

**С.К. Матело, А.А. Самойлов, Я.В. Шубейкина,
Э.А. Садыкова**

Парфюмерно-косметическая отрасль России в контексте импортозамещения

УДК 338.4

Аннотация. В статье выполнен обзор существующей ситуации на рынке парфюмерно-косметической промышленности России. Особое внимание уделяется проблеме высокой импортозависимости, подробно рассматриваются меры поддержки отрасли, введенные Министерством промышленности и торговли Российской Федерации совместно с Ассоциацией товаропроизводителей «Национальный совет по парфюмерии, косметике и бытовой химии», и их последствия.

Ключевые слова: парфюмерно-косметическая отрасль; реальная экономика; Национальный совет по парфюмерии, косметике и бытовой химии; Министерство промышленности и торговли Российской Федерации; власть; бизнес; господдержка; импортозамещение

Введение

Санкционное давление на российскую промышленность и экономику в целом, впервые в новейшей истории объявленное в 2014 г., в 2022 г. достигло беспрецедентных масштабов. Выстоять в условиях санкционных ограничений, продолжив рост и развитие – это главный вызов для всех российских промышленников в 2022–2023 гг. Не является исключением и парфюмерно-косметическая отрасль.

Продукция парфюмерно-косметической промышленности состоит в основном из товаров повседневного спроса. Именно поэтому Правительство РФ уделяет ей особое внимание еще с 2014 г. Тогда, после объявления первой волны санкций, был законодательно закреплён термин «импортозамещение», который подразумевает развитие собственных производств и смещение фокуса промышленной политики с добывающего сектора экономики на обрабатывающий.

За прошедшие с тех пор девять лет отечественные производители парфюмерно-косметической продукции инвестировали дополнительные средства в развитие и модернизацию мощностей,

освоили новые технологии, что дало возможность обеспечить потребителей необходимыми товарами и начать переход от иностранных брендов к российским. По информации Центра изучения потребительского поведения «Роскачество», в 2023 г. 14% потребителей парфюмерно-косметической продукции полностью перешли на российские товары, 33% частично заменили иностранные продукты на отечественные аналоги, 65% потребителей заметили появление новых российских брендов¹. Однако за эти годы не удалось преодолеть проблему зависимости отрасли от зарубежного сырья и упаковки, потребность в которых на 90% и 70% соответственно удовлетворяется за счет зарубежных поставок. Поэтому усложнение геополитической ситуации и ужесточение санкционных ограничений вновь обострили проблемы ее развития. Чтобы сохранить прежние темпы наращивания производства, необходимо наладить выпуск критически важных для отрасли ингредиентов и комплектующих внутри страны. Для этого нужна поддержка со стороны государства.

Актуальность данной работы определена ее отличием от прежних исследований проблематики парфюмерно-косметической промышленности. В публикациях последнего десятилетия главным образом анализируются динамика развития и ключевые проблемы отрасли. Их авторы зафиксировали сложившиеся тенденции перехода к инновационным продуктам и технологиям, усиления конкуренция и роста спроса на лечебную косметическую продукцию [Черницова, 2017; Фадеева, Монаков, 2016].

Среди основных проблем отмечаются сокращение темпов прироста российского рынка парфюмерии и косметики [Черницова, 2017; Петрова, 2018; Кузякова и др., 2013], значительное присутствие на нем импортной продукции [Вахтеева, 2015; Кривдина, 2016]. Многие исследователи солидарны в том, что в современной экономической ситуации вопрос эффективного импортозамещения в отрасли становится одним из важнейших.

Отметим, что в силу высоких экологических, потребительских требований, парфюмерно-косметическая промышленность относится к числу наукоемких и высокотехнологичных секторов экономики. В некоторых странах она является одной из ключевых

¹ URL: <https://rskrf.ru/tips/> Центр изучения потребительского поведения «Роскачество» (дата обращения: 14.08.2023).

