

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОСМЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

© Байцар Р. І., Кордіяка Ю. М., 2015

Проаналізовано особливості обігу косметичної продукції на вітчизняному ринку та проблему боротьби із фальсифікованими товарами. Досліджено стан нормативної бази з якості та безпеки косметичних засобів і перспективи її гармонізації відповідно до вимог європейського законодавства.

Ключові слова: косметичні засоби, реалізація продукції, нормативно-технічне забезпечення, якість, показники безпеки, фальсифікація.

The features of circulation of cosmetic products in the domestic market and the problem of combating counterfeit goods have been analyzed. The current state regulations on quality and safety of cosmetic products and its prospects for harmonization in accordance with European legislation has been studied.

Key words: beauty products, sales, legal and technical support, quality, safety, falsification.

Вступ

Людині будь-якого віку властиве бажання гарно виглядати та привертати увагу інших. Для цього використовують косметичні засоби широкого асортименту різного призначення, котрі допомагають підкреслити переваги і приховати недоліки зовнішності. Кожна людина щоденно користується тими чи іншими засобами, що виконують гігієнічні, профілактичні та естетичні функції. Асортимент косметичної продукції є достатньо різноманітним. Розрізняють косметику за призначенням, функціональною дією, природою дисперсної системи, формою випуску, за типом споживачів.

Український ринок косметичної продукції є одним з найперспективніших серед інших непродовольчих товарів, проте роль вітчизняного виробника є дуже малою. Імпортна продукція користується значним попитом у споживачів, займаючи провідні позиції. Виробництво косметики зіштовхнулося зі значною проблемою – дефіцитом вітчизняної якісної сировини, тому значну частину інгредієнтів доводиться постачати з-за кордону, що ставить українських виробників у залежність від світового ринку.

Потрібно зазначити, що косметична продукція безпосередньо взаємодіє з людським організмом, тому її застосування пов'язано зі здоров'ям та самопочуттям споживачів. Важливість показників безпеки цих товарів постійно зростає та є визначальним критерієм при їх придбанні. Забезпечення безпеки та відповідної якості косметики на вітчизняному ринку є головним завданням нормативно-технічного регулювання цієї галузі та залежить від результатів наукових досягнень. Наука та інновації є основою розвитку. Вчені різних країн безперервно працюють над новими розробками для задоволення потреб найвибагливіших споживачів. Високий рівень освіти, обізнаності та відповідальності спеціалістів забезпечує стабільний розвиток косметичної промисловості.

Аналіз обігу косметичної продукції в Україні засвідчує наявність проблем у сфері виробництва та реалізації безпечної для споживача продукції. Чинні вимоги щодо безпечності не відповідають європейському законодавству і не сприяють вільному переміщенню продукції з України на європейські ринки. Косметична галузь потребує значного оновлення і модернізації.

Для вітчизняних виробників косметичних товарів головні завдання полягають у поліпшенні якості та безпеки, розширенні асортименту продукції, забезпеченні її конкурентоспроможності.

Для вирішення таких завдань необхідні чіткі, поетапні кроки. Враховуючи актуальний стан економіки та особливості вітчизняного косметичного ринку, цінний досвід європейських країн, необхідно оновити нормативно-технічне регулювання цієї галузі відповідно до європейських

стандартів. Потрібно зазначити, що косметика є специфічною за асортиментом, призначенням та застосуванням, тому їй необхідно чітко виділити серед інших непродовольчих товарів та віднести до сфери державного регулювання. Внесення змін до загальних законів та постанов, котрі могли б паралельно регулювати ще й відносини у косметичній галузі, є неефективним. Це ми можемо зрозуміти, проаналізувавши стан ринку та виробництва косметики за останні роки [1].

Мета

Метою статті є вивчення вітчизняного ринку та дослідження актуальних проблем косметичної галузі та її нормативного забезпечення для підвищення довіри та прихильності споживачів до належної якості та безпечності української косметичної продукції, котра відповідатиме вимогам європейського законодавства.

