

**ЛАПИН Андрей Викторович** – кандидат политических наук, доцент; директор программы Института государственной службы и управления РАНХиГС при Президенте РФ (119571, Россия, г. Москва, пр-кт Вернадского, 82; lapin-av@ranepa.ru); <https://orcid.org/0000-0002-9663-3763>

**ИЛЬИЧЕВ Михаил Валерьянович** – ведущий инженер лаборатории компьютерного моделирования социально-экономических процессов Центрального экономико-математического института Российской академии наук (117418, Россия, г. Москва, Нахимовский пр-кт, 47; gefest95@inbox.ru)

**ЧАЙКОВСКАЯ Ирина Сергеевна** – аспирант Института государственной службы и управления РАНХиГС при Президенте РФ (119571, Россия, г. Москва, пр-кт Вернадского, 82; shuleva@yandex.ru), <https://orcid.org/0009-0008-9038-5747>

## ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ СУВЕРЕНИТЕТ: ОПТИМИЗАЦИЯ В ПАРАДИГМЕ АГЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА (на примере парфюмерно-косметической отрасли)

**Аннотация.** В настоящей статье авторы анализируют взаимодействие государства и бизнеса в парфюмерно-косметической отрасли на современном этапе, уделяя особое внимание отраслевым индустриальным объединениям, являющимся «голосом» отрасли при взаимодействии с органами государственной власти. Учреждение отечественными производителями новой индустриальной ассоциации в 2022 г. позволило выстроить конструктивные взаимоотношения бизнеса и государства, тем самым создать благоприятные условия для развития отечественного парфюмерно-косметического производства и формирования национально ориентированного предпринимательского сообщества. Однако доминирование политической составляющей при принятии государственных решений, связанных с созданием преференциальных условий для отечественных производителей и, соответственно, введением ограничений для ТНК, импортирующих парфюмерно-косметическую продукцию в Россию из недружественных стран, в средне- и краткосрочном плане усложняет локализацию импортозамещающих производств в России. Из этого следует, что для достижения устойчивого технологического суверенитета страны в части обеспечения ее гигиенической безопасности необходимо оптимизировать ограничительные меры по отношению к парфюмерно-косметической продукции зарубежных ТНК таким образом, чтобы, с одной стороны, насытить наш рынок высококачественной продукцией, с другой – мотивировать отечественных производителей на выпуск конкурентоспособной парфюмерно-косметической продукции. В этой связи целесообразно внедрить в отрасли агентоориентированный подход, позволяющий оценивать различные сценарии взаимодействия государства и бизнеса при формировании политических решений с целью достижения технологического суверенитета в части гигиенической безопасности страны.

**Ключевые слова:** технологический суверенитет, агентоориентированный подход, гигиеническая безопасность, парфюмерно-косметическая отрасль, взаимодействие государства и бизнеса

*Научный проект «Региональное политическое управление: моделирование социально-политических и экономических процессов на основе агентоориентированного подхода» реализуется в Институте научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН по итогам отбора научных проектов, поддержанных Министерством науки и высшего образования РФ и Экспертным институтом социальных исследований (ЭИСИ).*

## Введение

Одним из наиболее вероятных сценариев развития мирового порядка, согласно мнению специального представителя Президента РФ по цифровому и технологическому развитию Д. Пескова, является приходящая на смену глобализации «островизация», т.е. обособление крупных техноэкономических блоков, одним из которых является Россия [Песков 2022]. Необходимым условием для построения собственного «острова» является наличие технологического суверенитета [Горячева, Мызрова 2023], под которым понимается возможность обеспечивать безопасность «острова» в широком смысле слова и его развитие [Песков 2022]. Одним из факторов достижения технологического суверенитета является производство на своей территории товаров первой необходимости [Песков 2022], к которым относятся некоторые виды парфюмерно-косметической продукции<sup>1</sup>.

Действительно, парфюмерно-косметическая продукция включает не только такие товары, как духи, туалетные воды и средства декоративной косметики, но и мыло, гигиенические моющие средства (шампуни, гели для душа и др.), средства гигиены полости рта, средства по уходу за кожей и пр.<sup>2</sup> Многие парфюмерно-косметические товары используются для удовлетворения ежедневных гигиенических потребностей населения, без чего немислимы поддержание здорового образа жизни и, соответственно, гигиеническая безопасность государства.

Парфюмерно-косметическая промышленность является ключевой отраслью химической индустрии [Гладенкова 2020], особое значение которой в достижении технологического суверенитета нашей страны было отмечено В.В. Путиным в приветственном слове к участникам международного форума «Ресурсы роста. Химия для жизни: государство и бизнес», прошедшего в Москве 27–29 марта 2024 г.<sup>3</sup>

Следовательно, развитие отечественной парфюмерно-косметической отрасли в целях обеспечения населения гигиеническими товарами первой необходимости способствует укреплению гигиенической безопасности государства и достижению технологического суверенитета как одного из факторов формирования образа будущего современной России.

## Современное состояние развития парфюмерно-косметической отрасли в России

Всего в Российской Федерации в качестве производителей парфюмерии и косметики зарегистрированы около 700 компаний различных форм собственности. Из них к крупным, с годовым оборотом более 2 млрд руб., относятся около 20 компаний («Арнест», «Диарси», «Компания Клевер», «Свобода», «Невская косметика», «Сплат-Косметика», «Фаберлик», «Юникосметик» и

<sup>1</sup> Рекомендуемый Перечень непродовольственных товаров, утвержденный распоряжением Правительства РФ от 27.03.2020 N 762-р.