отраслей химической индустрии. В Южной Корее благодаря грамотной политике государства отрасль парфюмерии и косметики превратилась в один из важнейших двигателей экономического роста, обеспечивая стране прочное место в топ 5 мировых экспортеров косметики. Во Франции отрасль вносит существенный вклад в экспорт, уступая лишь атомной, автомобильной, авиационной, нефтехимической и фармацевтической промышленности. Экспорт французской косметики и парфюмерии по итогам 2022 г. увеличился на 18,8% и составил €19,2 млрд².

В данной работе мы сосредоточили свое внимание на мерах государственной поддержки, направленных на ускорение роста парфюмерно-косметической промышленности России с целью выработки предложений по их совершенствованию. Для этого мы анализируем текущую ситуацию в отрасли, выделяя наиболее значимые проблемы ее развития, и рассматриваем кейсы успешного решения имеющихся проблем с помощью конструктивного взаимодействия бизнеса и органов государственной власти.

Развитие парфюмерно-косметической промышленности в России

Данная отрасль опирается в своем развитии на многие достижения советской индустрии, которая была довольно развитой и наукоемкой. Однако в годы реформ российский рынок начали активно осваивать транснациональные компании. Они не ограничились вытеснением российских конкурентов с прилавков магазинов, но и активно скупали производственные площадки бывших советских предприятий, поглощали перспективных производителей, строили новые заводы. Тогда же широкое распространение получило контрактное производство как одна из форм локализации иностранных брендов на территории страны.

Так, в 1994 г. контрольный пакет акций ленинградской фабрики «Северное Сияние» приобрела компания «Юнилевер». Когда после кризиса 1998 г. и резкой девальвации рубля иностранные товары резко выросли в цене, и российские потребители перешли на товары отечественного производства, она вложила 20 млн долл. в развитие производства на территории Российской Федерации. Другие западные компании также активно

² По данным WWD (Women's Wear Daily).

инвестировали в отрасль в начале 2000-х, стремясь удержать свои позиции на российском рынке.

Немногие оставшиеся независимыми российские производители парфюмерии и косметики постепенно интегрировались в мировой косметический рынок. Процесс несколько ускорился после 2005 г. благодаря созданной системе законодательного и нормативного регулирования, которая была гармонизирована по основным нормам с международными стандартами. Однако в отсутствие комплексной государственной поддержки разрыв в уровне развития между российской отраслью и косметической индустрией ведущих стран увеличивался в связи с научно-техническим отставанием и недоступностью многих сырьевых ингредиентов и упаковочных материалов.

С 2012 г. после вступления России во Всемирную торговую организацию (ВТО) положение российских компаний на отечественном рынке вновь усложнилось. В связи с понижением таможенных пошлин с 15% до 6,5% значительно увеличился импорт иностранных товаров, что укрепляло положение зарубежных производителей внутри России. При этом в условиях серьезной конкуренции российские игроки предпочитали инвестировать в разработку продуктов, а не в маркетинг. Это позволило им занять и сохранить устойчивые позиции в ряде категорий, таких как «зубные пасты», «дезодоранты и антиперспиранты», «духи и туалетная вода».

Яркий пример успешного инновационного российского производителя в парфюмерно-косметической отрасли – компания «ДиАрСи», которая выпускает средства гигиены для детей (с первого года жизни) и для взрослых. Компания начала деятельность в 2002 г. и за прошедшие два десятка лет вложила сотни миллионов рублей в развитие производства новых инновационных продуктов в сфере ухода за полостью рта, медицинских средств и косметики, разработала ряд инновационных решений, которые подтверждены 50 патентами по всему миру. На сегодняшний день ей принадлежат две современные производственные площадки и три научные лаборатории, где создаются инновационные формулы для продуктов, формирующие коллекции зубных паст R.O.C.S., медицинских средств Герпенокс и Аргакол, косметической линии профессиональных и потребительских средств FEMEGYL.

