СВІТОВИЙ РИНОК ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

WORLD MARKET OF PERFUME-COSMETIC PRODUCTS: MODERN TRENDS AND PROSPECTS

УДК 339.1

<https://doi.org/10.32843/infrastruct41-14>

Ігнашкіна Т.Б.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та підприємництва імені Т.Г. Беня
Національна металургійна академія
України

Душина Л.М.

к.т.н., доцент,
доцент кафедри економіки
та підприємництва імені Т.Г. Беня
Національна металургійна академія
України

Москалець Т.А.

магістрантка
Національна металургійна академія
України

Ihnashkina Tetiana

National Metallurgical Academy of Ukraine

Dushyna Liudmyla

National Metallurgical Academy of Ukraine

Moskalets Tetiana

National Metallurgical Academy of Ukraine

У статті досліджено світовий ринок парфумерно-косметичної продукції за декілька останніх років. Визначено стійку позитивну тенденцію його розвитку протягом 2012–2018 рр. та усталене загалом прискорення динаміки. З посиланням на оцінки фахівців зазначено, що у середньостроковій перспективі позитивний тренд збережеться. Проведено аналіз обсягів продажу топ-20 світових компаній косметичної індустрії за 2015–2018 рр., який дав змогу виділити ті, що мають позитивну або негативну динаміку, визначити лідерів та аутсайдерів серед них. Показано структуру ринку краси в розрізі категорій продукції та географічних регіонів світу. Перша свідчить про переважну частку косметики для догляду за шкірою та волоссям, друга – про домінування Азійсько-Тихоокеанського регіону та Північної Америки, частка яких у загальній сукупності складає більше половини. Представлено топ-10 світових брендів краси, наведено їх статус за цінністю та індексом сили торгової марки.

Ключові слова: косметична продукція, світовий ринок, тенденції, обсяги продажів, провідні косметичні компанії, конкуренція, світові бренди краси.

В статье исследован мировой рынок парфюмерно-косметической продукции

за несколько последних лет. Определена стойкая положительная тенденция его развития в течение 2012–2018 гг. и устойчивое в целом ускорение динамики. Со ссылкой на оценки специалистов указано, что в среднесрочной перспективе позитивный тренд сохранится. Проведен анализ объемов продаж топ-20 мировых компаний косметической индустрии за 2015–2018 гг., который позволил выделить те, которые имеют положительную или отрицательную динамику, определить лидеров и аутсайдеров среди них. Показана структура рынка красоты в разрезе категорий продукции и географических регионов мира. Первая свидетельствует о преимущественной доле косметики для ухода за кожей и волосами, вторая – о доминировании Азиатско-Тихоокеанского региона и Северной Америки, доля которых в общей совокупности составляет более половины. Представлен топ-10 мировых брендов красоты, приведен их статус по ценности и индексу силы торговой марки.

Ключевые слова: косметическая продукция, мировой рынок, тенденции, объем продаж, ведущие косметические компании, конкуренция, мировые бренды красоты.

The article explores the world market of perfume and cosmetic products for the last several years. The stable positive tendency of its development during 2012–2018 has been determined and acceleration of dynamics has been established as a whole. The average annual absolute growth is \$18.8 billion in the size of this market during this period. The average annual growth rate is 4.3%. It is noted that the positive trend will continue in the medium term. According to analysts, the global cosmetics market will reach \$758.5 billion by 2025. After analyzing the sales volume of the top-20 global companies of the cosmetic industry during 2015–2018, the following main conclusions were obtained: 1) the list of the 20 most powerful companies remains unchanged; almost half of them are American; 2) the top ten companies perform worse than the second; 3) due to decrease in Colgate-Palmolive and Avon's sales, these companies had to leave the top ten, but due to rapid growth in Coty Inc.'s and LVMH's sales, these companies enter the top 10; 4) only 5 companies had negative annual average growth rates. The structure of the beauty market is broken down by category of products and geographical regions of the world. According to the first, the leading cosmetics for skincare (36–39%), with changes, occur in the direction of its growth. The second category by volume is hair care cosmetics (21%). A constant positive trend is also observed in decorative cosmetics, in other categories (hair cosmetics, perfumes, personal care products) – negative. The geographical structure is dominated by the Asia-Pacific region and North America, accounting for 65% of the total. Top 10 global beauty brands are presented. They all consistently hold a rating of "extremely strong" and "very strong". The first three places during these years were occupied by the trademarks "Johnson's", "L'Oreal", "Gillette" respectively. Possible prospects for today's global cosmetics market are increasing demand for cosmetics for skin and hair care, also satisfy needs of the aging world population; engaging consumers in the process of developing ideas and products using a variety of methods and platforms; personalization of the cosmetic market; active introduction of digital technologies; consumer orientation on natural and organic cosmetic products; creating eco-products and using eco-packaging.

