

Оцінка ринку парфумерно-косметичних товарів

Добровольський В.В.

кандидат економічних наук, доцент
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Логвиненко Н.І.

студент
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

У статті представлено нормативні документи, які регулюють означений ринок, проаналізовано товарну структуру, частку від загального ринку непродовольчих товарів та динаміку ринку парфумерно-косметичних товарів, визначено спільну тенденцію розвитку цього виду товарів, запропоновано шляхи покращення сучасного становища.

Ключові слова: ринок, парфумерно-гігієнічні товари, аналіз, динаміка, розвиток, нормативна база, тенденція.

Добровольский В.В., Логвиненко Н.И. ОЦЕНКА РЫНКА ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ

В статье представлены нормативные документы, регулирующие обозначенный рынок, проанализированы товарная структура, доля от общего рынка непродовольственных товаров и динамика рынка парфюмерно-косметических товаров, определена общая тенденция развития этого вида товаров, предложены пути улучшения современного положения.

Ключевые слова: рынок, парфюмерно-гигиенические товары, анализ, динамика, развитие, нормативная база, тенденция.

Dobrovols'kyj V.V., Logvinenko N.I. ESTIMATION OF THE MARKET OF PERFUMER-COSMETIC GOODS

The article presents the regulatory documents regulating this market, analyzes the commodity structure, the share from the general market of non-food products and the dynamics of the market of perfumery and cosmetic goods, the general tendency of development of this type of goods is determined and the ways of improvement of the current situation are offered.

Keywords: market, perfumery-hygienic goods, analysis, dynamics, development, normative base, tendency.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Парфумерно-гігієнічні товари використовуються кожною людиною від народження та протягом усього життя. Через важливість цієї групи товарів та їх поширене використання населенням варто приділяти достатньо уваги з боку держави та контролюючих органів вивченню цього ринку, а також допомогти щодо його розвитку.

Ця група товарів не є першочерговою потребою в житті кожної людини, проте всі споживачі користуються такими товарами від господарського мила до дорогих парфумів. З усіх товарів, представлених в цій групі, лише мило відноситься до повсякденних товарів. Але розвиток цієї галузі є показником того, наскільки споживачі приділяють увагу власній гігієні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням подібної тематики займалися такі дослідники, як А.С. Маслова, Н.В. Чми-

хало [8], які проаналізували структури парфумерно-косметичних товарів, Р.І. Байцар, Ю.М. Кордіяка [3], які дослідили перспективу частку виробників в Україні, Н.П. Лисенко [6], яка провела оцінювання косметичних засобів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, незважаючи на постійне дослідження ринку, а також конкретного сегменту ринку, означена проблема залишається актуальною.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є формування товарної структури непродовольчих товарів, визначення частки парфумерно-косметичних товарів, аналіз динаміки цього виду товарів, визначення перспективності розвитку цього ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перед початком торгівлі або запуском серійного виробництва завжди необхідно проаналізувати законодавство та ринок того

чи іншого товару, яким підприємець прагне займатися. Парфумерно-косметичні товари не є винятком, але додатково вони демонструють рівень життя населення та його можливість витратити кошти на догляд за собою. Не всі ці товари відносяться до першочергових, але вони будують імідж кожного користувача.

Державний нагляд та інспекційний контроль за запровадженням системи контролю відповідності косметичної продукції вимогам технічного регламенту буде здійснюватися державними органами виконавчої влади в межах їх компетенції [1]. Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку органів державного ринкового нагляду та сфер їх відповідальності» від 1 червня 2011 року № 573 Держспоживінспекція та її територіальні органи здійснюють державний ринковий нагляд за близько 90% продукції, котру введено в обіг на ринку України. Серед цієї продукції виділяють мийні засоби та інші види продукції, що не є об'єктами технічних регламентів та не включені до сфери відповідальності інших органів державного ринкового нагляду [2].

Найбільшими імпортерами косметичної продукції до України є Польща, Росія, Німеччина, Франція та Китай. Незважаючи на насиченість вітчизняного косметичного ринку такою кількістю товарів, Україна все ж таки експортує косметику до країн СНД, переважно в Росію, Білорусію, Казахстан та Молдову. З огляду на застарілі технології вітчизняні виробники не можуть скласти конкуренцію всесвітньо відомим брендам. До того ж, згідно зі спостереженнями спеціалізованих магазинів, нині зростає попит насамперед на дорогу косметику та парфумерію популярних торгових марок. Сьогодні в Україні понад 120 компаній є виробниками

парфумерно-косметичних засобів, проте їх більшість спеціалізується на одній групі або одному виді товарів [3].

Для аналізу тенденції розвитку ринку парфумерно-косметичних товарів взяті дані з Держстату України, а також побудовано таблицю для визначення товарної структури загалом та частки непродовольчих товарів і парфумерно-гігієнічних товарів зокрема [4]. Дані представлені в табл. 1.

Табл. 1 вказує на зростання всіх показників за десять років. Варто зауважити, що частка ринку постійно збільшується відносно минулих років. Зменшення частки ринку було зафіксоване лише в 2010 та в 2011 роках. Цей спад відбувся за рахунок корекції ринку, попит не встигав за пропозицією, через що відбулося незначне зменшення частки ринку, але незабаром попит збільшився за пропозицією, що привело до підвищення частки ринку, а також загального товарообігу парфумерно-косметичних товарів.

Для детального розбору за даними побудованої таблиці необхідно проаналізувати динаміку парфумерно-косметичних товарів. Динаміка наведена в табл. 2.

