Агентство стратегического развития и реформ
при Президенте Республики Узбекистан

Предложения по развитию парфюмерно-косметической отрасли в Узбекистане



Аннотация

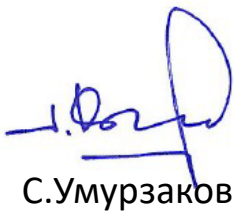
Парфюмерно-косметическая индустрия относится к числу наиболее **своеобразных отраслей** мировой экономики, сочетая в себе элементы сельского хозяйства, химической промышленности, высокой науки и индустрии роскоши. Структурно она представляет собой **многоуровневую цепочку создания стоимости**, в которой основная прибыль формируется не на этапе выращивания сырья, а на стадиях переработки, стандартизации, производства ингредиентов, разработки рецептур и продвижения готовой продукции.

Отрасль характеризуется высокой **конкуренцией**, значительными технологическими и регуляторными **барьерами** для входа, а также жёсткими требованиями к качеству, прослеживаемости и безопасности продукции. С другой стороны, это **прибыльный и устойчиво растущий рынок**, который поддерживается **несколькими макротрендами** – спросом на натуральные и органические продукты, развитием ароматерапии и индустрии здорового долголетия, а также повышением требований к экологичности и прозрачности происхождения сырья.

Для **Узбекистана** данная отрасль представляет **особый интерес**, поскольку позволяет одновременно внести вклад в решение ряда задач: увеличить выпуск продукции с **высокой добавленной стоимостью**, нарастить **экспортный потенциал**, сформировать новые **компетенции**, снизить зависимость от **водоёмких** сельскохозяйственных культур и создать **новые рабочие места**, в первую очередь в сельской местности.

Вместе с тем следует учитывать, что её развитие потребует не менее **5-10** лет и должно осуществляться **взаимосвязанно** и одновременно на **нескольких уровнях** – от выращивания сырья и его переработки до создания научной базы, системы сертификации и каналов сбыта.

В этой связи был проведён **анализ** глобального рынка натуральных ингредиентов для парфюмерии и косметики, оценены **конкурентные преимущества Узбекистана**, а также подготовлен **комплекс предложений** по формированию в стране **новой экспорто-ориентированной отрасли**, которая в перспективе может обеспечить дополнительный экспорт до **450-500 млн долл** и занятость до **60 тыс** человек, а также создать условия для **импортозамещения** продукции с высокой добавленной стоимостью.



С.Умурзаков

СОДЕРЖАНИЕ

I. Перспективы развития парфюмерно-косметической отрасли в Узбекистане.....1

II. Анализ глобального рынка парфюмерных и косметических товаров.....4

III. Рынок и потенциал парфюмерно-косметической отрасли Узбекистана.....8

IV. Анализ привлекательности парфюмерно-косметической отрасли для Узбекистана и имеющихся барьеров 13

V. Предложения по развитию парфюмерно-косметической отрасли в Узбекистане.....20

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

I. Перспективы развития парфюмерно-косметической отрасли в Узбекистане

Нарастающий водный дефицит в **Центральной Азии**, усиление геополитического соперничества вокруг ключевых транзитных маршрутов, **фрагментация** мировой торговли и необходимость развития локального рынка труда требуют от **Узбекистана** пересмотра структуры экономики и ускорения перехода от ресурсо-затратной и сырьевой модели к развитию **высокомаржинальных наукоёмких отраслей**.



В этом контексте на сегодняшний день одним из перспективных и не в полной мере задействованных направлений, отвечающих стратегическим интересам **Узбекистана**, может стать **парфюмерно-косметическая индустрия**. Главными аргументами в пользу развития отрасли выступают:

а. Преодоление эффекта «двойной замкнутости»

Узбекистан – **одна** из **двух** стран мира, чьи экспортные грузы вынуждены пересекать минимум **две** границы до выхода к мировому океану. Это снижает конкурентоспособность страны в транспортировке тяжёлых низкомаржинальных грузов. Парфюмерия, высокотехнологичные концентраты и эфирные масла относятся к **противоположной категории** – «**лёгкие**» **товары** стоимостью в тысячи долларов за килограмм, для которых авиадоставка составляет менее **1%** от конечной цены продукта.

б. Водосбережение и устойчивое развитие

Лаванда потребляет в **3**-**5** раз меньше воды, чем хлопок, а **парфюмерная роза** – в **2**-**3** раза меньше. В условиях дефицита воды, объём которого, по прогнозам, к **2030** г. может достичь **7 млрд м^3** в год, развитие эфиромасличных культур приобретает не только экономическое, но и стратегическое значение. Переориентация части сельскохозяйственного производства на **менее водоёмкие** и более маржинальные культуры способна одновременно снизить нагрузку на **водные ресурсы**, повысить устойчивость **аграрного сектора** и укрепить экономическую безопасность страны.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

в. Долгосрочная инвестиционная эффективность

В отличие от традиционных культур, требующих ежегодных расходов на вспашку, посев и другие агротехнические мероприятия, многие распространённые эфиромасличные растения, такие как **роза**, **лаванда** или **перечная мята**, являются **многолетними** – с циклом от **15** до **20** лет. Соответственно, основная часть капитальных вложений, приходится на **начальный этап**, связанный с закладкой плантаций и созданием необходимой инфраструктуры. По мере выхода плантаций на проектную мощность рентабельность производства значительно возрастает, обеспечивая **устойчивый денежный поток** на протяжении длительного периода.

г. Формирование новых компетенций и трансфер технологий

Формирование индустрии парфюмерии и косметики потребует развития **компетенций** в области «тонкой» химии, молекулярной биологии, селекции и агротехнологий эфиромасличных культур, парфюмерной композиции, а также современных систем контроля качества в соответствии с международными стандартами **GMP** и **ISO**.

При этом создаваемая научно-технологическая и лабораторная база будет иметь **межотраслевой характер** и может быть использована в фармацевтике, биотехнологиях и пищевой промышленности.

д. Высокий мультипликативный эффект

Парфюмерно-косметическая отрасль обладает высоким **мультипликативным потенциалом**, стимулируя спрос на продукцию **машиностроения** (базовое оборудование для **экстракции** и **дистилляции**), **стекольной промышленности**, производителей **упаковки** и дизайнерских услуг, способствует развитию **пчеловодства**, а также создаёт основу для формирования новых направлений **агро**- и **экотуризма**.