Особливості ринку косметичних засобів

Парфумерно-косметичні товари є особливими продуктами, що задовольняють такі види потреб людини, як гігієна, потреба підкреслити свій статус, потреба в “розкоші”. Українські споживачі у своєму виборі серед усього обсягу споживчого кошика парфумерно-косметичних засобів надають перевагу декоративній косметиці. На другому місці мило і найменшим попитом користуються парфуми, дезодоранти та депілятори. Слід зазначити, що структура споживання парфумерно-косметичних товарів в Україні та Європі дещо відрізняється. Близько 25 % від загального обсягу продажу в країнах Європейського Союзу становлять засоби особистої гігієни, ще дві чверті – засоби для догляду за волоссям (25 %) та засоби для догляду за шкірою (23 %). Парфумерна продукція становить 15 %, і на останньому місці продажу декоративна косметика (12 %). Отже, за середніми показниками, українці витрачають на косметичні засоби втричі менше, ніж європейці [2].

На вітчизняному ринку імпортна продукція становить 92 % від загального обсягу косметичних товарів. Це насамперед пов'язано з відсутністю конкурентоздатних виробничих потужностей в Україні пострадянського періоду.

Зазначимо, що недорога косметика охоплює понад 60 % ринку, косметика середнього цінового сегменту – близько 30 %, дорога селективна – приблизно 10 % ринку. Значна частина товарів вищої цінової категорії є імпортними, до них відносять практично всі світові бренди: Avon, Beiersdorf, Chanel, Colgate-Palmolive, Estee Lauder, Henkel-Schwarzkopf, Johnson & Johnson, L'Oreal, Mary Kay, Oriflame, Procter & Gamble, Unilever, Yves Rocher та інші.

Найбільшими імпортерами косметичної продукції до України є Польща, Росія, Німеччина, Франція та Китай. Незважаючи на насиченість вітчизняного косметичного ринку такою кількістю товарів, Україна все ж експортує косметику до країн СНД, переважно в Росію, Білорусію, Казахстан та Молдову.

Зважаючи на застарілі технології, вітчизняні виробники не можуть скласти конкуренцію всесвітньо відомим брендам. До того ж, за спостереженнями спеціалізованих магазинів, нині зростає попит насамперед на дорогу косметику та парфумерію популярних торгових марок. Сьогодні в Україні понад 120 компаній є виробниками парфумерно-косметичних засобів, проте більшість з них спеціалізуються на одній групі або одному виді товарів.

Актуальний стан нормативної бази

Практичний досвід щодо обігу косметичної продукції в Україні засвідчує наявність проблем у сфері державного регулювання під час розроблення, виробництві та реалізації косметичних виробів; невизначеність правил контролю (нагляду) за обігом косметичної продукції на внутрішньому ринку, а також відсутність основних суттєвих вимог щодо безпечності косметичної продукції [3].

Швидкі темпи розвитку інноваційних розробок у косметичній галузі, їх поширення у світі, зокрема і на українському ринку вимагають постійного оновлення нормативної бази, адже більшість із ДСТУ та ГОСТ застаріли. Для гармонізації їх з документами ЄС вони потребують перегляду. Актуальним стає питання про встановлення вимог, які повністю відповідатимуть сучасним вимогам до косметичної продукції, зменшать кількість неякісних та небезпечних косметичних продуктів, що перебувають в обігу на території України. Без сучасної надійної нормативної бази технічне регулювання цієї галузі щодо захисту прав споживачів неможливе.

У європейському законодавстві у сфері технічного регулювання досконалою є політика усунення бар'єрів для вільного переміщення товарів, всебічно гармонізовано правила на ринку для продукції, забезпечуючи при цьому високий рівень захисту здоров'я людини.

Обіг косметичної продукції у більшості розвинених країн світу регулюється законодавчими та нормативно-правовими актами. Європейський Парламент та Рада Європейського Союзу прийняли Регламент (ЄС) № 1223/2009 Європейського Парламенту від 30 листопада 2009 для косметичної продукції [4].