Одна из наиболее известных ее запатентованных формул R.O.C.S – комплекс MINERALIN – обеспечивает эффективный контроль основного этиологического фактора наиболее распространённых стоматологических заболеваний, кариеса и пародонтита (патогенной микробной биопленки). Без использования антисептиков комплекс позволяет восстановить баланс нормальной микрофлоры рта и уменьшить присутствие патогенных микроорганизмов. Механизм действия и эффективность формулы были подтверждены в серии клинико-лабораторных исследований в России и за рубежом.

Сегодня компания «ДиАрСи» завершает формирование коллекции специальных зубных паст R.O.C.S. PRO, которая позволит создавать индивидуальные программы гигиенического ухода для людей с особыми потребностями (страдающих сахарным диабетом, онкологическими или заболеваниями иммунной системы). Часть разработок нацелена на сопровождение и поддержку стоматологических вмешательств, повышая их эффективность, сокращая сроки заживления ран и восстановления твёрдых тканей зубов.

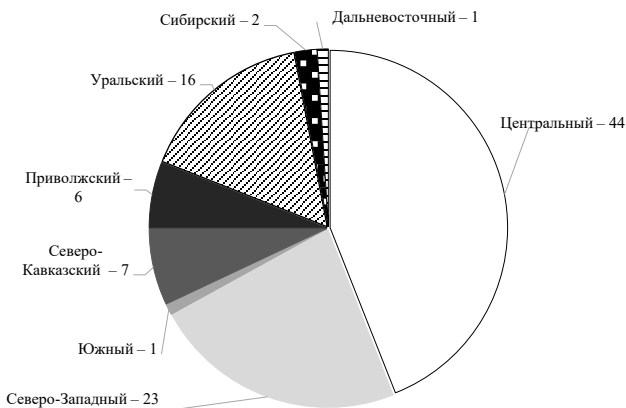
Текущая ситуация в парфюмерно-косметической промышленности России

Сегодня парфюмерно-косметическая промышленность представляет собой одну из перспективных, устойчиво развивающихся отраслей обрабатывающего сектора экономики Российской Федерации, на которой лежит ответственность за обеспечение гигиенической безопасности страны. Так, в 2020 г. на волне борьбы с пандемией валовой выпуск по виду экономической деятельности «Производство химических веществ и химических продуктов», куда входит парфюмерно-косметическая промышленность, увеличился на 7,3%³, притом, что производство в обрабатывающей промышленности в целом стагнировало.

В данной отрасли работают более 600 отечественных компаний – от микропредприятий до крупного бизнеса, 30% из них имеют собственные производственные площадки, 70% выпускают продукцию по контракту на мощностях других производителей. Большинство предприятий отрасли сосредоточены

³ Российский статистический ежегодник. 2022. М. Росстат. 2022. С. 372.

в Центральном, Северо-Западном и Уральском федеральных округах (рис. 1).



Источник рис. 1, 2; табл. 1, 2, 3. Составлено авторами по данным Минпромторга России.

Рис. 1. Территориальное распределение производства парфюмерно-косметической промышленности по федеральным округам, 2022 гг., % от общей выручки отечественных производителей

На рисунке 2 представлены данные о величине потребления и производства парфюмерии и косметики в России в 2015, 2021 и 2022 гг. Отметим, что в 2021 г. объем потребления достиг своего исторического максимума в 265 млрд руб., после чего произошло сокращение потребления в связи с введенными санкциями Европейского союза.

При этом в течение всего периода росло внутреннее производство. По итогам 2022 г. оно увеличилось на 11,3%, несмотря на возникший дефицит сырьевых ингредиентов, комплектующих и упаковки. Ожидается, что в ближайшие несколько лет произойдет перераспределение доли рынка в пользу отечественных производителей, что будет способствовать дальнейшему увеличению ими объемов производства.