<sup>2</sup> Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции». Принят Решением Комиссии Таможенного союза от 23.09.2011 N 799 «О принятии технического регламента Таможенного союза ТР ТС 009/2011 “О безопасности парфюмерно-косметической продукции”».

<sup>3</sup> Приветствие В. Путина участникам форума «Ресурсы роста». – *Ресурсы роста*. 25.12.2023. Доступ: <https://xn--80ajuhcjbbaibcnee13k.xn--p1ai/index.php/ru/resursy-rosta/privetstviya/putin-v-v> (проверено 13.07.2024).

др.<sup>1</sup>), остальные компании являются предприятиями малого и среднего бизнеса [Пучкова 2023].

Международные производители представлены такими компаниями, как *L'Oreal, Unilever, Colgate Palmolive, Beiersdorf, Johnson & Johnson, Procter & Gamble* и др. Многие из этих компаний полностью или частично локализовали производство продукции под своими торговыми марками на территории нашей страны (например, *L'Oreal, Unilever* и др.), в т.ч. путем контрактного производства.

Российский рынок парфюмерно-косметической продукции, несмотря на некоторые флуктуации, показывает устойчивую тенденцию к росту. По состоянию на 2022 г. его емкость составила более 317 млрд руб.<sup>2</sup> Если в 2021 г. доля отечественной продукции в объеме потребления составляла около 20%, то в середине 2023 г. – около 32%, прирост в 12% произошел за счет роста объема производства отечественных компаний (5%), а также за счет приобретения ими активов ушедших с рынка ТНК [Самойлов 2023].

Наблюдается рост доли продукции, импортируемой в Россию из стран, не являющихся недружественными<sup>3</sup> (далее – дружественные страны). Так, в 2021 г. из дружественных стран импортировалось 29% всего объема импортируемой продукции, а в 2022 г. – 45% (на импорт из недружественных стран приходилось 29% и 52% в 2021 и 2022 гг. соответственно) [Юрин 2023].

Отечественной отрасли, в свою очередь, удалось не только сохранить свои экспортные объемы за счет переориентации поставок на рынки дружественных стран, но и увеличить их долю [Середкина 2023], что обеспечило прирост объемов производства.

Необходимо также отметить, что такие международные компании, как *Coty (Wella)*<sup>4</sup>, *Henkel (Schwarzkopf)*<sup>5</sup> и др. продали свои производственные активы российским собственникам, а другие транснациональные корпорации огра-

<sup>1</sup> Стратегия развития парфюмерно-косметической промышленности Российской Федерации на период до 2030 года и плановый период до 2035 года (проект). 24.02.2022. Доступ: <https://acgi.ru/upload/idoocs/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F%20%D0%9F%D0%9A%D0%9F.pdf> (проверено 13.07.2024).

<sup>2</sup> В Российском экспортном центре отметили рост поставок косметики за границу. – *GxpNews*. 11.07.2023. Доступ: <https://gxpnews.net/2023/07/v-rossijskom-eksportnom-czentre-otmetili-rost-postavok-kosmetiki-za-graniczu/> (проверено 13.07.2024).

<sup>3</sup> Распоряжение Правительства РФ от 13.05.2021 N 1230-р (ред. от 02.08.2023) «Об утверждении перечня иностранных государств, совершающих недружественные действия в отношении Российской Федерации, граждан Российской Федерации или российских юридических лиц, в отношении которых применяются меры воздействия (противодействия), установленные Указом Президента РФ от 23.04.2021 N 243 «О применении мер воздействия (противодействия) на недружественные действия иностранных государств» с указанием количества физических лиц, которые находятся на территории Российской Федерации и с которыми дипломатическими представительствами и консульскими учреждениями, представительствами государственных органов и государственных учреждений указанных государств могут быть заключены трудовые договоры, договоры на предоставление труда работников (персонала) и иные гражданско-правовые договоры, на основании которых возникают трудовые отношения с физическими лицами, находящимися на территории Российской Федерации».

<sup>4</sup> Splat стал владельцем бывшего завода Wella. – *Shoppers.media*. 04.10.2022. Доступ: [https://shoppers.media/news/1948\\_splat-stal-vladelcem-byvsego-zavoda-wella](https://shoppers.media/news/1948_splat-stal-vladelcem-byvsego-zavoda-wella) (проверено 13.07.2024).

<sup>5</sup> Henkel закрыл сделку по продаже российских активов. – *Interfax*. 24.04.2023. Доступ: <https://www.interfax.ru/business/897373?ysclid=luh6itonj0622805912> (проверено 13.07.2024).

ничили поставки своей продукции из-за рубежа в Россию в рамках режимов «самосанкционирования», активно внедряемых штаб-квартирами ТНК в 2022 г. [Чайковская, Лапин 2023]. Это послужило дополнительным стимулом для развития отечественного производства и завоевания рынка отечественными компаниями.

