

DOI: 10.37791/2687-0657-2025-19-4-14-27

# Оценка конкурентоспособности крымской косметики на основе лечебных грязей в рамках импортозамещения

О. Н. Гутникова<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>*Институт экономики и управления Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского, Симферополь, Республика Крым, Россия*

\**vechirko15@mail.ru*

**Аннотация.** Статья посвящена оценке конкурентоспособности натуральных образцов косметической продукции, изготовленной на основе лечебных грязей. В отличие от других аналогичных исследований, в работе реализовалась адаптивная авторская методика, базирующаяся на использовании сочетания алгоритма сенсорного анализа и потребительской дегустации. Подобная методика позволяет за счет балльно-рейтинговой оценки выделить конкурентные преимущества продукции, а также оценить влияние отдельных показателей товара на общее впечатление от непосредственного контакта с объектом исследования. Цель исследования заключалась в доказательстве наличия конкурентных преимуществ у продукции, выпускаемой региональными производителями, возможности вести конкурентную борьбу за рынки сбыта с известными национальными и зарубежными брендами. Актуальность исследования обусловлена реализуемыми в стране программами импортозамещения и поддержки национальной промышленности в направлении переориентации потребителя на отечественную продукцию. Статья имеет практическое значение, так как используемый авторский подход к оценке конкурентных преимуществ может применяться в работе производственных и торговых предприятий независимо от товарной специализации. Его адаптивность обусловлена простотой применения, а также меньшей субъективностью полученных результатов благодаря исключению в ходе исследования фактов предвзятого отношения потребителя к конкретным торговым маркам. Часть полученных результатов могут отражать наличие или отсутствие сенсорной памяти потребителя, что также может использоваться как элемент конкурентных стратегий при производстве и продвижении продукции на товарный рынок. Доказано, что региональные бренды косметической продукции по многим параметрам имеют более высокие потребительские свойства по сравнению с отечественными аналогами.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкурентные преимущества, косметические товары, лечебные грязи, косметика, импортозамещение

**Для цитирования:** Гутникова О. Н. Оценка конкурентоспособности крымской косметики на основе лечебных грязей в рамках импортозамещения // Современная конкуренция. 2025. Т. 19. № 4. С. 14–27. DOI: 10.37791/2687-0657-2025-19-4-14-27

# Assessment of the Competitiveness of Crimean Cosmetics Based on Therapeutic Mud in the Framework of Import Substitution

O. Gutnikova<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>*Institute of Economics and Management of the V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Republic of Crimea, Russia*

\**vechirko15@mail.ru*

**Abstract.** The article is devoted to the assessment of the competitiveness of natural samples of cosmetic products made on the basis of therapeutic mud. Unlike other similar studies, an adaptive author's technique was implemented in the work, based on the use of a combination of the sensory analysis algorithm and consumer tasting. A similar technique allows, due to the point-rating assessment, to highlight the competitive advantages of products, as well as evaluate the influence of individual indicators of the goods that affect the overall impression of direct contact with the object of research. The purpose of the study was to prove the presence of competitive advantages for products manufactured by regional manufacturers, the ability to compete for sales markets with famous national and foreign brands. The relevance of the study is due to the programs of import substitution and support of the national industry in the country in the direction of the consumer reorient for domestic products. The article is of practical importance, since the author's approach to evaluating competitive advantages can be applied in the work of industrial and trade enterprises, regardless of commodity specialization. Its adaptability is due to the simplicity of application, as well as the lesser subjectivity of the results, due to the exclusion of the facts of the prejudice of the consumer to specific brands during the study. Part of the results may reflect the presence or absence of the sensory memory of the consumer, which can also be used as an element of competitive strategies in the production and promotion of products to the commodity market. It is proved that the regional brands of cosmetic products in many respects have higher consumer properties compared to domestic analogues.

**Keywords:** competitiveness, competitive advantages, cosmetic products, therapeutic mud, cosmetics, import substitution

**For citation:** Gutnikova O. Assessment of the Competitiveness of Crimean Cosmetics Based on Therapeutic Mud in the Framework of Import Substitution. *Sovremennaya konkurenciya*=Journal of Modern Competition, 2025, vol.19, no.4, pp.14-27 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2025-19-4-14-27

## Введение

Важнейшими природными и рекреационными ресурсами Крыма являются грязевые приморские озера, источники гидроминеральных ресурсов, так называемых донных отложений – пе-

лоидов (ил, грязь, глиняные соединения), обладающих целебными свойствами многофункционального спектра действия. В прошлом столетии ученые открыли свойства целебных грязей, которые применимы для продукции косметологии. С тех пор в регионе началось массовое развитие косме-

тической продукции на натуральном органическом сырье. Способствовала такому развитию сформировавшаяся на тот момент база санаторно-курортной индустрии, связанная с грязелечением. Исторические документы подтверждают тот факт, что грязелечение как медицинская лечебно-профилактическая процедура применялось в Крыму еще с древних времен, а особенности целебной грязи описаны в трудах историка Плиния [1].

