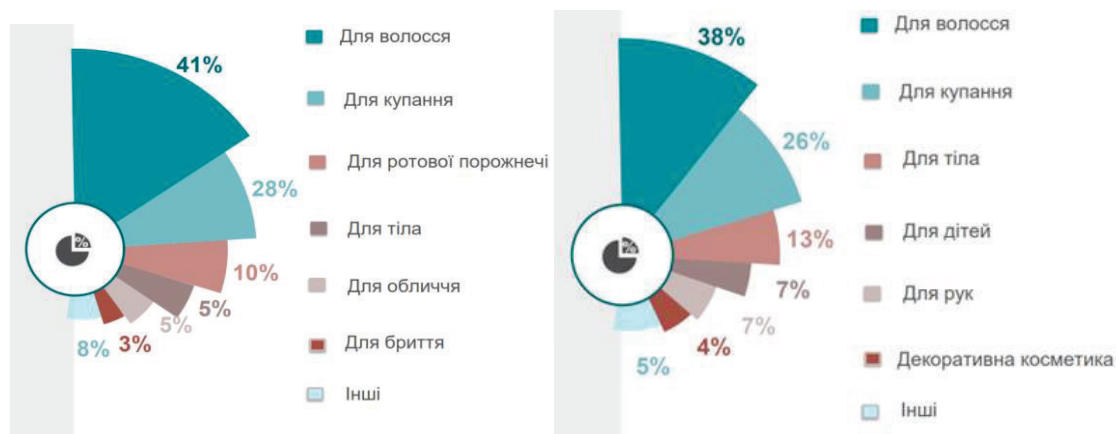


Рис. 2. Структура імпорту

Структура експорту

Останнім часом частка української КП має тенденцію до збільшення, проте лідируючих позицій поки що не займає, на відміну від іноземних конкурентів [5, 6, 7].

Не дивлячись на ситуацію в країні ринок КП продовжує розвиватися, а до головних тенденцій його розвитку можливо віднести отакі:

1. Розвиток онлайн-продажів. За оцінкою аналітиків, близько 42% споживачів на ринку косметики в Україні купують продукцію онлайн [4]. Інтернет-магазини та електронні платформи з косметикою стають все більш популярними, що дає змогу споживачам замовляти продукти онлайн та отримувати їх безпосередньо додому. Віртуальні магазини косметики набирають популярності, оскільки дозволяють зручно та швидко замовляти продукти з додатковими знижками та пропозиціями. Це стимулює розвиток онлайн-торгівлі косметикою та дозволяє брендам залучати нових клієнтів [9].

2. Збільшення конкуренції. На ринку косметики в Україні з'являються нові бренди та магазини, що спричиняє зростання конкуренції в галузі [2].

3. Підвищення попиту на натуральну та органічну косметику. Натуральна косметика, яка не містить шкідливих хімічних речовин, стає все популярнішою серед споживачів. Бренди створюють продукти на основі натуральних інгредієнтів, що дозволяє їм залучати нових клієнтів, які прагнуть доглядати за своєю шкірою та здоров'ям без використання хімічних речовин.

4. Підвищення уваги до чоловічої косметики. За останні роки на ринку з'явилися нові бренди, які спеціалізуються на виробництві косметики для чоловіків, що свідчить про зростання попиту на такі товари.

5. Збільшення популярності КП з SPF. Завдяки підвищеній увазі до здоров'я шкіри та зменшення ризику виникнення раку шкіри, товари з вмістом SPF-фільтрів стають все популярнішими серед споживачів.

6. Зростання попиту на КП з антибактеріальними властивостями. У зв'язку з поширенням пандемії COVID-19, попит на товари, які мають антибактеріальні властивості, значно зріс.

7. Розвиток технологій у косметичній галузі. Завдяки використанню новітніх технологій, косметичні бренди можуть створювати більш ефективні та безпечні продукти. Зокрема, розробляються нові методи виробництва та дослідження для поліпшення якості та КП.

8. Збільшення попиту на корейську косметику. КП з Кореї давно завоювали популярність серед споживачів за свою якість та ефективність. Попитом серед населення користуються такі корейські товари, як: крем для обличчя «Dr. Jart+» (Water Fused Hydro Toner 125 мл; V7 Vitamin Radiance Toner 125 мл); крем від зморшок навколо очей «IOPE» (Cushion Cover compact, 50 мл; Live Lift eye cream 50 мл); маска для обличчя «Sulwhasoo» (First Care Activating Serum 125 мл; Overnight Vitalizing Mask 50 мл) та інші.