е. Капитализация культурного бренда



Территория **Мавераннахра** на протяжении веков являлась важным звеном **Великого шёлкового пути**, через которое проходили маршруты торговли пряностями, благовониями и лекарственными растениями. **Грамотное** использование этого историко-культурного наследия как маркетингового инструмента может позволить сформировать узнаваемый **национальный бренд**, способный занять свою нишу на мировом рынке премиальной натуральной парфюмерии и косметики.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

В совокупности развитие парфюмерно-косметической индустрии в **Узбекистане** позволит диверсифицировать структуру экономики, снизить зависимость от импорта ингредиентов для готовой парфюмерной продукции, расширить номенклатуру **экспорта**, смягчить проблему **водного дефицита** и увеличить долю товаров с **высокой добавленной стоимостью** в общем объёме национального производства.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

II. Анализ глобального рынка парфюмерных и косметических товаров

Глобальная парфюмерно-косметическая индустрия представляет собой **многоуровневую цепочку создания стоимости**, в которой каждый сегмент обладает собственным рынком, набором компетенций, требованиями к капиталу и конкурентной средой.

Структурно отрасль выглядит следующим образом:

1-й этап – выращивание ароматических культур (роза, лаванда, жасмин и др.);

2-й этап – первичная переработка культур в эфирные масла и другие ароматические продукты;

3-й этап – выпуск растительных экстрактов (вытяжек) и активных ингредиентов для парфюмерной, косметической и фармацевтической промышленности;

4-й этап – создание формул и композиций, производство готовой парфюмерно-косметической продукции;

5-й этап – продвижение продукции через глобальные бренды и дистрибьюторские сети.

Для наглядности можно проследить всю цепочку на примере одного продукта – **лаванды**:

1-й этап – фермер выращивает и собирает лаванду. Продукт этапа – свежие или подсушенные **соцветия**, стоимость которых составляет от **300** до **700 долл** за тонну сырья;

2-й этап – соцветия подвергаются паровой дистилляции, в результате чего получается **лавандовое эфирное масло**. Из примерно **100 кг** сырья выходит около **1 кг** масла. Его оптовая стоимость достигает **100** долл за кг, в то время как **премиальные сертифицированные сорта**, реализуемые мелкими партиями, оцениваются в **220-260 долл** за кг;

3-й этап – из масла или непосредственно из сырья выделяются стандартизированные компоненты – например, **линалоол** и **линалил-ацетат** (ключевые молекулы лавандового аромата) либо очищенный экстракт с **гарантированным составом** для использования в медицинской косметике. Продукт приобретает **паспорт качества** и воспроизводимый **химический профиль**, а его стоимость на единицу кратно возрастает.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

4-й этап – парфюмер или косметолог включает лавандовое масло или его компоненты в рецептуру **духов**, **крема**, **сыворотки** или **средства ароматерапии**. Создаётся готовый продукт с собственным составом и брендом;

5-й этап – готовый продукт под узнаваемой маркой попадает на полку магазина или в онлайн-магазин, где его конечная цена в **десятки** и **сотни** раз превышает стоимость исходного сырья.

С учётом имеющихся природно-климатических условий, структуры экономики и уровня технологического развития наиболее реалистичной стратегией для **Узбекистана** является интеграция в **первые три звена** данной цепочки создания стоимости – именно эти сегменты обеспечивают преодолимый **порог входа**, довольно высокий **экспортный потенциал** и возможность постепенного наращивания **технологических компетенций**.



В то же время выход на рынки глобальных парфюмерных и косметических брендов требует масштабных **инвестиций**, **десятилетий** формирования репутации, построения дистрибьюторских сетей и конкуренции с транснациональными корпорациями, такими как **LVMH**, **L'Oréal**, **Givaudan** и **International Flavors & Fragrances** (**IFF**). По этой причине на текущем этапе данные сегменты представляют собой скорее долгосрочную перспективу, чем практическое направление текущей промышленной политики.

Глобальный рынок натуральных ингредиентов для парфюмерии и косметики демонстрирует **устойчивый рост**, который поддерживается трендами на «**зелёную**» химию, ароматерапию и профилактическую медицину и технологии здорового долголетия (**Wellness**).

По оценкам различных международных аналитических агентств, в **2025** году объём мирового рынка эфирных масел составляет от **13**,**7**до **28**,**3** **млрд долл** (рис. **1**). При этом большинство прогнозов указывает на сохранение устойчивой восходящей динамики в средне- и долгосрочной перспективе: ожидается, что к **2034**-**2035** гг объём рынка достигнет **34**,**8**-**60**,**4** **млрд долл**.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

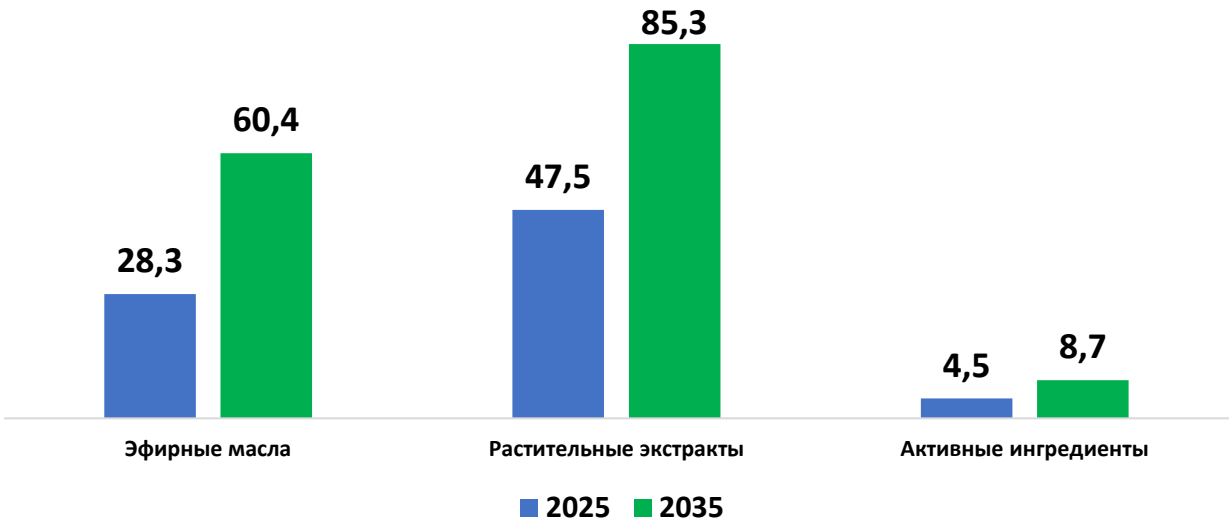


Рис. 1** Текущие и прогнозные показатели глобального рынка натуральных ингредиентов для парфюмерии и косметики, **млрд долл

Параллельно с рынком эфирных масел, сегмент **растительных экстрактов**, которые являются фундаментом современной медицинской косметики, демонстрирует еще более **агрессивную динамику**. По оценкам экспертов, в **2025** г. этот сектор достигнет оценки в **47,5 млрд долл**, а к **2035** году прогнозируется его «**взрывной**» рост до **85,3 млрд долл**.