Реформация в экономической сфере деятельности Республики Крым, а также мировые политические события способствовали становлению в регионе мощной и хорошо развитой отрасли – парфюмерно-косметической промышленности. Особое влияние на восстановление материальной базы, а также модернизацию производства оказали привлеченные инвестиции, позволившие в кратчайшие сроки вывести производство продукции на всероссийский уровень [2].

Крымская косметика, наряду с эфирными маслами и парфюмерными цветочными композициями, встала в один ряд с известными мировыми брендами, не уступая им по набору функциональных свойств и уникальности рецептур. Широкое развитие получили линейки натуральной косметики на основе лечебных грязей, содержащие в своем составе пелоиды Сакского, Ойбурского, Красного, Майнакского и других озер. Производители с помощью научно-исследовательских институтов создали уникальные по своему рецептурному составу комбинации органических веществ, включающие минеральное, растительное и животное сырье, сформировав тем самым неповторимый региональный бренд, известный далеко за пределами Крыма. Крымская натуральная косметика в комбинации с местными грязелечебницами стала своего рода визитной карточкой полуострова, а продукция – конкурентоспособным заменителем многих известных отечественных и зарубежных брендов.

## Обзор литературы

Отмечено, что научное сообщество, невзирая на высокий потенциал крымской косметической промышленности, уникальные разработки и неповторимость функциональных свойств, продолжает «обходить стороной» крымский рынок натуральной косметики, ограничивая свои исследования преимущественно общими обзорами состояния ресурсной базы и тенденциями в области розничных продаж [3]. Из того небольшого числа научных трудов, которые посвящены рынку натуральной косметики на основе лечебных грязей, стоит отметить работы ученых С. В. Мурадова [4], С. В. Степанова [5], Х. Г. Карагулова [6], Д. А. Вахтеевой [7], О. Б. Ярош и Э. А. Митиной [8], Н. Н. Кальковой [9] и др. Практически отсутствуют научные исследования уникальных характеристик крымской натуральной косметики, ее конкурентных преимуществ, а также перспектив наращивания экспорта, что во многом обуславливает актуальность исследования и формирует для производителей научную базу, которая позволит использовать отдельные конкурентные преимущества национальной и региональной продукции в рамках реализуемых стратегий импортозамещения и продвижения, формирования конкурентоспособного предложения.

## Характеристика объектов исследования

В торговой практике принято выделять следующие группы косметических средств: уходовая, гигиеническая, декоративная, защитная, лечебно-профилактическая и специальная косметика. Особую группу формируют лечебно-профилактические косметические средства, которые по ряду свойств приближены к фармацевтическим препаратам [10]. Одним из направлений этой группы является косметика на основе лечебных (целебных) грязей. Список косметических средств,

содержащих извлечения из грязи, достаточно широк. Это крема для различных типов кожи лица и рук, тоники для лица, маски для лица и волос, антицеллюлитные маски, шампуни, бальзамы-ополаскиватели. Основные варианты использования лечебных грязей в составе косметических средств: чистая грязь, грязь в комплексе со вспомогательными и действу-

ющими веществами, косметическая продукция на основе извлечений (экстрактов) из грязей.

Вследствие отсутствия единой классификации косметических средств на основе лечебных грязей была составлена авторская схема ассортимента продукции, представленной в торговой сети (рис. 1).

