

УДК 911.3

ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ: ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА И МЕЖДУНАРОДНОЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА

© 2021 г. Т. А. Гладенкова*

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, географический факультет, Москва, Россия

**e-mail: tatianaglادنkova@gmail.com*

Поступила в редакцию 12.01.2021 г.

После доработки 20.06.2021 г.

Принята к публикации 13.07.2021 г.

В конце XX – начале XXI в. в развитии мировой парфюмерно-косметической промышленности отмечаются важные территориально-структурные изменения. Среди основных факторов указанных изменений – прогресс в сфере НИОКР и институциональные изменения в мировой экономике. В исследовании проведен анализ основных сдвигов в географии размещения парфюмерно-косметической промышленности, а также внешней торговли продукцией отрасли в условиях глобализации ее производства и сбыта. Одно из следствий указанных сдвигов – формирование новых полюсов роста отрасли: азиатского во главе с Китаем, Республикой Корея и Индией и латиноамериканского во главе с Бразилией. Выявлены основные тенденции развития международного разделения труда в парфюмерно-косметической индустрии – увеличение роли развивающихся государств на мировом парфюмерно-косметическом рынке, в том числе рост их доли в группе нетто-экспортеров парфюмерно-косметической продукции; сглаживание различий во внутриотраслевой специализации стран различного типа; “регионализация” специализации парфюмерно-косметического производства; трансформация товарной структуры внешней торговли парфюмерно-косметической продукцией и др.

Ключевые слова: парфюмерно-косметическая промышленность, международное разделение труда, внутриотраслевая специализация, внешняя торговля, нетто-экспорт, факторы развития

DOI: 10.31857/S2587556621050034

ВВЕДЕНИЕ

Парфюмерно-косметическая промышленность (ПКП) – одна из ключевых отраслей мировой химической индустрии (в составе тонкой химии по объемам выпуска продукции она уступает только фармацевтике), что обусловлено социальной направленностью и повседневной значимостью ее продукции. ПКП характеризуется высокой динамикой развития: с 2000 по 2016 г. объем мирового рынка вырос с 220 до 514.5 млрд долл.¹ Эта отрасль может быть по праву названа важной частью инновационного сектора экономики и “локомотивом” новых разработок в смежных областях (химии, биологии, медицине и др.).

Уровень развития ПКП не определяет напрямую экономический потенциал стран, тем не менее она является важным компонентом их экспортного потенциала. Хотя в современной парфюмерно-

косметической индустрии доминируют частные компании, в том числе транснациональные корпорации (ТНК), в ее развитии велика заинтересованность государства, использующего отрасль как один из возможных инструментов стимулирования экономики. К примеру, во Франции, где ПКП – третья крупнейшая экспортная отрасль, в 2005 г. правительством был создан национальный кластер конкурентоспособности “Косметическая долина” (Cosmetic Valley). В 2016 г. объем произведенной на базе кластера продукции составил 25.2 млрд долл. – 84% всего производства Франции, или 5% всего мирового производства товаров отрасли². В настоящее время около 60% экспортируемой парфюмерно-косметической продукции Франции выпускается в “Косметической долине”³.

² Cosmetic Valley – Pôle de Compétitivité. <https://www.cosmetic-valley.com> (дата обращения 28.01.2018).

³ Fédération des Entreprises de la Beauté (FEBEA). <http://www.febea.fr> (дата обращения 17.06.2016).

¹ Euromonitor International – Beauty and Personal Care. Official website: <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care>

В условиях глобализации мирового хозяйства значительно меняются роли, которые играют развитые и развивающиеся страны в ПКП мира и в международном разделении труда (МРТ) в отрасли: происходят сдвиги в макрогеографии, включая смену лидеров. В этой связи представляется актуальным анализ особенностей территориальной структуры мировой ПКП, а также факторов, влияющих на ее развитие и размещение. Для этого был поставлен ряд задач: 1) выявить основные тенденции развития ПКП стран в системе мирового хозяйства и определить ключевые изменения в территориальной структуре отрасли; 2) охарактеризовать особенности современного МРТ в ПКП.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование включало анализ МРТ в ПКП, а также разработку типологии стран мира по характеру развития отрасли и их роли в МРТ. В основу типологии положены следующие показатели: 1) суммарный объем производства парфюмерно-косметической продукции (сырье, полупродукты и готовая продукция) в рассматриваемой стране (млрд долл., 2016); 2) значение индекса выявленного сравнительного преимущества (RCA_c)⁴ для сырья и полупродуктов для рассматриваемой страны (2016); 3) значение $RCA_{гп}$ для готовой продукции для рассматриваемой страны (2016); 4) средневзвешенная доля затрат на НИОКР в ПКП страны в общем объеме продаж продукции отрасли. Также при разработке типологии применялся кластерный анализ методом k -средних⁵ с использованием данных RCA .

В ходе работы применялся общенаучный системный подход, анализ, синтез, историческое моделирование. Особая роль уделена экономико-статистическому и аналитическому методам — при оценке уровня развития отрасли по странам и регионам мира; сопоставительному анализу —

при сравнении стран и регионов между собой. По каждой рассматриваемой стране собирались данные, впоследствии объединенные в общую базу.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Географическая экспансия мировой парфюмерно-косметической промышленности (ПКП). Важная особенность общего расширения географии ПКП — ее ускоренный рост в развивающихся странах с сохранением производственных мощностей в развитых. В отличие от базовых отраслей обрабатывающей промышленности, в которых с переходом к постиндустриальной стадии развития в 1970-х годах отмечался “дрейф” массовых и наиболее “грязных” производств из развитых в развивающиеся страны (Горкин, Смирнягин, 1973), размещение ПКП (преимущественно производств стандартизированных товаров) в развивающихся государствах наблюдалось в 1990-е—2000-е годы с достижением пика в 2010-е благодаря стремительному росту в них покупательной способности населения и научного потенциала. Темпы роста объемов парфюмерно-косметического производства в развитых странах замедлились по сравнению с показателями развивающихся стран. Так, объем производства США с 2000 по 2016 г. вырос в 1.5 раза (с 58.4 до 81 млрд долл.), Японии — в 1.2 раза (с 28.6 до 32 млрд долл.), Западной Европы — в 1.6 раза (с 70 до 112 млрд долл.)⁶.