Однако доля международных производителей на российском рынке парфюмерно-косметической продукции остается высокой. Так, согласно оценке аналитиков Промсвязьбанка, в целом она составляет около 70%, при этом в среднем и премиальном ценовых сегментах она выше средних значений, а в парфюмерных товарах достигает 90%<sup>1</sup>.

Еще одной характеристикой парфюмерно-косметической отрасли является ее высокая наукоемкость: по числу патентов отрасль уступает фармацевтике, но опережает пищевую промышленность; доля расходов на НИОКР составляет около 4–5% общего объема расходов производителей [Гладенкова 2020]. Относительно быстрое внедрение инновационных разработок в производство позволяет создавать новые рецептуры для удовлетворения разнообразных потребительских потребностей и обеспечивает конкурентное преимущество.

### **Индустриальные объединения – «голос» отрасли в диалоге с государством**

В настоящее время в России функционируют 3 индустриальных объединения производителей парфюмерно-косметической продукции. Это Российская парфюмерно-косметическая ассоциация (РПКА)<sup>2</sup>, Ассоциация производителей парфюмерии, косметики, бытовой химии и товаров гигиены (АППИКБХ)<sup>3</sup> и Национальный совет по парфюмерии, косметике и бытовой химии (Национальный совет)<sup>4</sup>.

РПКА, начавшая свою деятельность в 1995 г., объединяет в своем составе компании различной специализации, деятельность которых так или иначе связана с парфюмерно-косметической отраслью. Это и производители продукции (Арнест, Диарси Центр, Юникосметик, *MIXIT* и др.), и органы по сертификации (Парфюмтест), и производители сырья (Норкем, Милорада ПКФ, Интердисп и др.), и представители ритейла (Рив Гош), и др. Всего в ассоциации более 50 членов, подавляющее большинство из них являются российскими малыми и средними предприятиями, но есть и исключения (например, компании *Avon*, *Mary Kay* и др.).

Члены АППИКХ, основанной более 30 лет назад, являются исключительно производителями и импортерами парфюмерно-косметической продукции и продукции смежных отраслей (товары бытовой химии и товары гигиены). Большинство компаний – членов АППИКБХ являются российскими пред-

---

<sup>1</sup> Можем заменить: косметика. *Центр аналитики и экспертизы Промсвязьбанка по исследованиям потенциала импортозамещения отраслей российской экономики*. 07.06.2022. Доступ: <https://www.psbank.ru/-/media/Files/FinancialMarkets/analytics/MZ/Kosmetika.pdf> (проверено 13.07.2024).

<sup>2</sup> Направления деятельности РПКА. – *Официальный сайт Российской парфюмерно-косметической ассоциации*. Доступ: <https://rca.ru> (проверено 13.07.2024).

<sup>3</sup> Обассоциации. – *Официальный сайт Ассоциации производителей парфюмерии, косметики, бытовой химии и товаров гигиены*. Доступ: <https://apcohm.org/?ysclid=lucflu9oxd88760903> (проверено 13.07.2024).

<sup>4</sup> О нас. – *Официальный сайт Национального совета по парфюмерии, косметики, бытовой химии и товаров гигиены*. Доступ: <https://xn----7sbajpoipocsig5bs5c9eq.xn--p1ai/> (проверено 13.07.2024).

ставительствами ТНК (*Unilever, L'Oreal, Colgate, Johnson & Johnson* и др.), но есть среди них и отечественные компании (*Свобода, SPLAT, Faberlic*).

Национальный совет был учрежден в 2022 г. компаниями «Диарси» (*R.O.C.S.*), «Фаберлик» и «Арнест». В настоящий момент в объединение входят уже около 10 отечественных производителей парфюмерии, косметики и бытовой химии.

Цели деятельности РПКА состоят в работе над законодательными актами, определяющими функционирование отрасли, в т.ч. в работе над внедрением альтернативных методов тестирования (без использования тестов на животных) в целях подтверждения безопасности парфюмерно-косметической продукции<sup>1</sup>.

Основной целью АППИКХ является «создание благоприятной среды для развития производства и потребительского рынка парфюмерии, косметики, товаров бытовой химии и гигиены»<sup>2</sup>.

Национальный совет определил своей целью «увеличить долю российских компаний на парфюмерно-косметическом рынке страны»<sup>3</sup> и ограничил членство исключительно отечественными компаниями, в то время как в АППИКБХ и РПКА представлены как отечественные компании, так и представительства ТНК.

По всей видимости, основной причиной создания нового объединения являлась необходимость консолидации отечественных производителей для защиты своих интересов, в то время как для согласования интересов в других объединениях требуется поиск компромисса с представительствами ТНК и/или с большим числом компаний, представляющих другие сектора парфюмерно-косметической отрасли (не являющихся производителями готовой продукции). Поиск такого компромисса может занять дополнительное время, а может и являться недостижимым в принципе, в то время как экономические и логистические вызовы, вызванные санкциями западных стран, требовали сверхбыстрого реагирования со стороны производителей для обеспечения возможности продолжать производство продукции в 2022 г. Таким образом, необходимость защищать собственные интересы в условиях санкционного давления привела отечественных производителей парфюмерно-косметической продукции к созданию Национального совета. Довольно быстрый рост числа компаний-членов говорит о высокой заинтересованности отечественных производителей в консолидации в рамках специализированного индустриального объединения.