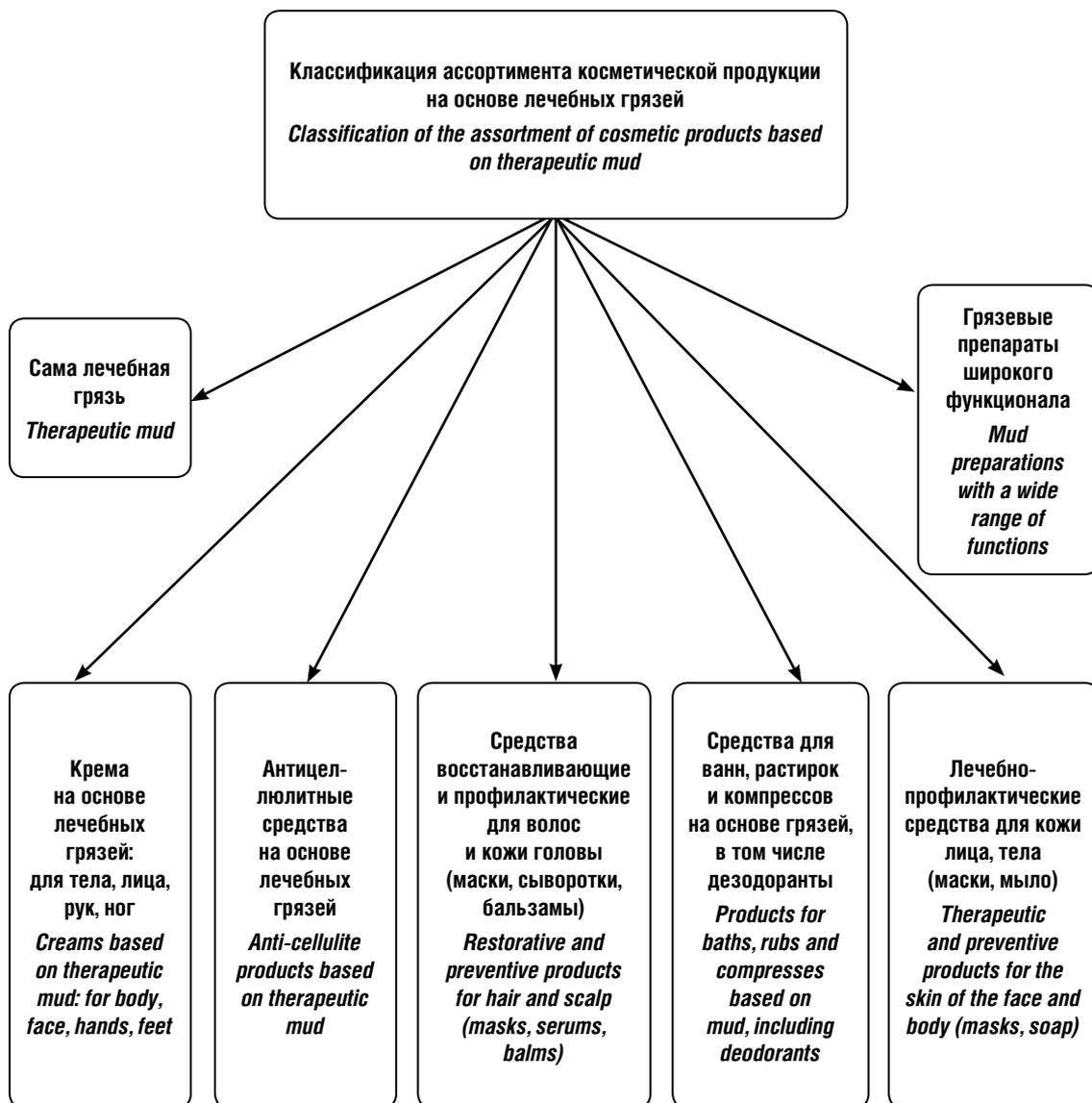


Рис. 1. Классификация ассортимента косметических товаров на основе лечебных грязей

Fig. 1. Classification of the assortment of cosmetic products based on therapeutic mud

С целью установления конкурентных преимуществ региональной косметической продукции на основе лечебных грязей было отобрано шесть торговых марок, реализуемых в торговой сети «Чистый дом», которые покупатели отметили как наиболее предпочитаемые бренды.

В качестве объектов исследования была выбрана самая популярная позиция – маски для лица. Характеристики шести образцов для исследования представлены в таблице 1.

Согласно данным таблицы 1, для исследования выбрано шесть образцов крем-

**Таблица 1.** Характеристики образцов для исследования

Table 1. Characteristics of samples for research

Торговая марка <i>Trademark</i>	Объект исследования <i>Object of study</i>	Состав <i>Compound</i>	Объем упаковки, мл <i>Packaging volume, ml</i>	Цена, руб. <i>Price, RUB</i>
«Сакские грязи»	Крем-маска для лица омолаживающая «Аквабиолис»	Вытяжка грязи Сакского озера, глицерин, оливковое масло, композиция растительных экстрактов ромашка, хвощ, дистиллированная вода	15	105
ARAVIA Professional	Маска-крем омолаживающая с комплексом минеральных грязей Anti-aging mud mask	Комплекс минеральных грязей, глюконовая кислота, глина голубая, масло кокоса, ниацинамид, экстракты граната, ананаса, смородины	100	873
«Крымская живая косметика»	Крем-маска омолаживающая для проблемной кожи с экстрактом зеленого чая Crimea minerals	Вода, масло лесного ореха, грязь Сакского озера, масло авокадо, воск эмульсионный, глицерин, экстракт зеленого чая, алоэ вера гель	200	475
«Мануфактура Дом природы»	Крем-маска для лица омолаживающая на основе грязи Сакского озера	Грязь иловая сульфидная Сакского озера, голубая глина, масла облепихи, примулы вечерней; экстракты зеленого чая, винограда, земляники; янтарная кислота, каприк/каприлик триглицерид, композиция эфирных масел (лемонграсс, лимон, апельсин), экстракт розмарина, витамины А, Е, L-аскорбиновая кислота	170	410
Floresan	Маска для лица грязевая с прополисом на кремовой основе омолаживающая	Вода, глицерин, гиалуроновая кислота, глина, грязь Мертвого моря, прополис, сера, цинк. Содержит касторовое масло, соевое масло, экстракты календулы, ламинарии и прополиса, ПЭГ-75 ланолин, ПЭГ-100 стеарат, цетиариловый спирт	15	33
Eco Tavrida	Маска-крем для лица на основе Сакской грязи «Интенсивное омоложение»	Коллоидный раствор грязи Сакского озера очищенный, оливковое масло, масло ши, экстракт крымской розы, экстракт ромашки, полавакс, стеариновая кислота, аллантоин, витамин А, витамин Е, феноксизтанол, сорбат калия	150	337

маски – аналогов по функциональному назначению, содержащих в своем составе лечебную грязь. Для оценки конкурентных преимуществ были определены следующие показатели: цена, натуральность состава, удобство упаковки, запах продукта, его консистенция, известность торговой марки и информативность упаковки.