Key words: cosmetic products, world market, trends, sales, leading cosmetics companies, competition, global beauty brands.

Постановка проблеми. Одним із найважливіших аспектів процесу маркетингових досліджень є аналіз ринку певного виду товару з оцінюванням впливу макроекономічних факторів (політико-правових, демографічних, екологічних, соціокультурних, економічних тощо), а також факторів конкурентного середовища. Проведення такої роботи дає змогу прогнозувати перспективи розвитку ринку, своєчасно реагувати на зміни макросередовища, ринкової кон'юнктури із забезпеченням стійкого функціонування суб'єкта господарської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню ринку парфумерно-косметичних

товарів за різними його аспектами присвячено велику кількість праць фахівців наукового середовища та практиків. Серед дослідників можна назвати таких, як Р.І. Байцар, Ю.М. Кордіяка [1], Г.В. Береславець, О.М. Карпенко, О.С. Вишнікіна [2], В.В. Добровольський [3], В.О. Лебединець, І.С. Казакова [4], А.С. Маслова, Н.В. Чмихало [5]. Підготовкою аналітичних оглядів ситуації на ринках різних видів товарів, зокрема на ринку косметичної продукції, наданням статистичної інформації, тією чи іншою мірою пов'язаної з досліджуваною проблемою, займається багато різних бізнес-консалтингових структур, спеціалізованих організацій, включаючи офіційні органи

статистики. Незважаючи на досить велику кількість досліджень у цій галузі, питання завжди буде залишатись актуальним, оскільки їх результати не можуть розглядатись як статичні з огляду на мінливість зовнішнього середовища, наявність гострої конкурентної боротьби, прагнення до зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку, необхідність прийняття відповідних управлінських рішень.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сучасного глобального ринку парфумерно-косметичної продукції на підставі доступної інформації, що міститься у відкритих джерелах, та визначення основних тенденцій його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світовий ринок парфумерно-косметичної продукції є досить ємним і має тенденцію до зростання (рис. 1).

Середньорічний абсолютний приріст обсягу глобального ринку за цей період становив 18,8 млрд. дол. США, середньорічний темп приросту – 4,3%. При цьому показники інтенсивності динаміки (розраховані на основі ланцюгових абсолютної та відносної швидкості зростання) свідчать загалом про стале її прискорення. За оцінками аналітиків позитивний тренд буде й надалі спостерігатись, а у 2020 році світовий ринок косметики сягне 675 млрд. дол. США, у 2023 році – 805,6 млрд. дол. США, а до 2025 року – 758,5 млрд. дол. США [6; 7; 9]. Таким чином, за 2018–2025 роки очікується середньорічний приріст ринку на рівні 5,9%, а за період з 2012 року, який прийнято нами раніше за базу, цей показник буде становити близько 5,2%.

Іноземних компаній-виробників парфумерно-косметичної продукції налічується дуже багато,

але при цьому виробництво сконцентроване на невеликій їх кількості. Зокрема, відомими брендами є “L’Oreal” (Франція), “Unilever PLC”, “Procter&Gamble” (США), “Estee Lauder” (США), “Colgate-Palmolive” (США), “Johnson&Johnson” (США).

У табл. 1 представлено обсяги продажів топ-20 косметичних компаній за 2015–2018 роки, розподіл їх за середньорічними темпами приросту (зниження) цього показника наведено на рис. 2.

Надані в таблиці та на рисунку показники дають змогу зробити такі основні висновки:

1) Протягом аналізованого періоду список компаній, що входять у двадцятку найпотужніших, залишається незмінним. Їх ринкова частка дещо перевищує 50%. Жодній іншій компанії за останні чотири роки не вдалося його порушити. Усередині ж цього списку щодо місця, яке за обсягами продажу посідає та чи інша компанія, суттєвих зрушень не спостерігається. Беззаперечними лідерами є “L’Oreal” та “Unilever PLC”, які міцно утримують перше та друге місця, середньорічні темпи приросту обсягів продажу яких (+4,4% та +4,9% відповідно) перебували на рівні загальносвітових. Аутсайдерами стабільно залишаються три компанії (“Natura”, “Revlon”, “Kose”), які періодично міняються місцями.

