

ГЛАДЕНКОВА Татьяна Андреевна

**ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ПАРФЮМЕРНО-
КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРАН МИРА В
ПОСТИНДУСТРИАЛЬНУЮ ЭПОХУ**

Специальность: 25.00.24 – Экономическая, социальная, политическая и
рекреационная география

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата географических наук

Москва – 2020

Работа выполнена на кафедре социально-экономической географии зарубежных стран
географического факультета ФГБОУ ВО «МГУ имени М.В. Ломоносова»

Научный руководитель – **Сокольский Вячеслав Михайлович**
кандидат географических наук,
ведущий научный сотрудник кафедры
социально-экономической географии зарубежных стран
географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова

Официальные оппоненты – **Лопатников Дмитрий Леонидович**
доктор географических наук,
старший научный сотрудник лаборатории географии
мирового развития Института географии РАН

Кондратьев Владимир Борисович
доктор экономических наук, руководитель Центра
промышленных и инвестиционных исследований
Национального исследовательского Института мировой
экономики и международных отношений им. Е.М.
Примакова РАН (г. Москва)

Ведущая организация – ФГБОУ ВО «Пермский государственный
национальный исследовательский университет»

Защита состоится «22» мая 2020 г. в 14:00 часов на заседании диссертационного совета
Д.002.046.01 на базе Института географии РАН по адресу: 119017 Москва,
Старомонетный пер., 29.

Факс: (495) 9590033, e-mail: d00204601@igras.ru, borodina@igras.ru.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Института географии РАН и на сайте
<http://igras.ru/2357>

Автореферат разослан « » апреля 2020 г.

Учёный секретарь диссертационного совета,
кандидат географических наук

Т.Л. Бородина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Парфюмерно-косметическая промышленность (ПКП) - одна из ключевых отраслей мировой химической индустрии (в составе тонкой химии по объёмам выпуска продукции уступает только фармацевтике), что обусловлено социальной направленностью и повседневной значимостью её продукции. Эта отрасль может быть по праву названа важной частью инновационного сектора экономики и «локомотивом» новых разработок в смежных науках (химической, биологической, медицине и др.).

В условиях глобализации мирового хозяйства значительным образом меняются роли, которые играют развитые и развивающиеся страны в ПКП мира и в международном разделении труда в отрасли: происходят сдвиги в макрогеографии, включая смену лидеров. Параллельно меняются модели пространственного поведения главных игроков – крупнейших транснациональных корпораций (ТНК), международная активность которых в последнее время значительно возросла, в частности на парфюмерно-косметических рынках развивающихся стран. Растущее воздействие на ПКП оказывает и государство, как регулятор экономики и инструмент стимулирования развития перспективных отраслей.

Несмотря на возрастающую роль ПКП в мировой экономике, комплексные географические исследования этой отрасли по существу отсутствуют. Как правило, они являются составной частью работ по описанию химической промышленности. Существуют труды по анализу процессов глобализации и транснационализации мировой ПКП, но основное внимание в них уделяется описанию механизмов глобализации и анализу парфюмерно-косметических рынков (но не производства). Территориальные аспекты развития ПКП, особенности её географии практически не рассматриваются.

Объект исследования - парфюмерно-косметическая промышленность стран мира.

Предмет исследования – территориально-временные закономерности развития современной мировой парфюмерно-косметической промышленности.

Цель исследования – выявление основных пространственно-временных закономерностей в развитии мировой парфюмерно-косметической промышленности в постиндустриальную эпоху и особенностей современной территориально-организационной структуры отрасли.

Для достижения обозначенной цели были поставлены следующие **задачи**:

- 1) выявить основные тенденции развития ПКП стран мира в центро-периферической системе мирового хозяйства и определить ключевые изменения в территориальной структуре отрасли;

- 2) проанализировать изменения в корпоративной структуре отрасли, включая сдвиги в организационной структуре крупнейших парфюмерно-косметических ТНК;
- 3) выявить и объяснить особенности пространственного поведения крупнейших парфюмерно-косметических ТНК;
- 4) охарактеризовать особенности современного международного разделения труда в ПКП и разработать типологию стран мира по характеру развития отрасли;
- 5) оценить сдвиги в географии ПКП на разных территориальных уровнях; выделить и охарактеризовать крупнейшие ареалы и зоны концентрации отрасли.

Теоретической и методологической основой исследования послужили труды российских и зарубежных исследователей географии промышленности зарубежных стран: в области изучения территориальной организации – О.В. Витковского, И.М. Маергойза, А.П. Горкина, Л.В. Смирнягина, В.П. Максаковского, Н.С. Мироненко, К.В. Гориной, А.Н. Новикова, Дж. Бекаттини и др.; в области химической промышленности - В.М. Сокольского, П.В. Подгорнева, А.Ю. Банникова, Л. Голан, Н. Виноградовой, К.Ю. Александровой, Н.С. Козырь, Т.В. Пучковой и др.; в области транснационализации мирового хозяйства – А.В. Кузнецова, Т.И. Потоцкой, Е.А. Гречко, Н.В. Смородинской, И.В. Пилипенко, Н.И. Кондратьева, Л.М. Синцера, А.И. Кроткова, И.А. Родионовой, А.С. Булатова, М. Портера, Дж. Джонса, Р. Вернона, К. Акамацу, Ф. Перру, Г. Бонина, А.Д. Чандлера, Ф. Мак-Канна, С. Яммарино и др.

В качестве дополнительных источников использовались данные информационных порталов и отраслевой периодики – InterCharm, «Сырье и упаковка», «Эстетическая медицина», Les Nouvelles Esthetiques, Cosmetics Business, Cosmetics Design, Beauty Packaging и др.

В диссертации применялись общенаучные и географические **методы исследования**: сравнительно-географический, математико-статистический, картографический, экспертные интервью.

В качестве **статистической базы** исследования были использованы базы данных, отчёты и аналитические записки международных организаций (UNIDO, UNCTAD, WTO, OECD, UN Comtrade); региональных и страновых организаций, в т.ч. парфюмерно-косметических ассоциаций (Cosmetics Europe, ABINPEC, AICMA, JCIA, ASCMA и др.); международных аналитических компаний (Euromonitor International, Mintel, Ernst & Young и др.); а также годовые отчёты крупнейших парфюмерно-косметических ТНК и подрядных организаций, обслуживающих предприятия отрасли, и данные ежегодных рейтингов крупнейших корпораций. По каждой рассматриваемой стране и ТНК собирались данные, затем консолидированные в общую базу. В случае отсутствия

информации, исторические показатели ПКП были приведены на базе экспертной оценки автора.

Научная новизна:

- Проведён комплексный историко-географический анализ ПКП стран мира за период с начала XIX в. – 2010-е гг. и выделены основные этапы территориального и структурного развития отрасли.
- Впервые на уровне отдельных стран, регионов и мира выявлены и изучены ключевые факторы размещения и особенности территориальной структуры ПКП; проанализированы основные сдвиги в географии и структуре внешней торговли продукцией отрасли в условиях глобализации её производства и сбыта.
- Дан анализ ключевых изменений в корпоративной структуре мировой ПКП и организационной структуре ТНК в конце XX – начале XXI вв.
- На основе анализа реализованных стратегий крупнейших парфюмерно-косметических ТНК в 2010-2016 гг. выявлены ключевые закономерности в их пространственной экспансии.
- Предложена типология стран мира по характеру развития ПКП на основе объёмов производства, уровня инновационности (средневзвешенная доля затрат на НИОКР в ПКП страны в общем объёме продаж продукции отрасли) и международной специализации (на основе расчётов индекса выявленного сравнительного преимущества (RCA) с использованием кластерного анализа методом k-средних).
- Впервые выделены ареалы и зоны концентрации мировой ПКП.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования результатов в разработке региональной и государственной политики развития ПКП России. Полученные на основе анализа глобальных тенденций развития и размещения ПКП результаты могут стать основополагающей базой при разработке планов развития отечественных парфюмерно-косметических компаний. Приведённые характеристики выделенных типов стран по степени развития ПКП, а также опыт зарубежных компаний могут быть полезны для российских фирм при разработке стратегий экспансии на новые рынки. Сделанные выводы могут быть использованы в качестве материала при чтении лекций по таким дисциплинам, как география промышленности зарубежных стран, география мировой химической промышленности и география мирового инновационного процесса.