### Методика и показатели для проведения оценки

Методика исследования базировалась на общенаучных методах анализа [11]. Для оценки показателей рекомендована 5-балльная шкала, оценка по показателям которой приведена в таблице 2.

Выставление баллов рекомендовано в пределах 1–5 баллов по следующей шкале: 5 баллов – отличный показатель; 4 балла – хороший показатель; 3 балла – выше среднего показатель; 2 балла – удовлетво-

рительный показатель; 1 балл – показатель ниже удовлетворительного.

Для оценки показателя по стоимости был проведен пересчет цены продукта на 10 мл объема. Полученные данные представлены в таблице 3.

Согласно данным таблицы 3, после пересчета стоимости товара на 10 мл объема самой дорогой оказалась маска торговой марки ARAVIA Professional, самой дешевой – маска торговой марки Floresan. Оценка натуральности состава проводилась с использованием экспертного подхода. Максимальная оценка выставлялась тем продуктам, в составе которых отсутствовали или содержались в минимальном количестве синтезированные или искусственные ингредиенты. Особое внимание уделялось содержанию в продукте воды, которая как составной элемент не выполняет какой-либо функции, кроме увеличения объема продукта. Также обращалось

**Таблица 2.** Шкала оценивания показателей косметики

Table 2. Cosmetics evaluation scale

Показатель <i>Indicator</i>	Максимальное количество баллов <i>Maximum points</i>	Критерий значения балла (рейтинг) <i>Score value criterion (rating)</i>
Натуральность состава	5	0,25
Цена	5	0,25
Запах	5	0,2
Консистенция	5	0,1
Информативность упаковки	5	0,1
Удобство и практичность упаковки	5	0,05
Известность торговой марки	5	0,05

**Таблица 3.** Данные пересчета цены объектов исследования

Table 3. Data on the recalculation of the price of the research objects

Торговая марка <i>Trademark</i>	Объем упаковки, мл <i>Packaging volume, ml</i>	Цена, руб. <i>Price, RUB</i>	Цена за 10 мл <i>Price for 10 ml</i>
«Сакские грязи»	15	105	70,0
ARAVIA Professional	100	873	87,3
«Крымская живая косметика»	200	475	23,8
«Мануфактура Дом природы»	170	410	24,1
Floresan	15	33	22,0
Eco Tavrida	150	337	22,4

внимание на натуральные дополнительные вещества, входящие в состав, улучшающие и расширяющие функциональный спектр исследуемых образцов.

Оценка запаха продукта проводилась с позиции его резкости и приятности, учитывая, что данный продукт наносится в область дыхательных путей, а это при наличии тяжелых запахов усложняет для потребителя процедуру использования маски, оказывая негативное влияние на ожидаемые профилактические действия.

Оценка консистенции проводилась с учетом ее плотности и текучести, так как основная функция маски заключается в равномерном нанесении на лицо и удержании консистенции в таком состоянии на протяжении значительного времени. Также определялась равномерность консистенции, учитывая возможное ее расслоение или комкование.

Информативность и удобство упаковки оценивалось с позиции используемых материалов, простоты открытия и закрытия клапана, удобства выдавливания маски из упа-

ковки, а также полноты и доступности для чтения нанесенной информации.

Известность торговой марки оценивалась с учетом собственного мнения и опыта пользования продуктом.

### Результаты исследования

Для оценки объектов исследования была сформирована фокус группа из пяти экспертов, в состав которой вошли подготовленные испытатели из числа обучающихся студентов института, а также преподаватели товароведных дисциплин. Результаты балльной оценки, приведенные к среднеарифметическим значениям, представлены в таблице 4.