2) З 20 провідних компаній світу майже половина (9 компаній, або 45%) – це американські, на які припадали у 2018 році 59,1 млрд. дол. США зі 163,0 млрд. дол. США, або 36,2%.

3) Загалом перша десятка компаній демонструє гірші показники росту, ніж друга. Серед них негативна тенденція спостерігалась у чотирьох

Рис. 1. Динаміка світового ринку косметичної продукції за 2012–2018 роки, млрд. дол. США

Джерело: розраховано авторами на підставі даних джерела [6] про обсяг продажу продукції у вартісному вимірі за 2018 рік та ланцюгових темпів його зростання

компаній, таких як “Procter&Gamble” (-11,8%), “Colgate-Palmolive” (-37,2%), “Johnson&Johnson” (-8,3%), “Avon” (-12,6%) проти лише однієї компанії у другій десятці (“Mary Kay”, – 4,4%). Також темпи приросту обсягів продажу компаній другої

десятки (від +3,0 до +28,8%) порівняно з першою (від +1,3% до +11,0%) є вищими.

4) Падіння продажів американськими компаніями “Colgate-Palmolive” та “Avon” було настільки суттєвим, що вони «покинули» першу десятку,

Рис. 2. Розподіл топ-20 косметичних компаній світу за темпами зміни обсягів продажу, %

Таблиця 1

Обсяги продажів топ-20 косметичних компаній світу

№	Назва компанії, країна	Обсяги продажів, млрд. дол. США				Середньорічні темпи приросту, %
		2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	
1	L'Oreal, Франція	27,4	27,6	27,2	31,2	+4,4
2	Unilever PLC, Нідерланди, Великобританія	21,5	22,3	21,3	24,8	+4,9
3	Procter&Gamble, США	18,1	18,0	11,8	12,4	-11,8
4	Colgate-Palmolive, США	11,7	10,7	3,0	2,9	-37,2
5	Estee Lauder Companies, США	10,8	11,3	11,8	13,7	+8,3
6	Johnson&Johnson, США	7,9	7,1	5,9	6,1	-8,3
7	Shiseido Co, Японія	6,5	6,3	7,3	8,9	+11,0
8	Beiersdorf, Німеччина	6,3	6,0	5,9	6,9	+3,1
9	Avon, США	6,3	4,6	4,1	4,2	-12,6
10	Kao, Японія	5,0	5,0	5,3	5,2	+1,3
11	LVMH, Франція	4,7	5,0	5,2	7,6	+17,4
12	Coty Inc., США	4,4	4,3	7,7	9,4	+28,8
13	AmorePacifc, Південна Корея	4,3	4,8	5,6	5,6	+9,2
14	Henkel, Німеччина	4,3	4,2	4,0	4,7	+3,0
15	Mary Kay, США	4,0	4,0	3,5	3,5	-4,4
16	Bath@Body Works, США	3,6	3,9	4,1	4,2	+5,3
17	Chanel, Франція	2,5	2,9	2,8	3,2	+8,6
18	Natura, Бразилія	2,4	2,0	2,4	2,9	+6,5
19	Revlon, США	1,9	1,9	2,3	2,7	+12,4
20	Kose, Японія	1,8	2,2	2,3	2,9	+17,2
Разом		155,4	154,1	143,5	163,0	+1,6

Джерело: складено на основі [6–9]

посівши у 2018 році 18 та 13 місця відповідно. На 8 позицій у 2017 році проти попереднього року покращила свою ситуацію американська “Coty Inc.”, посівши в першій десятці 5 місце й зберігши його у 2018 році; на 4 позиції проти 2017 року – французька “LVMH”, посівши 7 місце.

5) Загалом протягом аналізованого періоду з 20 компаній тільки 5 мали від’ємне значення середньорічних темпів приросту, що наочно продемонстровано на рис. 2.

Аналіз розподілу світового ринку краси за категоріями продукції (рис. 3) свідчить про те, що протягом аналізованого періоду його структура суттєво не змінюється.

Традиційно лідирує косметика для догляду за шкірою, частка якої коливається в межах 36–39%,

причому зміни відбуваються у бік її зростання. У сукупності з другою за обсягами продажу категорією (косметика для догляду за волоссям) загальна їх частка перебуває на рівні 60%. Стала позитивна тенденція спостерігається також за категорією «декоративна косметика» (зростання з 17,3% у 2015 році до 19,0% у 2018 році) на фоні негативної тенденції порівняно з 2015 роком за всіма іншими категоріями.

