

Հանրահայտ եվրոպական կոսմետիկ միջոցներ արտադրողների միջազգային փորձը

Գրիգորյան Դ. Հ.

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

Հիմնաբառեր՝ կոսմետիկ միջոցներ, եվրոպական արտադրողներ, միջազգային փորձ, անձնական խնամք, համաշխարհային շուկա, Եվրոպա

Международный опыт известных европейских производителей косметики

Григорян Д. О.

Национальная академия наук Республики Армения,
Институт экономики Котаняна (Ереван, Армения)
donnie.greg@mail.ru

Аннотация: Косметическая промышленность по уходу за кожей вносит значительный социально-экономический вклад в национально-региональную экономику ЕС. В Европе насчитывается более 100 косметических компаний, 23 000 оптовых продавцов косметики и 46 400 специализированных магазинов косметики. В 2019 году европейский косметический рынок оценивался в 79,8 миллиарда евро, что сделало Европу крупнейшим косметическим рынком в мире.

Ключевые слова: косметика, европейские производители, международный опыт, средства личной гигиены, мировой рынок, Европа

International experience of well-known European manufacturers of cosmetics

Grigoryan D. H.

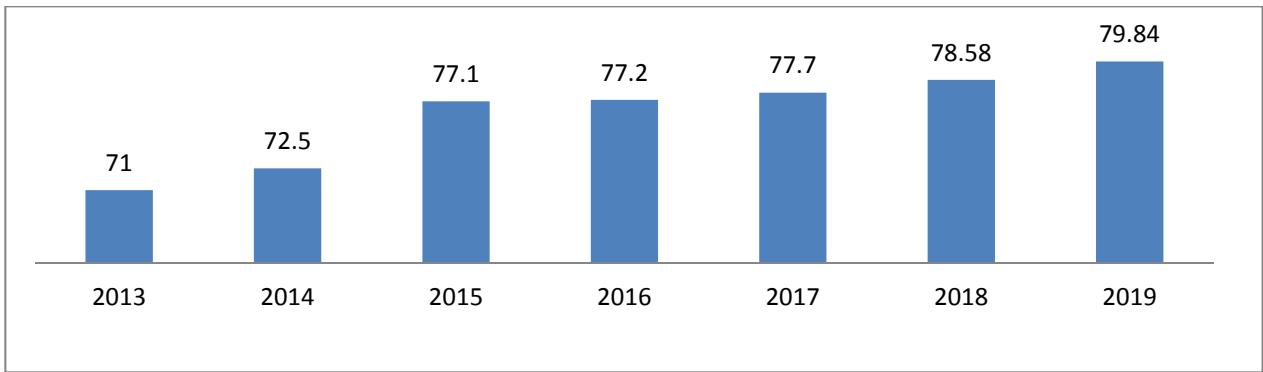
Institute of Economics after Kotanyan,
National Academy of Sciences of the Republic of Armenia (Yerevan, Armenia)
donnie.greg@mail.ru

Abstract: The skincare cosmetics industry makes a significant socio-economic contribution to the national-regional economy of the EU. There are over 100 cosmetics companies in Europe, 23,000 cosmetics wholesalers and 46,400 cosmetics specialty stores. In 2019, the European cosmetics market was valued at 79.8 billion Euros, making Europe the largest cosmetics market in the world.

Key words: cosmetics, European manufacturers, international experience, personal care, world market, Europe

Կոսմետիկայի և խնամքի միջոցների արդյունաբերությունը զգալի սոցիալական և տնտեսական ներդրում ունի ամբողջ ԵՄ ազգային և տարածաշրջանային տնտեսության մեջ: Կոսմետիկայի և խնամքի միջոցների արդյունաբերությունը ներառում է ապրանքների լայն տեսականի՝ նվիրված առողջությանը, գեղեցկությանը և առողջությանը: Մազերի, մաշկի, բերանի խոռոչի և մարմնի խնամքի միջոցներից մինչև օձանելիք և դիմահարդարում, գեղեցկության արտադրանքը մարդկանց առօրյա կյանքի կարևոր մասն է: Կոսմետիկ արտադրանքի օգտագործումը բերում է ֆունկցիոնալ և հուզական կարևոր առավելությունների: Օրինակ՝ առամների մածուկով լվանալը օգնում է մեզ լավ պահպանել բերանի խոռոչի առողջությունը, իսկ ձեռքերը օձառով լվանալը կօգնի կանխել հիվանդության տարա-

