

Продвижение косметики Корейских брендов в России

Ким Ёнъяг

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: key7256@icloud.com

Оглавление

Введение

Первая глава. Общее исследование Корейско-Российской торговли

1. Состояние российской экономики

1-1) Влияние пандемии короны

1-2) Война между Россией и Украиной

Вторая глава. История и современное состояние косметического рынка России

2. Анализ зарубежных брендов косметики в России

2-2) Анализ корейских брендов, доступных в настоящее время в России

2-3) Корейский косметический бренд продается в России

2-4) Обзор корейских косметических брендов, высоко оцененных в России

2-5) Анализ ингредиентов корейской косметики

Третья глава. Эффективное рекламное продвижение в России

3-1 История рекламы и связей с общественностью в России

3-2 Рекламная платформа в настоящее время коммерциализирована в России

3-3 Как экспортировать косметику из Кореи в Россию

3-4 Российские бьюти-блогеры

Заключение

По мере того, как корейская волна и К-Поп становятся все более популярными, различные корейские культуры и продукты, включая корейскую еду, корейскую косметику и одежду, набирают популярность за рубежом. Это явление характерно и для России. За 30 лет с начала экономического сотрудничества в 1990 году объем торговли между Кореей и Россией составил \$25,8 млрд, увеличившись по сравнению с 1992 годом в 134 раза. В то же время импорт имел место во многих отраслях, таких как автомобили, автомобильные детали, синтетические смолы, стальные листы, одежда и видеооборудование, и среди них косметическая продукция также демонстрировала непрерывную тенденцию к росту. Однако, поскольку политические и экономические отношения и позиции между Россией и Кореей существенно изменились после COVID-19 и российско-украинского инцидента, изменения также происходят в корейской косметической промышленности в России.

В силу различных обстоятельств создается среда, в которой доля импорта на российском рынке красоты может сместиться с Запада в Корею. Благодаря такой среде, если потребности российских потребителей будут удовлетворены за счет замены корейской косметики продукцией, подходящей для российского рынка, сложившуюся ситуацию можно будет использовать как возможность, а не как кризис. Мы должны постоянно искать способы использовать кризисы как возможности.

С этой целью я исследовала историческую торговлю между Россией и Кореей и изменения в обмене на основе недавних политических, экономических и культурных событий. Кроме того, что касается косметического бизнеса, я сосредоточилась на сравнении основных брендов, изучении ингредиентов и анализе. Российские стратегии маркетинга и продвижения сделали это. (Elizavecca, Tony Moly, The saem, COSRX, Mizon и т.д.).

Косметические ингредиенты, которые будут часто использоваться с 2022 года, включают Гиалуроновая кислота, Ниацинамид, Керамид, витамины и т.д.

Список литературы

- АИФ ASEAN KOTRA // «Растем, несмотря на кризис» K-Beauty в России – 2023.03.02
- Тэхын Квон // Экспорт косметики в апреле побил новые ежемесячные рекорды в России и ОАЭ // 2023.05.21 // URL : <http://www.cncnews.co.kr/mobile/article.html?no=8233>
- Меры предосторожности Корейской косметической ассоциации при экспорте в Россию (Евразию).
- Хёджин Ким // Российский рынок красоты. // 2023.02.08 // URL : https://kcia.or.kr/home/industry/industry_01.php?type=view&no=15144&ss=page%3D9%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D
- Пак Ильу // Анализ состояния российского рынка косметики и стратегии выхода на него. // 2020.04.30
- Экспорт косметики в Россию растёт... Профицит торгового баланса стал самым высоким за всю историю // Dailycosmetic // 2023.08.24 // URL : <http://www.thebk.co.kr/news/articleView.html?idxno=205251>
- Чон Мён Су, генеральный директор Ruth Economics // 3 стратегии выхода на российский косметический рынок / MYFAIR / 2023.0104 / URL : <https://myfair.co/blog/post/180>
- Репортер Ким Тэ Ир Palm / News Несмотря на снижение экспорта в крупные страны из-за войны между Россией и Россией... K-beauty курсирует по России – 2023.03.01. URL : <https://www.pharmnews.com/news/articleView.html?idxno=219271>
- Джэхонг Ким // Тенденции российского косметического рынка и
Стратегия выхода нашей компании – 2017. 08 // URL : <http://dl.kotra.or.kr/pyxis-api/1/digital-files/c16960ef-fb12-018a-e053-b46464899664>
- Юлий Ким // Влияние атрибутов рекламной модели звезды Корейской волны на имидж бренда, отношение и намерение купить корейскую косметику // 2023. 02 // URL : <https://1drv.ms/b/c/02ea7c19a9bfc93d/EVUIBjbeCpRBp-UZVZwGbn4BwmTU6JV6YFfbpWEWpwiPQ?e=YZxEp6>
- Н. Ю. Никитина, А. В. Гугнина // ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИМИ ИЗДЕЛИЯМИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ // 2022 // URL : <https://1drv.ms/b/c/02ea7c19a9bfc93d/EcQU1EQWRkdAtOUVTVeAreIB7OI9AGAsEuC7GeO09-TABA?e=htUpWR>
- Власова, О. В. Анализ рынка салонов красоты и парикмахерских услуг в РФ / О. В. Власова // Наука и практика регионов. – 2020. – № 3(20). – С. 66-69. – EDN MMHZAG.
- Дохолова, А. С. Российский рынок салонов красоты / А. С. Дохолова // Международный журнал прикладных наук и технологий Integral. – 2019. – № 3. – С. 87. – EDN VHVJYS.
- Зяблина, И. И. Анализ современных рисков развития цифровых технологий / И. И. Зяблина // Умная цифровая экономика. – 2022. – Т. 2. – № 3. – С. 68-71. – EDN DAWUXI.
- Осипян, А. С. Стратегический менеджмент в салонах красоты / А. С. Осипян // Экономика и социум. – 2019. – № 6(61). – С. 660-665. – EDN IGCLQS.
- Николаева, Ю. И. Тенденции развития рынка салонов красоты в РФ / Ю. И. Николаева // Вестник современных исследований. – 2020. – № 2-6(32). 305– С. 42-44. – EDN QEYJNZ.

- Прохорова М. П. Маркетинговое исследование спроса на услуги салонов красоты по уходу за волосами / М. П. Прохорова, С. В. Булганина, А. П. Биндюкова, Д. С. Иванова // Наука и бизнес: пути развития. – 2019. – № 6(96). – С. 183-186. – EDN KSMNTF
- Вагин Д.Ю., Кащеева А.А., Кальгина Г. С. Маркетинговый анализ рынка корейской косметики в России на примере косметических брендов: «Holika Holika» и «The Saem». 2019. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39212126&> (дата обращения: 06.03.2021).
- Кейс сети магазинов косметики “ALOEsmart”: как мы выросли за год с 493 чеков до 15 394 чеков в месяц. 2019. URL: <https://www.cossa.ru/cases/241657/> (дата обращения: 06.03.2021).
- Кульпин С.В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. 100 с.
- Официальная страница «ALOEsmart» в Instagram. URL: <https://www.instagram.com/aloesmart/> (дата обращения: 06.03.2021).