Сегментація світового ринку косметики за географічними регіонами у 2018 році (рис. 4) показує, що домінуючу роль відіграє Азійсько-Тихоокеанський регіон (39%). Провідні позиції мають також Північна Америка (25%) та Західна Європа (18%). У попередні три роки аналізованого періоду принципових відмінностей від останнього року не спостерігалось.

Рис. 3. Структура світового ринку косметики за категоріями продукції

Джерело: складено на основі джерел [6–9]

Рис. 4. Розподіл ринку косметики за регіонами світу у 2018 році

Джерело: складено на основі джерел [6–9]

Успішність будь-якої компанії значною мірою визначається популярністю торгової марки продукції, що нею випускається. Відомий у світі незалежний консультант з оцінки бренду і стратегії “Brand Finance” за власною методологією [10] щорічно здійснює та публікує відповідні звіти щодо цінності й сили світових брендів. У косметичній галузі рейтинг цінності топ-10 світових брендів у 2018 році та його зміна проти 2017 року виглядає таким чином (табл. 2).

За оцінкою індексу міцності бренду згідно зі 100-бальною шкалою “Brand Finance” 9 із 10 брендів протягом двох років стабільно утримували позицію «надзвичайно сильний» (AAA₊, AAA, AAA₋, 80–100 балів). Декілька нижчу позицію, проте теж гідну (AA₊, «дуже сильний», 65–75 балів) у 2018 році мала торгова марка “Chanel”, але позитивним є стрімке зростання цінності цього бренду (+36,1%) й переміщення на 5 місць вгору (з 11 на 6 місце). Більшою мірою це пояснюється великою присутністю цієї марки в соціальних мережах, визнанням її найбільш соціальним брендом класу «люкс». Ще більш значними темпами (+66,8%) зросла вартість торгової марки “Guerlain”, яка у 2018 році «увірвалася» в першу десятку, підвищивши свій статус на 9 позицій і посівши 7 місце. Інші бренди демонстрували зростання своєї цінності в межах 10%, за винятком “Nivea”, вартість якого знизилась на 3,5%. Стабільно перші три місця у світовому рейтингу косметичних брендів протягом двох років посідали торгові марки “Johnson’s”, “L’Oreal”, “Gillette” відповідно. До того ж слід особливо відзначити, що компанія “Johnson&Johnson” у топ-10 косметичних брендів світу є володарем двох з них (“Johnson’s” та “Neutrogena”) з найвищим рейтингом сили AAA₊. Такого результату компанії вдається досягати завдяки глобальному масштабу своєї діяльності, адже вона охоплює всі географічні регіони світу,

диверсифікуючи канали збуту, зокрема, активно розвиваючи інтерактивний маркетинг.

Підсумовуючи огляд сучасного світового ринку косметичної продукції, зазначимо основні його тренди та вірогідні перспективи:

1) Зростання попиту на косметику для догляду за шкірою (особливо тієї, що уповільнює процес її старіння), а також косметики для догляду за волоссям щодо засобів для його фарбування як міра протидії процесу старіння населення світу, що спостерігається протягом тривалого часу й прогнозується на перспективу [12].

2) Залучення споживачів у процес розроблення ідей та продуктів з використанням різноманітних способів і платформ (соціальні мережі, електронна пошта, опитування, анкетування тощо).

3) Персоналізація косметичного ринку з огляду на необхідність врахування вимог і вподобань споживачів щодо особливостей їх шкіри, способу життя, культури тощо.

4) Посилення впливу Інтернету, зокрема, завдяки розширенню електронної комерції, наданню на онлайн-ресурсах оглядів продукції, проведенню майстер-класів щодо її використання.

5) Орієнтація споживачів на натуральні й органічні косметичні продукти за одночасного падіння попиту на хімічні засоби.

6) Співучасть у вирішенні глобальної екологічної проблеми через створення еко-продуктів та використання еко-упаковки.