До 2022 г. доля российских производителей на парфюмерно-косметическом рынке составляла около 20%. После введения санкций и ухода ряда зарубежных компаний из России отечественные производители инвестировали дополнительные средства

в выпуск и продвижение товаров на внутреннем рынке, а также в покупку иностранных активов. Это позволило им увеличить свою долю на 12 п.п. По расчетам Ассоциации товаропроизводителей «Национальный совет по парфюмерии, косметике и бытовой химии», при сохранении подобной тенденции по итогу 2023 г. доля российских компаний на внутреннем рынке парфюмерно-косметической промышленности может достигнуть 40%.

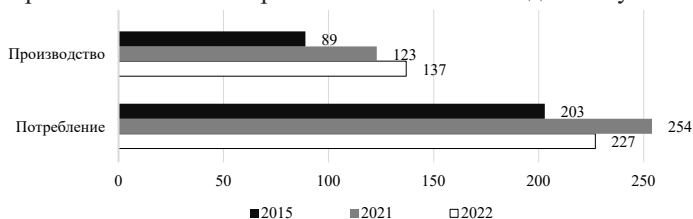


Рис. 2. Объем потребления и производства парфюмерии и косметики в России, 2015, 2021, 2022 гг., млрд руб.

В таблице 1 представлена товарная структура российского рынка парфюмерно-косметической продукции в 2022 г. В целом она является довольно устойчивой и стабильной на протяжении последних нескольких лет. В продажах доминируют (более 58% рынка) средства по уходу за кожей и волосами и парфюмерия.

Таблица 1. Структура рынка косметики и парфюмерии России в 2022 г., %

Продукция	Значение
Средства по уходу за кожей (лица, тела, рук)	23,27
Средства для волос(для мытья и ухода, окрашивания, укладки, химической завивки и выпрямления)	20,51
Парфюмерия	15,26
Декоративная косметика	13,02
Средства для принятия ванн и душа	7,28
Средства для гигиены полости рта	7,19
Дезодозанты и антиперспиранты	4,74
Другое	8,73

Структура российского производства (табл. 2) несколько отличается. Отечественные производители в основном специализируются на средствах по уходу за волосами (34%) и за кожей (22%), тогда как значительную часть спроса на парфюмерную продукцию удовлетворяют импортные производители, что вполне

закономерно, поскольку большинство покупателей отдает предпочтение зарубежным брендам (см. табл. 3).

Таблица 2. Структура российского производства парфюмерно-косметической продукции по продуктовым категориям, %

Продуктовая категория	Значение
Средства для волос	34,0
Средства для ухода за кожей	22,2
Дезодоранты и антиперспиранты	12,3
Средства гигиены полости рта	7,3
Мыло туалетное твердое	5,0
Парфюмерия	4,5
Средства для принятия ванн и душа	4,0
Декоративная косметика	2,0
Средства для ногтей	1,1
Средства для/после бритья	0,6
Прочие средства	7,0

Таблица 3. Доля рынка Топ-10 ключевых компаний на рынке парфюмерии (в розничных ценах), %

Компания	Значение
Seldico	12,6
Avon	11,0
Plug	10,4
Coty	9,0
Chanel	6,9
Oriflame	6,3
L'Oreal Group	5,7
Shiseido Group	4,8
Inter Parfums	2,6
Фаберлик	2,5

Примечание. Российской компанией с производством на территории России является только «Фаберлик».

В 2022 г. произошло падение внешнеторгового оборота парфюмерии и косметики. Экспорт сократился на 26% (с 78 млрд руб. в 2021 г. до 58 млрд руб. в 2022 г.), что связано с введением восьмого пакета санкций Евросоюза, запрещающего поставлять готовую парфюмерно-косметическую продукцию из России в Европу. В 2023 г. планируется, что показатели восстановятся до уровня 2021 г. за счет переориентации экспортных продаж на рынки дружественных стран. Сокращение импорта

на 30% (с 209 млрд руб. в 2021 г. до 148 млрд руб. в 2022 г.) обусловлено как уходом из России ряда зарубежных компаний⁴, так и переходом потребителей на отечественную продукцию и снижением интереса к зарубежным производителям.