Зростання попиту на корейську косметику спричиняє з'явлення нових магазинів та брендів, які спеціалізуються на цьому сегменті ринку. Корейська косметика знайшла популярність в Україні ще у 2013 р. Для продукції з Південної Кореї виділяють окремі полиці, і навіть з'явилися спеціалізовані азіатські магазини (б'ютімаркет «Isei»). Також на вітчизняний ринок вийшли світові азіатські торговельні мережі, які займаються дистрибуцією косметики, предметів побуту і т.д. (Miniso, Usupso та інші) [8, 9].

Також зростає увага до екологічної та соціальної відповідальності виробників. Споживачі все більше звертають увагу на склад продуктів, екологічність упаковки та умови праці працівників виробництва [8].

Війна в Україні суттєво вплинула на ринок косметики в країні. В умовах економічної нестабільності та зменшення доходів населення, українці зменшують свої витрати на КП та засоби особистого догляду, замінюючи їх більш доступними аналогами. Багато людей перейшли на використання більш дешевих або домашніх засобів по догляду [10]. Сучасний воєнний стан в

країні призвів до скорочення ринку та зменшення конкуренції між виробниками косметики. Це, своєю чергою, може призвести до зменшення інновацій та введення нових товарів на ринок. Окрім цього, війна також вплинула на логістику та постачання сировини для виробництва КП. На деяких територіях України заборонено або ускладнено провадження бізнесу, що може вплинути на роботу компаній, які мають виробничі підрозділи в цих регіонах.

Слід зазначити, що за даними джерел аналітичної компанії «Portmone» у категорії «засоби для догляду та краси» падіння оплат за послуги схоже на апокаліпсис – оплати на користь компаній впали у 30 разів (рис. 3) [11].



Рис. 3. Дослідження розвитку категорії «засоби для догляду та краси» за даними джерел аналітичної компанії «Portmone» протягом травня 2022 р. по січень 2022 р.

Зважаючи на те, що, оговтавшись від шоку та наслідків війни, усюди, де це можливо, люди повертаються до нормального життя, а бізнес до роботи, тому найближчим часом можливо очікувати зростання промоактивності й у косметичному секторі [10].

Висновки

1. Оглянуто, що ринок КП в Україні в останні роки відзначався поступовим зростанням. У 2020 р. він становив близько 11,6 млрд грн, що на 10% нижче порівняно з 2019 р. – у зв'язку з всесвітнім локдауном зафіксовано зниження. Очікується зростання ринку за рахунок надходження новітніх КП. Найбільшим попитом серед вітчизняних споживачів користуються засоби для догляду за волоссям (44 %) й засоби для купання (28 %), що імпортуються до України з Польщі, Німеччині, Італії, Франції й Китаю. У структурі експорту також присутні зазначені категорії – засоби для догляду за волоссям (38 %) й засоби для купання (26 %).
2. Досліджено, що на косметичному ринку присутня імпортозалежність – іноземні товари займають 62,9 %. Протягом останнього часу виробництво вітчизняних КП має тенденцію до збільшення, проте лідируючих позицій поки що не займають (37,1 %).
3. Проаналізовано 8 головних трендів розвитку ринку КП: розвиток онлайн-продажів (42% вітчизняних споживачів купують косметику онлайн); збільшення конкуренції за рахунок виникнення нових брендів відкриття та магазинів; підвищення попиту на натуральну й органічну косметику; збільшення популярності сонцезахисної косметики з SPF; зростання попиту на антибактеріальні товари; розвиток новітніх технологій у косметичній галузі; збільшення попиту на корейську косметику, яка позиціонується як високоякісна з натуральними компонентами («Blossom Jeju» (Pink Camellia Soombi Blooming Essence Face Oil, 250 мл; Pink Camellia Soombi Blooming Essence Face Oil 250 мл).
4. За даними аналітичних джерел компанії «Portmone» протягом травня 2022 р. по січень 2022 р. щодо функціонування косметичного ринку в умовах воєнного стану в Україні, встановлено різке падіння продажу категорії «засоби для догляду та краси» до 96%. Загалом на сьогодні на

косметичному ринку зафіксовано зміну споживацьких звичок щодо більш дешевих КП та зниження споживчої активності.

