



PRO
CONSULTING®
АНАЛІТИКА РИНКІВ. ФІНАНСОВИЙ КОНСАЛТИНГ

Аналіз ринків косметики та побутової хімії України

План

- 1 Загальна характеристика ринку
- 2 Основні оператори ринку
- 3 Зовнішня торгівля
- 4 Споживачі та їх вподобання
- 5 Канали збуту
- 6 Висновки

Тенденції розвитку/фактори впливу

Ріст сегменту онлайн-продажів

Деякі сервіси (наприклад, MakeUp) надають послугу безкоштовної кур'єрської доставки за адресою, а ціни на товари зазвичай трохи нижче, ніж в магазинах «оффлайн». В контексті карантинних обмежень мінімізація контактів з продавцями і іншими покупцями в реальних магазинах позитивно впливає на сегмент онлайн продажів.



Стрімкий
кореїської
краси

ріст популярності
продукції в індустрії

Зміни у складі косметичних засобів

Ріст популярності натуральних харчових добавок, пре-, про-, постбіотиків. Деякі бренди до того ж віддають свою перевагу рослинним інгредієнтам у складі продукції.



Переважання
продукції на ринку та продукції
великих міжнародних
транснаціональних компаній

Тенденції розвитку/фактори впливу

Зменшення об'ємів споживання декоративної косметики у зв'язку з карантином

При відсутності необхідності залишати житло багато споживачів скоротили використання декоративної косметики.

Крім цього, дистриб'ютори косметики відзначають, що в зв'язку з карантином вони не спостерігали зменшень в продажах косметики в цілому.

Розширення цільової аудиторії ринку

ЦА продовжує розширюватися за рахунок переходу категорії «доглянутість» в необхідність, причому як для жінок, так і для чоловіків.

Сезонність

Зростання продажів в період перед святами, в холодну пору - зростання попиту на поживні, захисні, зволожуючі креми, в теплу - на засоби для засмаги, дезодоранти.

Зростаючі компетентність і вимогливість споживачів

Постійно зростають вимоги до якості, надійності, безпеки продукції. Споживач стає надзвичайно поінформованим, в тому числі за рахунок активізації роботи інформаційних каналів, таких як Інтернет, електронна пошта тощо.

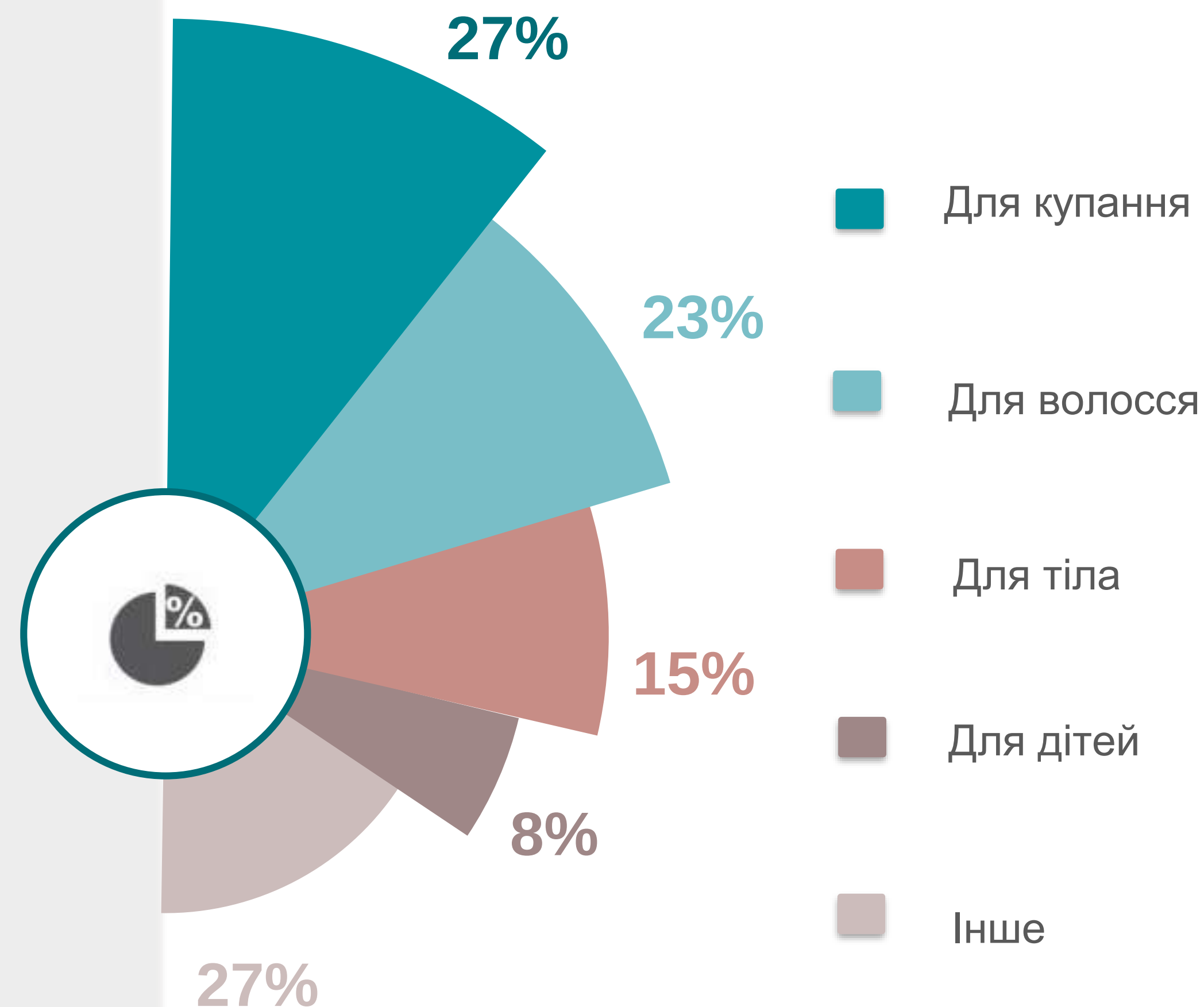
Загальна характеристика ринку Сегментація/структура

Сегментація ринку косметики в натуральному вираженні у 2020 році

Засоби для купання та догляду за волоссям і тілом в сумі складають практично 2/3 ємності ринку.

В категорію «Інше» входять такі засоби: засоби для бритьтя, для догляду за руками і ногами, для ротової порожнини, для обличчя, засоби для інтимної гігієни, декоративна косметика, засоби для засмаги.

Джерело: оцінка Pro-Consulting

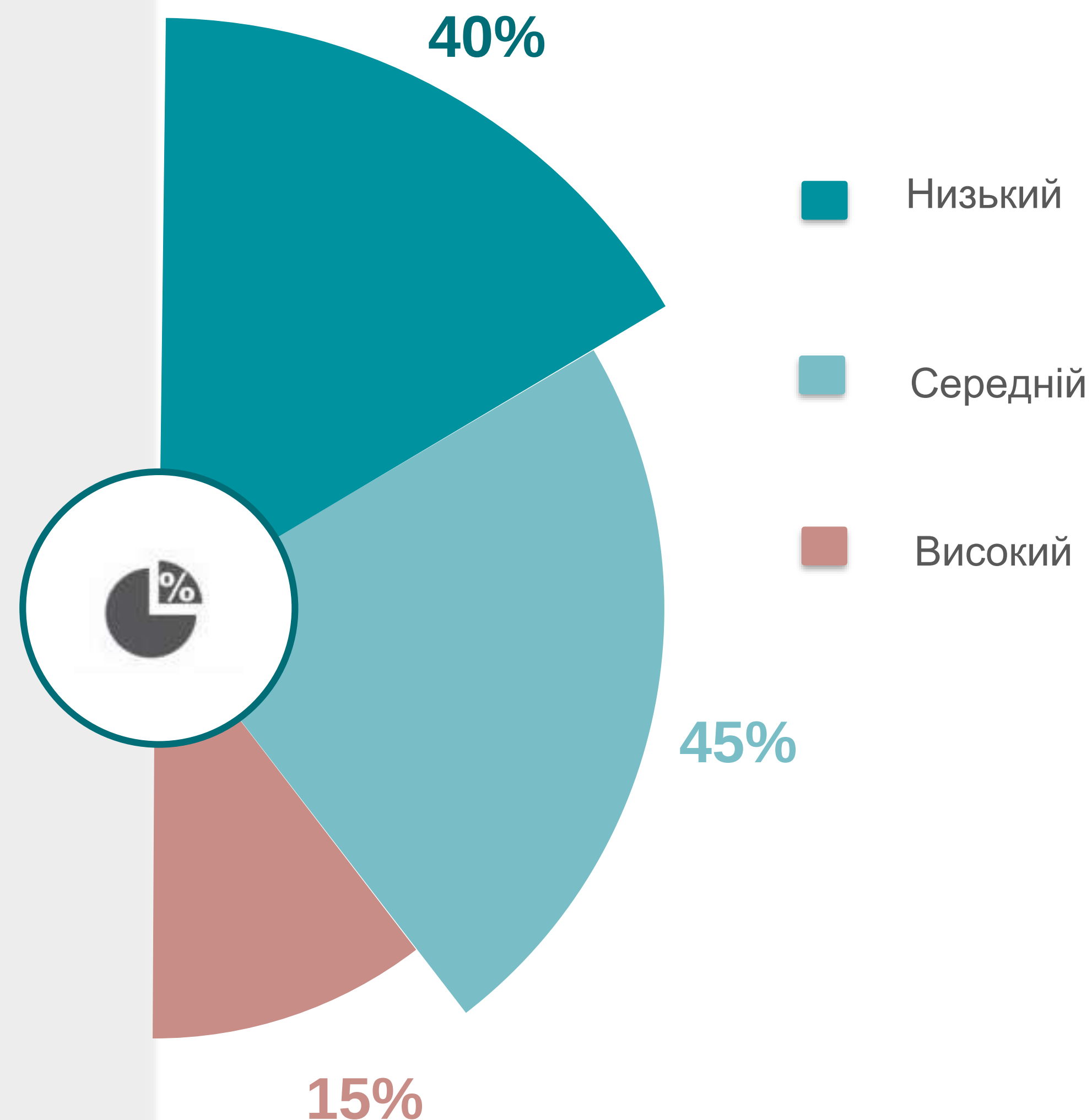


Загальна характеристика ринку Структура ринку за ціновим сегментом

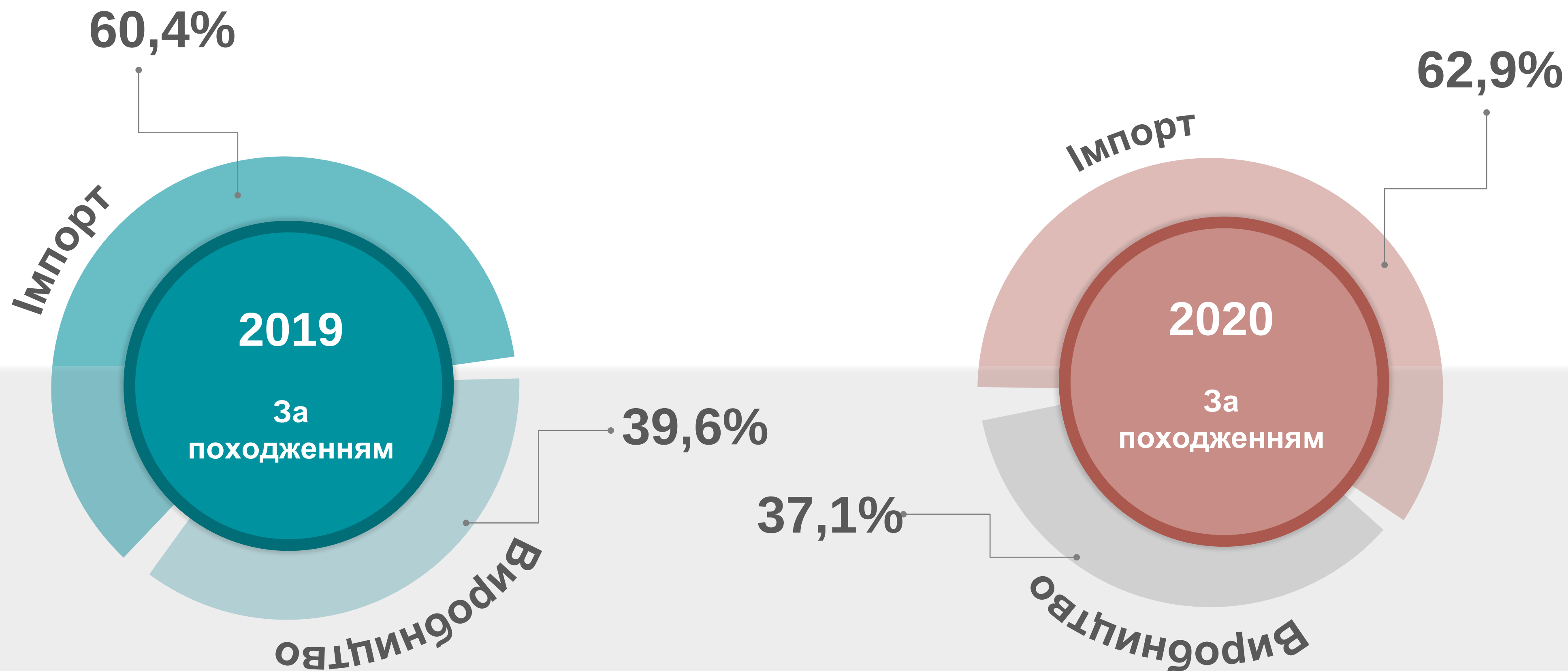
*40% займає недорога косметика (мас-маркет),
45% - косметика середньої цінової категорії
(натуральна, мідл-маркет, органічна),
15% - дорога професійна косметика
(професійна, елітна, нішева).*