По данным Ассоциации товаропроизводителей «Национальный совет по парфюмерии, косметике и бытовой химии», в современных условиях у российских производителей парфюмерии и косметики существует ряд проблем и ограничений, которые снижают рыночную конкурентоспособность отечественной продукции и препятствуют развитию отрасли. Во-первых, это проблема сбыта и продвижения как внутри России, так и за рубежом, а именно низкая узнаваемость и слабое позиционирование отечественных брендов, что порождает сложности взаимодействия с торговыми сетями при реализации. Во-вторых, высокий уровень импортозависимости по ингредиентам и упаковке – доля импорта по некоторым позициям достигает 90%. В-третьих, проблема технического оснащения производства. Большое количество технологических операций требует оснащения предприятий широким спектром оборудования различной степени сложности и стоимости (от простых емкостных аппаратов до сложных реакторов и многофункциональных аппаратов). Однако имеющееся российское оборудование в основном ориентировано на компании малого масштаба производства, а высокотехнологичное оборудование в России либо не выпускается, либо уступает зарубежному в части автоматизации, электронной составляющей. Кроме того, российский ассортимент представлен отдельными видами, в то время как иностранные поставщики предоставляют комплексные решения (многофункциональные производственные линии и пр.).

На данный момент одной из приоритетных задач для отрасли является снижение зависимости от импортного сырья, комплектующих и упаковки. В результате опроса российских производителей был сформирован перечень приоритетных ингредиентов, которые необходимо импортозаместить в первую очередь. Самое сложное – это активные вещества для уходовой косметики, которые требуют сложных научных разработок,

⁴ Литвинова С. Из России ушли несколько косметических компаний и производитель конструкторов // Российская газета. 2022. 12 июля. URL: <https://rg.ru/2022/07/12/beri-chanel-poshli-domoj.html> (дата обращения: 21.08.2023).

и сырье для декоративной косметики. Кроме того, крайне важно наладить внутри страны выпуск мягких поверхностно-активных веществ, эмульсионных загустителей и стабилизаторов, гелевых и пеномоющих, а также консервирующих систем, современных эмульгаторов, эмоленгов с сенсорным профилем, витаминных и антиоксидантных комплексов. Министерство промышленности и торговли Российской Федерации совместно с ключевыми игроками рынка активно ведет работу в этом направлении.

Вторая, не менее важная задача – повысить лояльность потребителей к продукции отечественного производства. Для ее решения необходимы кооперация и совместные усилия представителей отрасли, а также поддержка со стороны органов государственной власти в части содействия продвижению российских брендов.

Меры поддержки производителей в парфюмерно-косметической промышленности

Для решения задач по развитию отрасли в августе 2022 г. компаниями ГК «ДиАрСи», АО «Арнест», АО «Фаберлик» и ООО «Юникосметик» была основана Ассоциация товаропроизводителей «Национальный совет по парфюмерии, косметике и бытовой химии»⁵, которая объединяет представителей российского бизнеса в этой сфере. На сегодняшний день в нее входят восемь крупнейших парфюмерно-косметических производителей и одна химическая компания, запустившая строительство завода по производству высших жирных спиртов. Их совокупный оборот составляет 65% от оборота всех российских парфюмерно-косметических компаний.

Одна из главных задач Ассоциации – добиться увеличения доли отечественных производителей на внутреннем парфюмерно-косметическом рынке в 2–3 раза в течение 2–3 лет (до 50–65% в 2025 г. против 20% в 2021 г.). Для этого Ассоциация работает над созданием благоприятной предпринимательской среды, обеспечением качества и безопасности продукции (в том числе путем содействия в разработке и внедрении отраслевых стандартов и нормативных требований), а также представляет

⁵ Официальный сайт: URL: <https://национальный-совет.рф>

интересы своих членов перед государственными органами и другими заинтересованными сторонами.

За девять месяцев своего функционирования Ассоциация совместно с Министерством промышленности и торговли РФ инициировала введение ряда следующих мер для поддержки отечественных производителей.

