

*Ф А 2.2.1-32-367*

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**факультет медико-фармацевтичних технологій**

**кафедра менеджменту, маркетингу та забезпечення якості у фармації**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА на тему: «МАРКЕТИНГОВІ  
ДОСЛІДЖЕННЯ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ НА ОСНОВІ  
НАТУРАЛЬНОЇ СИРОВИНИ»**

**Виконала:** здобувачка вищої освіти групи  
226Ф ТПКЗм(4,5з)дз

спеціальності: 226 Фармація, промислова фармація  
освітньо-професійної програми Технологія  
парфумернокосметичних засобів

Ілона КОЗАЧОК

**Керівник:** професорка закладу вищої  
освіти кафедри менеджменту, маркетингу та  
забезпечення якості у фармації, д. фарм. н., професор Ірина

**ПЕСТУН Рецензент:** завідувачка каф. соціальної фармації,  
д. фарм.

н., доц. Аліна ВОЛКОВА

**Харків – 2026 рік**

## **АНОТАЦІЯ**

Роботу присвячено маркетинговому дослідженню ринку косметичних засобів на основі натуральної сировини. Проаналізовано категорійнопонятійний апарат, маркетингові та правові аспекти ринку, мотиваційні фактори, які обумовлюють вибір споживача, деталізовано аналіз конкурентного середовища на ринку України та проведено якісний аналіз ринку натуральних дезодорантів. Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел. Викладена на 55 сторінках, містить 5 таблиць, 3 рисунки. Джерел літератури 48, 22 із них іноземною мовою.

*Ключові слова:* натуральні косметичні засоби, ринок, споживчий вибір, натуральний дезодорант

## **ANNOTATION**

The work is devoted to marketing research of the market of cosmetics based on natural raw materials. The categorical and conceptual apparatus, marketing and legal aspects of the market, motivational factors that determine the consumer's choice are analyzed, a detailed analysis of the competitive environment in the Ukrainian market is provided, and a qualitative analysis of the market of natural deodorants is conducted. The work consists of an introduction, 3 sections, conclusions, and a list of sources used. It is presented on 53 pages, contains 5 tables, 3 figures. There are 48 sources of literature, 22 of them in a foreign language.

*Keywords:* natural cosmetics, market, consumer choice, natural deodorant

## ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ .....	6
ДОСЛІДЖЕННЯ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ НА ОСНОВІ НАТУРАЛЬНОЇ СИРОВИНИ.....	6
1.1. Понятійно-категоріальний апарат маркетингових досліджень у сфері косметичних засобів.....	6
1.2. Маркетингові аспекти використання косметичної сировини .....	13
Висновки до розділу 1 .....	19
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ .....	19
КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ НА ОСНОВІ НАТУРАЛЬНОЇ СИРОВИНИ.....	19
2.1. Глобальні та національні тренди розвитку ринку натуральної косметики.....	19
2.2. Аналіз поведінки споживачів і їхніх мотиваційних моделей при виборі натуральних косметичних засобів.....	26
2.3. Конкурентне середовище й особливості позиціонування брендів натуральної косметики .....	32
Висновки до розділу 2.....	40
РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ТА ХАРАКТЕРИСТИК НАТУРАЛЬНИХ ДЕЗОДОРАНТІВ .....	42
3.1. Порівняльний аналіз натуральних дезодорантів.....	42
3.2. Тенденції та напрями розвитку ринку натуральних дезодорантів в Україні .....	50

Висновки до розділу 3.....	57
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТКИ.....	

## **ВСТУП**

### **Актуальність теми**

Актуальність дослідження маркетингових аспектів косметичних засобів на основі натуральної сировини зумовлена стрімким зростанням попиту на екологічно безпечну, етичну та здоров'язберезувальну продукцію, що спостерігається як на світовому, так і на українському ринку. Посилення екологічної свідомості споживачів, розширення сегмента «clean beauty», а також підвищення вимог до прозорості складу й безпечності косметики стимулюють виробників переходити до використання натуральних інгредієнтів та впроваджувати інноваційні, біорозкладні формули. Водночас жорсткіші регуляторні вимоги, гармонізовані з європейськими стандартами, підсилюють потребу у науково обґрунтованих маркетингових підходах. У таких умовах аналіз поведінки споживачів, конкурентних стратегій і ринкових тенденцій стає критично важливим для формування ефективних рішень у сфері виробництва та просування натуральної косметичної продукції.

### **Мета дослідження**

Метою дослідження є аналіз сучасного стану, тенденцій і перспектив розвитку ринку натуральних косметичних засобів в Україні з урахуванням світових трендів.

### **Завдання дослідження**

Для досягнення поставленої мети були виконані наступні завдання:

- проаналізувати понятійно-категоріальний апарат як підґрунтя маркетингових досліджень у сфері косметичних засобів на основі натуральної сировини;
- дослідити глобальні та національні тренди розвитку ринку натуральної косметики;
- проаналізувати мотиваційні моделі поведінки споживачів при виборі натуральних косметичних засобів;
- здійснити аналіз конкурентного середовища й особливостей позиціонування брендів натуральної косметики;
- провести поглиблений маркетинговий аналіз ринку на прикладі натуральних дезодорантів.

**Об'єкт дослідження.** Ринок натуральної косметики.

**Предмет дослідження.** Маркетингові та нормативно-регулюючі аспекти ринку косметичних засобів на основі натуральної сировини.

**Методи дослідження.** Для вирішення поставлених завдань у дослідженні використовувалися методи контент-аналізу, описовий метод, структурно-логічний, узагальнення, групування, порівняння.

**Апробація результатів дослідження.** Результати досліджень, викладені у роботі, оприлюднено на V Міжнародній науково-практичній конференції «Фундаментальні та прикладні дослідження у галузі фармацевтичної технології» у м. Харків, 23 жовтня 2025 р. (Додаток А).

**Структура та обсяг кваліфікаційної роботи.** Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел. Викладена на 55 сторінках, містить 5 таблиць, 3 рисунки. Джерел літератури 48.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ НА ОСНОВІ НАТУРАЛЬНОЇ СИРОВИНИ**

### **1.1. Понятійно-категоріальний апарат маркетингових досліджень у сфері косметичних засобів.**

У сфері маркетингових досліджень косметичних засобів однією з головних проблем є відсутність чіткого уніфікованого юридичного визначення ключових термінів, передусім понять «натуральна косметика», «органічна косметика», «веганська косметика» тощо. Це призводить до нечіткості класифікацій, різного трактування у країнах, а також використання маркетингових термінів виробниками у власних інтересах.

Правовий статус і регуляторні вимоги можуть бути оцінені при вивченні окремих нормативних документів у різних країнах світу, дотичних до ринку косметичних засобів. У законодавстві ЄС і Великої Британії немає обов'язкової єдиної дефініції для терміну «натуральний», проте діють рекомендації міжнародних і галузевих стандартів (ISO 16128, REACH, COSMOS, NATRUE). За REACH «натуральною» є речовина з природного джерела, яка не зазнавала хімічної модифікації; ISO 16128 визначає градацію натуральних, природного походження, органічних та похідних інгредієнтів, встановлює математичний індекс натуральності. COSMOS та NATRUE задають власні критерії і сертифікацію. В США існує проект Natural Cosmetics Act (2019), але станом на 2024 рік юридично термін «натуральний» так само не визначений, а використання відповідних маркувань підлягає регуляції FTC та FDA щодо некоректних чи оманливих заяв.

Відповідно до зазначених документів може бути розглянута класифікація:

- натуральна косметика (natural cosmetics) – продукти, до складу яких входить максимально можливий відсоток інгредієнтів природного походження (мін. 50–70%), дозволяється фізична чи фізико-хімічна обробка

без зміни природної молекулярної структури. Примітно, що навіть наявність одного «натурального» компоненту не робить такий продукт повністю натуральним;

- органічна косметика (organic cosmetics) – містить виключно сертифіковану органічну сировину (згідно із USDA, ECOCERT, стандартами ЄС),  $\geq 95\%$  складу – компоненти з органічних господарств, вирощені без пестицидів і ГМО. Часто проходить екологічну і етичну сертифікацію;

- веганська косметика (vegan cosmetics): повна відсутність компонентів тваринного походження; не тотожна натуральній або органічній, оскільки може містити синтетичні інгредієнти, але не допускає тестування на тваринах;

- похідні природного походження (naturally derived): це функціональні інгредієнти, які отримують із рослин, мікроорганізмів чи мінералів, однак вони модифіковані/екстраговані до іншої молекулярної форми. У багатьох стандартах – мають право бути включеними до складу, якщо відсоток натурального походження перевищує 50%;

- конвенціональна/традиційна косметика: традиційні косметичні засоби зі змішаним складом, що мають більшу частку синтетики (допускається наявність певного числа натуральних компонентів, але без гарантій сертифікації);

- інші: «біо», «еко», «natural origin»: такі терміни не завжди мають підтвердження стандартами, їх забезпечує лише репутація виробника або сертифікат (COSMOS, ECOCERT, NATRUE) [1-4].

Основою натуральної/органічної косметики є рослинні екстракти, ефірні олії, природні барвники, консерванти (натуральний спирт, сіль). Допускається використання мікроорганізмів і водоростей як джерела нових біоактивних речовин [5-10].

Присутні вимоги green chemistry: мінімізація залишку розчинників, заборона нафтопродуктів і похідних, використання енергоощадливих екстракційних технологій [11].

Зростаючий попит споживачів на сталу та екологічно відповідальну продукцію зумовив суттєві зміни у косметичній промисловості. Перехід до «зеленої» косметики вимагає від виробників переосмислення всього життєвого циклу продукту, від постачання сировини до методів виробництва та утилізації пакування. Однак, протягом багатьох років галузь стикалася з проблемою відсутності уніфікованих регуляторних визначень та гармонізованих настанов сертифікаційних органів, що створювало ризик введення споживача в оману та ускладнювало міжнародну торгівлю.

Дослідження Fonseca-Santos, Corrêa та Chorilli (2015) надало критичний науковий фундамент для розуміння багатогранності феномену натуральної та органічної косметики, акцентуючи увагу на споживчих, продуктових, регуляторних та токсикологічних міркуваннях.

Науковий дискурс підкреслює, що стійкість продукції охоплює не лише використання натуральних інгредієнтів, але й відповідальність за вибір продукту, пакування та виробничих процесів, які мають значний вплив на довкілля. Таким чином, належна оцінка має відбуватися на всіх етапах життєвого циклу. Було встановлено, що натуральні косметичні інгредієнти походять з рослин, тварин або мінералів. При цьому критично важливою є диференціація: не вся натуральна сировина відповідає органічним стандартам, оскільки значна частина може бути отримана традиційними, несертифікованими методами.

Ключовим висновком досліджень є необхідність ретельної оцінки ефективності та токсикологічної безпеки натуральних продуктів, які виконують специфічну біологічну функцію. Поширена презумпція нешкідливості природних компонентів не завжди підтверджується науковими даними. Наприклад, навіть перспективні натуральні продукти, такі як олія

зеленої кави, яка може покращувати сонцезахисний фактор (SPF) у формулах, потребують додаткових токсикологічних досліджень *in vivo* для підтвердження безпеки та заявленої ефективності. Цей акцент на безпеці прямо вказує на потенційний розрив між науковими вимогами та подальшими технічними стандартами, які можуть не включати токсикологічні критерії.

У відповідь на регуляторну фрагментацію, виявлену в академічному середовищі, були розроблені міжнародні стандарти, які Україна прийняла як національні настанови (ДСТУ).

ДСТУ ISO 16128-1:2023 та ДСТУ ISO 16128-2:2023 є ідентичними прийняттями (IDT) міжнародних стандартів ISO 16128-1:2016 та ISO 16128-2:2017 відповідно. Ці документи, також попередньо прийняті методом підтвердження у 2018 році, є технічною настановою, спрямованою на гармонізацію визначень і критеріїв для натуральних та органічних косметичних інгредієнтів і продуктів. Важливо підкреслити, що ISO 16128, за своєю суттю, не є сертифікаційною етикеткою, регуляторним актом чи законом, а слугує інструментом для встановлення єдиної методології розрахунку.

Частина 1 стандарту (ДСТУ ISO 16128-1:2023) встановлює термінологічну базу, визначаючи чотири основні категорії інгредієнтів:

- натуральні інгредієнти, отримані виключно з природних джерел (рослин, тварин, мікроорганізмів, мінералів) за допомогою фізичних процесів, ферментації або інших процедур без навмисної хімічної модифікації;
- органічні інгредієнти. Відповідають критеріям натуральних, але додатково походять із сертифікованих органічних методів виробництва;
- ідентичні природним інгредієнти. Синтетично отримані

інгредієнти, що мають той самий хімічний склад, що й природні. Їхній індекс натуральності дорівнює 0.0, і вони не враховуються у відсотку натурального походження [12].

Ключовим та найбільш дискусійним елементом є визначення Похідних натуральних інгредієнтів. Вони визначаються як косметичні інгредієнти, що мають більше ніж 50% натурального походження (за молекулярною масою, вмістом відновлюваного вуглецю або іншими відповідними методами) і які були отримані шляхом визначених хімічних та/або біологічних процесів із наміром хімічної модифікації. Цей технічний поріг (  $>50\%$  ) дозволяє включати хімічно модифіковані інгредієнти (наприклад, емульгатори, ПАР) до загального розрахунку натуральності кінцевого продукту.

