

УДК 338.46

Матягина Т. В., кандидат экономических наук, доцент

ФГБОУ ВО

Уфимский государственный авиационный технический университет

Республика Башкортостан, г. Уфа,

ул. К. Маркса, д. 12

Сарафанова Людмила Евгеньевна

Сысоева Марина Сергеевна

студенты

4 курс, факультет «Информатики и робототехники»

Уфимский государственный авиационный технический университет

Республика Башкортостан, г. Уфа,

ул. К. Маркса, д. 12

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

Аннотация: В данной статье рассматриваются тенденции развития косметической индустрии. Выявлены основные инновационные тренды отрасли. Показаны факторы, определяющие эффективность производителей косметики. Определена роль российских компаний на рынке.

Ключевые слова: косметические средства, бьюти-индустрия, экономика косметической отрасли, органическая косметика.

Annotation: This article deals with the cosmetics industry. It affects many problems related to the economy. Since in the modern world cosmetics is one of the most popular products, it has a direct impact on the economy of the country.

Key words: beauty products, beauty - industry, economy, profit, lipstick index, organic cosmetics.

В двадцать первом веке индустрия косметики без сомнения является одной из ведущих индустрий на мировом рынке, которая стремительно

возрастает. Даже во время разрушительного экономического спада 2008 года индустрия косметики продолжала процветать. В целом промышленность испытала увеличение прибыли, несмотря на неудовлетворительное состояние дел в мировой экономике. Даже во времена финансовых трудностей потребители рассматривали продукты косметической промышленности как необходимые.

Тенденция увеличения продаж косметики во времена экономических потрясений была названа «индексом помады». Этот термин был придуман Леонардом Лаудером, председателем правления Estee Lauder. Так как во время финансовых трудностей возможность приобрести более дорогие предметы красоты, такие как платья и другие аксессуары, была недостижимой, потребители вместо этого перешли на бюджетные варианты, такие как помады, лаки для ногтей и прочее.

Косметические компании разрабатывают и внедряют новые продукты в течение последнего десятилетия по доступной цене. Одним из самых значительных и явных сдвигов является движение к экологически чистым косметическим средствам, которые более полезны как для человеческого организма, так и для биосферы планеты, которая в последние годы находится в критическом состоянии. Кроме того, косметические продукты можно найти в огромном разнообразии торговых точек, которые доступны для масс, не говоря уже о торговле в Интернете.

С каждым годом растет популярность такого направления, как экологически чистые косметические средства. Их главным преимуществом является практически полное отсутствие вредных элементов и низкий уровень аллергенности. Согласно прогнозам, к 2018 году спрос на подобные продукты может составить более \$13,0 миллиардов. Его развитие напрямую зависит от того, насколько благоприятными будут условия окружающей среды.

Некоторые из таких косметических продуктов содержат полезные ингредиенты, которые требуют меньшего количества воды, чем обычные косметические средства. Фактически, трата воды является одной из самых больших проблем в целом, так как чем больше воды мы расходует при использовании данных средств, тем больше денег уходит на оплату коммунальных услуг. Поэтому сейчас производители косметики пытаются разработать шампуни и ополаскиватели и гели для тела, которые легче смыть. Это влияет не только на материальное состояние, но и на состояние здоровья. В целом, экологические инновации косметической промышленности сосредоточены вокруг отказа от потенциально токсичных химических веществ в пользу более здоровых компонентов и приверженности сокращению отходов воды.

Мировой рынок косметических средств и товаров личной гигиены набирает обороты и в ближайшие годы будет только расти. Продажи продуктов сегмента косметики и косметологии, а также персонального ухода, по данным аналитической компании Euromonitor International, в 2014 году выросли на 5%. Продажи в индустрии составили в прошлом году \$465 миллиарда.

Не для кого ни секрет, что безоговорочными лидерами среди производителей являются транснациональные компании. На их долю приходится большая часть всей выпускаемой продукции. Европа является вторым по величине рынком косметических средств после американского рынка. Сейчас можно заметить, что высокую активность и быстрое развитие проявляют новые рынки косметических средств. Например, самый крупный мировой производитель L'Oreal уже более 40% своих товаров отправляет за пределы Старого и Нового Света. Все больший вес на международной арене сегодня обретают страны БРИК, суммарная доля которых приближается к 25%.

На сегодняшний день российские производители косметики прочно заняли лидирующие позиции на бьюти-рынке. То время, когда отечественные кремы, шампуни и помады сильно уступали по качеству зарубежным косметическим средствам остались в далеком прошлом. Сегодня большинство из них составляют здоровую конкуренцию на международном рынке, по некоторым показателям даже обходят зарубежных представителей бьюти - индустрии. Такими примерами являются следующие марки: Natura Siberica в рейтинге лучших натуральных шампуней The Times, MIXIT.

Если рассматривать страны Восточной Европы, то среди них российский рынок косметических средств персонального ухода является самым масштабным. По данным консалтинговой компании Euromonitor International, в 2013 году общий объем восточноевропейского рынка составлял \$29,6 миллиардов, Россия в нем занимала около половины от общей доли (49%).

Российские производители косметических средств пока не совсем могут на равных конкурировать с зарубежными, хотя многие из них достигли высокой известности и роста реализации продукции, особенно в подкатегории средств персонального ухода.

Прорыв через экономические трудности - чрезвычайно сложная задача. Многие компании достигли своей цели, когда они не смогли найти успех и получить прибыль во время кризиса. Следовательно, сейчас важно, как никогда, открывать компании и отрасли, добивающиеся беспрецедентных успехов. Косметическая индустрия - это такая индустрия, которая выживает даже в самые непростые времена и хочется узнать, по какой причине это происходит. Очевидно одно – косметические средства были и будут популярны и востребованы всегда. Они действовали эффективно, и, прежде всего, они предлагают продукты, которые превосходят любые финансовые барьеры и ограничения.

Использованные источники:

1. Adindex.ru - информационно-аналитический портал [Электронный ресурс]. – <https://adindex.ru/specprojects/markets3/cosmetics-1.phtml>, (дата обращения: 14.12.2017).
2. Look.bio - информационный портал [Электронный ресурс]. – <http://look.bio/post/show/210> ,(дата обращения: 14.12.2017).
3. "Вести-Медицина" – интернет-проект холдинга ВГТРК [Электронный ресурс]. – <https://med.vesti.ru/articles/krasota/25-rossijskih-brendov-kosmetiki-kotorye-nuzhno-znat/> ,(дата обращения: 14.12.2017).