Согласно проведенному исследованию, лучшими масками на основе лечебных грязей признаны образцы «Аквабиолис» ТМ «Сакские грязи» (Крым) и торговой марки ARAVIA Professional (Россия, Москва). Худшей, по мнению экспертов, признана торговая марка Floresan, имеющая не полностью натуральный состав, введенную

**Таблица 4.** Усредненные результаты балльной оценки образцов исследования по показателям конкурентоспособности

Table 4. The average evaluation of the study samples for competitiveness indicators

Торговая марка <i>Trademark</i>	Баллы за оцениваемые показатели / <i>Points for assessed indicators</i>							Итого / <i>Result</i>
	состав <i>compound</i>	цена <i>price</i>	запах <i>smell</i>	консистенция <i>consistency</i>	информация <i>information</i>	удобство упаковки <i>convenience of packaging</i>	бренд <i>brand</i>	
«Сакские грязи»	4	2	5	5	5	3	5	29
ARAVIA Professional	5	1	5	5	3	5	5	29
«Крымская живая косметика»	4	4	3	4	4	5	4	28
«Мануфактура Дом природы»	3	4	4	4	4	4	5	28
Floresan	2	5	2	3	4	3	3	22
Eco Tavrida	4	5	4	4	4	4	3	28

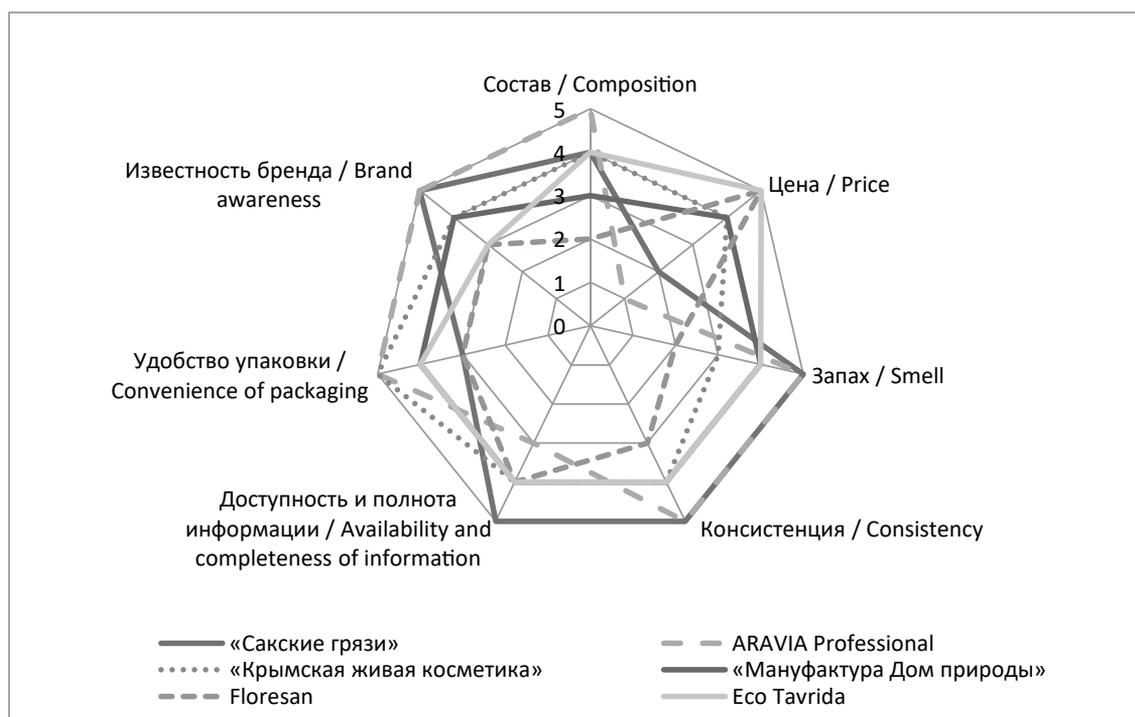
в крем воду, что повлияло на консистенцию, которая была очень текучей.

Высоко оценили эксперты и маски ТМ «Крымская живая косметика» (баллы были снижены в основном за счет резкого запаха), ТМ «Мануфактура Дом природы» – снижение произошло из-за ненатуральности состава, а также торговой марки Eco Tavrida, потерявшей баллы вследствие не особой осведомленности экспертов о бренде. Все эти торговые марки получили оценку в 28 баллов.

Графическое изображение балльной оценки представлено в модели «многоугольник конкурентоспособности» на рисунке 2.

Согласно рисунку 2, наибольший «провал» в баллах отмечен по показателю цена: два из шести образцов имели очень высокую цену по сравнению с конкурентами. Высоко эксперты оценили доступность и полноту информации. Только один из шести образцов – торговая марка Floresan – получил по этому показателю три балла, так как состав, нанесенный на упаковку, был на английском языке, также нечитательной была информация о дате производства и сроках реализации.

Для повышения объективности исследования был проведен пересчет полученных образцами баллов с учетом критериев их



**Рис. 2.** Многоугольник конкурентоспособности натуральной косметики на основе лечебных грязей  
**Fig. 2.** The polygon of the competitiveness of natural cosmetics based on therapeutic mud

значимости для потребителя, полученные данные представлены в таблице 5.