Узкоспециализированный рынок **активных косметических ингредиентов**, включающий в себя стандартизированные фитокомплексы, растительные белковые соединения и витамины, оценивается в **4,5 млрд долл** в **2025** году с перспективой роста до **8,7 млрд долл** к **2035** г.



Географическая структура мирового спроса остаётся относительно **устойчивой**. Крупнейшим рынком выступает **Европа**, на долю которой приходится от **43,4%** до **49,4%** глобальной выручки. Лидерство региона обусловлено высокой **концентрацией ведущих производителей** с многолетней историей и традициями, прежде всего во **Франции**, **Швейцарии** и **Германии**, а также устойчивым спросом на натуральные и органические ингредиенты со стороны потребителей и бизнеса.

Вместе с тем наиболее **высокие темпы роста** демонстрирует рынок **Азиатско-Тихоокеанского региона** – **11%** в год – чему способствует расширение среднего класса, рост доходов населения, развитие электронной коммерции, увеличение потребления продукции для здоровья и ухода за собой и активное внедрение в продукты элементов **традиционной** медицины.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

Страновой анализ мирового рынка показывает, что парфюмерно-косметическая индустрия при правильном стратегическом позиционировании является достаточно **эффективным инструментом генерации экспорта**. Так, общий объём **французского** парфюмерно-косметического экспорта удерживается на уровне более **28,8 млрд долл** в год. **США** зарабатывают на отрасли до **10,5 млрд долл**. За ними следуют **Китай** (**4,2 млрд**), **Индия** (**2,8 млрд**), **Турция** (**1,8 млрд**), **Болгария** (**0,5 млрд**) и **Марокко** (**0,2 млрд**). При этом каждая из этих стран находится на определённых уровнях производственной цепочки.

При анализе товарной структуры рынка важно различать показатели физических объёмов производства и создаваемой стоимости. По объёмам производства безусловно доминируют **цитрусовые масла** – **апельсиновое**, **лимонное** и **лаймовое** – на их долю приходится около **42-43%** мирового рынка.

Вторым по объёму сегментом являются **травяные** и **пряные масла**, формирующие около **25-28%** мирового рынка. Здесь ключевыми продуктами выступают масла **чайного дерева**, **мяты перечной** и мяты **луговой**, **розмарина**, **мускатного шалфея**, **тимьяна**, **герани** и **эвкалипта**.

Однако наибольшую ценность с точки зрения выручки на единицу продукции формирует группа **цветочных масел**, несмотря на то что её доля в мировом объёме производства составляет лишь около **12-15%**.



Ключевое место занимает **масло лаванды** и **лавандина**, являющееся одним из базовых ингредиентов парфюмерной и косметической индустрии. Особую нишу занимает **розовое масло**, которое относится к числу наиболее дорогих натуральных ароматических продуктов в мире и используется в продукции премиального уровня. Высокой стоимостью также отличаются **масла жасмина**, **нероли** и **иланг-иланга**.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

III. Рынок и потенциал парфюмерно-косметической отрасли Узбекистана

По данным международных аналитических агентств, включая **StrategyHelix** и портал внешнеторговой статистики **UN COMTRADE**, рынок парфюмерии, косметики и средств личной гигиены **Узбекистана** демонстрирует устойчивую **восходящую динамику**. В **2025** г. его объём оценивается в **734,8 млн долл**, а к **2030** г., по прогнозам, может превысить отметку в **1 млрд долл**.

Официальный импорт готовой парфюмерно-косметической продукции в **2025** г. уже превысил показатель **360 млн долл** в год, не считая продукции, поступающей через каналы параллельного и «челночного» импорта из **Турции**, **ОАЭ** и других стран.

Основными драйверами роста выступают наиболее маржинальные сегменты — **парфюмерия** и **средства по уходу за кожей**, спрос на которые увеличивается в среднем на **5-8%** ежегодно. Рост рынка стимулируется демографическим ростом, **повышением доходов** населения, смещением потребительских предпочтений в сторону брендированной и премиальной продукции, а также развитием электронной коммерции.

По данным маркетинговых агентств **«IndexBox»** и **«Euromonitor»**, основными официальными поставщиками косметики в **Узбекистан** в **стоимостном выражении** являются **Польша**, **Южная Корея** и **Германия**, которые суммарно обеспечивают около **44%** всего импорта. По физическим объёмам лидируют **Южная Корея**, **Польша** и **Турция**. Существенную долю рынка в массовом сегменте также занимает **Россия**.

Отдельные элементы парфюмерно-косметической индустрии в стране уже присутствуют – к ним относятся производители бытовой химии и средств личной гигиены, малые косметические бренды, использующие местное растительное сырьё (масла абрикоса, миндаля, виноградной косточки и хлопка), а также компании, занимающиеся фасовкой и оптовой продажей **импортных ингредиентов**.

Одновременно реализуются отдельные проекты по выращиванию **эфиромасличных культур**. В частности, израильская компания **DRTS** развивает на **40 га** плантации лаванды в **Ташкентской области**, а компания **FHH Garden Flower** реализует проект по выращиванию лаванды и шиповника на **500** га в **Навоийской области** с планируемым выпуском до **25 тыс литров** эфирных масел в год.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

В то же время отрасль всё ещё находится на **начальной стадии** формирования: в стране отсутствуют крупные мощности по промышленной **экстракции** эфирных масел и их **глубокой переработке**, стандартизированная **сырьевая база** для массового и премиального сегментов, **национальная школа** парфюмеров и собственные бренды, способные конкурировать на международном рынке.

