

Процесс транснационализации парфюмерно-косметической промышленности: ключевые факторы и территориальные сдвиги в индустрии

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

Вплоть до конца XX в. основными производителями и потребителями парфюмерно-косметической продукции являлись развитые страны. Однако уже к концу XX в. в связи с активным инвестированием ТНК в парфюмерно-косметическую промышленность развивающихся стран последние громко заявили о себе как о поставщиках продукции отрасли: в 2000 г. почти половина нетто-экспортеров товаров парфюмерно-косметической промышленности относились к развивающимся государствам; а также продемонстрировали активный рост спроса на товары отрасли (в 2015 г. на долю стран Азиатско-Тихоокеанского региона пришлось порядка 35% мирового потребления парфюмерно-косметической продукции (против 20% в 2000 г.).

В сравнении с другими отраслями парфюмерно-косметическая промышленность не обладает высоким потенциалом для транснационализации (продукция отрасли характеризуется высокой транспортабельностью, а снижение и отмена таможенных тарифов способствовали увеличению объемов торговли товарами индустрии). Тем не менее тенденция к ее вовлечению в этот процесс становится все более очевидной.

В этой связи представляется актуальным рассмотрение двух ключевых вопросов: 1) в чем проявляется транснационализация парфюмерно-косметической отрасли и 2) каковы ее основные причины, формы и следствия. Для достижения поставленной цели был проведен анализ изменений объемов производства парфюмерно-косметической продукции по странам мира за период с 1990 по 2015 гг., а также анализ объемов продаж крупнейших производителей товаров отрасли за период с 1977 по 2015 гг. и их стратегий организации производства за период с 1920 по 2016 гг.

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы.

В ходе транснационализации отрасли произошла существенная эволюция ТНК: если на первых этапах развития многонациональные компании были ориентированы на сырьевые ресурсы менее развитых стран, то последнее время они активно взаимодействуют с местными властями государств, куда происходит «дрейф» производства, в целях адаптации своих производственных систем к местным условиям, вовлекая в них «домашние» фирмы. Параллельно наблюдается процесс перемещения сферы НИОКР в развивающиеся регионы в центры с высоким научным потенциалом.

По мере возрастания технологического и кадрового потенциала наиболее индустриализированных развивающихся стран, а также в процессе повышения в них производственных издержек одной из возможных стратегий развития деятельности ТНК является перемещение парфюмерно-косметического производства в страны с более низким уровнем технико-экономического развития, среди которых беднейшие страны Юго-Восточной Азии, Южной Америки, а также страны Африки.

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.