Указанная тенденция была обусловлена спецификой рассматриваемой индустрии. Потребительский характер продукции отрасли предопределил при размещении ПКП доминирование таких факторов, как завоевание новых рынков (с целью расширения географии сбыта и компенсации замедления темпов роста спроса на парфюмерно-косметическую продукцию в развитых странах), а также преодоление институциональных барьеров (протекционистская торговая политика развивающихся стран). Создание новых предприятий и НИОКР-центров крупнейших парфюмерно-косметических ТНК в развивающихся странах определяется необходимостью обеспечения доступа к новым рынкам (Гладенкова, 2017). Организация региональных исследовательских центров обуславливается необходимостью адаптации мировых брендов (особенно масс-маркета) к местным условиям (потребностям и ожиданиям клиентов, различным фенотипам, традициям, климату, уровню доходов и др.).

⁴ Индекс выявленного сравнительного преимущества (revealed comparative advantage index — RCA) характеризует вовлеченность конкретной страны в систему международной торговли и ее специализацию. Этот показатель сравнивает долю определенного продукта в экспорте страны с его долей в мировом экспорте: $RCA_{ij} = \frac{X_{ij} : X_{wj}}{X_{it} : X_{wt}}$, или $RCA_{ij} = \frac{X_{ij} : X_{it}}{X_{wj} : X_{wt}}$; где RCA_{ij} — выявленное сравнительное преимущество страны i в экспорте товара j , X_{ij} — экспорт товара j из страны i , X_{wj} — мировой экспорт товара j , X_{it} — совокупный экспорт из страны i , X_{wt} — совокупный мировой экспорт. При значении индекса больше 1 конкретный продукт является объектом специализации данной страны в международной торговле; меньше 1 — данный товар нельзя рассматривать как объект специализации.

⁵ Метод k -средних — алгоритм кластеризации, основанный на минимизации суммарных квадратичных отклонений точек кластеров от центроидов (средних координат) выбранных кластеров.

⁶ Рассчитано по: Euromonitor International — Beauty and Personal Care. Official website: <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care>; United Nations Commodity Trade Statistics Database. <https://www.bls.gov> (дата обращения 25.06.2017).

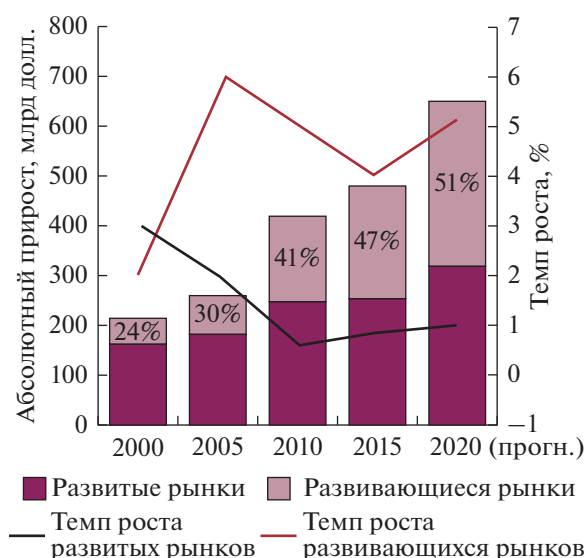


Рис. 1. Вклад развитых и развивающихся рынков в прирост мирового парфюмерно-косметического рынка, 2000–2020 гг.

Составлено по данным: Euromonitor International – Beauty and Personal Care. Official website: <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care>

В настоящее время развивающиеся страны с их динамично растущими рынками вносят все больший вклад в развитие ПКП. Среди них выделяются (в порядке размера рынка) – Бразилия, Индия, Китай, ЮАР, Мексика, Аргентина, Саудовская Аравия, Таиланд, Индонезия, Польша, Турция, Филиппины, Иран, Колумбия, Нигерия, ОАЭ, Малайзия. За последние 20 лет доля развивающихся экономик в мировом потреблении парфюмерно-косметической продукции увеличилась с 24 до 50% (рис. 1). Развивающиеся парфюмерно-косметические рынки по среднегодовым темпам роста (5–20%) значительно опережают развитые (0–5%).

На фоне стагнации развитых рынков ключевые развивающиеся рынки уже занимают лидирующие позиции в топ-рейтингах по темпам прироста и абсолютным размерам: с 2010 г. Китай занимает прочное 2-е место после США, обогнав Японию, а Бразилия с 2008 г. – 4-е место, обогнав Великобританию, Германию и Францию. Ожидается, что к 2025 г. Бразилия займет третью позицию в указанном рейтинге. На протяжении последних 20 лет Россия входит в топ-15 крупнейших парфюмерно-косметических рынков. Как следствие, существенным образом меняется региональная структура мирового потребления парфюмерно-косметической продукции (рис. 2). С ростом доли среднего класса в развивающихся государствах в них активно растет спрос не только на продукцию для массового потребления, но и

на товары премиального сегмента, производимые крупнейшими ТНК.

В 1990 г. почти 90% парфюмерно-косметического производства мира (в стоимостном выражении) приходилось на США, страны Западной Европы и Японию: США – 30%, Япония – 15, Германия – 15, Франция – 10, Великобритания – 5, Италия – 5% (суммарно 80% на 6 стран)⁷.

В 2015 г. данный показатель для указанных регионов составил 48%: США – 16, Западная Европа – 26, Япония – 6% (табл. 1). Если сравнивать с распределением мирового ВВП по странам мира (2015 г., номинал), то концентрация ПКП в странах Центра⁸ составляет 48 против 58% для ВВП. Доля стран Полупериферии в мировом производстве парфюмерии и косметики за 1990–2015 гг. возросла с 10 до 45%⁹. В 2015 г. объем производства Китая составил 10% от мирового, Бразилии – 6%. Учитывая динамику рассмотренных показателей, можно предположить, что увеличение доли развивающихся стран в производстве продукции отрасли составит 1.5–2% в год. В этом случае достижение паритета между Центром и Полупериферией и последующее доминирование Полупериферии можно ожидать в ближайшие годы.

В современной ПКП отмечается формирование полицентрической территориальной структуры (табл. 2), главными центрами которой являются США, Западная Европа, Китай, Япония и Бразилия. Китай за последние 15 лет значительно опередил Японию по объемам производства – почти в 2 раза. Объем производства Бразилии практически сравнялся с соответствующим показателем для Японии и превысил его для европейского лидера – Франции.

Совокупно США и Китай дают более четверти мирового выпуска парфюмерно-косметической продукции. При этом их роли в МРТ различны: США – производственный цех инновационной продукции с высокой добавленной стоимостью, Китай – мировой производственный цех полупродуктов и низкотехнологичных товаров. Их объединяет то, что индустрии обеих стран тесным

⁷ Рассчитано по (Jones, 2006, 2011).