С нашей точки зрения, существующие индустриальные ассоциации не являются конкурирующими, поскольку они объединяют участников различных сегментов рынка, т.е. представляют различные группы интересов в диалоге с органами власти, тем самым способствуя формированию отраслевой политики на основе баланса интересов различных представителей отрасли.

---

<sup>1</sup> Цели, задачи, приоритеты РПКА. — *Официальный сайт Российской парфюмерно-косметической ассоциации*. Доступ: <https://psar.ru> (проверено 13.07.2024).

<sup>2</sup> Цели, задачи. — *Официальный сайт Ассоциации производителей парфюмерии, косметики, бытовой химии и товаров гигиены*. Доступ: <https://apcohm.org/?ysclid=lucflu9oxd88760903> (проверено 13.07.2024).

<sup>3</sup> Задачи ассоциации. — *Официальный сайт Национального совета по парфюмерии, косметике и бытовой химии*. Доступ: <https://xn----7sbajpoipocsig5bs5c9eq.xn--plai/> (проверено 13.07.2024).

## Особенности взаимодействия парфюмерно-косметической отрасли и государства в современных условиях

Как отмечено выше, отечественная парфюмерно-косметическая отрасль представлена как отечественными, так и международными производителями. ТНК появились на нашем парфюмерно-косметическом рынке в результате демократических преобразований в конце 90-х гг. XX столетия. Политика государства в отношении ТНК в целом являлась сбалансированной: Россия стремилась к привлечению иностранного капитала, а поэтому создавала условия, позволяющие заинтересовать ТНК в работе на своей территории, но преференции для ТНК по сравнению с отечественными производителями не вводила [Ильичева, Чайковская 2023].

В 2022 г. западные страны ввели экономические санкции, в соответствии с которыми поставки парфюмерно-косметических товаров премиального ценового сегмента в Россию оказались под запретом<sup>1</sup>. Помимо этого, некоторые парфюмерно-косметические ТНК добровольно осуществили ряд действий, направленных на ограничение поставок своей продукции в Россию (в т.ч. в сегменте масс-маркет), а некоторые и вовсе прекратили поставки<sup>2</sup>. В результате возникла серьезная угроза не только снабжению российского рынка парфюмерно-косметическими товарами, но и трудоустройству российских граждан, занятых в российских подразделениях ТНК [Ильичева, Чайковская 2023].

Правительству РФ удалось успешно преодолеть возникшие риски благодаря эффективному антикризисному плану, включающему среди прочего предоставление льгот, субсидий и иных послаблений в финансовой и налоговой сферах, в области административной нагрузки и прочие меры поддержки бизнеса<sup>3</sup>.

Отметим первоочередные меры, влияние которых на парфюмерно-косметическую отрасль, по нашему мнению, можно считать значительным.

1. Обнуление ставок ввозных таможенных пошлин в отношении широкой номенклатуры импортируемого в Россию сырья, используемого для производства парфюмерно-косметической продукции<sup>4</sup>. Данная мера была направлена на то, чтобы помочь производителям справиться с возросшими логистическими затратами, а также покрыть риски волатильности курсов валют, не допуская существенного роста отпускных цен.

2. Упрощение мер и введение послаблений касательно оценки (подтверждения) соответствия продукции установленным требованиям в области технического регулирования<sup>5</sup>, без подтверждения соответствия которым невозможно выпустить продукт в обращение на нашем рынке. Данная мера

<sup>1</sup> Экспорт меняет условия. — *Коммерсантъ*. 16.09.2022. Доступ: <https://www.kommersant.ru/doc/5561057?ysclid=lvb22nhiup862404195> (проверено 13.07.2024).

<sup>2</sup> Updated Unilever statement on the war in Ukraine. 08.03.2023. URL: [https://www.unilever.com/news/news-search/2022/updated-unilever-statement-on-the-war-in-ukraine/?utm\\_source=UT&utm\\_medium=Social&utm\\_campaign=AlwaysOn](https://www.unilever.com/news/news-search/2022/updated-unilever-statement-on-the-war-in-ukraine/?utm_source=UT&utm_medium=Social&utm_campaign=AlwaysOn) (accessed 13.07.2024).

<sup>3</sup> Меры поддержки бизнеса в условиях санкций. Доступ: [https://www.economy.gov.ru/material/directions/sanctions\\_measures/?ysclid=lucpdw3ans90880476](https://www.economy.gov.ru/material/directions/sanctions_measures/?ysclid=lucpdw3ans90880476) (проверено 13.07.2024).

<sup>4</sup> Нулевые ставки пошлин и тарифные льготы в отношении отдельных видов товаров критического импорта будут продлены до конца марта 2023 года. 26.09.2022. Доступ: [https://eec.eaunion.org/news/nulevye-stavki-poshlin-i-tarifnye-lgoty-v-otnoshenii-otdelnykh-vidov-tovarov-kriticheskogo-importa-b/?sphrase\\_id=303606](https://eec.eaunion.org/news/nulevye-stavki-poshlin-i-tarifnye-lgoty-v-otnoshenii-otdelnykh-vidov-tovarov-kriticheskogo-importa-b/?sphrase_id=303606) (проверено 13.07.2024).

<sup>5</sup> Постановление Правительства РФ от 12.03.2022 N 353 «Об особенностях разрешительной деятельности в Российской Федерации».