Відповідно до Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу 20 листопада 2013 року на сайті Міністерства охорони здоров'я України опубліковано проект постанови Кабінету Міністрів України "Про затвердження Технічного регламенту щодо безпеки косметичної продукції". Запропонованим проектом постанови передбачається встановлення основних вимог щодо розроблення, виробництва, оцінювання безпечності та ефективності косметичної продукції та введення її в обіг, а саме: визначення повноважень призначених компетентних органів із зазначених питань; принципи та умови виробництва, порядок введення в обіг, процедури оцінювання безпечності косметичної продукції; контроль та нагляд за вже виготовленою продукцією; запровадження максимально тісної взаємодії між суб'єктами господарювання та органами регулювання; покладання на виробників, імпортерів та розповсюджувачів обов'язку у разі виявлення небезпечності власної продукції повідомити відповідні органи та вжити усіх можливих заходів для зменшення негативних наслідків від поширення та використання таких косметичних засобів.

Цей регулятивний акт відповідає потребам технічного регулювання та принципам державної регуляторної політики. У ньому чітко встановлено права та обов'язки суб'єктів господарювання, повноваження призначених компетентних органів щодо контролю за обігом косметичної продукції в Україні, упорядковано відносини між державними органами та суб'єктами господарювання з питань впровадження косметичної продукції в обіг.

Вітчизняна косметична галузь має низку проблем, котрі будуть вирішені впровадженням цього регламенту. Наприклад, часто в маркетингових заявах вживають термін "лікувальна косметика". Однак згідно з європейським законодавством немає такої категорії косметичної продукції, як "лікувальна косметика".

Особливу увагу приділяють маркуванню, адже це одне з найважливіших для споживачів джерел інформації про продукцію на ринку. Обираючи товар, ми вивчаємо його етикетку. Саме з маркування на етикетках та упакуваннях ми отримуємо усю необхідну інформацію, котра повинна надаватися згідно із законодавством державною мовою.

Косметична продукція може бути доступна на ринку тільки тоді, коли на упакування нанесено інформацію незмивним, легким у читанні шрифтом. Згідно з Законом України "Про захист прав споживачів" та ДСТУ 2010:2008, інформацію споживачеві надають згідно із законодавством про мови її державною мовою, за винятком заголовку та переліку складників. Проте реальний стан речей показує, що маркування практично усієї імпортової продукції не відповідає вимогам законодавства. На імпортні товари наносять лише маленьку "наклейку" українською мовою з найнеобхіднішою інформацією, тоді як, в країнах ЄС імпортний товар маркується повністю мовою країни-споживача.

У технічному регламенті під поняттям "косметична продукція" розуміють будь-які речовину або суміш, призначені для контактування з різноманітними зовнішніми частинами тіла людини або зубами та слизовою оболонкою ротової порожнини з метою виключно або переважно їх очищення, надання приємного запаху, зміни їх зовнішнього вигляду та/або корегування природного запаху, та/або їх захисту або підтримки у нормальному функціональному стані. В регламенті наведено також перелік категорій косметичної продукції та порядок її ідентифікації з метою диверсифікації з лікарськими засобами [5].

Згідно з проектом зазначеного регламенту однією з вимог безпечності парфумерно-косметичної продукції та мила є відповідність виробництва принципам належної виробничої практики GMP (Good Manufacturing Practice), котрі передбачають: чітку регламентацію всіх виробничих процесів і контроль за процесом випуску готової продукції; перевірку тих стадій виробництва, які можуть впливати на якість; наявність необхідних приміщень та обладнання;

забезпечення сировиною, пакувальними та іншими матеріалами необхідної якості, їх правильне зберігання та транспортування; наявність чіткої й однозначної нормативної документації для кожного конкретного виробництва; навчений персонал. Також практика GMP регламентує реєстрацію всіх етапів виробництва і зберігання поточної виробничої документації, зокрема документації з реалізації готового продукту [6].

Важливо, що технічним регламентом не передбачено сертифікації косметичної продукції та нанесення знака відповідності.