Висновки з проведеного дослідження. Сучасний глобальний ринок індустрії краси динамічно розвивається й має непогані перспективи зростання впродовж наступних п’яти років. Найпотужнішими є переважно американські та західноєвропейські компанії. Беззаперечними лідерами є компанії “L’Oreal” та “Unilever PLC”, які міцно утримують перше та друге місця. З огляду на процес старіння населення світу, який

Таблиця 2

ТОП-10 світових брендів краси

Місце			Бренд	Компанія	Вартість бренду, млрд дол. США			Рейтинг бренду	
2018	2017	напрямок зміни			2018	2017	зміна, %	2018	2017
1	1	↔	Johnson's	Johnson & Johnson	17,7	16,8	+5,4	AAA ₊	AAA
2	2	↔	L'Oreal	L'Oreal	8,83	8,66	+2,0	AAA	AAA
3	3	↔	Gillette	Procter & Gamble	7,53	7,10	+6,0	AAA	AAA
4	5	↑	Neutrogena	Johnson & Johnson	6,63	6,19	+7,1	AAA ₊	AAA
5	4	↓	Nivea	Beiersdorf	6,45	6,69	-3,5	AAA	AAA
6	11	↑↑	Chanel	Chanel	5,88	4,32	+36,1	AA ₊	-
7	16	↑↑	Guerlain	LVMH	5,31	3,12	+66,8	AAA	-
8	7	↓	Clinique	Estee Lauder Companies	5,04	4,99	+1,0	AAA	AAA ₋
9	9	↔	Pantene	Procter & Gamble	5,03	4,77	+5,6	AAA	AAA
10	8	↓	Dove	Unilever PLC	4,85	4,82	+1,0	AAA	AAA

Джерело: складено авторами на основі [6; 9; 11]

відбувається тривалий час і прогнозується на майбутнє, найбільші обсяги продажів припадають на косметику для догляду за шкірою та волоссям. У розподілі світового ринку за географічною ознакою домінують Азійсько-Тихоокеанський регіон та Північна Америка. Бренди "Johnson's" і "L'Oreal" є найпопулярнішими, мають високу вартість та рейтинг сили серед торгових марок косметичної галузі.

На продовження досліджень передбачено провести аналіз вітчизняного ринку парфумерно-косметичної продукції.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Байцар Р.І., Кордіяка Ю.М. Актуальні проблеми та перспективи розвитку косметичної галузі. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Автоматика, вимірювання та керування*. 2015. № 821. С. 44–49.
2. Береславець Г.В., Карпенко О.М., Вишнікіна О.С. Стан українського парфумерно-косметичного ринку. *Товарознавство та експертиза продовольчих та непродовольчих товарів* : матеріали Всеукраїнської студентської інтернет-конференції (18 листопада 2011 року). URL: <http://conf-cv.at.ua/forum/63-750-1> (дата звернення: 24.03.2020).
3. Добровольський В.В. Оцінка ринку парфумерно-косметичних товарів. *Економіка та управління національним господарством*. 2018. Вип. 15. С. 120–123.
4. Лебединець В.О., Казакова І.С. Актуальні тенденції розвитку ринку косметичної продукції в Україні. *Сучасні досягнення фармацевтичної технології і біотехнології*. 2017. Вип. 2. С. 125–128.
5. Маслова А.С., Чмихало Н.В. Маркетингові дослідження косметичного ринку України. *Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи* : матеріали II міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Харків, 27–30 квітня 2015 року). Харків, 2015. С. 192–195.
6. Арцимеева Д.М. Обзор мирового рынка косметики в 2018 г. Лучший год в истории мирового рынка красоты за последние 20 лет. *Косметология*. 2019. URL: <https://cosmetology-info.ru/7740/news-Obzor-mirovogo-rynka-kosmetiki-v-2018-g-Luchshiy-god-v-istorii-mirovogo-rynka-krasoty-za-poslednie> (дата звернення: 24.03.2020).
7. Васюков Г.В. Глобальный рынок косметики – 2015: результаты, прогнозы, компании. *Косметология*. 2016. URL: <https://cosmetology-info.ru/6422/news-Globalnyy-rynok-kosmetiki-2015-rezultaty--prognozy--kompanii> (дата звернення: 24.03.2020).
8. Арцимеева Д.М. Глобальный рынок косметики – 2016: анализ отрасли и оценка возможностей. *Косметология*. 2017. URL: <https://cosmetology-info.ru/6804/news-Globalnyy-rynok-kosmetiki---2016-analiz-otrasli-i-otsenka-vozmozhnostey> (дата звернення: 24.03.2020).
9. Арцимеева Д.М. Мировой рынок косметики в 2017 году – стабильное развитие по всем категориям. *Косметология*. 2018. URL: <https://cosmetology-info.ru/7139/news-Mirovoy-rynok-kosmetiki-v-2017-godu---stabilnoe-razvitiye-po-vsem-kategoriyam> (дата звернення: 24.03.2020).

godu---stabilnoe-razvitiye-po-vsem-kategoriyam (дата звернення: 24.03.2020).