сделала возможным оперативное изменение в рецептурах продукции с учетом доступности сырьевых материалов, обеспечив возможности для бесперебойного осуществления производства продукции и ее поставок в торговые точки.

3. Выделение субсидии в размере 500 млн руб. на продвижение российских брендов в СМИ, из них 300 млн руб. получили компании парфюмерно-косметической отрасли, что позволило увеличить продажи в среднем на 16–19% [Матело и др. 2023].

Отечественные производители также продолжали пользоваться мерами поддержки, доступными ранее (например, компенсация части затрат на экспорт продукции, субсидирование НИОКР и др.) [Матело и др. 2023].

Что касается ТНК, то необходимо отметить, что в течение 2022 г. государство принимало меры, стимулирующие ТНК продолжать работу на российском рынке [Ильичева, Чайковская 2023]. Так, большинство антикризисных мер поддержки, доступных для отечественных компаний парфюмерно-косметической отрасли, были одинаково доступны и для представительств ТНК (например, нулевые пошлины на сырье, упрощенные меры в части оценки (подтверждения) соответствия). Более того, были определены условия, при выполнении которых представительства ТНК могут продолжать осуществлять выплаты дивидендов своим иностранным акционерам<sup>1</sup>, что может считаться важнейшим стимулом для иностранных инвесторов продолжить работу на нашем рынке.

После стабилизации ситуации на парфюмерно-косметическом рынке правительство РФ разработало новые меры по регулированию отрасли, включая следующие:

1) ведение заградительной таможенной пошлины в размере 35% в отношении отдельных видов парфюмерно-косметической продукции, происходящей из 6 недружественных стран, включая средства по уходу за волосами, средства, используемые для бритья и после бритья, дезодоранты и антиперспиранты, средства по уходу за полостью рта, сроком на один год<sup>2</sup> и ее последующее продление<sup>3</sup>. Данная мера стала ответом на введение Евросоюзом 8-го пакета санкций, в соответствии с которым было введено эмбарго на ввоз российской парфюмерно-косметической продукции на территорию ЕС<sup>4</sup>;

2) распространение вышеуказанной меры на более широкий перечень парфюмерно-косметической продукции (например, на средства для кожи, средства для макияжа и пр.) из недружественных стран, число которых увеличено до 11 (для некоторых позиций парфюмерно-косметической продукции)<sup>5</sup>. Обращает на себя внимание тот факт, что импорт из стран, не

<sup>1</sup> Указ Президента РФ от 04.05.2022 N 254 «О временном порядке исполнения финансовых обязательств в сфере корпоративных отношений перед некоторыми иностранными кредиторами».

<sup>2</sup> Постановление Правительства РФ от 07.12.2022 N 2240 «Об утверждении ставок ввозных таможенных пошлин в отношении отдельных товаров, страной происхождения которых являются государства и территории, предпринимающие меры, которые нарушают экономические интересы Российской Федерации».

<sup>3</sup> Постановление Правительства РФ от 27.12.2023 N 2317 «О внесении изменения в постановление Правительства Российской Федерации от 7 декабря 2022 г. № 2240».

<sup>4</sup> Questions and answers on the eighth package of restrictive measures against Russia. URL: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda\\_22\\_5990](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_22_5990) (accessed 13.07.2024).

<sup>5</sup> Постановление Правительства РФ от 17.04.2024 N 500 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 7 декабря 2022 г. № 2240».

являющихся недружественными, не облагается повышенной таможенной пошлиной;

3) принятие плана Минпромторга по импортозамещению, включающего 30 видов парфюмерно-косметической продукции<sup>1</sup>. Развитие производства данных видов продукции открыло отечественным предприятиям дополнительные возможности льготного кредитования и других форм поддержки Фонда развития промышленности;

4) помимо этого, в настоящий момент обсуждается принятие законопроекта о «российской полке», предполагающего нормативное закрепление доли «полки» в торговых сетях, которую необходимо выделить для непродовольственной продукции российских производителей, в т.ч. парфюмерии и косметики<sup>2</sup>.

Как видно, новые нормативно-правовые акты имеют явно протекционистский характер по отношению к отечественным производителям, создавая условия для формирования национально ориентированного предпринимательского сообщества. При этом ТНК, продолжающие импортировать продукцию из недружественных стран, сталкиваются с существенно большими ограничениями, чем ТНК, импортирующие продукцию из дружественных стран, и ТНК, локализовавшие производство своей продукции в России.

Что касается принятой меры о повышении ввозных таможенных пошлин в отношении парфюмерно-косметической продукции, то ее экономическая эффективность вызывает некоторые сомнения. Не уходя в глубокую экономическую аргументацию, сошлемся на В.В. Путина, который не поддержал аналогичную меру в рыбной отрасли по причине высокого риска роста отпускных цен<sup>3</sup>, что способствует повышению инфляции. Полагаем, что в парфюмерно-косметической отрасли данный риск также имеет место, однако решение о повышении ставок ввозных таможенных пошлин не только принято (и продлено), но и расширена сфера его действия. Тот факт, что мера применяется избирательно, исключительно для определенных видов продукции, импортируемой из определенных недружественных стран, говорит о высокой доле политической составляющей при принятии данного решения.