Апробация результатов исследования. Основные положения работы докладывались и обсуждались на конференциях: XXI Международная научно-практическая конференция «Косметическая индустрия: взгляд в будущее»,

Международный научный форум «Ломоносов-2017», Международный научный форум «Ломоносов-2018». Материалы представленного исследования применялись при чтении автором отдельных лекций в рамках курса «География мировой химической промышленности» на географическом факультете МГУ имени М.В. Ломоносова. Основные выводы и положения диссертации отражены в 9 публикациях, в т.ч. в 3 статьях в изданиях, включенных в перечень рецензируемых научных журналов для опубликования результатов диссертаций.

Структура работы. Диссертационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, библиографического списка и приложений. Основное содержание работы изложено на 190 страницах, включает 19 таблиц и 25 рисунков. Библиографический список содержит 203 наименования на русском и иностранных языках без учёта корпоративных отчётов. Приложения включают 11 рисунков, в т.ч. 9 картосхем, и 2 таблицы.

Первая глава посвящена общей характеристике ПКП, её составу, структуре, технико-экономическим особенностям, факторам размещения, историко-географическому анализу её развития. Во второй главе проводится анализ территориально-организационной структуры глобальной парфюмерно-косметической индустрии, а также региональных стратегий экспансии крупнейших ТНК, дан анализ международного разделения труда в ПКП, проведена типология регионов и стран мира по характеру развития отрасли и роли в международном разделении труда. В третьей главе изучены особенности территориальной структуры отрасли на мезоуровне, охарактеризованы основные черты выделенных ареалов и зон концентрации мировой парфюмерно-косметической индустрии.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ

1. В конце XX – начале XXI вв. развитие парфюмерно-косметической промышленности (ПКП) мира сопровождалось сдвигами в её географии, появлением новых полюсов роста, и – как следствие - формированием полицентрической модели территориальной структуры отрасли.

Территориальное развитие мировой ПКП прошло несколько этапов, каждый из которых был отмечен возникновением новых факторов размещения отрасли или с изменением роли старых факторов. В целом география ПКП за период с начала XIX в. – 2010-е гг. значительно изменилась. Если в начале XX в. ведущую роль в отрасли играли три ключевых центра – *западноевропейский* - во главе с Францией, Германией, Великобританией и Италией, *американский* - во главе с США и *японский*, то к началу XXI

в. начали формироваться новые полюса роста – *азиатский* - во главе с Китаем (с 2010 г. занимает 2-е место в мире по объёмам производства после США), Республикой Корея и Индией (в 2015 г. заняли 8-е и 9-е место в мире по объёмам производства, соответственно, обогнав Италию) и *латиноамериканский* - во главе с Бразилией (с 2014 г. занимает 4-е место по объёмам производства после Японии, обогнав Францию) (табл.1).

Таблица 1

Выпуск парфюмерно-косметической продукции в странах мира, 1990, 2015 гг.

Регион	1990		2015	
	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 (вкл. БСС)	2	1,6	25,8	5,5
Азия (искл. Японию и Б.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

Рассчитано автором по: Euromonitor International, UN Commodity Trade.

Важная особенность общего расширения географии ПКП – её 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 гг. отмечался «дрейф» массовых и наиболее «грязных» производств из развитых в развивающиеся страны, основное размещение ПКП (преимущественно, производств стандартизированных товаров) в развивающихся государствах наблюдалось в 1990-е – 2000-е гг. с достижением пика в 2010-е гг. благодаря стремительному росту в них покупательной способности населения и научного потенциала. Темпы роста объёмов парфюмерно-косметического производства в развитых странах замедлились по сравнению с показателями для развивающихся стран. Так, объём производства США с 2000 по 2016 гг. вырос в 1,5 раза (с 58,4 млрд долл. до 81 млрд долл.), Японии – в 1,2 раза (с 28,6 млрд долл. до 32 млрд долл.), Западной Европы – в 1,6 раза (с 70 млрд долл. до 112 млрд долл.).

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). Потребность в

адаптации мировых брендов к местным условиям (различным фенотипам, традициям, климату и т.д.) обусловила необходимость создания региональных НИОКР-центров ТНК.

В настоящее время развивающиеся страны с их динамично растущими рынками вносят всё больший вклад в развитие ПКП. За последние 20 лет доля развивающихся экономик в мировом потреблении парфюмерно-косметической продукции увеличилась с 24% до 47%. Развивающиеся парфюмерно-косметические рынки по темпам роста значительно опережают развитые: среднегодовые темпы роста развивающихся рынков составляют 5-20% против 0-5% для развитых. 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 займёт 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.1). С ростом доли среднего класса в развивающихся государствах в них активно растёт спрос на товары премиального сегмента.

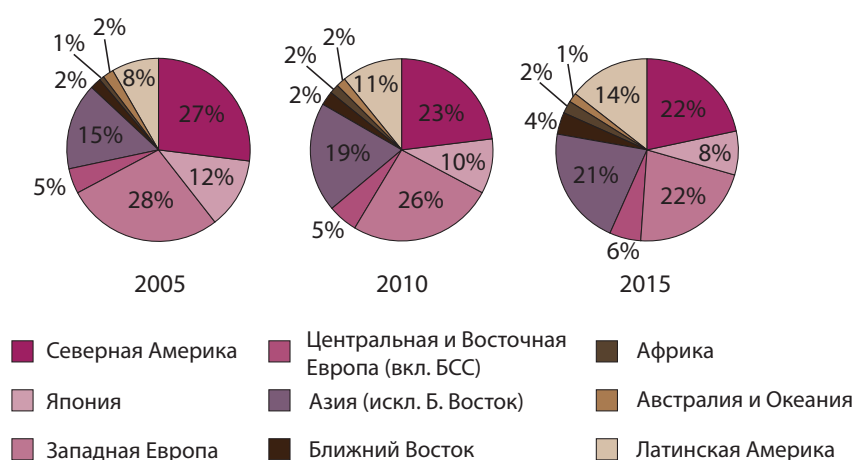


Рис.1. Изменение региональной структуры мирового потребления парфюмерно-косметической продукции, %, 2005-2015 гг. *Примечание:* к странам Ближнего Востока отнесены Бахрейн, Израиль, Иордания, Ирак, Иран, Йемен, Катар, Кувейт, Ливан, ОАЭ, Палестина, Саудовская Аравия, Сирия, Турция.

Составлено автором по данным: Euromonitor International.

В целом за период с 1990 по 2015 г. доля развивающихся стран в мировой ПКП увеличилась с 10,5% до 44,5%: в странах Азии объём 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) (табл. 2, рис.2). Вместе с тем, значительно укрепили позиции национальные производители развивающихся государств. Так, в 1990-х гг. 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 H&N), одна китайская (Hengan) и одна бразильская (Natura Cosméticos) компании. Таким образом, «Полупериферия»¹ приобретает качественно новую роль в развитии современной мировой ПКП и в деятельности ТНК, в частности, становясь «локомотивом» развития отрасли.

