

Экспортная торговля парфюмерно-косметической продукцией: особенности географии и перспективы развития

Научный руководитель – Сокольский Вячеслав Михайлович

Гладенкова Татьяна Андреевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Географический факультет, Кафедра социально-экономической географии зарубежных стран, Москва, Россия

E-mail: gladenkovatanya@mail.ru

Парфюмерно-косметическая промышленность - одна из важнейших отраслей мировой химической индустрии, выделяющаяся своими масштабами (в составе тонкой химии она по объемам выпуска уступает только фармацевтике), высокой динамикой развития и наукоемкостью. Специфику отрасли составляют также потребительский характер ее продукции, ориентированной на удовлетворение повседневных нужд человека, ее высокая транспортабельность, активная вовлеченность во внешнюю торговлю.

В последние десятилетия в парфюмерно-косметической индустрии протекают интенсивные процессы глобализации, сопровождающиеся глубокими структурными и территориальными изменениями.

Так, все более значимыми рынками сбыта парфюмерно-косметических товаров становятся страны Азиатско-Тихоокеанского региона (Юго-Восточная и Южная Азии), выделяющиеся высокими темпами экономического роста. В 2015 г. на их долю пришлось порядка 35% мирового потребления парфюмерно-косметической продукции (против 20% в 2000 г.). Еще более высокие темпы роста спроса на товары отрасли наблюдаются на Ближнем Востоке. В целом, доля развивающихся экономик в мировом потреблении парфюмерно-косметической продукции неуклонно растет.

В этой связи весьма актуальным представляется анализ изменений в географии внешней торговли парфюмерно-косметической продукцией, в частности - экспортной торговли с оценкой общих перспектив развития отрасли. Для достижения поставленной цели был проведен анализ изменений во внешней торговле стран-лидеров в парфюмерно-косметической промышленности за период с 1990 по 2015 гг.

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы.

У традиционных поставщиков парфюмерно-косметической продукции в европейском регионе (таких, как Франция, Великобритания, Германия, Италия, Испания, Швейцария и др.) произошло относительное снижение значения европейского (т.е. ближнего, «домашнего») рынка сбыта на фоне повышения роли удаленных рынков, в т.ч. стран Восточной, Юго-Восточной и Южной Азии, а также Ближнего Востока. Главной причиной этого стал быстрый рост спроса на парфюмерно-косметическую продукцию в азиатских странах (при относительно медленном - в европейских).

Для крупных экспортеров продукции отрасли за пределами Европы - в Азии (Китай, Япония, Республика Корея, Индия), в Северной Америке (США), а также в Латинской Америке (Бразилия, Мексика и Аргентина) характерна обратная тенденция: повышение роли внутрирегиональных, т.е. ближних, рынков сбыта на фоне относительного снижения значения удаленных рынков. Помимо фактора неодинаковых темпов роста спроса в разных регионах, причиной может быть и то, что важную роль в распределении торговых потоков продолжает играть фактор расстояний («трение пространства»).

Практическая значимость данного исследования состоит в возможности использования полученных результатов для разработки планов развития российской парфюмерно-косметической промышленности, ее отдельных подотраслей и производств, а также национальной политики в области внешней торговли. Выводы, касающиеся перспектив мировой индустрии парфюмерии и косметики, могут также стать основой для разработки отечественными компаниями моделей развития производства и сбыта.