1. Обнуление ввозных таможенных пошлин на критически важные сырьевые ингредиенты. В 2022 г. эта мера помогла компаниям сохранить цены и снизить риски, связанные с валютными колебаниями.

2. Введение заградительной пошлины в размере 35% на импорт готовой продукции из недружественных стран. В декабре 2022 г. были повышены пошлины на семь позиций парфюмерно-косметической продукции из шести государств. По результатам двух месяцев действия этой меры объем импорта из этих стран не изменился по сравнению с импортом аналогичной продукции из других государств, но сумма дополнительных поступлений в бюджет, по данным Федеральной таможенной службы, в январе 2023 г. выросла в четыре раза и составила 325 млн руб. При расширении данной практики на эту и другие отрасли российской промышленности возможно значительное увеличение поступлений в бюджет и структуры поддержки отечественного бизнеса – Фонд развития промышленности (ФРП), Агентство по технологическому развитию, Российский экспортный центр и другие. Кроме того, можно обеспечить работу мер поддержки, включая компенсацию части затрат на ТВ-рекламу для российских производителей.

3. Разработан и выпущен план мероприятий по импортозамещению в парфюмерно-косметической промышленности и в сфере производства товаров бытовой химии. На данный момент в план входят 38 позиций готовой продукции, среди которой уходовая, декоративная, детская косметика, средства по уходу за волосами, гигиенические товары, а также парфюмерия и бытовая химия. Следующий этап предполагает внесение в план сырья и комплектующих. Однако уже сейчас документ открывает дополнительные возможности для предпринимателей. Производители могут воспользоваться недоступной ранее программой «Приоритетные проекты» ФРП и получить льготное заемное финансирование

под 1% и 3%. Ожидается, что план будет способствовать запуску новых инвестиционных проектов в отрасли.

4. Субсидирование части затрат на ТВ-рекламу. В 2022 г. была выделена субсидия в размере 500 млн руб. на продвижение потребительских непродовольственных товаров российского производства на телевидении. Из них 300 млн руб. получили шесть парфюмерно-косметических компаний, среди которых были как члены Ассоциации, так и другие представители отрасли. Согласно условиям программы поддержки, на 1 рубль бюджета производителя предоставлялся 1 рубль субсидии, а далее уже 2 рубля переходили телеканалам. Таким образом, государство поддержало как производителей, так и телевидение. По итогу выделенная субсидия способствовала увеличению объемов продаж российских компаний на 15–20%, а продажи отдельных брендов выросли на 100–140%.

5. Ведется разработка законопроекта о квотировании доли отечественной продукции на полке в розничной продаже. Эта инициатива позволит отечественным производителям нарастить свое присутствие в торговых сетях, а также будет способствовать решению ключевой отраслевой задачи по увеличению доли отечественной продукции на российском рынке. Уже сегодня наблюдается стремление некоторых сетей расширить ассортимент продукции, сделанной в России, и это направление следует продолжать.

Активная промышленная политика, способствующая увеличению доли национальных товаров в ассортименте сетевых магазинов, окажет положительное влияние на развитие отрасли, приведет к росту производства, увеличению налоговых поступлений, развитию смежных отраслей, таких как химическая промышленность, целлюлозно-бумажное производство, а также и других. По оценке экспертов, отраслевой мультипликатор составляет 2,7⁶. Это означает, что увеличение выпуска парфюмерно-косметических товаров на 1000 руб. приведет к общему приросту производства в смежных отраслях на 2700 руб.

⁶ Определено на основе коэффициентов полных затрат из Базовых таблиц «Затраты-Выпуск» Российской Федерации за 2016 г. для вида экономической деятельности «Глицерин; мыло и моющие средства, средства чистящие и полирующие, средства парфюмерные и косметические», в которую включена парфюмерно-косметическая промышленность.

