

## РЫНОК ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ И КОСМЕТОЛОГИИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

В.С. Хиневич, студент

М.Г. Слуцкий, канд. экон. наук, доцент

Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф.

М.А. Бонч-Бруевича

(Россия, г. Санкт-Петербург)

DOI:10.24412/2500-1000-2023-6-4-155-158

**Аннотация.** В России, в последнее время, отрасль эстетической медицины и косметологии столкнулась с определенными трудностями, вызванными введением экономических санкций. В статье рассмотрены проблемы функционирования рынка эстетической медицины и косметологии России в условиях введенных зарубежных ограничительных мер (санкций). Проанализированы последствия влияния на сферу этого бизнеса геополитической нестабильности. Определена доля иностранной продукции и динамика спроса. Предложены вероятные пути преодоления возникших препятствий и рациональные решения, направленные на укрепление положения компаний.

**Ключевые слова:** косметология, эстетическая медицина, санкции, услуги, потребители.

Экономические санкции от зарубежных стран, введенные в отношении России, являются значительным риском для ведения бизнеса в различных секторах экономики. Многие иностранные фирмы и предприятия ушли с отечественного рынка или приостановили свою деятельность. Нарушились отработанные годами схемы перевозок, заблокированы многие логистические маршруты. Компании вынуждены практически полностью перестраивать созданные ранее стратегии, применительно к новой реальности.

На текущий момент, это приводит к значительным финансовым и репутационным потерям, к сокращению числа клиентов и сотрудников.

Возникает актуальный вопрос: сможет ли российский бизнес стать независимым от иностранных бизнес-партнеров, удастся ли ему найти и реализовать стратегии по восстановлению процессов управления.

Негативные изменения в экономике затронули и отрасль косметологии, так как она в значительной степени зависит от поставок продуктов и оборудования иностранного производства. Доля импортных препаратов в большинстве клиник составляет в среднем около 80-90%.

Кризис 2022-2023 годов для отрасли не первый. Во время пандемии многим косметологическим клиникам и салоном пришлось закрыться на некоторое время. Даже если клиники, при наличии разрешения, были открыты, то пациенты не решались посещать их в это время.

Рынок эстетической медицины состоит из нескольких направлений:

- уходовые процедуры,
- инъекционная косметология,
- аппаратная косметология,
- пластическая хирургия.

Ведущими поставщиками косметологических препаратов в Россию являлись США, Европа, Израиль и Южная Корея. Многие из них заявили о прекращении сотрудничества. Например, не стало поставок в Россию филлеров и ботулотоксина для инъекционной косметологии. В последнее время, большим спросом у клиентов пользуется аппаратная косметология, которая тоже в значительной степени, зависит от импорта. Более 85% косметологического оборудования и запчастей к нему в Россию поставляются из Южной Кореи, Китая, США и Европейских стран. Это же касается и пластической хирургии. Около 70% имплантов для маммопластики российские пластические хирурги покупа-

ют в США. Процедуры липосакции проводятся на аппаратах американского и европейского производства.

По мнению экспертов, еще одной серьезной проблемой косметологической отрасли является увеличение в ней доли контрафактной продукции. Не секрет, что на рынке эстетической медицины, нередко встречались фальшивки, но они вытеснялись брендовыми препаратами. Сейчас будет увеличиваться наплыв подделок с использованием известности и репутации раскрученного бренда, без гарантии их качества. Замена этикеток, сокрытие составов препаратов, применение чужих товарных знаков – это проблемы, с которой может столкнуться отрасль в ближайшее время. Прежде всего это представляет опасность для клиентов, здоровье которых может оказаться под угрозой. Пострадают и официальные производители, которым составят конкуренцию более низкие цены серого рынка. Вернуть клиентов, после упорядочивания ситуации, известным брендам будет непросто.

Санкции, конечно, повлияли и на стоимость товара, который еще поступает в Россию. После 24 февраля рост составил от 30 до 100%. Свою роль в этом сыграло и то, что некоторые клиники старались закупить большее количество продукции и оживление перекупщиков. Это может привести к тому, что клиенты, исходя из финансовых возможностей, будут реже пользоваться процедурами, хотя доступность их не снизится.

