

Отримано: 30.01.2026

Прийнято: 19.02.2026

Опубліковано: 09.04.2026

УДК 339.13.017:665.58

DOI: 10.30857/2786-5398.2026.1.2

Марина П. Жалдак, Валентина О. Полюга, Олена Р. Мокроусова
Державний торговельно-економічний університет, Київ, Україна
СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ РИНКУ КОСМЕТИЧНИХ ТОВАРІВ

У статті проведення комплексного дослідження сучасного стану ринку косметичних товарів, виявлення ключових тенденцій його розвитку та на основі стратегічного аналізу визначення перспективних напрямків зміцнення конкурентних позицій підприємств у цьому сегменті. Методологічну основу дослідження становив комплексний підхід, що поєднав методи системного, статистичного та стратегічного аналізу для виявлення закономірностей українського ринку косметики у 2021–2025 роках. Системний аналіз було використано для ідентифікації ринкових трендів та оцінки впливу макроекономічних чинників на виробничу активність. Статистико-економічні методи було застосовано для опрацювання даних щодо виробництва та зовнішньої торгівлі за кодами УКТЗЕД (групи 3304–3307) відповідно до Закону України «Про Митний тариф України». Метод порівняння та графічного моделювання дозволив верифікувати переорієнтацію логістики на ринки ЄС (Польща, Італія) та наочно інтерпретувати динаміку показників. Інформаційну базу сформовано на основі офіційних даних Держстату, Держмитслужби, а також аналітичних звітів Euromonitor International та Mordor Intelligence. Представлено результати дослідження трансформаційних процесів, що відбуваються на українському ринку косметичних товарів у динаміці 2021–2025 рр. Встановлено, що незважаючи на виклики воєнного часу, спричинені руйнуванням енергетичної інфраструктури та дестабілізацією логістичних ланцюгів, що призвели до спаду обсягів вітчизняного виробництва у 2022 році на 20,9%, косметична галузь України продемонструвала адаптивність. Особливу увагу приділено статистичному аналізу зовнішньоекономічної діяльності за товарними позиціями УКТЗЕД 3304–3307. Виявлено стійке домінування в імпортній структурі категорії засобів для макіяжу та догляду за шкірою, питома вага якої стабільно сягає 45,2%. Досліджено перебудову географічної структури товарообігу. Зафіксовано суттєве зміцнення позицій Польщі як основного торговельного партнера, а також успішну переорієнтацію вітчизняного експорту на ринки країн ЄС, де ключовими споживачами стали Польща (35,8%) та Італія (17,7%). Науково доведено, що в умовах волатильності внутрішнього попиту експортна активність, частка якої у загальному доході підприємств у 2025 році досягла 20,3%, стала вирішальним інструментом забезпечення економічної стійкості та конкурентоспроможності українських виробників. Комплексне обґрунтування стратегічних трансформацій українського ринку косметичних товарів у 2021–2025 рр., що дозволило виявити закономірності його адаптації до макроекономічних шоків через переорієнтацію логістичних ланцюгів на ринки ЄС та зростання ролі експорту як ключового інструменту забезпечення економічної стійкості галузі. Практична значимість полягає у розробці рекомендацій щодо зміцнення позицій вітчизняних виробників через інвестування в енергонезалежність та оптимізацію логістики на ринки Польщі й Італії. Результати аналізу зовнішньої торгівлі за кодами УКТЗЕД 3304–3307 та структури імпорту слугують основою для реалізації стратегії імпортозаміщення та впровадження інноваційних засобів догляду з урахуванням глобальних трендів.

Ключові слова: стратегічний аналіз; косметичні товари; ринок; імпорт; експорт; виробництво.

Maryna P. Zhaldak, Valentyna O. Poliuha, Olena R. Mokrousova
State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine

STRATEGIC ANALYSIS OF THE COSMETIC PRODUCTS MARKET

To conduct a comprehensive study of the current state of the cosmetic products market, identify key development trends, and determine prospective vectors for strengthening the competitive positions of enterprises in this segment based on strategic analysis. The methodological basis of the research was a comprehensive approach combining systemic, statistical, and strategic analysis to identify patterns in the Ukrainian cosmetic market within the 2021–2025 timeframe. Systemic analysis was employed to identify market trends and assess the impact of macroeconomic factors on production activity. Statistical and economic methods were applied to process data on production and foreign trade under the UKTZED codes (groups 3304–3307) in accordance with the Law of Ukraine "On the Customs Tariff of Ukraine". The comparative method and graphical modeling allowed for the verification of logistics reorientation toward EU markets (Poland, Italy) and the visual interpretation of indicator dynamics. The information base was formed using official data from the State Statistics Service, the State Customs Service of Ukraine, as well as analytical reports from Euromonitor International and Mordor Intelligence. The article presents research findings on the transformation processes occurring in the Ukrainian cosmetic market during 2021–2025. It was established that despite wartime challenges – caused by the destruction of energy infrastructure and the destabilization of supply chains, which led to a 20.9% decline in domestic production in 2022 – Ukraine's cosmetic industry has demonstrated adaptability. Special attention is paid to the statistical analysis of foreign economic activity under UKTZED headings 3304–3307. A steady dominance of the makeup and skincare category was identified in the import structure, with its specific weight consistently reaching 45.2%. The study examines the restructuring of the geographical trade pattern, noting a significant strengthening of Poland's position as a primary trading partner and a successful reorientation of domestic exports toward EU markets, where Poland (35.8%) and Italy (17.7%) emerged as key consumers. It is scientifically proven that amidst the volatility of domestic demand, export activity – which reached a 20.3% share of total corporate revenue in 2025 – has become a decisive tool for ensuring the economic stability and competitiveness of Ukrainian manufacturers. A comprehensive substantiation of the strategic transformations of the Ukrainian cosmetic products market in 2021–2025, which revealed patterns of its adaptation to macroeconomic shocks through the reorientation of logistics chains toward EU markets and the increasing role of exports as a key instrument for ensuring the economic resilience of the industry. The practical significance lies in the development of recommendations for strengthening the positions of domestic manufacturers through investment in energy independence and the optimization of logistics to the markets of Poland and Italy. The results of the foreign trade analysis for UKTZED codes 3304–3307 and the import structure serve as a basis for implementing import substitution strategies and introducing innovative care products based on global trends.