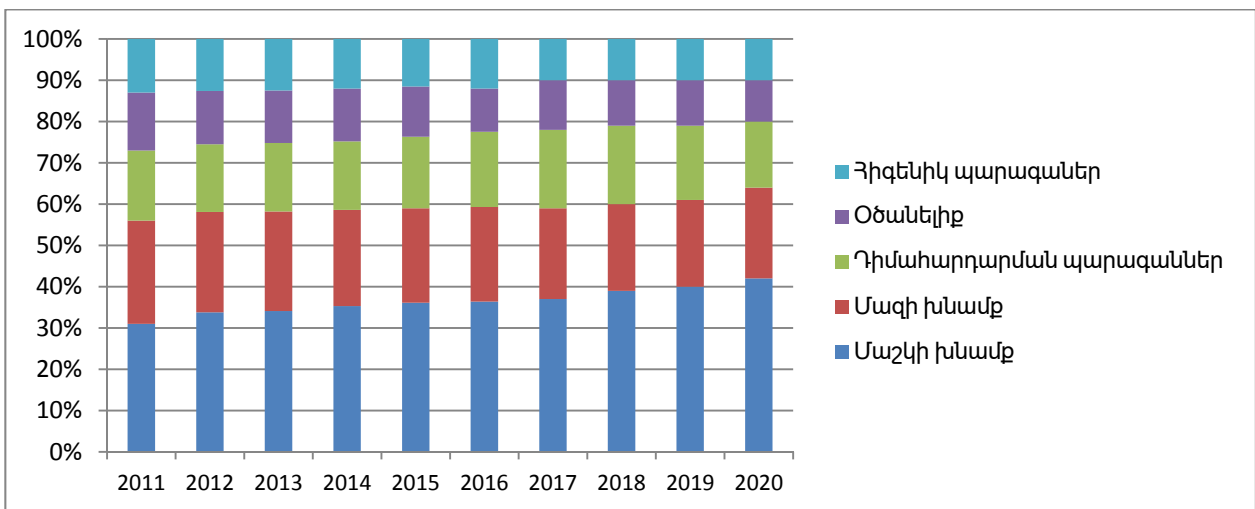
ծումը: Եվրոպայում կան կոսմետիկայի բաղադրամասեր արտադրող ավելի քան 100 ընկերություններ, կոսմետիկայի 23,000 մեծածախ վաճառողներ և կոսմետիկա վաճառող 46,400 մասնագիտացված խանութներ: Կոսմետիկայի արդյունաբերությունը գիտելիք պահանջող, դինամիկ և խիստ նորարարական ոլորտ է, որը մեծ ներդրումներ է կատարում հետազոտությունների և զարգացման մեջ: Եվրոպայում կա առնվազն 77 նորարարական կենտրոն, որոնք ուսումնասիրություններ են կատարում կոսմետիկայի ոլորտում, և այս ուղղությամբ աշխատում են շուրջ 28,800 գիտահետազոտական կենտրոններ: Դրանցից 167.730 մարդ անմիջական մասնակցություն ունի կոսմետիկայի արտադրության մեջ, իսկ շուրջ 1.63 միլիոն մարդ անուղղակիորեն ներգրավված է կոսմետիկայի արժեքային շղթայում:



Գծապատկեր 1. 2013-2019 թթ. կոսմետիկայի և անձնական խնամքի միջոցների սպառման ծավալը Եվրոպայում [1], մլրդ եվրո:

Գծապատկեր 1-ում ներկայացված է 2013-2019 թթ.-ի կոսմետիկայի և անձնական խնամքի միջոցների սպառման ծավալը Եվրոպայում: Ըստ

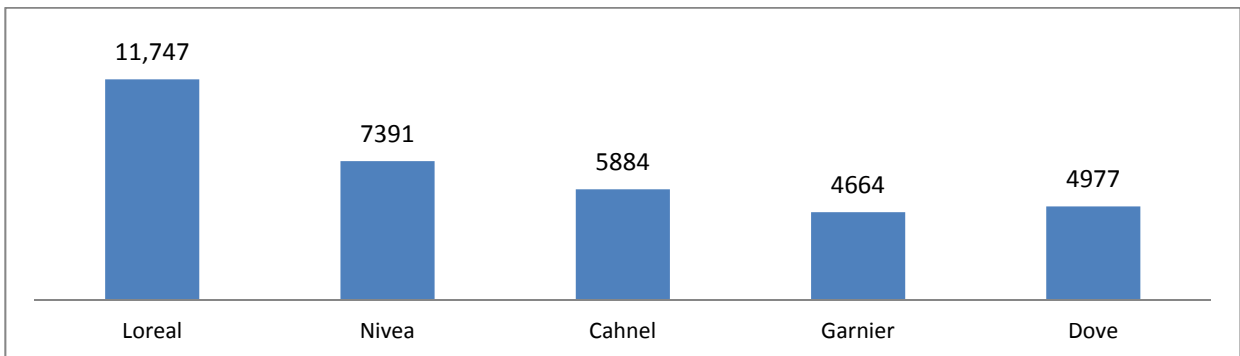
գծապատկեր 1-ի 2013-2019 թթ.-ին սպառման ծավալը աճել է 8.84 մլրդ եվրոյով:



Գծապատկեր 2. Կոսմետիկայի համաշխարհային շուկայի բաշխում 2011-2020 թվականներին՝ ըստ սպրանքների կատեգորիայի [2]

2020 թվականին մաշկի խնամքի միջոցները կազմում էին համաշխարհային կոսմետիկայի շուկայի 42 տոկոսը: 2011թ.-ից մինչև 2020 թ.-ն այն աճել է 11%-ով: Հաջորդը դա մազի խնամքն

է և դիմահարդարման պարագաները, սակայն սայ երկուսը նվազման միտում ունեն ի տարբերություն մաշկի խնամքի:



Գծապատկեր 3. Եվրոպայում առաջատար կոսմետիկ սպրանքանիշերը 2020 թ., ըստ սպրանքանիշի արժեքի (միլիոնավոր ԱՄՆ դոլար) [3]

L'Oréal Paris-ը մոտավորապես 11,7 միլիոն ԱՄՆ դոլարի եկամուտ է ապահովել, 2020 թ.-ին զբաղեցնելով առաջին տեղը եվրոպական

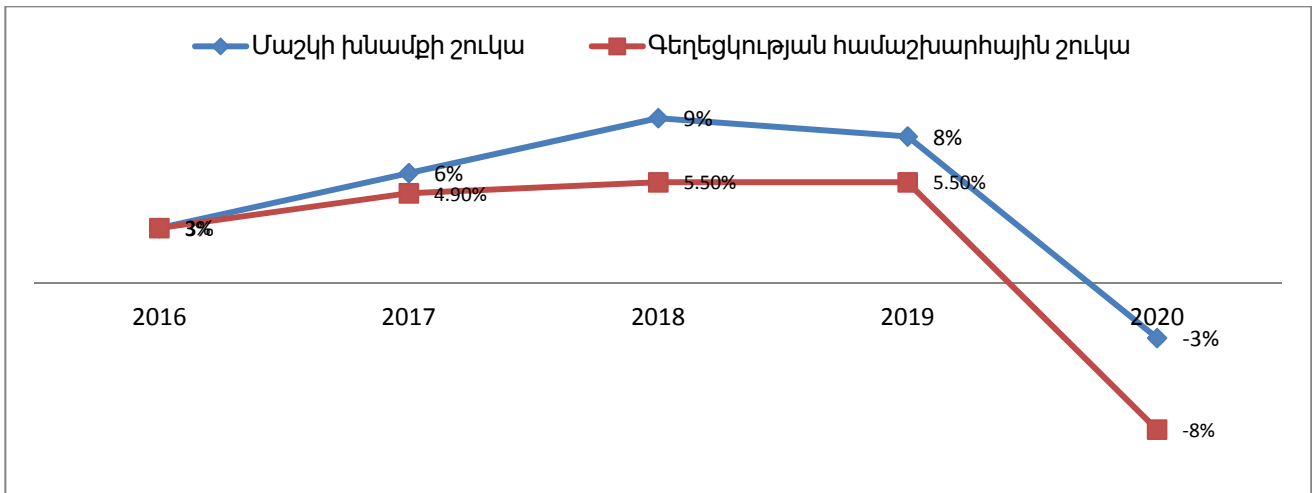
գեղեցկության սպրանքանիշերի այս վարկանիշում: 2018 թ.-ին L'Oréal-ը եկամուտներ բերեց 31,2 միլիարդ դոլար, մինչդեռ UK-

հովանդական Unilever ընկերության գեղեցկության և անձնական խնամքի հատվածը՝ 24,8 միլիարդ դոլար: 2018 թ.-ին L'Oréal խումբը նույնպես ավելի բարձր համաշխարհային եկամուտներ գրանցեց, քան իր ամենամոտ մրցակից Beiersdorf-ը, որը ներկայացված էր Nivea ապրանքանիշի արժեքային աղյուսակում: L'Oréal-ի համար 26,9 միլիարդ դոլար՝ Բիերսդորֆի 7,2 միլիարդ դոլար համեմատ: L'Oréal-ին հաջողվեց ավելացնել վաճառքը նույնիսկ 2017 թ.-ին իր սոցիալական և էկոլոգիապես պատասխանատու The Body Shop դուստր ձեռնարկության բրազիլական Natura կոսմետիկ ընկերությանը վաճառելուց հետո: Առանձին դիտարկենք Եվրոպական երկրների կոսմետիկ և խնամքի շուկաները.

