

MARKET AND CONSUMER PREFERENCES COSMETIC AND HYGIENIC CLEANERS FOR SKIN CARE IN DONETSK REGION

Khomutova K.V. (Russian Federation)

Email: Khomutova@scientifictext.ru

*Khomutova Karina Vyacheslavovna - Graduate Student,
DEPARTMENT OF COMMODITY RESEARCH AND QUALITY
MANAGEMENT, FACULTY OF TRADE,
ROSTOV STATE ECONOMIC UNIVERSITY (RINH), ROSTOV-ON-DON*

Abstract: *the article analyzes the market of the Donetsk region, namely the main domestic manufacturers of cosmetics, the structure of the market of perfumery and cosmetics of the Donetsk region, a survey was conducted among consumers over 15 years old. According to the results, the structure of preferences for cosmetic and hygienic care products was revealed on the skin in the direction of use and the structure of preferences of cosmetic and hygienic detergents for skin care in the direction of use.*

Keywords: *analysis, cosmetic and hygienic detergents for skin care, market.*

РЫНОК И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ КОСМЕТИКО-ГИГИЕНИЧЕСКИХ МОЮЩИХ СРЕДСТВ ДЛЯ УХОДА ЗА КОЖЕЙ В ДОНЕЦКОМ РЕГИОНЕ

Хомутова К.В. (Российская Федерация)

*Хомутова Карина Вячеславовна – студент магистратуры,
кафедра товароведение и управление качеством, факультет торгового
дела,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),
г. Ростов-на-Дону*

Аннотация: *в статье анализируется рынок Донецкого региона, а именно основные отечественные предприятия-изготовители косметических средств, структура рынка парфюмерно-косметических средств Донецкого региона, проведен опрос среди потребителей от 15 лет, согласно результатам была выявлена структура предпочтений косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей по направлению использования.*

Ключевые слова: *анализ, косметико-гигиенические моющие средства для ухода за кожей, рынок.*

Косметико-гигиенические моющие средства для ухода за кожей являются неотъемлемой частью в общем комплексе ежедневно используемой косметической продукции. В современных условиях при

наличии огромного количества различных косметических средств особенно актуальным является вопрос выбора качественного товара, соответствующего современным стандартам и удовлетворяющим потребности потребителя. К косметико-гигиеническим моющим средствам для ухода за кожей относятся гели для душа, очищающие средства для умывания лица (гели, пенки, муссы и пр.), жидкое туалетное мыло, пена для ванн.

Потому рынок косметико-гигиенических моющих средств – один из самых динамично развивающихся рынков Донецкой Народной Республики.

Рынок косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей в Донецкой Народной Республики отличается высокой долей импортной продукции (99%) [3].

Основными странами-импортерами товаров исследуемой категории являются Россия (57%), Беларусь (13%), Украина (5%), страны дальнего зарубежья (30%) [3].

С 2017 г. значительно сократились объемы реализации косметических средств украинского производства. Это обусловлено тем, что в мае 2017 г. был издан Приказ Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики «Об установленном запрете на ввоз на таможенную территорию Донецкой Народной Республики товаров с территории Украины» от 03.05.2017 № 170.

Продукция стран дальнего зарубежья на рынке Республики представлена ведущими мировыми компаниями: Procter & Gamble, Unilever, Beiersdorf и др.

Отечественные предприятия-производители косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей:

— ООО «Центр управления качеством больничной гигиены» — средства по уходу за волосами, гигиена для рук и тела, детская серия (средства для купания) под ТМ «Eclean — N»;

— ООО СПКФ «Юкас» – жидкое мыло ТМ «Экономная хозяйка»;

— ФЛП Нечаев С. А. – средства по уходу за кожей и волосами, средства косметические для очистки кожи и волос, выпускаемые под сериями «Экола» и «Бьюти Код»; [3]

Структура отечественного рынка косметических средств приведена на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Структура рынка парфюмерно-косметических средств ДНР

Как видно из рис. 1.1 наибольший объем продаж имеют шампуни (36%), средний – средства по уходу за полостью рта (18%) и гигиеническая косметика (14%). Наименьший объем продаж имеют средства для бритья и после бритья, депиляции и др. косметические средства (2%).

Была проведена оценка потребительского спроса на рынке косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей методом социологического опроса населения г. Донецка

В анкетировании принимали участие 45 человек в возрасте 15 лет и старше. Респонденты были представлены в различных возрастных категориях, потребители моложе 15 лет не были включены в исследование, так как в этом возрасте, как правило, большинство косметических средств им приобретают родители. Возраст 15–18 лет уже считается трудоспособным, и подростки могут сами принимать решение о покупке тех или иных косметических товаров. Установлено, что все респонденты используют косметико-гигиенические моющие средства для ухода за кожей.

По возрасту респонденты распределились следующим образом: 30–39 лет (32,1%), 19–29 лет (30,7%), 40–49 лет (19,3%) и 50 лет и старше (15,4%), наименьшую – до 18 лет (2,5%), из них женщины – 58% и 42% – мужчины.

Были выявлены предпочтения опрошенных в предложенном перечне косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей. Исследования показали (рис.1.2), что в основном потребители используют гели для душа (82%) и жидкое туалетное мыло (73%). Это связано с тем, что жидкое мыло и гели для душа используют в качестве основного моющего средства для ухода за телом. На гель и пенку для умывания лица приходится 54% и 49% соответственно (в качестве основного средства для ухода за кожей лица). Крем-гель для умывания предпочитают

использовать 40% потребителей, а мусс для умывания лица – 36%. 46% опрошенных используют другие косметические моющие средства. В частности, многие используют гель-пилинги или гель-скрабы для ухода за кожей [1].