⁸ В рамках исследования к Центру мирового хозяйства отнесены США, Канада, страны Западной Европы, Япония, Австралия, Новая Зеландия, Сингапур, Израиль; к Полупериферии – страны Центрально-Восточной Европы, Россия, Украина, Белоруссия, Китай, Индия, новые индустриальные страны зарубежной Азии и Латинской Америки, а также Турция, Саудовская Аравия и ЮАР; к Периферии – страны Африки (исключая ЮАР), Центральной Азии, Ближнего Востока, Центральной Америки, а также наименее развитые страны Южной Америки и др. (Мироненко, 2006).

⁹ Рассчитано по: Euromonitor International – Beauty and Personal Care. Official website: <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care>; (Jones, 2006); United Nations Commodity Trade Statistics Database. <https://www.bls.gov> (дата обращения 25.06.2017).

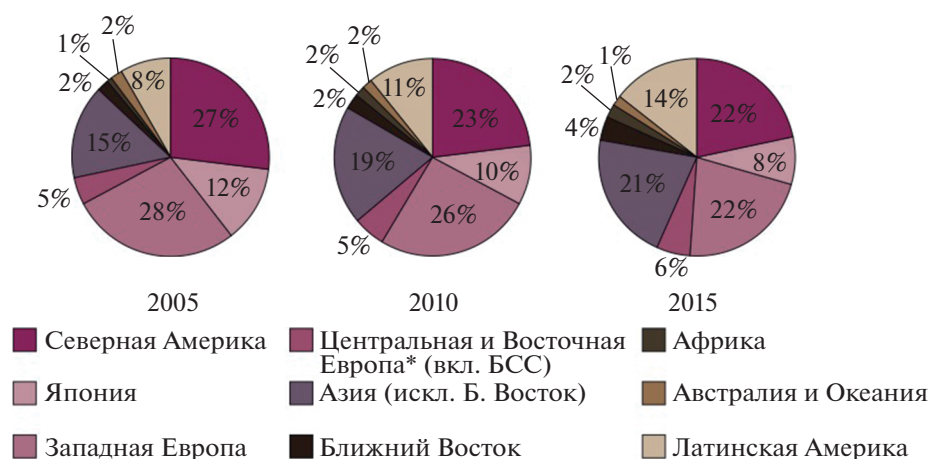


Рис. 2. Изменение региональной структуры мирового потребления парфюмерно-косметической продукции, 2005–2015 гг., %.

Примечание: * Включая независимые государства – бывшие союзные республики в составе СССР. К странам Ближнего Востока отнесены Бахрейн, Израиль, Иордания, Ирак, Иран, Йемен, Катар, Кувейт, Ливан, ОАЭ, Палестина, Саудовская Аравия, Сирия, Турция.

Составлено автором по данным: Euromonitor International – Beauty and Personal Care. Official website: <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care>

образом встроены в международные связи ПКП: США и Китай входят в топ-5 крупнейших экспортеров и импортеров продукции отрасли (Китай вышел из топ-5 экспортеров в 2018 г.). Китай и США являются нетто-экспортерами: США покинули группу нетто-экспортеров в 2015 г., Китай – в 2018 г. (табл. 3, 4). Выход США из группы был вызван активным наращиванием импорта сырья и полупродуктов. Это было обусловлено дороговизной местного сырья по сравнению с предлагаемой продукцией латиноамериканских и азиатских поставщиков. Китай вышел из указанной

группы по причине наращивания импорта дорогой готовой продукции (преимущественно европейской и американской) ввиду повышения покупательной способности населения.

На долю стран Полупериферии приходится около 7% всего производства ПКП. Ненасыщенные рынки этих стран находятся на ранних этапах своего развития. ПКП в них формировалась под воздействием крупных зарубежных компаний, большинство из которых происходили из стран Центра.

Таблица 1. Выпуск парфюмерно-косметической продукции в регионах мира в 1990 и 2015 гг.

Регион	1990 г.		2015 г.	
	выпуск, млрд долл.	доля в мировом выпуске, %	выпуск, млрд долл.	доля в мировом выпуске, %
Северная Америка	36	30	79.8	17
Западная Европа	53.4	44.5	122.2	26
Япония	18	15	28.2	6
Центральная и Восточная Европа*	2	1.6	25.8	5.5
Азия (искл. Японию и Ближний Восток)	3.5	2.9	108.1	23
Ближний Восток	0.3	0.3	16.4	3.5
Африка	0.1	0.1	4.9	1
Австралия и Океания	0.2	0.2	4.6	1
Латинская Америка	6.5	5.4	80	17
Всего	120	100	470	100

* Включая независимые государства – бывшие союзные республики в составе СССР.

Рассчитано автором по: Euromonitor International – Beauty and Personal Care. Official website: <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care>; United Nations Commodity Trade Statistics Database. <https://www.bls.gov> (дата обращения 25.06.2017).

Таблица 2. Удельный вес топ-3, топ-5 и топ-10 стран в мировом выпуске парфюмерно-косметической продукции, 1990 и 2015 гг.

Группа	1990 г.		2015 г.	
	выпуск, млрд долл.	доля в мировом выпуске, %	выпуск, млрд долл.	доля в мировом выпуске, %
Топ-3	70.5	58.8	150.2	32
Топ-5	88.5	73.8	201.2	42.8
Топ-10	104	86.7	266	56.6
Всего	120	100	470	100

Рассчитано автором по: Euromonitor International – Beauty and Personal Care. Official website: <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care>; United Nations Commodity Trade Statistics Database. <https://www.bls.gov> (дата обращения 25.06.2017).

Таблица 3. Крупнейшие экспортеры и импортеры парфюмерно-косметической продукции в 1990 и 2018 гг., млрд долл.

Экспорт				Импорт			
Страна	1990 г.	Страна	2018 г.	Страна	1990 г.	Страна	2018 г.
Франция	3.9	Франция	19.7	Германия	1.2	США	15.1
Великобритания	1.4	США	13.6	США	1.1	Германия	8.2
Германия	1.4	Германия	11.3	Великобритания	0.9	Китай	7.7
США	1.4	Ирландия	9.1	Италия	0.9	Великобритания	6.8
Швейцария	0.8	Сингапур	8.4	Франция	0.9	Франция	6.3
Бельгия	0.5	Республика Корея	6.3	Нидерланды	0.6	Сингапур	4.5
Ирландия	0.5	Великобритания	6.0	Япония	0.6	Испания	3.8
Италия	0.5	Италия	6.0	Бельгия	0.5	Канада	3.8
Нидерланды	0.5	Испания	5.3	Швейцария	0.4	Нидерланды	3.7
Япония	0.3	Япония	5.1	Канада	0.3	Япония	3.4

Рассчитано автором по: United Nations Commodity Trade Statistics Database. <https://www.bls.gov> (дата обращения 25.06.2017).