*Останнім часом спостерігається зростання
кількості більш дорогої косметики, оскільки
вимоги споживача до якості продукції
зростають, а споживання B2B, що вимагає
професійну дорогу косметику, розвивається.*

Джерело: оцінка Pro-Consulting

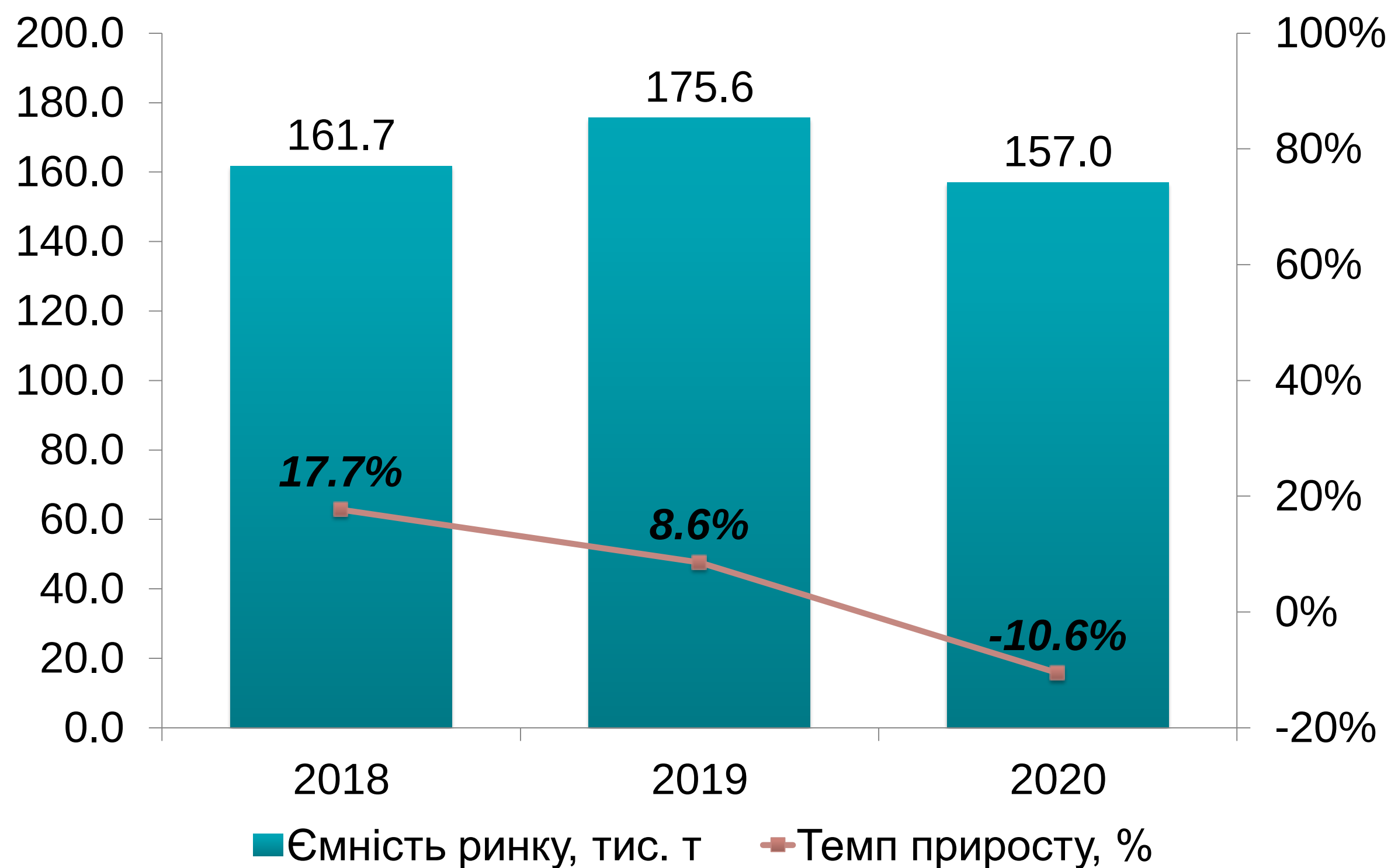


Загальна характеристика ринку Сегментація/структура



На українському ринку косметики імпортна продукція складає більшу частку (63%), ніж українська (37%).

Загальна характеристика ринку Ємність ринку



Джерело: оцінка Pro-Consulting

Через зменшення економічної активності в зв'язку з локдауном навесні 2020 року і зменшенням споживання, зокрема, в сегменті декоративної косметики, через перебування вдома більш значну частину часу і часткового переходу на віддалену роботу, спостерігаємо зменшення ємності ринку косметики.

Іноземні холдинги



Unilever

BDF ●●●●●

Beiersdorf

L'ORÉAL

AVON



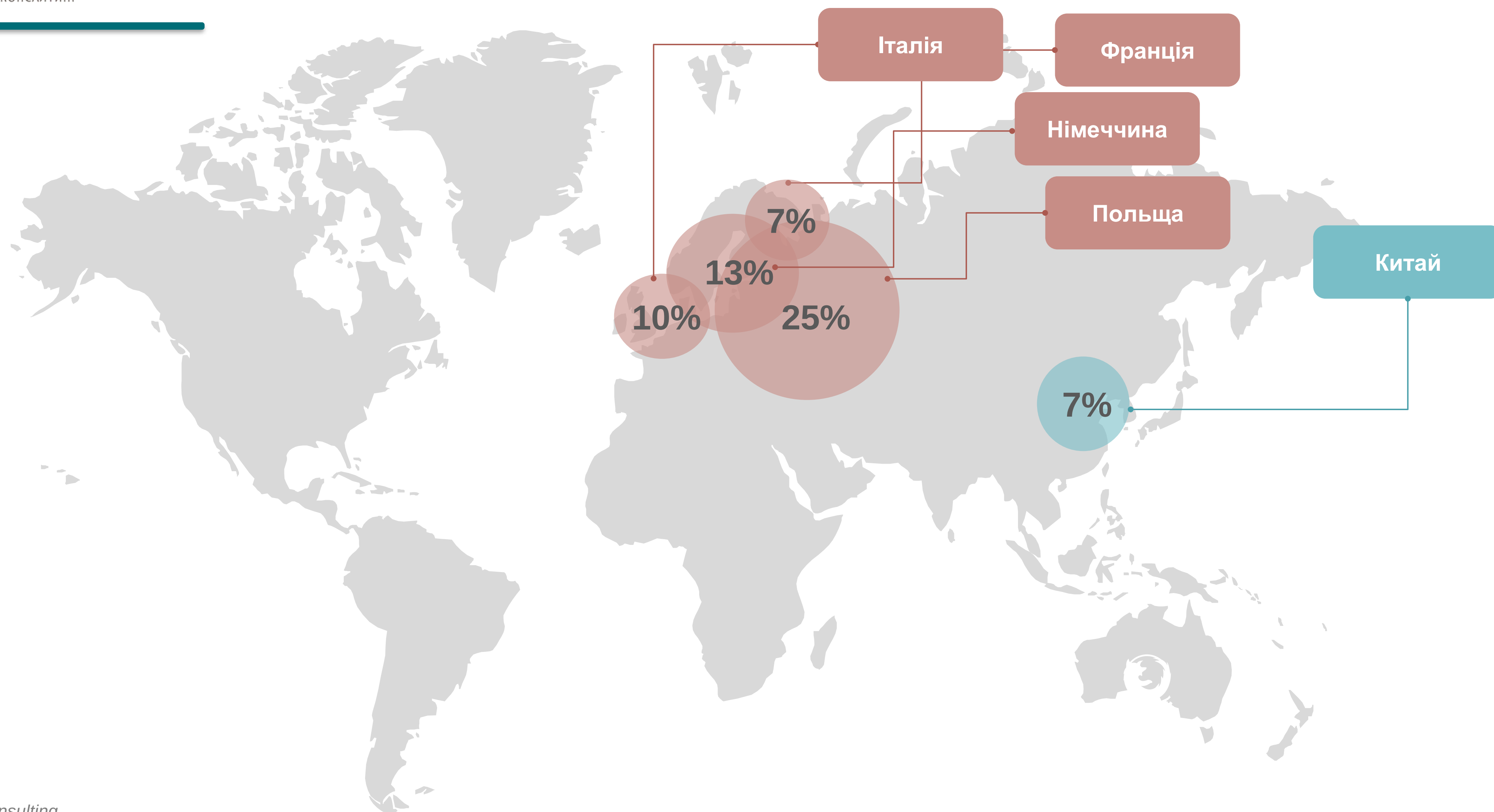
COLGATE-PALMOLIVE

Johnson & Johnson LLC

Основні оператори ринку Українські виробники



Зовнішня торгівля Географія імпорту (ТОП-5)



Топ-5 брендів імпортованої косметики в Україну в 2020 році за видами, в натуральному вираженні

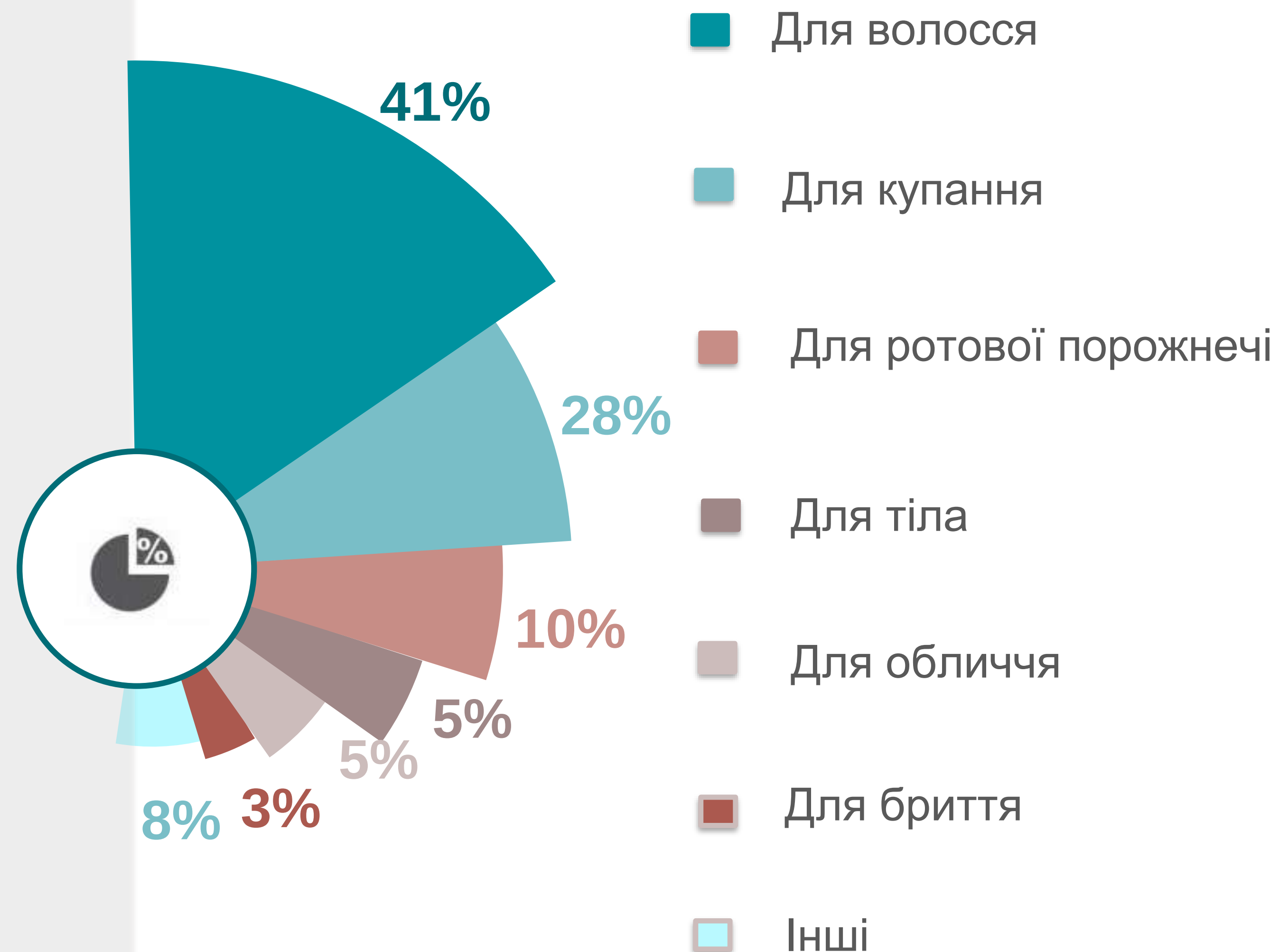
Для волосся	Для дітей
L'Oreal Paris	Colgate
Garnier	Lacalut
Head&Shoulders	La Roche Posay
Pantene Pro-V	Невська Косметика
Estel	Splat
Для купання	Декоративна косметика
Nivea	Avon
Avon	Glambee
Dove	LCF
Palmolive	Eveline Cosmetics
Duru	Maybelline
Для ротової порожнечі	Для рук
Colgate	Nivea
Listerine	Avon
Blend-A-Med	Faberlic
Splat	Dove
Aquafresh	Вітекс