6. Отечественные производители смогли воспользоваться мерой поддержки по субсидированию части затрат на проведение НИОКР и начать разработку новых технологий. В частности, компания «БИГ» инвестировала в производство ксантовой камеди, а компания «ЭФКО косметик» создала биотехнологическое производство ферментных препаратов для изготовления средств бытовой химии. Это важный шаг для обеспечения гигиенической безопасности страны, поскольку исторически отечественные компании направляли на разработку НИОКР менее 1% выручки, что гораздо ниже, чем у транснациональных компаний (до 4%).

Реализация описанных мер и инициатив возможна только благодаря эффективной коммуникации между компаниями-членами Ассоциации с другими участниками рынка (помимо отраслевых предприятий, представителей смежных отраслей-поставщиков комплектующих, это могут быть, например, торговые сети), представителями государственных органов.

Механизм разработки и внедрения мер поддержки функционирует следующим образом: компании представляют свои инициативы по развитию отрасли в Ассоциацию, которая на своей площадке обсуждает их с другими участниками, чтобы определить их актуальность, значимость и оценить риски. Затем Ассоциация совместно с Министерством промышленности и торговли России разрабатывает поправки в нормативные и регулирующие документы.

Заключение

Парфюмерно-косметическая промышленность относится к числу высокотехнологичных отраслей. Производство косметики также может стать локомотивом новых разработок по широкому спектру направлений прикладной науки не только в химии, но и в биологии, медицине и в итоге занять более значимое место в экономике России.

В последние годы в условиях санкционного давления российские производители парфюмерно-косметической продукции заметно укрепили свои позиции на отечественном рынке.

Дальнейший существенный рост и развитие всей отрасли возможны только в условиях эффективного взаимодействия между производителями сырья и конечной продукции, при содействии

и поддержке органов власти, научных институтов, представителей торгового бизнеса.

Литература

Вахтеева Д.А. Особенности российского рынка косметических средств // Молодой ученый. 2015. № 21 (101). С. 367–369.

Кривдина О.А. Актуализация современных подходов к сегментации парфюмерно-косметического рынка // Современные тенденции экономики и управления: Материалы международной научно-практической конференции. Курский институт кооперации. 2016. С. 215–219.

Кузякова Л.М., Умнова О.А., Бутова О.А. Анализ современного рынка парфюмерно-косметической продукции и особенности форм ее продвижения на рынке // Сельскохозяйственный журнал. 2013. № 6. С. 389–392.

Петрова А.М. Анализ и тенденции мирового рынка парфюмерно-косметической продукции // Наука без границ. 2018. № 2 (19). С. 19–21.

Фадеева Т.П., Монаков Ю.И. Тенденции изменения структуры рынка парфюмерно-косметических товаров в России // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. 2016. № 29. С. 119–123.

Черницова М.А. Тенденции рынка парфюмерно – косметической продукции за период с 2005 по 2016 гг. // Здоровье и образование в XXI веке. 2017. № 8. С. 189–191.

Статья поступила 22.06.2023

Статья принята к публикации 28.07.2023

Для цитирования: *Матело С.К., Самойлов А.А., Шубейкина Я.В., Садыкова Э.А.* Парфюмерно-косметическая отрасль России в контексте импортозамещения // ЭКО. 2023. № 10. С. 121–136. DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2023-10-121-136

Информация об авторах

Матело Светлана Константиновна (Москва) – кандидат медицинских наук, президент Ассоциации товаропроизводителей «Национальный совет по парфюмерии, косметике и бытовой химии», генеральный директор ООО «ДиАрСи центр».

E-mail: svetlana.matelo@globaldrc.com; ORCID: 0000–0002–1752–042X

Самойлов Андрей Алексеевич (Москва) – исполнительный директор Ассоциации товаропроизводителей «Национальный совет по парфюмерии, косметике и бытовой химии».

E-mail: samojlovandrejj@gmail.com; ORCID: 0009–0001–2946–7611

Шубейкина Яна Вадимовна (Москва) – руководитель проектов Ассоциации товаропроизводителей «Национальный совет по парфюмерии, косметике и бытовой химии».

