

Հայրենական և միջազգային կոսմետիկ միջոցների արտադրության վերլուծություն

Գրիգորյան Դ. Հ.

հայցորդ, ՀՀ ԳԱԱ Քոթանյանի անվան տնտեսագիտության ինստիտուտ (Երևան, Հայաստան)
donnie.greg@mail.ru

Վճռորոշ բառեր: ճգնաժամ, COVID-19, կոսմետիկ միջոցներ, խնամքի միջոցներ, արտադրություն, դիմահարդարում, ՀՀ

Анализ производства отечественной и зарубежной косметики

Григорян Д. О.

НАН РА Институт экономики им. Котаняна (Ереван, Армения)
donnie.greg@mail.ru

Аннотация: До эпидемии COVID-19, покупки косметических товаров во всем мире составили 85%. И сегодня из-за этой эпидемии закрыто около 30% рынка индустрии красоты. Европейский рынок косметики и средств личной гигиены оценивается в 79,8 млрд евро в розничных ценах в 2019 году, что является крупнейшим в мире. L'Oreal была ведущим производителем косметики в мире в 2020 году с выручкой около 33,4 миллиарда долларов.

Ключевые слова: кризис, COVID-19, косметика, средства по уходу, производство, макияж, РА

Analysis of the production of domestic and international cosmetics

Grigoryan D. H.

Institute of Economics after Kotanyan National Academy of Sciences of the RA (Yerevan, Armenia)
donnie.greg@mail.ru

Abstract: Before the COVID-19 epidemic, purchases of beauty products worldwide accounted for 85%. And today, due to this epidemic, about 30% of the beauty industry market is closed. The European market for cosmetics and personal care products is estimated at 79.8 billion euros in retail prices in 2019, the largest in the world. L'Oreal was the world's leading cosmetics manufacturer in 2020 with approximately \$ 33.4 billion in revenue.

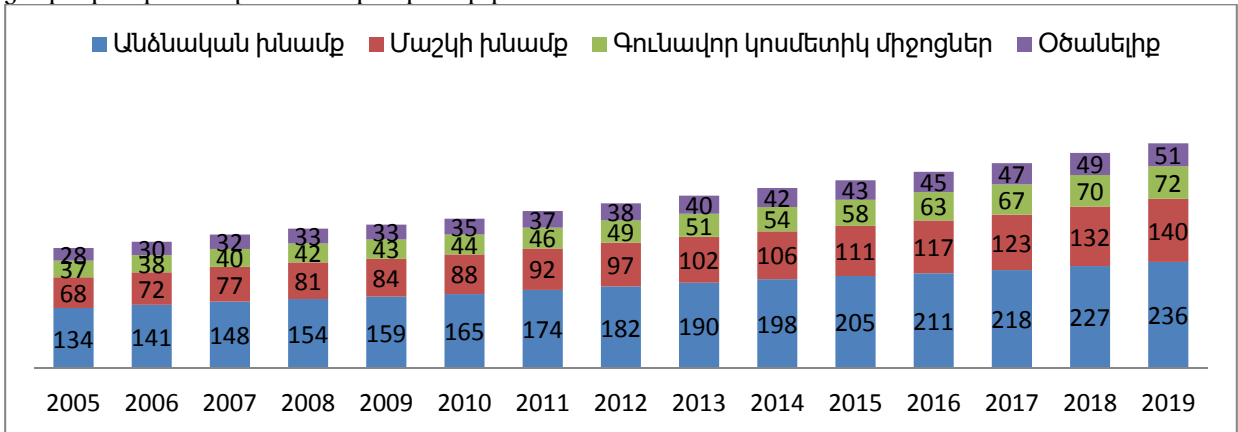
Keywords: crisis, COVID-19, cosmetics, care products, production, make-up, RA

