

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> [in Ukrainian].- - Date of access: 26.08. 19. - Title from the screen.

2. (2019) Kodeks Ukrayiny` pro administraty`vni pravoporushennya [Code of Administrative Offenses of Ukraine]. Sajt Verxovnoyi Rady` Ukrayiny` [Verkhovna Rada of Ukraine website]: – Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10> [in Ukrainian].- - Date of access: 26.08. 19. - Title from the screen.
3. (2019) Kodeksu zakoniv pro pracyu [Labor Code]. Sajt Verxovnoyi Rady` Ukrayiny` [Verkhovna Rada of Ukraine website]: – Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08> [in Ukrainian].- - Date of access: 26.08. 19. - Title from the screen.

Карабаза Ірина

к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
менеджменту та публічного адміністрування

Бондаренко Ксенія,

студентка 3 курсу,

Донецький національний

університет економіки і торгівлі

імені Михайла Туган-Барановського

karabaza@donnuet.edu.ua

kseniab491@gmail.com

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОСМЕТИЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Анотація. Проаналізовані темпи зростання ринку косметичних засобів в Україні та у світі. Визначено фактори, які впливають на розвиток внутрішнього ринку косметичних засобів. Виокремлено ключові фактори успіху косметичних компаній на вітчизняному косметичному ринку. Охарактеризовано основних конкурентів на українському косметичному ринку та описано основні причини, які заважають успішній конкуренції вітчизняних компаній-виробників на ринку косметичних засобів.

Ключові слова: косметичний ринок, вітчизняні виробники косметики, споживачі, іноземні конкуренти, косметична галузь.

Karabaza Iryna,
Candidate of Economics, Associate Professor
Bondarenko Ksenia,
3d year student
Donetsk National University
of Economics and Trade
named after Mykhaylo Tuhan-Baranovsky
karabaza@donnuet.edu.ua
kseniab491@gmail.com

TRENDS OF THE COSMETIC MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

Abstract. The growth rates of the cosmetics market in Ukraine and in the world are analyzed. The factors that influence the development of the internal market of cosmetic events are identified. The key factors of success of cosmetic companies in the domestic cosmetic market are highlighted. The main competitors in the Ukrainian cosmetic market are described and the main reasons that hinder the successful competition of domestic manufacturers in the cosmetics market are described.

Keywords: cosmetic market, domestic cosmetics manufacturers, consumers, foreign competitors, cosmetic industry.

Мистецтво прикрашати обличчя та тіло почало розвиватись із початком існування людства. Зі стародавніх часів люди використовували спеціальні пасти для миття, есенції рослин, масла, губні помади, білила та інші засоби. Використання таких засобів пов'язане з бажанням довше зберегти молодість, збільшити привабливість власної особистості, у свою чергу такі бажання продиктовані потребами у безпеці, любові, повазі.

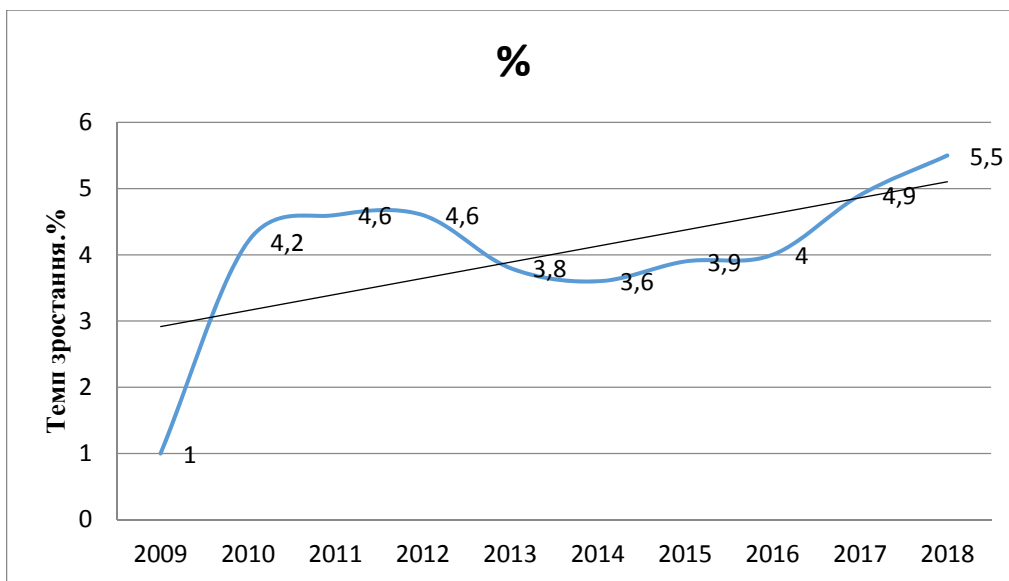


Рис.1.1. Темп зростання світового ринку косметики протягом 2009-2018 рр.

Джерело: складено автором на основі [1]

Не зважаючи на те, що часи змінились, бажання подібатись та відчувати себе здоровою та доглянутою людиною продовжує змушувати людей купувати косметику, адже як свідчать дані статистики косметичний ринок світу щороку зростає (рис. 1.1).

Аналогічну тенденцію демонструє і український ринок косметики протягом 2009-2018 (рис.1.2.)