Вместе с тем, на сегодняшний день учёными **Института ботаники Академии наук Узбекистана** зафиксировано около **4 500 видов** дикорастущих растений, из которых около **600** видов официально признаны народной и доказательной медициной как **лекарственные**. При этом около **10-12%** узбекской флоры составляют **эндемичные растения**.

Уникальные природно-климатические условия **Узбекистана** – резкие сезонные перепады температур, засушливый климат и высокий уровень солнечной радиации – способствуют накоплению в растениях **повышенных концентраций** биологически активных веществ. В результате содержание **антиоксидантов**, **флавоноидов**, **эфирных масел** и других ценных соединений во многих местных растениях нередко превышает показатели зарубежных аналогов.



Так, к примеру, **мускатный шалфей** в **Узбекистане** содержит повышенные концентрации **склареола** – редкого спирта, который используется как исходный материал для производства **амброксана** – самого востребованного в мире фиксатора аромата в люксовой парфюмерии, заменяющего **серую амбру**.



Дикие растения, произрастающие в условиях высокогорья, интенсивного солнечного излучения и дефицита влаги, такие как **зизифора**, накапливают повышенное количество **антиоксидантов** и **полифенолов**. Благодаря этому их экстракты могут использоваться в качестве активных ингредиентов при производстве **антивозрастной**, **солнцезащитной** и **восстанавливающей** косметики.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан



Особый интерес представляет **ферула**, а точнее получаемая из неё смола — гальбанум, характеризующаяся горько-зелёным и смолистым ароматом, в сочетании с **полынью** или **дикой мятой**, используется производителями **парфюмерии**, такими как **L'Artisan Parfumeur**, **Christian Dior**, **Tom Ford**, **Chanel**, **Pierre Balmain** или **Gucci**, которые активно ищут новые сложные природные ароматы, отличающиеся от традиционных цветочных и цитрусовых композиций.

Для **Узбекистана** данное направление может представлять **особый интерес**, учитывая наличие значительных природных ресурсов ферулы, её государственную охрану и реализуемые программы по культивированию и промышленному выращиванию растения.

Практика также показывает, что в парфюмерно-косметической индустрии важным **фактором конкурентоспособности** является культурный контекст, традиции и история происхождения продукта – так называемый «**стори-теллинг**».



Так, французская парфюмерия **десятилетиями** строит свою идентичность вокруг региона **Прованс** и города **Грасс**, которые олицетворяют образ французского искусства жизни, романтики **Средиземноморья** и средневековых ремесленных традиций.



Марокканская парфюмерно-косметическая индустрия успешно монетизировала историю **аргановое масла** как продукта ремесленничества **берберских племён**, а также образы **пустыни** и **Атласских гор**, где произрастает сырьё для этого продукта.

Аналогичным образом **южнокорейская косметика** (**K-Beauty**) смогла завоевать мировой рынок, и в том числе рынок **Узбекистана**, не только благодаря инновациям, но и за счёт продвижения концепции **восточной медицины**, натуральных ингредиентов и многовековых азиатских практик ухода за кожей. Для **Узбекистана** аналогичным инструментом «**стори-теллинга**» может стать интеллектуальное наследие учёного **Абу Али Ибн-Сины** и история **Великого Шёлкового пути**.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

Среди эфиромасличных культур, пригодных для выращивания в **Узбекистане** исходя из местных агроклиматических условий прежде всего можно выделить **лаванду**, **лавандин**, **кориандр**, **дамасскую розу**, **мускатный шалфей**, **анис**, **тмин**, **перечную мяту**, **базилик** и **мелиссу**. Сравнительный анализ агроэкономических показателей эфиромасличных культур с традиционными культурами узбекского агропромышленного комплекса наглядно демонстрирует их **двойное преимущество** – как с точки зрения **водопотребления**, так и с точки зрения **доходности**.

Так, к примеру, по данным западных агрономических изданий **MDPI Agronomy** и **ATTRA**, **дамасская роза** потребляет в **2**,**5** раза меньше воды, чем **хлопок**, и на **20%** меньше, чем **пшеница**, обеспечивая при этом чистый доход в **5**,**6** раза выше хлопка и в **8**,**2** раза выше пшеницы. **Лаванда** потребляет в **4**,**4** раза меньше воды, чем хлопок, превосходя его по доходности более чем **вдвое**. **Мускатный шалфей** – наименее водоёмкая из рассматриваемых культур — требует в **5** раз меньше воды, чем хлопок, при доходности в **2**,**5** раза выше.

При этом приведённые показатели доходности отражают базовый сценарий – реализацию эфирного масла через **посреднические торговые структуры** по индикативным рыночным ценам — без сертификации происхождения и прямых отношений с конечным покупателем.

Переход к **вертикально интегрированной модели** с прямыми каналами поставок кардинально меняет экономику. Если, к примеру, производитель **масла дамасской розы** получает с одного гектара **1**,**0**-**1**,**5** **кг** эфирного масла и реализует его через трейдера по цене **6 000**-**7 000** **долл**/**кг**, валовая выручка может составить от **6** до **10** **тыс долл** с гектара. При получении сертификата происхождения и прямых поставках конечному покупателю та же партия реализуется по цене **10 000**-**16 000** **долл**/**кг**.

При этом стоит учитывать, что для разных культур максимизация добавленной стоимости достигается по-разному. К примеру, для **дамасской розы** наиболее ценным является продукт **2**-го уровня – **розовое масло** (**Rose Otto**), а для **шалфея** – продукт **3**-го уровня – **амброксан**.

Наиболее перспективными с точки зрения выращивания данных культур выглядят **три** агроклиматических кластера: предгорные зоны **Самаркандской**, **Кашкадарьинской** и **Сурхандарьинской областей** — для дамасской розы и мускатного шалфея, **Навоийская** и **Ташкентская области** — для лаванды и лавандина, а также **Ферганская долина** — для кориандра, базилика, мяты, аниса и тмина.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

Низкая водоёмкость эфиромасличных культур также приобретает в данном контексте значение **маркетингового актива**. Сегодня ведущие международные покупатели последовательно ужесточают ESG-требования к цепочкам поставок, включая подтверждение **водного следа** – удельного расхода воды на производство единицы продукции.