Տնտեսական ճգնաժամից դուրս գալու համար անհրաժեշտ է խթանել հայրենական արտադրանքը: ՀՀ-ում կոսմետիկ և խնամքի միջոցներ արտադրողները այդքան էլ շատ չեն, ուստի այս ոլորտի արտահանմամբ ՀՀ-ն կրկին աչքի չի ընկնում: ՀՀ-ն ունի հարուստ բնաշխարհ և տասներկու կլիմայական գոտիներից յոթը առկա է այստեղ, ինչպես նաև արևի լույսն ու շողերը գտնվում են հողի վրա օրեկան միջինը 7 ժամ: Կլիմայական այս առավելությունները ծնունդ են տալիս հրաշք կենսաբազմազանության, որոնք ներառում են գորեղ բուժական հատկություններ, օժտված 1200 բուսատեսակների, որոնք կատարյալ են բարձրորակ եթերայուղերի արտադրության համար: Դեռ դարեր ի վեր ՀՀ-ում պահպանվել, օգտագործվել և զարգացրել են բուսաբուժությունը: Բազմաթիվ հետազոտություններ ցույց են տալիս, որ մեր նախնիները կիրառել են բազմաթիվ բույսեր թե՛ որպես խնամքի միջոց, և թե՛ որպես այլ հիվանդություններ բուժելու նպատակով: Դեռ վաղ անցյալից մինչ օրս օգտագործում ենք սալիցիլաթթուն, որը ստանում են ուռենու կեղևից, կամ օրինակ համասփյուռ բույսը, որը

հայտնի էր որպես մաշկի հիվանդությունները բուժող բույս: Ք.հ. I-II դարերում հայկական բուժիչ բույսերը սկսեցին արտահանել Հին Հռոմ, արդյուքնում որոշ բուժիչ բույսեր ի սպառ վերացան [1]: Այսօր հայկական կոսմետիկ և խնամքի միջոցներ արտադրողները սպառողին ներկայացնում են ապրանքներ որոնք ամբողջովին օժտված են օրգանիկ և բնական հատկություններով: Դարեր ի վեր ՀՀ-ն ասիայից է բնական գիտությունների առաջադեմ կենտրոններից մեկը: Խորհրդային Հայաստանը եղել է ԽՍՀՄ-ի քիմիական հետազոտության ամենապատվավոր կենտրոններից: Մինչ օրս այն հպարտ դիրք է պահպանում իր հինգ խոշոր համալսարաններով և բազմաթիվ գիտահետազոտական լաբորատորիաներով [2]: ՀՀ-ում կոսմետիկ և խնամքի միջոցներ արտադրող ընկերություններն են՝ Նաիրիանը, Մարիաննա Գրեյը, Դյուլթեն, Ալոն լաբը և Ռեհան քեյր օրգանիկ օճառների արտադրությունը: Վերը նշվածներից միայն Նաիրիանը և Դյուլթեն են, որ կատարում են փոքր ծավալի արտահանում դեպի ԱՄՆ: Նաիրիանի արտադրանքը, պատրաստված է մաքուր ու ճոխ միջավայրում աճող

բարձրորակ բաղադրիչներից: Նաիրիանը իր բուժական կոսմետիկ միջոցներ արտադրելով իր փոքրիկ ներդրումն է կատարում մի մշակույթում, որը նվիրված է Հայաստանի բուսաբուժության հին ավանդույթներին ու առաջադեմ գիտությանը՝ քիմիայի, կոսմետիկայի, ֆիզիկայի, կենսաբանության, այգեգործության եւ արոմաթերապիայի բնագավառներում: Նաիրիանի բուժական կոսմետիկ միջոցները պատրաստվում է Արա լեռան լանջին գտնվող Արագյուղի տարածքում: Հավելյալ բուսահումքը ստանում են տեղի արտադրողներից, որն էլ հնարավորություն է տալիս ստեղծել որոշակի էկոհամակարգ: Արա լեռան լանջերին ժողովված բուսամիջոցներից թորվում է եթերայուղեր, իսկ մրգերի ու պտուղների կորիզներից սառը ճզզման մեթոդով ստանում են կորիզայուղեր: Ամբողջ աշխարհում կոսմետիկ և խնամքի միջոցներ պատրաստելու համար օգտագործում

