

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В БЕЛАРУСИ

Производство парфюмерно-косметической продукции в Беларуси началось в 1990 г., когда в г. Минске было основано СП «Белита», а затем и ЗАО «Витэкс», которые сейчас входят в группу компаний и являются крупнейшим производителем косметической продукции в Беларуси, занимая по разным оценкам 25-35% рынка. На данный момент в стране зарегистрировано более 100 предприятий косметического профиля. Крупнейшими из них являются СОАО «Модум – наша косметика», ООО «Белкосмекс», ООО «Флоралис», ООО «ЛЮКС-ВИЗАЖ», ООО «РЕЛУИ БЕЛ» и др.

С каждым годом доля импортных товаров в торговом обороте в данном секторе росла, тенденция сохранилась и сейчас. Однако, как заявляют большинство отечественных производителей, они не пытаются вытеснить конкурентов, а работают на уже сформировавшийся сегмент потребителей. Объемы производства косметической продукции в Беларуси в 2020 г. составили 6,4% от общего объема производства химической отрасли [1].

**Таблица – Производство отдельных видов продуктов
парфюмерно-косметической отрасли, т**

Наименование	2016	2017	2018	2019	2020	Темп изменения, 2020/2016,%
Мыло и ПАВ для туалетных целей	1535	961	1011	1136	1055	68,7
Духи и туалетная вода	256,5	247,4	224,9	210,1	243,6	95,0
Косметические средства для ухода за кожей, декоративная косметика	4723,2	4716,4	5334,7	5735,1	7484,1	158,5
Средства для волос	17003	16543	15343	15438	15426	90,7

По данным таблицы можно сделать вывод о том, что только производство косметических средств для ухода за кожей, декоративной косметики увеличилось в полтора раза, что говорит о спросе данных продуктов на рынке потребителей. Самый низкий показатель имеет производство мыл для туалетных целей, что указывает на спад потребности данного продукта на рынке.

На рынке Беларуси представлены не только отечественные производители, но и российские (ОАО «Концерн «Калина» и др.), и иностранные (Proctor&Camble, Henkel, ColgatePalmolive и др.).

Если оценивать рынок с точки зрения конкуренции для фабрики «Модум – наша косметика», то необходимо отметить, что её продукция находится в низком-среднем ценовом сегменте. Главным отечественным конкурентом является группа компаний «Белита-Витэкс». Если говорить про конкурентов-импортёров, то основными из них являются российские производители: ООО «Юнилевер Русь» («Чистая линия», «Чёрный жемчуг», «Самау», «Timotei), ООО «Первое Решение» («Рецепты бабушки Агафьи»), АО «Л'Ореаль» («Elseve», «Garnier»). Что касается анализа рыночных тенденций, то изучив продукцию таких марок как «Белита-Витэкс», «Модум – наша косметика», ООО «Белкосмекс» и других, можно говорить о том, что крайние годы наблюдается переход на экологические принципы производства. Стоит отметить, что это тенденция наблюдается не только в косметической отрасли.

О том, что в Беларуси есть спрос на «зеленую» косметику, говорит появления специализированных торговых сетей, например, «ДНК», «Organic-beauty», «Vëska» [2]. В Беларуси также создаются и локальные производства экологичной косметики. Самым крупным локальным брендом эко-косметики является «Sativa». Продукция бренда представлена в более, чем 20 странах мира, в основном, посредством продажи франшизы и в крупных интернет-магазинах и торговых сетях. Можно сделать вывод о том, что с каждым днем белорусские производители осваивают новые технологии, выпускают новую продукцию и следуют современным тенденциям рынка. Продукция парфюмерно-косметической отрасли имеет более низкую цену, что гарантирует постоянный спрос и отсутствие необходимости в больших рекламных вложениях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Промышленность Республики Беларусь. Статистический буклет [Электронный ресурс] – Минск, 2022. – Режим работы: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/b96/pj4rqx1ai2cs190nqwjp9xjp3acglx4j.pdf> – Дата доступа: 21.03.2023.

2. Зеленая экономика, как эко-товары завоевывают рынок FMCG [Электронный ресурс] – Nielsen, 2019. – Режим доступа: <https://www.nielsen.com/ru/ru/insights/article/2019/zelenaya-ekonomika-kak-eko-tovary-zavoevuyayut-rynok-fmcg/> – Дата доступа: 21.03.2023.