Для тіла	Інтимна гігієна
Avon	Lactacyd
Nivea	Nivea
Yves Rocher	Durex
Garnier	Petite Maison
Dove	Venus
Для обличчя	Для засмаги
Garnier	Oriflame
L'Oreal Paris	Collistar
Nivea	Yves Rocher
Via Beauty	Uriage
Lirene	Nivea
Для бриття	Для ніг
Nivea	Oriflame
Gillette	Garnier
Arko	Pedibaeher
Eveline Cosmetics	Enprani
L'Oreal Paris	Esthe

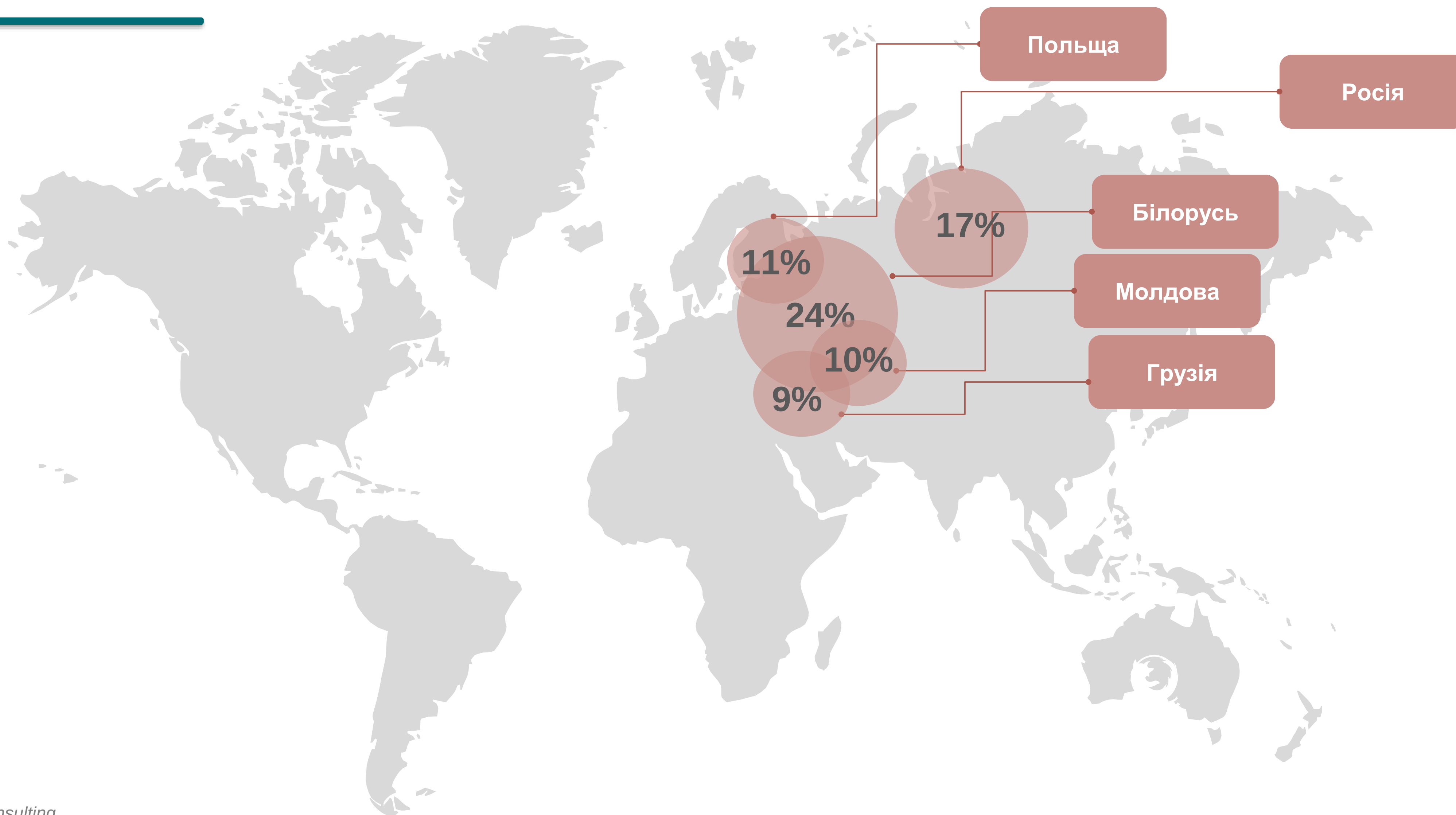
Топ-бренди в різних категоріях косметичних засобів належать переважно основним іноземним холдингам, які представлені на українському ринку (Проктер енд Гембл, Байєрсдорф, Хенкель, Ейвон, Лореаль, Юнілівер, Ейвьяп, Колгейт-Палмолив).

Структура імпорту в натуральному вираженні

Найбільша частка в імпорті косметики припадає на засоби для догляду за волоссям та засоби для купання.



Зовнішня торгівля Географія експорту (ТОП-5)



Топ-5 брендів експортованої косметики в Україну в 2019 році за видами, в натуральному вираженні

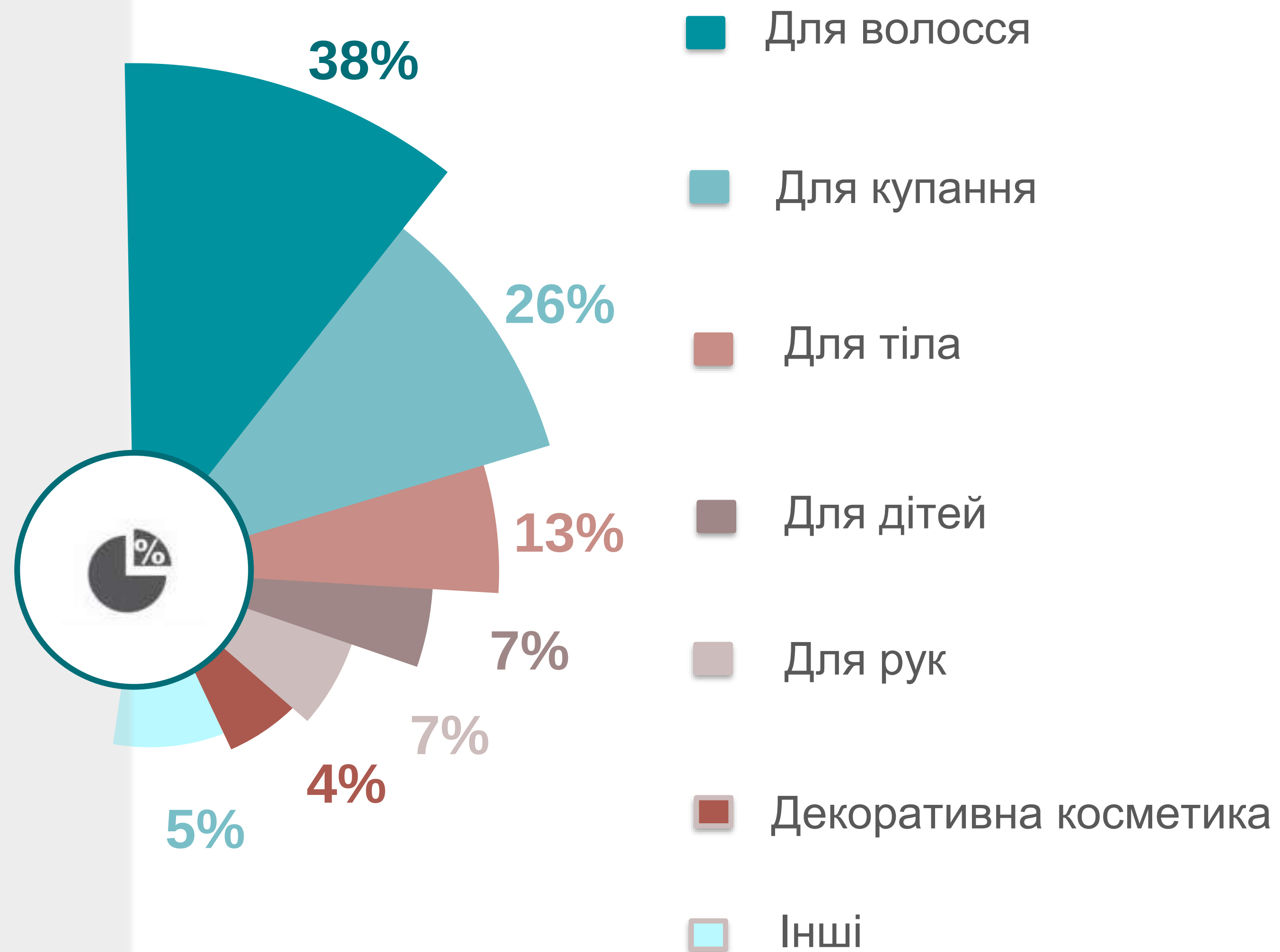
Для волосся	Для бриття
Асме	Galterra
Зеленая Аптека	Cool Men
Супермаш	Fresh Juice
Dr. Sante	Зеленая Аптека
Домашний Доктор	Gladkoff
Для купання	Для ротової порожнечі
Fresh Juice	Домашний Доктор
Шик	Фармаком
Bio	Family Doctor
Dr. Sante	GeorgBioSystems
Зеленая Аптека	Биокон
Для тіла	Для обличчя
Dr. Sante	Биокон
Fresh Juice	Family Doctor
Зеленая Аптека	Мой каприз
Домашний Доктор	Эликсир
Bio	Кортес

Для дітей	Інтимна гігієна
ода	Вкусные секреты
Шик	Биотон
Bovary	Only Natural
Ti Amo Crema	Family Doctor
Мыловаренные традиции	Мой каприз
Для рук	Для ніг
Зеленая Аптека	Family Doctor
Dr. Sante	Oblepikha
Fresh Juice	Вкусные секреты
Домашний Доктор	Евро плюс
Bio	Ekolek
Декоративна косметика	Для засмаги
Pharma BIO laboratory	Мой каприз
Аромат	Биокон
Elan	SUN day
Астра Косметик	Klyaksa
Биотон	BIO-SUN

В різних категоріях косметичних засобів популярними в експорті є бренди компанії Ельфа (Dr. Sante, Зеленая Аптека, Fresh Juice та інші), а також Биокон, Family Doctor Альянса Краси і Біотон.

Структура експорту в натуральному вираженні

Найбільша частка в експорті косметики припадає на засоби для догляду за волоссям і засоби для купання.