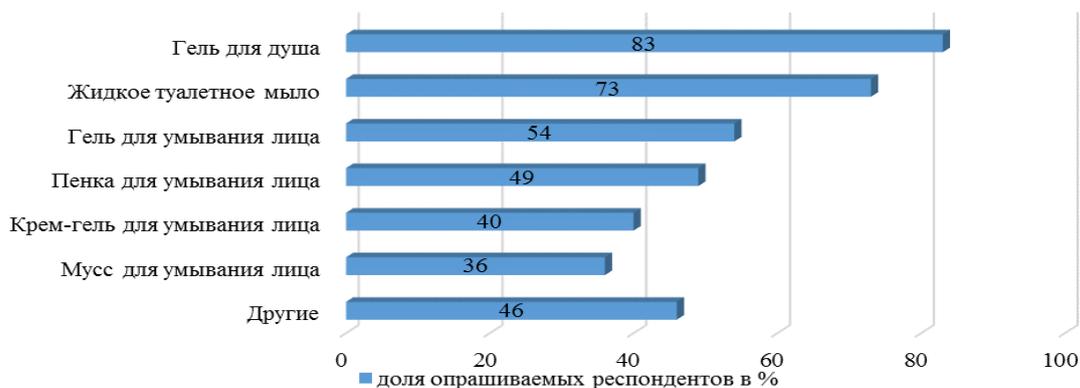


Рис. 1.2. Структура предпочтений косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей по направлению использования

Рейтинг популярности торговых марок косметико-гигиенических средств для ухода за кожей показывает, что самыми популярными являются «Nivea», «Dove», «Palmolive», «Саму», «La Petit Marseillais», «Зеленая Аптека», «Markell», «Чистая линия», «Черный жемчуг», «Garnier», «L’Oreal», о чем свидетельствуют данные (рис. 1.3).

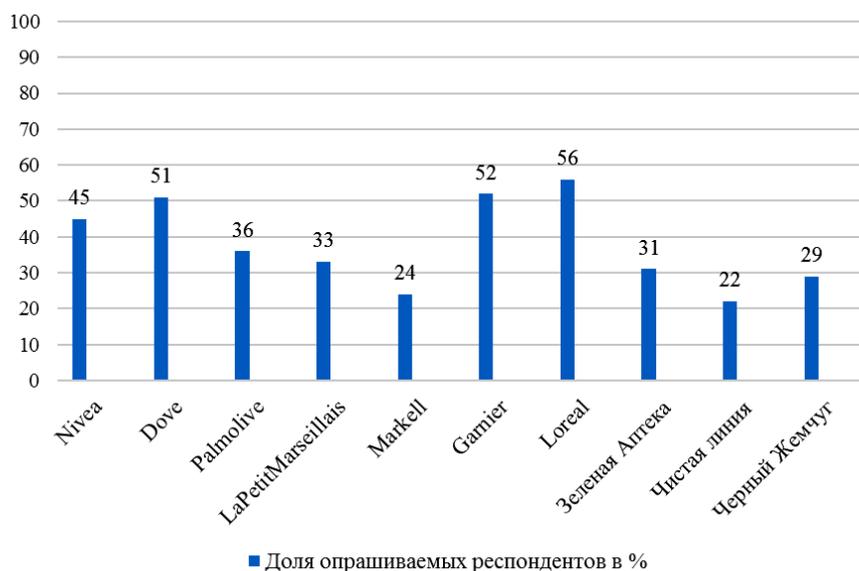


Рис. 1.3. Структура предпочтений косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей по торговым маркам

Производители импортных и отечественных косметико-гигиенических моющих средств пользуются абсолютно разной популярностью у потребителей всех возрастов, связано это с тем, что рынок отличается высокой долей импортной продукции (99%). Респонденты довольно легко относятся к смене производителя, скорее всего из-за широкого ассортимента и поиска продукции, которая будет устраивать их полностью. Однако, люди старшего поколения в основном не готовы отказаться от ранее используемого косметико-гигиенических моющих средства для ухода за кожей, это можно связать с опытом и привычкой.

Большинство потребителей не являются приверженцами одного производителя, что связано с широтой предлагаемого ассортимента и различными видами косметико-гигиенической моющей продукции, реализуемой на региональном рынке [2].

В настоящее время в Донецкой Народной Республике наблюдается существенное превышение потребления косметико-гигиенических моющих средств для ухода за кожей. Эксперты прогнозируют, что темпы роста рынка в ближайшие годы не снизятся.

Список литературы / References

1. *Вилкова С.А.* Исследование регионального рынка косметических товаров и потребительских предпочтений / С.А. Вилкова // *Маркетинг в России и зарубежом.* Москва, 2003. № 1. С. 15-20.
2. *Ердакова В.П.* Современные косметические товары: ассортимент, потребительские свойства, экспертиза качества. Часть 1. Косметические средства по уходу за волосами и кожей головы / В.П. Ердакова // *Алт. гос. тех. ун-т. БТИ. Бийск. Изд-во Алт. гос. тех. ун-та, 2007. 142 с.*
3. Структура и динамика рынка бытовой химии, парфюмерных, косметических средств и товаров санитарно-гигиенического назначения. Донецкой Народной Республики в первом полугодии 2017 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mptdnr.ru/news/598-struktura-i-dinamika-rynka-bytovoii-himii-parfyumernyh-kosmeticheskikh-sredstv-i-tovarov-sanitarno.html/> (дата обращения: 16.04.2019).