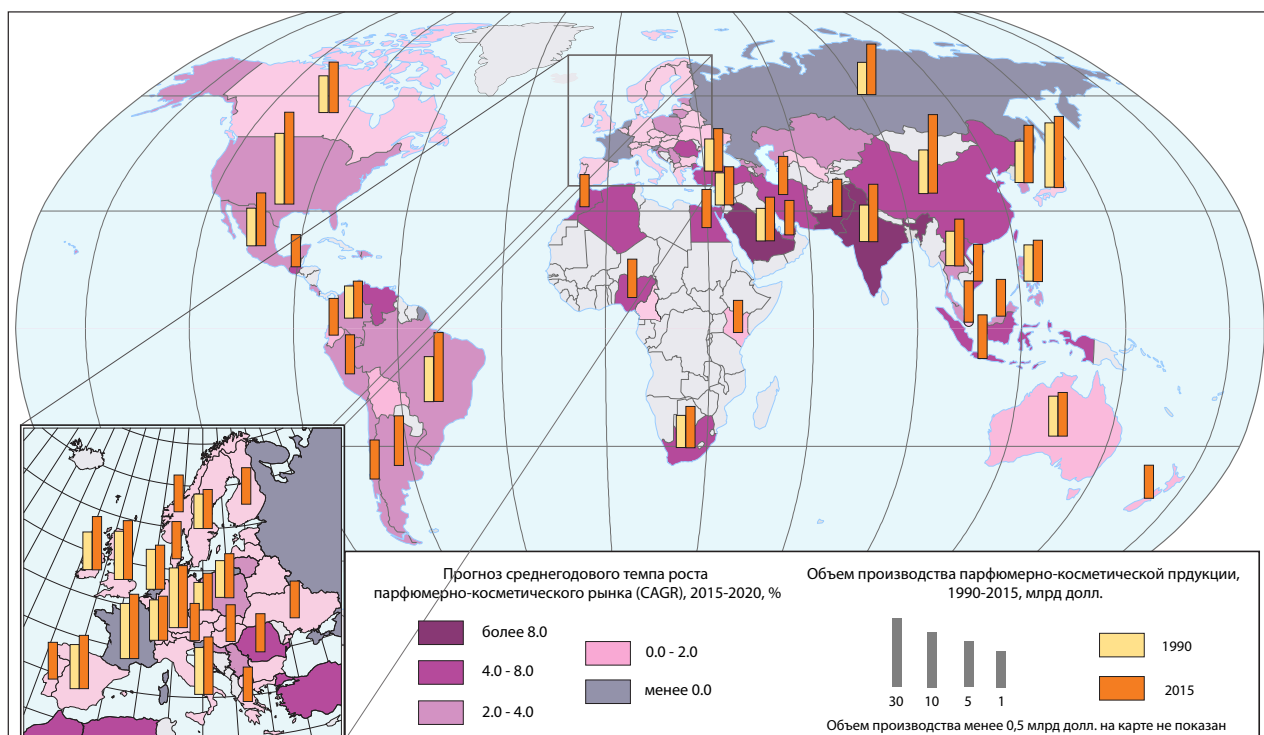


Рис. 2. Мировое производство парфюмерно-косметической продукции в 1990, 2015 гг. и ожидаемые среднегодовые темпы роста парфюмерно-косметического рынка в 2015-2020 гг. Рассчитано автором по данным: Euromonitor International, UN Commodity Trade.

2. На рубеже XX - XXI вв. в организационной структуре парфюмерно-косметических ТНК началась радикальная перестройка: вертикально-интегрированные ТНК постепенно сменяются горизонтально-сетевыми фирмами. Рост контрактного производства в ПКП – одно из следствий указанного процесса.

Рост динамики изменений конъюнктуры рынка, усложнение производственной и коммерческой деятельности крупнейших фирм, резкое обострение конкуренции, снижение уровня эффективности традиционных форм кооперирования и развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) стали предпосылками для перехода к сетевым принципам организации ТНК. На смену вертикально-интегрированным ТНК постепенно приходят горизонтально-сетевые фирмы. Возникает

¹ В рамках исследования к «Центру» мирового хозяйства отнесены США, Канада, страны Западной Европы, Япония, Австралия и Новая Зеландия, Сингапур и Израиль; к «Полупериферии» – страны Центрально-Восточной Европы, Россия, Украина и Белоруссия, Китай и Индия, новые индустриальные страны зарубежной Азии и Латинской Америки, а также Турция, Саудовская Аравия и ЮАР; к «Периферии» – страны Африки (искл. ЮАР), Центральной Азии, Ближнего Востока, Центральной Америки, а также наименее развитые страны Южной Америки и др.

новый тип цепочки добавленной стоимости (ЦДС), где ТНК из развитых стран тесно взаимодействуют с сетями поставщиков-субконтрактников как в своей стране, так и за рубежом.

Благодаря упрощённым условиям вхождения на парфюмерно-косметический рынок, в ПКП отмечается значительное увеличение числа узкоспециализированных фирм меньшего масштаба. Круг производителей расширился как за счёт национальных компаний (в т.ч. развивающихся стран), так и за счёт фирм-подрядчиков, зачастую из смежных отраслей. Развитие ИКТ позволило сократить издержки на ведение бизнеса, а электронная коммерция облегчила взаимодействие между покупателем и производителем, обеспечив «вымывание» посредников между ними. Любая малая фирма, производящая в рамках глобальной цепочки свой нишевый продукт, может обрести доступ ко многим национальным рынкам или даже стать глобальной, создав онлайн-клиентуру по всему миру. Лимитированный тираж и уникальность продукции малых и средних предприятий (small and medium-sized enterprises, SMEs) - важное конкурентное преимущество в условиях индивидуализации и кастомизации производства, когда потребитель является непосредственным участником процесса создания товаров.

Специфику ПКП составляет отсутствие острой необходимости выноса производства на аутсорсинг. Однако, тенденцией последних лет стало увеличение объёмов выпуска парфюмерно-косметической продукции, произведённой на контрактной основе. В 2018 г. этот показатель составил порядка 4% общего объёма продаж товаров отрасли; прогнозируется, что к 2025 г. он вырастет до 9-10%. Вследствие развития коммерческих взаимоотношений типа B2B (business to business – «бизнес-для-бизнеса») значительно повысилась конкурентоспособность SMEs, которые становятся важными контрактными производителями. В настоящее время контрактное производство в ПКП активно развивается в первую очередь за счёт развивающихся стран (на развивающиеся государства Азии приходится около 30% мирового контрактного производства в ПКП в стоимостном выражении; в 2015 г. южнокорейские фирмы Kolmar Korea и Cosmax стали крупнейшими в мире контрактными парфюмерно-косметическими производителями, обогнав бессменного лидера – итальянский Intercos).

Постепенный рост масштабов контрактного производства стал результатом углубления производственной специализации фирм. Частный случай этих изменений - образование межфирменных стратегических альянсов различных уровней для реализации совместных проектов, как исследовательских, так и коммерческих. К примеру, важный тренд в развитии ПКП - производство ТНК (L' Oréal, Clarins, Coty, Shiseido и др.) косметики и парфюмерии на контрактной основе для Домов мод (Dolce & Gabbana, Gucci,

Hugo Boss, др.) и брендов одежды (Adidas, Puma, Diesel, др.). В среднем, у крупнейших парфюмерно-косметических ТНК на долю производства, вынесенного на аутсорсинг, приходится 25-30%, в стоимостном выражении.

3. На пространственное поведение ТНК во многом оказывают влияние страновое происхождение, а также «эффект соседства». В географической структуре распределения реализованных стратегий просматривается зависимость использования той или иной формы экспансии от уровня технологичности сегмента, размещаемого в стране инвестирования. В развитых государствах основной используемой формой экспансии являются сделки по слиянию и поглощению (СиП), в развивающихся – «гринфилд-инвестиции» и совместные предприятия (СП).

В работе проведен анализ 156 конкретных случаев по реализованным стратегиям экспансии крупнейших ТНК (топ-10) по странам мира за период с 2010-2016 гг. и дана соответствующая классификация стратегий по виду и степени участия капитала (табл. 2).

Таблица 2

Реализованные формы экспансии крупнейших ТНК (топ-10), специализирующихся на выпуске парфюмерно-косметической продукции, 2010-2016

Форма экспансии	Национальная принадлежность рынка										Итого случаев
	США	Западная Европа	ЦВЕ	БСС	Китай	ЮВ, Ю и В Азия	Япония	Ближний Восток	Латинская Америка	Прочие	
С осуществлением ПИИ											146
Совместные предприятия (СП)	1	2	-	-	2	4	1	4	1	2	17
Гринфилд-инвестиции ²	3	-	2	4	10	23	5	5	12	5	69
из них производство	2	-	1	4	5	18	3	5	10	4	52
из них НИОКР	1	-	1	-	5	5	2	-	2	1	17
Сделки по слиянию и поглощению (СиП)	33	8	-	1	2	3	1	4	7	1	60
Без осуществления ПИИ											10
Стратегические альянсы (СА)	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2
Контрактное производство (СМО-производство)	1	1	-	-	1	2	-	-	-	1	6
Контрактные исследования (CRO-производство)	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2
Экспорт	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Составлено на основе расчётов автора.

Из всех реализованных стратегий 93% являлись *стратегиями с осуществлением прямых иностранных инвестиций (ПИИ)*. В развитых странах по причине наукоёмкости

² Гринфилд-инвестиции (англ. greenfield investment) – капиталовложения в создание нового производственного предприятия, офисного центра и т.д. – инвестиции с нулевого цикла (в отличие от покупки или поглощения уже существующего предприятия).