Keywords: *strategic analysis; cosmetic goods; market; import; export; production.*

Постановка проблеми. Сучасний ринок косметичних товарів України демонструє значну економічну вагу, посідаючи одне з ключових місць серед ринків непродовольчих товарів за обсягами продажів, традиційно слідуючи за основними лідерами споживчого сектору, такими як алкоголь, тютюн та продукти харчування.

Косметична продукція становить особливу групу товарів повсякденного попиту, без якої важко уявити повноцінне життя сучасного суспільства. Ці засоби виконують багатофункціональну роль, яка включає не лише гігієнічне та профілактичне призначення, але й задоволення духовних та естетичних потреб людини, впливаючи на її самопочуття, зовнішній вигляд та настрій.

До косметичних товарів висуваються жорсткі вимоги, головною з яких є безпечність, що обумовлено їхнім безпосереднім контактом із тілом людини та здатністю до абсорбції шкірою. Товари мають сприятливо впливати на стан біологічних покривів, зовнішній вигляд та емоційний стан споживача. При цьому застосування та склад косметичних препаратів диференціюються відповідно до життєвого циклу людини: якщо у молодому віці акцент зміщується на питання гігієни та профілактики, то у зрілому віці пріоритет надається продуктам із терапевтичними та лікувальними властивостями, спрямованими на запобігання передчасному старінню.

Косметичні засоби становлять значну складову частину загального асортименту парфумерно-косметичних товарів, займаючи особливе місце на світовому ринку. Хоча ця категорія і не належить до переліку першочергових біологічних потреб людини, її роль у сучасному суспільстві є багатогранною і суттєво нівелює сприйняття даних товарів виключно як об'єктів розкоші [1].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців присвячені дослідженням ринку, якості та асортименту косметичних товарів. О.І. Передрій [2] досліджував основні вимоги щодо експорту косметичних засобів у країни Європи з платним забезпеченням просування вітчизняних виробників на світовому ринку. А.С. Немченко [3] присвятила свої дослідження аналізу основних тенденцій розвитку ринкового сегмента органічної косметики. В.В. Добровольський [4] проаналізував товарну структуру, частку від загального ринку непродовольчих товарів та динаміку ринку парфумерно-косметичних товарів.

Серед зарубіжних науковців, які присвятили свої роботи дослідженням косметичних засобів варто відмітити R.N. Nasri Naseri та M. Mohd Esa [5]. Це дослідження мало на меті здійснити огляд ринку косметичних засобів, визначити основні тренди та поведінку споживачів. С. Врансу та О. Турсу [6] здійснили детальний аналіз економічних показників та ринкових тенденцій у європейській косметичній промисловості.

Однак, відсутні публікації, орієнтовані на аналіз вітчизняного ринку косметичних товарів. У зв'язку з цим постає необхідність проведення комплексного наукового дослідження, спрямованого на стратегічний глибокий аналіз ринку косметичних товарів в Україні.

Постановка завдання. Метою роботи є проведення комплексного дослідження сучасного стану ринку косметичних товарів України у період 2021–2025 рр. для виявлення ключових трансформаційних тенденцій та обґрунтування стратегічних напрямів зміцнення конкурентоспроможності підприємств. Для досягнення цієї мети передбачено розв'язання низки завдань:

- здійснити системний аналіз динаміки внутрішнього виробництва в умовах макроекономічної нестабільності;
- оцінити структурні та географічні зміни зовнішньоторговельних операцій за відповідними кодами УКТЗЕД;
- визначити роль експортної діяльності як інструменту забезпечення економічної стійкості галузі.

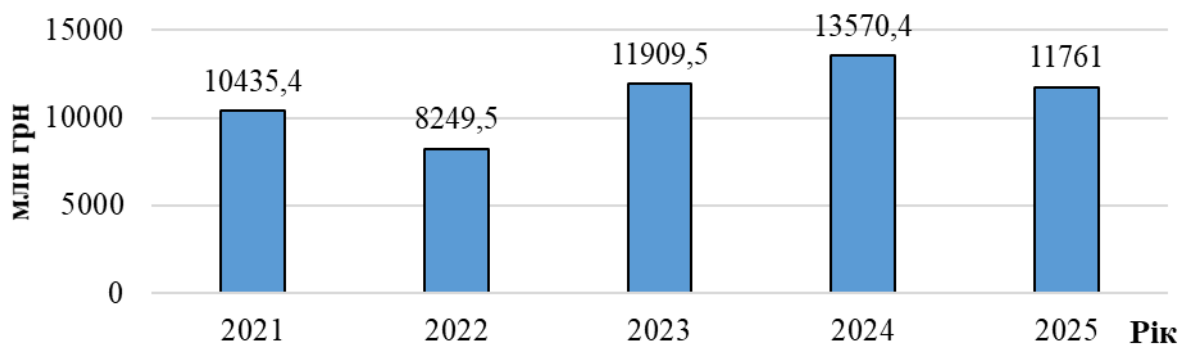
Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Ринок косметичних товарів є одним із найбільш динамічних і конкурентних сегментів світової економіки. Його розвиток безпосередньо відображає не лише демографічні та економічні зміни, але й глибинні соціальні та культурні трансформації, зокрема зростання уваги до здоров'я, краси та самовираження.