Производитель из **Центральной Азии** – вододефицитного региона, – документально подтверждающий, что выращивание сырья для его продукции потребляет в **2**,**5**-**5** раз меньше воды, чем его традиционных сельскохозяйственных аналогов, получает **конкурентное преимущество** при переговорах с потенциальными заказчиками.



Также стоит учитывать **мультипликативный эффект отрасли**, который наглядно иллюстрирует болгарский опыт: так, крупнейший в **Болгарии** комплекс **Esseterre** американской компании **doTERRA**, стоимостью около **7 млн долл**, выпускающий до **20 тонн** эфирного масла в год, обеспечивает занятость **90** постоянных и ещё **180** сезонных сотрудников.

Предприятие сотрудничает с более чем **70** фермерскими хозяйствами. Перегонка ведётся до **250** дней в году за счёт последовательного использования **лаванды**, **мелиссы**, **чабреца**, **тысячелистника**, **ромашки**, **кориандра**, а также импортных **ладана** и **мирры**, которые обеспечивают загрузку предприятия в зимние периоды. Вокруг комплекса также сформирована **сеть** из поставщиков посадочного материала, транспортных и сервисных компаний.

Применительно к **Узбекистану** это означает, что **одно постоянное рабочее место** на предприятии по производству эфирного масла поддерживает, по консервативным оценкам, ещё **3**-**5** занятых в цепочке: непосредственно в полеводстве и сборе урожая, в агротехническом сопровождении, логистике, лабораторном контроле и упаковке. Для **дамасской розы** – наиболее трудоёмкой культуры – этот коэффициент выше: сезонный сбор лепестков требует **4**-**5** работников на гектар в течение **20**-**25** дней, что при плантации в **1 000 га** формирует **4 000**-**5 000** сезонных рабочих мест только в период цветения.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

IV. Анализ привлекательности парфюмерно-косметической отрасли для Узбекистана и имеющихся барьеров

Для комплексной оценки **привлекательности** отрасли (на уровнях **1**-**3**) и оценки потенциальных **точек входа** для узбекских производителей был проведён анализ по классической модели «**Пяти сил**» американского экономиста **М.Портера**, который выявил следующую картину:

а. Барьеры для входа новых игроков: ВЫСОКИЕ.

Если выращивание и сбор эфиромасличных культур (**1**-й этап) требует относительно **умеренных инвестиций** и может быть организовано на базе существующих фермерских хозяйств, то выход на рынок **эфирных масел**, растительных экстрактов и специализированных ингредиентов (**2**-й и **3**-й этапы) связан с высокими **технологическими** и **регуляторными требованиями**.

Так, любое химическое вещество, включая натуральные растительные экстракты и эфирные масла, импортируемое на территорию **ЕС** в объеме свыше **одной тонны** в год, подпадает под действие регламента **REACH**. Стоимость получения регистрационного номера **REACH** может составлять от **40 000 евро** за **одно** вещество.

Дополнительно экспортёры обязаны соблюдать требования регламента **CLP** по классификации, маркировке и упаковке продукции, положения **Регламента ЕС №1223/2009** по безопасности косметической продукции, а также требования стандартов **GMP** (**ISO 22716**), **COSMOS** и **Ecocert**, регулирующих качество производства, происхождение сырья, экологическую устойчивость и отсутствие запрещённых компонентов.

При переходе на **3**-й этап сложность и стоимость выхода на рынок возрастают **многократно**. Дополнительным барьером здесь выступает жёсткая защита рынка **патентами** ведущих международных производителей ингредиентов, включая химические концерны **BASF**, **Evonik Industries**, **Croda International** и **Ashland**, что требует от новых игроков либо приобретения лицензий, либо длительной и дорогостоящей разработки собственных рецептур.

б. Рыночная власть покупателей: ВЫСОКАЯ.

Покупателей эфирных масел (уровень **2**) можно условно разделить на **три группы**:

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

– **первая группа** – так называемая «**Большая четвёрка**» – компании **Givaudan** (**Швейцария**), **Dsm-Firmenich** (**Швейцария**/**Нидерланды**), **IFF** (**США**) и **Symrise** (**Германия**). В совокупности они контролируют более **60-65%** всего мирового рынка отрасли и создают **формулы** как для люксовых духов, так и для массовой косметики, шампуней и продуктов питания, например, для продукции **Unilever**, **Procter & Gamble**, **Nestlé** и **L'Oréal**.

Благодаря масштабу операций данные компании обладают значительной **переговорной силой** и способны диктовать поставщикам требования по цене, качеству, прослеживаемости и ESG-требованиям. Например, компания **Givaudan** ежегодно закупает более **10 000** различных видов сырья более чем в **100** странах мира на общую сумму **3,8-4,0 млрд долл**, сотрудничая с пулом из более чем **3 000** поставщиков сырья, неизменно добиваясь для себя лучших условий, буквально «**выкручивая руки**» поставщикам.

Наряду с «**Большой четвёркой**» существенное влияние на рынок натуральных ингредиентов оказывают ещё **4** элитные компании, фокусирующиеся именно на натуральном сырье: **Takasago** (**Япония**), **Sensient Technologies** (**США**), **Robertet** и **Mane** (**Франция**).

Чтобы стать их **одобренным поставщиком**, производитель должен пройти многомесячный, а иногда многолетний технологический аудит и комплаенс-контроль, полностью настроив свои бизнес-процессы под требования заказчика. Даже после прохождения всех процедур одобрения поставщики остаются **зависимыми** от ценовой политики крупных покупателей, которые могут легко переключаться между поставщиками или даже выкупать их производства.

– **вторую группу** формируют производители косметики среднего звена, такие как **New Directions Europe** (**Великобритания**), **Vitalforce Cosmetics** (**Нидерланды**), **Azba cosmetics** (**Германия**) или производители органической продукции – **Neal's Yard Remedies** (**Великобритания**), **Weleda** (**Германия**/**Швейцария**), **Jurlique** (**Австралия**), **Aveda** (**США**), **Lush** (**Великобритания**) и др. Они проявляют **бóльшую гибкость** при работе с новыми поставщиками, активно ищут альтернативные источники сырья и **более оперативно** принимают решения о сотрудничестве.



© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

– **в третью группу** входят компании сегмента ароматерапии и профилактической медицины. Крупнейшими игроками здесь являются американские компании – **doTERRA**, **Young Living** и **Plant Therapy**. Они



используют происхождение сырья как ключевой репутационный и маркетинговый актив и выстраивают **долгосрочные партнёрства** с производителями в различных географиях по собственным моделям партнёрства.

