

ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ СЕКЦІЯ 14 БІОТЕХНОЛОГІЙ ТА УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕЧНІСТЮ ТОВАРІВ

СТАН РИНКУ КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Т. Б. Панайотова, студентка спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, група ТЕМС м-51

Л. М. Губа, науковий керівник, к. т. н., доцент кафедри товарознавства, біотехнологій, експертизи та митної справи Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Сучасний ринок косметичних товарів України в даний час є одним із найбільших після традиційних лідерів за обсягами продажів – ринків алкоголю, тютюну, продуктів харчування. Парфуми та косметика складають особливу групу непродовольчих товарів. Виконуючи різні функції, вони задовольняють духовні та естетичні потреби людини, мають лікувально-гігієнічне призначення, впливають на самопочуття, зовнішній вигляд людини. Це товари повсякденного попиту, без яких важко уявити сучасне і повноцінне життя людей.

Косметичні товари мають свої особливості, які належать тільки цій товарній групі. Головні вимоги до них – безпека для людини, бо вони безпосередньо контактують з тілом людини, вбираються шкірою. Косметичні товари повинні сприятливо впливати на стан шкіри, волосся, зовнішній вигляд людини, її настрій. У різні періоди життя людини косметика вирішує різні завдання, тому методи використання і склад косметичних препаратів також різні. У першій половині життя людини головне місце займають питання гігієни та профілактики, в другій – запобігання передчасному старінню, тобто лікувальні властивості.

Краща якість косметики досягається за рахунок постійного впровадження у виробництво сучасних технологій, якісної прогресивної сировини. Встановлено тісний зв'язок між схильністю фірм до нововведень і їх успіхами в міжнародній торгівлі. Нині споживачі більше турбуються про своє здоров'я, їм небайдуже походження і функціональний вплив інгредієнтів косметичної продукції. Саме це і визначає попит сьогодні на ринку.

Український ринок косметики протягом останніх років відрізняє певний потенціал розвитку. За даними дослідницької компанії Euromonitor International у 2019 році український ринок косметичної продукції зріс у грошовому вираженні більше, ніж на 25 % порівняно з 2018 роком і склав близько 30 млрд грн. Необхідно відзначити, що за результатами 2019 року всі категорії українського косметичного ринку зросли в грошовому вираженні. Однак лідерами за темпами зростання стали категорії продукції «декоративна косметика» і «догляд за шкірою», які збільшилися на 28,9 % і 28,5 % відповідно. У категорії «догляд за шкірою» активно зросли обсяги продажів косметичних засобів по догляду за шкірою обличчя, і, особливо, сегменти для очищення і зволоження. А в категорії «декоративна косметика» найбільш динамічне зростання продемонструвала продукція для макіяжу губ.

Топ-5 продажів косметичної продукції забезпечили:

- засоби догляду за шкірою обличчя, обсяг продажів яких склав 368 781 000 грн. Частка продажів цього виду продукції в загальному обсязі реалізації склала 23 %, приріст до аналогічного періоду – 44 %;

- засоби по догляду за слизовими оболонками, обсяг продажів яких склав 327 152 000 грн. Частка продажів цього виду продукції в загальному обсязі реалізації – 20 %, приріст до аналогічного періоду – 29 %;

- засоби по догляду за волоссям та нігтями, обсяг продажів яких склав 203,493 млн грн. Частка продажів цього виду в загальному обсязі реалізації – 13 %, приріст до аналогічного періоду – 17 %;

- засоби по догляду за тілом, обсяг продажів яких склав 191,631 млн грн. Частка продажів цього виду продукції в загальному обсязі реалізації – 12 %, приріст до аналогічного періоду – 22 %.

Розглядаючи структуру українського косметичного ринку, слід вказати, що це – ринок масового сегменту на відміну від країн Західної Європи. Частка продукції мас-маркет в Україні переважає і збільшилася практично до 60 %. Люкс-продукція становить 5,5 %. Продукція аптечного асортименту займає практично 3 % ринку і єдина з усіх категорій показує зростання в 20 %. Лікарські косметичні засоби становлять 1/3 асортименту

фармацевтичного ринку, і представлені близько 1300 косметичними марками 300 виробників.

Таким чином, встановлено, що ринок косметичної продукції України має свої особливості та останні роки відрізняється певним потенціалом розвитку. Основними факторами поліпшення якості продукції стали впровадження у виробництво сучасних технологій та якісної прогресивної сировини. Групами із найбільшою часткою продажів є продукція по догляду за шкірою обличчя, за слизовими оболонками, за волоссям та нігтями, за тілом. Більша частина ринку косметичної продукції – це продукція мас-маркет.

Список використаних інформаційних джерел

1. Реформирования косметической отрасли Украины на современном этапе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cosmar.com.ua/articles/3691/> – Название с экрана.
2. Минздрав: Проект постановления КМУ «Об утверждении Технического регламента безопасности косметической продукции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.moz.gov.ua/ua/portal/Pro_20100808_0.html. – Название с экрана.
3. ДК 004: 2008 «Украинский Классификатор нормативных документов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uas.org.ua/ua/services/standartizatsiya/dk-004-2008-ukrayinskiy-klasifikator-normativnih-dokumentiv/> – Название с экрана.
4. Постановлением Комиссии ЕС 2015/1298 от 28.07.2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/16941/1/213-220.pdf>. – Название с экрана.

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА КИСЛОМОЛОЧНИХ НАПОЇВ

І. І. Брихачко, студентка спеціальності Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, група ЕМСБ-11.

В. А. Назаренко, науковий керівник, к. т. н., доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи Вищій навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Заслуженою популярністю у мільйонів людей різних країн світу користуються кисломолочні напої. У дієтичному відношенні вони ще більш цінні, ніж молоко, оскільки відрізняються високими лікувально-профілактичними властивостями і вищою