отрасли основной используемой формой экспансии ТНК являлись сделки СиП. Это может свидетельствовать о преобладании горизонтальной интеграции (формировании сетевой организационной структуры) и концентрации наукоёмких производств в промышленно развитых странах. Целью сделок СиП, помимо территориальной экспансии и ассортиментного расширения продуктового портфеля, является приобретение накопленных знаний других фирм. Подтверждением сказанному служит тот факт, что 70% всех рассмотренных стратегий СиП были реализованы на территории развитых стран, из которых более 50% - на территории США. В развивающихся странах основной формой экспансии являлись «гринфилд-инвестиции» и СП (что во многом связано как с высокими рисками для ТНК, так и с государственными требованиями регионального размещения). Вместе с тем, всё больше набирает обороты практика контрактного производства – 4 из 6 стратегий СМО-производства были реализованы в развивающихся странах.

Анализ географической структуры распределения реализованных стратегий экспансии показал, что среди ТНК, в целом, наибольшее внимание сконцентрировано на США (27,6% всех сделок) и Китае (17% всех сделок) (рис. 3). Однако, в последние годы всё большую привлекательность для ТНК приобретают страны Южной и Юго-Восточной Азии (36,5% всех сделок) и Латинской Америки (24% всех сделок).

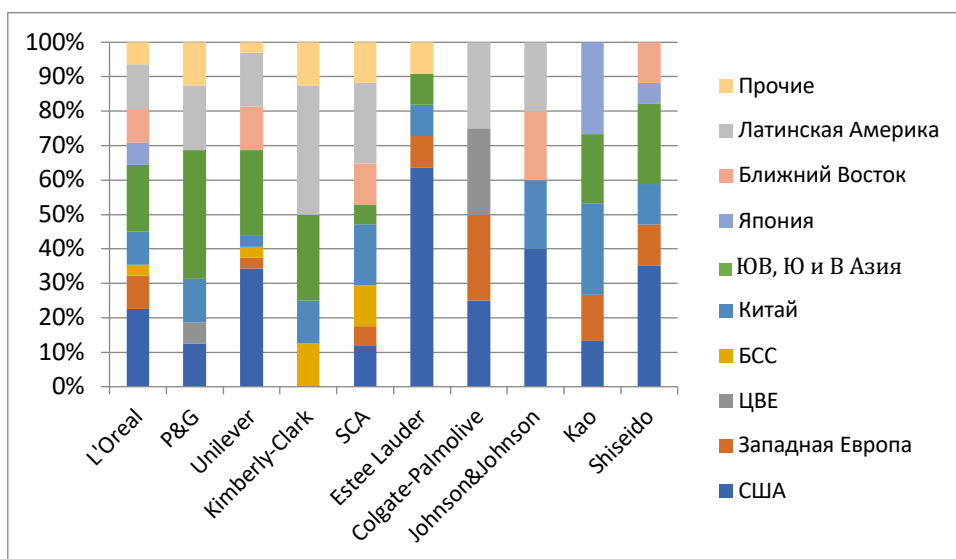


Рис. 3. Распределение реализованных стратегий экспансии топ-10 парфюмерно-косметических ТНК по регионам мира, 2010-2016.

Составлено на основе расчётов автора.

Страновая принадлежность оказывает влияние на пространственные стратегии ТНК, которые, по мысли Е.А. Гречко (2005), являются «проводниками управленческих достижений, выработанных в рамках региональных моделей управления». В связи с тем, что американские ТНК преимущественно производят стандартизированные товары для массового потребления (экономия на масштабе), они активнее осуществляют размещение

своих активов за рубежом (в первую очередь в развивающихся странах в форме «гринфилд-инвестиций» и СП). Японские и европейские ТНК преимущественно специализируются на производстве разнообразной сравнительно дорогостоящей продукции. Как следствие, они чаще реализуют стратегии СиП и ориентированы на рынки развитых стран. Исключением являются британские компании (на примере британско-нидерландской ТНК Unilever), для которых характерен американский стиль управления.

В распределении реализованных стратегий экспансии по регионам мира во многом проявляется «эффект соседства» - исследованный А.В. Кузнецовым (2008) феномен, который, помимо географической близости, подразумевает наличие экономических, социальных, исторических и других факторов, оказывающих влияние на выбор зарубежных инвесторов мест размещения капитала. Так, для японских ТНК характерно размещение большинства своих ПИИ в рамках домашнего региона или США, что связано с влиянием фактора «трения пространства», а также с осведомлённостью об условиях ведения бизнеса, со сходной правовой средой (в рамках АТЭС) и т.д. В азиатском регионе японские компании преимущественно используют стратегии СП и «гринфилд-инвестиции», а в США – СиП, что указывает как на зависимость от технологичности сектора («покупка знаний»), так и от степени географической близости: СиП обеспечивает более лёгкое и быстрое проникновение на зарубежный рынок. Тот же тренд прослеживается и в Западной Европе: около половины всех стратегий были реализованы европейскими компаниями. В странах бывшего Советского Союза (БСС) 80% всех реализованных стратегий приходится на европейские компании, тогда как в Латинской Америке более 35% стратегий - на американские компании.

В распределении реализованных стратегий экспансии ТНК находит подтверждение теория «диффузии инноваций» Т. Хагерстранда (1967). В Северной и Латинской Америке «очагом» инноваций в ПКП являются США, в Европе – Франция, Германия, Великобритания, Швейцария, в Азии – Япония (недавно к ней присоединилась Республика Корея, где отрасль начала развиваться под влиянием Японии, а сейчас перешла на новый этап своего развития).

Частный случай экспансии ТНК на зарубежные рынки - освоение удалённых регионов через осуществление ПИИ в одной конкретной стране, где ведение бизнеса оказывается для компаний максимально комфортным и эффективным. Так, до 2010-х гг. освоение Юго-Восточной и Восточной Азии осуществлялось через экспансию на китайский рынок. В настоящее время ТНК открывают в Китае НИОКР-центры, а для размещения производства всё чаще выбирают Индонезию. Освоение Южной Азии велось через Индию, Латинской Америки – через Бразилию (в настоящее время растёт инвестиционная

привлекательность Колумбии). Экспансия ТНК на Ближний Восток осуществлялась через Египет, который в настоящее время в большей степени ориентируется на удовлетворение спроса на рынках Африки; ТНК же сместили фокус внимания на ОАЭ и Турцию. В указанной тенденции находит подтверждение теория «жизненного цикла продукта».

4. С расширением географии ПКП происходят изменения в географии внешней торговли продукцией отрасли. Специфика современного международного разделения труда (МРТ) в ПКП заключается в росте доли развивающихся стран в группе нетто-экспортёров, тогда как роль многих «классических» лидеров отрасли постепенно начинает снижаться.

Вплоть до 1995 г. стран с международной специализацией на парфюмерно-косметическом производстве в мире было крайне мало. В большинстве своём 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. больше половины нетто-экспортёров товаров ПКП относились к развивающимся государствам.

Помимо появления новых участников парфюмерно-косметического рынка, отмечается значительное увеличение числа стран - нетто-экспортёров. Внутриотраслевая 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 - формирование схожей производственной специализации у государств в пределах одного и того же региона. Если в 1990 г. к странам нетто-экспортёрам парфюмерии и косметики относились лишь 8 стран (США, страны Западной Европы, Индия, Бразилия), то в 2018 г. в их рядах насчитывалось 24 страны – нетто-экспортёра, в т.ч. африканские страны (рис.4).

На фоне значительного расширения группы нетто-экспортёров парфюмерно-косметической продукции существенным образом поменялся её состав. В него 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, т.к. развивалась в основном благодаря притоку зарубежных инвестиций и внедрению иностранных технологий. В 2018 г. на долю стран-новичков пришлось 55% общего экспорта стран - нетто-экспортёров, который составил 71% от мирового экспорта

парфюмерно-косметической продукции. На долю развивающихся стран – нетто-экспортёров пришлось более 16% общего экспорта стран - нетто-экспортёров.

Одна из причин изменений в географии внешней торговли продукцией ПКП - трансформация её товарной структуры. Если на начальных этапах развития отрасли развивающиеся страны выступали преимущественно в качестве поставщиков сырья, то в настоящее время – в качестве экспортёров готовой продукции. Так, за период с 1990 по 2018 гг. доля экспорта сырья и полупродуктов в общем объёме 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 наукоёмкую продукцию (постиндустриальное общество), параллельно смещая производство товаров, выпускаемых при помощи устаревших технологий, в развивающиеся страны.

