

Секция «43.21 Стратегический менеджмент: от классики управленческой мысли к современным вызовам»

## Сравнительный анализ рыночной власти и структуры доминирования на мировом и российском рынках косметических средств

Заявка № 1669538

### Введение

В 2024 году объем мирового рынка косметики составил ~336 млрд \$ (данные Fortune Business Insights), в то время как российский рынок, по оценкам BusinessStat, составил около 1,11 трлн [U+20BD] (эквивалент ~12 млрд \$). В условиях глобальной конкуренции и локализации производства актуальным становится вопрос о структуре рыночной власти и степени схожести российского рынка косметики с мировым [1, 3, 4].

*Цель исследования* — выявить ключевые тренды в динамике рыночной власти ведущих игроков и провести сравнительный анализ уровня доминирования на мировом и российском рынках косметических средств.

*Объект исследования* — глобальный и российский рынки косметической продукции.

*Предмет исследования* — специфика конкуренции и уровня доминирования на мировом и российском рынках косметических средств.

*Научная проблема* заключается в определении характера рыночной структуры: являются ли рассматриваемые рынки высококонкурентными, либо на них можно выявить ограниченную группу доминирующих транснациональных корпораций. Кроме того, ставится вопрос о степени схожести российского рынка с глобальным.

### Материалы и методы

Для анализа использовались индекс Герфиндаля-Хиршмана (НИ) и матрица SV (Strength/Variety), позволяющая оценить динамику конкурентной среды и выявить наличие доминирующего ядра [2].

Информационную базу исследования составили данные международных и отраслевых аналитических агентств. Показатели продаж ведущих мировых производителей косметики получены из ежегодных рейтингов WWD Beauty Inc. Объем рынка мировой косметики по годам был взят согласно данным Fortune Business Insights. Данные по российскому рынку взяты из отчетов BusinessStat. Исследование охватывает период с 2020 по 2024 год.

### Результаты

Анализ динамики рейтингов выявил небольшие различия в структуре рынков. На глобальном уровне наблюдается устойчивое лидерство TOP-4 (L'Oréal, Unilever, Estée Lauder, Procter & Gamble) при высокой ротации и конкурентной борьбе среди компаний, занимающих позиции ниже в рейтинге (рис. 1). В то время как на российском косметическом рынке наблюдаются неизменные позиции ТОП-2 (Procter & Gamble и Lab Industries, бывш. Henkel), конкуренция между собой у 3-5 мест в рейтинге, а также усиление конкурентной борьбы у компаний, занимающих более низкие позиции в рейтинге (рис. 3).

Применение матрицы SV показало, что на мировом рынке доминирующее ядро было выявлено только в 2020-2022 годах (рис. 2), причем сначала выделялась «доминирующая» группа из 20 компаний, что подчеркивает жесткий характер конкуренции между этими игроками, а в 2022 году, когда четыре лидера аккумулировали свыше 32% рынка, доминирующее ядро составило 4 компании. Ключевой особенностью стало то, что дифференциация внутри «большой четверки» приблизилась к значению (0,1) из-за чего отрасль стала близка к квадранту I, что свидетельствует о формировании существенной рыночной власти компании L'Oréal (с долей 14% рынка) по сравнению с остальными. В России доминирующее ядро из 5 компаний фиксировалось на всем протяжении исследования (рис. 4), контролируя от 36% до 49% рынка. При этом разрыв между лидером (P&G) и вторым

номером (Lab Industries) остается стабильным и составляет около 2 процентных пунктов, в то время как на мировой арене L'Oréal все больше отрывается от конкурентов.

### **Выводы**

Проведенное исследование подтверждает гипотезу о многоуровневой структуре как мирового, так и российского косметических рынков: Первый уровень — зона стабильного доминирования глобальных гигантов, чьи позиции в рейтинге остаются неизменными на протяжении всего периода. Второй уровень — зона высокой турбулентности и интенсивной конкуренции среди остальных игроков за попадание в число лидеров.

Несмотря на глобализацию, российский рынок демонстрирует уникальную структуру: в отличие от общемировой «большой четверки», здесь сформировалось устойчивое доминирование двух компаний (P&G и Lab Industries) при сохранении общего числа лидеров в «яде» (5 компаний).

Перспективы дальнейших исследований связаны с изучением стратегий преодоления барьеров входа в доминирующую группу, а также с изучением долгосрочного влияния трендов на структуру рыночного доминирования как на российском, так и на мировом рынках косметических средств.