Таблица 4. Страны – нетто-экспортеры парфюмерно-косметической продукции, 2018 г., млрд долл.

Страна	Экспорт	Импорт	Сальдо	Страна	Экспорт	Импорт	Сальдо
Франция	19.7	6.3	13.4	Таиланд	2.1	1.9	0.2
Германия	11.3	8.2	3.1	Индия	1.9	1.0	0.9
Ирландия	9.1	1.2	7.9	Бразилия	0.9	0.7	0.2
Сингапур	8.4	4.5	3.9	Свазиленд (с 2018 г. Эсватини)	0.7	0.05	0.65
Республика Корея	6.3	2.0	4.3	Египет	0.6	0.3	0.3
Италия	6.0	3.2	2.8	Панама	0.6	0.4	0.2
Испания	5.3	3.8	1.5	Словения	0.3	0.2	0.1
Япония	5.1	3.4	1.7	Кот-д'Ивуар	0.2	0.1	0.1
Нидерланды	4.1	3.7	0.4	Сенегал	0.07	0.05	0.02
Польша	3.9	2.8	1.1	Того	0.06	0.02	0.04
Швейцария	3.7	1.5	2.2	Мадагаскар	0.05	0.03	0.02
ОАЭ	3.5	3.2	0.3	Итого по 24 странам	97.3	51.93	45.37
Бельгия	3.42	3.38	0.04	В % от мирового объема	71	42.4	—

Рассчитано автором по: United Nations Commodity Trade Statistics Database. <https://www.bls.gov> (дата обращения 25.06.2017).

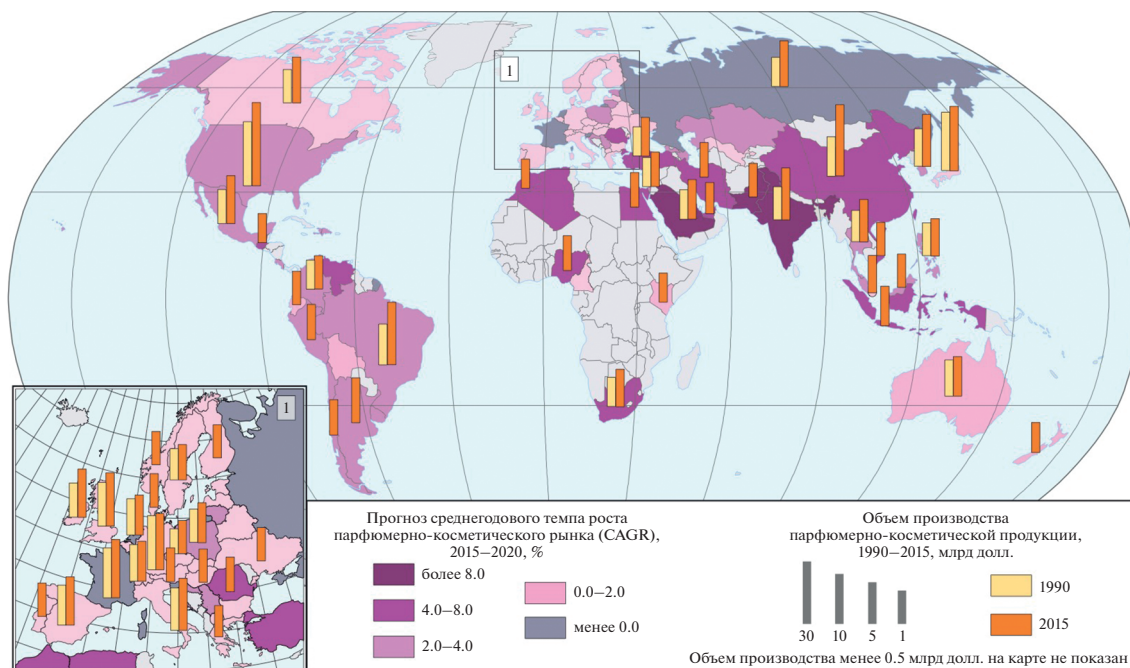


Рис. 3. Мировое производство парфюмерно-косметической продукции в 1990 и 2015 гг. и ожидаемые среднегодовые темпы роста парфюмерно-косметического рынка в 2015–2020 гг.

Рассчитано по данным: Euromonitor International – Beauty and Personal Care. Official website: <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care>; United Nations Commodity Trade Statistics Database. <https://www.bls.gov> (дата обращения 25.06.2017).

В целом с 1990 по 2015 г. доля развивающихся стран в мировой ПКП увеличилась с 10.5 до 44.5%: в странах Азии объем производства вырос в 30 раз (в Китае – в 114, в Индии – в 40), Латинской Америки – в 12 раз (в Бразилии – в 9, в Мексике – в 6) (см. табл. 2, рис. 3). Вместе с тем значительно укрепили позиции национальные производители развивающихся государств. Так, в 1990-х годах среди ведущих ТНК не было ни одной, происходящей из развивающихся государств, а в 2015 г. в рейтинг топ-30 фирм отрасли вошли две южнокорейских (AmorePacific и LG N&N), одна китайская (Hengan) и одна бразильская (Natura Cosmetics) компании.

Стремительный темп развития контрактного производства оказал благоприятное влияние на деятельность национальных компаний стран Полупериферии и Периферии, которые все чаще выступают в качестве подрядчиков крупнейших ТНК отрасли, активно практикующих аутсорсинг производства стандартизированной продукции для массового рынка. Основные производственные и научно-исследовательские ресурсы ТНК концентрируются в промышленно развитых странах (Северная Америка, Западная Европа, Япония), причем почти у всех компаний имеются предприятия во всех указанных регионах. Однако в последнее время такие корпорации активно расширяют свое присутствие в регионах с максимальными темпами развития отрасли (Южная и

Юго-Восточная Азия, Латинская Америка, Ближний Восток), размещая там не только производственные мощности, но и НИОКР-центры.

Таким образом, Полупериферия приобретает качественно новую роль в развитии современной мировой ПКП и в деятельности ТНК, а в некоторых случаях становится “локомотивом” развития отрасли.