Аналіз ДСТУ ISO 16128-2. Методологія Розрахунку Індексу Походження Частина 2 стандарту (ДСТУ ISO 16128-2:2023) надає методологічну основу для кількісного визначення індексів натурального та органічного походження.

Для розрахунку відсотка натуральної частки кінцевого продукту застосовується формула, що включає зважений внесок кожного компонента. Індекс натуральності кожного інгредієнта встановлюється в діапазоні від 0 до 1. Наприклад, вода, яка може складати значну частину формули, має індекс 1.0, що суттєво впливає на кінцевий відсоток натуральності. Ця стандартизована методика є інструментом прозорості для виробників, дозволяючи об'єктивно порівнювати інгредієнти.

Хоча ДСТУ ISO 16128 забезпечує технічну гармонізацію, його сфера застосування має суттєві обмеження, які створюють дисонанс із ширшими вимогами до стійкості, визначеними в академічній літературі.

Критерій «похідних натуральних інгредієнтів» (  $>50\%$  натуральності) є джерелом найбільшої критики з боку суворих сертифікаційних схем (наприклад, COSMOS). Оскільки інгредієнт, що містить лише 51% натуральної сировини після значної хімічної модифікації, може бути включений до відсотка натуральності, це створює «сильний ризик плутанини» для споживачів.

Крім того, ISO 16128 є «більш гнучким і менш суворим», ніж комплексні схеми, оскільки не встановлює вимог щодо процесів та не забороняє використання спірних нафтохімічних інгредієнтів. Таким чином, виробник може досягти високого показника натуральності (наприклад, 96.5%) згідно з методологією ISO 16128, одночасно використовуючи напівсинтетичні компоненти та ігноруючи екологічні та етичні вимоги, що потенційно сприяє грінвошингу.

В контексті дослідження вимог до безпеки та законодавства для натуральних косметичних інгредієнтів у межах ЄС, виділяють наступні аспекти:

- регуляторна база. Центральним законодавчим актом є Регламент ЄС щодо косметичної продукції (ЄС) № 1223/2009, який вимагає, щоб усі косметичні продукти, незалежно від того, чи є їхні інгредієнти натуральними, чи синтетичними, проходили оцінку безпеки та мали звіт про безпеку продукту перед розміщенням на ринку. Жодного окремого спеціального законодавства виключно для «натуральної» косметики не існує;
- міркування безпеки. Оцінка повинна стосуватися потенційних небезпек, включаючи мікробні забруднення (наприклад, *E. coli*, *S. aureus*), хімічні забруднення (наприклад, важкі метали, залишки пестицидів) та алергени або токсини природного походження;
- заборона на тестування на тваринах. Регламенти ЄС забороняють тестування косметичних інгредієнтів та готової продукції на тваринах, що вимагає використання альтернативних методів, названих Новими підходами до методологій (New Approach Methodologies, NAMs), для токсикологічної оцінки;
- виклики. Притаманна складність та мінливість складу натуральних екстрактів створюють виклик для оцінки безпеки та валідації NAMs, зокрема для тестування системної токсичності [13-16].

На сьогодні, технічне регулювання косметичної продукції в Україні знаходиться у процесі активної гармонізації з законодавством ЄС. З 1 жовтня 2023 року вступив в дію Закон України «Про систему громадського здоров'я». З цього періоду, до косметичної продукції застосовуються лише загальні вимоги з питань безпеки: відсутність у готовій продукції токсичної, подразнюючої, сенсibilізуючої, фотосенсibilізуючої, дисхромічної чи іншої несприятливої дії на здоров'я людини, а також відсутність чи обмеження рівня забруднення патогенними, умовно патогенними та санітарно-показовими мікроорганізмами за умов застосування згідно з призначенням протягом гарантійного терміну зберігання.

З 03.08.2024 року набрала чинності постанова КМУ від 20.01.2021р. №65 «Про затвердження Технологічного регламенту на косметичну продукцію, який розроблений на основі Регламенту ЄС №1223/2009.

Після 3 серпня 2026 року вся продукція, що вводиться в обіг, має відповідати вимогам Технічного регламенту, які передбачають імплементацію європейських підходів. Серед ключових вимог є:

- відповідальна Особа (Responsible Person, RP). Необхідність призначення Відповідальної особи в Україні. Ця особа несе відповідальність за безпеку продукції на ринку;
- файл з Інформацією про Продукт (Product Information File, PIF). Обов'язкова підготовка та зберігання повного Файлу з інформацією про продукт (PIF);
- звіт про Безпеку (Cosmetic Product Safety Report, CPSR). Необхідність розробки Звіту про безпеку косметичної продукції, який має бути підготовлений кваліфікованим експертом (асесором) з відповідною вищою освітою (Магістр медицини або фармації);
- належна Виробнича Практика (GMP). Виробництво косметичної продукції повинно здійснюватися відповідно до Належної виробничої

практики (GMP), відповідність якій встановлюється при дотриманні вимог стандарту ДСТУ EN ISO 22716;

- нотифікація (Реєстрація). Обов'язкова Нотифікація (реєстрація) косметичного продукту на порталі Міністерства охорони здоров'я.
- маркування: дотримання нових, деталізованих вимог до маркування, включаючи перелік обов'язкової інформації (наприклад, ім'я та адреса відповідальної особи, склад за INCI, дата мінімальної придатності або РАО, попередження).
- регламенти UA REACH та UA CLP. Необхідність оцінки відповідності хімічної сировини вимогам Технічних регламентів UA CLP та UA REACH. Це включає заборону використання у складі косметичних продуктів CMR-речовин та поступову заборону розміщення на ринку продукції, що містить силікони D4 і D5, а також навмисно доданий мікропластик (відповідно до встановлених графіків);
- аерозольні розпилювачі. Для продукції у вигляді аерозолів необхідна додаткова оцінка відповідності Технічному регламенту на аерозольні розпилювачі [17].

## **1.2. Маркетингові аспекти використання косметичної сировини**

Сучасний ринок косметичної сировини демонструє стаке зростання, що зумовлено демографічними змінами, екологічною свідомістю та зміною споживчих переваг. Старіння населення спричиняє підвищений попит на антивікові засоби та фарби для волосся, що стимулює розширення сегмента високоякісної сировини, зокрема гіалуронової кислоти, ретинолу та вітаміну С. Поширеність інтернет-магазинів забезпечує легкий доступ до інформації про склад, властивості й застосування компонентів, що сприяє прозорості та довірі споживачів.

Зростання інтересу до засобів для догляду за шкірою також активізує ринок. Багатоступеневі рутини передбачають використання широкого спектра продуктів (сироваток, засобів очищення, кремів, сонцезахисної продукції), для яких потрібні спеціалізовані інгредієнти з підтвердженою ефективністю.

Екологічна свідомість споживачів спричиняє стабільний перехід до натуральних, органічних та стійких інгредієнтів. Це стимулює виробників замінювати синтетичні матеріали природними, такими як рослинні екстракти, ефірні олії та мінеральні компоненти. Тренд «зеленої краси» перетворився на тривалий стратегічний напрям, що передбачає інновації у сфері сталого землеробства, етичного постачання та переробки сировини.

Пріоритет надається біорозкладним інгредієнтам, особливо у продуктах, що змиваються, оскільки вони не утворюють токсичних залишків і знижують навантаження на системи очищення води. Це одночасно підвищує екобезпеку і рівень дерматологічної переносимості продукції.

Структура ринку косметичної сировини представлена :

За типом інгредієнтів:

- натуральна сировина. Лідирує завдяки екологічності, біосумісності та низькому ризику подразнень. Переважає у формулах догляду за шкірою та волоссям.
- синтетична сировина. Використовується через стабільність, економічність і широту функціональних властивостей.
- гібридна сировина. Поєднує переваги обох груп, забезпечуючи баланс між ефективністю, стабільністю та природністю.

За сферою застосування:

- догляд за шкірою (домінуючий сегмент): антивікові компоненти, зволожувальні та фотозахисні інгредієнти.
- догляд за волоссям: натуральні олії, рослинні екстракти, активи для зміцнення волосяних фолікулів.

- макіяж: пігменти, текстурні компоненти, зволожувальні активи.
- аромати: натуральні та синтетичні ароматизатори, есенції.

Сировина на водній основі набуває популярності завдяки легкій текстурі та кращій переносимості. Це посилює попит на емульгатори, стабілізатори та інші інгредієнти для створення м'яких, некомедогенних формул.

Зростає попит на інгредієнти, які:

- не містять компонентів тваринного походження,
- не потребують тестування на тваринах,
- мають сертифікати етичного виробництва.

Це стимулює розвиток рослинних альтернатив та інноваційних лабораторних методів тестування [18].

Косметична промисловість переживає значний зсув у бік натуральних та органічних продуктів, зі зростанням обізнаності споживачів щодо здоров'я, сталого розвитку та інгредієнтів. Споживачі все частіше перевіряють етикетки та шукають косметику, виготовлену з використанням рослинних, біологічних та екологічно сертифікованих інгредієнтів. Ця тенденція особливо поширена серед молодого покоління, яке цінує чисту красу та екологічні практики. Як наслідок, виробники косметичної сировини змушені переформулювати існуючі продукти та створювати нові, натуральні інгредієнти, які відповідають цим мінливим вимогам. Рослинні інгредієнти, ефірні олії та природні поверхнево-активні речовини та емульгатори стають основними інгредієнтами більшості косметичних продуктів.

Соціальний феномен чистої краси, що підживлюється просуванням інфлюенсерів та соціальними мережами, продовжує стимулювати попит до нетоксичних та екологічно чистих інгредієнтів, який виходить за рамки впливу на джерела постачання та стратегії формулювання, але також заохочує інновації у сфері сталого пакування, а також відповідальну бізнес-практику вздовж усього ланцюга постачання.

Інновації в галузі біотехнологій та зеленої хімії відкривають нові горизонти в галузі косметичної сировини. Ці технології забезпечують засоби для створення високочистих, екологічно чистих та функціонально просунутих інгредієнтів шляхом мікробної ферментації, ферментативного синтезу та культури рослинних клітин. Біотехнологія пропонує альтернативи інгредієнтам нафтохімічного та тваринного походження, доповнюючи зростаючу популярність веганських продуктів та продуктів, не тестованих на тваринах. Процеси зеленої хімії гарантують використання відновлюваної сировини та нетоксичних розчинників, а також зменшують вплив виробництва інгредієнтів на навколишнє середовище. Ці процеси також сприяють розробці спеціалізованих молекул, які забезпечують певні косметичні переваги, такі як антивікові, зволоження та відбілювання шкіри. Оскільки сталий розвиток стає справді відмінним фактором між брендами, досягнення в зеленій хімії та біотехнології надають можливості постачальникам сировини пропонувати нові, екологічно чисті рішення, що відповідають потребам регуляторних органів та споживачів. Крім того, ці технології мають потенціал для підвищення стабільності, біодоступності та ефективності інгредієнтів, стимулюючи розробку продуктів у косметичній промисловості протягом наступного покоління [19].

Упродовж останніх років спостерігається стійке підвищення екологічної обізнаності споживачів, що відчутно впливає на функціонування різних галузей економіки, зокрема косметичної промисловості. Зростання попиту на екологічно безпечні продукти стимулює виробників до переходу на натуральну та біорозкладну сировину, яка поступово замінює традиційні інгредієнти синтетичного походження. Така трансформація узгоджується з очікуваннями сучасного ринку та сприяє мінімізації антропогенного навантаження на довкілля.

Натуральна та біорозкладна сировина є важливим компонентом у виробництві косметичних засобів, особливо тих, що змиваються під час

використання. Значні обсяги такої продукції щодня потрапляють у систему водовідведення, що потребує ефективних методів очищення. Біорозкладні інгредієнти проходять природні процеси розкладу, що зменшує ризики вторинного забруднення та полегшує роботу очисних споруд.

Використання екологічно безпечної сировини забезпечує низку переваг. По-перше, зменшується негативний вплив на водні та ґрунтові екосистеми, адже на відміну від мікропластику чи стійких синтетичних компонентів, біорозкладні речовини не формують токсичних залишків. По-друге, така косметика характеризується кращою переносимістю, що є важливим для користувачів із підвищеною чутливістю шкіри. По-третє, її виробництво здебільшого базується на засадах сталого природокористування, включаючи екологічно раціональне землеробство та підтримку місцевих спільнот.

Поширення натуральної та біорозкладної косметики вже змінює структуру ринку. Зростаючий інтерес до екологічно відповідальних продуктів стимулює компанії до інновацій та до формування більш відповідального брендингу. Паралельно активізуються наукові дослідження нових видів сировини, зокрема на основі водоростей, біополімерів та інших поновлюваних ресурсів, що відкриває нові можливості у створенні ефективних і стійких косметичних формул.