Таким образом, мы наблюдаем смену вектора во взаимоотношениях государства и бизнеса в парфюмерно-косметической отрасли: отечественные производители получают все больше привилегий и возможностей для развития, в то время как иностранные производители сталкиваются с ограничениями, масштаб которых увеличивается.

Мы можем ожидать все больше и больше государственных решений, продиктованных политическими мотивами, порой в ущерб кратко- и среднесрочным экономическим доводам и обоснованиям, но при этом являющихся экономически оправданными в долгосрочной перспективе. Такое смещение

<sup>1</sup> Приказ Минпромторга от 24 мая 2023 г. № 1869 «Об утверждении Плана мероприятий по импортозамещению в отрасли парфюмерно-косметической промышленности и товаров бытовой химии Российской Федерации».

<sup>2</sup> «Патриотизм покупателей»: в чем смысл закона о «российской полке»? – *Официальный сайт Опоры России*. 03.05.2023. Доступ: <https://opora.ru/news/otraslevoe-razvitiye/patriotizm-rokupateley-v-chem-smysl-zakona-o-rossiyskoy-polke/?ysclid=lugr540u9p901309462> (проверено 13.07.2024).

<sup>3</sup> Путин выступил против идеи резко повысить таможенную пошлину на рыбу. – *Коммерсантъ*. 11.01.2024. Доступ: <https://www.kommersant.ru/doc/6444511?ysclid=lvb2ocgttn510359206> (проверено 13.07.2024).



равновесия представляется нам необходимой мерой на пути к достижению государственного технологического суверенитета и гигиенической безопасности как его неотъемлемой составляющей.

Однако в перспективе представляется целесообразным, чтобы государственные решения по введению тех или иных ограничений в отношении импортной парфюмерно-косметической продукции принимались, исходя не только из текущей политической целесообразности, но и с учетом долгосрочных политических и социально-экономических последствий для государства. В этой связи разумным видится введение в практику формирования политических решений, связанных с введением новых регуляторных ограничений, современного агентаориентированного подхода, суть которого заключается в предварительной имитации процессов, происходящих в социально-политической среде, которые направлены на достижение как можно более точного воспроизводства в искусственном (компьютерном) обществе соответствующих политических, экономических и социальных процессов [Лапин, Ильичев 2024]. Такой подход предоставляет пользователям агентаориентированной модели, в число которых могут входить как заинтересованные представители власти, так и ключевые предприниматели парфюмерно-косметической отрасли, широкие возможности по воссозданию различных сценариев развития отрасли в условиях санкционного давления, обсуждению этих сценариев в публичном пространстве и последующему выбору оптимальных управляющих воздействий на регуляторные процессы с целью выстраивания долгосрочной политики отраслевого развития, согласованной между государством и отраслевым предпринимательским сообществом. Кроме того, с учетом грядущего внедрения оценки деятельности органов государственной исполнительной власти по реализации национальных проектов с применением социологических *KPI*, которая разрабатывается в настоящее время в Администрации Президента Российской Федерации<sup>1</sup>, важным представляется в дальнейшем введение показателей, характеризующих социальный эффект удовлетворенности населения положением дел в парфюмерно-косметической отрасли как интегрированный результат эффективного социального партнерства государства и гражданского общества [Ильичева и др. 2024]. Такие показатели будут для руководителей предприятий парфюмерно-косметической отрасли своеобразным ориентиром, который будет сигнализировать о том, в правильном ли направлении развивается отрасль.

### **Перспективы взаимодействия государства и парфюмерно-косметической отрасли для достижения технологического суверенитета**

Государству необходимо продолжить совместную работу с бизнесом по импортозамещению технологий, сырья, готовой продукции и пр., чему будет способствовать решение следующих задач:

1. Разработка и принятие стратегии развития парфюмерно-косметической отрасли, включающей систематические инвестиции в НИОКР. В 2018 г. Минпромторг сделал попытку разработки стратегии развития отрасли до

---

<sup>1</sup> Нашпроектam добавят народную оценку. — *Коммерсант*. 29.08.2024. Доступ: [https://www.kommersant.ru/doc/6920698?from=glavnoe\\_2](https://www.kommersant.ru/doc/6920698?from=glavnoe_2) (проверено 13.10.2024).

2030 г.<sup>1</sup> Однако данная работа не была завершена. По нашему мнению, стратегия должна быть доработана с учетом современных реалий и закреплена соответствующим нормативно-правовым актом. Мы исходим из понимания стратегии развития как совокупности согласованных приоритетов государства, общества и бизнеса, на основании которых может быть сформировано целостное, системное представление о развитии отрасли, являющееся основой для разработки бизнес-планов отдельных компаний, являющихся как производителями готовой продукции, так и представителями смежных отраслей (например, образование, маркетинг и пр.) [Юрин 2023].

2. Принятие плана по импортозамещению сырья для производства парфюмерно-косметической продукции. Развитие отечественного производства будет невозможным в условиях отсутствия ключевых сырьевых компонентов, многие из которых по-прежнему не имеют отечественных аналогов. Министерство промышленности и торговли сформировало концептуальные подходы к импортозамещению в данной сфере (например, приоритет для локализации сырья, стабильные поставки которого сопровождаются более высоким риском (например, производство единственным поставщиком в недружественной стране) и определило список из 41 молекулы, подлежащей локализации в первую очередь<sup>2</sup>. Министерство готово обсуждать субсидирование производства данных видов сырья и другие льготы для производителей, однако нормативного оформления инициатива пока не получила.