10. Brand Valuation Methodology. URL: <https://brandirectory.com/methodology> (дата звернення: 24.03.2020).

11. Brand Finance Global 500 January 2019. URL: https://brandfinance.com/images/upload/global_500_2019_free.pdf (дата звернення: 24.03.2020).

12. World Population Prospects 2019 Highlights. United Nations. Department of Economic and Social Affairs Population Division. New York, 2019 URL: https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019_Highlights.pdf (дата звернення: 24.03.2020).

REFERENCES:

1. Baitsar R.I., Kordiyaka Yu.M., 2015. Aktualni problemy ta perspektyvy rozvytku kosmetychnoi haluzi [Actual problems and prospects of the cosmetic industry development]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika"*. *Avtomatyka, vymiryuvannia ta keruvannia*, no. 821, pp. 44–49.
2. Bereslavets H.V., Karpenko O.M., Vyshnikina O.S., 2011. Stan Ukrainskoho parfumerno-kosmetychnoho rynku [Condition of the Ukrainian perfume and cosmetic market]. In: *Tovaroznavstvo ta ekspertyza prodovolchikh ta neprodovolchikh tovariv*, All-Ukrainian Student Internet Conference, November 18 2011. Available at: <http://conf-cv.at.ua/forum/63-750-1> (accessed 24 March 2020).
3. Dobrovolskyi V.V., 2018. Otsinka rynku parfumerno-kosmetychnykh tovariv [Assessment of the market of perfume and cosmetics]. *Ekonomika ta upravlinnia natsionalnym hospodarstvom*, issue 15, pp. 120–123.
4. Lebedynets V.O., Kazakova I.S., 2017. Aktualni tendentsii rozvytku rynku kosmetychnoi produktsii v Ukraini [Current trends of the cosmetic products market in Ukraine]. *Suchasni dosiahnennia farmatsevtichnoi tekhnolohii i biotekhnolohii*, issue. 2, pp.125–128.
5. Maslova A.S., Chmykhalo N.V., 2015. Marketynhovi doslidzhennia kosmetychnoho rynku Ukrainy [Marketing research of the cosmetic market of Ukraine]. In: *Kharkiv, Social pharmacy: status, problems and prospects*, Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Internet Conference, Kharkiv, April 27–30 2015. Kharkiv, pp. 192–195.
6. Artsymeeva D.M., 2019. Obzor mirovogo rynku kosmetiki v 2018 g. Luchshiy hod v istorii mirovogo rynku krasoty za poslednie 20 let [Review of the global cosmetics market in 2018. The best year in the history of the world beauty market over the past 20 years]. Available at: <https://cosmetology-info.ru/7740/news-Obzor-mirovogo-rynka-kosmetiki-v-2018-g-Luchshiy-god-v-istorii-mirovogo-rynka-krasoty-za-poslednie> (accessed 24 March 2020).
7. Vasyukov G.V., 2016. Globalnyy rynek kosmetiki-2015: rezultaty, prognozy, kompanii [Global cosmetics market 2015: results, forecasts, companies]. Available at: <https://cosmetology-info.ru/6422/news-Globalnyy-rynok-kosmetiki-2015-rezultaty--prognozy--kompanii> (accessed 24 March 2020).
8. Artsymeeva D.M., 2017. Globalnyy rynek kosmetiki – 2016: analiz otrasli i otsenka vozmozhnostey [Global Cosmetics Market 2016: Industry Analysis

and Opportunity Assessment]. Available at: <https://cosmetology-info.ru/6804/news-Globalnyy-rynok-kosmetiki---2016-analiz-otrasli-i-otsenka-vozmozhnostey> (accessed 24 March 2020).

9. Artsymeeva D.M., 2018. Mirovoy rynek kosmetiki v 2017 godu – stabilnoye razvitiye po vsem kategoriyam [The global cosmetics market in 2017 – stable development in all categories]. Available at: <https://cosmetology-info.ru/7139/news-Mirovoy-rynok-kosmetiki-v-2017-godu---stabilnoe-razvitie-po-vsem-kategoriyam> (accessed 24 March 2020).

10. Brand Valuation Methodology. Available at: <https://brandirectory.com/methodology> (accessed 24 March 2020).

11. Brand Finance Global 500 January 2019. Available at: https://brandfinance.com/images/upload/global_500_2019_free.pdf (accessed 24 March 2020).

12. World Population Prospects 2019 Highlights. United Nations. Department of Economic and Social Affairs Population Division. New York, 2019. Available at: https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019_Highlights.pdf (accessed 24 March 2020).