Перспективи розвитку цього сегменту є сприятливими. Глобальні виклики, пов'язані зі зміною клімату та забрудненням довкілля, підсилюють необхідність упровадження стійких підходів у галузі догляду за тілом і волоссям. Компанії, які вже сьогодні інвестують у натуральну та біорозкладну сировину, отримують шанс закріпитися як лідери ринку та формувати довгострокові тенденції його розвитку [20].

Індустрія зеленої косметики стрімко зростає під впливом розвитку екологічної свідомості та підвищення вимог до безпечної продукції. Зелена косметика базується на використанні натуральних, органічних і етично отриманих інгредієнтів, що мінімізують вплив на довкілля та підвищують

безпеку для споживачів. Основними її характеристиками є застосування природної сировини, біорозкладність, відсутність токсичних компонентів, етичне постачання та екологічно орієнтована упаковка. Зростання попиту формують поінформованість споживачів, посилення регуляторних вимог і розвиток «зеленої» хімії. Для бізнесу ключові цілі включають екологічну стійкість, безпечність продукції, прозорість у походженні інгредієнтів та дотримання стандартів сталого розвитку. Попри значні переваги, галузь стикається з низкою труднощів: високою собівартістю натуральної сировини, складністю управління ланцюгами постачання, викликами у створенні стабільних формул і необхідністю відповідності різноманітним нормативним вимогам. Додатковим бар'єром є ризики грінвошингу та потреба в освітній роботі зі споживачами. Водночас успішні практики провідних брендів підтверджують, що інвестиції в інновації й сталі підходи забезпечують конкурентні переваги та зміцнюють позиції на ринку екологічної косметики [21].

У сучасних умовах зелена косметика розглядається як перспективний напрям розвитку індустрії завдяки пріоритетному використанню натуральних і екологічно безпечних інгредієнтів, що забезпечують мінімальний вплив на довкілля та підвищену безпечність продукції. До ключових характеристик таких засобів належать застосування природної сировини, біорозкладність, відсутність токсичних компонентів, етичні підходи до постачання та екологічно орієнтована упаковка. Зростання попиту на зелену косметику зумовлене поінформованістю споживачів, посиленням регуляторних вимог і розвитком технологій у сфері природних інгредієнтів. Дослідження природних компонентів для косметики підтверджують їх потенціал у сфері антивікових, протизапальних, депігментувальних та інших функціональних властивостей, що розширює можливості створення ефективних та стійких косметичних рішень. Такі тенденції відображені у наукових роботах, які акцентують на значенні рослинної сировини як джерела інноваційних косметичних

інгредієнтів та визначають актуальні напрями подальших досліджень у галузі натуральної косметики [22].

### **Висновки до розділу 1**

Розгляд теоретичних і нормативних аспектів показав, що сфера натуральної косметики досі не має узгоджених визначень і єдиних правил класифікації. Через це виробники по-різному трактують терміни «натуральна», «органічна» чи «веганська» косметика, що часто вводить споживачів в оману. Міжнародні стандарти, такі як ДСТУ ISO 16128, дають базову методiku оцінювання інгредієнтів, але не вирішують питання екологічності чи токсикологічної безпеки, тому для аналізу продуктів потрібен ширший підхід.

Ринок косметичної сировини зміщується у бік натуральних та біорозкладних компонентів через попит на безпечніші та екологічно дружні продукти. Технологічні рішення зеленої хімії та біотехнологій допомагають створювати більш сучасні інгредієнти, але виробники стикаються із високою собівартістю та складністю дотримання нових регуляторних вимог. Це формує потребу в подальших дослідженнях, аби поєднати якість, доступність і відповідність стандартам.

## **РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ НА ОСНОВІ НАТУРАЛЬНОЇ СИРОВИНИ**

### **2.1. Глобальні та національні тренди розвитку ринку натуральної косметики**

Як зазначалось, упродовж останнього десятиліття ринок натуральної косметики демонструє стрімкий розвиток, зумовлений суттєвими змінами у споживчих уподобаннях, підвищенням екологічної свідомості та технологічним прогресом у виробництві косметичної продукції. Натуральна косметика, яка базується на використанні інгредієнтів рослинного, мінерального або іншого природного походження, перетворилася з нішевого сегмента на один із центральних напрямів глобальної індустрії краси. Ці

процеси визначають комплексні економічні, соціальні та технологічні трансформації, які формують сучасну структуру та динаміку ринку.

Світовий ринок натуральної косметики характеризується сталим і прогнозованим зростанням. За оцінками аналітичних звітів, його обсяг, який у 2025 р. становив 23.88 млрд дол. США, до 2030 р. може досягти 32.49 млрд дол. США зі середньорічним темпом зростання (CAGR) 6.35 %. Інші джерела наводять вищі показники, зокрема 31.84 млрд дол. США у 2023 р. та прогнозовані 45.60 млрд дол. США у 2030 р. при CAGR 5.3 %. Незважаючи на відмінності у числових даних, експертні оцінки узгоджено підтверджують: натуральна косметика переходить від вузької, альтернативної категорії до площини масового споживання.

Основними чинниками такого зростання є зростаючий рівень занепокоєння споживачів щодо впливу синтетичних інгредієнтів на здоров'я, активне регулювання хімічних компонентів у косметичних засобах, а також посилення екологічної відповідальності як населення, так і держав. Особливо відчутний попит серед представників молодших поколінь, зокрема міленіалів та покоління Z, які виявляють більшу схильність до вибору продукції з чистими інгредієнтами, прозорими ланцюгами постачання та екологічними сертифікаціями.

Зростання ринку натуральної косметики значною мірою визначається етичними установками споживачів. Дані аналітичних досліджень демонструють, що популярність веганських і cruelty-free продуктів забезпечує додатковий позитивний вплив на річний темп зростання ринку (+1.0 %). Така тенденція активно проявляється у Північній Америці та Європейському Союзі, де етичне виробництво, прозорість рецептур та відмова від компонентів тваринного походження стали інституціоналізованими нормами.

Іншим значущим чинником є вплив медіапростору, зокрема соціальних мереж. Інфлюенсер-маркетинг, підтримка брендів знаменитостями та авторитетами б'юті-індустрії сприяють швидкому поширенню інформації про

натуральні продукти та створюють додатковий приріст ринку (+0.8 %). Цей механізм особливо дієвий у країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону та Північної Америки, де соціальні мережі мають потужний вплив на рішення споживачів.

Зростання попиту на засоби для чутливої шкіри (+0.6 %) також сприяє розвитку натуральної косметики, оскільки рослинні та органічні інгредієнти сприймаються як м'якші, безпечніші та менш імовірні щодо викликання алергічних реакцій. Це формує стабільний запит на продукцію з мінімальним вмістом синтетичних ароматизаторів, консервантів і поверхнево-активних речовин.

Структура ринку натуральної косметики зазнає істотних змін завдяки впровадженню сучасних технологій. Персоналізація та індивідуалізація продукції на основі технологій штучного інтелекту суттєво розширюють можливості виробників. ШІ-технології використовуються для аналізу стану шкіри та вибору оптимальних натуральних інгредієнтів у персоналізованих формулах, сприяючи як підвищенню ефективності продуктів, так і посиленню довіри споживачів.

Крім того, технологічні інновації дозволили усунути низку обмежень, традиційно притаманних натуральній косметиці, зокрема недостатню стабільність і тривалий термін зберігання. Використання Natural Deep Eutectic Solvents (NaDES) підвищує розчинність натуральних активних речовин, покращує їх біодоступність і забезпечує стабільність формул, що сприяє зростанню ринку приблизно на 0.4 %. Такі технологічні рішення відкривають нові можливості для створення високоефективної натуральної декоративної та доглядової косметики.

Географічна структура ринку натуральної косметики відзначається неоднорідністю. Найбільшим ринком у 2024 р. став Азіатсько-Тихоокеанський регіон зі часткою 33.21 % та прогнозованим CAGR 7.83 % до 2030 р.

Основними причинами є швидка урбанізація, зростання доходів населення та поширення екологічних трендів у країнах АРАС.

Європа, за іншими звітами, зберігала провідні позиції у 2023 р., насамперед завдяки жорстким регуляторним вимогам у сфері безпеки косметики. Регламент ЄС № 1223/2009 забороняє понад 1400 хімічних речовин та встановлює особливо суворі вимоги до інгредієнтів, що стимулює розвиток натуральних альтернатив. Європейський споживач демонструє високий рівень обізнаності та готовність підтримувати бренди зі сталими ланцюгами постачання.

Північна Америка демонструє стабільний приріст, стимульований зростанням усвідомлення впливу косметичних інгредієнтів на здоров'я та оновленням нормативних актів, зокрема MoCRA (2022), що посилює вимоги до безпеки і прозорості.

На рівні продуктового асортименту спостерігається чітка тенденція до преміумізації. Хоча масовий сегмент становить майже 69 % загального обсягу ринку, преміум-продукти зростають швидше, із прогнозованим CAGR 7.11 % до 2030 р. Попит на преміальні лінійки пояснюється бажанням споживачів отримати продукцію з високою концентрацією натуральних активів, сертифікацією та підтвердженням етичним виробництвом.

Серед продуктів найбільшу частку займає догляд за обличчям (47.33 % у 2024 р.). Це зумовлено інтеграцією функцій декоративної косметики та доглядових властивостей, а також зростанням інтересу до здоров'я шкіри. Найшвидші темпи розвитку демонструє сегмент косметики для очей (CAGR 6.73 %).

Хоча ринок залишається переважно жіночим (90.67 % у 2024 р.), спостерігається зростання чоловічого сегмента з прогнозованим CAGR 7.45 %. Це відображає соціальні зміни, нормалізацію чоловічих б'юті-практик та підвищення попиту на натуральні засоби у догляді за шкірою і волоссям.

Фізична роздрібна торгівля зберігає домінуючу роль (46.54 % у 2024 р.), оскільки спеціалізовані магазини забезпечують персональні консультації та можливість тестування продуктів. Водночас електронна комерція демонструє найвищі темпи розвитку: прогнозований CAGR 6.87 %, а за окремими даними онлайн-сегмент зростає навіть на рівні 8.8 %. Поширення цифрових платформ сприяє доступності натуральної косметики та створенню нових маркетингових можливостей.

Незважаючи на високі темпи розвитку, ринок натуральної косметики стикається з низкою обмежень. Насамперед це наявність контрафактних продуктів, що негативно впливає на ринок (-0.7 %), та відсутність глобальної уніфікованої сертифікації (-0.5 %). Відмінності між національними і приватними стандартами (USDA Organic, COSMOS, Natrue, Ecocert) створюють складнощі для виробників і споживачів, ускладнюючи орієнтацію на міжнародному ринку.

Додатковими бар'єрами є висока собівартість натуральної сировини, складність забезпечення стабільності формул та значні витрати на дослідження і розробки, які можуть зменшувати рентабельність бізнесу (-0.4 % впливу на CAGR) [23,24].

Ринок натуральної та органічної косметики в Україні упродовж останніх п'яти років (2019–2024 рр.) характеризувався стабільним і поступальним розвитком, незважаючи на суттєві макроекономічні виклики, пандемію COVID-19 та наслідки повномасштабної війни. Динаміка цього сегмента відображає загальносвітові тенденції до екологічності, безпечності та здорового способу життя, що зумовлює формування стійкого попиту на продукцію з натуральними інгредієнтами. На підставі аналізу доступних джерел виокремлено низку ключових тенденцій розвитку вітчизняного ринку натуральної косметики [25].

Однією з визначальних характеристик аналізованого періоду є зростання попиту на натуральну та екологічно безпечну косметичну продукцію. Сегмент

демонструє сталу позитивну динаміку, оскільки споживачі дедалі частіше обирають засоби без шкідливих синтетичних компонентів. Натуральна косметика перестала сприйматися як тимчасовий тренд і перетворилася на свідомий вибір споживачів, орієнтованих на якість та природність складу. Чітко окреслена екоорієнтованість проявляється у використанні рослинної сировини, вирощеної без агрохімікатів, застосуванні натуральних екстрактів та ефірних олій, а також у відмові від тестування на тваринах. Незважаючи на те, що частка органічної косметики на українському ринку поки становить лише 1–2 %, сегмент потенційно має широкі можливості для подальшого зростання [26-28].

Значним чинником розвитку ринку є посилення ролі українських виробників. Упродовж 2019–2024 рр. спостерігається збільшення частки національних брендів, які активно використовують природні ресурси України як джерело корисних інгредієнтів. Після 2022 року патріотичні настрої стали додатковим стимулом до зростання попиту на продукцію локального виробництва. Українські компанії ефективно адаптувалися до нових умов, пропонуючи натуральні засоби та акцентуючи увагу на екологічності виробництва. Одразу кілька факторів сприяють зміцненню їхніх позицій: доступніші ціни порівняно з імпортною продукцією, високий рівень якості та впровадження інноваційних рішень, зокрема збільшення локалізації сировини.

Зміни у споживчих уподобаннях також істотно вплинули на структуру ринку. Зростає популярність корейської косметики, що характеризується якістю та наявністю натуральних складників. Одночасно змінилася структура попиту: унаслідок пандемії та війни зменшилася частка декоративної косметики, тоді як доглядова продукція відновила та посилила свої позиції. Українські виробники розширили асортимент доглядових засобів, включаючи креми, маски, продукцію для волосся та засоби інтимної гігієни. Водночас визначився потенціал експорту крафтової косметики, особливо до країн ЄС, де зростає попит на товари природного походження, продукцію, що не тестується

на тваринах, та інноваційні формати (тверді шампуні, бомбочки для ванни). Значення також набуває персоналізація, що передбачає створення засобів, адаптованих до індивідуальних потреб шкіри споживачів [29].