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО МЕЖДУНАРОДНОГО РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА В ПКП

Вплоть до 1995 г. стран с международной специализацией на парфюмерно-косметическом производстве в мире было крайне мало (Гладенкова, 2018). В большинстве своем они относились к промышленно развитым государствам (страны Западной Европы и США), за исключением нескольких стран Латинской Америки (Бразилия и Аргентина) и Азии (Индия и Китай).

К концу XX в. развивающиеся страны громко заявили о себе как о поставщиках парфюмерно-косметической продукции: в 2000 г. почти половина ее нетто-экспортеров относилась к развивающимся государствам¹⁰. Это стало следствием

¹⁰ Страны со значительным объемом положительного сальдо во внешней торговле можно отнести к числу наиболее специализированных на ПКП в МРТ.

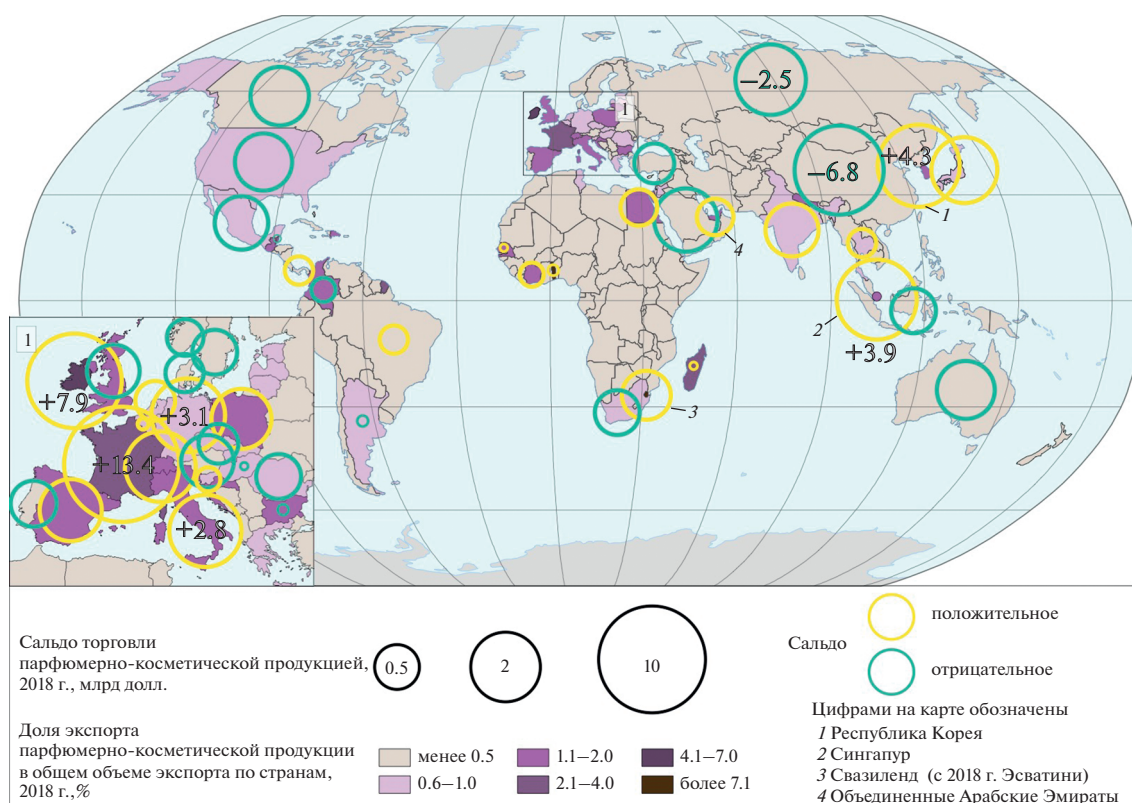


Рис. 4. Внешняя торговля парфюмерно-косметической продукцией по ряду стран мира (2018).

Рассчитано по данным: United Nations Commodity Trade Statistics Database. <https://www.bls.gov> (дата обращения 25.06.2017).

глобальных изменений в отрасли, которые оказали серьезное влияние на МРТ в ней.

Прежде всего отмечалось общее увеличение объемов международной торговли продукцией ПКП. С 1990 по 2018 г. объем мирового экспорта товаров отрасли вырос примерно в 32 раза (в сопоставимых ценах), составив в 2018 г. 137 млрд долл. (в 2018 г. доля мирового экспорта товаров ПКП в общем объеме мировой торговли составила 0.9%)¹¹.

Вместе с тем расширился круг стран-экспортеров и импортеров продукции отрасли — носителей международной специализации на парфюмерно-косметической промышленности, преимущественно за счет государств Полупериферии (см. табл. 3, 4). В топ-15 крупнейших импортеров за 2018 г. вошли Россия (импорт — 3.3 млрд долл.) и ОАЭ (3.2 млрд долл.). Рост спроса и покупательной способности способствуют активному развитию этих рынков.

Помимо появления новых участников парфюмерно-косметического рынка отмечается значительное увеличение числа стран — нетто-экспор-

теров. Внутриотраслевая (предметная и технологическая) специализация того или иного типа у отдельных стран начинает распространяться на соседние с ними государства и на весь регион. Указанная тенденция была названа В.М. Сокольским (2015) “регионализацией” специализации производства, т.е. формированием схожей предметной или технологической специализации у государств в пределах одного и того же региона. Если в 1990 г. к странам нетто-экспортерам парфюмерии и косметики относились лишь 8 стран (США, страны Западной Европы, Индия, Бразилия), то в 2018 г. в их рядах насчитывалось 24 страны, в том числе африканские страны (рис. 4).

На фоне значительного расширения группы нетто-экспортеров парфюмерно-косметической продукции существенным образом поменялся ее состав (см. табл. 4). В нее вошли 20 новых участников, из которых 8 относятся к промышленно развитым странам (Республика Корея и Сингапур приобрели этот статус сравнительно недавно), а остальные 12 — к странам развивающимся и с переходной экономикой, где отрасль имеет аллохтонное происхождение, так как она развивается в основном благодаря притоку зарубежных инве-

¹¹ United Nations Commodity Trade Statistics Database. <https://www.bls.gov> (дата обращения 25.06.2017).