Аналіз ринку косметичних товарів є важливим для розробки ефективних стратегій, оскільки він дозволяє ідентифікувати ключові фактори впливу, що формують попит і пропозицію.

Згідно з Технічним регламентом на косметичну продукцію [7] косметична продукція – це будь-яка речовина або суміш, призначена для нанесення на різні зовнішні ділянки тіла людини (епідерміс, волосся, нігті, губи, зовнішні статеві органи), зуби, слизову оболонку ротової порожнини виключно або переважно з метою їх очищення, ароматизування, зміни зовнішнього вигляду, захисту, збереження у задовільному стані або коригування запаху тіла.

Протягом останніх років український ринок косметичних товарів демонструє значний потенціал до зростання та високу динаміку. За даними дослідницької компанії Euromonitor International [8] зростання охопило всі товарні категорії українського косметичного ринку, однак лідерами за темпами зростання стали дві ключові категорії: декоративна косметика (збільшення на 28,9%) та догляд за шкірою (збільшення на 28,5%) [8].

Сучасний ринок косметики в Україні поєднує домінування глобальних корпорацій, таких як L'Oréal, Maybelline та MAC, із динамічним розвитком національних брендів. У сегменті дерматокосметики лідирують La Roche-Posay та Vichy, тоді як у професійному та корейському догляді популярні Medik8 та Round Lab. Серед українських виробників найбільшу впізнаваність мають Hillary Cosmetics, Mermade та Mr. Scrubber, які фокусуються на натуральних інгредієнтах. Вітчизняний бренд Lamel успішно конкурує в декоративному сегменті, а торговельні марки Marie Fresh та White Mandarin – в органічному. Ключовими каналами збуту для всіх гравців залишаються онлайн-платформи MakeUp та EVA [8]. Розглянемо детальніше динаміку обсягів виробництва косметичних товарів (включаючи декоративну косметичку) в Україні протягом 2021–2025 рр. (рис. 1).



Джерело: [9].

Рис. 1. Динаміка обсягів виробництва косметичних товарів у 2021–2025 рр., млн грн

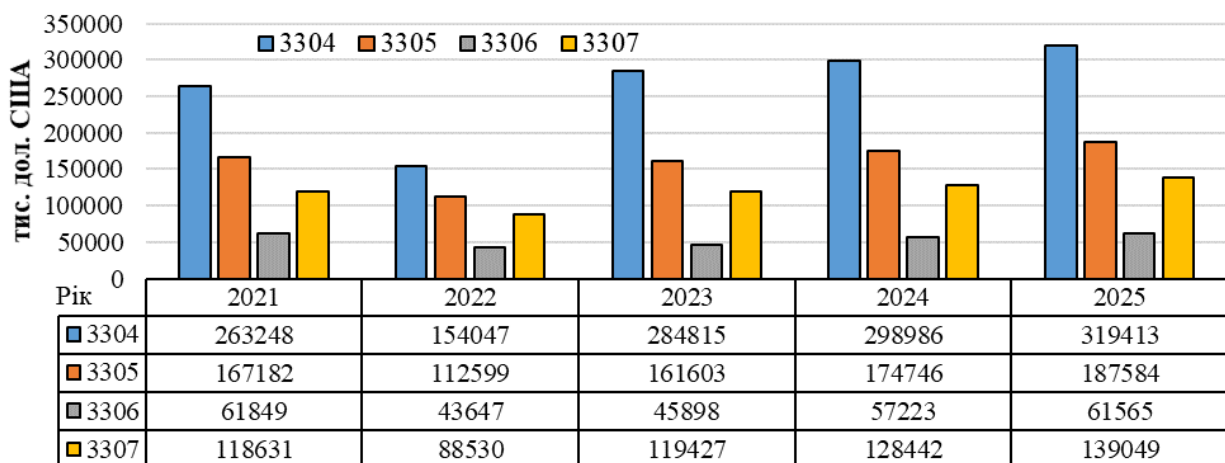
Рис. 1 ілюструє динаміку обсягів виробництва косметичних товарів у період з 2021р. по 2025р. У 2021 році обсяг виробництва становив 10435,4 млн грн, проте наступного 2022 року спостерігалось помітне зниження показника до 8249,5 млн грн, тобто на 20,9%. Скорочення виробництва у 2022 р. зумовлене початком системних руйнувань енергоінфраструктури, що створило логістичний та операційний дисбаланс. Хоча у 2024р. галузь продемонструвала збільшення обсягів виробництва до 13570,4 млн грн завдяки адаптації до блекаутів та встановленню автономних джерел живлення, у 2025 році спостерігається зменшення до 11761 млн грн. Це зниження обсягів можна пояснити виснаженням виробничих потужностей та зростанням ціни на електроенергію (особливо імпортовану або згенеровану альтернативними методами), що закладається у фінальну вартість товару та обмежує попит. Таким чином, енергетичний чинник залишається одним із ключових ризиків, який диктує обсяги пропозиції на ринку косметики України [9].