Кроме того, пациенты, старались сделать все нужные процедуры до повышения цен, с использованием только зарубежных препаратов, тем самым также провоцируя увеличение стоимости услуг и нехватку препаратов.

В повышении стоимости услуг сыграло роль и то, что многие поставщики и предприятия закупились при самом высоком курсе валюты.

Конечно, Российская антимонопольная служба может применять меры по ограничению стоимости услуг. Но рост закупочной цены однозначно приводит к увеличению стоимости конечного продукта.

Имеются проблемы с обслуживанием медицинского оборудования и с запчастями, западные фирмы теперь отказывают в ремонте наших аппаратов. Многие трудности компаний вызваны не столько ограничением импорта запчастей и оборудования, сколько изменением логистики

Кризис, связанный с введением санкций, конечно оказывает негативное влияние на работу отрасли эстетической медицины. Однако, эксперты считают, что полного исчезновения спроса на услуги этой сферы не произойдет. Напротив, некоторые эксперты предсказывают рост на 15-20%. Рынок эстетической медицины сохранился даже в тех странах, которые находятся под экономическими санкциям продолжительное время. В России многие клиники готовы в полной мере оказывать услуги в данном направлении.

Кроме того, российский рынок эстетической медицины и косметологии связан с мировым рынком не только как потребитель. Российские врачи и косметологи принимали активное участие в развитии отрасли красоты, делились на международных конгрессах и симпозиумах своими наработками в этой области и инновационными методами.

Поэтому предпринимателями, работающими в индустрии красоты, прикладываются все силы для восстановления привычных объемов оказываемых услуг, перестройки логистики и стабилизации бизнеса. Сегодня рынок эстетической медицины и косметологии адаптируется к новым условиям работы, руководители бизнеса ищут альтернативные варианты поставок материалов и оборудования, идет апробация этих материалов и их тестирование. Поставщики и производители медицинских изделий отработывают новые каналы закупок.

Ситуация, сложившаяся в результате введения санкций, дает российским производителям возможность показать свои достижения и подтвердить конкурентоспособность продукции. Российские косметологи до сих пор сохраняют недоверие к российским препаратам, сейчас у них есть возможность изменить этот стандарт. В России есть большие возможности для развития косметической промышленности

и сейчас идет активное замещение импортных препаратов нашими отечественными. Многие из них не уступают по качеству зарубежным препаратам, а некоторые действуют даже лучше. Например, есть неплохие отечественные препараты для ботулинотерапии и коллагенотерапии, а для контурной пластики и биоревитализации на косметологическом рынке появились препараты азиатских компаний, в том числе из Южной Кореи. Препараты из Азии могут стать полноценной альтернативой европейским маркам.

У многих российских производителей косметологических препаратов сейчас появилась возможность занять нишу на отечественном рынке, освободившуюся после ухода зарубежных производителей. Однако отечественные производители могут столкнуться с трудностями, вызванными ограничениями в поставках импортного сырья и оборудования.

Кризис-сложный период в жизни предприятия, но его вполне можно использовать как толчок для дальнейшего развития бизнеса. Для этого можно:

С финансовой стороны – рассмотреть возможность закрепления на некоторый срок цены товара, ориентируясь на среднюю цену по поставкам товаров. Такой период даст возможность создать для покупателей ощущение стабильности, а для партнеров – надежности компании, однако не приведет к значительному снижению доходов компании при росте цен на рынке услуг и товаров;

- Не просто оказывать услугу, а научиться распознавать и удовлетворять запросы клиента, обращать внимание на изменение предложений на рынке услуг, тем самым оставаясь более привлекательным для клиентов;

- Пересмотреть структуру затрат на используемые в своей деятельности продукты, снизить количество продуктов компаний, уходящих с рынка и заменить их Российскими или иными брендами, которые уже успели себя хорошо зарекомендовать;

- Для того, чтобы выдерживать конкуренцию необходимо поддерживать свою компетентность. Отслеживать новинки предлагаемых услуг и продуктов, появляющиеся в индустрии красоты, обучать