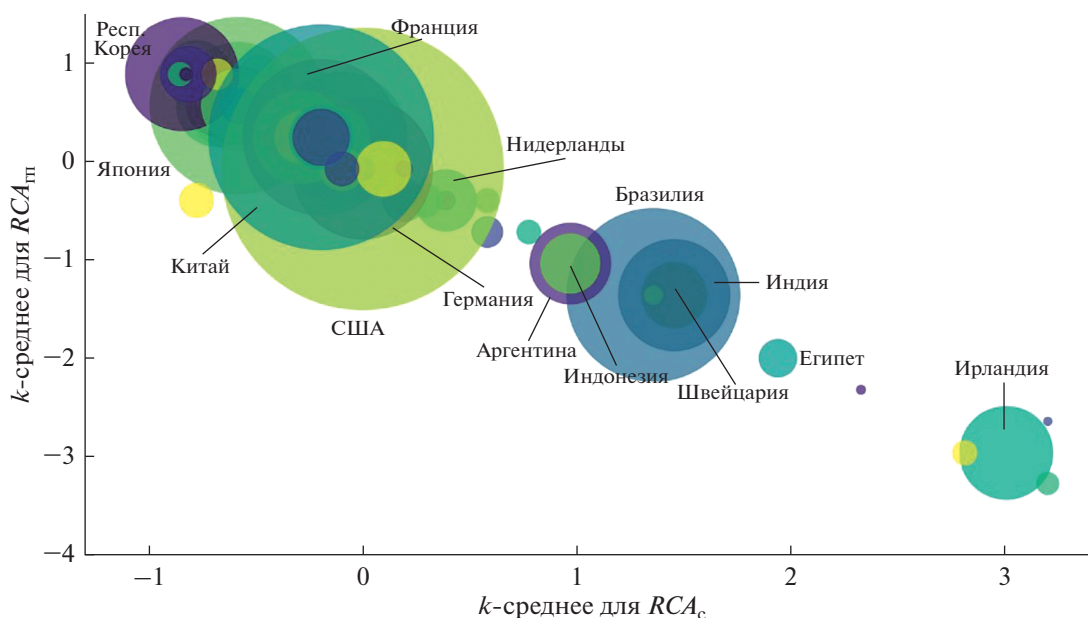


Рис. 5. Международная специализация стран на парфюмерно-косметической продукции.

Примечание: площадь пунсонов пропорциональна объемам парфюмерно-косметического производства страны, 2016 г.; цвет пунсонов не несет смысловой нагрузки и использован лишь для выделения объектов на рисунке.

Составлено автором.

стиций и внедрению иностранных технологий. В 2018 г. на долю стран-новичков пришлось 55% общего экспорта стран – нетто-экспортеров, который составил 71% от мирового экспорта парфюмерно-косметической продукции. На долю развивающихся стран – нетто-экспортеров пришлось более 16% общего экспорта стран – нетто-экспортеров.

Одна из причин изменений в географии внешней торговли продукцией ПКП – трансформация ее товарной структуры. Если на начальных этапах развития отрасли развивающиеся страны выступали преимущественно в качестве поставщиков сырья, то в настоящее время – в качестве экспортеров готовой продукции (Сокольский, 2010). Так, за период с 1990 по 2018 г. доля экспорта сырья и полупродуктов в общем объеме экспорта парфюмерно-косметической продукции Мексики снизилась с 76 до 15%, Китая – с 50 до 14%, Индонезии – с 60 до 44%. В этом находит отражение теория “технологического разрыва”: парфюмерно-косметические ТНК промышленно развитых стран непрерывно увеличивают инвестиции в НИОКР, с тем чтобы при помощи новых уникальных технологий производить нестандартизированную наукоемкую продукцию, параллельно смещая производство товаров, выпускаемых при помощи устаревших технологий, в развивающиеся страны.

ТИПОЛОГИЯ СТРАН ПО ХАРАКТЕРУ РАЗВИТИЯ ПКП

По характеру развития ПКП можно выделить три основных типа стран: 1) с комплексным характером развития ПКП, 2) с фрагментированным характером развития ПКП и 3) с единичными элементами ПКП (рис. 6).

На основе показателей объемов производства парфюмерно-косметической продукции были выделены 4 группы стран: 1) сверхкрупные, 2) крупные, 3) средние, 4) малые (табл. 5).

Применение в работе кластерного анализа методом k -средних с использованием данных RCA позволило выделить 5 кластеров (подтипов) стран (рис. 5).

По характеру развития ПКП были выделены следующие типы стран:

1. Страны с комплексным характером развития ПКП (неярко выраженная ориентация в рамках цепочки добавленной стоимости (ЦДС)) – лидеры, на территории которых сосредоточена большая часть мирового выпуска парфюмерно-косметической продукции (40% мирового объема выпуска; для каждой страны доля объема производства парфюмерно-косметической продукции от общего мирового объема – более 1%) и сконцентрировано наукоемкое производство (доля затрат на НИОКР в отношении к объему производства продукции более 2%). Компании этих стран занимают ведущие позиции на мировом рынке производства высокотехнологичного сырья и го-