Український ринок косметичних товарів протягом останніх років пережив значні структурні зміни, викликані економічними шоками, пандемією COVID-19 та війною. Роздрібна торгівля забезпечує 65% споживання, залишаючись основним рушієм ринку. Пандемія (2020–2021) змістила попит, зокрема відбулося скорочення споживання декоративної косметики (помади, макіяж) на користь гігієнічних засобів (антисептики, мило). У період 2022–2024 років, спричинений повномасштабним вторгненням, спостерігається зменшення купівельної спроможності та перехід до середнього і низького цінних сегментів [9]. Ключовою тенденцією є зростання патріотичного споживання, що сприяє попиту на національні бренди, які успішно адаптувалися, пропонуючи натуральну та екологічну продукцію.

Варто звернути увагу на класифікацію косметичних товарів згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД), де косметика зосереджена у 33-й групі. Основними критеріями, що визначають приналежність товару до того чи іншого коду, є передусім функціональне призначення (для чого засіб), зона застосування (шкіра, волосся, ротова порожнина) та склад препарату:

- 3304 є найбільш об'ємною, оскільки включає засоби для макіяжу та догляду за шкірою, зокрема сонцезахисні препарати та засоби для манікюру чи педикюру (пудри, губні помади, тіні для повік, лікувально-профілактичні креми та лосьйони, які не мають статусу ліків). Критерієм тут виступає саме догляд за обличчям та тілом;
- 3305 фокусується виключно на засобах для волосся (шампуні, лаки для волосся, засоби для завивки або розпрямлення фарби). Головною ознакою для класифікації тут є призначення засобу;
- 3306 охоплює засоби для гігієни порожнини рота та зубів (зубні паста, порошки, еліксири для полоскання та засоби для фіксації зубних протезів);
- 3307 є категорією для засобів, що не увійшли до попередніх груп (засоби для гоління, дезодоранти для тіла, антиперспіранти, а також парфумовані солі для ванн та інші препарати для ароматизації приміщень) [10].

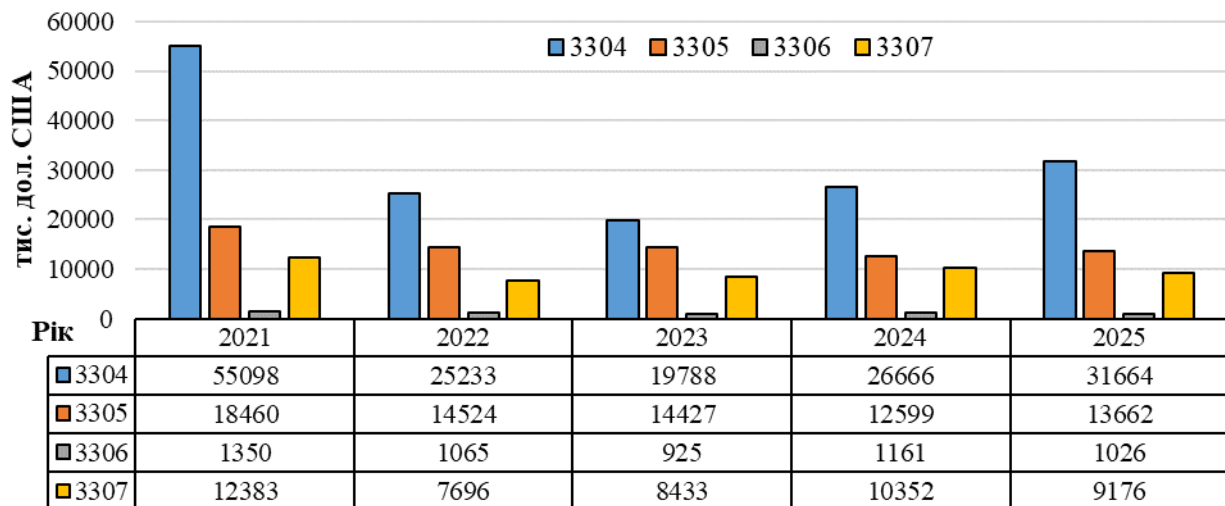
Для комплексного стратегічного аналізу ринку косметичних товарів в Україні доцільно буде навести динаміку імпорتنих (рис. 2) та експортних (рис. 3) операцій 2021–2025 рр. [11].



Джерело: [11].

Рис. 2. Динаміка обсягів імпорتنих операцій з косметичними товарами (за товарними позиціями 3304, 3305, 3306, 3307 згідно з УКТЗЕД), у 2021–2025 рр., тис. дол. США

Аналіз динаміки імпорту косметичних товарів у 2021–2025 рр. (рис. 2) свідчить про суттєві коливання обсягів, зумовлені геополітичними викликами. У 2022 р. спостерігалось різке скорочення імпорту за всіма товарними позиціями, зокрема обсяги за найбільшою товарною позицією 3304 (засоби для макіяжу та догляду за шкірою) впали на 41,5% порівняно з попереднім роком. Проте вже у 2023 році відбулося стрімке відновлення. Імпорт товарної позиції 3304 зріс на 84,9%, майже досягнувши довоєнного рівня, а товарної позиції 3305 (засоби для волосся) – на 43,5%. Протягом 2024–2025 рр. динаміка стабілізувалася з середньорічним темпом росту близько 7–8%. Станом на 2025 рік загальна структура імпорту залишається незмінною: домінуючу частку займає товарна позиція 3304, обсяг якої сягнув 319,4 млн. дол. США, що становить приблизно 45,2% від загального імпорту. Водночас найменшу частку в структурі займає товарна позиція 3306 (засоби для гігієни порожнини рота), на яку у 2025 році припало лише 8,7% від сукупного обсягу. Загалом, за весь період з 2021 по 2025 рік, незважаючи на кризовий 2022-й, обсяг імпорту товарної позиції 3304 зріс на 21,3%, що підтверджує високу адаптивність логістичних ланцюгів [11].