Згідно із законодавством, обов'язковій сертифікації підлягають лише ті товари, актами законодавства або нормативною документацією на які встановлено вимоги, що забезпечують безпеку розглянутої продукції для життя, здоров'я і майна громадян. Особливістю є те, що підтвердженню підлягають тільки показники безпеки, а не показники функціональної придатності, що визначають якість продукції. Згідно із Переліком продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні, лише парфумерно-косметична продукція, що містить поверхнево-активні речовини: шампуні, гелі для душу, рідке мило, засоби для укладання та завивання волосся – підлягає обов'язковій сертифікації [7].

В Україні основним документом, що регулює обіг косметичної продукції, є Державні санітарні правила та норми 2.2.9.027-99 “Санітарні правила та норми безпеки продукції парфумерно-косметичної промисловості” [8].

Щоб реорганізована система технічного регулювання була ефективною, необхідний правильно організований контроль. Державний нагляд та інспекційний контроль за запровадженням системи контролю відповідності косметичної продукції вимогам технічного регламенту буде здійснюватися державними органами виконавчої влади у межах їх компетенції [9]. Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 01.06.2011 №573 “Про затвердження переліку органів державного ринкового нагляду та сфер їх відповідальності”, Держспоживінспекція та її територіальні органи здійснюють державний ринковий нагляд за близько 90 % продукції, котру введено в обіг на ринку України. Серед цієї продукції виділяють мийні засоби та інші види продукції, що не є об'єктами технічних регламентів та не включені до сфери відповідальності інших органів державного ринкового нагляду [10]. Тут йдеться і про косметичні засоби.

Потрібно зауважити, що в технічному регулюванні косметичної галузі зараз відбуваються значні зміни. Запропонований проект технічного регламенту відповідає потребам та принципам державної політики. У ньому чітко встановлено права та обов'язки суб'єктів господарювання та повноваження призначених компетентних органів щодо контролю за обігом косметичної продукції в Україні. Дивно, як косметична галузь досі могла розвиватися і випускати продукцію належної якості без дотримання правил безпеки і організації технічного регулювання за відповідними директивами ЄС. У вітчизняному виробництві косметичних засобів довгий час використовували застарілу науково-технічну базу. Для випуску продукції, котра відповідає вимогам світового ринку та захисту прав споживачів, необхідно централізовано, з особливим контролем та наглядом стежити за виконанням положень технічного регламенту щодо безпеки косметичної продукції та інших нормативно-правових актів. За стабільний розвиток вітчизняної косметичної галузі несуть спільну відповідальність виробники цієї продукції, споживачі та відповідні органи державної влади. Правильні і перспективні норми та правила, лише написані на папері, нічого не змінюють. Проте організоване та свідоме їх виконання і постійне опрацювання відкриють нові можливості для вітчизняної косметичної галузі.

Фальсифікація косметичних засобів

Популярність косметики робить сприяє її підробленню. Косметичні товари, що користуються попитом у споживачів, мають високі рейтинги фальсифікації.

Ринок косметичної продукції в Україні є непрозорим через дії дистриб'юторів. Рівень розвитку українського ринку і непрозорість правил торгівлі у парфумерно-косметичній галузі сприяє хаотичному поширенню будь-яких брендів [11].

Український ринок косметичних товарів вважається другим у світі після Китаю за обсягом реалізації фальсифікованої продукції; експерти вважають, що цей показник сягає 60 % внутрішнього ринку зазначених товарів [12].

Продаж нелегальної парфумерно-косметичної продукції є надзвичайно поширеним явищем, масштаби якого не просто порівнянні з легальним ринком, а й цілком можуть його перевершувати. Йдеться про “паралельний” імпорт, неякісні імітації продукції відомих марок і відверті підробки. Фальсифіковану продукцію зазвичай реалізують через роздрібну торгівлю та мережі лотків, а також ринки. Продукцію навіть найвідоміших фірм підробляють, додаючи до її складу парафін, собачий жир і навіть каніфоль.