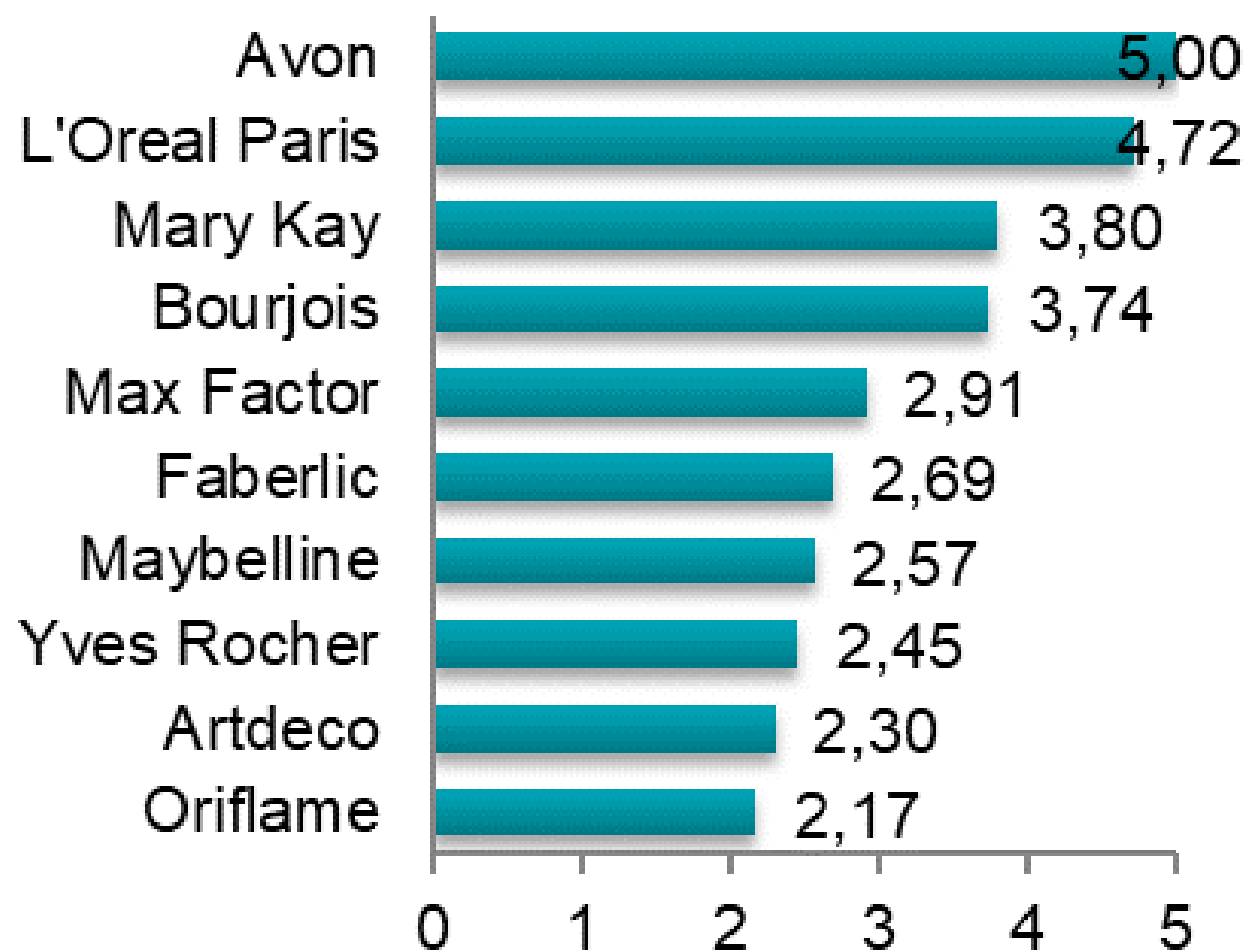




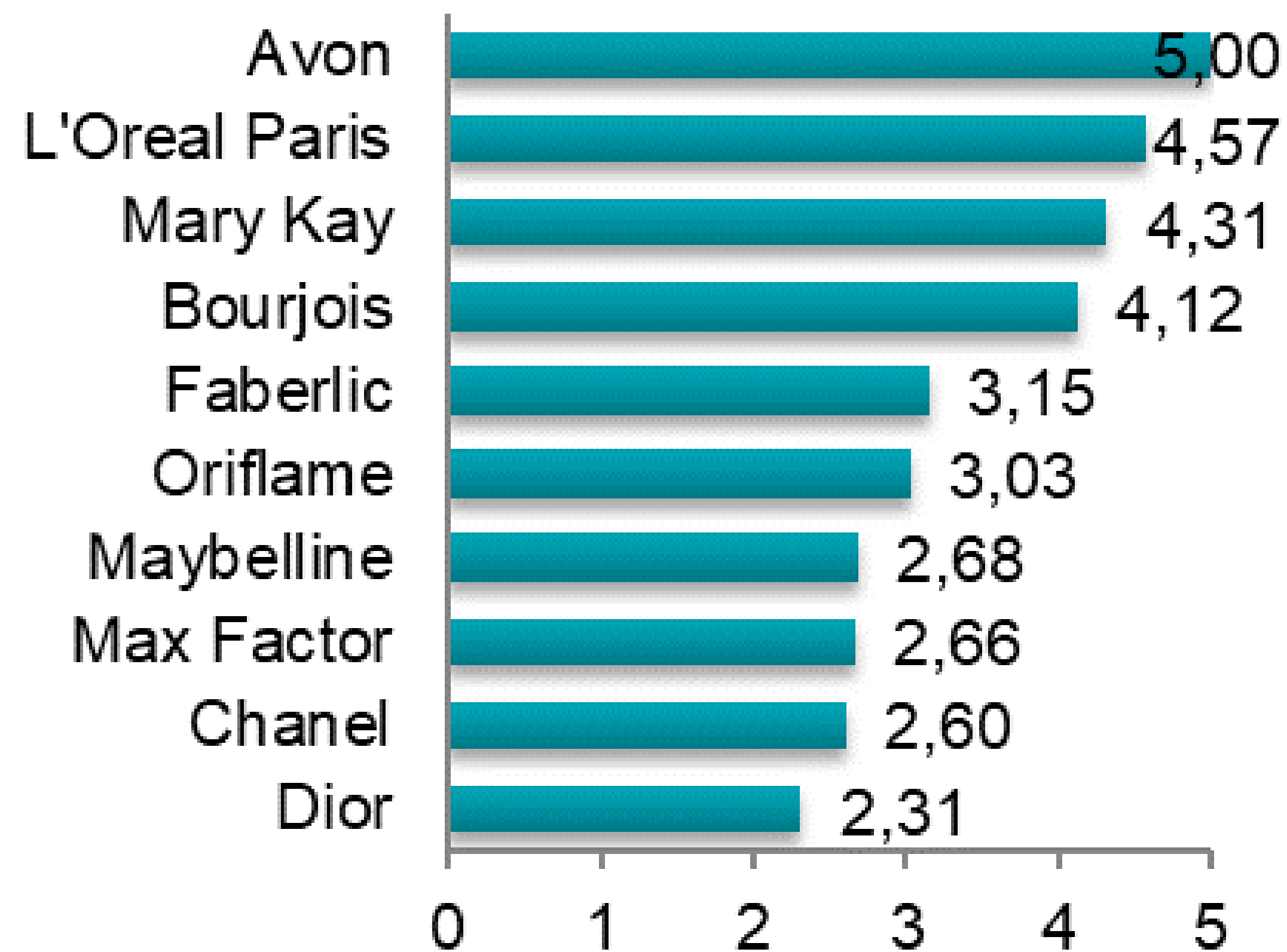
Споживчі переваги

Вподобання споживачів щодо торгових марок косметичної продукції за підсумками 2020 року

Тональний крем



Пудра

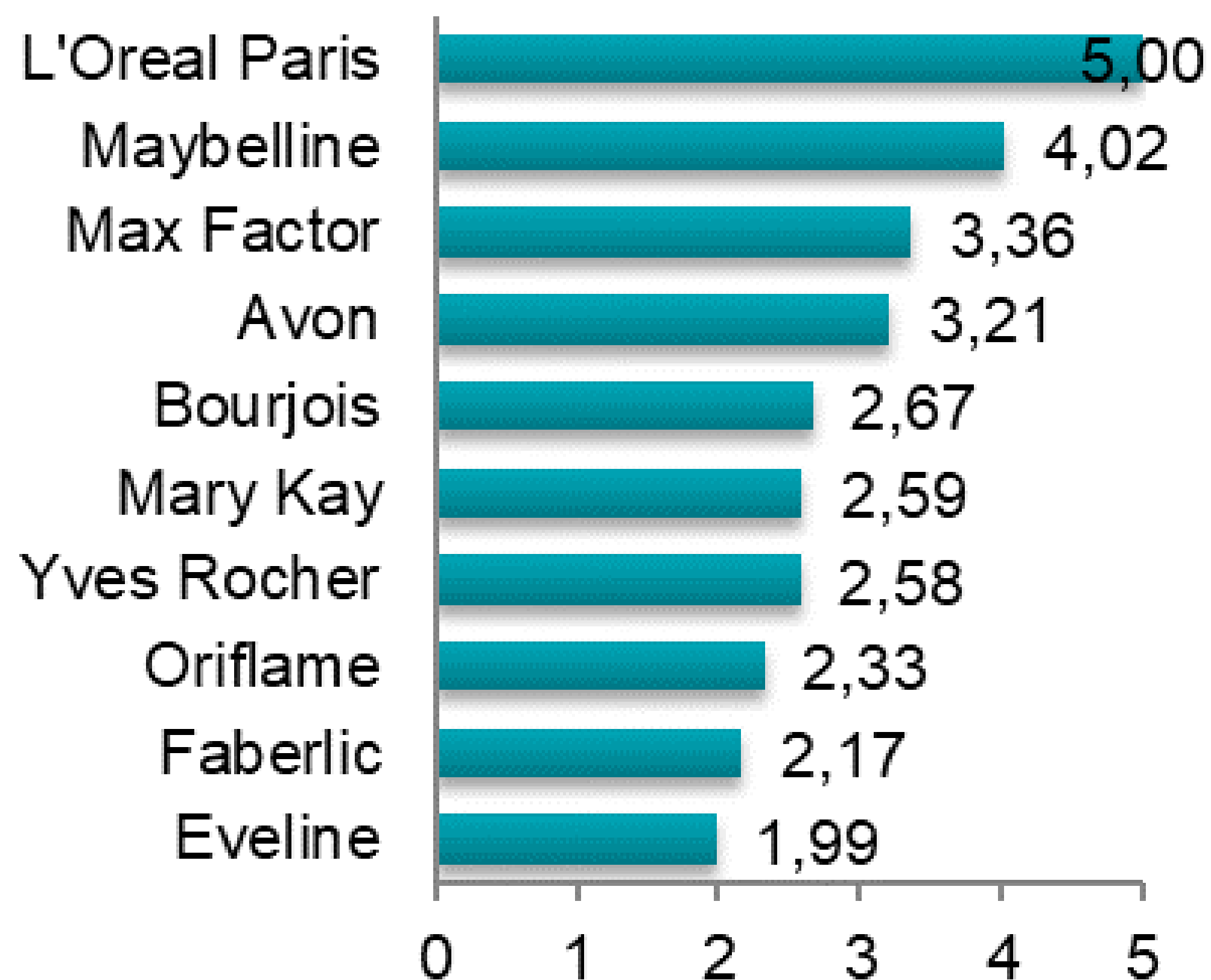




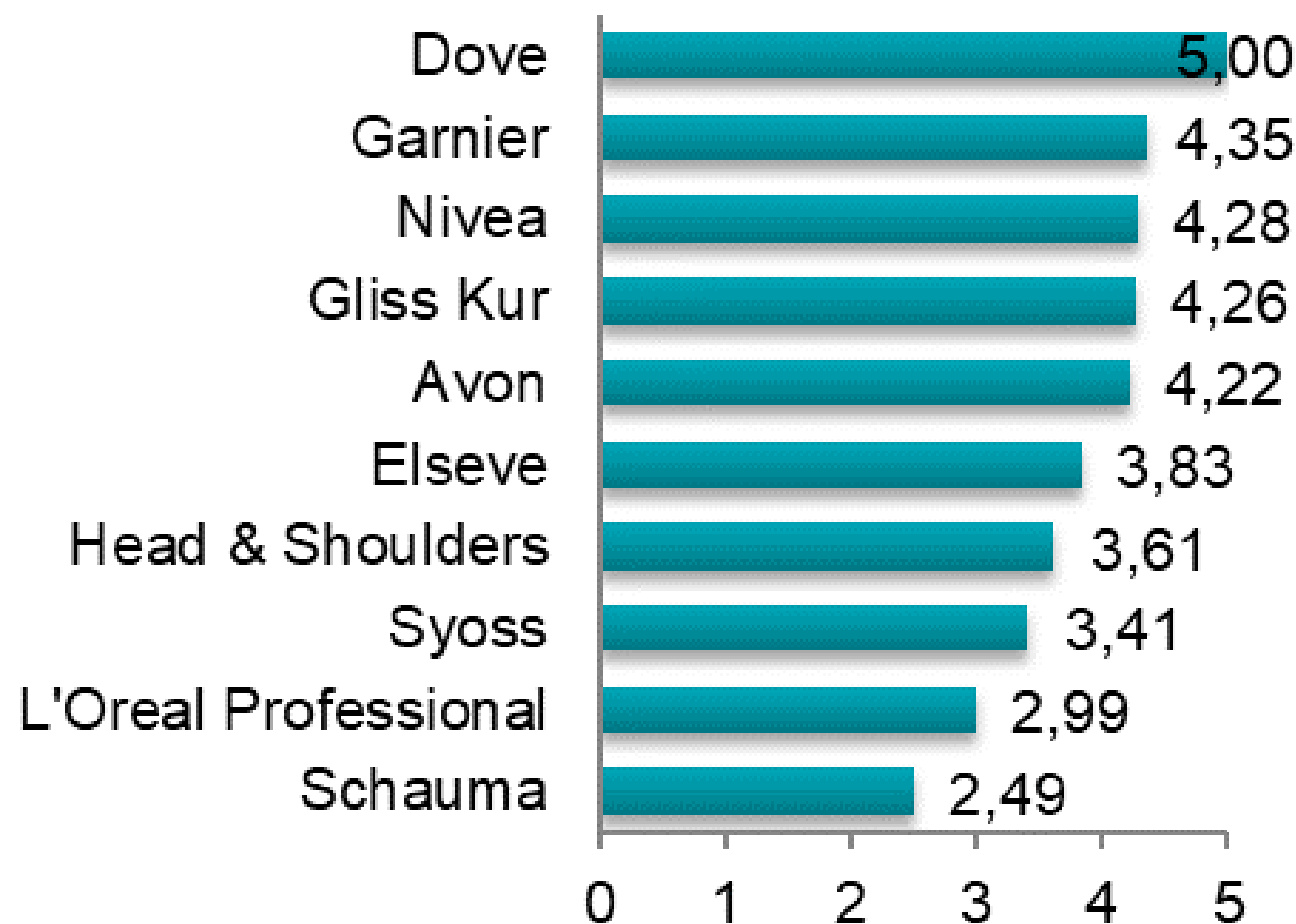
Споживчі переваги

Вподобання споживачів щодо торгових марок косметичної продукції за підсумками 2020 року

Туш для очей



Засоби по догляду за волоссям (шампуні, кондиціонери тощо)