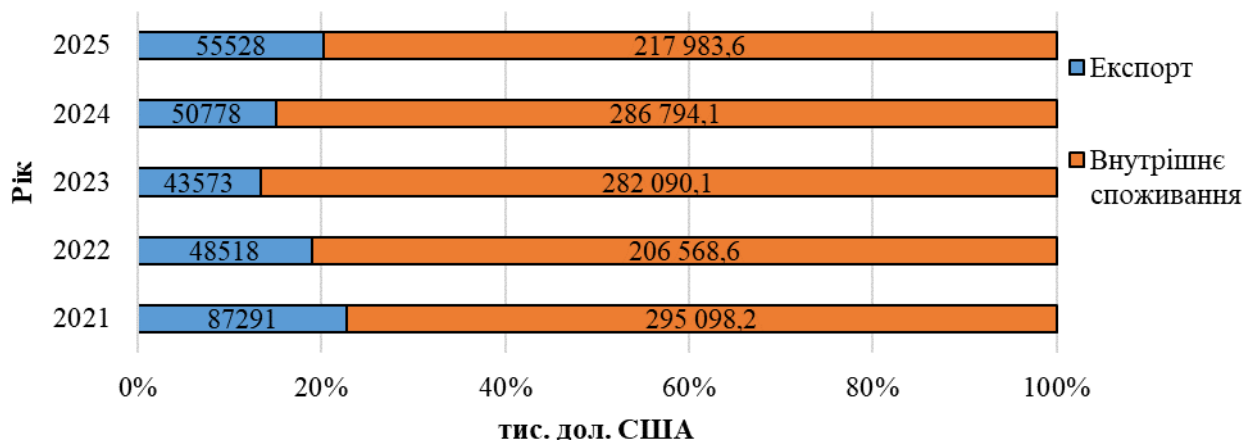


Джерело: [11].

Рис. 3. Динаміка обсягів експортних операцій з косметичними товарами (за товарними позиціями 3304, 3305, 3306, 3307 згідно з УКТЗЕД), у 2021–2025рр., тис. дол. США [11]

Аналіз експортних операцій з косметичними товарами у 2021–2025 рр. (рис. 3) демонструє кризу в перші роки повномасштабного вторгнення та поступову адаптацію бізнесу. Найбільше падіння експорту зафіксовано у 2022 р. для ключової товарної позиції 3304 (засоби для макіяжу та догляду за шкірою), обсяги якої скоротилися на 54,2% порівняно з 2021 роком. Негативна тенденція для цієї товарної позиції тривала і в 2023 році, де відбулося додаткове зниження ще на 21,6% відносно рівня 2022 року. Проте у 2024–2025 рр. експорт товарної позиції 3304 почав відновлюватися, продемонструвавши ріст на 34,8% та 18,7% відповідно. Динаміка експорту засобів для волосся (товарна позиція 3305) виявилася більш стабільною в досліджуваній період із падінням на 21,3% у 2022 році, але станом на 2025р. обсяги цієї групи все ще залишаються на 26% нижчими за показники довоєнного 2021 року. Найменшу частку в структурі експорту займає товарна позиція 3306 (гігієна рота), яка у 2025 році становила лише 1,8% від загального обсягу експорту досліджуваних товарних позицій [11].

Зважаючи на скорочення обсягів експорту досліджуваних товарних позицій, актуальним буде навести динаміку частки експорту в структурі виробництва косметичних товарів протягом 2021–2025 рр. (рис. 4).



Джерело: [9, 11].

Рис. 4. Структура виробництва косметичних товарів протягом 2021–2025 рр., тис. дол. США, %

Аналіз структури виробництва косметичних товарів (рис. 4) дозволяє стверджувати, що галузь пройшла через цикл суттєвої трансформації пріоритетів збуту. У 2021 році експортна складова займала вагому частку в 22,8%, проте під впливом макроекономічних факторів 2022–2023 рр. спостерігалось зниження до мінімального рівня у 13,4%. Це падіння пояснюється логістичним дисбалансом та дефіцитом електроенергії, що змусило підприємства пріоритетно забезпечувати внутрішній попит, частка якого в цей період сягнула 86,6%. Характерною особливістю 2025 року стало відновлення експортного потенціалу до 20,3% на фоні загального зниження обсягів виробництва у валюті. Така тенденція свідчить про те, що експорт стає важливим інструментом стабілізації для вітчизняних косметичних компаній, дозволяючи їм компенсувати нестабільність внутрішнього ринку за рахунок валютних надходжень (гранти інвестиції тощо).