Парфуми як предмет розкоші є особливо цікавими для фальсифікації. Найменування практично всіх парфумерних товарів, що виробляють в Україні – російськомовні або англомовні. Складається враження, що українські виробники орієнтуються виключно на експорт своєї продукції. Важливо, що аромат або дизайн багатьох упаковок парфумерних виробів нагадує відомі світові бренди, тобто є їх імітацією або версією, котра тільки нагадує аромат оригінальних парфумів, але розливається у флакони, не схожі на фірмові. Виробники версії або імітації чесно (хоча найчастіше дрібним шрифтом) зізнаються, що це не фірмові парфуми, а їх інтерпретація для тих, кому оригінал не по кишені. Така парфумерія дуже поширена й у нашій країні. Міжнародна торговельна палата встановила, що за обсягом постачань підробленої парфумерії на європейський ринок Україна поступається лише Китаю. Однак у 2010 р. європейські країни (за винятком країн Балтії, а також Німеччини) практично перестали закуповувати український товар, оскільки його вартість, з урахуванням витрат на доставку, дорівнювала вартості оригінальних брендів. Незважаючи на це, українські парфумерні товари не здатні замінити хоч б польську і російську продукцію на внутрішньому ринку. Економлячи на витратах, реалізують парфумерні вироби в обхід торгових точок.

Переваги реалізації поза торговими точками очевидні: компаніям, що займаються цим видом бізнесу, немає необхідності вибудовувати звичайний збутовий ланцюжок, витратити додаткові ресурси на співпрацю з роздрібними підприємствами тощо. Реалізовувати товар через аптеки, супермаркети, власні роздрібні торгові точки дорожче, ніж створити умови продажу для всіх, хто бажає збувати такий товар.

Ще однією важливою проблемою є неправильна реалізація професійної косметики, котра призначена лише для використання у салонах. Офіційні розповсюджувачі продають професійну косметику всім своїм клієнтам, навіть тим, хто не є професійним майстром. Дуже часто це може бути кінцевий споживач, який шукає шляхи купівлі товару за оптовою ціною в обхід свого салону. Часто дорого, унікальну косметичну продукцію можна придбати в переходах чи інтернет-магазинах.

Органи державної влади викривають цілі потужні цехи і виробництва, котрі фальсифікують косметику [11]. Відрізнити оригінальну продукцію можуть лише офіційні розповсюджувачі за кодом на товарі.

Аналізуючи особливості нелегального парфумерно-косметичного ринку, можна стверджувати, що при виборі косметичних засобів споживач стикається з такими небезпеками: використання відвертих підробок, що шкодять його здоров'ю, та поширення професійних брендів, за якість яких виробник не відповідає.

Боротьба з підробками залишається актуальною темою. Оскільки косметична продукція є специфічною категорією товарів, то актуальним стає питання її реалізації лише в спеціалізованих магазинах, зокрема з огляду на санітарно-гігієнічну безпеку. Адже не можна навести ладу, коли косметичну продукцію продають будь-де і будь-хто. Такі магазини зможуть укласти відповідні договори з постачальниками про рекламу косметичної продукції та використовувати фірмове обладнання для зберігання, забезпечувати якісне обслуговування та консультування клієнтів. Діяльність спеціалізованих магазинів легше контролювати. Важливо, щоб уповноважені органи виконавчої влади застосовували всі необхідні заходи для гарантування того, що в обігу є тільки ті косметичні продукти, які відповідають встановленим вимогам.

Висновки

Отже, якість косметичних засобів – питання надзвичайно гостре і важливе. Тільки пильності, старанності і грамотності покупця під час вибору цього товару недостатньо, щоб захистити своє право на безпеку та якісну продукцію. Для цього необхідне надійне нормативно-технічне

забезпечення у цій галузі. Практичний досвід щодо обігу косметичної продукції в Україні засвідчує наявність проблем у сфері державного регулювання під час розроблення, виробництва та реалізації косметичних виробів; невизначеність правил інспекційного контролю (нагляду) за обігом косметичної продукції на внутрішньому ринку, а також відсутність основних суттєвих вимог щодо безпечності косметичної продукції.

Нехарчову продукцію, зокрема і косметику, вважатимуться безпечною, коли вона відповідатиме певним технічним регламентам чи національним стандартам, прийнятим у цій сфері. Однак більшість стандартів було прийнято ще в 70-ті роки минулого століття, отже, вони і не відповідають сучасному рівню розвитку технологій, процесам впровадження у виробництво нових інгредієнтів.