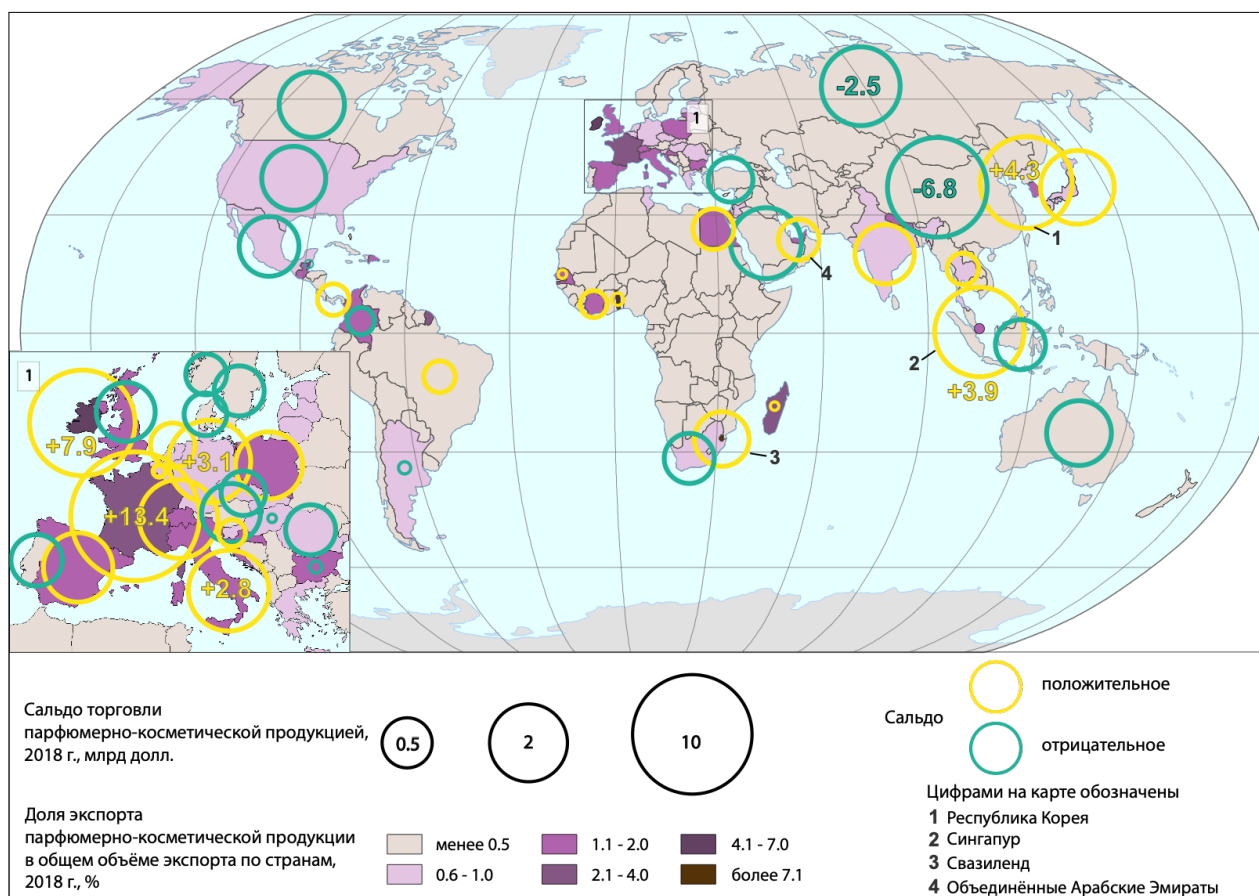


Рис. 4. Внешняя торговля парфюмерно-косметической продукцией по ряду стран мира (2018).

Рассчитано автором по данным: UN Commodity Trade.

5. В мировой ПКП на основе показателей объёмов производства, специализации на различных этапах ЦДС, инновационности отрасли были выделены три основных

типа стран: 1) с комплексным характером развития ПКП, 2) с фрагментированным характером развития ПКП и 3) с единичными элементами ПКП.

В работе была проведена типология стран мира по характеру развития ПКП (рис. 6). В основу типологии заложены следующие показатели: 1) суммарный объём производства парфюмерно-косметической продукции (сырьё, полупродукты и готовая продукция) в рассматриваемой стране (млрд долл., 2016); 2) значение индекса выявленного сравнительного преимущества (RCA_c) 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 объёме продаж продукции отрасли.

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

Применение в работе кластерного анализа методом k -средних³ с использованием данных RCA позволило выделить 5 кластеров (подтипов) стран (рис.5).

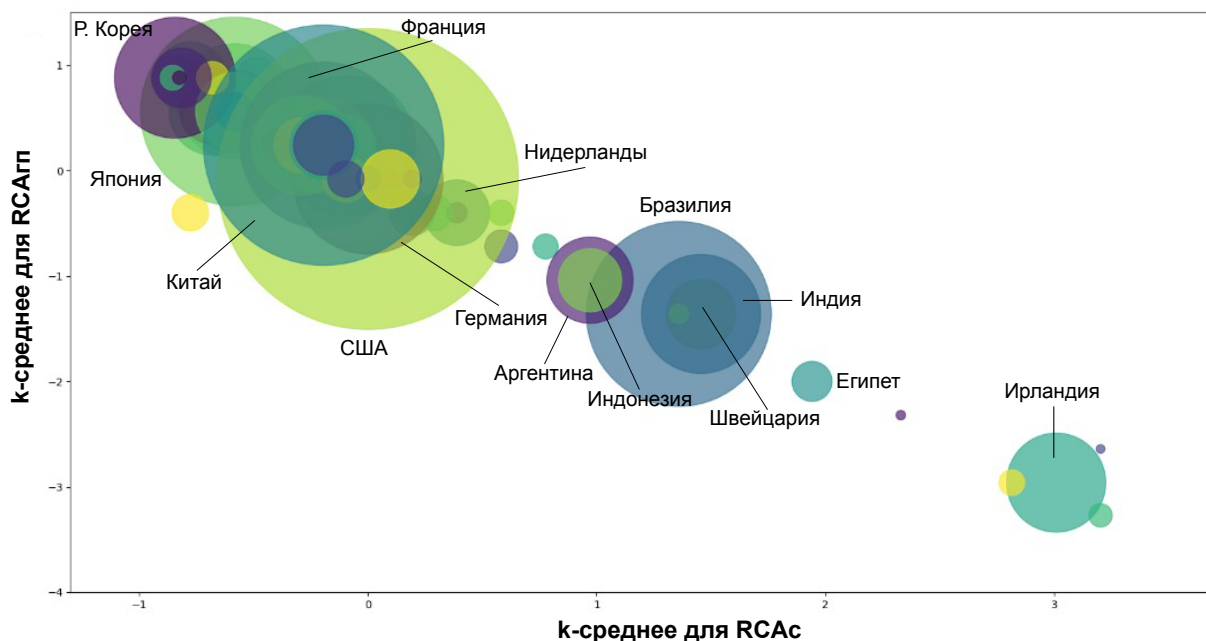


Рис. 5. Международная специализация стран на парфюмерно-косметической продукции

Примечание: площадь пунсонов соответствуют объёмам парфюмерно-косметического производства страны, 2016 г.

Составлено автором.

По характеру развития ПКП были выделены следующие типы стран:

1. Страны с комплексным характером развития ПКП (неярко выраженная ориентация в рамках ЦДС) – лидеры, на территории которых сосредоточена большая часть

³ Метод k -средних – алгоритм кластеризации, основанный на минимизации суммарных квадратичных отклонений точек кластеров от центроидов (средних координат) выбранных кластеров.

мирового выпуска парфюмерно-косметической продукции (40% мирового объёма выпуска; для каждой страны доля объёма производства парфюмерно-косметической продукции от общего мирового объёма – более 1%) и сконцентрировано наукоёмкое производство (доля затрат на НИОКР в отношении к объёму производства продукции более 2%). Компании этих стран занимают ведущие позиции на мировом рынке производства высокотехнологичного сырья и готовой продукции (развивают всю цепочку производства). Яркие примеры – США, Франция, Германия, Великобритания. Среди стран-«лидеров» отмечается специализация на поставках полупродуктов (Нидерланды и Швейцария) во многом за счёт внутрикорпоративных поставок.