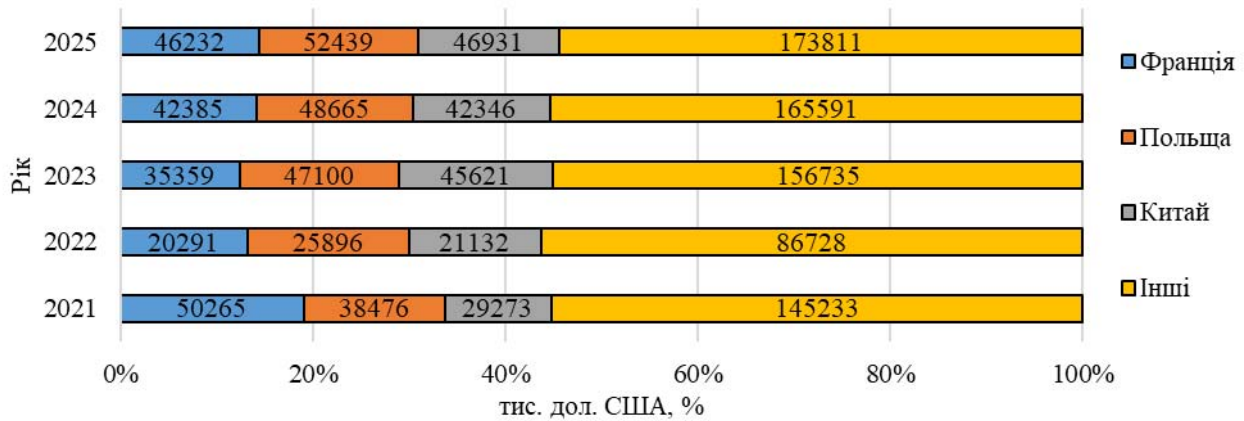
Оскільки товарна позиція 3304 є домінуючою в структурі імпорту та експорту косметичних засобів, аналіз географічної спрямованості зовнішньої торгівлі доцільно зосередити саме на цій категорії за період 2021–2025 рр. [11] (рис. 5–6). Аналіз географічної структури імпорту косметичних товарів (рис. 4) протягом 2021–2025 рр. свідчить про домінування групи «Інші», частка яких перевищує половину всього обсягу, коливаючись у межах 54,4–56,3%. Серед основних країн-постачальників найбільші зміни відбулися в позиціях Франції, частка якої у 2021 р. складала 19,1%, але згодом скоротилася до 14,5% у 2025 р.

Водночас Польща продемонструвала зміцнення своїх позицій, збільшивши частку з 14,6% у 2021 році до 16,4% наприкінці досліджуваного періоду. Особливо динамічним виявився приріст присутності Китаю, частка якого зростає з 11,1% у 2021 році до 14,7% у 2025 році, причому у 2023 році цей показник був найвищим (16,0%) [11]. Ринок демонструє поступове зменшення впливу французького імпорту на фоні стабілізації польських поставок та активної експансії китайської продукції, хоча сукупна частка трьох провідних країн до 2025 року залишається на рівні 45,6%.

Для більш комплексної стратегічної оцінки ринку косметичних товарів наведемо географічну структуру експорту косметичних товарів протягом 2021–2025 рр. [11] (рис. 6).

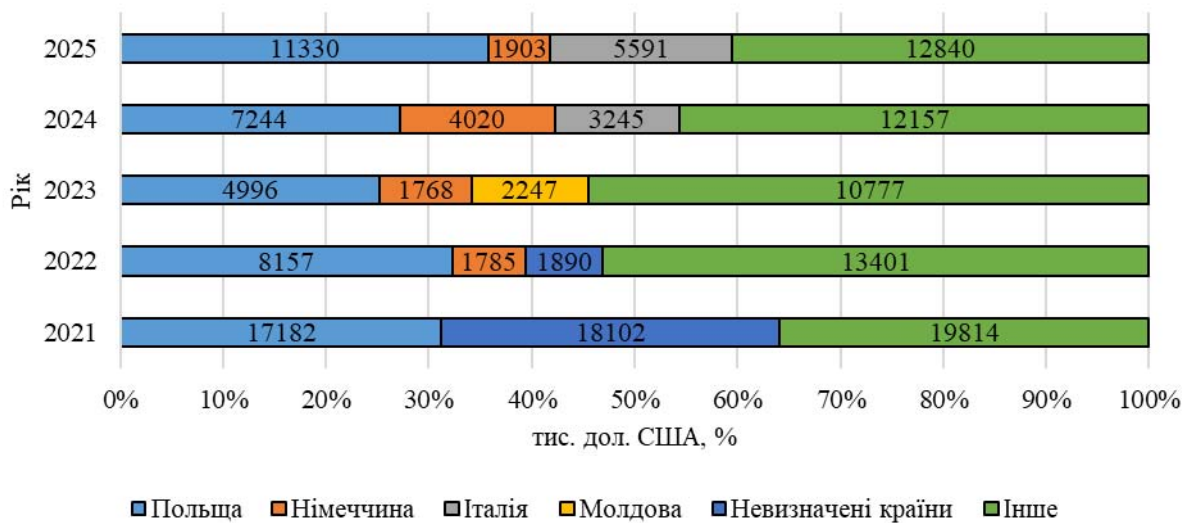
Географічна структура експорту протягом 2021–2025 рр. (рис. 6) зазнала суттєвих трансформацій. Польща відновила статус провідного ринку збуту, збільшивши свою частку з 31,2% до 35,8% наприкінці періоду. Значущим трендом стало зростання ролі Італії, яка до 2025 року зайняла 17,7% експорту, тоді як частка Німеччини після піка у 15,1% скоротилася

до 6%. Стабільна частка групи «Інші» (понад 40%) підтверджує успішну диверсифікацію ринків збуту української продукції [11].