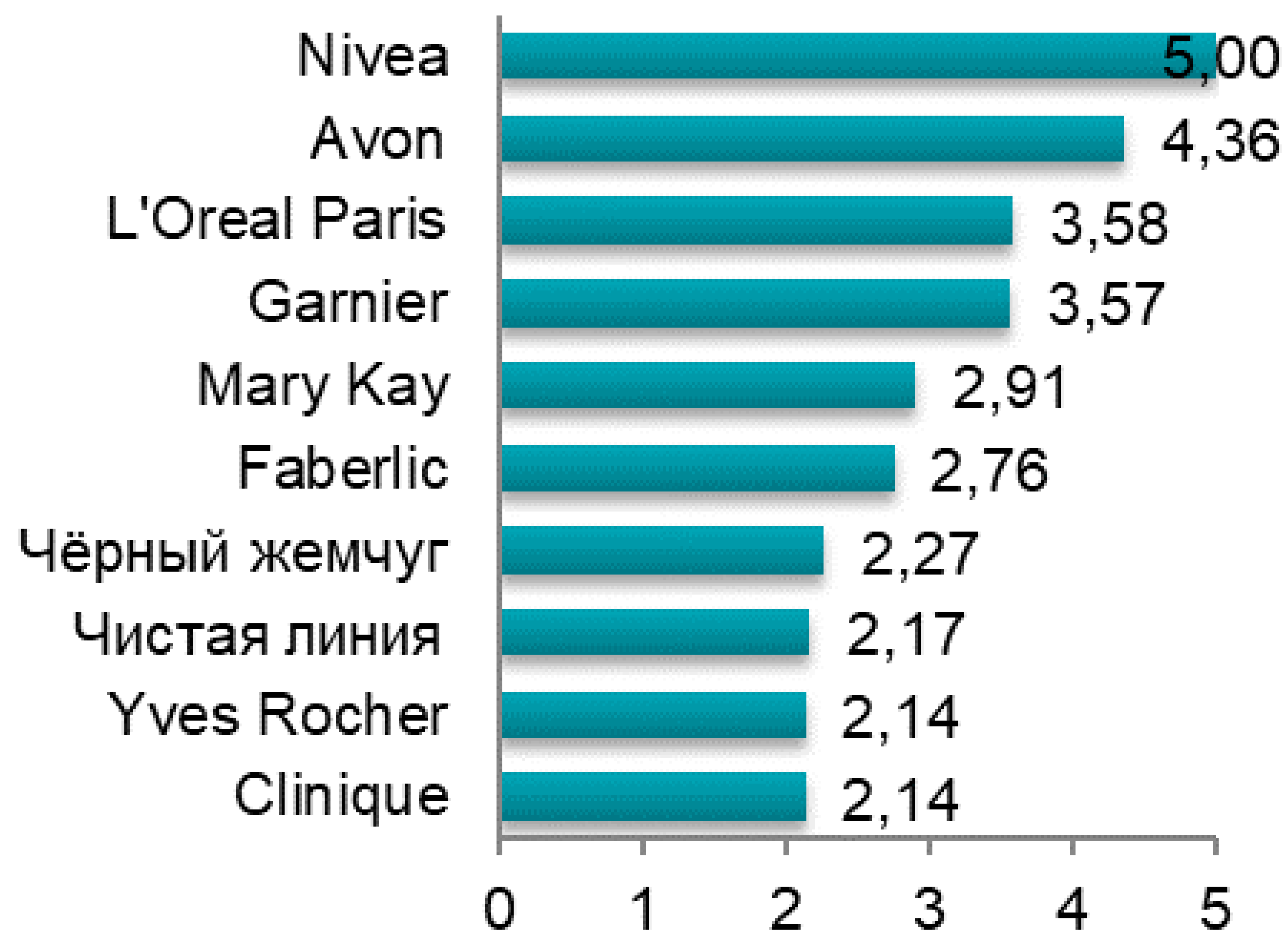




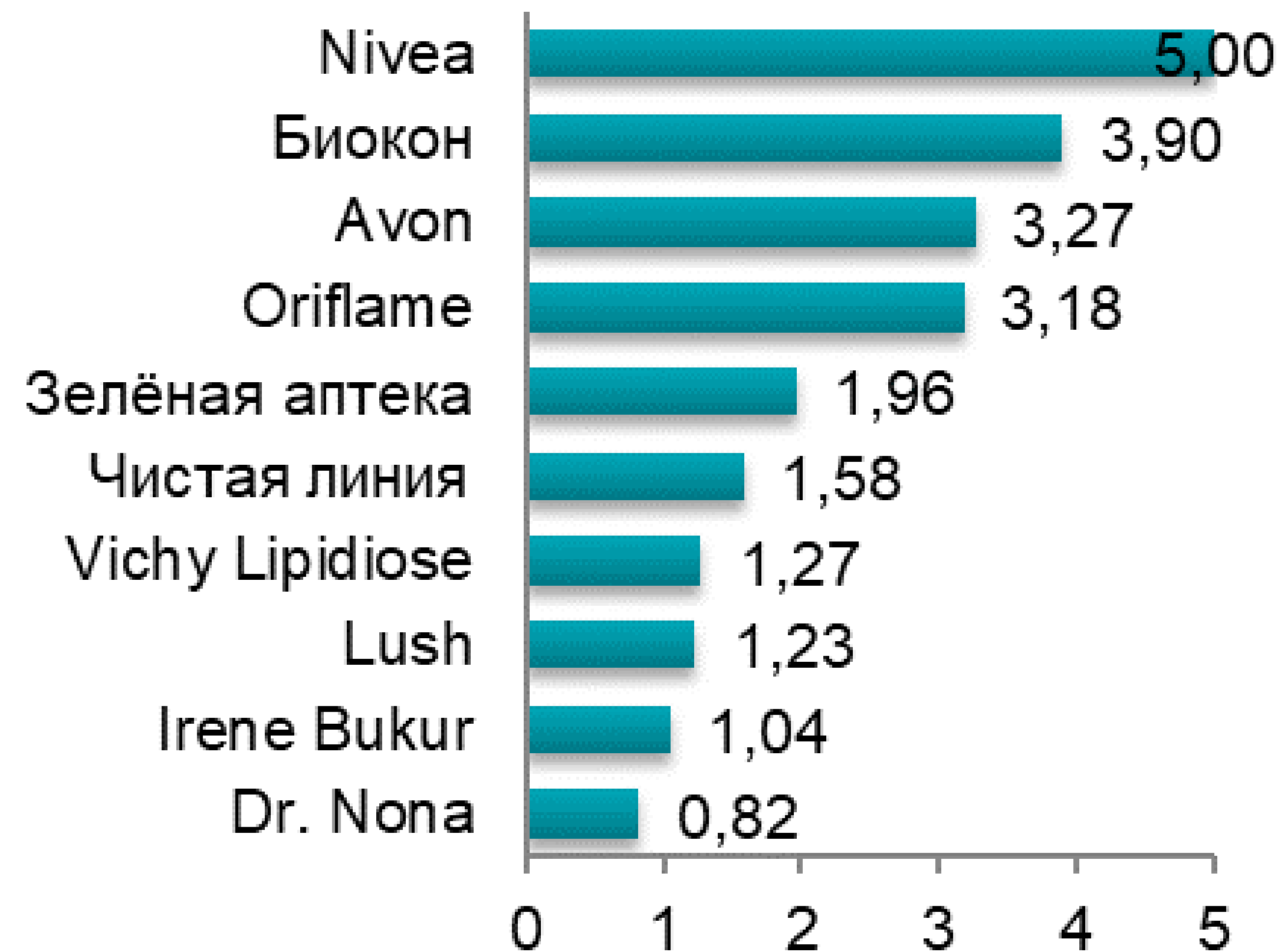
Споживчі переваги

Вподобання споживачів щодо торгових марок косметичної продукції за підсумками 2020 року

Засоби по догляду за шкірою обличчя



Гігієнічна помада для губ

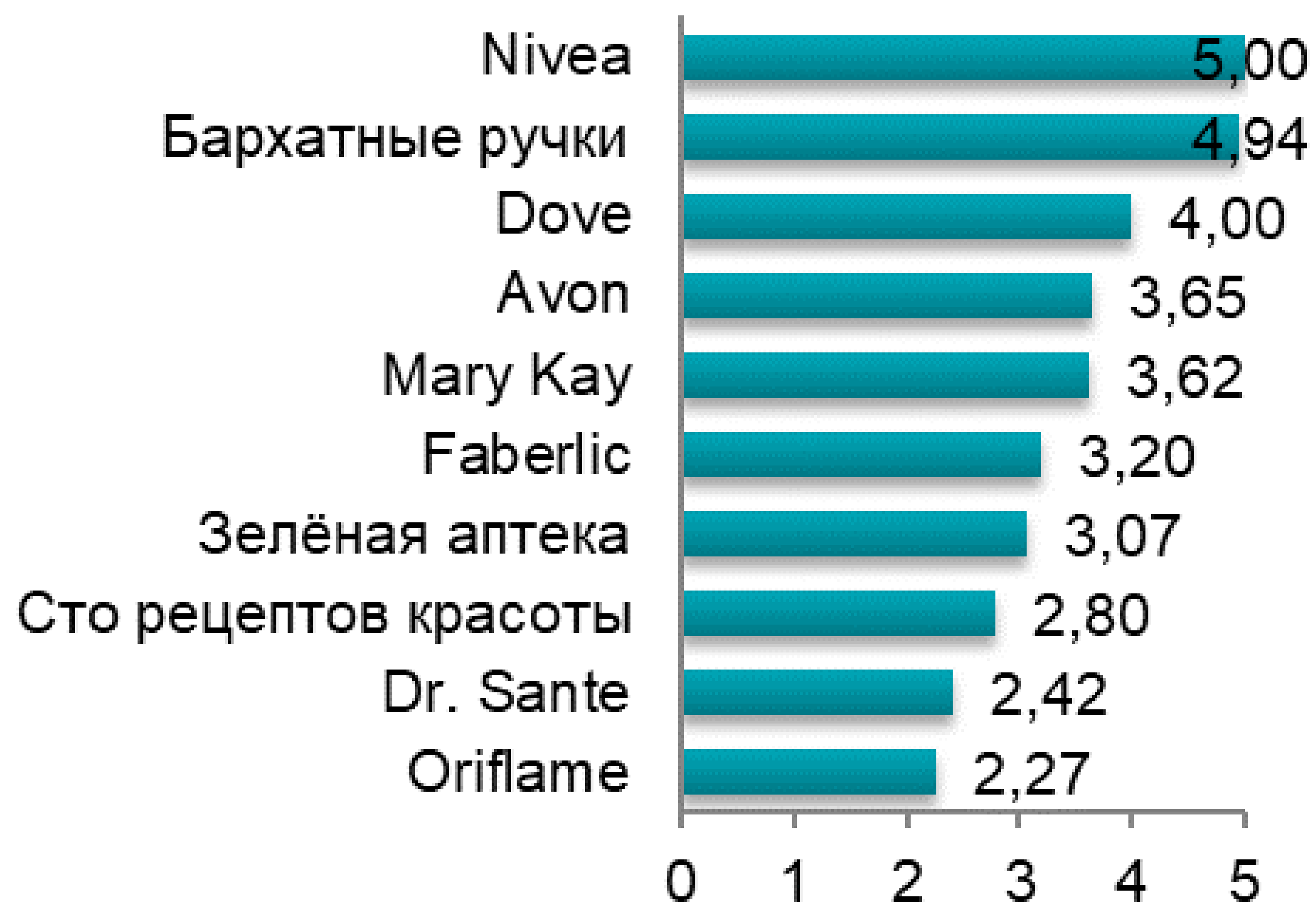




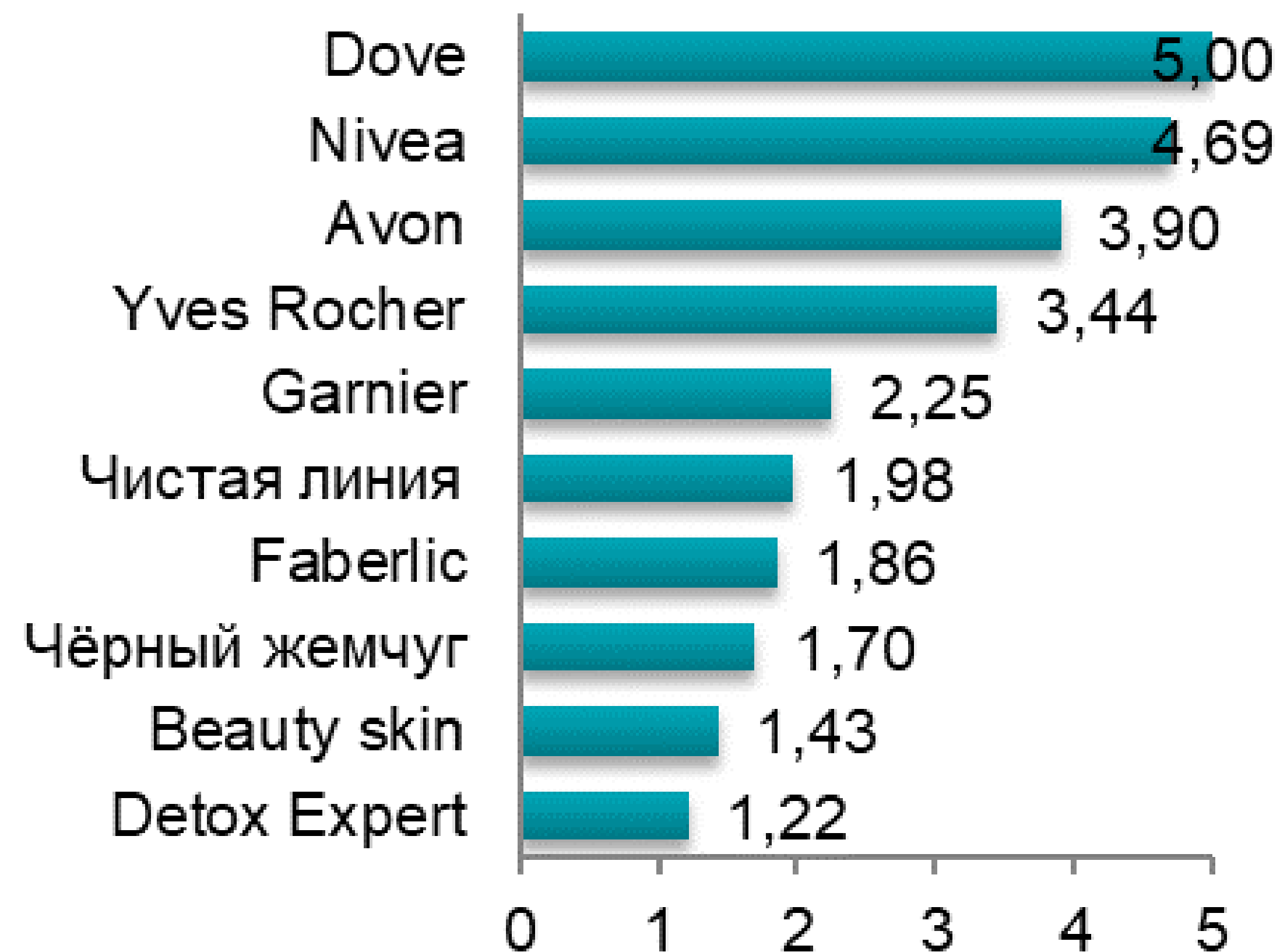
Споживчі переваги

Вподобання споживачів щодо торгових марок косметичної продукції за підсумками 2020 року