Согласно балльно-рейтинговой оценке, уровень конкурентоспособности косметических средств на основе лечебных грязей приобрел другую характеристику. Наибольшее количество баллов набрала маска торговой марки Eco Tavrída. Данный образец получил самые высокие баллы по наиболее значимым критериям, а именно у него полностью натуральный состав, включающий в качестве добавок разнообразные растительные органические добавки, и относительно невысокая цена, а также хорошие запах и консистенция. При этом лидеры по балльной оценке ТМ «Сакские грязи» и торговая марка ARAVIA Professional при пересчете на рейтинг потеряли свои позиции. На второе место вышла ТМ «Крымская живая кос-

метика» за счет низкой цены и хороших органолептических показателей. В целом по результатам анализа были определены наиболее высокие конкурентные преимущества у каждого исследуемого образца и выделены те недостатки, которые снижают их общий уровень конкурентоспособности (табл. 6).

Согласно данным таблицы 6, основными конкурентными преимуществами крымской косметики на основе лечебных грязей стоит считать показатели натуральности состава и хорошие органолептические характеристики продукта.

Также отметим, что конкурентные преимущества отечественной косметики на основе лечебных грязей, исследованные на примере крымских производителей, во многом формируются под влиянием созданного уникального предложения.

**Таблица 5.** Усредненные результаты балльно-рейтинговой оценки образцов исследования по показателям конкурентоспособности

Table 5. The averaged results of the point-rating assessment of research samples for competitiveness indicators

			Баллы за оцениваемые показатели <i>Points for assessed indicators</i>															
			Состав / <i>Compound</i>	С учетом критерия значимости в 0,25 / <i>Taking into account the significance criterion of 0.25</i>	Цена / <i>Price</i>	С учетом критерия значимости в 0,25 / <i>Taking into account the significance criterion of 0.25</i>	Запах / <i>Smell</i>	С учетом критерия значимости в 0,20 / <i>Taking into account the significance criterion of 0.20</i>	Консистенция / <i>Consistency</i>	С учетом критерия значимости в 0,1 / <i>Taking into account the significance criterion of 0.1</i>	Информация / <i>Information</i>	С учетом критерия значимости в 0,1 / <i>Taking into account the significance criterion of 0.1</i>	Удобство упаковки / <i>Convenience of packaging</i>	С учетом критерия значимости в 0,05 / <i>Taking into account the significance criterion of 0.05</i>	Бренд / <i>Brand</i>	С учетом критерия значимости в 0,05 / <i>Taking into account the significance criterion of 0.05</i>	Итого / <i>Result</i>	
Торговая марка <i>Tademark</i>	«Сакские грязи»	4	1,0	2	0,5	5	1,0	5	0,5	5	0,5	5	0,5	3	0,15	5	0,25	3,9
	ARAVIA Professional	5	1,25	1	0,25	5	1,0	5	0,5	3	0,3	5	0,25	5	0,25	5	0,25	3,8
	«Крымская живая косметика»	4	1,0	4	1,0	3	0,6	4	0,4	4	0,4	5	0,25	4	0,2	4	0,2	3,85
	«Мануфактура Дом природы»	3	0,75	4	1,0	4	0,8	4	0,4	4	0,4	4	0,2	5	0,25	5	0,25	3,80
	Floresan	2	0,5	5	1,25	2	0,4	3	0,3	4	0,4	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3,15
	Eco Tavidia	4	1,0	5	1,25	4	0,8	4	0,4	4	0,4	4	0,2	3	0,15	3	0,15	4,20

**Таблица 6.** Характеристики, формирующие конкурентные преимущества образцов исследования и снижающие общий уровень их конкурентоспособности

Table 6. Characteristics that form the competitive advantages of research samples and reduce the overall level of their competitiveness

<b>Торговая марка</b> <i>Trademark</i>	<b>Характеристики, формирующие конкурентные преимущества</b> <i>Characteristics that form competitive advantages</i>	<b>Характеристики, снижающие общий уровень конкурентоспособности</b> <i>Characteristics that reduce the overall level of competitiveness</i>
«Сакские грязи»	Образец имеет отличный запах и однородную, густую консистенцию, удобную для нанесения, на упаковке содержится полная информация о составе, имеет место известный потребителю бренд	У образца отмечена достаточно высокая цена в пересчете на 10 г продукта, в составе содержится вода, упаковка разовая: с одной стороны, удобная для применения, с другой стороны, клапан тяжело отрывается, нет фиксатора для закрытия при условии, если крем не был полностью использован
ARAVIA Professional	Образец имеет полностью натуральный состав, отличный запах и консистенцию, упаковка удобная, выполненная из эластичного полимера, который при нажатии легко выдавливает массу крема, крышка плотно фиксируется и не открывается при легком нажатии	У образца отмечена самая высокая цена, часть информации на английском языке, часть текста нанесена мелким шрифтом, который плохо читается
Крымская живая косметика	Образец имеет достаточно низкую цену, упаковка удобная, плотно закрывающаяся, информация нанесена в достаточном количестве и в основном читабельна	В состав введена вода, у образца резкий сильный запах, слегка водянистая консистенция
«Мануфактура Дом природы»	У образца самая низкая цена, хороший запах с легка улавливаемыми нотками растений, клапан достаточно удобный, материал упаковки слегка плотный	Образец имеет в составе большое количество полусинтетического масла кокоса (каприк/каприлик триглицерид) и не полностью безопасную янтарную кислоту, которая является аллергеном
Floresan	У образца самая низкая цена, основная информация читабельна, ее объем достаточен	Продукт содержит большое количество полусинтетических и искусственных веществ, введенных в состав. У него резкий, неприятный запах и текучая консистенция. Упаковка разовая, полоска-клапан для закрывания отсутствует, пластик плотный, плохо отрывается при вскрытии
Eco Tavrida	У образца достаточно сбалансированный и разнообразный состав, содержащий много натуральных органических веществ, хорошая, невысокая цена, достаточно приятный запах, читабельная информация, вполне удобная упаковка	Менее известная для экспертов торговая марка, слегка жидковатая консистенция, отмечен небольшой оттенок в запахе, в составе есть полусинтетические добавки