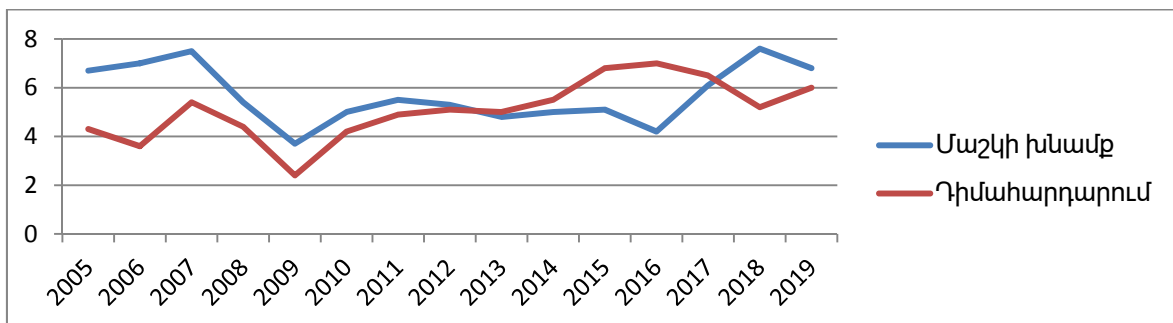
են և քիմիական և օրգանիկ նյութեր: Սակայն այսօր աշխարհում առաջատար է օրգանիկ նյութերով պատրաստած կոսմետիկ միջոցներ օգտագործելը: Նախքան COVID-19 համաճարակով պայմանավորված ամբողջ աշխարհում գեղեցկության արտադրանքի գնումները կազմում էին 85%: Իսկ այսօր այս համաճարակով պայմանավորված գեղեցկության արդյունաբերության շուկայի շուրջ 30% փակվել է: Գեղեցկության համաշխարհային շուկան ընդհանուր առմամբ բաժանված է չորս հիմնական բիզնես հատվածների՝ մաշկի խնամք, մազերի խնամք, ներկ (դիմահարդարում), օժանելիք և անձնական խնամք: Այս հատվածները լրացնում են միմյանց և իրենց բազմազանության շնորհիվ կարողանում են բավարարել կոսմետիկայի առումով սպառողների բոլոր կարիքներն ու սպասումները:



Գծապատկեր 1. Համաշխարհային գեղեցկության ոլորտի մանրածախ վաճառք [3], մլրդ ԱՄՆ դոլար

Գծապատկեր 1-ում ներկայացված են անձնական խնամքի, մաշկի խնամքի, գունավոր կոսմետիկ միջոցների և օժանելիքի մանրածախ վաճառքը 2005-2019 թթ.-ին: Համաձայն որի 2005-2019 թթ.-ին գեղեցկության ոլորտում մանրածախ վաճառքը աճել է, անձնական

խնամքը աճել է 102 մլրդ ԱՄՆ դոլարով, մաշկի խնամքը աճել է 72 մլրդ ԱՄՆ դոլարով, գունավոր կոսմետիկ միջոցները աճել են 35 մլրդ ԱՄՆ դոլարով և օժանելիքը աճել է 23 մլրդ ԱՄՆ դոլարով:



Գծապատկեր 2. Մաշկի խնամք և դիմահարդարման միջոցներ օգտագործող բնակչության տեսակարար կշիռը աշխարհում, %

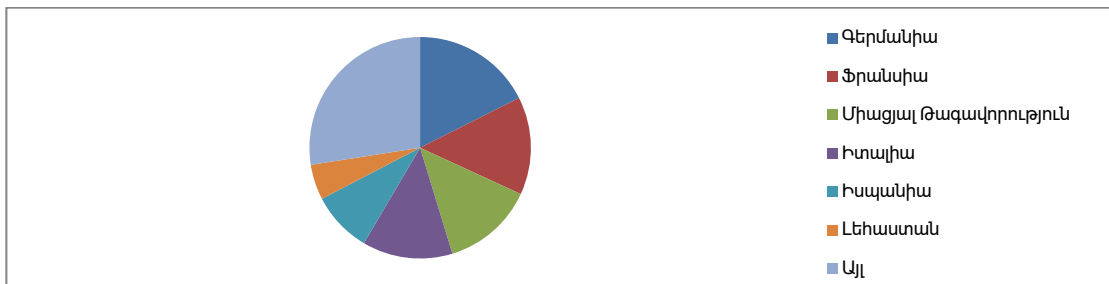
Համաձայն Գծապատկեր 2-ի 2005-2013 թթ.-ը ամբողջ աշխարհում մաշկի խնամքը եղել է առաջատար քան դիմահարդարումը, այնուհետև 2013-2017 թթ.-ին այն իր տեղը զիջել է դիմահարդարմանը, որից հետո 2017-2019 թթ.-ին

կրկին առաջատար եղել է [4]: Մաշկի խնամքում առաջատար է հակատարիքային կրեմներն ու քսուկները, որոնք նույնիսկ երկնիչ աճ են գրանցել Բրիտանիայում, Ֆինլանդիայում և Դանիայում [5]:

Այսօր, ամբողջ աշխարհում դիմահարդարման և խնամքի միջոցների արտադրության ոլորտում բոլոր արտադրողները օգտագործում են բարձր և զարգացած տեխնոլոգիաներ որպեսզի ստեղծեն ապրանքներ այսօրվա հաճախորդների պահանջներին համապատասխան: Օրինակ հանրահայտ L'Oréal ապրանքանիշը ստեղծել է այնպիսի տոնային հիմք, որն ուղղակի իդեալական է համապատասխանում ցանկացած մաշկին: Կամ L'Oréal-ի դուստր ձեռնարկությունը՝ Lancome-ը, օգտագործում է հատուկ մեքենա (Opens Overlay)՝ մաշկը այսպես սասած սկանավորելու համար, որպեսզի երանգը ճիշտ գույն ստանա մաշկի վրա: Ֆրանսիական կոսմետիկայի հսկան ձեռք է բերել նաև (AR) նորաստեղծ ModiFace ստարտափ, որը մշակվել է մաշկաբանների կողմից: Այն օգնում է ճշգրիտ նկարել մաշկի վիճակը և վիդեո տարբերակով դիտել մաշկի ցանկացած հավանական փոփոխություն կոսմետիկ միջոցներ օգտագործելու ժամանակ: Կիրառման այս տեխնոլոգիան ի վիճակի է հայտնաբերել այնպիսի փոփոխություններ, ինչպիսիք են բծերը, գունաթափումը,

չորությունը և անհարթ մաշկը: Այն կարող է նույնիսկ տալ պատկերացում ցանկացած կոսմետիկ միջոցներ օգտագործելուց առաջ և հետո մաշկի յուրաքանչյուր փոփոխություն [6]:

Ճապոնիան Միացյալ Նահանգներից հետո աշխարհում երկրորդ ամենամեծ կոսմետիկայի և մաշկի խնամքի շուկան է: Ճապոնիան կոսմետիկա և խնամքի միջոցներ օգտագործելու երկար ավանդույթ ունի, իսկ կոսմետիկայի ճապոնական արտադրողները բավականին մրցունակ են աշխարհում: Կոսմետիկայի ամենահին ճապոնական արտադրողը, որը մինչ այժմ ամենամեծ արտադրողն է, սկիզբ է առել 1615 թվականից: Հայտնի է, որ այսօր ճապոնացի սպառողները մեծապես հոգ են տանում ապրանքի որակի և արժեքի մասին: Կոսմետիկայի և անձնական խնամքի արդյունաբերությունը Հնդկաստանում ամենաարագ զարգացող սպառողական ապրանքների ոլորտներից մեկն է, որը մեծ ներուժ ունի օտարերկրյա ընկերությունների համար: Հնդկաստանում գեղեցկության և անձնական խնամքի արդյունաբերությունը գնահատվում է 8 միլիարդ դոլար:



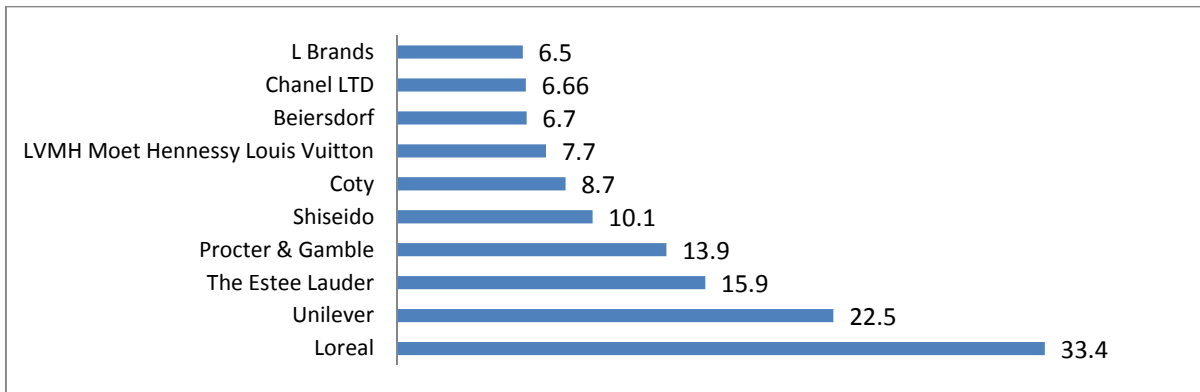
Պատկեր 3. Կոսմետիկ արտադրանքի ելրոպական շուկա, 2019, մլրդ եվրո