Так, компания **doTERRA** в рамках своей программы **Co-Impact Sourcing** работает напрямую с фермерами и местными перерабатывающими заводами (**дистиллериями**) более чем в **45** странах, минуя посредников: стимулирует объединение фермеров в кооперативы, гарантирует стабильные **закупочные цены** с регулярными выплатами и целенаправленно закупает сырьё из **исконного ареала** произрастания растений, где их химический состав наиболее ценен.

Покупателями растительных экстрактов и активных ингредиентов (уровень **3**) являются уже упомянутые **крупные химические концерны** – **BASF**, **Croda**, **Evonik**, **Ashland** – которые на их базе получают конкретные молекулы по собственным запатентованным технологиям. Их рыночная власть также характеризуется как **высокая** в силу доминирования на рынке и может быть частично преодолена через предложение уникальных невоспроизводимых экстрактов.

в. Рыночная власть поставщиков: НИЗКАЯ – для распространённых культур, ВЫСОКАЯ – для **эндемиков** (растений, выращиваемых только в определённых географических и климатических условиях).

Рынок сырья для парфюмерно-косметической промышленности на уровнях выращивания и первичной переработки остаётся крайне **фрагментированным**, что ограничивает рыночную власть большинства поставщиков. Их позиции дополнительно ослабляются высокой зависимостью от погодных условий, болезней растений и колебаний урожайности. При этом экономика производства во многом определяется **коэффициентом преобразования** растительной массы в конечный экстракт, который может различаться в **десятки** и даже **сотни** раз.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан



Так, к примеру, для получения **1 кг болгарского розового масла** требуется собрать от **3** до **4 тонн** свежих лепестков. Сбор должен осуществляться исключительно вручную в **4**-**5** часов утра на протяжении короткого «**окна цветения**» розы (**20**-**25** дней в году) и уже в течение **нескольких часов** поступить на перерабатывающий завод, иначе лепестки «забродят» и масло будет испорчено.

В результате оптовые цены на розовое масло премиального качества достигают **8**,**5**-**16 тыс долл** за **1 кг**, из которых прибыль фермера даже при хорошем урожае составляет не более **10%** из-за высоких издержек на рабочую силу, энергоресурсы, уход за плантацией, амортизацию и содержание перерабатывающего завода (в случае наличия такового), который в остальное время года практически простаивает.

В то же время имеются сырьевые ниши с **высокой маржинальностью** даже на этапе первичного отжима – уникальные, эндемичные экстракты с доказанной клинической базой, не имеющие прямых синтетических аналогов. К ним можно отнести **сандал Майсура**, растущий исключительно в лесах вокруг одноимённого города на юге **Индии**, или



арганию колючую, произрастающую в засушливом регионе **Сус** на юго-западе **Марокко**, являющуюся сырьём для производства ценного **аргановое масла** и ставшую в **2010** г. **защищённым географическим указателем** (**PGI**).



При этом традиционные практики, технологии и ноу-хау по ручному сбору и переработке плодов **аргановое дерева** были официально внесены в **Репрезентативный список нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО**, что в совокупности существенно повысило стоимость аргановое масла в мире и даже позволило вывести на рынок одноименный израильский бренд **Moroccanoil**.

г. Угроза продуктов-заменителей: СРЕДНЯЯ (возрастающая).

Традиционным конкурентом для эфирных масел в массовом сегменте парфюмерии являются **синтетические ароматические молекулы**,

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

получаемые из нефтехимического сырья. Их преимущества заключаются в более низкой себестоимости, стабильности характеристик, высокой воспроизводимости качества и независимости от климатических факторов.

Однако наиболее серьёзную угрозу представляет развитие «**белых биотехнологий**», прежде всего технологий модификации ДНК микроорганизмов (например, **дрожжей**) для выработки нужных биоаналогов природных веществ. Таким образом уже освоено производство биомолекул **валенсена** (аромат апельсина) и **нуткатона** (аромат грейпфрута) – они одновременно классифицируются и как **натуральные**, и как «**зелёные**», так как их производство не требует ни посевных площадей, ни удобрений.

д. Конкуренция: ВЫСОКАЯ.

Конкурентная среда в данном сегменте характеризуется высокой **концентрацией капитала** и жёстким географическим **разделением труда**. Узбекским производителям, планирующим выйти на данный рынок, предстоит столкнуться с **двумя группами конкурентов**:

– **премиальный сегмент** (**Франция**, **Болгария**, **Турция**) – эти страны исторически контролируют **лаванду** и **парфюмерную дамасскую розу**. Их преимуществами являются многовековая репутация, безупречное соответствие стандартам и вертикальная интеграция. Крупные игроки, такие как **Biolandes**, **Robertet**, **Albert Vieille** и **Enio Bonchev** – поставляют парфюмерным домам не просто эфирные масла, а стандартизированные, **очищенные фракции** и натуральные косметические активные компоненты (уровень **3**) с цифровыми паспортами происхождения;

– **производители-гиганты** (**Китай**, **Бразилия**, **Индия**) – эти страны



конкурируют за счёт госсубсидий, развитой сырьевой и технологической базы и **эффекта масштаба**, который позволяет удерживать более низкие цены на продукцию. Так, **Индия** контролирует около **80%** мирового рынка натуральной **мяты** и её производных, **Китай** закрепился на рынке **эвкалиптового масла**, **герани** и **камфоры**, а **Бразилия** – абсолютный монополист в сегменте **цитрусовых масел**, которые она получает как побочный продукт при производстве соков.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

Обобщая полученные данные, можно констатировать, что:

1. в целом парфюмерно-косметическая индустрия, несмотря на свою привлекательность для **Узбекистана**, представляет собой **сложную отрасль** с высокими барьерами и конкуренцией;

2. конкуренция в **массовых сегментах** рынка эфирных масел, таких как мята, эвкалипт или цитрусовые, представляется для **Узбекистана малоперспективной**. Эта ниша характеризуется доминированием крупных производителей, которые демпингуют и «съедают» прибыль. В таких условиях отечественные экспортёры объективно не смогут конкурировать ни по **себестоимости**, ни по **уникальности** продукта;