Мониторинг рынка показал, что на момент исследования крымская натуральная косметика с лечебными глинами насчитывает более 200 видов продукции, многие из которых уникальны и выпускаются только местными предприятиями, в ассортименте представлен ряд многофункциональных косметических средств, не имеющих отечественных и зарубежных аналогов [12].

## Заключение

Учитывая представленные результаты оценки конкурентоспособности образцов натуральной косметики на основе лечебных глин, можно сделать вывод, что крымская продукция высококонкурентоспособна, у многих производителей заявлен натуральный состав, имеет место относительно невысокая цена. Наиболее высокими характеристиками, по мнению экспертов, обладает продукция торговой марки Eсо Tavrida, которая при условии более эффективно продвижения бренда может конкурировать

с известными отечественными и зарубежными брендами. Самая популярная ТМ «Сакские глины», получившая также хорошие отзывы экспертов, может выйти в лидеры при условии розлива продукции в разную упаковку, различным номиналом, а также в случае снижения цены до уровня конкурентов.

Особым конкурентным преимуществом крымской косметики на основе лечебных глин признан показатель широты и уникальности ассортимента, формирование которого происходит благодаря работе ряда региональных научно-исследовательских институтов. Уникальность предложения по сравнению с аналогами сформирована за счет неповторимости состава местных лечебных глин, а также наличия у них различного по своей структуре химического состава, оказывающего влияние на кожные покровы и организм человека в рамках лечебно-профилактических действий [13], что может рассматриваться как основной аспект импортозамещения.

## Список литературы

1. *Иващенко А.С., Мизин В.И., Ежов В.В., Васенко В.И., Чабан В.В., Станкевич Д.А.* Бальнеологическое применение лечебных глин и рапы месторождений западного и Восточного Крыма в санаторно-курортной практике // Вестник физиотерапии и курортологии. 2018. Т. 24. № 1. С. 43–51.
2. *Пашеева Т.Ю., Зверев А.Л.* Роль инвестиций в развитии промышленных предприятий // Экономика промышленности. 2024. Т. 17. № 1. С. 29–39. DOI: 10.17073/2072-1633-2024-1-1237.
3. *Максимов М.И., Гришин Е.Г., Петухов С.А.* Об актуальном состоянии Российского рынка косметических средств: анализ и прогноз // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. 2024. №5. С. 98–108. DOI: 10.47576/2949-1894.2024.5.5.012.
4. *Ступникова Н.А., Мурадов С.В.* Физико-химические и микробиологические исследования лечебной глины месторождения озера Утиное Камчатской области // Вестник ДВО РАН. 2005. №3 (121). С. 76–82.
5. *Степанов С.В., Устинова Л.В., Плаксен Н.В.* Разработка косметических средств на основе природных биологически активных веществ камчатского края // Тихоокеанский медицинский журнал. 2014. №2 (56). С. 61–63.
6. *Карагулов Х.Г., Евсеева С.Б.* Косметические средства на основе лечебных глин: состав и технологические особенности // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-1. Ст. 1849.
7. *Вахтеева Д.А.* Особенности российского рынка косметических средств // Молодой ученый. 2015. №21 (101). С. 367–369.

8. Ярош О.Б., Митина Э.А. Анализ рынка косметических средств в Республике Крым // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. 2020. № 1 (50). С. 239–250.
9. Калькова Н.Н., Ярош О.Б. Влияние упаковки на восприятие потребителями региональной продукции в качестве сувенирной (на примере косметической продукции из Сакских грязей Республики Крым) // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2022. № 6-2. С. 248–255. DOI: 10.17513/vaael.2273.
10. Репринцева Е.В. О тенденциях развития Российского рынка фармацевтической косметики // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2021. Т. 10. № 2 (35). С. 274–276. DOI: 10.26140/anie-2021-1002-0055.
11. Гутникова О.Н. Общенаучные методы анализа для качественной градации торговых услуг // Стандарты и качество. 2023. № 4. С. 80–85. DOI: 10.35400/0038-9692-2023-4-7-23.
12. Гутникова О.Н. Исследование товарного рынка и потребительских предпочтений при выборе косметических товаров на основе лечебных грязей // Маркетинг в России и за рубежом. 2023. № 6. С. 44–53.
13. Балдынова Ф.П., Хамханова Д.Н. Использование лечебной грязи при изготовлении ферментированной косметической маски // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2022. Т. 84. № 1 (91). С. 157–161. DOI: 10.20914/2310-1202-2022-1-157-161.