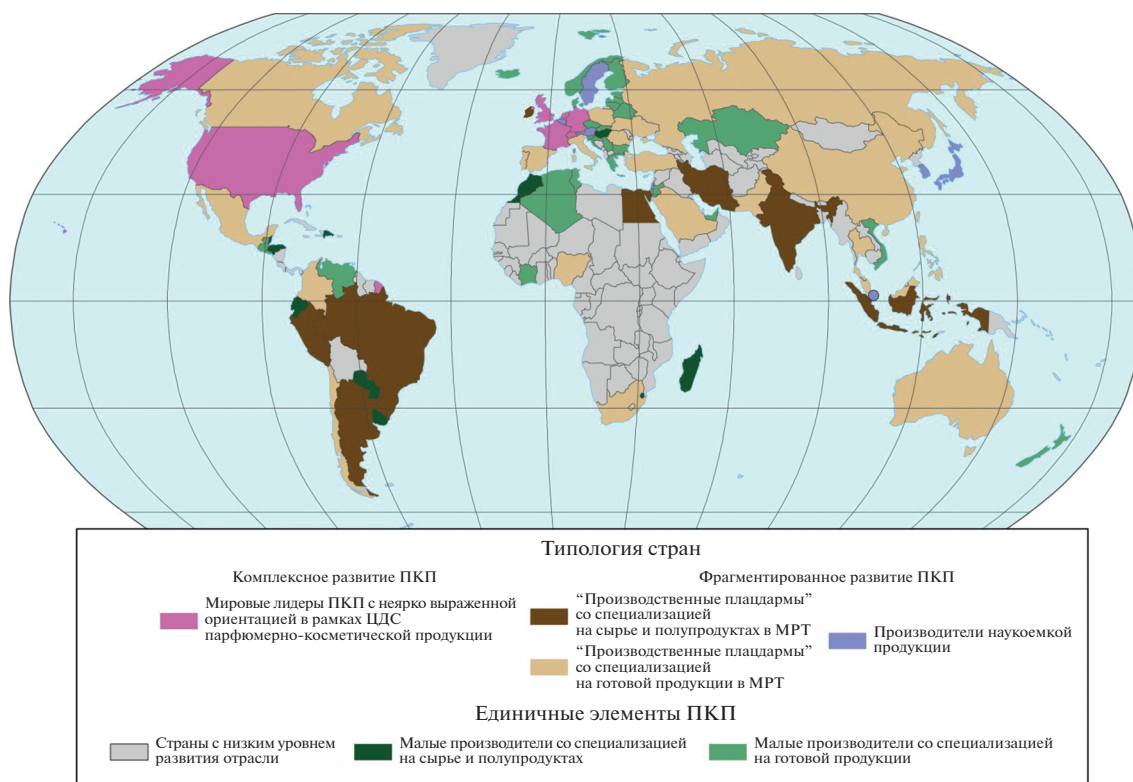


Рис. 6. Типология стран мира по характеру развития парфюмерно-косметической промышленности.
Составлено автором.

товой продукции (развивают всю цепочку производства). Яркие примеры – США, Франция, Германия, Великобритания. Среди стран-“лидеров” некоторые специализируются на поставках полупродуктов (Нидерланды и Швейцария) во многом за счет внутрикорпоративных поставок.

2. Страны с фрагментированным характером развития ПКП, в которых отрасль показывает стабильно высокую динамику роста объемов производства (для каждой страны доля объема производства парфюмерно-косметической продукции от общего мирового объема – более 1%). В странах этого типа представлены некоторые составляющие ПКП. Национальные компании специализируются на отдельных звеньях ЦДС различных товарных категорий (то есть для этих стран характерно вовлечение в единичное разделение труда). Отсутствие прочих звеньев компенсируется за счет импорта из стран-лидеров с комплексным развитием ПКП или из стран с фрагментированным характером развития ПКП, обладающих полной производственной цепочкой для создания необходимой стране-импортеру товарной категории. Ввиду различий во внутриотраслевой специализации стран, а также в уров-

нях их социально-экономического развития были выделены следующие подтипы:

1) “производственные плацдармы” – страны, специализирующиеся на поставках менее наукоемкой продукции на мировой рынок (доля затрат на НИОКР в отношении к объему производства продукции менее 1.5%). В этих странах ПКП формировалась под воздействием присутствия на их территории крупных зарубежных фирм, большинство из которых происходили из стран-“лидеров”. По подобию крупных ТНК здесь впоследствии были созданы национальные компании, осуществляющие деятельность в отдельных звеньях по созданию добавленной стоимости парфюмерно-косметической продукции и обслуживающие рынки региона материнской страны. К этой типологической категории относятся страны-“производственные плацдармы” с предметной специализацией в общем разделении труда: а) на сырье и полупродуктах (Бразилия, Индия, Ирландия и др.) и б) на готовой продукции (Китай, Мексика, Россия и др.);

2) Производители наукоемкой продукции – развитые страны (преимущественно постиндустриальные), не обеспеченные собственной сырьевой базой, отличающиеся инновационным характером

Таблица 5. Классификация стран мира на основе объемов производства парфюмерно-косметической продукции

Сверхкрупные (более 20 млрд долл.)	Крупные (8–17 млрд долл.)	Средние (1–7 млрд долл.)	Малые (менее 1 млрд долл.)
Китай, США, Бразилия, Япония, Франция, ФРГ	Италия, Испания, Великобритания, Ирландия, Индия, Республика Корея, Мексика	Нидерланды, Бельгия, Швейцария, Австрия, Польша, Португалия, Канада, Россия, Украина, Швеция, Румыния, Израиль, Саудовская Аравия, Иран, Перу, Аргентина, Чили, Колумбия, Австралия, Сингапур, Нигерия, Таиланд, Филиппины, Малайзия, Индонезия, Египет, Турция, ЮАР, Пакистан	Болгария, Словакия, Словения, Хорватия, Белоруссия, Греция, Исландия, Латвия, Литва, Эстония, Финляндия, Дания, Норвегия, Сербия, Чехия, ОАЭ, Тунис, Иордания, Марокко, Алжир, Гватемала, Сальвадор, Эквадор, Гондурас, Доминиканская Республика, Белиз, Уругвай, Парагвай, Мадагаскар, Свазиленд (с 2018 г. Эсватини), Кот-д'Ивуар, Новая Зеландия, Вьетнам, Венесуэла, Казахстан

Рассчитано автором по: Euromonitor International — Beauty and Personal Care. Official website: <https://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care>; United Nations Commodity Trade Statistics Database. <https://www.bls.gov> (дата обращения 25.06.2017).

развития ПКП — технологической специализацией в общем разделении труда (доля затрат на НИОКР в отношении к объему производства продукции более 3%), ориентированные на внешний рынок (Япония, Республика Корея, Бельгия, др.). Количество стран указанного подтипа невелико, так как основной объем НИОКР приходится на страны-«лидеры»;

3. Страны с единичными элементами ПКП (для каждой страны доля объема производства парфюмерно-косметической продукции от общего мирового объема — менее 1%; доля затрат на НИОКР в отношении к объему производства продукции менее 1%). На иностранные фирмы, обслуживающие рынки этих государств, приходится более 80% всех продаж товаров индустрии. Национальные компании, большинство из которых представлены малыми и средними предприятиями (МСП), реализуют свою продукцию на внутреннем рынке или выступают в качестве ритейлеров. Ввиду различий во внутриотраслевой специализации среди стран этой группы были выделены следующие подтипы:

1) малые производители со специализацией на сырье и полупродуктах в МРТ (Марокко, Эквадор, Парагвай и др.);

2) малые производители со специализацией на готовой продукции в МРТ (Болгария, Тунис, Вьетнам).