### **Источники и литература**

- 1) Марков Н.И., Трещеткина Л.С. Косметические средства как товарная группа российского фармацевтического рынка: анализ конкуренции и уровня доминирования. // ФАРМАКОЭКОНОМИКА. Современная фармакоэкономика и фармакоэпидемиология. 2025. Т. 18, № 2. С. 232–247. 10.17749/2070-4909/farmakoeconomika.2025.297
- 2) Щелокова С. В., Вертоградов В. А. Матрица SV: инструмент стратегического конкурентного анализа для оценки уровня доминирования // Вестник Московского Университета. Серия 6. Экономика. 2021. № 6. С. 137–142. <https://doi.org/10.38050/0130010520216.7>
- 3) Liu Y. Beauty Brand's Marketing Strategy Routine in the Competitive Environment of the Cosmetics Industry // Finance & Economics. 2024. Vol. 1, № 10. 10.61173/j34d5498
- 4) Ustymenko R. Trends and innovations in cosmetic marketing // Economics & Education. 2023. Vol. 8, № 3. P. 12–17. 10.30525/2500-946X/2023-3-2

### **Иллюстрации**

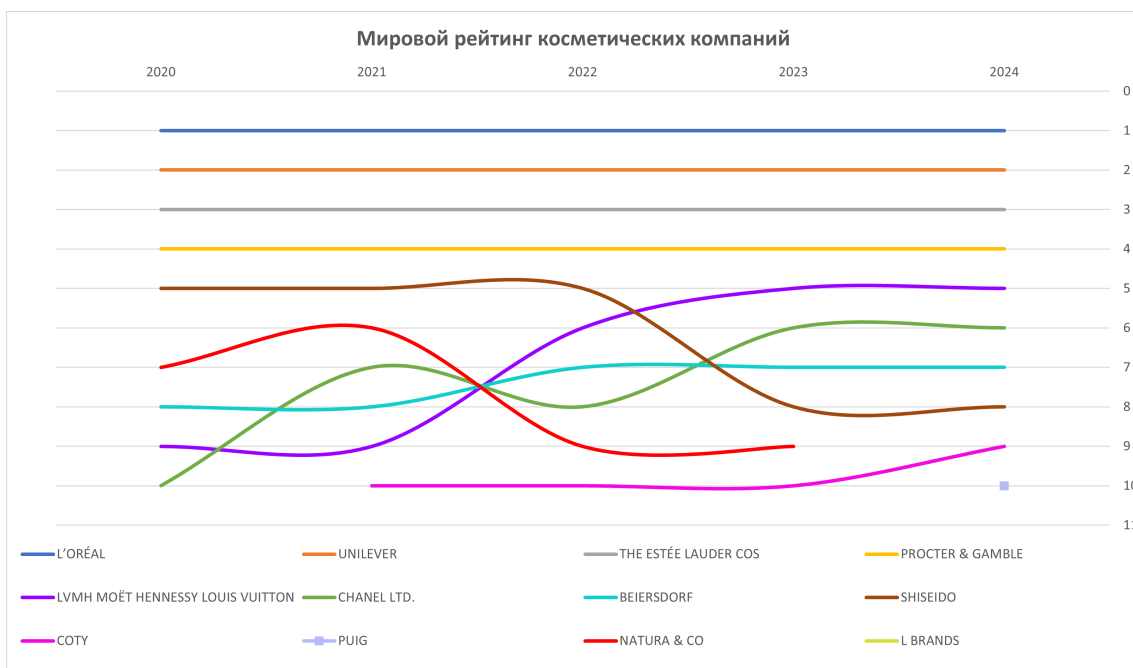


Рис. : Мировой рейтинг косметических компаний



Рис. : Матрица SV для мирового рынка косметики

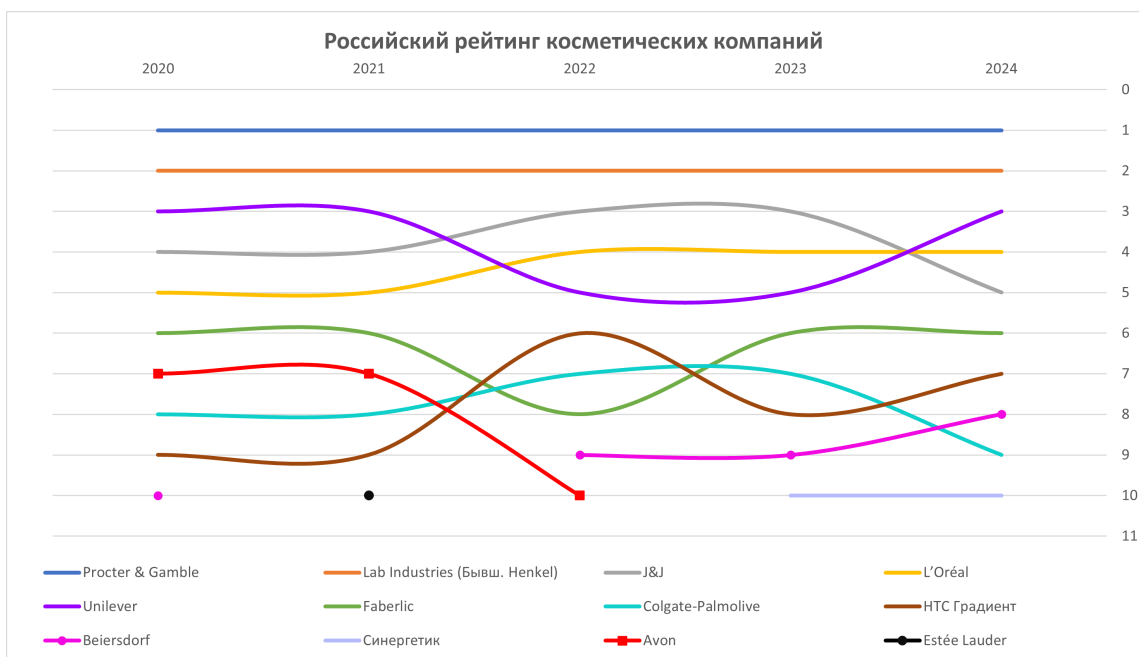


Рис. : Российский рейтинг косметических компаний

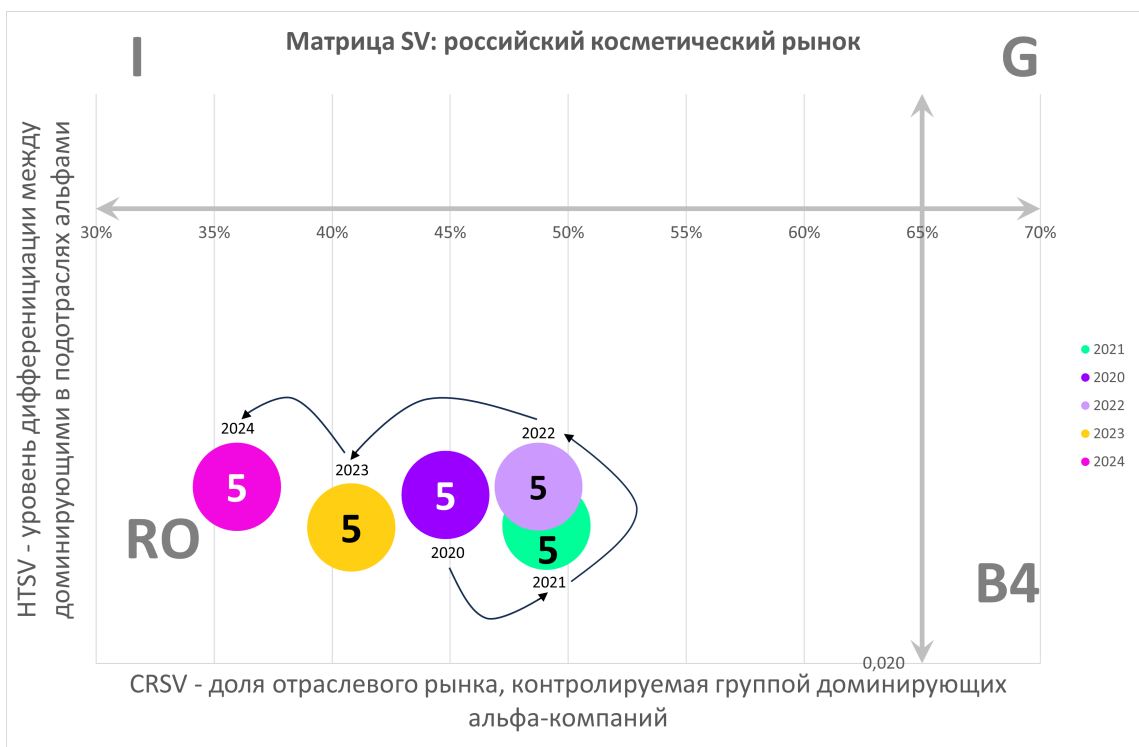


Рис. : Матрица SV для российского рынка косметики