E-mail: yana-shubeykina@ya.ru; ORCID: 0009–0008–6431–4857

Садыкова Эндже Альбертовна (Москва) – аспирант, преподаватель Департамента теоретической экономики Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

E-mail: ea.sadykova@hse.ru; ORCID: 0000-0002-5819-187X

Summary

S.K. Matelo, A.A. Samoilov, Ya.V. Shubeikina, E.A. Sadykova

Russian Perfume and Cosmetics Industry in the Context of Import Substitution

Abstract. The paper reviews the current situation in the market of perfume and cosmetics industry in Russia. Special attention is paid to the problem of high import dependence, the measures of support of the industry, introduced by the Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation together with the Association of commodity producers “National Council for Perfumes, Cosmetics and Household Chemicals”, and their consequences are considered in detail.

Keywords: *perfume and cosmetics industry; real economy; “National Council for Perfumes, Cosmetics and Household Chemicals”; Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation; government; business; state support; import substitution*

References

Chernitsova, M.A. (2017). Trends in the market of perfumery and cosmetic products for the period from 2005 to 2016. *Health and education in the XXI century*. No. 8. Pp. 189–191.1. (In Russ.).

Fadeeva, T.P., Monakov, Yu.I. (2016). Trends in the structure of the perfumery and cosmetic products market in Russia. *Economics and management in the XXI century: development trends*. No. 29. Pp. 119–123. (In Russ.).

Krivdina, O.A. (2016). *Actualization of modern approaches to the segmentation of the perfume and cosmetics market*. Modern trends in economics and management: Materials of the international scientific and practical conference. Kursk Institute of Cooperation. Pp. 215–219. (In Russ.).

Kuzyakova, L.M., Umnova, O.A., Butova, O.A. (2013). Analysis of the modern market of perfumery and cosmetic products and features of forms of its promotion on the market. *Agricultural Journal*. No.6. Pp.389–392. (In Russ.).

Petrova, A.M. (2018). Analysis and trends of the world market of perfumery and cosmetic products. *Science without borders*. No.2 (19). Pp. 19–21. (In Russ.).

Vakhteeva, D.A. (2015). Features of the Russian market of cosmetics. *Young scientist*. No. 21 (101). Pp. 367–369. (In Russ.).

For citation: Matelo, S.K., Samoilov, A.A., Shubeikina, Ya.V., Sadykova, E.A. (2023). Russian Perfume and Cosmetics Industry in the Context of Import Substitution. *ECO*. No. 10. Pp. 121–136. (In Russ.). DOI: 10.30680/ECO0131-7652-2023-10-121-136

Information about of authors

Matelo, Svetlana Konstantinovna (Moscow) – Candidate of Medical Sciences, President of the Association of Commodity Producers “National Council for Perfumery, Cosmetics and Household Chemicals”, General Director of LLC “Diarsi Center”.

E-mail: svetlana.matelo@globaldrc.com; ORCID: 0000–0002–1752–042X

Samoilov, Andrey Alekseevich (Moscow) – Executive Director of the Association of Commodity Producers “National Council for Perfumery, Cosmetics and Household Chemicals”.

E-mail: samojlovandrejj@gmail.com; ORCID: 0009–0001–2946–7611

Shubeikina, Yana Vadimovna (Moscow) – Project Manager of the Association of Commodity Producers “National Council for Perfumery, Cosmetics and Household Chemicals”.

E-mail: yana-shubeykina@ya.ru; ORCID: 0009–0008–6431–4857

Sadykova, Endzhe Albertovna (Moscow) – Postgraduate student of the Faculty of Economic Sciences of the Department of Applied Economics of the National Research University “Higher School of Economics”, visiting Lecturer of the Department of Theoretical Economics of the National Research University “Higher School of Economics”.

E-mail: ea.sadykova@hse.ru; ORCID: 0000–0002–5819–187X