

РИНОК ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

В статті подано інформацію про ринок парфумерно-косметичних товарів. Представлено сутність, поняття, функції, основні проблеми розвитку. Метою статті є формування товарної структури непродовольчих товарів, визначення частки парфумерно-косметичних товарів, аналіз динаміки цього виду товарів, визначення перспективності розвитку цього ринку.

Ключові слова: ринок, парфюмерно-гигиенические товари, анализ, динамика, развитие, нормативная база, тенденция.

Abstract

The article provides information on the market of perfume and cosmetic products. The essence, concepts, functions, main problems of development are presented. The purpose of the article is the formation of the commodity structure of non-food products, determination of the share of perfume and cosmetic products, analysis of the dynamics of this type of goods, determination of the prospects for the development of this market.

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

Ринок парфумерно-косметичних товарів України на теперішній час є одним з найбільших після традиційних лідерів за обсягами продажу - ринків алкоголю, тютюну, продуктів харчування.

Парфумерія і косметика складають особливу групу непродовольчих товарів, виконуючи різноманітні функції: вони задовольняють духовні та естетичні потреби людини, мають лікувально-гігієнічне призначення, впливають на самопочуття, зовнішній вигляд людини. Це товари повсякденного вжитку, без яких важко уявити сучасне і повноцінне життя людей.

Слово „парфумерія” має походження від латинського *parfume*, що означає "димитись, випарюватись, видихати приємний запах". Одними з перших парфумів були "димні парфуми" -ароматний дим від паління гілок мірти.

Головне призначення парфумерії - це створення приємного запаху для ароматизації тіла, одягу, побутових предметів, приміщень. Крім того, деякі засоби використовують як гігієнічні та освіжні.

Ринок парфумерно-косметичних товарів поділяється на:

- Гігієнічна і лікувально-профілактична косметика призначається для забезпечення шкіри, волосся, зубів від шкідливого впливу зовнішнього середовища та мікробної дії, а також для утримання їх у здоровому стані.

- Декоративна косметика також має широкий асортимент, який постійно розширюється, оновлюється під впливом напрямів моди.

Для аналізу тенденції розвитку ринку парфумерно-косметичних товарів взяті дані з Держстату України[1]. Дані вказують 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. Можна 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. 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 парфумерно-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[2].

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[3]. 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.

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 парфумернокосметичними товарами, найбільшим попитом користуються засоби для догляду за волоссям, декоративна косметика і засоби для догляду за зубами[4].

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

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

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/derzhavnainspeksiya-ukrayiny-z-py-tan-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/operativ2_016/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.

Бабієнко Карина Володимирівна - студентка групи П-19б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: karinababienko03@gmail.com;

Безсмертна Оксана Владиславівна - кандидат економічних наук, доцент, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: bezsmertna@vntu.edu.ua.

Karina Babienko- P-19b student, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, email: karinababienko03@gmail.com;

Oksana Bezsmertna - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: bezsmertna@vntu.edu.ua.