3. Принятие самими отечественными компаниями – производителями парфюмерно-косметической продукции долгосрочных стратегий развития, включая, помимо обеспечения эффективности, качества и безопасности продукции, следующие элементы:

– развитие НИОКР для обеспечения возможности регулярно внедрять инновации в производственный процесс, создавать и выводить на рынок продукцию с новыми свойствами. С учетом того, что около 30% продаж торговой сети составляют именно «новинки» [Шабанов 2023], развитие НИОКР и внедрение инновационных разработок будет сопровождаться ростом продаж производимой продукции;

– разработка маркетинговых стратегий позиционирования собственных брендов в целях завоевания лояльности российских потребителей. Потребитель должен понимать, для чего создан бренд, почему именно ему следует отдать предпочтение. По мнению экспертов отрасли, многие молодые отечественные бренды, успешные в начале своего пути, становятся неконкурентоспособными со временем по причине невнятного позиционирования и в результате вынужденно уступают свое место на рынке другим игрокам<sup>3</sup>.

4. Что касается представительств ТНК, то, по нашему мнению, им необходимо рассмотреть возможность инвестирования в развитие НИОКР на территории России, а также в локализацию производства товаров, которые

---

<sup>1</sup> Стратегия развития парфюмерно-косметической промышленности на период до 2030 г. 05.10.2018. Доступ: [https://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/minpromtorg\\_predlagaet\\_k\\_obsuzhdeniiu\\_strategiiu\\_razvitiya\\_parfiumerno\\_kosmeticheskoi\\_promyshlennosti\\_rossii\\_do\\_2030\\_goda](https://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/minpromtorg_predlagaet_k_obsuzhdeniiu_strategiiu_razvitiya_parfiumerno_kosmeticheskoi_promyshlennosti_rossii_do_2030_goda) (проверено 13.07.2024).

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Сессия ПМЭФ «Развитие национальной парфюмерно-косметической отрасли: путь от молекулы до потребителя, от производства до сильного бренда». 14.07.2023. Доступ: <https://forums.spb.com/programme/the-sme-forum/104466/> (проверено 13.07.2024).

в настоящее время продолжают импортироваться. Это позволит компаниям продемонстрировать приверженность российскому рынку, повысить уровень доверия во взаимодействии с государством, а также избежать ряда ограничений в отношении импортируемой продукции.

### **Заключение**

Парфюмерно-косметическая отрасль играет важную роль в обеспечении гигиенической безопасности страны и, соответственно, технологического суверенитета.

Отрасли удалось преодолеть кризис 2022 г., вызванный экономическими и логистическими проблемами на фоне санкционного давления, в т.ч. благодаря эффективной промышленной политике, проводимой Минпромторгом.

Регулирование отрасли, разрабатываемое в настоящее время, формирует новую тенденцию во взаимоотношениях отрасли и государства: продиктованные политическими мотивами новые законодательные инициативы носят протекционистский характер в отношении отечественных производителей, при этом создавая определенные ограничения для представительств иностранных ТНК. При этом ТНК, локализовавшие производство в России, сталкиваются с меньшим спектром ограничений, нежели ТНК, продолжающие импортировать свою продукцию в Россию. Среди ТНК, импортирующих продукцию в Россию, ТНК из недружественных стран сталкиваются с существенно большими ограничениями, чем ТНК из стран, не являющихся недружественными. По нашему мнению, в ближайшем будущем политическая составляющая будет доминировать над экономической при принятии государственных решений касательно регулирования парфюмерно-косметической отрасли, что будет иметь не всегда положительный кратко- и среднесрочный экономический эффект, но при этом позволит обеспечить существенное экономическое преимущество в долгосрочной перспективе за счет укрепления позиций национально ориентированных компаний.

Крупнейшие отечественные производители демонстрируют высокую степень готовности к дальнейшему развитию своих производств, активно участвуют в формировании новых механизмов регулирования на основе диалога с Министерством промышленности и торговли [Матело и др. 2023]. Для эффективного взаимодействия с государственными органами ими было создано новое индустриальное объединение – Национальный союз производителей парфюмерии, косметики и бытовой химии.

Объем производимой в России парфюмерно-косметической продукции растет, вместе с тем некоторые вопросы остаются нерешенными. Совместная системная работа государства и отрасли на основе агентоориентированного подхода будет способствовать принятию решений, направленных на дальнейшее развитие отечественного производства парфюмерно-косметической продукции и национально ориентированного предпринимательского сообщества с целью обеспечения гигиенической безопасности и достижения технологического суверенитета.

### **Список литературы**

Гладенкова Т.А. 2020. *Территориальное развитие парфюмерно-косметической промышленности стран мира в постиндустриальную эпоху*: дис. ... к.геогр.н. М. 219 с.

Горячева Т.В., Мызрова О.А. 2023. Роль и место технологического суверенитета в обеспечении устойчивости экономики России. – *Известия*

*Саратовского университета*. Новая серия. Сер. Экономика. Управление. Право. Т. 23. Вып. 2. С. 134-145. <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2023-23-2-134-145>.