Джерело: [11].

Рис. 5. Географічна структура імпорту косметичних товарів протягом 2021–2025 рр., тис. дол. США, %



Джерело: [11].

Рис. 6. Географічна структура експорту косметичних товарів протягом 2021–2025 рр., тис. дол. США, %

Зміна часток відбувається в межах загальної трансформації ринку: якщо у 2021 році значну частину займали «Невизначені країни» (18102 тис. дол. США), то до 2025 року експорт став більш адресним, де Італія разом із Польщею стали основними центрами збуту для українських косметичних товарів. До 2024 року Італія не виділялася як окремий ключовий контрагент, що свідчить про успішне освоєння нового ринку збуту та переорієнтацію логістичних ланцюгів саме на італійський напрям. На фоні загального зростання експорту до Польщі та Італії, частка Німеччини в загальній структурі суттєво знизилася, що може бути пов'язано з посиленням конкуренції на німецькому ринку або завершенням великих контрактів [11].

Аналіз географічної структури світового ринку косметичних товарів на 2026 р. (рис. 7) демонструє нерівномірність споживання та ринкової активності в глобальному масштабі. Найвищий рівень концентрації ринку відмічено у країнах Північної Америки (США, Канада), більшій частині Європи, Австралії, а також у ключових азійських регіонах, зокрема в Китаї та Індії. Середній рівень ринкової активності характерний для більшості країн Південної Америки, Центральної Азії та деяких регіонів Східної Європи. Водночас найнижчі показники ринкової частки та попиту спостерігаються на африканському континенті, за винятком окремих країн, що свідчить про значний потенціал для майбутнього освоєння цих територій. Така географічна детермінація підкреслює домінування розвинених економік у структурі світового косметичного ринку, де попит корелює з високою купівельною спроможністю населення та розвинутою інфраструктурою збуту [12].



Джерело: [11].

Рис. 7. Географічна структура світового ринку косметичних товарів 2026 р.,
тис. дол. США

Основними детермінантами стрімкого розвитку косметичного ринку Азійсько-Тихоокеанського регіону, що зумовлюють лідерство Китаю, Японії, Індії та Південної Кореї, є поєднання демографічних та економічних факторів. Ключову роль відіграє масштабна урбанізація та динамічне формування чисельного середнього класу з високою купівельною спроможністю, що трансформує структуру споживання на користь преміальних сегментів. Крім того, високий рівень цифровізації ритейлу та домінування електронної комерції забезпечують максимальну доступність товарів, що разом із культурним акцентом на догляді за собою закріплює за регіоном статус найактивнішого глобального ринку [12].

Аналіз ринку косметичних товарів за 2021–2025 рр. свідчить про його високу адаптивність до макроекономічних викликів. Незважаючи на зумовлене війною та енергокризою падіння виробництва у 2022 році (на 20,9%), галузь продемонструвала відновлення, де ключовими стали категорії декоративної косметики та догляду за шкірою з темпами росту понад 28%. На тлі значної імпортозалежності вітчизняні виробники трансформують стратегії збуту, де експортна складова, що сягнула 20,3% у 2025 році, стає важливим інструментом стабілізації бізнесу через освоєння ринків Польщі (35,8%) та Італії (17,7%). Світовий ринок орієнтується на розвинені країни та Азію. Щоб залишатися конкурентними, українським виробникам потрібно активно впроваджувати цифрові технології та інновації.

Висновки. Проведений стратегічний аналіз ринку косметичних товарів України за 2021–2025 рр. свідчить про складну траєкторію його трансформації. Після падіння виробництва у 2022 році через руйнування енергоінфраструктури та логістичний дисбаланс, галузь продемонструвала тенденцію до відновлення. Проте перерахунок у валютний еквівалент виявляє, що реальні обсяги виробництва у 2024 році все ще на 12% нижчі за докризовий рівень 2021 року, а у 2025 році констатовано подальше зниження. За таких умов, галузь залишається нестійкою, а експортна діяльність перетворюється на стратегічний інструмент підтримання господарської стійкості, забезпечуючи понад 20% реалізації товарів у 2025 році.

На основі результатів дослідження запропоновано ключові напрями зміцнення конкурентних позицій вітчизняних підприємств. Пріоритетом є масштабування присутності на ринках ЄС через зміцнення позицій у Польщі та експансію на ринок Італії. Це вимагає розробки лінійок у високотехнологічних сегментах, які відповідають глобальним трендам, зокрема досвіду лідерів Азійсько-Тихоокеанського регіону (Японії, Китаю та Південної Кореї), де домінує попит на інноваційну доглядову косметику. Важливим елементом стратегії має стати інвестування в енергонезалежність для стабілізації собівартості, що дозволить українській косметиці успішно конкурувати з імпортом та закріпитися на висококонкурентних європейських ринках.

Пріоритетним напрямком подальших досліджень є аналіз внутрішньої структури імпорту косметичних товарів за категоріями, для виявлення конкретних сегментів ринку, де вітчизняне імпортозаміщення буде найбільш економічно доцільним.