Засоби по догляду за шкірою рук і нігтів



Засоби по догляду за тілом

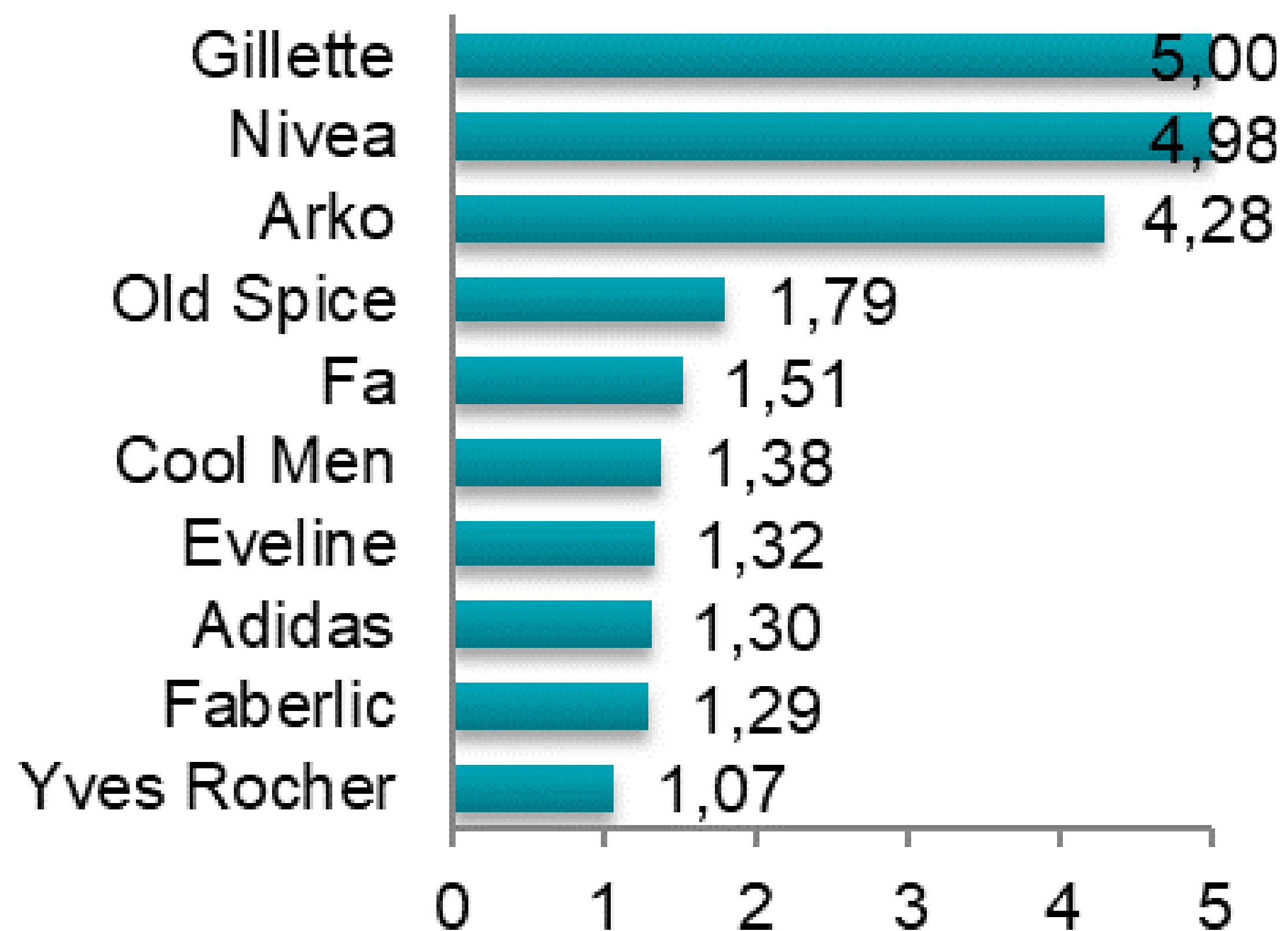




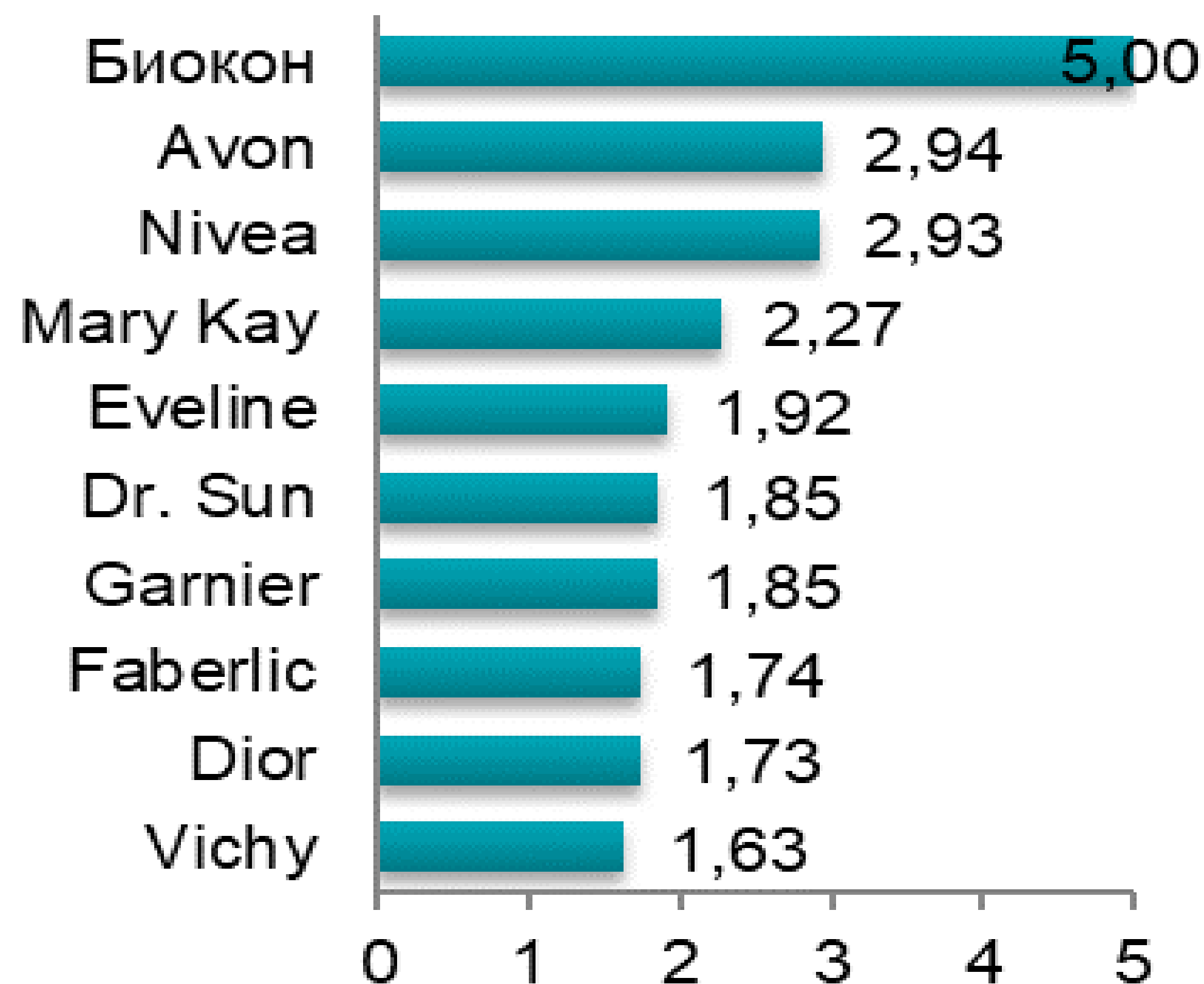
Споживчі переваги

Вподобання споживачів щодо торгових марок косметичної продукції за підсумками 2020 року