ВЫВОДЫ

1. В конце XX — начале XXI в. развитие ПКП мира сопровождалось сдвигами в ее географии, появлением новых полюсов роста и — как следствие — формированием полицентрической модели территориальной структуры отрасли. Если в начале XX в. ведущую роль играли три ключевых центра: западноевропейский (во главе с Францией, Германией, Великобританией и Италией), американский (США) и японский, то к началу XXI в. начали формироваться новые полюса роста — азиатский (во главе с Китаем, Республикой Корея и Индией) и латиноамериканский (во главе с Бразилией). Начиная с 1990-х годов страны Полупериферии приобретают качественно новую роль в развитии современной мировой ПКП и в деятельности ТНК, в частности, становясь локомотивом развития отрасли. Развитые страны для обеспечения конкурентоспособности в ПКП еще в большей степени опираются на достижения НТР. Эта тенденция иллюстрирует сложившуюся в отрасли дихотомию в виде креативного Центра с взыскательным потребителем и рутинной Периферией с развивающимися рынками.

2. Изменяются факторы размещения ПКП. В настоящее время в условиях кастомизации и индивидуализации производства одна из основных целей размещения предприятий ТНК в развивающихся странах — интенсификация исследова-

ний и разработок (адаптация продукции к местным условиям, исследование потребительских предпочтений и т.д.). Крупнейшие фирмы открывают в развивающихся государствах корпоративные НИОКР-центры и взаимодействуют с местными НИИ. Важная особенность размещения высокотехнологичных сегментов ПКП – высокий уровень территориальной концентрации (фактор доступа к знанию).

3. С расширением географии ПКП изменяется и география внешней торговли продукцией отрасли. Специфика современного МРТ в ПКП заключается в росте доли развивающихся стран в группе нетто-экспортеров, тогда как роль многих классических лидеров отрасли постепенно снижается.

4. Международная специализация стран, в первую очередь Полупериферии, углубляется под воздействием ТНК. В отрасли прослеживается тенденция к сглаживанию различий в характере внутриотраслевой специализации между развитыми и развивающимися странами, а также к “регионализации” специализации производства – ее диффузии из одного государства в соседние. При этом ряд развивающихся стран из крупных нетто-экспортеров парфюмерно-косметической продукции стали ее нетто-импортерами: в 2018 г. Китай – 3-й крупнейший импортер товаров отрасли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Гладенкова Т.А. Внешняя торговля парфюмерно-косметической продукцией: ключевые сдвиги в географии в конце XX – начале XXI века // Вестн. Моск. ун-та. Серия 5: География. 2018. № 2. С. 34–42.
- Гладенкова Т.А. Транснационализация парфюмерно-косметической промышленности: движущие силы и территориальные сдвиги в отрасли // Региональные исследования. 2017. № 3 (57). С. 61–70.
- Горкин А.П., Смирнягин Л.В. О факторах и условиях размещения капиталистической промышленности // Изв. АН СССР. Сер. геогр. 1973. № 1. С. 68–75.
- Мироненко Н.С. Введение в географию мирового хозяйства: Международное разделение труда. М.: Аспект Пресс, 2006. 239 с.
- Сокольский В.М. Международное разделение труда в химической промышленности: теория и факты // Вестн. Моск. ун-та. Серия 5: География. 2010. № 5. С. 25–34.
- Сокольский В.М. Структурно-территориальная трансформация мировой химической промышленности как индикатор “третьего промышленного перелома” // Региональные исследования. 2015. № 2(48). С. 153–163.
- Jones G. Globalization and Beauty: A Historical and Firm Perspective // EurAmerica. 2011. V. 41. № 4. P. 885–916.
- Jones G. Globalizing the Beauty Business before 1980. Boston: Harvard Business School, 2006.

Beauty and Personal Care Industry: Main Features of Its Territorial Structure and International Division of Labor

T. A. Gladenkova*

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

**e-mail: tatianagladenkova@gmail.com*

At the end of the 20th – beginning of the 21st century world beauty and personal care industry underwent dramatic territorial-structural changes. Among the main factors of that changes were R&D progress and institutional changes in the global economy. The main shifts in the geography of the beauty and personal care industry and its international trade in the context of the globalization of its manufacturing and commodity marketing are discussed. One of the consequences of these shifts is the formation of new growth poles of the world beauty and personal care industry—Asian growth pole led by China (since 2010 it has been ranked second in the world in terms of production after the United States), the Republic of Korea and India (in 2015, it has been ranked 8th and 9th place in the world in terms of production, respectively, overtaking Italy) and Latin American growth pole led by Brazil (since 2014 it has been ranked 4th in terms of production after Japan, overtaking France). The main trends in the development of the international division of labor in the beauty and personal care industry were revealed: an increase in the role of developing countries in the world beauty and personal care market, including an increase in the share of developing countries in the group of net exporters of perfumery and cosmetic products; smoothing out differences in the intra-sectoral specialization of countries of various types; “regionalization” of the specialization of perfumery and cosmetic production; transformation of the commodity structure of perfumery and cosmetic products international trade, etc.

Keywords: beauty and personal care industry, international division of labor, intra-sectoral specialization, international trade, net exports, factors of development

REFERENCES

- Gladenkova T.A. Geography of the international trade in perfumery and cosmetics in the end of the 20th – beginning of the 21st century. *Vestn. Mosk. Univ., Ser. 5: Geogr.*, 2018, no. 2, pp. 34–42. (In Russ.).
- Gladenkova T.A. Transnationalization of perfume and cosmetics industry: driving-forces and territorial changes. *Reg. Issled.*, 2017, vol. 57, no. 3, pp. 61–70. (In Russ.).
- Gorkin A.P., Smirnyagin L.V. The factors and terms of the placement of the capitalist industry. *Izv. Akad. Nauk, Ser. Geogr.*, 1973, no. 3, pp. 68–72. (In Russ.).
- Jones G. Globalization and beauty: A historical and firm perspective. *EurAmerica*, 2011, vol. 41, no. 4, pp. 885–916.
- Jones G. *Globalizing the Beauty Business before 1980*. Boston: Harvard Business School, 2006. 61 p.
- Mironenko N.S. *Vvedenie v geografiyu mirovogo khozyaistva: Mezhdunarodnoe razdelenie truda* [An Introduction to the Geography of the World Economy: An International Division of Labor]. Moscow: Aspekt Press Publ., 2006. 239 p.
- Sokol'skii V.M. International division of labor in the chemical industry: theory and facts. *Vestn. Mosk. Univ., Ser. 5: Geogr.*, 2010, no. 5, pp. 25–34. (In Russ.).
- Sokol'skii V.M. Structural and territorial transformation of the global chemical industry as the indicator of “a third industrial divide”. *Reg. Issled.*, 2015, vol. 48, no. 2, pp. 153–163. (In Russ.).