2. *Страны с фрагментированным характером развития ПКП*, в которых отрасль показывает стабильно высокую динамику роста объёмов производства (для каждой страны доля объёма производства парфюмерно-косметической продукции от общего мирового объёма – более 1%). В странах этого типа представлены некоторые составляющие ПКП. Национальные компании специализируются на отдельных звеньях ЦДС различных товарных категорий. Отсутствие прочих звеньев компенсируется за счёт импорта из стран-лидеров с комплексным развитием ПКП или из стран с фрагментированным характером развития ПКП, обладающих полной производственной цепочкой для создания необходимой стране-импортёру товарной категории. Ввиду различий во внутриотраслевой специализации стран, а также в уровнях их социально-экономического развития были выделены следующие подтипы:

1) «производственные плацдармы» - государства, специализирующиеся на поставках менее наукоёмкой продукции на мировой рынок (доля затрат на НИОКР в отношении к объёму 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» со специализацией в МРТ а) на сырье и полупродуктах (Бразилия, Индия, Ирландия, др.) и б) на готовой продукции (Китай, Мексика, Россия, др.).

2) производители наукоёмкой продукции - развитые страны (преимущественное, постиндустриальные государства), не обеспеченные собственной сырьевой базой, обладающие инновационным характером развития ПКП (доля затрат на НИОКР в отношении к объёму производства продукции более 3%), ориентированные на внешний

рынок (Япония, Республика Корея, Бельгия, др.). Количество стран указанного подтипа невелико, т.к. основной объём НИОКР приходится на страны – «лидеры».

3. *Страны с единичными элементами ПКП*, отстающие от предыдущих типов по масштабам развития отрасли (для каждой страны доля объёма производства парфюмерно-косметической продукции от общего мирового объёма – менее 1%; доля затрат на НИОКР в отношении к объёму производства продукции менее 1%). На иностранные фирмы, обслуживающие рынки этих государств, приходится более 80% всех продаж товаров индустрии. Национальные компании, большинство из которых SMEs, реализуют свою продукцию на внутреннем рынке или выступают в качестве ритейлеров. Ввиду различий во внутриотраслевой специализации стран были выделены следующие подтипы:

- 1) малые производители со специализацией на сырье и полупродуктах в МРТ (Марокко, Эквадор, Парагвай, др.);
- 2) малые производители со специализацией на готовой продукции в МРТ (Болгария, Тунис, Вьетнам).

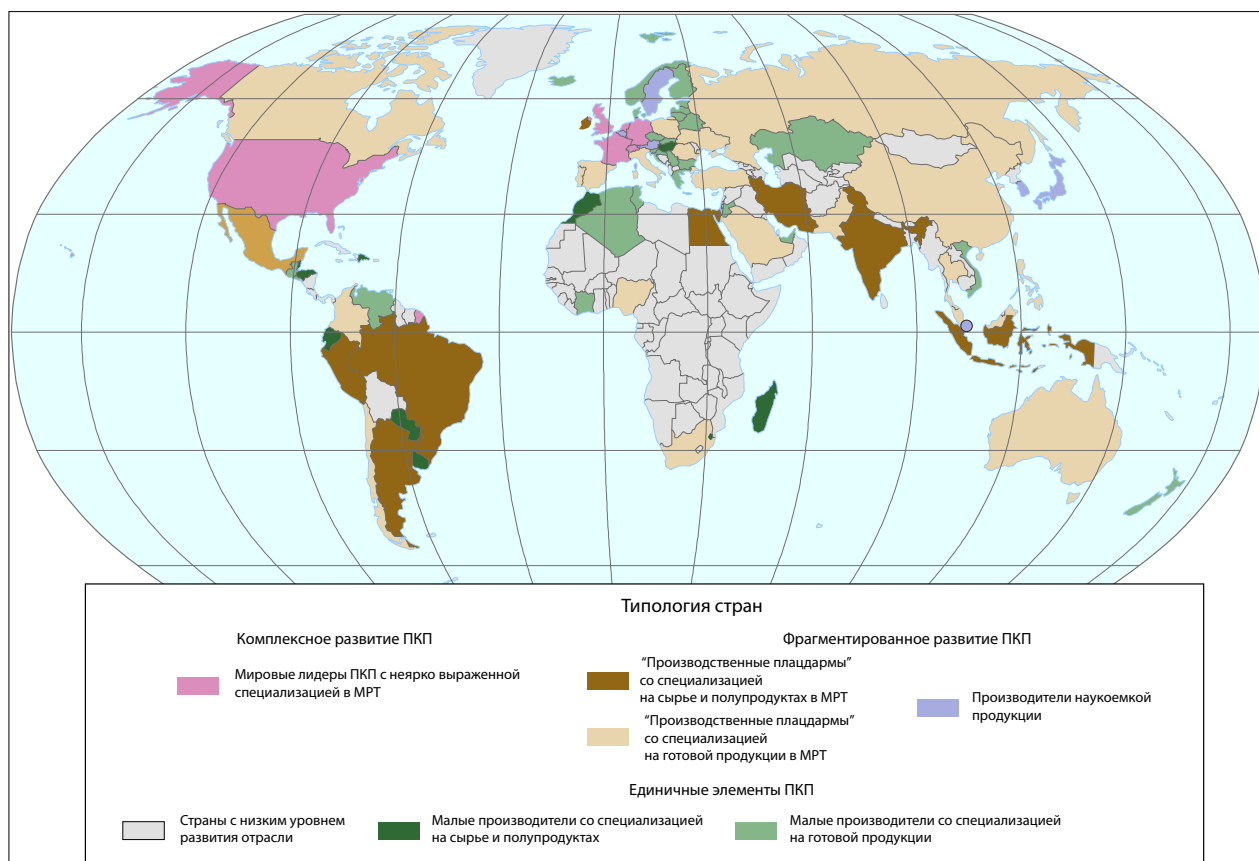


Рис. 6. Типология стран мира по характеру развития парфюмерно-косметической промышленности
Составлено автором.

6. По мере развития и трансформации межфирменных сетей в отрасли образуются территориальные общности – ареалы, обладающие уникальными

параметрами. В работе выделены 47 ареалов. Они подразделяются на три типа: 1) сырьевой тип, 2) тяготеющие к центрам НИОКР, сертификации и сбыта, 3) с торговой специализацией (производственные платформы).

Степень территориальной концентрации ПКП, в первую очередь, зависит от уровня технологичности сегмента отрасли. Главные факторы высокого уровня территориальной концентрации в высокотехнологичных сегментах (в ПКП - премиальный сегмент продукции) - жизненный цикл сегмента и высокий уровень локализации нового знания и инноваций. Размещение таких производств ориентировано на НИОКР. Производства низкотехнологичных сегментов (стандартизированной продукции для массового рынка) сохраняются в старопромышленных районах и размещаются в развивающихся странах, где отмечается повышение уровня научного потенциала.

В результате организации современного производства в глобальных ЦДС, а также эволюции моделей инновационного процесса на различных территориях формируются локальные сетевые узлы - кластеры, где происходят интенсификация кооперационных связей и углубление производственной специализации (рис.7). Географическое распределение стадий производства всё больше зависит от качества деловой среды на локальном уровне. Это стимулирует территории к борьбе за лучшую организацию процесса на конкретном этапе ЦДС. Образование кластеров позволяет им последовательно усиливать специализацию и, как следствие, приобрести уникальные сравнительные преимущества, что повышает их инвестиционную привлекательность. Таким образом, на конкурентоспособность национальных экономик всё больше оказывает влияние мезоэкономическая среда в регионах, где оперирует бизнес.

По мере развития и трансформации межфирменных сетей в кластерах сети начинают выходить за пределы локальных узлов, образуя *ареалы* отрасли (рис.8). На основе данных корпоративных источников, отчётов национальных парфюмерно-косметических ассоциаций, данных B2B-платформ о местоположении предприятий (всего около 22, 8 тыс. предприятий), а также исторического обзора ПКП каждого региона в работе были выделены основные ареалы и зоны концентрации мировой ПКП.

В исследовании учитывался размер предприятий по количеству работников, что позволило оценить «вес» каждого промышленного центра в конкретном ареале. Для выделения ареалов были отобраны ключевые регионы – Западная и Центрально-Восточная Европа, Северная Америка, Южная, Юго-Восточная и Восточная Азия, Латинская Америка, Северная Африка, ЮАР и Израиль, на которые приходятся более 90% мирового парфюмерно-косметического производства.