Засоби для бриття



Засоби для захисту від сонця та засмаги

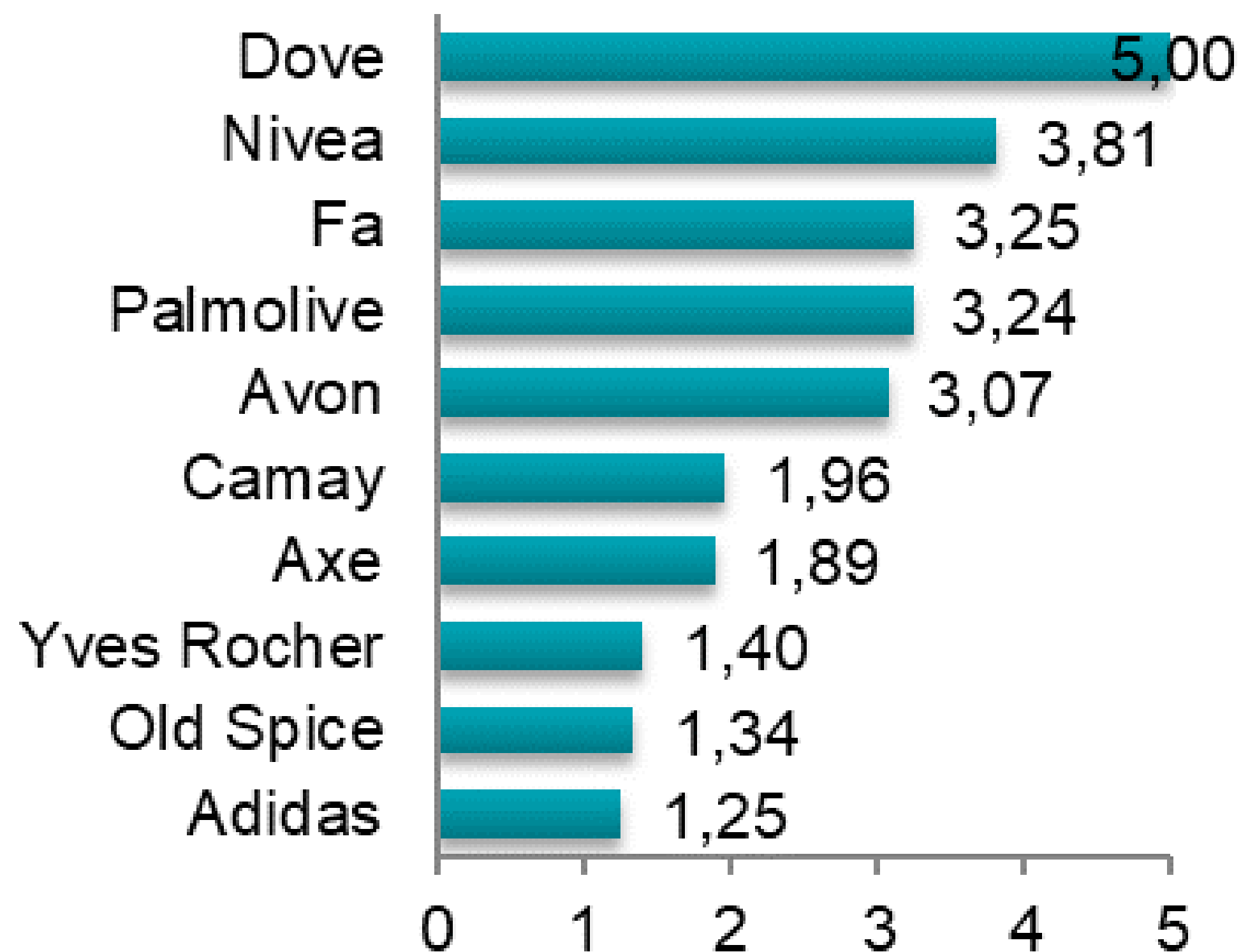




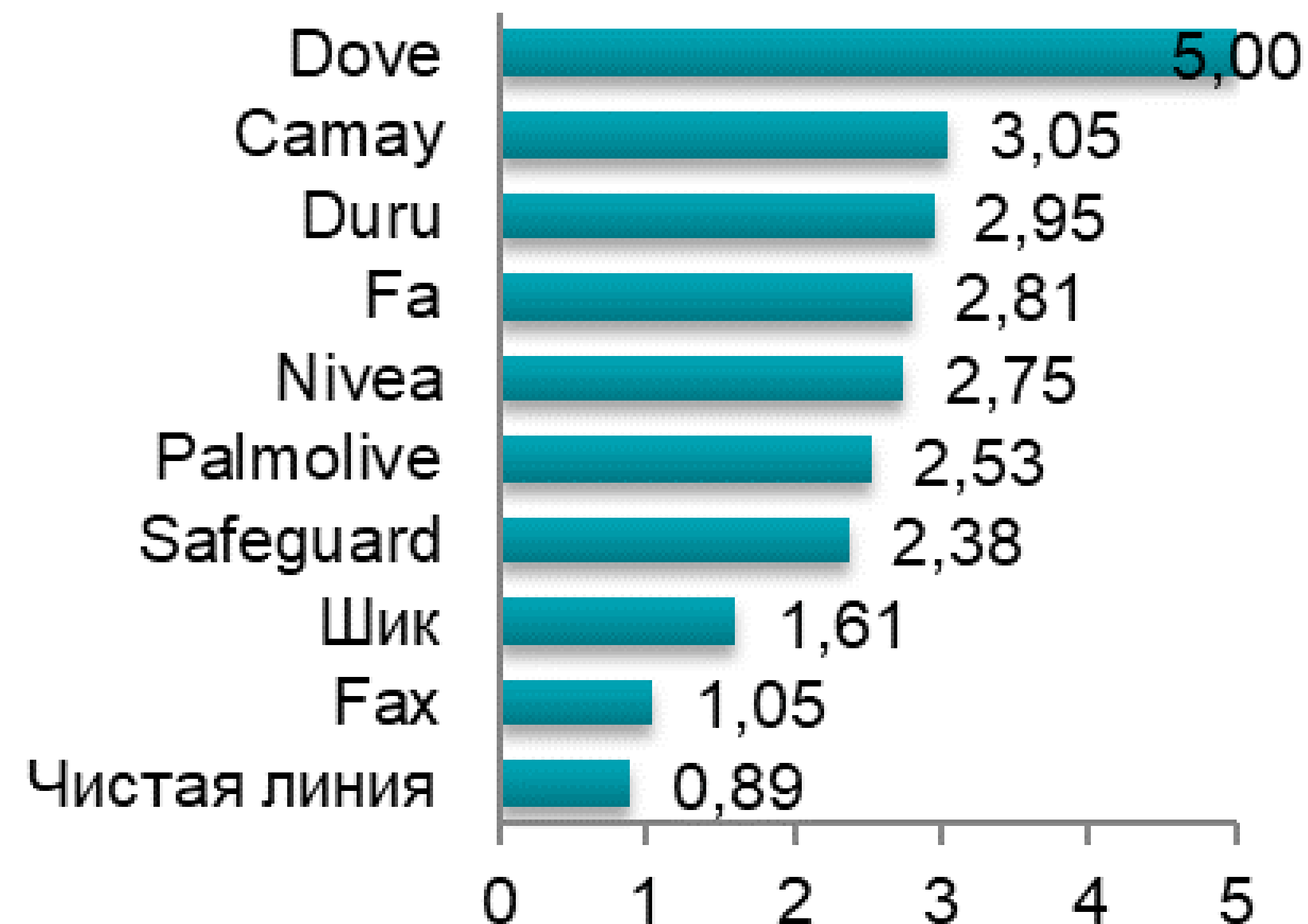
Споживчі переваги

Вподобання споживачів щодо торгових марок косметичної продукції за підсумками 2020 року

Гель для душу



Мило



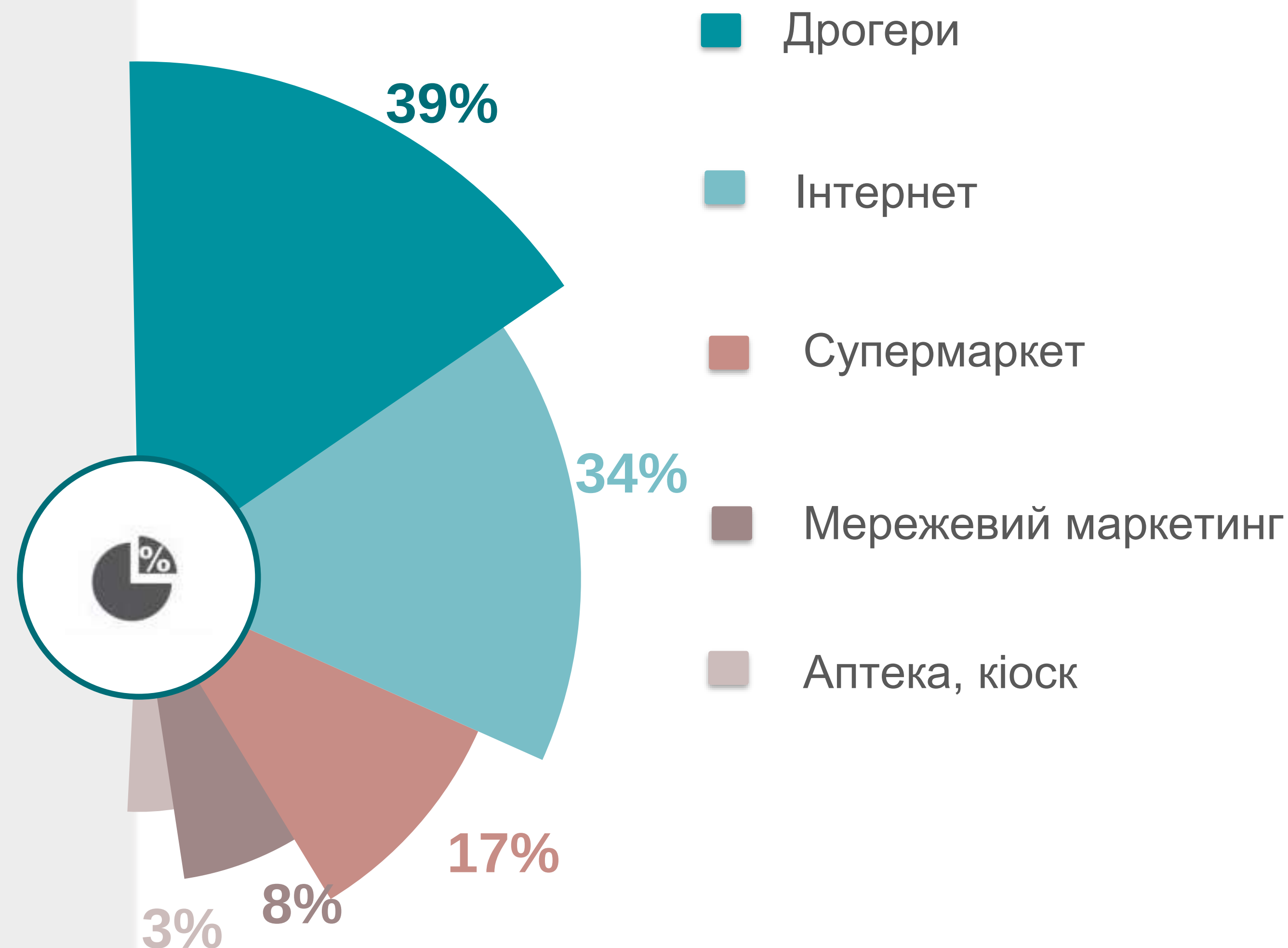
Структура продажів в розрізі каналів збуту

Продукцію високого цінового сегмента можна придбати в елітних магазинах парфумерії та косметики. Серед основних можна виділити Brocard, Л'Етуаль, Бомонд.

Продукція низького і середнього сегментів представлена в супермаркетах (Ашан, Сільпо, Фуршет і т.д.).

Дрогери - формат спеціалізованих магазинів, які пропонують в основному побутову хімію, косметичні засоби, гігієнічну продукцію, господарські дрібниці.

Дрогери-магазини представлені мережами Watsons, EVA, Prostor і іншими.



Висновки

Прогнозні тенденції ринку косметики



Тенденція

Ринок буде залежати від імпорту, причому як від сировини для вітчизняного виробництва, так і від готової продукції



Тенденція

Найбільший вплив на споживчі переваги матимуть компанії-виробники через рекламну і загальну маркетингову політику



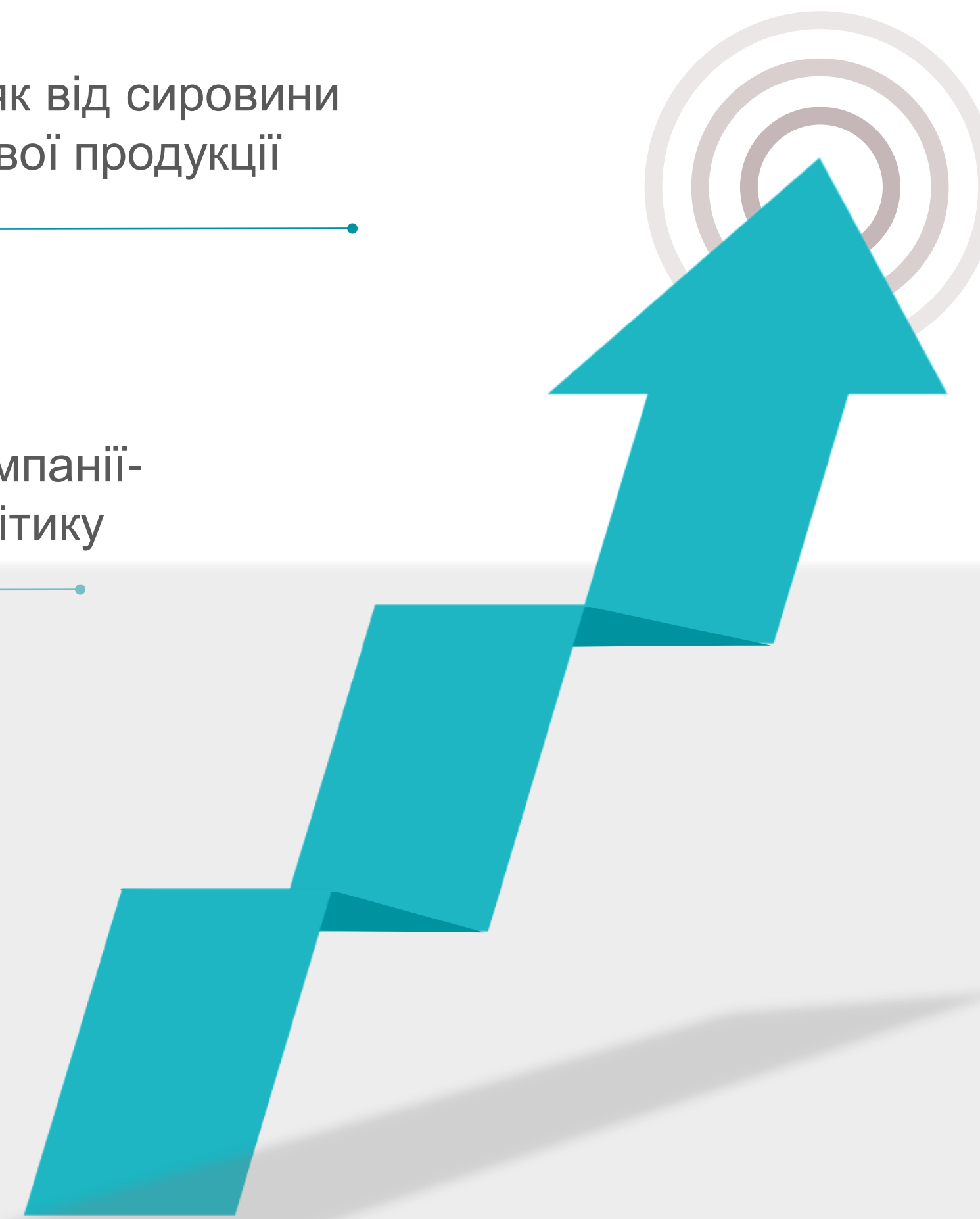
Тенденція

Однак все ще основним фактором при виборі косметичних засобів залишатиметься ціновий фактор



Фактори впливу на ринок

Динаміка випуску промислової продукції
Курс національної валюти
Купівельна спроможність споживачів
Динаміка експортного спрямування
Популярність доглядових засобів як елементу стилю життя