Ильичева Л.Е., Чайковская И.С. 2023. Роль государства во взаимодействии с иностранными транснациональными корпорациями в современной России. — *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки*. № 3. С. 16-30. DOI: 10.24412/2071-6141-2023-3-16-30.

Ильичева Л.Е., Паршина Е.В., Лапин А.В., Ильичева М.В. 2024. Взаимодействие государства и гражданского общества: анализ оценок эффективности политики социального партнерства на основе опросов москвичей. — *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. № 4. С. 315-332. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.4.2601>.

Лапин А.В., Ильичев М.В. 2024. Моделирование социально-политических и экономических процессов в регионе: агентоориентированный подход. — *Власть*. Т. 32. № 3. С. 62-77.

Матело С.С., Самойлов А.А., Шубейкина Я.В., Садыкова Э.А. 2023. Парфюмерно-косметическая отрасль России в контексте импортозамещения. — *Всероссийский экономический журнал ЕСО*. № 53. С. 121-136. <https://doi.org/10.30680/ЕСО0131-7652-2023-10-121-136>.

Песков Д. 2022. «Остров Россия». 09.06.2022. Доступ: <https://www.rbc.ru/opinions/economics/09/06/2022/62a0e95b9a79472d8b713207?from=newsfeed> (проверено 13.07.2024).

Пучкова Т.В. 2023. Доклад на сессии ПМЭФ «Развитие национальной парфюмерно-косметической отрасли: путь от молекулы до потребителя, от производства до сильного бренда». 2023. Доступ: <https://forumspb.com/programme/the-sme-forum/104466/> (проверено 13.07.2024).

Самойлов А.А. 2023. Доклад на сессии ПМЭФ «Развитие национальной парфюмерно-косметической отрасли: путь от молекулы до потребителя, от производства до сильного бренда». Доступ: <https://forumspb.com/programme/the-sme-forum/104466/> (проверено 13.07.2024).

Середкина Д.Д. 2023. Перспективы укрепления экономической безопасности парфюмерно-косметической промышленности в условиях санкционного давления. Доступ: <http://edrj.ru/article/17-05-23> (проверено 13.07.2024).

Чайковская И.С., Лапин А.В. 2023. Транснациональные корпорации и государство: сотрудничество на основе баланса интересов для достижения образа будущего России. — *Власть*. Т. 31. № 6. С. 263-275. DOI: 10.31171/vlast.v31i6.9913.

Шабанов Э. 2023. Доклад на сессии ПМЭФ «Развитие национальной парфюмерно-косметической отрасли: путь от молекулы до потребителя, от производства до сильного бренда». Доступ: <https://forumspb.com/programme/the-sme-forum/104466/> (проверено 13.07.24).

Юрин М.Н. 2023. Доклад на сессии ПМЭФ «Развитие национальной парфюмерно-косметической отрасли: путь от молекулы до потребителя, от производства до сильного бренда». Доступ: <https://forumspb.com/programme/the-sme-forum/104466/> (проверено 13.07.2024).

LAPIN Andrei Viktorovich, *Cand.Sci. (Pol.Sci.), Associate Professor; Head of the Program of the Institute of Public Administration and Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA) (84 Vernadskogo Ave, Moscow, Russia, 119571; lapin-av@ranepa.ru); <https://orcid.org/0000-0002-9663-3763>*

ILYICHEV Mikhail Valerianovich, *Leading Engineer of the Laboratory for Computer Modeling of Socio-economic Processes, Central Economic and Mathematical Institute, Russian Academy of Sciences (47 Nakhimovsky Ave, Moscow, Russia, 117418; gefest95@inbox.ru)*

CHAYKOVSKAYA Irina Sergeevna, *postgraduate student at the Institute of Public Administration and Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA) (84 Vernadskogo Ave, Moscow, Russia, 119571; shuleva@yandex.ru); <https://orcid.org/0009-0008-9038-5747>*

## TECHNOLOGICAL SOVEREIGNTY: OPTIMIZATION IN THE PARADIGM OF AN AGENT-ORIENTED APPROACH

(using the example of the perfumery  
and cosmetics industry)

**Abstract.** *In this article, the authors analyze the interaction of the state and business in the perfumery and cosmetics industry at the present stage, paying special attention to sectoral industrial associations, which are the «voice» of the industry in interaction with government authorities. The authors note the establishment of a new industrial association by domestic manufacturers in 2022, the main aim of which is to interact with government authorities in order to create favorable conditions for the development of domestic production and the formation of a nationally oriented business community. A comparative analysis of the sectoral regulatory measures adopted during 2022 and the measures adopted (or planned to be adopted) in 2023–2024 allows us to conclude that the political component dominates in government decisions affecting the activities of the industry. It is illustrated by (1) the creation of preferential conditions for domestic producers compared to TNCs and (2) the introduction of a wider range of restrictions for TNCs importing their products to Russia from unfriendly countries compared to TNCs from non-unfriendly countries and TNCs, localized production in Russia. The measures taken, according to the authors, are necessary to ensure hygienic safety and achieve technological sovereignty, however, further coordinated work of the state and business aimed at import substitution and R&D development is required for full solution of the state tasks.*

**Keywords:** *technological sovereignty, hygienic safety, perfumery and cosmetics industry, interaction between state and business*

---