Суттєвою характеристикою ринку стало поширення екологічної упаковки та зростання ролі сертифікації. Споживачі дедалі частіше обирають бренди, які використовують перероблену чи біорозкладну упаковку. Виробники скорочують використання пластику, надають перевагу картону, склу, паперу, екологічно безпечним барвникам. Водночас наявність міжнародних сертифікацій, таких як ECOCERT або COSMOS, виступає важливим підтвердженням якості та безпечності продукції, оскільки національні стандарти у сфері визначення «органічної» та «натуральної» косметики залишаються недостатньо гармонізованими. З 3 серпня 2024 року в Україні почав діяти Технічний регламент на косметичну продукцію, гармонізований з нормами ЄС. Це посилює вимоги до безпечності, розширює перелік заборонених речовин та передбачає обов'язкове впровадження належної виробничої практики, що має на меті підвищення якості продукції та усунення бар'єрів у торговельних відносинах з ЄС [30,31].

Канали реалізації також зазнали істотної трансформації. Онлайнпродажі стали домінуючим сегментом та підтримали ринок у період криз. Платформи Rozetka, MakeUp, EVA та Prom.ua забезпечили стабільність і компенсували зниження обсягів продажів у фізичних магазинах. Частка онлайн-сегмента у 2023–2024 рр. продовжує зростати, що стало основою стабілізації ринку попри зовнішні виклики.

У цілому тенденції останніх п'яти років демонструють зрушення на користь усвідомленого споживання, де ключовими критеріями стають натуральність, екологічність, безпечність та прозорість походження продукції. Українські виробники ефективно інтегрують ці вимоги, що дозволяє їм зміцнювати конкурентні позиції не лише на внутрішньому ринку, а й у міжнародному середовищі [25].

Таким чином, на основі представленого аналізу нами сформовано тренди ринку натуральних косметичних засобів за останні 5 років (рис. 2.1).

## 2.2. Аналіз поведінки споживачів і їхніх мотиваційних моделей при виборі натуральних косметичних засобів

Поведінка споживачів на ринку натуральної косметики формується комплексом психологічних установок, ціннісних орієнтацій та зовнішніх чинників, що зумовлюють специфічні моделі вибору косметичних продуктів. У глобальному та українському контексті ключовими виступають мотиваційні моделі, засновані на уявленнях про безпечність натурального складу, етичних переконаннях, екологічності та високій чутливості до характеристик продукту, що зазнає ретельної оцінки у процесі прийняття рішення [32].

Основна мотиваційна модель: «упередженість щодо натуральності». Центральним психологічним чинником вибору натуральної косметичної продукції є когнітивне упередження, відоме як «naturalness bias». Воно полягає у стійкій схильності споживачів віддавати перевагу товарам, які сприймаються як «натуральні», на протипагу синтетичним. Основою цієї моделі є сприйнята безпека: навіть за умови, що споживачам повідомляють про рівнозначну ефективність ідентичних натуральних і синтетичних засобів, перший варіант стабільно оцінюється як безпечніший.

Загальна характеристика ринку (Україна, 2019–2024)

- Стійке зростання сегмента натуральної та органічної косметики.
- Незважаючи на COVID-19 та війну, попит не скоротився.
- Відображення глобальних трендів на екологічність та здоровий спосіб

життя

Зростання попиту на натуральну продукцію

- Підвищення інтересу до безпечних та екологічних формул.
- Натуральна косметика стає свідомим вибором, а не трендом.
- Основні характеристики: рослинна сировина без агрохімікатів, ефірні олії, відсутність шкідливих консервантів.

- Ринок органічної косметики: 1–2% частки, високий потенціал зростання.

Посилення ролі українських виробників

- Розширення частки українських брендів.
- Після 2022 року патріотичні мотиви підсилюють попит на локальні продукти.

- Переваги: доступна ціна, висока якість, локалізація сировини.
- Впровадження інноваційних натуральних рішень

Зміни у споживчих вподобаннях

- Популярність корейської косметики через натуральність та результативність.
- Зміщення попиту від декоративної до доглядової косметики.
- Розширення асортименту: креми, маски, засоби для волосся, інтимна гігієна.

- Перспективи експорту: крафтова косметика, cruelty-free, тверді формати.

- Персоналізація рішень для індивідуальних потреб шкіри.

Екологічна упаковка та сертифікація

- Попит на вторинно перероблену та біорозкладну упаковку.
- Відмова від пластику та стійких (токсичних) фарб.
- Значення сертифікації ECOCERT, COSMOS.
- Впровадження Технічного регламенту 2024 (гармонізація з ЄС, GMP, розширений перелік заборонених речовин).

Канали збуту

- Домінування онлайн-каналів: Rozetka, MakeUp, EVA, Prom.ua.
- Зростання інтернет-торгівлі  $\approx 30\%$  за кілька років.
- Онлайн-продажі допомогли стабілізувати ринок у 2023–2024 рр.

Рис. 2.1 Тренди українського ринку натуральних косметичних засобів

Позитивні конотації слів, пов'язаних із природністю, формують евристику «натуральне – це краще», що має особливий вплив у сферах з низьким рівнем технічної обізнаності, зокрема у виборі засобів догляду. Як наслідок, споживачі нерідко віддають перевагу натуральному варіанту, навіть якщо він є

менш ефективним або оптимальним. Це упередження впливає на вимірювану поведінку, визначаючи вибір більшості користувачів, та широко використовуються у маркетингових практиках, де акцент на природних інгредієнтах покращує сприйняття продукту. Зазначені механізми підтверджують, що психологічна установка на «натуральність» є однією з базових мотивацій у виборі натуральної косметичної продукції.

Сутність моделі та її вплив полягає у низці аспектів:

- асоціації з якістю та безпечністю. Натуральність автоматично пов'язується зі здоров'ям, чистотою та вищою якістю, тоді як синтетичні інгредієнти викликають настороженість;
- стереотип позитивного ставлення. На поведінковому рівні «naturalness bias» формується як стійкий позитивний стереотип щодо всього природного;
- елемент ірраціональності. Упередження часто не має раціональних підстав, оскільки споживачі обирають натуральні продукти навіть у випадках, коли ефективність синтетичних аналогів є доведеною або вищою;
- уявлення про користь для здоров'я. Перехід до натуральних засобів пов'язується з очікуваним зменшенням токсичного навантаження на організм і бажанням уникати потенційно небезпечних компонентів [33].

Для значної частини споживачів вибір натуральної косметики є елементом ширшої ідеології свідомого споживання, що включає етичні, екологічні та здоров'яорієнтовані мотиви. Ключові мотиваційні орієнтири:

- етичність та гуманістичні цінності. Поширеними мотивами є підтримка гуманних практик, відмова від компаній, що тестують на тваринах, або орієнтація на веганські продукти;
- екологічна відповідальність. Споживачі прагнуть мінімізувати вплив на довкілля через зменшення використання пластику, сортування

відходів та підтримку брендів із екологічним підходом до виробництва й пакування;

- пошук особистої гармонії. Натуральні засоби розглядаються як спосіб підтримання фізичного і психологічного благополуччя та життя у гармонії з природою;
- інформованість про токсичність. Зростання обізнаності щодо можливих ризиків «традиційної» косметики стимулює перехід до органічних альтернатив [34-38].

Поведінка споживачів у цьому сегменті вирізняється поєднанням раціонального аналізу та ціннісної орієнтації. Для них характерний послідовний перехід до натуральних продуктів і високий рівень вимог.

Ключові критерії вибору:

- склад та безпечність. Оцінювання натуральності, відсутності токсичних речовин та компонентів тваринного походження;
- етичність виробництва. Перевага надається брендам, які не тестують продукцію на тваринах;
- сертифікація. Висока увага до міжнародних сертифікатів якості (ECOCERT, BDIH, SOIL ASSOCIATION, COSMEBIO), оскільки національні стандарти ще недостатньо точні;
- екологічність пакування. Попит на багаторазову або перероблювану тару;
- імідж бренду. Важливість взаємної відповідності цінностей — підтримка локальних виробників, екологічність, чесність у комунікації [39].

Споживачі здебільшого готові платити більше за натуральні продукти, але очікують обґрунтованої відповідності ціни та якості. Дорожчі органічні засоби часто сприймаються як економічно доцільніші порівняно з професійною косметикою.

Попри високий рівень мотивації, споживачі стикаються з низкою обмежень:

- низький рівень довіри. Поширені випадки «псевдоеко»-продуктів ускладнюють відбір якісної продукції;
- дефіцит перевіреної ефективності. Важко знайти натуральні засоби, що відповідають очікуваній результативності;
- обмежений термін придатності. Відсутність консервантів зумовлює коротший строк використання і швидшу втрату товарного вигляду;
- консистенція та запах. Натуральні засоби можуть

розшаровуватися та мати «аптечний» запах;

- конкуренція з імпортом. Домінування іноземних брендів продовжує впливати на споживацькі стереотипи щодо «вищої якості» імпортової продукції.

Таким чином, мотиваційна модель вибору натуральної косметики є комплексною та багаторівневою. Вона поєднує когнітивні упередження (упередження натуральності), етичні та екологічні цінності свідомого споживання та раціонально-оцінювальні критерії якості, сертифікації та складу. Вибір натуральної косметики вимагає від споживача вищої обізнаності, готовності до специфічних властивостей продукції та сприйняття вищої ціни як інвестиції у якість та безпечність. Узагальнення представлено в табл. 2.1

Таблиця 2.1

Мотиваційні моделі, поведінкові установки та бар'єри споживачів

натуральної косметики

Блок	Елемент	Характеристика
------	---------	----------------

1. Основна мотиваційна модель: «упередженість натуральності»	Суть	Схильність споживачів надавати перевагу «натуральному» над «синтетичним», навіть без раціональних доказів
	Асоціації	Натуральність асоціюється з безпечністю, якістю та ефективністю
	Ірраціональність вибору	Натуральні продукти обираються, навіть якщо їхня ефективність не перевищує синтетичних аналогів
	Очікувані переваги	Уявлення про зменшення токсичного навантаження на організм
2. Еко-свідомість і філософія свідомого споживання	Етичні мотиви	Прагнення уникати продукції, тестованої на тваринах; підтримка гуманних практик
	Екологічні мотиви	Орієнтація на зменшення відходів, повторне використання, переробку пакування
	Прагнення до гармонії	Натуральна косметика сприймається як елемент здорового способу життя та самодостатності
	Обізнаність про токсичність	Зростаюче усвідомлення ризиків традиційної косметики
3. Критерії та процес вибору	Склад	Перевірка натуральності та відсутності небажаних компонентів
	Етичність виробництва	Орієнтація на cruelty-free та vegan стандарти

	Сертифікація	Попит на продукцію з міжнародними сертифікатами: ECOCERT, BDIH, COSMOS тощо
	Пакування	Перевага багаторазової, переробної та мінімалістичної тари
	Імідж бренду	Значущість співпадиння цінностей бренду та споживача

	Ціна	Готовність платити більше за підтверджену якість та натуральність
	Канали збуту	Переважання онлайн-покупок (особливо інді-бренди у соцмережах)
4. Бар'єри та труднощі	Низька довіра	Проблема «псевдоеко» та складність перевірки справжньої натуральності
	Пошук ефективності	Дефіцит перевірено результативних засобів
	Обмежений термін зберігання	Швидке псування через відсутність консервантів
	Особливості текстури	Розшарування, зміна консистенції, природний запах
	Конкуренція з імпортом	Укорінене переконання щодо «вищої якості» закордонних брендів

### **2.3. Конкурентне середовище й особливості позиціонування брендів натуральної косметики**

Українська косметична індустрія характеризується посиленою конкуренцією та динамічним розвитком. Вітчизняні бренди демонструють

здатність конкурувати з міжнародними компаніями, використовуючи інноваційні технології та натуральні компоненти.

Ринок є високо насиченим, особливо у сегменті доглядової косметики. Оцінка за унікальними товарними позиціями (SKU) за результатами Ukrainian Business Award 2025 свідчить про домінування кількох лідерів:

- Mr.SCRUBBER має найширший асортимент (298 150 SKU).
- Hillary Cosmetics займає друге місце за масштабом асортименту (294 810 SKU).
- Інші значні гравці: NUTRITIVE (150 732 SKU) та HOLLYSKIN (96 411 SKU) [40,41].

Це свідчить про те, що провідні бренди активно прагнуть охопити всі можливі сегменти догляду за обличчям, тілом та волоссям.

Основними конкурентними перевагами, крім якості продукції, є маркетингова активність, доступність та якість обслуговування:

- онлайн-присутність: Лідером за відвідуваністю офіційного сайту є Hillary Cosmetics (207 606 відвідувань на місяць), що відображає високий інтерес аудиторії. За кількістю пошукових запитів лідирують Dushka, Hillary Cosmetics та ЯКА.
- офлайн-мережа: Marie Fresh Cosmetics має найбільшу офлайн-мережу (262 торгові точки), забезпечуючи високу фізичну доступність.
- програми лояльності: Mr.SCRUBBER лідирує за балами в маркетинговій категорії (13 балів), тоді як Marie Fresh Cosmetics та Hillary Cosmetics активно впроваджують персоналізовані знижки та накопичувальні бонуси (по 11 балів).