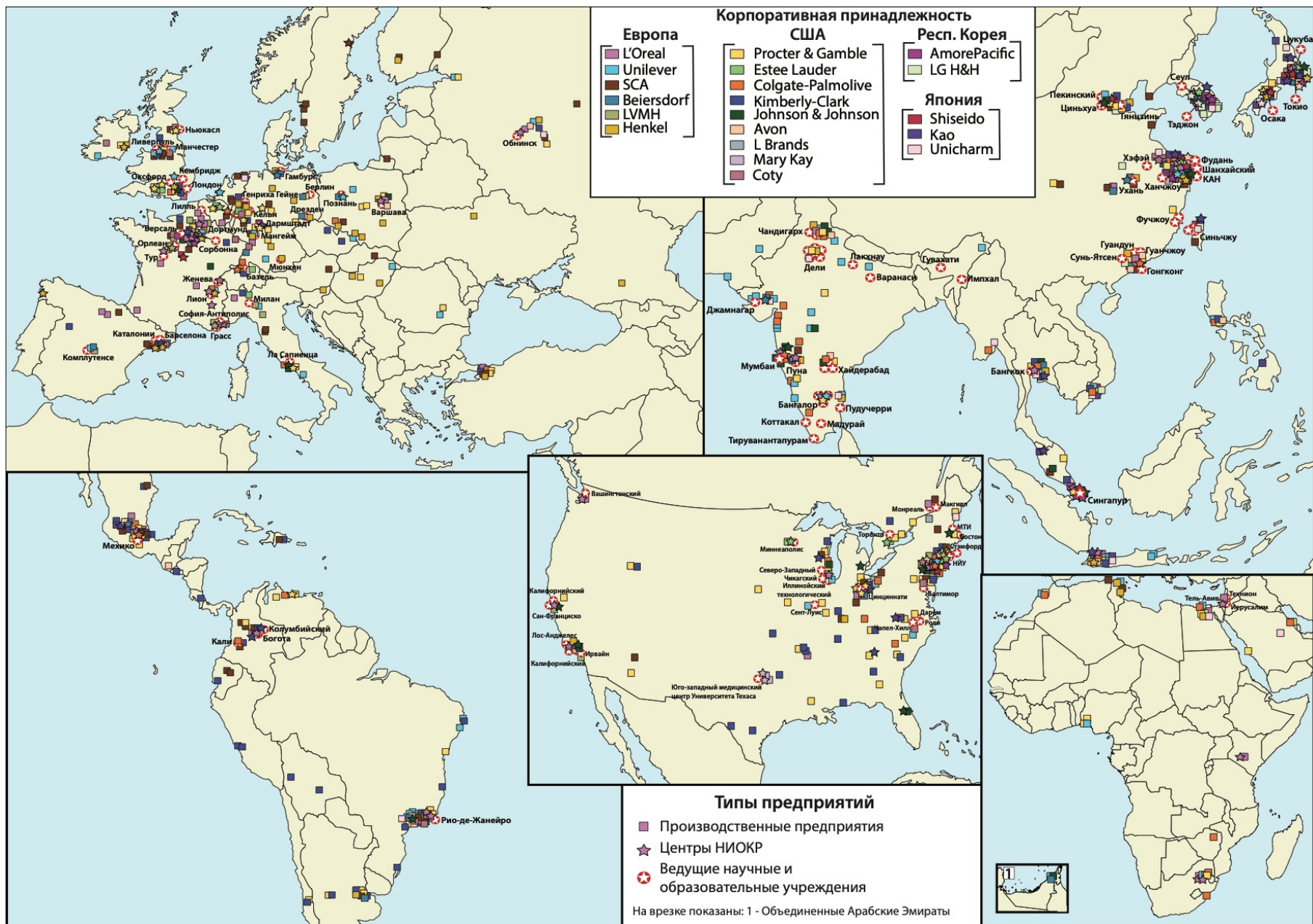


Рис.7. Размещение производственных предприятий крупнейших парфюмерно-косметических ТНК, 2017
 Составлено автором по данным корпоративной отчётности.

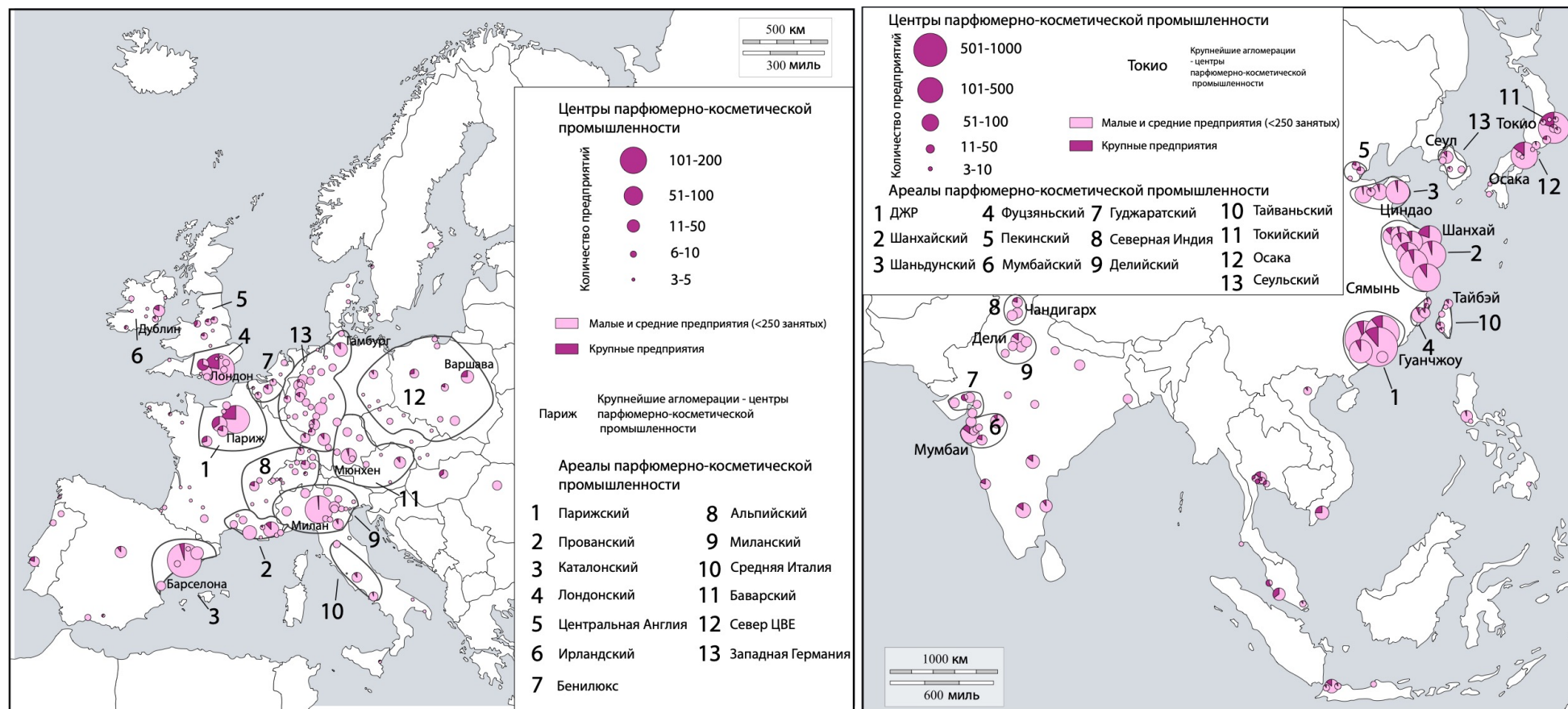


Рис. 8. Ареалы и центры парфюмерно-косметической промышленности Зарубежной Европы и Азии

Составлено автором по данным корпоративных источников, B2B-платформ, отчётов национальных парфюмерно-косметических ассоциаций.

В работе выделены 47 ареалов. Они подразделяются на три типа: 1) сырьевой тип, 2) тяготеющие к центрам НИОКР, сертификации и сбыта, 3) с торговой специализацией.

Ареалы сырьевого типа формируются на базе производственных агломераций (кластеров) типа «полицентричные сети малых и средних компаний» (Прованс, Средняя Италия). Фактор образования кластеров - трансформация территорий старого размещения отрасли. В кластере преобладают SMEs с чёткой региональной локализацией и с горизонтальными неформализованными связями, которые часто встроены в ТНК, придерживаются коллективных стратегий для «экономии на масштабах» и достижения «эффекта инновационного роста» (основывается на постоянном наращивании производительности и непрерывном появлении новаций).