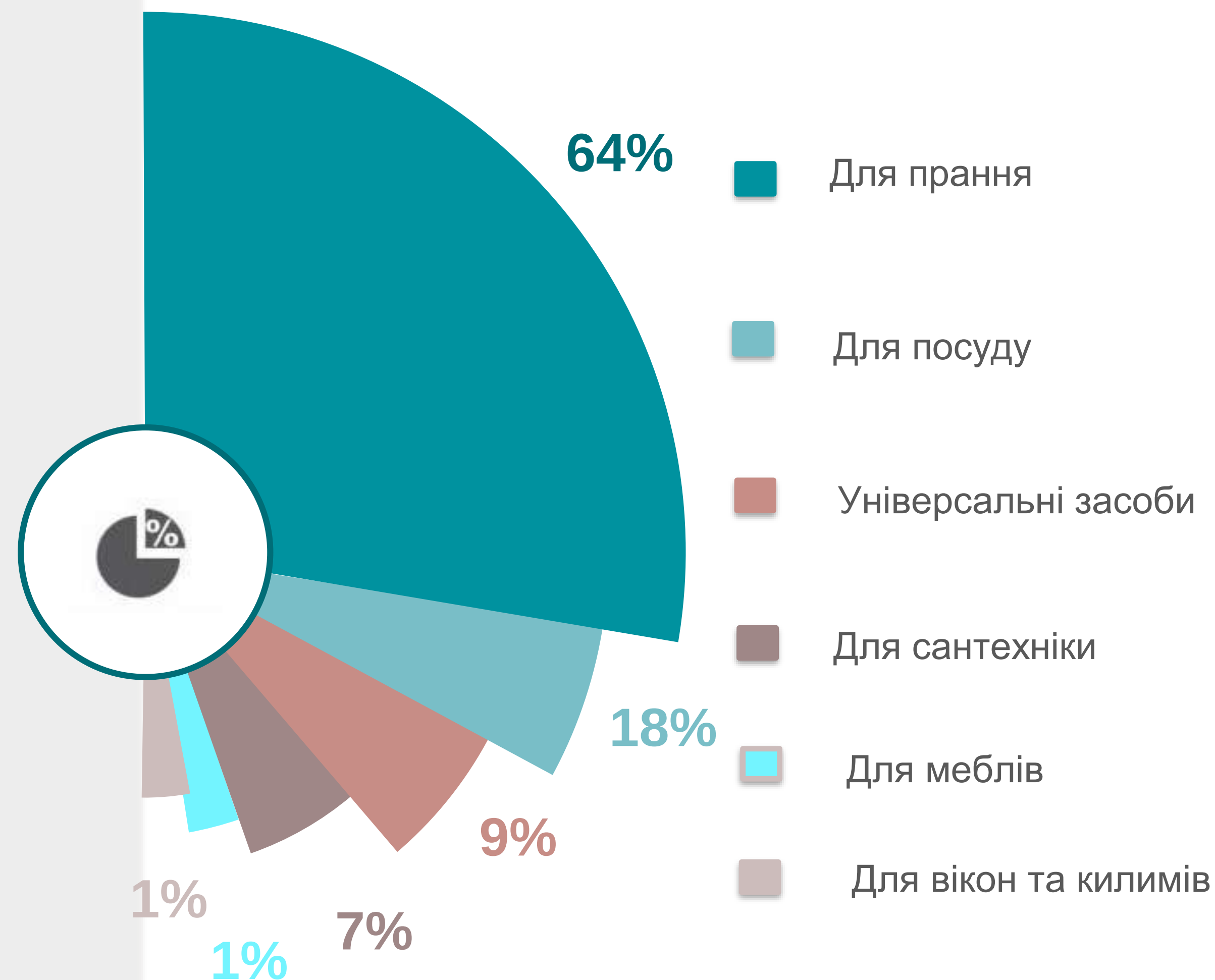
Загальна характеристика ринку Сегментація ринку побутової хімії України

Сегментація ринку побутової хімії в натуральному вираженні у 2020 році

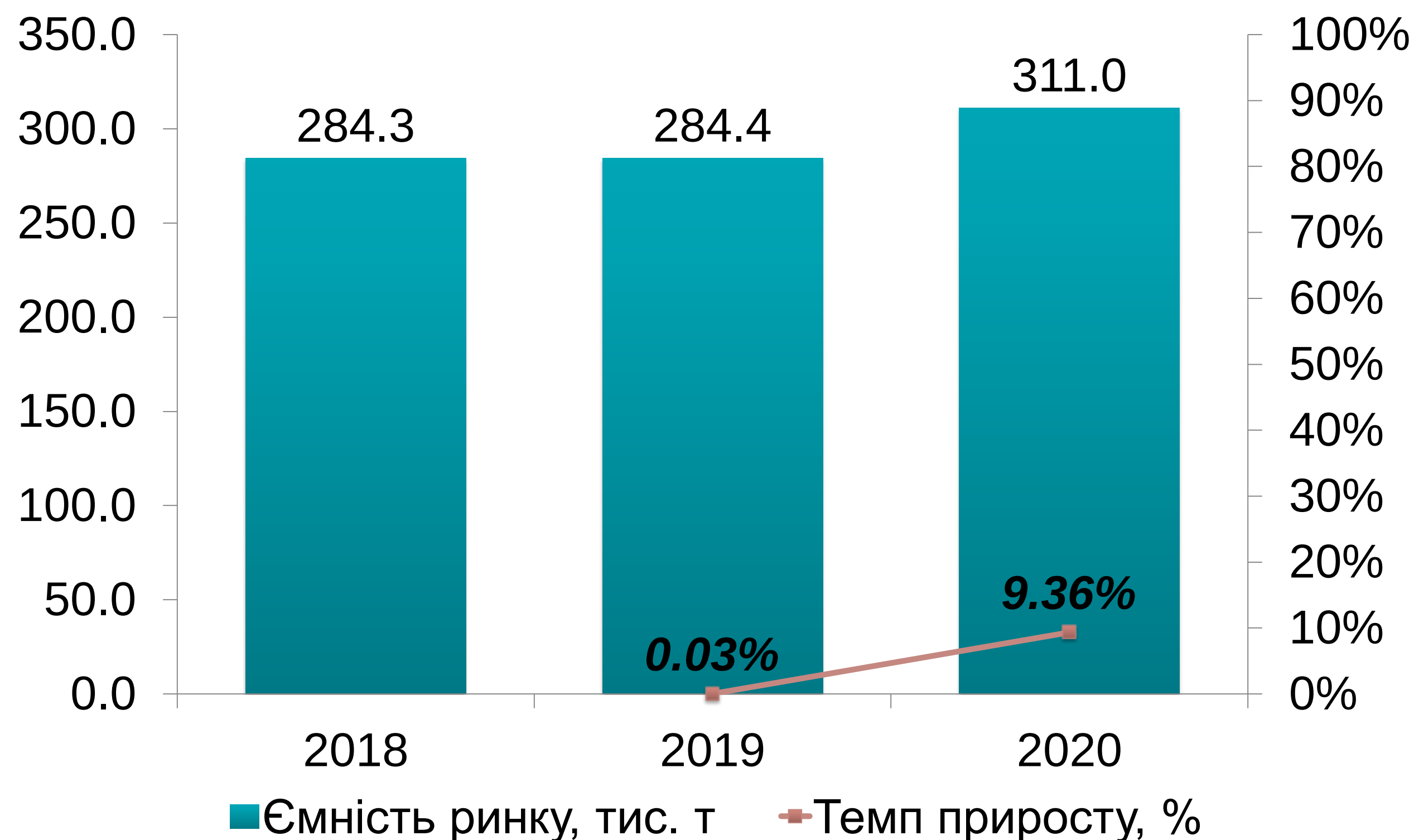
Засоби для прання та для посуду в сумі складають понад 3/4 ємності ринку.

На українському ринку побутової хімії продукція, що вироблена в Україні становить більшу частку, ніж імпортна

Джерело: оцінка Pro-Consulting



Ємність ринку побутової хімії України



Джерело: оцінка Pro-Consulting

*Незважаючи на зменшення економічної активності компаній різних сфер у зв'язку з локдауном навесні 2020 році **споживання товарів побутової хімії та миючих засобів не зменшилася**, що пов'язано з підвищеним прагненням домогосподарств дотримуватися чистоти в умовах карантину.*

Імпортери та виробники



Імпортери та виробники

*Для українського ринку побутової хімії
характерний високий рівень
концентрації.*

*У 2020 року провідні три компанії **Procter & Gamble, ПрАТ «Вінницяпобутхім» і
ТОВ «Фірма «СВ»** забезпечили понад
40% реалізації товарів українського
виробництва в досліджуваних категоріях
і збільшили свою частку ринку.*



*Серед головних гравців імпортованої продукції
лідерами є **Procter & Gamble, Henkel і Unilever.***

*Найбільшими експортерами побутової хімії з
нашої країни є **ПрАТ «Вінницяпобутхім», ТОВ
«СК Джонсон», ТОВ «Проктер енд Гембл
Україна» і ТОВ «Фірма СВ»***



Вподобання споживачів щодо торгових марок засобів побутової хімії

*Найбільш популярними в українців торговими марками пральних порошків є **Persil** від компанії Henkel, а також **Ariel** і **Gala** виробництва Procter&Gamble.*

*Серед засобів для миття посуду перевага віддається **TM Fairy**, що відноситься до середнього цінового діапазону, з більш дешевих товарів споживачі виділяють **Gala** і **Frosch**.*

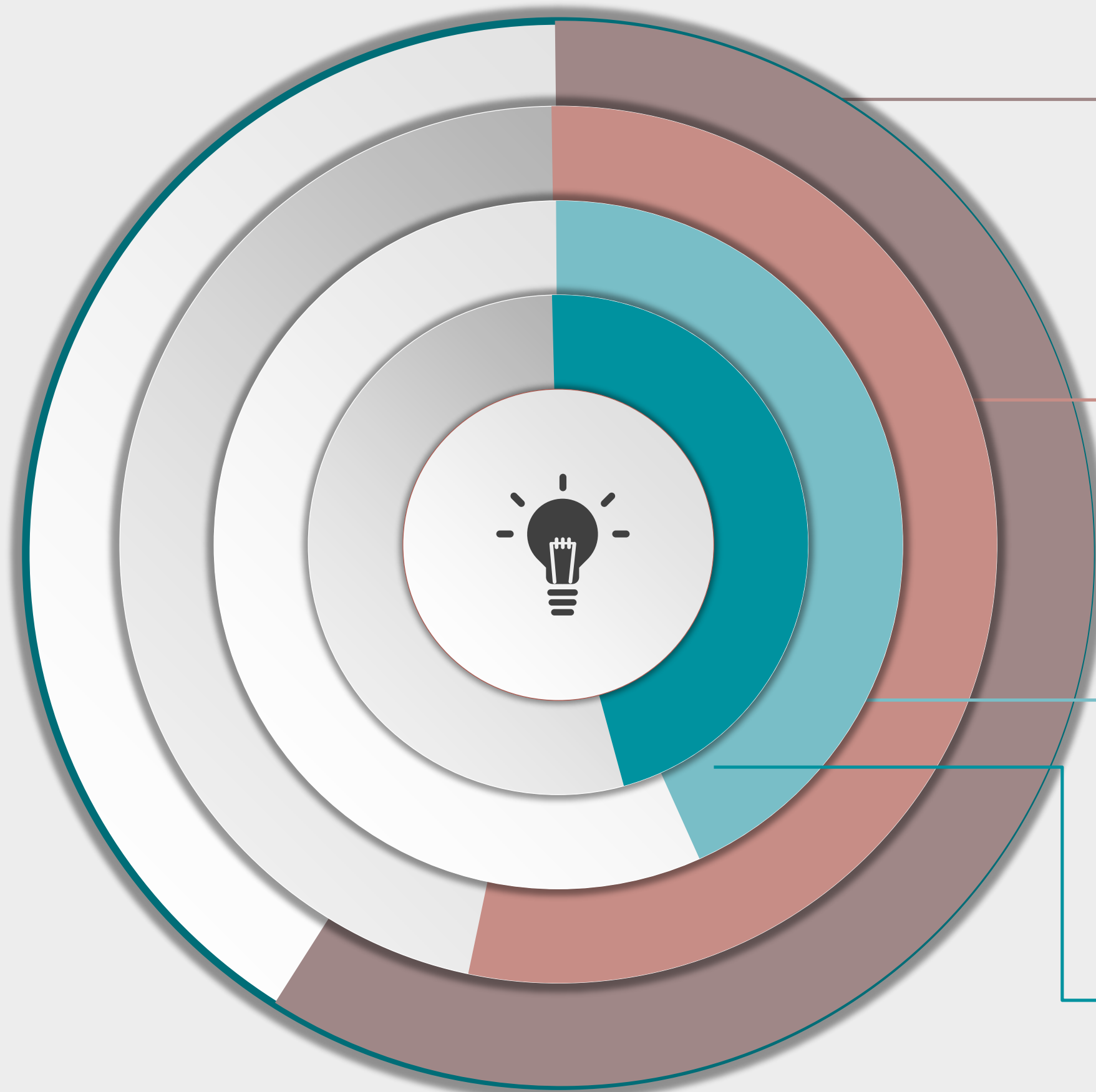
*Для чищення кухні та ванної українці більше купують **Містер Мускул** і **CIF**, а для туалету - **Domestos** та **Туалетне качення**.*

*Серед засобів для очищення скла і дзеркал лідерами є **Містер Мускул**, **Clin** і **CIF**.*

Persil



Тенденції ринку побутової хімії



Додаткова або посилена дезинфікуюча дія засобів побутової хімії



Безпека рецептур для людини і навколишнього середовища



Сталий розвиток (екопідхід)
перегляд споживчих звичок, шукати продукти, упаковку і сировину, а також розробляти технологічні та логістичні схеми, які менше впливають на навколишнє середовище.



Антибактеріальні властивості і нейтралізація запахів

Контакти

ТОВ "Компанія «Про-Консалтинг»

www.pro-consulting.ua

Україна, 03150, м. Київ,

пров. Лабораторний, 1

Тел. +38(044) 370-87-10