своих специалистов работе с применением новых продуктов;

- Увеличивать объем информации о своих клиентах и использовать эту информацию в общении: какое хобби, что любит, как зовут близких;

- Научиться раскрывать клиенту ценность продукта. Не сообщать про то, как хорош предлагаемый продукт, а просто рассказать покупателю, что ему очень подходит этот продукт и почему. Пациенты ценят такие мелочи;

- Развивать программы лояльности для постоянных клиентов, предоставлять скидки на вторую или последующую процедуру, или покупку, выдавать бонусы если приведут друга, подарки и приглашения на мероприятия и многое другое;

- Внимательно относиться к поставщикам препаратов. Контролировать качество поставляемой продукции и ее оригинальность;

- Воспользоваться возможными мерами поддержки бизнеса от государства, тем самым укрепив позиции компании на период сложных экономических условий;

- Рассмотреть варианты использования параллельного импорта, для получения тех продуктов, без которых продолжение деятельности невозможно.

Если говорить о том, что ждет рынок в ближайшее время, то многие отечественные производители считают, что их продукты смогут заменить товары зарубежных производителей и покупатели готовы предпочесть российские разработки. Также российские производители обращают внимание на необходимость продолжения международного сотрудничества. Такое сотрудничество позволит знакомиться с инновационными технологиями и компонентами, поможет внедрять их в свой бизнес.

В заключение хочется сказать, что ни один бизнес не может предвидеть, как будут развиваться события, у каждого свой индивидуальный набор задач и варианты решений выхода из сложных ситуаций. Следует проявлять творческий подход, выбирая наилучшие способы динамичного развития с маркетинговыми стратегиями и стратегиями получения дохода.

**Библиографический список**

1. Высоцкая Ю.П., Гильмуллина А.Р. Рынок услуг эстетической медицины // Научная перспектива. – 2016. – №6. – С. 38-39.
2. Данкова Р.Р. Влияние фактора спроса на развитие эстетической медицины // Проблемы, перспективы и направления инновационного развития. Сборник статей Международной научно-практической конференции: в 3-х частях. – 2016. – С. 49.
3. Куницына С. И. Анализ международного и российского рынков индустрии красоты // Научный журнал. – 2017. – № 9 (22). – С. 46-48.
4. Красота под санкциями: как введение ограничений изменило рынок пластической хирургии в России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mak-project.ru/2023-01/krasota-pod-sankciyami-kak-vvedenie-ogranichenij-izmenilo-rynok-plasticheskoy-hirurgii-v-rossii/>.
5. Что ждет индустрию красоты и здоровья в 2023 году: прогнозы экспертов рынка. – [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://vc.ru/u/1468485-anna-radeva/609625-что-ждет-индустрию-красоты-i-zdorovya-v-2023-godu-prognozy-ekspertov-rynka/>.
6. Российская бьюти-индустрия в условиях санкций 2022-2023. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ap-cosmetics.ru/blog/novosti/kak-sankcii-vliyayut-na-beauty-industriyu/>.

**THE MARKET OF AESTHETIC MEDICINE IN RUSSIA UNDER SANCTIONS**

**V.S. Khinevich**, *Student*

**M.G. Slutsky**, *Candidate of Economics. Sciences, Associate Professor*

**The Bonch-Bruевич Saint-Petersburg State University of Telecommunications**  
(Russia, St. Petersburg)

**Abstract.** *In Russia, recently, the field of aesthetic medicine and cosmetology has faced certain difficulties caused by the introduction of economic sanctions. The article deals with the problems of functioning of the market of aesthetic medicine and cosmetology in Russia under the conditions of imposed foreign restrictive measures (sanctions). The consequences of the influence of geopolitical disagreements on the sphere of this business are analyzed. The share of foreign products and the dynamics of demand are determined. Possible ways to overcome the obstacles encountered and rational solutions aimed at strengthening the current position of companies are proposed.*

**Keywords:** *cosmetology, aesthetic medicine, sanctions, services, consumer.*