Ареалы, тяготеющие к центрам НИОКР, сертификации и сбыта, как правило, образуются на базе двух моделей кластеров – индустриальных и инновационных. Фактор образования первой модели, доминирующей в развивающихся странах - поддержка новой отрасли в рамках кластерной политики (Делийский, Сеульский, др.). Нацеленность на взаимодействие связана с широкой задачей – подъёмом конкурентоспособности всего кластера. Вторая модель (разной степени зрелости) характерна для кластеров в постиндустриальных странах (принцип «тройной спирали» - взаимодействие государства, бизнеса и науки), где фактором их образования служат использование инновационного потенциала смежных отраслей и интенсификация кооперационных связей (Парижский, Лондонский, Мегалополис, др.). Благодаря поддержке государства такие производственные агломерации становятся кластерами мирового уровня. Мотив взаимодействия участников кластера – поддержание конкурентоспособности кластера.

Ареалы с торговой специализацией (производственные платформы) в зависимости от стадии экономического развития территории образуются на базе: 1) индустриальных комплексов с иерархичными связями или 2) территориальных инновационных кластеров. Активное участие правительства в формировании указанных моделей обусловлено максимальным ориентиром государства на привлечение ПИИ, а также зарубежных компаний и научных центров, способных создать новую кластерную группу. Первая модель кластеров работает в формате технопарков, функционирующих в режиме СЭЗ (Северная Индия, ДЖР, др.). Нацеленность на коллаборацию связана с узкими целями – индивидуальными выгодами участников. Вторая модель организована по принципу «тройной спирали» и формируют динамичную инновационную систему (Шанхайский, Сингапурский, др.). Мотив взаимодействия участников кластера – подъём конкурентоспособности кластера.

На территории России были выделены 5 ареалов, из которых Северо-Кавказский и Юг Западной Сибири можно отнести к ареалам сырьевого типа, Поволжский и Южно-Уральский – к ареалам с торговой специализации (на базе индустриальных комплексов), Московский – к ареалам, тяготеющим к центрам-НИОКР, сертификации и сбыта (на базе индустриальных кластеров). В последнее время кластеры, на базе которых сформировались указанные ареалы, начинают приобретать черты инновационных, чему во многом способствовала государственная политика развития отечественной промышленности.

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

1. Развитие ПКП в постиндустриальную эпоху сопровождается расширением её географии и усилением позиций азиатского и латиноамериканского центров. Начиная с 1990-х гг. 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 ещё в большей степени опираются на достижения НТР (постиндустриальное общество). Основной ответ ТНК развитых государств на указанные вызовы рынка – постоянный выпуск новых запатентованных продуктов и выход на новые ненасыщенные рынки развивающихся стран. Эта тенденция иллюстрирует сложившуюся в отрасли дихотомию в виде креативного «Центра» с взыскательным потребителем и рутинной «Периферией» с развивающимися рынками.

2. Для обеспечения конкурентоспособности многие ТНК, производящие парфюмерно-косметическую продукцию, переходят к сетевым принципам организации. Одно из следствий этого процесса - рост контрактного производства в ПКП, в первую очередь за счёт стран «Полупериферии», национальные компании которых активно развивают собственное производство и НИОКР, постепенно приближая их к международным стандартам.

3. Происходит изменение факторов размещения ПКП. В настоящее время в условиях кастомизации и индивидуализации производства одна из основных целей размещения предприятий ТНК в развивающихся странах - интенсификация исследований 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).

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 - её диффузии из одного государства в соседние. При этом, ряд развивающихся стран из крупных нетто-экспортёров парфюмерно-косметической продукции стал её нетто-импортёрами: в 2018 г. Китай – 3-й крупнейший импортёр товаров отрасли.

5. В условиях постиндустриальной экономики в деятельности ТНК возрастает значение локальных условий, которые оказывают влияние на их пространственное поведение. Международная конкуренция и МРТ в ПКП постепенно смещаются с межстранового и межфирменного уровней на мезоуровень региональных экономик, в т.ч. на уровень локализованных кластеров, которые становятся основными элементами территориальной структуры современной отрасли. С одной стороны, кластеры способствуют повышению инвестиционной привлекательности территорий, где они возникают, с другой стороны, позволяют повысить конкурентоспособность инвесторов. Выявлены процессы усиленной территориальной концентрации, происходящие под влиянием рассмотренных факторов, на базе чего формируются ареалы ПКП.

СПИСОК ОСНОВНЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в рецензируемых изданиях из перечня ВАК

1. **Гладенкова Т.А.** Внешняя торговля парфюмерно-косметической продукцией: ключевые сдвиги в географии в конце XX - начале XXI века // Вестник Московского Университета. Серия 5: География. - 2018. - №2. - С. 34-42.
2. **Гладенкова Т.А.** Транснационализация парфюмерно-косметической промышленности: движущие силы и территориальные сдвиги в отрасли // Региональные исследования. - 2017. - №3 (57). - С. 61-70.
3. **Гладенкова Т.А.** Географические аспекты изменений корпоративной структуры мировой парфюмерно-косметической промышленности // Географический вестник. – 2018. - №4 (47). – С. 33-44.

Статьи в прочих изданиях

4. **Гладенкова Т.А.** Международный рынок парфюмерно-косметической продукции: основные направления внешней торговли и перспективы развития – Материалы XXI Международной научно-практической конференции «Косметическая индустрия: взгляд в будущее» - М.: Школа косметических химиков, 2016.
5. **Гладенкова Т.А.** Экспортная торговля парфюмерно-косметической продукцией: особенности географии и перспективы развития – Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2017» / Отв. ред. И. А. Алешковский, А. В. Андриянов, Е. А. Антипов. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс, 2017.
6. **Гладенкова Т.А.** Процесс транснационализации парфюмерно-косметической промышленности: ключевые факторы и территориальные сдвиги в индустрии - Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2017» / Отв.

ред. И. А. Алешковский, А. В. Андриянов, Е. А. Антипов. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс, 2018.

7. **Гладенкова Т.А.** Процесс глобализации парфюмерно-косметической промышленности: основные тенденции и перспективы развития – InterCharm – парфюмерно-косметический портал [Электронный ресурс] - <http://www.intercharm.net/digest/index.phtml?id=1334> (23.03.2017)

8. **Gladenkova T.** Beauty and personal care transnationalization: main changes in its territorial structure. *GEOGRAPHY, ENVIRONMENT, SUSTAINABILITY*. 2020 (*в печати*).

9. **Gladenkova T.** World market of cosmetics and toiletries: main trends of international trade. CosmeticsDesign – Europe [Электронный ресурс] - <http://www.cosmeticsdesign-europe.com/Market-Trends/World-market-of-cosmetics-and-toiletries-main-trends-of-international-trade> (05.04.2017)

СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. Парфюмерно-косметическая промышленность (ПКП) как объект экономико-географического исследования

- 1.1. Состав и производственная структура ПКП, её технико-экономические особенности и характеристика факторов размещения
- 1.2. Теоретические основы изучения территориального развития ПКП
- 1.3. Историко-географический анализ развития мировой ПКП

ГЛАВА 2. Территориально-организационная структура мировой ПКП в постиндустриальную эпоху

- 2.1. Основные сдвиги в корпоративной структуре мировой ПКП и её ключевые акторы
 - 2.1.1. Формирование глобальных корпоративных сетей в ПКП, их структура и типы
- 2.2. Региональные стратегии ТНК и их воздействие на географию отрасли
- 2.3. Основные тенденции территориального развития макроекономической ПКП
- 2.4. Особенности современного международного разделения труда (МРТ) в ПКП
 - 2.4.1. Типология стран мира по характеру их участия в МРТ в ПКП

ГЛАВА 3. Современные особенности территориального развития ПКП стран мира на мезоуровне

- 3.1. Методологические основы выделения отраслевых ареалов
- 3.2. География ПКП регионов мира
 - 3.2.1. География ПКП Зарубежной Европы
 - 3.2.2. География ПКП Северной Америки
 - 3.2.3. География ПКП Азии
 - 3.2.4. География ПКП Латинской Америки
 - 3.2.5. География ПКП Африки
- 3.3. География ПКП России: особенности развития и размещения отрасли

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