Дослідження задоволеності споживачів, проведене на прикладі Hillary Cosmetics, виявило ключові точки незадоволеності, які є критичними для конкурентного середовища:

- продукт: незадоволення, пов'язане з об'єктивними причинами (непідходящий тип шкіри), суб'єктивними (запах, консистенція) та індивідуальними реакціями (алергії);
- якість упаковки та тари: частий брак тари та недосконалість дозаторів створюють негативний досвід;
- якість обслуговування: незадоволеність, викликана недостатньо глибоким консультуванням та потребою в удосконаленні скриптів менеджерів [40].

Це демонструє, що, незважаючи на високу насиченість ринку та широкий асортимент, якість HR-маркетингу та контроль якості на всіх етапах (від прийомки тари до обслуговування клієнтів) залишаються критичними важелями конкурентної боротьби.

Український ринок натуральної косметики успішно сегментований, і бренди займають чітко визначені ніші, що дозволяє їм диференціювати продукцію. Проведений нами аналіз представлений в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

## Сегментація ринку виробників натуральної косметики в Україні

Ніша	Характеристика	Представники (Українські бренди)
Етична та веганська косметика (Crueltyfree)	Принципова відмова від тестування на тваринах. RABBITHOLE також відмовляється від продуктів тваринного походження.	RABBITHOLE, Ptashkin Sad, ANVI, Marie Fresh Cosmetics, Mr.SCRUBBER, Piel Cosmetics, BOGIKA, Lac Santé

Космецевтика та інноваційні формули	Поєднання косметології та фармакології, використання високоактивних компонентів (пептиди, кислоти, срібло, гіалуронова кислота).	Piel Cosmetics (гіалуронова кислота, цитрат срібла), BOGIKA (біосумісність, клінічні дослідження), MOLA (кислоти, ніацинамід, пептиди), BIONO (пілінгпади з кислотами).
Локальні та унікальні інгредієнти	Використання регіональних або традиційних українських компонентів.	Ukrainian Rose (екстракт дамаської троянди з органічного саду в Карпатах), Lac Santé (грязі Сакського озера), ANVI (олії пшениці, коноплі, обліпихи).
Сенсорна та Ароматерапевтична косметика	Акцент на психоемоційному впливі, дизайні, яскравих ароматах та перетворенні догляду на ритуал.	Very Very Zen (лінії Balance, Sensual, Energy), Crumb (яскравий дизайн, виразні аромати), Mr.SCRUBBER (засоби з ароматом ягідних желейних ведмедиків).
Мінімалістична та функціональна косметика	Прості, ефективні, часто бюджетні формули, орієнтовані на доказову базу активів.	Sane (функціональна, бюджетна), Natureal (системність, лаконічні формули).

На основі відкритих джерел інформації, включно з даними про ринкові показники (UBA 2025) та нішеві особливості нами проведений детальний

аналіз основних ринкових характеристик українських виробників брендів натуральної косметики за критеріями, представленими в таблиці 2.3 [42-48].

Таблиця 2.3

Основні ринкові характеристики виробників-лідерів натуральної  
косметологічної продукції в Україні

Бренд	Категорія/ Ніша	Ключові характеристики та філософія	Склад/ Особливості продукції	Ринкові показники (UBA 2025) / Примітки
Hillary Cosmetics	Натуральна косметика / Лідер ринку	Філософія: натуральність, безпека та помітний результат. Власне виробництво, повний цикл (від рецептури до етикетки). ЦА: жінки 25–45 років, що свідомо обирають	Ефективні засоби для догляду за обличчям, тілом та волоссям.	1 місце в ТОП15 виробників косметики 2025. 2-й за SKU (294 810). Лідер за відвідуванням сайту (207 606/міс.). Проблеми з тарою та якістю
		натуральні засоби.		обслуговування виявлені через аналіз звернень.

Marie Fresh Cosmetics	Натуральна / Cruelty-free	Створена лікаркою-косметологинєю. Високі стандарти, сертифікат GMP. Cruelty-free. Фокус на здоровій beauty routine.	До 98% складників природного походження. Широкий асортимент, включаючи чоловічу лінійку та спеціальний набір Teens Edition для проблемної шкіри.	2 місце в ТОП-15 виробників 2025. Лідер за офлайнприсутністю (262 торгові точки). Активні програми лояльності (11 балів).
Mr. SCRUBBER	Доглядова / Cruelty-free / Сенсорна	Не тестується на тваринах. Відомий завдяки засобам для ванни. Засоби нагадують ласощі для шкіри.	Найширший асортимент (понад 500 позицій). Спеціалізується на скрабах (кавовий, цукровий, кокосовий). Набори для ванни та адвенткалендарі.	3 місце в ТОП-15 виробників 2025. Лідер за SKU (298 150). Лідер маркетингової категорії (13 балів).
RABBIT HOLE	Етична / Веганська / Cruelty-free	Бренд етичної косметики. Не тестується на тваринах, не додає продуктів тваринного походження. Філософія «фізіологічності» (діє, спираючись на резерви організму).	Засоби для обличчя, тіла, волосся. Тверді шампуні суто з органічних інгредієнтів.	Не входить до ТОП-15 UBA 2025, але є яскравим представником етичної ніші.

BOGIKA	100% натуральна / Космецевтика	100% натуральна, не тестується на тваринах. Побудована на природних компонентах, клінічних дерматологічних дослідженнях та високотехнологічному обладнанні.	Високий вміст рослинних активів, біосумісні зі шкірою формули. Бестселери — тверді шампуні, рідкі патчі, ензимний пілінг.	Входить до ТОП-15 UBA 2025.
Piel Cosmetics	Космецевтика / Crueltyfree	Поєднує косметику та фармакологію. Орієнтована на жінок, які потребують професійного догляду вдома.	Формули на основі гіалуронової кислоти та цитрату срібла. Має великий розділ чоловічої косметики. Пропонує послуги професійних косметологів.	Входить до ТОП-15 UBA 2025.
Ukrainian Rose	Натуральна / Локальна ніша	На основі екстракту вітчизняної троянди. Вирощування дамаських троянд у власному органічному саду поблизу Карпат.	Трояндовий гідролат, олія шимер, помада для губ з трояндовою пудрою. Не містить хімії та агресивних речовин.	Входить до ТОП-15 UBA 2025.
«ЯКА»	Натуральна / Доступний сегмент	Класика української натуральної косметики. Пропонує доступні та якісні засоби.	Засоби на основі рослинних екстрактів та відварів. Широкий асортимент для різних типів шкіри.	5 місце в ТОП-15 виробників 2025. Широка присутність у цифрових каналах (50 платформ).

MOLA	Натуральна /Преміальна /Космецевтика	Преміальна якість. Фокус на активному догляді.	Базові skincareпродукти та засоби з активами (кислоти, ніацинамід, пептиди).	Входить до ТОП-15 UBA 2025.
Ptashkin Sad	Етична / Clean Beauty	Етична косметика з рослинних компонентів, дотримується концепції clean beauty.	Натуральні дезодоранти, очищувальна ензимна пудра з вітаміном С, тверді шампуні.	Входить до ТОП-15 UBA 2025.
Lelia	Фізіологічна, активна та безпечна	Створюється у крафтовій майстерні на основі нерафінованих олій та рослинних гідролатів. Мета — повернути віру в місцеві нішеві бренди.	50 засобів повного догляду, твердий шампунь Retreat, скраббаттери.	Не входить до ТОП-15 UBA 2025, нішевий бренд.
Vesna	Рослинна доглядова / Локальна	Виробництво у Бучі та Львові. Продукція циклічна (від вирощування до екстрагування). Фокус на вирішенні проблем (створена через дитячий дерматит).	Твердий шампунь «Кропива», лінія UBrave для чоловіків, загоювальна мазь для захисників України.	Не входить до ТОП-15 UBA 2025.

Lac Santé	Естетична доглядова / Локальна	Cruelty-free. Рецептури розроблені на основі грязей Сакського озера.	Глиняні та грязьові маски, скраби. Має розділ «Турбота про військових» (набори для захисниць).	Входить до ТОП-15 UBA 2025.
Dushka	Сенсорна / Динамічний бренд	Один із лідерів за рівнем впізнаваності (пошукові запити Google).	Не вказано детально, але лідер у розрізі впізнаваності.	8 місце в ТОП-15 виробників 2025. Лідер за пошуковими запитами.

Загальний огляд ринку засвідчує, що український сегмент натуральної та етичної косметики є висококонкурентним, насиченим і динамічним, з чітко окресленими ринковими нішами. Ключовими трендами 2024–2025 років є зростання попиту на натуральну та органічну косметику (без парабенів, сульфатів, хімічних добавок), що розглядається як філософія життя та інвестиція у здоров'я. Українські бренди, такі як Hillary Cosmetics, Marie Fresh Cosmetics та Mr.SCRUBBER, є лідерами за асортиментом (SKU), онлайнприсутністю та маркетинговою активністю, успішно конкуруючи з міжнародними аналогами. При цьому локальні виробники пропонують диференційовані продукти, займаючи ніші космецевтики (Piel Cosmetics, BOGIKA), етичної/веганської косметики (RABBITHOLE, Ptashkin Sad) та засобами з унікальними локальними інгредієнтами (Ukrainian Rose, Lac Santé). Додатковою перевагою вітчизняних брендів є їхня доступність, інноваційність (поєднання технологій і традиційних рецептів) та важливість підтримки економіки країни.

## Висновки до розділу 2

1. Глобальний ринок натуральної косметики демонструє стале зростання, яке формується під впливом зміни споживчих пріоритетів,

екологічних тенденцій та посилення регуляторних вимог. Розвиток технологій, зокрема персоналізації та впровадження альтернативних розчинників і біоактивів, поступово усуває традиційні обмеження натуральної косметики та розширює її можливості в масовому сегменті. Незважаючи на відмінності у числових прогнозах різних аналітичних джерел, ринок упевнено переходить із нішевого формату в повноцінну частину індустрії краси.

2. Аналіз показує, що попит на натуральну косметику визначається комбінацією психологічних, етичних та екологічних мотивів. Поширене упередження щодо «безпеки природного» продовжує значною мірою впливати на рішення споживачів, що в поєднанні з етичними й екологічними установками формує окремий сегмент свідомого споживання. При цьому споживачі стають більш вимогливими до складу, сертифікації та прозорості, що підвищує стандарти ринку та стимулює конкуренцію.

3. Український ринок натуральної косметики розвивається відповідно до міжнародних трендів, хоча функціонує в умовах економічної нестабільності та змін зовнішнього середовища. Зростання ролі вітчизняних виробників, активізація локальних брендів і розвиток електронної комерції забезпечили поступальність ринку навіть за умов війни. Рітейл, онлайнприсутність і інвестиції у власні рецептури стали ключовими факторами зміцнення позицій українських компаній.

4. Конкурентне середовище натуральної косметики в Україні характеризується високою насиченістю і чіткою сегментацією за нішами. Лідери ринку створюють розширені асортиментні лінійки, інвестують у сертифікацію, упаковку та маркетинг, тоді як нішеві бренди концентруються на унікальних інгредієнтах, етичності та локальності. Це формує різноманітну структуру пропозиції, що охоплює як масовий, так і преміальний сегменти.

5. Незважаючи на позитивну динаміку, ринок стикається із системними обмеженнями: відсутністю універсальної сертифікації,

проблемами з довірою через «псевдоеко» продукцію, складністю забезпечення стабільності натуральних формул і високою собівартістю сировини. Подальший розвиток сегмента залежатиме від вдосконалення технічного регулювання, адаптації до європейських стандартів і підтримки інновацій, що дозволить зміцнити конкурентоспроможність національних виробників і підвищити прозорість ринку.

### **РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ТА ХАРАКТЕРИСТИК НАТУРАЛЬНИХ ДЕЗОДОРАНТІВ**

#### **3.1. Порівняльний аналіз натуральних дезодорантів**

Для проведення порівняльного аналізу натуральних дезодорантів вітчизняного виробництва нами проаналізовані джерела, які представляють маркетингові та інформаційні матеріали від низки українських косметичних брендів, зосереджених на просуванні натуральних дезодорантів для тіла. Ключовий акцент робиться на безпечних та екологічних формулах, які категорично виключають такі синтетичні компоненти, як солі алюмінію, парабени та спирт. Замість блокування потовиділення, що вважається шкідливим, ці продукти працюють за рахунок абсорбуючих речовин (крохмаль, сода, діатомова земля) та антибактеріальних активів, що ефективно нейтралізують бактерії, які спричиняють неприємний запах. Продукція представлена у різних формах, включаючи роликові, тверді та бальзамні дезодоранти, часто збагачені ефірними оліями для забезпечення тривалого, приємного аромату. Більшість описів також включають зауваження про легкість нанесення, економічність використання та високу ефективність захисту протягом дня. Крім того, деякі бренди попереджають споживачів про можливий тимчасовий період детоксикації при переході з традиційних антиперспірантів.