Література

1. Український ринок парфумерно-косметичної продукції. Асоціація «Парфумерія та косметика України. URL: <http://apcu.ua/rinkovidoslidzhennya-ta-statistichni-dani/> parfumerno-kosmetichniyrynok-ukraini.htm. (дата звернення 02.03.2023 р.).
2. Городечка І. Я., Черняхів А. В. Особливості позиціонування косметичних засобів на Вітчизняному фармакологічному ринку. *Фармацевтичний журнал*, 2020. № 3. С.45-51.
3. Аналіз ринку косметики в Україні. 2021 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/> (дата звернення 21.03.2023 р.).
4. Pro-Consulting LLC. Аналітика. Ринок косметики в Україні: краса не знає кордонів. Аналіз ринків косметики та побутової хімії України. ТОВ Компанія «Про-Консалтинг». <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-kosmetiki-v-ukraine-krasota-ne-znaet-granic> (дата звернення 02.03.2023 р.).
5. Ігнашкіна Т.Б., Душина Л.М., Москалець Т.А. Світовий ринок парфумерно-косметичної продукції: Сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Економіка та управління підприємствами*. Випуск 41. 2020. С. 87-93. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct41-14> (дата звернення 01.03.2023 р.).
6. Шашина В.М., Джумакеєва Д.Д. Фактори впливу на конкурентні переваги вітчизняної косметичної галузі та шляхи їх підвищення. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/45620/1/SPEP-25_p35-41.pdf (дата звернення 21.03.2023 р.).
7. Обіг косметичної продукції в Україні : перспективи змін у законодавстві. № 15/16 (1236/1237) 27.05.2020 р. «Тижневик «Аптека»». URL <https://www.apteka.ua/article/544575> (дата звернення 02.03.2023 р.).

8. Береговий Максим. Бізнес план інтернет магазину косметики — це просто. URL: <https://uacredity.com/biznes-plan-internet-magazinu-kosmetiki-ce-prosto/> (дата звернення 02.03.2023 р.).
9. Корейська косметика: 10 брендів, на які варто витратити гроші. URL: <https://newsdaily.org.ua/439-koreyska-kosmetika-10-brendiv-na-yaki-var-to-vitratiti-groshi.html> / (дата звернення 01.03.2022 р.).
10. Як війна в Україні вплинула на промоційну активність фармкомпаній: підбиваючи підсумки І кв. 2022 р. № 8/9 (1329/1330) 16.05.2022 р. «Щотижневик «Аптека»». URL: <https://www.apteka.ua/article/634162> (дата звернення 01.03.2023 р.).
11. Басов Д. На що українці витрачають гроші під час війни. Дослідження. Журнал *Forbes Ukraine*. URL: <https://forbes.ua/inside/v-30-raziv-menshe-kosmetiki-ale-stabilna-komunalka-na-shcho-ukraintsi-vitrachayut-groshi-pid-chas-viyni-doslidzhennya-14062022-6567> (дата звернення 01.03.2023 р.).

Summary. In Ukraine, the market of cosmetic products in recent years was marked by gradual growth until 2020, which amounted to about 11.6 billion UAH, which is 10% less compared to 2019. The reduction occurred due to the lockdown and a decrease in the consumption of decorative cosmetics. In the structure of export and import, hair care products and bath products are in the greatest demand. The market is import-dependent - foreign goods occupy 62.9%, domestic goods - 37.1%. 8 main trends of today regarding the development of the market of cosmetic products are analyzed. In Ukraine, 42% of consumers buy cosmetics online. The demand for natural Korean cosmetics (Blossom Jeju series (Pink Camellia Soombi Blooming Essence Face Oil, 250 ml; Pink Camellia Soombi Blooming Essence Face Oil, 250 ml) has increased). In the conditions of martial law in Ukraine, according to the data of the company "Portmone" during May In 2022, the sales of the "care and beauty products" category fell sharply to 96% in the period from January 2022.

Key words: *cosmetic market, cosmetic products, development trends, trends, sales volume*