3. более привлекательным сегментом являются **эндемичные** и **редкие культуры**, где количество альтернативных поставщиков ограничено. Вместе с тем для снижения коммерческих рисков целесообразно сочетать их с устойчиво востребованными культурами мирового рынка – **лавандой**, **парфюмерной розой**, **геранью** и **мускатным шалфеем**, – для формирования сбалансированного экспортного портфеля;

4. ограничиваться исключительно **выращиванием** эфиромасличных культур невыгодно по причине низкой маржинальности, высокой зависимости от колебаний цен на сырьё и климатических факторов. В этих условиях развитие отрасли должно строиться по принципу **вертикальной интеграции** «**снизу вверх**» до уровня **3** – с одновременным созданием перерабатывающих мощностей и научно-исследовательских лабораторий, а также внедрением системы **международной сертификации**;

5. с учётом высоких барьеров входа в отрасль при формировании экспортной стратегии на раннем этапе представляется более реалистичным обратить внимание не на «**Большую четвёрку**», а на производителей **косметики среднего сегмента** или бренды средств **ароматерапии** и **профилактической медицины** – это позволит быстрее наладить сбыт и нарабатывать компетенции;

6. существующее «**окно возможностей**» для выхода на рынок натуральных эфирных масел носит ограниченный характер, так как по оценкам отраслевых экспертов, в течение ближайших **10**-**15** лет технологии **биосинтеза** получат достаточное развитие для серьёзной конкуренции с растительным сырьём.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

Более того, при выходе на рынок узбекские экспортёры с большой долей вероятности столкнутся ещё с **тремя барьерами конкурентоспособности**, которые важно учитывать при формировании отраслевой политики:

а. **Технологичность** – необходимость использования современного оборудования для дистилляции, экстракции и очистки продукции, обеспечивающего стабильный химический состав, отсутствие примесей, тяжёлых металлов и остаточных пестицидов;

б. **Прослеживаемость** – необходимость внедрения цифровых систем контроля происхождения продукции по принципу «**от поля до конечного продукта**», включая подтверждение происхождения сырья, экологических параметров производства и соблюдения ESG-требований – с самого начала запуска проектов, чтобы впоследствии не пришлось привлекать дополнительные инвестиции для выхода на крупных покупателей;

в. **Стабильные объёмы** – способность обеспечивать долгосрочные поставки крупных партий продукции с неизменными характеристиками качества и химического состава, что потребует **кооперации** производителей сырья, переработчиков и экспортёров в рамках **единой производственной цепочки**.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

V. *Предложения по развитию парфюмерно-косметической отрасли в Узбекистане*

Для формирования в **Узбекистане** **конкурентоспособной** парфюмерно-косметической и эфиромасличной индустрии, ориентированной на выпуск продукции с высокой добавленной стоимостью и интеграцию в **глобальные цепочки поставок**, предлагается рассмотреть к реализации следующий **комплекс мер**:

1. Разработка **Национальной программы развития парфюмерно-косметической промышленности на 2026-2035** гг., предусматривающей создание целостной системы государственной поддержки отрасли и включающей в себя целевые показатели по площади плантаций, объёмам производства и экспорта, количеству создаваемых рабочих мест, привлечению инвестиций и развитию компетенций, распределение ответственности между министерствами и ведомствами, а также конкретные мероприятия и сроки их реализации.

Предполагается, что **Программа** будет разбита на **3 этапа**:

а. **2026-2028** гг. – **формирование устойчивой сырьевой базы** – проведение научных исследований по эндемичным растениям, создание питомников, закладка плантаций приоритетных эфиромасличных культур, создание нормативной базы и запуск пилотных проектов по переработке сырья;

б. **2029-2032** гг. – **индустриализация и глубокая переработка** – создание промышленных мощностей по производству эфирных масел, экстрактов и специализированных ингредиентов, формирование отраслевых кластеров, внедрение международных стандартов **GMP**, **ISO**, **COSMOS** и **Ecocert**, развитие лабораторной инфраструктуры и экспортных каналов сбыта;

в. **2033-2035** гг. – **выход на высокомаржинальные рынки** – переход к производству косметических активов, функциональных ингредиентов и других продуктов глубокой переработки, интеграция в **международные цепочки поставок** ведущих парфюмерно-косметических компаний.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

I этап

2. Запуск **Национальной программы прикладных исследований** в области эфиромасличных культур и натуральных ингредиентов с отдельным бюджетом, в рамках которой предполагается формирование **трёх** профильных исследовательских групп: при **Академии наук** – по направлению ботаники, селекции и фитохимии, при **Ташкентском химико-технологическом институте** – в области технологии экстракции, переработки и стандартизации продукции, и при **ТИИИМСХ** – по линии агротехнологий, водопользования и механизации.

Основной задачей программы должно стать формирование **научной базы** для развития отрасли, включая оценку коммерческого потенциала эндемичных растений, разработку рекомендаций по выращиванию эфиромасличных культур, совершенствование технологий переработки и создание новых продуктов с **высокой добавленной стоимостью**.

Отдельным приоритетным направлением программы является организация **системного изучения** («**скрининга**») **50-80** наиболее перспективных эндемичных и редких видов флоры **Узбекистана** на содержание востребованных биологически активных и ароматических соединений, используемых в парфюмерно-косметической промышленности с формированием **базы данных** по их химическому составу и коммерческому потенциалу.

Результатом работы должны стать ежегодно обновляемые **практические рекомендации** для производителей и инвесторов, включая перечень приоритетных культур, регионов выращивания, технологий переработки и перспективных экспортных рынков.

3. Создание **Национального центра компетенций** и **референс-лаборатории эфирных масел и натуральных ингредиентов** на базе **Академии наук** или **Ташкентского химико-технологического института** с аккредитацией по **ISO17025** и оснащением современным аналитическим оборудованием для контроля химического состава, содержания примесей, тяжёлых металлов, остаточных пестицидов и органолептических характеристик продукции.

Лаборатория будет выполнять **три основные функции**: научные исследования химического состава узбекских растений, коммерческий анализ партий для экспортёров и выдача сертификатов качества, признаваемых международными покупателями.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

4. Проведение **международного маркетингового аудита** и формирование **предварительного портфеля** потенциальных покупателей.

Для этого предлагается сформировать консорциум с привлечением экспертов **Международной федерации торговли эфирными маслами и ароматическими веществами** (**IFEAT**), **Болгарской национальной ассоциации эфирных масел**, а также ведущих европейских производителей и трейдеров.