Для відображення різноманітності механізмів дії побудовано таблицю (табл. 3.1), до якої включено дезодоранти різних типів (роликові, кристалічні, кремові/бальзами), які мають найбільш повні характеристики у джерелах.

Таблиця 3.1

## Порівняльна таблиця натуральних дезодорантів

Назва продукту	Виробник	Активні інгредієнти	Вага/Об'єм	Ціна (₴)	Механізм дії	Ефект	Відгуки (Кількість)	Позитивні/Негативні відгуки
DEODORA NT натуральний дезодорант для тіла	BOGIKA (Україна)	Калієвий галун, Триетилцитрат, Кукурудзяний крохмаль, Ефірна олія солодкої м'яти	50 мл	560	Регулює роботу потових залоз, стримує розмноження бактерій (мінеральна сіль), поглинає вологу (крохмаль).	Регулює потовиділення, дарує тривале відчуття свіжості, не блокує пори.	32	Позитив: Дуже ефективний проти запаху, навіть у спеку; приємний аромат м'яти.

Натуральний дезодорант Сандал Sandal DEO	WHITE MANDARI N (Україна)	BioEcolia prebiotic, Ефірні олії сандалу, мірри, ванілі, Купаж екстрактів (шавлія, ромашка та ін.), Емомент LAUROYL LYSINE	50 мл	426	Пребіотик регулює мікробний баланс, пригнічує ріст бактерій. Не закупорює залози, запобігає плямам	Запобігає неприємному запаху до 12 годин. Створює унікальний нішевий аромат.	13	Позитив: Висока ефективність, приємний аромат, справляється після пологів. Негатив: Може бути ефективний 5-
--	---------------------------	--	-------	-----	--	--	----	---

					(гідрофобність).			6 годин для деяких користувачів.
Дезодорант Алуніт (кристал)	ТМ Cocos (Україна)	Алюмокалієвий галун (природний мінерал)	100 гр (Кристал)	210	Сильна в'язуча дія: зневоднює мікроорганізми, блокуючи появу запаху. Не проникає всередину, діє на поверхні.	Інгібує неприємний запах (в середньому 6-8 годин). Прискорює загоєння порізів, знімає свербіж від укусів комах.	N/A	Позитив: Дуже економічний, безпечний для дітей, вагітних та алергіків. Не залишає плям.



<p>Натуральний дезодорант NUDE без соди</p>	<p>RABBITHO LE (Україна)</p>	<p>Оксид цинку, Ріцинолеат цинку, Екстракт бамбука, Тапіока, Триетилцитрат, Екстракти розмарину/ванілі</p>	<p>20 мл / 60 мл</p>	<p>1,100 – 3,180 (діапазон цін)</p>	<p>Цинк поглинає запах, рослинні екстракти стримують активність бактерій. Модулює патогенну мікрофлору, не порушуючи природний баланс.</p>	<p>Працює ідеально, підходить для надчутливої та атопічної шкіри (без соди/ЕО).</p>	<p>2</p>	<p>Позитив: Дуже висока ефективність, працює там, де інші натуральні засоби не спрацювали.</p>
<p>Натуральний твердий дезодорант для тіла</p>	<p>Pinka</p>	<p>Харчова сода, Кукурудзяний крохмаль, Олії (ши, кокосова, рицинова), Ментол, Ефірні олії апельсина/грейпфрута</p>	<p>45 гр</p>	<p>55</p>	<p>Нейтралізує бактерії (сода, ЕО), поглинає вологу (крохмаль). Не блокує потовиділення.</p>	<p>Ефективно нейтралізує запах, тривала свіжість.</p>	<p>24</p>	<p>N/A (загальний рейтинг 5/5).</p>

Натуральний магнієвий дезодорант AGOR MAG	AGOR (Україна)	Солі магнію (з солей Мертвого моря), Екстракт чорного горіха, Уснат натрію	55 мл (Роликовий)	182	Солі магнію створюють несприятливі умови для грампозитивних бактерій, що спричиняють запах.	Захист від запаху поту на 6–12 годин. Шкіра залишається сухою та гладенькою.	N/A	Позитив: Абсолютно безпечний, не закупорює пори, легкий трав'яний аромат.
Натуральний парфумований дезодорант-стік	Mr. Scrubber (Україна)	Гідролат троянди, Бісаболол, Рослинний гліцерин	50 г (Стік)	300	Гідролат троянди нормалізує потовиділення, бісаболол заспокоює шкіру.	Надійний захист від поту та запаху, некомедогенний. Зволожує, тонізує, освітлює пігментацію.	N/A	Позитив: Натуральний склад, не містить спирту/алюмінію, ненав'язливий освіжальний аромат.

Проведений аналіз свідчить, що натуральні дезодоранти, представлені у джерелах, демонструють єдину фундаментальну схожість: вони прагнуть контролювати неприємний запах без блокування потовиділення, яке є природним процесом терморегуляції та виведення токсинів з організму. Усі виробники наголошують на відсутності шкідливих компонентів, таких як солі алюмінію, парабени та спирт. Більшість продуктів пропонують виробники BOGIKA, WHITE MANDARIN, TM Cocos, Ptashkin Sad, RABBITHOLE, AGOR MAG, Pinka, Mr. Scrubber. Засоби також універсальні та часто підходять як для жінок, так і для чоловіків, а також для підлітків та людей з чутливою шкірою.

Ключові відмінності полягають у формі випуску та активних інгредієнтах. За формою можна виділити роликові (BOGIKA, WHITE MANDARIN, AGOR MAG, Надприродна™), тверді кристали/стіки (Алуніт TM Cocos, Organique, Mr. Scrubber) та кремові/бальзами (Ptashkin Sad, RABBITHOLE, Pinka). Найбільш значні розбіжності простежуються у механізмі дії, який базується на різних активних компонентах: 1) Алюмокалієвий галун (мінеральна сіль, що діє як в'язучий засіб, зневоднюючи бактерії, і не проникає всередину); 2) Сода та крохмаль (використовуються для абсорбції та нейтралізації кислотності, наприклад, у Pinka та Ptashkin Sad); 3) Магній та інноваційні комплекси (солі магнію, пребіотики BioEcolia або SymDeo® B125 та оксид цинку, які борються з бактеріями або підтримують здорову мікрофлору).

Аналіз позитивних та негативних аспектів показує, що найвищі оцінки ефективності отримують засоби, які вирішують проблему запаху там, де інші натуральні дезодоранти не впоралися (наприклад, BOGIKA, Надприродна™, RABBITHOLE NUDE). При цьому, ціновий діапазон надзвичайно широкий: від доступних продуктів (Pinka 55 ₴, AGOR MAG 182 ₴, Алуніт Cocos 210 ₴) до дорогих спеціалізованих (RABBITHOLE NUDE, діапазон 1100–3180 ₴).

Негативні відгуки найчастіше пов'язані не з неефективністю, а з сенсорними та пакувальними проблемами. Наприклад, сода у складі (Ptashkin Sad) може викликати відчуття «скрабу» або подразнення, а незручна туба Ptashkin Sad призводила до підтікання. Деякі користувачі також зазначали, що ефект від деяких дезодорантів (наприклад, Lunnitsa) може не тривати цілий день або залишати сліди на одязі. На противагу цьому, кристали та роликові дезодоранти на основі галуну чи магнію, як правило, не залишають плям.

Таким чином, вибір натурального дезодоранту залежить від індивідуальної чутливості шкіри та готовності до адаптаційного періоду, який може виникати при переході з антиперспірантів. Продукти, що містять цинк і пребіотики (NUDE, WM Sandal), пропонують більш м'який, фізіологічний вплив на мікрофлору, тоді як засоби на основі соди забезпечують потужну абсорбцію вологи, але несуть ризик подразнення. Засоби на основі галуну (кристали, BOGIKA) пропонують додаткові переваги: зупиняють кровотечі та знімають подразнення після гоління. В цілому, натуральні дезодоранти успішно нейтралізують запах, працюючи як природний контролер мікрофлори, а не як блокіратор поту.

### **3.2. Тенденції та напрями розвитку ринку натуральних дезодорантів в Україні**

Для поглибленого аналізу структури асортименту натуральних дезодорантів на українському ринку необхідно розглянути їхню типологію, ключові інгредієнти та цінові характеристики, що визначають конкурентні позиції окремих виробників і споживчі очікування. Узагальнення отриманих даних дозволяє виокремити особливості продуктового наповнення, відмінності у механізмах дії та фактори, які формують вибір кінцевого споживача. З цією метою у подальшій частині роботи подано порівняльні

графічні матеріали, таблицю цінових співвідношень та інтерпретацію трендів, що відображають сучасний розвиток сегмента натуральних дезодорантів.

На ринку натуральних дезодорантів спостерігається приблизно рівномірний розподіл між роликowymi, кристалічними та кремовими/бальзамними формами (Рис. 3.1).

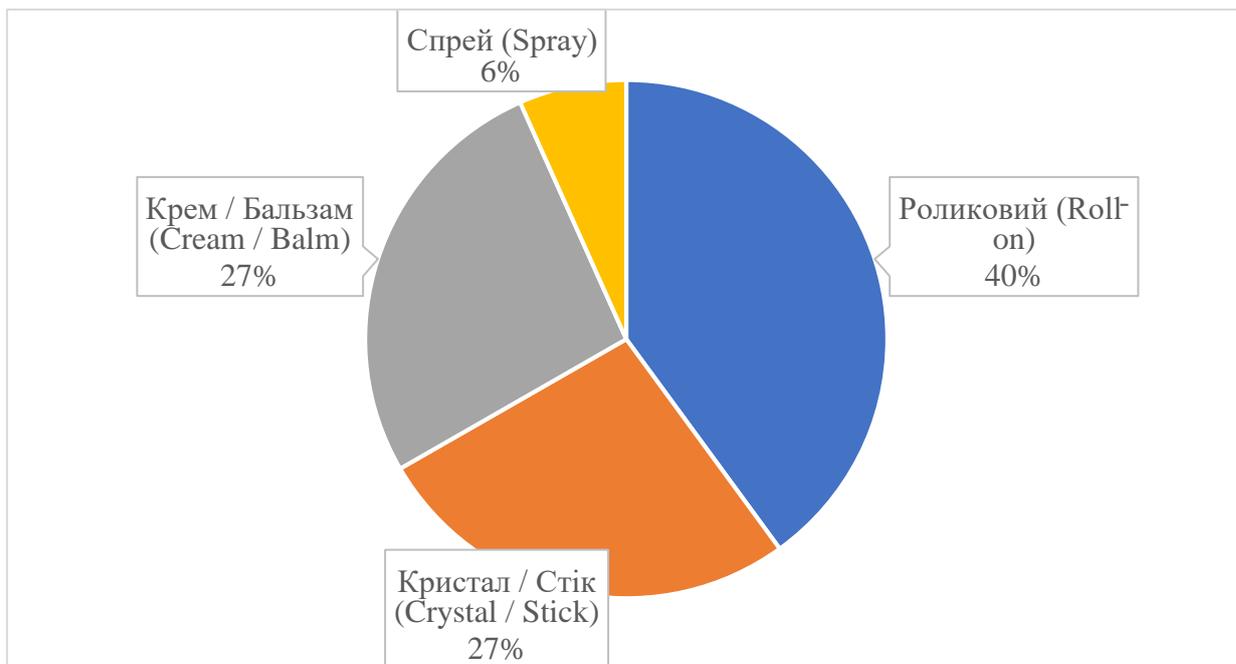


Рис. 3.1 Розподіл дезодорантів за формою випуску

Наступний аналіз показує, які основні активні інгредієнти використовуються для нейтралізації запаху.