References

Література

- | | |
|---|---|
| <p>1. Merezko, N. V., Mokrousova, O. R., Koptuykh, L. A. et al. (2019). <i>Tovarovnavstvo: pidruchnyk [Commodity science: textbook]</i>. Kyiv National University of Trade and Economics. Vol. 1. Non-food products. 760 p. [in Ukrainian].</p> <p>2. Peredrii, O. I. (2022). <i>Rehlementatsiia bezpeky kosmetychnykh zasobiv v krainakh YeS ta Ukraini [Regulation of cosmetic product safety in the EU countries and Ukraine]</i>. <i>Tovarovnavchyi Visnyk</i>, 15(1), 252–263 [in Ukrainian].</p> <p>3. Nemchenko, A. S., Mishchenko, V. I., Vynnyk, O. V. et al. (2022). <i>Analiz osnovnykh tendentsii rozvytku rynku orhanichnykh kosmetychnykh zasobiv na osnovi arhanovoi olii [Analysis of the main trends in the development of the organic cosmetics market based on argan oil]</i>. <i>Sotsialna Farmatsiia v Okhoroni Zdorovia</i>, 8(1), 92–98 [in Ukrainian].</p> <p>4. Dobrovolskyi, V. V. (2018). <i>Otsinka rynku parfumerno-kosmetychnykh tovariv [Assessment of the perfumery and cosmetics market]</i>. <i>Ekonomika i Suspilstvo</i>, 15, 120–123 [in Ukrainian].</p> <p>5. Nasni Naseri, R. N., & Mohd Esa, M. (2025). A review of makeup products, trends, and consumer behaviour. <i>International Journal of Research and Innovation in Social Science</i>, IX(I), 2077–2083.</p> | <p>1. Мережко Н. В., Мокроусова О. Р., Коптюх Л. А. та ін. <i>Товарознавство: підручник</i>. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. Т. 1. Непродовольчі товари. 760 с.</p> <p>2. Передрій О. І. <i>Регламентація безпеки косметичних засобів в країнах ЄС та Україні</i>. <i>Товарознавчий вісник</i>. 2022. Вип. 15, № 1. С. 252–263.</p> <p>3. Немченко А. С., Міщенко В. І., Винник О. В. та ін. <i>Аналіз основних тенденцій розвитку ринку органічних косметичних засобів на основі арганової олії</i>. <i>Соціальна фармація в охороні здоров'я</i>. 2022. Т. 8, № 1. С. 92–98.</p> <p>4. Добровольський В. В. <i>Оцінка ринку парфумерно-косметичних товарів</i>. <i>Економіка і суспільство</i>. 2018. Вип. 15. С. 120–123.</p> <p>5. Nasni Naseri R. N., Mohd Esa M. A review of makeup products, trends, and consumer behaviour. <i>International Journal of Research and Innovation in Social Science</i>. 2025. Vol. IX, Iss. I. P. 2077–</p> |
|---|---|

6. Brancu, C., & Turcu, O. (2025). Exploring the economic performance and market trends in the cosmetics industry: insights and analysis. *Business & Management Compass*, 69(3), 23–32.

7. Pro zatverdzhennia Tekhnichnoho rehlamentu na kosmetychnu produktsiiu [On approval of the Technical Regulations for cosmetic products: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated Jan. 20, 2022 No. 65]. *Uriadovyi kurier*, (32) [in Ukrainian].

8. Euromonitor International (n.d.). Official website Euromonitor International. URL: <https://www.euromonitor.com/>

9. State Statistics Service of Ukraine (2026, January 10). Obsiah realizovanoi promyslovoi produktsii za vydamy diialnosti [Volume of sold industrial products by economic activity]. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].

10. Pro zatverdzhennia Poiasnen do Ukrainiskoi klasyfikatsii tovariv zovnishnoekonomichnoi diialnosti [On approval of the Explanations to the Ukrainian Classification of Goods for Foreign Economic Activity: Order of the State Customs Service of Ukraine dated 12/14/2022 No. 543]. URL: <https://customs.gov.ua/documents/pro-zatverdzhennia-poiashnen-do-ukrayinskoyi-klasifikatsiyi-tovariv-zovnishnoekonomichnoyi-diialnosti-321> [in Ukrainian].

11. State Customs Service of Ukraine. (2026, January 14). Statystyka ta reiestry [Statistics and registries]. <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri> [in Ukrainian].

12. Mordor Intelligence (n.d.). Analiz rozmiru ta chastky rynku kosmetychnoi produktsii – tendentsii zrostannia ta prohnoz (2026–2031) [Cosmetics Market Size and Share Analysis – Growth Trends and Forecast (2026–2031)]. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/global-cosmetic-products-industry> [in Ukrainian].

2083.

6. Brancu C., Turcu O. Exploring the economic performance and market trends in the cosmetics industry: insights and analysis. *Business & Management Compass*. 2025. Vol. 69, Iss. 3. P. 23–32.

7. Про затвердження Технічного регламенту на косметичну продукцію: Постанова Кабінету Міністрів України від 20 січ. 2022 р. № 65. *Урядовий кур'єр*. 2022. № 32.

8. Euromonitor International: офіційний сайт. URL: <https://www.euromonitor.com>.

9. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності: за даними Держстату України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

10. Про затвердження Пояснень до Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності: Наказ Державної митної служби України від 14.12.2022 р. № 543. URL: <https://customs.gov.ua/documents/pro-zatverdzhennia-poiashnen-do-ukrayinskoyi-klasifikatsiyi-tovariv-zovnishnoekonomichnoyi-diialnosti-321>.

11. Статистика та реєстри: офіційний сайт Державної митної служби України. URL: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri>.

12. Аналіз розміру та частки ринку косметичної продукції – тенденції зростання та прогноз (2026–2031). *Mordor Intelligence*. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/global-cosmetic-products-industry>.