Актуальним стає питання про встановлення вимог на нормативно-технічному та організаційному рівнях, які повністю гарантуватимуть відповідність косметичної продукції сучасним потребам світового ринку. Це підвищить відповідальність виробників за дотримання належного рівня ефективності та безпечності виготовлення косметичних товарів і забезпечить належні якість і конкурентоспроможність.

Згідно із загальнодержавною програмою євроінтеграції, розроблено проект технічного регламенту щодо безпеки косметичної продукції, котрий повністю гармонізований з директивами ЄС у цій галузі. Прийняття цього документа матиме низку переваг: створюється правове підґрунтя для ввезення та реалізації на території нашої держави якісної та безпечної косметичної продукції, ускладнюється можливість для реалізації фальсифікованої продукції. Україна, безумовно, зробить крок уперед на шляху гармонізації вітчизняного законодавства із законодавством ЄС. Проте, на думку деяких експертів, певні положення регламенту потребують доопрацювання [13]. Вітчизняна косметична галузь потребує перехідного періоду підготовки до виконання нових вимог.

1. Береславець Г., Карпенко О. / *Мат. Всеукр. студ. інтернет-конференції “Таворознавство та експертиза продовольчих та непродовольчих товарів”* (18. 11. 2011) [Електронний ресурс]: *Стан українського парфумерно-косметичного ринку. – Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/63-750-1>. – Назва з екрана.* 2. *Косметика і парфумерія: якісний вибір* [Електронний ресурс]. – *Електр. дан. (1 файл). – 2006. – 12 с. – Режим доступу: <http://www.consumerinfo.org.ua/upload/iblock/714/trainings-cosmetics-brochure.pdf>. – Назва з екрана.* 3. Зеліско Ю., Байцар Р. *Забезпечення якості косметичних товарів. – Варна Болгарія // Матеріали VI Междунар. конф. “Стратегія якості в промисленості і освіті”, 2010.* 4. *Регламент N 1223/2009 Європейського парламенту і Ради Європейського Союзу “О косметической продукции (новая редакция)”* [рус., англ.]. – *Електрон. дан. (1 файл). – Брюссель, 2009. – 383 с. – Режим доступу: <http://shp.aksomed.kiev.ua/images/normDoc/reglament%201223-2009.pdf>. – Назва з екрана.* 5. *Міністерство охорони здоров'я: Проект постанови КМУ “Про затвердження Технічного регламенту щодо безпеки косметичної продукції”* [Електронний ресурс]. – *Режим доступу: http://www.moz.gov.ua/ua/portal/Pro_20100808_0.html. – Назва з екрана.* 6. *Державний навчальний центр з належної виробничої/дистрибуторської практики* [Електронний ресурс]. – *Режим доступу: <http://gmpcenter.org.ua/rosilannja/>. – Назва з екрана.* 7. *Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 01.02.2005 р. №28 про Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні.* 8. *Державна санітарно-епідеміологічна служба: Державні санітарні правила і норми безпеки продукції парфумерно-косметичної промисловості № 27/ Видання офіційне. – 1999 р.* 9. *Верховна Рада України; Закон від 02.12.2010 № 2735-17 “Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції”.* 10. *Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів*[Електронний ресурс]. – *Режим доступу: <http://www.dsiu.gov.ua>. – Назва з екрана.* 11. *Ринок косметичної продукції в Україні є непрозорим через дії дистриб'юторів. ТСН Новини* [Електронний ресурс]. – *Режим доступу: <http://tsn.ua/groshi/rinok-kosmetichnoyi-produkciyi-v-ukrayini-ye-neprozorim-cherez-diyi-distrib-yutoriv.html>. – Назва з екрана.* 12. *Evromonitor International* [Електронний ресурс]. – *Режим доступу: <http://www.euromonitor.com>. – Назва з екрана.* 13. *Правовий Альянс: Проект Технічного регламенту щодо безпеки косметичної продукції: юридичний коментар.* [Електронний ресурс]. – *Режим доступу: <http://www.legalalliance.com.ua/ukr/press/2112/>. – Назва з екрана.*