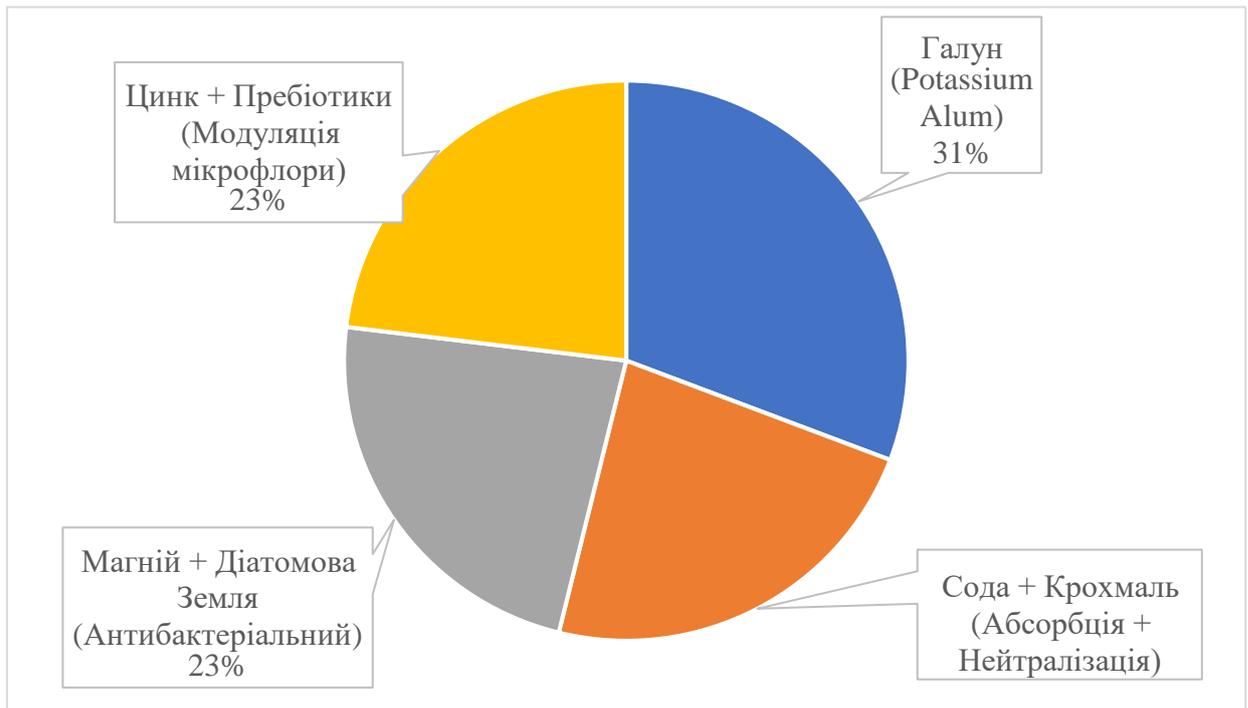


Рис. 3.2 Розподіл за основними інгредієнтами/механізмом дії

Найчастіше зустрічаються традиційні галуни та сучасні формули на основі магнію/цинк-препробіотиків.

Аналіз співвідношення ціна/вага представлений в табл. 3.2. Спостерігається широкий ціновий діапазон, за деякими окремими позиціями ціни також значно відрізняються.

Таблиця 3.2

Аналіз співвідношення ціна/вага натуральних дезодорантів

Назва продукту (Виробник)	Ціна (₴)	Вага/Об'єм
Натуральний твердий дезодорант для тіла (Pinka)	55	45 гр
Натуральний дезодорант з пробіотичним комплексом Баланс (Greenvisa)	93.00	150 мл
Дезодорант натуральний для тіла (Lunnitsa)	150 (акційна ціна від 300)	20 г
Дезодорант для хлопців «Like a Man» (Dushka)	169	50 мл

Натуральний магнієвий дезодорант AGOR MAG (роликовий) (AGOR)	182	55 мл
Дезодорант Алуніт (ТМ Cocos)	210	100 гр
Натуральний кульковий дезодорант МОЛОЧКО (Delamark)	285.00	70 мл
Натуральний парфумований дезодорантстік So Fresh (Mr. Scrubber)	300	50 г
Натуральний дезодорант (Надприродна™)	15,00 – 390,00 (ціновий діапазон)	50 мл
Натуральний дезодорант Сандал Sandal DEO (WHITE MANDARIN)	426.00	50 мл
Натуральний дезодорант антиперспірант PERSIMMON (WHITE MANDARIN)	436	50 мл
Дезодорант мінеральний з соком мангостина (DEONAT)	440.00	60 г
Кристалічний мінеральний дезодорант Pure Nature (Organique)	479 (акційна ціна від 599)	50 г
Натуральний дезодорант THE DEODORANT BALM (наприклад, чайне дерево-бергамот-літсея) (Ptashkin Sad)	468 (акційна ціна від 550)	40 мл (за аналогом)
DEODORANT натуральний дезодорант для тіла (BOGIKA)	560	50 мл
Дезодорант мінеральний з соком мангостина (DEONAT)	595.00	100 г
Натуральний дезодорант NUDE без соди (RABBITHOLE)	1,100 – 3,180 (ціновий діапазон)	20 мл, 60 мл

Натуральний дезодорант тривалої дії з ароматом червоного апельсина (jack henry®)	Ціна не вказана	75 G
--	-----------------	------

При аналізі співвідношення «Ціна – Тривалість Ефекту – Чутливість шкіри» виявлено закономірність: найдорожчі продукти (як RABBITHOLE NUDE) часто є найбільш інноваційними та націлені на найнижчий ризик подразнення (без соди, без ЕО). Тоді як бюджетні варіанти часто містять соду, яка, хоч і ефективна, може викликати чутливість. Кристали на основі галуну (ТМ Cocos) є найдоступнішими за вартістю і дуже економічними.

Аналіз джерел дозволяє виокремити кілька ключових та взаємопов'язаних тенденцій, що формують ринок натуральних дезодорантів. Ці тенденції відображають вимоги споживачів до безпеки, інновацій у формулах та зручності використання, зберігаючи при цьому фокус на українському виробництві.

#### 1. Фундаментальна вимога: Безпека та «Чистий склад» (Clean Beauty)

Основною тенденцією є повна відмова від традиційних агресивних компонентів. Усі представлені виробники, незалежно від цінової категорії, підкреслюють відсутність таких речовин, як солі алюмінію, парабени, триклозан, спирт, силікони та феноксиетанол. Блокування потових залоз (функція антиперспірантів) вважається шкідливим, оскільки це порушує природний процес терморегуляції та виведення токсинів з організму. Таким чином, сучасний натуральний дезодорант позиціонується як засіб, що нейтралізує неприємний запах, а не блокує потовиділення.

#### 2. Диверсифікація активних механізмів дії

Ринок натуральних дезодорантів чітко розділився на кілька конкуруючих стратегій, орієнтованих на різні типи шкіри та потреби:

- Мінеральні солі (Галун). Цей класичний актив залишається надзвичайно популярним. Галун (Potassium Alum) діє як сильний в'яжучий засіб, зневоднюючи мікроорганізми, які викликають запах, але не проникає всередину шкіри через велику молекулярну вагу. Дезодоранти на основі галуну (ТМ Cocos, BOGIKA, Organique, DEONAT) позиціонуються як гіпоалергенні та безпечні для вагітних, дітей та чутливої шкіри, а також мають додаткові переваги, як-от зупинка невеликих кровотеч після гоління та зняття свербіння від укусів комах.

- Модуляція мікрофлори (Пребіотики/Цинк/Магній). Це інноваційна та зростаюча тенденція. Виробники використовують BioEcolia prebiotic, SymDeo® B125, оксид цинку та солі магнію, які цілеспрямовано регулюють мікробний баланс шкіри, пригнічуючи ріст патогенних бактерій, що спричиняють запах. Цей підхід вважається фізіологічним і ефективно підтримує здорову мікрофлору шкіри.

- Абсорбція (Сода/Крохмаль). Сода (бікарбонат натрію) використовується як потужний антибактеріальний засіб і нейтралізатор кислоти поту, а крохмаль та оксид магнію поглинають вологу. Хоча цей метод є високоефективним (наприклад, у Ptashkin Sad, Pinka), існує тенденція до його критики, оскільки лужна реакція соди може викликати подразнення або відчуття «скрабу» на чутливій шкірі.

### 3. Сегментація ринку за чутливістю та ціною

Ринок демонструє чітку сегментацію за рівнем чутливості та відповідною ціновою політикою:

- Гіперчутливий та Люксовий сегмент. З'явилися високоспеціалізовані продукти (наприклад, RABBITHOLE NUDE), які повністю виключають як алюміній, так і соду, та ефірні олії. Це робить їх ідеальними для atopічної та надчутливої шкіри, але їхня ціна значно вища (1,100 – 3,180 €).

- Продукти для підлітків та молоді. Особливою тенденцією є створення безпечних «перших» дезодорантів для дітей та підлітків (наприклад, Dushka «Like a Man»), які не містять шкідливих солей алюмінію та спирту.

- Цінова доступність. Поруч із преміальними продуктами існують дуже доступні варіанти, наприклад, твердий дезодорант Pinka (55 ₴) або дезодоранткристал Алуніт (210 ₴), що забезпечують натуральний догляд за низькою ціною та економічністю.

4. Фактор «Зроблено в Україні» та екологічність. Більшість згаданих брендів є українськими виробниками (BOGIKA, WHITE MANDARIN, TM Cocos, Dushka, Lunnitsa, Ptashkin Sad, AGOR MAG, Mr. Scrubber). Виробники активно дотримуються світових стандартів екологічності (Eco-friendly, Vegan, Cruelty-free). Вибір пакування часто мотивований екологією та підтримкою місцевого виробника (наприклад, Ptashkin Sad обрав алюмінієву тубу українського виробництва, незважаючи на скарги користувачів на незручність).

5. Необхідність адаптації та навчання споживачів. Оскільки натуральні засоби працюють інакше, ніж синтетичні антиперспіранти, існує виражена тенденція до споживчої освіти. Виробники відкрито попереджають про «детоксикацію» — перехідний період (2-4 тижні) після відмови від антиперспірантів, коли потовиділення та запах можуть тимчасово посилюватися через вивільнення заблокованих пор. Також наголошується на важливості правильного застосування (на чисту суху шкіру, невелику кількість, уникнення нанесення одразу після гоління).

Отже, ринок натуральних дезодорантів активно рухається від простої заміни «хімії» до інноваційних, фізіологічно обґрунтованих формул, які борються з бактеріями і контролюють запах, дозволяючи тілу функціонувати

природним шляхом. Цей рух супроводжується значною диференціацією продуктів, адаптованих до різних потреб і рівнів чутливості шкіри.

### **Висновки до розділу 3**

1. Натуральні дезодоранти, представлені на українському ринку, характеризуються спільним підходом: нейтралізація запаху без блокування потовиділення. Виробники послідовно відмовляються від синтетичних компонентів, таких як солі алюмінію, парабени та спирт, утворюючи філософію безпечного та фізіологічно обґрунтованого догляду. Водночас висока універсальність засобів (для чоловіків, жінок, підлітків і чутливої шкіри) вказує на розширення споживчої аудиторії натуральної косметики.

2. Аналіз асортименту засвідчив чітке розмежування між трьома основними формами дезодорантів: роликowymi, твердими (кристалічними/стіками) та кремowymi/бальзамними. Відмінності між продуктами ґрунтуються передусім на активних інгредієнтах та механізмах дії: мінеральні солі забезпечують в'язучий ефект, сода й крохмаль виконують абсорбційну функцію, а сучасні комплекси цинку, магнію та пребіотиків регулюють мікрофлору. Такий широкий спектр підходів пояснюється різними потребами шкіри та запитом на індивідуалізацію догляду.

3. Ринок демонструє виразну сегментацію за цінovими категоріями та чутливістю шкіри. Дешевші засоби частіше містять соду, яка забезпечує потужний захист, але може викликати подразнення. Преміальні продукти, навпаки, орієнтовані на гіперчутливу шкіру, повністю виключають соду та ефірні олії й використовують м'які антибактеріальні комплекси. Значна частка українських брендів у всіх сегментах ринку свідчить про активний розвиток локального виробництва та орієнтацію на світові стандарти натуральності.

4. Тенденції розвитку ринку окреслюють перехід від простих альтернатив традиційним антиперспірантам до науково обґрунтованих

формул, які працюють шляхом модуляції мікрофлори, а не блокування потових залоз. Виробники приділяють увагу екологічності пакування, ефективності формул та освітній комунікації зі споживачем, зокрема щодо адаптаційного періоду при переході на натуральні засоби. Ці особливості демонструють повноцінне формування сучасного сегмента натуральних дезодорантів в Україні та високий потенціал його подальшого розвитку.

## ВИСНОВКИ

1. Розгляд теоретичних, нормативних і ринкових аспектів показав, що сегмент натуральної косметики формується на перетині споживчих очікувань, технологічних можливостей та регуляторних вимог. Відсутність єдиних підходів до визначення термінів «натуральна», «органічна» чи «веганська» косметика створює різночитання у практиці виробників і ускладнює споживачам оцінювання якості продукції. Міжнародні стандарти, зокрема ДСТУ ISO 16128, частково структурують ринок, однак не охоплюють екологічних і токсикологічних критеріїв, що зберігає потребу у ширших дослідницьких підходах.

2. Глобальний ринок натуральної косметики демонструє стійку динаміку зростання, спричинену зміною споживчих уподобань у бік безпечних, екологічних і технологічно вдосконалених продуктів. Тенденції персоналізації, використання біоактивів та альтернативних технологій виготовлення поступово розширюють можливості натуральних формул, роблячи їх конкурентоспроможними у масовому секторі. Водночас попит на такі засоби значною мірою визначається психологічними чинниками: асоціацією натуральності з безпечністю, екологічними переконаннями та етичними орієнтирами. Це формує окремий сегмент свідомого споживання, у межах якого зростає вимогливість до складу, сертифікації та прозорості виробництва.

3. Український ринок натуральної косметики розвивається у руслі світових трендів, попри складні економічні й соціальні умови. Активність локальних брендів, роль електронної комерції та поступовий перехід до власних рецептур сприяють зміцненню національних виробників. Конкурентне середовище відзначається різноманітністю: від доступних універсальних продуктів до нішевих спеціалізованих формул. Проте ринок стикається з обмеженнями, пов'язаними з нерозвиненістю системи

сертифікації, недовірою до «псевдоеко» продукції та складністю забезпечення стабільності натуральних інгредієнтів.