#### Сведения об авторе

Гутникова Ольга Николаевна, ORCID 0000-0003-2030-4178, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела, Институт экономики и управления Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского, Симферополь, Республика Крым, Россия, vechirko15@mail.ru

Статья поступила 23.07.2025, рассмотрена 28.08.2025, принята 09.09.2025

#### References

1. Ivaschenko A. S., Mizin V. I., Ezhov V. V., Vasenko V. I., Chaban V. V., Stankevich D. A. Balneological application of therapeutic muds and brine deposits of western and eastern Crimea in sanatorium-resort practice. *Vestnik fizioterapii i kurortologii*=Herald of Physiotherapy and Health Resort Therapy, 2018, vol.24, no.1, pp.43-51 (in Russian).
2. Pasheeva T. Yu., Zverev A. L. The role of investments in the development of industrial enterprises. *Ekonomika promyshlennosti*=Russian Journal of Industrial Economics, 2024. vol.17, no.1, pp.29-39 (in Russian). DOI: 10.17073/2072-1633-2024-1-1237.
3. Maksimov M. I., Grishin E. G., Petukhov S. A. On the current state of the Russian cosmetics market: Analysis and forecast. *Innovatsionnaya ekonomika: informatsiya, analitika, prognoz*=Innovative Economy: Information, Analytics, Forecasts, 2024, no.5, pp.98-108 (in Russian). DOI: 10.47576/2949-1894.2024.5.5.012.
4. Stupnikova N. A., Muradov S. V. Physicochemical and microbiological studies of the therapeutic mud from the "Ozero Utinoe" field Inkamchatkaya oblast. *Vestnik DVO RAN*, 2005, no.3(121), pp.76-82 (in Russian).
5. Stepanov S. V., Ustinova L. V., Plaksen N. V. Development of cosmetics based on natural biologically active substances of the Kamchatka Territory. *Tikhookeanskii meditsinskii zhurnal*=Pacific Medical Journal, 2014, no.2(56), pp.61-63 (in Russian).
6. Karagulov H. G., Evseeva S. B. Cosmetics mud: Composition and technological particular qualities. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*=Modern Problems of Science and Education, 2015, no.1-1, article 1849 (in Russian).
7. Vakhteeva D. A. *Osobennosti rossiiskogo rynka kosmeticheskikh sredstv* [Features of the Russian cosmetics market]. *Molodoi uchenyi*, 2015, no.21(101), pp.367-369.

8. Yarosh O. B., Mitina E. A. Analysis of the market of cosmetic products in the Republic of Crimea. *Nauchnyi vestnik: Finansy, banki, investitsii*=Scientific Bulletin: Finance, Banks, Investments, 2020, no.1, pp.239-250 (in Russian).
9. Kalkova N. N., Yarosh O. B. The influence of packaging on consumers' perception of regional products as souvenirs (on the example of cosmetic products from the mud of Saki of the Crimea Republic). *Vestnik Altaiskoi akademii ekonomiki i prava*, 2022, no.6-2, pp.248-255. DOI: 10.17513/vaael.2273.
10. Reprintseva E. V. The development trends of the Russian pharmaceutical cosmetics market. *Azimuth nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravlenie*, 2021, vol.10, no.2(35), pp.274-276 (in Russian). DOI: 10.26140/anie-2021-1002-0055.
11. Gutnikova O. N. Applying general scientific analysis methods for qualitative gradation of trading services. *Standarty i kachestvo*=Standards and Quality, 2023, no.4, pp.80-85 (in Russian). DOI: 10.35400/0038-9692-2023-4-7-23.
12. Gutnikova O. N. Research of the commodity market and consumer preferences when selecting cosmetic products based on therapeutic mud. *Marketing v Rossii i za rubezhom*, 2023, no.6, pp.44-53 (in Russian).
13. Baldynova F. P., Khamkhanova D. N. Use of healing mud when making a fermented cosmetic mask. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta inzhenernykh tekhnologii*=Proceedings of the Voronezh State University of Engineering Technologies, 2022, vol.84. no.1(91), pp.157-161 (in Russian). DOI: 10.20914/2310-1202-2022-1-157-161.

#### About the author

*Olga N. Gutnikova*, ORCID 0000-0003-2030-4178, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor at Marketing, Trade and Customs Affairs Department, Institute of Economics and Management of the V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Republic of Crimea, Russia, vechirko15@mail.ru

Received 23.07.2025, reviewed 28.08.2025, accepted 09.09.2025