Կոսմետիկայի արդյունաբերությունը ամենամեծն է Եվրոպայում, որը կազմում է աշխարհի կոսմետիկայի վաճառքների շուրջ մեկ երրորդը: Կոսմետիկայի և անձնական խնամքի միջոցների եվրոպական շուկան, 2019 թ. մանրածախ գներով գնահատվում է 79,8 միլիարդ եվրո, որն ամենամեծն է աշխարհում [7]: Հազարավոր տարիներ մարդիկ օգտագործում են կոսմետիկ միջոցներ, և այսօր Եվրոպայի 500 միլիոն սպառողների ճնշող մեծամասնությունն ամեն օր օգտագործում է կոսմետիկա և խնամքի միջոցներ՝ իրենց առողջությունը պաշտպանելու, բարեկեցությունը բարձրացնելու և ինքնագնահատականը բարձրացնելու համար:

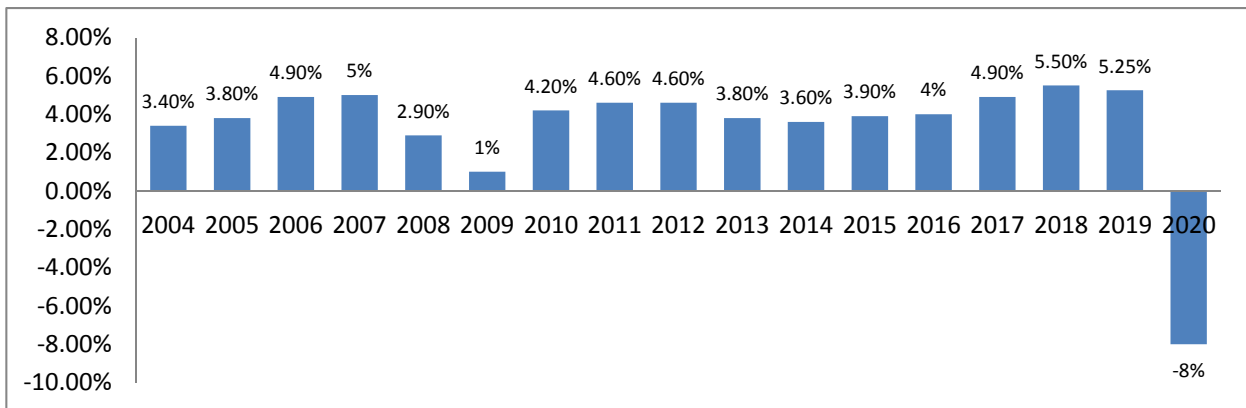
Եվրոպայում կոսմետիկայի և մաշկի խնամքի միջոցների ամենամեծ շուկաներն են Գերմանիան (14 միլիարդ եվրո), Ֆրանսիան (11,4 միլիարդ եվրո), Միացյալ Թագավորությունը (10,7 միլիարդ եվրո), Իտալիան (10,5 միլիարդ եվրո), Իսպանիան (7,1 միլիարդ եվրո) և Լեհաստանը (4,1 միլիարդ եվրո) [8]: Եվրոպայում կոսմետիկայի ոլորտում աշխատում են ավելի քան 30,000 գիտնականներ տարբեր ոլորտներից՝ ֆիզիկա, մանրէաբանություն, կեն-

սաբանություն, թունաբանություն, ֆիզիոլոգիա, ռեոլոգիա, նանոգիտություն, վերլուծական քիմիա և գենետիկա:

Այս վիճակագրությունը ցույց է տալիս կոսմետիկայի աշխարհի 10 լավագույն արտադրողների եկամուտները 2020 թվ-ին՝ հիմնվելով կոսմետիկայի 2019 թվականի վաճառքների վրա: L'Oréal-ը 2020 թ.-ին տաշխարհի առաջատար կոսմետիկայի արտադրողն էր՝ մոտ 33,4 միլիարդ ԱՄՆ դոլարի եկամուտով[9]: Կոսմետիկայի ոլորտի արտադրությունը վերահսկվում է մի քանի բազմազգ կոնցորացիաների կողմից՝ L'Oréal, Unilever, Procter & Gamble Co., Estee Lauder, Shiseido Company և Lancôme-ը: Կոսմետիկայի արտադրությունը ահռելի անգրանցեց հատկապես, երբ ի հայտ եկան սոցիալական հարթակները: Սոցիալական հարթակները ստեղծում են կոսմետիկայի արտադրանքի պահանջարկ և օգնում են հաղթահարել այդ ապրանքների և սպառողների միջև եղած անջրպետը: 2019 թվականին համաշխարհային կոսմետիկայի շուկան նախորդ տարվա համեմատ աճել է շուրջ 5,5 տոկոսով [10]:



Պատկեր 3. 2020 թվ-ին աշխարհի առաջատար 10 խնամքի միջոցների արտադրողների եկամուտները (միլիարդ ԱՄՆ դոլար)



Պատկեր 4. Կոսմետիկ միջոցների համաշխարհային շուկայի տարեկան աճի տեմպը 2004-2020 թթ.-ին [11]

Պատկեր 4-ում ներկայացված վիճակագրությունը ցույց է տալիս կոսմետիկ միջոցների համաշխարհային շուկայի տարեկան աճի տեմպը 2004-2020 թթ.-ին: 2020 թվականին կոսմետիկայի համաշխարհային շուկան նախորդ տարվա վաճառքի համեմատ կրճատվել է մոտավորապես 8 տոկոսով, որը պայմանավորված էր COVID-19 համաճարակով: 2004-2007 թթ.-ին կոսմետիկ միջոցների արտադրությունը աճում էր, սակայն պայմանավորված համաշխարհային ֆինանսատնտեսական ճգնաժամով 2008-2009 թթ.-ին այն կտրուկ նվազեց, այնուհետև 2010-2019 թթ.-ին պահպանել է աճի միտում:

Այսպիսով, COVID-19 համաճարակով պայմանավորված ցանկացած ոլորտում տեղի են ունեցել անկումներ: Այսօր ինչպես ամբողջ աշխարհում, այնպես էլ ՀՀ-ում COVID-19-ը հասցրել է բազմաթիվ վնասներ, կոսմետիկայի ոլորտը նույնպես բացառություն չէր:

Օգտագործած գրականության ցանկ

1. **Վարդանյան Ս., Ալանյան Ա.,** Երևանի Միսիթար Հերացու անվան Պետական Բժշկական Համալսարան Հասարակագիտական առարկաների ամբիոն, <<Բժշկության պատմություն>>, 2017 URL: https://www.ysmubooks.am/uploads/Hist_of_med_ARM_@M_new_convert12.pdf
2. ՆԱԻՐԻԱՆ ՓԲԸ, Թումանյան 34, Երևան 0001, ՀՀ: Հեռ. +374(0)11200300 <https://www.nairian.am/hy/>

3. **Emily Gerstell, Sophie Marchessou, Jennifer Schmidt, and Emma Spagnuolo,** How COVID-19 is changing the world of beauty, 2020 թ. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Consumer%20Packaged%20Goods/Our%20Insights/How%20COVID%2019%20is%20world%20How-COVID-19-is-changing-the-world-of-beauty-vF.pdf>
4. **J.P. Morgan,** How Technology is Giving the Beauty Industry a Makeover, 2019, <https://www.jpmorgan.com/insights/research/beauty-industry>
5. **Emilio Rossi, Antonia Prli, Robert Hoffman,** A Study of the European Cosmetics Industry, 2007. URL: [file:///C:/Users/User/Downloads/study_eu_cosmetics_industry%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/study_eu_cosmetics_industry%20(2).pdf)
6. The Creative Studio at Deloitte, London, Shades for success, Influence in the beauty market. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cn/Documents/international-business-support/deloitte-cn-ibsf-france-beauty-market-en-2017.pdf>
7. Cosmetics Europe, URL: <https://cosmeticseurope.eu/cosmetics-industry/>
8. Cosmetics Europe, URL: <https://cosmeticseurope.eu/cosmetics-industry/>
9. Statista.com, URL: <https://www.statista.com/statistics/243871/revenue-of-the-leading-10-beauty-manufacturers-worldwide/>
10. Statista.com, URL: <https://www.statista.com/topics/3137/cosmetics-industry/>
11. Statista.com, URL: <https://www.statista.com/statistics/297070/growth-rate-of-the-global-cosmetics-market/>

Տճանաչանմանվել է՝ 16.04.2021
 Рецензирована/Գրախոսվել է՝ 25.04.2021
 Принята/Ընդունվել է՝ 29.04.2021