4. Аналіз сегмента натуральних дезодорантів підтвердив загальні ринкові тенденції. Продукти орієнтовані не на блокування потовиділення, а на м'які механізми нейтралізації запаху, що відповідає сучасним уявленням про фізіологічність догляду. Ринок демонструє чітку диференціацію за формами випуску та активними інгредієнтами: мінеральні солі, пребіотики, магній і цинк формують різні підходи до контролю запаху. Існує виразна сегментація за ціною та чутливістю шкіри, що свідчить про зростання складності і зрілості ринку. Переважання українських виробників в асортименті підтверджує перспективність локального розвитку та адаптації до міжнародних стандартів.

5. Загалом ринок натуральної косметики в Україні переходить від простого відтворення загальних трендів до формування повноцінних, науково обґрунтованих рішень. Його подальший розвиток залежить від вдосконалення регуляторної бази, підтримки інновацій та підвищення прозорості, що дозволить забезпечити сталість зростання та посилити конкурентні позиції національних брендів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Fonseca-Santos B., Corrêa M. A., Chorilli M. Sustainability, natural and organic cosmetics: Consumer, products, efficacy, toxicological and regulatory considerations. *Brazilian Journal of Pharmaceutical Sciences*. 2015. Vol. 51(1). P. 17–26. DOI: 10.1590/S1984-82502015000100002.
2. Натуральна косметика: вона справжня чи просто прикидається? URL: <https://test.org.ua/natural-cosmetics/> (дата звернення: 29.10.2025).
3. ДСТУ ISO 16128-1:2023. Косметична продукція : Настанова щодо технічних визначень і критеріїв для натуральних та органічних косметичних інгредієнтів. Ч. 1. Визначення для інгредієнтів. URL:

[https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id\\_doc=106623](https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=106623) (дата звернення: 29.10.2025).

4. ДСТУ ISO 16128-2:2023. Косметична продукція : Настанова щодо технічних визначень і критеріїв для натуральних та органічних косметичних інгредієнтів. Ч. 2. Критерії для інгредієнтів та продуктів. URL: <https://ukrmts.com/docsdb/51094.html> (дата звернення: 29.10.2025).

5. Натуральна косметика для обличчя: Склад та джерела інгредієнтів. 2024. URL: <https://safetymakeup.com.ua/articles/naturalnakosmetyka-dlia-oblychchia-sklad-ta-dzherela-inhrediientiv> (дата звернення: 29.10.2025).

6. Чи є різниця між органічною та натуральною косметикою? Думка дерматолога. 2024. URL: <https://www.profumo.ua/article/51-chi-ye-riznicyamizh-organichnoyu-ta-naturalnoyu-kosmetikoju> (дата звернення: 29.10.2025).

7. Natural Ingredients. URL: <https://www.ctpa.org.uk/natural-ingredients> (Date of access: 25.10.2025).

8. Klaschka U. Natural personal care products – analysis of ingredient lists and legal situation. *Environmental Sciences Europe*. 2016. Vol. 28(1). DOI: 10.1186/s12302-016-0076-7.

9. Natural and organic cosmetics: Beneficial properties for the environment and health / D. Hirata et al. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*. 2022. Vol. 9(11). DOI: 10.22161/ijaers.911.34.

10. Hanssen W. A., Jackson K. M. Natural Cosmetics: Products Without a Clear Definition. *The National Law Review*. URL: <https://natlawreview.com/article/natural-cosmetics-products-without-cleardefinition> (Date of access: 01.11.2025).

11. Guidance Document: Classification of Products at the Cosmetic-Drug Interface. URL: <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/consumerproduct-safety/reports-publications/industry->

professionals/guidance-documentclassification-products-cosmetic-drug-interface.html (Date of access: 01.11.2025).

12. Теремецький В., Садовенко А. Стандартизація і сертифікація косметичної продукції як адміністративно-правові засоби регулювання ринку косметологічних послуг. *Вісник АПСВТ*. 2020. № 3–4. С. 114–121.

13. Manful M. E., Ahmed L., Barry-Ryan C. Cosmetic Formulations from Natural Sources: Safety Considerations and Legislative Frameworks in the European Union. *Cosmetics*. 2024. Vol. 11. P. 72.

14. Natural Cosmetics Certifications EU Cosmetic Labelling Regulations. 2022. URL: <https://taobe.consulting/natural-and-bio-cosmetics/> (Date of access: 01.11.2025).

15. Guilhen R. Natural and Organic Cosmetics: Definition and Concepts. *Academia*. 2020. URL: <https://www.academia.edu/80472395> (Date of access: 01.11.2025).

16. What requirements must natural ingredients for cosmetics comply with to be allowed on the European market? 2024. URL: <https://www.cbi.eu/marketinformation/natural-ingredients-cosmetics/buyer-requirements> (Date of access: 01.11.2025).

17. Перехідний період до 03.08.2026 року. URL: <https://cratia.ua/ua/service/transition-period-till-august-3-2026/> (дата звернення: 29.10.2025).

18. Cosmetic Raw Materials Market By Type (Natural, Synthetic, Hybrid cosmetic raw materials), By Application (Skincare, Haircare, Makeup, Fragrances), By Region And Companies - Industry Segment Outlook, Market Assessment, Competition Scenario, Trends, And Forecast 2023-2032. URL: <https://marketresearch.biz/report/cosmetic-raw-materials-market/> (Date of access: 01.11.2025).

19. Global Cosmetic Raw Materials Market Size, Share Trends Analysis Report by Product Type (Surfactants and Solvents, Synthetic, Active Ingredients,

Aesthetic Materials, Natural), by Application (Perfume, Sunscreen, Skin Care, Makeup, Others) and Geography (North America, Europe, Asia-Pacific, Middle East and Africa, and South America), Global Economy Insights, Regional Outlook, Growth Potential, Price Trends, Competitive Market Share Forecast, (2025-2034). The report offers the value (in USD Billion) for the above segments. URL: <https://www.intellectualmarketinsights.com/report/cosmetic-raw-materials-marketsize/imi-000171> (Date of access: 01.11.2025).

20. Raw Materials in Cosmetics Production – Are natural and biodegradable ingredients the future? URL: <https://mg-evolution.com/rawmaterials-in-cosmetics-production-are-natural-and-biodegradable-ingredients-thefuture/> (Date of access: 01.11.2025).

21. Hernandez D. Green Cosmetics: Sustainable Solutions for Ethical Beauty. 2024. URL: <https://www.lythouse.com/blog/the-business-of-greencosmetics> (Date of access: 01.11.2025).

22. Lee J., Hyun C. G. Natural Products for Cosmetic Applications. *Molecules*. 2023. Vol. 28(2). P. 534.

23. Natural Cosmetics Market Report. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/natural-cosmetics-market> (Date of access: 01.11.2025).

24. Natural Cosmetics Market Size Share Analysis – Growth Trends And Forecast (2025-2030). URL: <https://www.mordorintelligence.com/industryreports/natural-cosmetics-market> (Date of access: 01.11.2025).

25. Аналіз ринку косметики та парфумерії в Україні. 2025. URL: <https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/analiz-rinku-kosmetiki-ta-parfumeriyi-v-ukrayini> (дата звернення: 29.10.2025).

26. Петров А. Натуральна косметика: переваги та тренди 2024 року. URL: <https://poltava.to/news/77665/> (дата звернення: 29.10.2025).

27. Натуральна косметика: огляд ринку та вибір найкращого. URL: <https://times.zt.ua/naturalna-kosmetyka-ohliad-rynku-ta-vybir-naykrashchoho/> (дата звернення: 29.10.2025).
28. Ємченко І., Кольдюба І. Чинники формування безпечності органічної косметичної продукції. *Вісник ХНУ. Серія : Технічні науки*. 2023. № 329(6). С. 400–404.
29. Аналіз української косметичної галузі в умовах повномасштабної війни. 2024. URL: <https://surl.li/exzhtc> (дата звернення: 29.10.2025).
30. Олійнічук О., Багреєв М. Технічний регламент на косметичну продукцію та його вимоги. 2024. URL: <https://eba.com.ua/tehnichnyj-reglamentna-kosmetychnu-produktsiyu-ta-jogo-vumogy/> (дата звернення: 29.10.2025).
31. Тенденції ринку косметичної продукції та дезінфекційних засобів: прогнози та аналіз 2022–2023. URL: <https://www.apteka.ua/article/680815> (дата звернення: 29.10.2025).
32. Упередженість натуральності у маркетингу, ціноутворенні та споживчому виборі / О. В. Пилипенко та ін. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 13. DOI: 10.5281/zenodo.15941668.
33. Meier B. P., Dillard A. J., Lappas C. M. The naturalness bias. *Current Opinion in Psychology*. 2025. DOI: 10.1016/j.copsyc.2025.102143.
34. Чому натуральна косметика ніколи не програє синтетичним аналогам. 2024. URL: <https://ptashkinsad.com/chomu-naturalna-kosmetykanikoly-ne-prohraie-syntetychnym-analoham/> (дата звернення: 29.10.2025).
35. Ishaq S., Badar D., Javed H. Factors Influencing Female Purchase Behavior for Organic Cosmetic Products in Pakistan. *Global Social Sciences Review*. 2021. DOI: 10.31703/gssr.2021(vi-i).40.
36. Yildirim A. E. Evaluation of Marketing Components of Organic Cosmetics in terms of Sociodemographic Composition of Women Consumers.

*International Journal of Management and Administration*. 2021. Vol. 5(10). DOI: 10.29064/ijma.944589.

37. George B. Consumer Behaviour of Women towards Cosmetics in Ernakulum City, Kerala. 2020. URL: [https://www.academia.edu/66185652/Consumer\\_Behaviour\\_of\\_Women\\_towards\\_Cosmetics\\_in\\_Ernakulum\\_City\\_Kerala](https://www.academia.edu/66185652/Consumer_Behaviour_of_Women_towards_Cosmetics_in_Ernakulum_City_Kerala) (Date of access: 29.10.2025).

38. Sniepiene G. Organic Personal Care Cosmetics: Behavior of Choice and Consumption. *Proceedings of CBU in Medicine and Pharmacy*. DOI: 10.12955/PMP.V2.190.

39. Аналіз і тренди світового ринку органічної та натуральної косметики. URL: <https://business.dii.gov.ua/analytics/research/Analysis-trendsworld-market-organicandnatural-cosmetics> (дата звернення: 29.10.2025).

40. Решміділова С. Л., Алейник П. А. Дослідження задоволеності споживачів в системі HR маркетингу косметичної галузі. *Ефективна економіка*. 2025. № 8. DOI: 10.32702/2307-2105.2025.8.91.

41. ТОП-15 українських виробників косметики 2025. *Ukrainian Business Award*. URL: <https://uba.top/ukrainian-cosmetics-manufacturers-1/> (дата звернення: 29.10.2025).

42. Гулюк С. 7 українських брендів натуральної косметики. *Журнал великого міста*. 2023. URL: <https://bzh.life/ua/mesta-i-veshi/1683538527-7ukrayinskih-brendiv-naturalnoyi-kosmetiki/> (дата звернення: 29.10.2025).

43. Гаюк Ю. Гуманність проти краси. 10 українських брендів cruelty-free косметики, які відомі у світі. 2024. URL: <https://www.rbc.ua/rus/styler/gumannist-proti-krasi-10-ukrayinskih-brendiv1733229625.html> (дата звернення: 29.10.2025).

44. Леонова А. Краса нашої країни: українські beauty-бренди, які ми любимо. *Cosmopolitan*. 2025. URL:

<https://www.cosmo.com.ua/beauty/skincare/krasa-nashoyi-krayiny-33ukrayinskykh-beauty-brendy/> (дата звернення: 29.10.2025).

45. Натуральна косметика: які бренди варто обрати. URL:

<https://gobeautystudios.com/naturalna-kosmetyka-yaki-brendy-varto-obraty-dliasvoho-dohliadu/> (дата звернення: 29.10.2025).

46. Руденко Б. Огляд натуральних косметичних брендів: переваги та особливості. 2025. URL: <https://cosmelle.com.ua/oglyad-naturalnyhkosmetychnyh-brendiv-perevagy-ta-osoblyvosti> (дата звернення: 29.10.2025).

47. Переваги вибору натуральної косметики з України. 2024. URL: <https://vsn.ua/news/perevagi-viboru-naturalnoyi-kosmetiki-z-ukrayini-54699> (дата звернення: 29.10.2025).

48. Яку косметику обирали українки у 2024 році: результати опитування. 2025. URL: [https://feelbeauty.com.ua/ua/blog/yaku-kosmetikuobirali-ukrajinki-u-2024-rotsi-rezultati-opituvannya?srsId=AfmBOorCxKMGnBc92ZA6U0TwXUQ3lK7jcVO9RzO3G2NsDP9Y\\_kDoC\\_9A](https://feelbeauty.com.ua/ua/blog/yaku-kosmetikuobirali-ukrajinki-u-2024-rotsi-rezultati-opituvannya?srsId=AfmBOorCxKMGnBc92ZA6U0TwXUQ3lK7jcVO9RzO3G2NsDP9Y_kDoC_9A) (дата звернення: 29.10.2025).

**ДОДАТКИ**