По результатам аудита будет необходимо идентифицировать конкретных **потенциальных заказчиков** и стратегических инвесторов (таких как компания **doTERRA**), инициировать с ними прямые переговоры и обеспечить подписание не менее **3**-**5** **соглашений о намерениях** либо **рамочных соглашений** о сотрудничестве до начала масштабного расширения посевных площадей.

5. Разработка **пакета стимулирующих мер** для производителей и переработчиков эфиромасличных культур, а также производителей ингредиентов, включая налоговые и таможенные преференции, льготное финансирование, госсубсидии для закупки оборудования или получения международных сертификатов качества и безопасности (**GMP**, **ISO 22716**, **COSMOS**, **REACH** и др.).

В частности, **Индия** через отдельную программу «**Ароматическая миссия**» компенсирует от **60%** до **100%** стоимости дистилляционных установок для фермеров и кооперативов и выдаёт микрокредиты для малого и среднего бизнеса на закупку посадочного материала. **Болгария** за счёт средств европейских фондов субсидирует до **80%** расходов на сертификацию. Аналогичные подходы применяют **Франция**, **Марокко** и другие ведущие страны-производители эфиромасличной продукции.

6. Создание **пилотных агропромышленных кластеров** по принципу «**опорное предприятие** – **фермер**», успешно применяемому в **Болгарии**, **Турции** и **Марокко**, в нескольких перспективных регионах **Узбекистана** – с разными культурами, но единой операционной моделью.

Каждый кластер будет включать в себя **опорное предприятие** по переработке эфиромасличного сырья, агрономическую службу (с привлечением специалистов из **Турции** или **ЕС**), **демонстрационные плантации** для испытания агротехнологий и подготовки кадров, а также **сеть контрактных фермерских хозяйств**, обеспечивающих производство сырья по единым стандартам качества, с суммарной площадью плантаций до **500 га**.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

Учитывая отсутствие в стране сформированной эфиромасличной индустрии, предполагается, что на первоначальном этапе государство может стимулировать создание пилотных кластеров через механизм **государственно-частного партнёрства** либо **прямого софинансирования** проектов.

7. Запуск **программы по подготовке кадров для парфюмерно-косметической промышленности** – подготовка группы профильных специалистов по направлениям агрономии эфиромасличных культур, технологий экстракции и переработки, химического анализа, парфюмерии и разработки косметических ингредиентов на базе ведущих зарубежных образовательных и научных центров **Турции**, **Болгарии**, **Франции** и других стран.

Параллельно предлагается создать при **Ташкентском химико-технологическом институте** специализированную образовательную программу (кафедру) по технологиям эфирных масел, растительных экстрактов и парфюмерно-косметической промышленности с последующей интеграцией в неё научных исследований и отраслевой практики.

II этап

8. Масштабирование производства эфиромасличных культур и его промышленной переработки – поэтапное расширение площадей посевов под подтверждённый спрос со стороны международных покупателей, а также развёртывание **2-3** крупных агропромышленных комплексов по переработке эфиромасличного сырья в ключевых агроклиматических зонах страны.

Это позволит перейти от пилотных проектов к **промышленным масштабам производства** и начать формирование в стране полноценной цепочки создания добавленной стоимости.

9. Запуск **производства стандартизированных растительных экстрактов** и **активных косметических ингредиентов** (переход на **3**-й уровень) на базе отечественных эфирных масел – оснащение кластеров установками **глубокой экстракции** (**CO_2** и жидкостная экстракция) обеспечивающими получение продукции с заданным и воспроизводимым химическим составом под требования конкретных заказчиков.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

III этап

10. Инициирование регистрации узбекских эфиромасличных культур в качестве **защищённых географических указателей** в системе **ЕС** (**PGI**) и **Всемирной организации интеллектуальной собственности**.

В качестве пилотных проектов могут быть рассмотрены такие продукты, как «**Самаркандская лаванда**», «**Ташкентская роза**» и другие виды сырья, обладающие подтверждённой связью с конкретными природно-климатическими условиями и историческими традициями производства. Это позволит повысить **узнаваемость** узбекских эфирных масел на мировом рынке, защитить их от недобросовестного копирования и сформировать **дополнительную ценовую премию**.

11. Развитие **агротуризма на базе эфиромасличных кластеров** – специализированных туристических маршрутов, связанных с выращиванием эфиромасличных культур, включая лавандовые и розовые поля, демонстрационные хозяйства, перерабатывающие предприятия и тематические фестивали.

Отдельное внимание целесообразно уделить проведению **ежегодных отраслевых мероприятий** и **фестивалей** по аналогии с болгарским **Фестивалем роз** в городах **Карлово** и **Казанлыке** или **лавандовыми фестивалями** французского **Прованса**. Это позволит нарастить туристические потоки и создать дополнительные **источники доходов** для местного населения.



Цветочный агротуризм представляется целесообразным развивать в связке с **пчеловодством** и производством **премиального мёда** на базе эфиромасличных плантаций — по примеру французского **Прованса**, где **лавандовый мёд** с плато **Валансоль** имеет собственный знак качества «**красный ярлык**» и входит в меню ресторанов со звёздами **Мишлен**, или болгарской **Долины роз**, где розовый мёд реализуется с многократной **премией** к цене обычного мёда.

* * *

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан

Ожидается, что при последовательной реализации **трёхэтапной** программы, расширении посевных площадей до **4-5 тыс га** и выходе на полную проектную мощность до **3**-го уровня с диверсифицированным портфелем из **8-12** культур **совокупная валютная выручка** отрасли, включая экспорт и импортозамещение (за счёт постепенного развития **отечественных брендов**, использующих местные ингредиенты), может составить **200-250 млн долл** с перспективой роста до **450-500 млн долл**.

При этом развитие отрасли обеспечит **совокупную занятость** порядка **35 000-60 000** человек, включая **2 000-3 500** постоянных рабочих мест в переработке, **7 500-13 000** сезонных рабочих мест в периоды сбора урожая, **20 000-40 000** занятых в **смежных отраслях** – логистике, упаковке, агрономическом сервисе и пчеловодстве, а также порядка **3 000-6 000** занятых в туризме, науке, исследованиях и образовании.

© 2026. Агентство стратегического развития и реформ при Президенте Республики Узбекистан