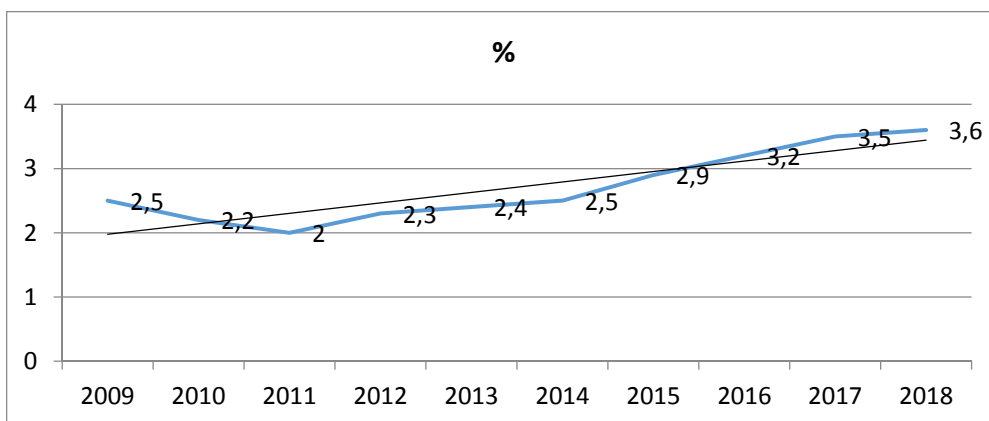


Рис.1.2. Темп зростання українського ринку косметики протягом 2009-2018 рр.

Джерело: складено автором на основі [2]

Так як темп зростання косметичного ринку світу та України мають позитивне відображення, слід зазначити, що на розвиток ринку впливають такі фактори:

1. Доходи населення (на сьогодні асортимент косметичних засобів дуже великий, тому косметичні засоби поділяють на мас-маркет та люкс. Якщо споживач має достатні доходи,

то він може дозволити собі косметику класу люкс, а споживач з середнім доходом віддасть перевагу мас-маркет.);

2. Розвиток соціальних мереж (більшість косметичних компаній намагаються просувати свій товар через соціальні мережі, так як більшість людей проводить в них найбільшу кількість часу);

3. Прискорення урбанізації у світі (зростає значення окремих міст, країн в розвитку суспільства, що супроводжує за собою зростанням питомої ваги населення, тобто це збільшення свідчить про наявність нових потенційних клієнтів);

4. Зростання потреб у нових, преміальних продуктах (більшість косметичних компаній розуміє, що для втримання цільової аудиторії, їм потрібно «підігрівати» інтерес до продукції. Тому аби бути цікавими для покупців, конкурентоспроможними на ринку компаніям потрібно створювати інноваційні продукти, такі які не створювали раніше).

Український ринок косметики протягом 2009-2018 рр. має тенденцію до зростання, протягом цих років темп зростання ринку косметики в Україні коливається від 2 (найнижче значення спостерігається у 2011 році) до 3,6% (у 2018 р.). Це свідчить про те, що галузь розвивається, ринок активний, попит на косметичну продукцію зростає. Ринок країни є привабливим для іноземних компаній. Зараз в Україні вживаються заходи щодо збільшення обсягів експорту косметичних засобів українського виробництва, для того аби покращити економічний стан ринку та створити баланс між імпортом та внутрішнім виробництвом, адже у даний момент внутрішній виробник потребує захисту та підтримки, тому що імпорт займає більше 90% ринку [3].

Для аналізу конкурентних позицій українських компаній на внутрішньому ринку косметики доцільно виділити ключові фактори успіху косметичних компаній. Серед основних ключових конкурентних факторів успіху косметичних засобів на ринку, можна назвати такі: різноманітність асортименту, помірні ціни; якість продукції, висока швидкість доставки при замовленні в інтернеті; дизайн продукції, відомість торговельної марки, наявність чоловічих косметичних засобів, наявність знижок, склад продукції, тестування косметичних засобів на тваринах. Основними конкурентами на українському ринку косметичних засобів є L'Oreal, Procter&Gamble, Oriflame, Unilever Group та Біокон.

На сьогодні в Україні переважну частку ринку займають іноземні компанії, це пов'язано з тим, що: їх технології виробництва більш розвинені та вони вже давно працюють на косметичному ринку на різних світових ринках; в Україні спостерігаються проблеми у сфері державного регулювання під час розроблення, виробництві та реалізації косметичних виробів і для вітчизняних підприємств це є суттєвим бар'єром щодо виходу

на ринок [4]; також через нестабільну економіку та постійну політичну кризу у країні, підприємці втрачають інвесторів, малий та середній бізнес, який має бути ядром розвитку косметичної галузі - не розвивається.

Список використаних джерел

1. L'oreal. Ринок косметики. [Електронний ресурс]. -Режим доступа. -<https://www.loreal-finance.com/fr/rapport-annuel-2018/marche-cosmetique-2-1/>
2. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. -Режим доступа. -https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2016/sr/tsrtp/tsrtp_u.htm
3. Вітчизняна парфумерно-косметична продукція підвищить конкурентноспроможність на світових ринках. [Електронний ресурс]. -Режим доступа. -<https://ucci.org.ua/press-center/ucci-news/vitchizniana-parfumerno-kosmetichna-produktsiia-pidvishchit-konkurentospromozhnist-na-svitovikh-rinkakh>
4. Байцар Р.І., Кордіяка Ю.М.Актуальні проблеми та перспективи розвитку косметичної галузі.[Електронний ресурс]. -Режим доступа. <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/31203/1/09-44-49.pdf>

Корзун Лідія,

студентка гр. УЗ-91, ФММ
НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського»
lidakorzun12122001@gmail.com

Горенчук Софія,

студентка гр. УЗ-91, ФММ
НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського»
gorenchuksofia@gmail.com

Погребняк Анна,

К.е.н., ст. викладач кафедри економіки і підприємництва
НТУУ «КПІ ім. Ігоря Сікорського»
anna.u.pogrebnyak@gmail.com

ТРЕНДИ, ЩО РОБЛЯТЬ КИТАЙ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕМ МАЙБУТНЬОГО