Проаналізувавши табл. 2, можемо зауважити, що протягом десяти років відбувалося зростання відносно минулого року. Максимальне зростання відбулось у 2008 році перед початком світової кризи, яка тривала до 2009 року [5]. Незважаючи на кризові явища та значне зниження темпів росту, ринок показував значні темпи зростання. У 2010 і 2011 роках продовжились уповільнені темпи зростання, однак у 2012 році відбулося значне підвищення після останнього уповільнення розвитку. Мінімальне зростання протягом десяти років зафіксоване в 2014 році, однак посилення були і в 2013 році, коли почалося знову уповільнене зростання пар-

Таблиця 1

Товарна структура роздрібного товарообігу України, млрд. грн.

Показники	Роки										
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Усі товари	130	178	247	231	281	350	405	433	438	487	555
Непродовольчі товари	80,2	115	162	138	170	213	242	255	257	287	328
Товари парфумерно-косметичні	2,1	3	4,6	5,6	6,2	7	9,3	10,4	10,9	14,3	17,9
Частка парфумерно-косметичних товарів в непродовольчих товарах, %	2,6	2,6	2,8	4	3,6	3,28	2,3	4	4,2	4,9	5,4

Темпи росту до попереднього року парфумерно-косметичних товарів %

2006 рік	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік
134,4	143,2	151,5	121,5	109,6	113,8	132,0	111,6	104,8	130,9	125,2

фумерно-гігієнічних товарів. Після уповільненого зростання почалося значне підвищення товарообігу, а саме на 30,9%.

Через це можна зауважити, що ринок, незважаючи на кризові явища, періодичне зниження загальної частки парфумерно-косметичних товарів відносно непродовольчих товарів, має постійну зростаючу тенденцію і є перспективним для зайняття торгівлею або виробництвом цієї групи товарів.

Згідно з дослідженням А.С. Маслової структура в парфумерно-косметичних засобах така: засоби для догляду за волоссям – 17%; по догляду за шкірою і декоративна косметика – по 14%; засоби по догляду за зубами, дитячий догляд і чоловічий догляд – 14%, 10%, 8% відповідно; парфумерія – 13%; косметика для ванни і душа – 5%; дезодоранти і депілятори – 4% і 1% відповідно. Стосовно виробництва косметичної продукції, то в аптечному сегменті ринку сьогодні присутня продукція 220 іноземних та 90 вітчизняних компаній [6].

Згідно з даними дослідженням варто зауважити, який саме вид продукції можна реалізовувати та виробляти в Україні. Також, враховуючи спільну специфіку, можемо вивити країни, які схожі за рівнем розвитку на Україну, а після попереднього аналітичного та

маркетингового дослідження запропонувати цей перелік товарів які об'єктів виробництва й торгівлі таким країнам.

Висновки з цього дослідження. Виходячи з результатів дослідження, можемо зауважити, що цей ринок є досить перспективним для інвестування коштів.

1) Проаналізувавши статистику за десять років, ми побачили постійне збільшення частки ринку та збільшення динаміки товарообігу. Протягом всього року була зменшена частка ринку лише у 2010 і 2011 роках, а загальна тенденція зростання була уповільнена в кризові роки, але все одно продовжила зростання в гривневому еквіваленті.

2) Законодавче регулювання необхідно поновити, а також прийняти більш сучасне для кращого контролю від фальсифікації товарів.

3) Спільна тенденція є позитивною, а для входу на цей ринок немає значних перешкод. З урахуванням частки, зайнятої парфумерно-косметичними товарами, найбільшим попитом користуються засоби для догляду за волоссям, декоративна косметика і засоби для догляду за зубами.

4) Під час входу на ринок необхідно враховувати цю структуру зайнятості ринку та попиту на нього.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції: Закон від 2 грудня 2010 року № 2735-17 / Верховна Рада України.
2. Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів. URL: <http://reestr.fru.org.ua/derzhavna-inspektsiya-ukrayiny-z-pytan-zahy-stu-prav-spozhy-vachiv>.
3. Байцар Р.І., Кордіяка Ю.М. Актуальні проблеми та перспективи розвитку косметичної галузі. 2015. URL: file:///C:/Users/user/Downloads/VNULP_2015_821_10.pdf. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/sr/tsrtp/tsrtp_u.htm.
4. Економічна криза в Україні: виміри, ризики, перспективи / Національний інститут стратегічних досліджень. 2009. URL: file:///C:/Users/user/Downloads/VNULP_2015_821_10.pdf.
5. Лисенко Н.П. Визначення рівня якості зразків губної помади. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2016. Вип. 1. С. 68–72. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_ekon_2016_1_17.

REFERENCES:

1. Verkhovna Rada Ukrainy; Zakon vid 02.12.2010 № 2735-17 "Pro derzhavnyi rynkovyi nahliad i kontrol nekharchovoi produktsi".
2. Derzhavna inspektsiia ukrainy z pytan zakhystu prav spozhyvachiv [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu do resursu: <http://reestr.fru.org.ua/derzhavna-inspektsiya-ukrayiny-z-py-tan-zahy-stu-prav-spozhy-vachiv>.
3. Baitsar R.I. Aktualni problemy ta perspektyvy rozvytku kosmetychnoi haluzi [Elektronnyi resurs] / R. I. Baitsar, Yu. M. Kordiiaka. – 2015. – Rezhym dostupu do resursu: file:///C:/Users/user/Downloads/VNULP_2015_821_10.pdf. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/sr/tsrtp/tsrtp_u.htm.
4. Ekonomichna kryza v ukraini: vymiry, ryzyky, perspektyvy [Elektronnyi resurs] // Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. – 2009. – Rezhym dostupu do resursu: file:///C:/Users/user/Downloads/VNULP_2015_821_10.pdf.
5. Lysenko N.P. Vyznachennia rivnia yakosti zrazkiv hubnoi pomady / N.P. Lysenko // Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarynoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment. – 2016. – Vyp. 1. – S. 68–72. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_ekon_2016_1_17.