Լեհական կոսմետիկայի արդյունաբերությունը ամենահզորներից մեկն է Եվրոպայում: Այսպիսով, այն ընտրվեց Լեհաստանի էկոնոմիկայի նախարարության կողմից՝ որպես միջազգային շուկաներում լեհական տնտեսությունը խթանող 15 առաջատար արդյունաբերություններից մեկը: Լեհաստանում կոսմետիկայի շուկայի մասնատումը ազդում է դրա ճկունության վրա: Փոքր և միջին արտադրողները կարող են հեշտությամբ հարմարվել փոփոխվող շուկայական պահանջներին, քանի որ նրանք ունեն կարճ արտադրական գծեր և արտադրական գործընթացում արագ փոփոխություններ կատարելու ունակություն: Լեհական կոսմետիկայի յուրաքանչյուր խոշոր ընկերություն ունի իր հետազոտական լաբորատորիան և մեծ ներդրումներ է կատարում զարգացման հետազոտությունների մեջ: Ոչ միայն ապրանքներն են որակապես բարելավվում հաճախորդների ցանկություններին, այլև փաթեթավորումը և շուկայական հաղորդակցությունը: Լեհաստանի ԵՄ-ին անդամակցության շնորհիվ լեհական կոսմետիկայի արդյունաբերությունը ավելի հեշտ մուտք գործեց ԵՄ շուկաներ, որոնք լեհական կոսմետիկայի ավանդական արտահանման ուղղությունն էին: Արտադրողները առիթը բաց չեն թողել և օգտվել են ԵՄ երկրների հետ տնտեսական հարաբերությունների ամրապնդման համար առկա հսկայական ներուժից: ԵՄ անդամակցության առավելությունները կայանում են ոչ միայն սահմանին ընթացակարգերի պարզեցման, այլև բոլոր գործարարների համար մեկ օրենքի մեջ, ազգային և դաշնային օրենսդրության միջև տարաձայնությունների բացակայության և կոսմետիկայի վերաբերյալ մեկ ծանուցման մեջ: Լեհական ընկերությունների նորարարական

աճի հիմնական գործոններից մեկը եվրոպական ֆինանսավորումն էր: Նորարարությունների անընդհատ զարգացման շնորհիվ, կոսմետիկ ոլորտում լեհական ստանդարտը չի տարբերվում միջազգային կորպորացիաների ստանդարտներից [4]:

Ֆրանսիան այնպիսի երկիր է, որում կոսմետիկայի արդյունաբերությունը կարևոր դեր է խաղում ինչպես ազգային, այնպես էլ միջազգային մակարդակում: «Արտադրված է Ֆրանսիայում» պիտակով ապրանքների մեծ մասը գնահատվում է միջազգային մակարդակում: Ֆրանսիայում արտադրված հայտնի կոսմետիկ ապրանքանիշերից են՝ Վիշին, Իվ Սեն Լորանը, Իվ Ռոշը, Բիոդերման և L'Oreal: L'Oreal-ը հայտնի է իր մասսայական արտադրության մագերի և դիմահարդարման միջոցներով, որոնք զանգվածաբար արտադրվում և վաճառվում են դեղատներում ինչպես Ամերիկայում, այնպես էլ արտերկրում: 2017 թ.-ին ֆրանսիական կոսմետիկայի արդյունաբերությունը ցույց տվեց լավագույն արդյունքները: Ֆրանսիայի կոսմետիկայի արդյունաբերությունը 2017 թվականին հասել է 9.13 միլիարդ ԱՄՆ դոլարի [5]: Ֆրանսիայից կոսմետիկայի արտահանման հիմնական ուղղություններն են Գերմանիան, Մեծ Բրիտանիան, Իտալիան և Իսպանիան եվրոպական տարածաշրջանում, մինչդեռ Ասիայում այն ամենամեծ արտահանումն է դեպի Չինաստան և Սինգապուր: Ֆրանսիայից Ասիա կոսմետիկայի արտահանումը կազմում է համաշխարհային արտահանման ընդհանուր ծավալի 20%-ը: Բացի Ասիայից, որը խոշորագույն ներմուծողն է, Մերձավոր Արևելքի երկրները (մասնավորապես ԱՄԷ-ն և Սաուդյան Արաբիան) հաջորդ զարգացող արտահանման ուղղություններն են: 2017 թ.-ին Ֆրանսիայից կոսմետիկայի ընդհանուր արտահանումը Մերձավոր Արևելքի տարածաշրջան աճել է 13.0%-ով: 2020 թ.-ին Գերմանիայի կոսմետիկ և խնամքի շուկաների ընդհանուր ծավալը կազմել է 14 մլրդ եվրո [6]: Գերմանիան իր ներմուծած կոսմետիկայի մեծ մասը ձեռք է բերում Ֆրանսիայից, Շվեյցարիայից, ԱՄՆ-ից և Իտալիայից: 2020 թ.-ին իտալական կոսմետիկ շուկայի շավալը եղել է 9.7 մլրդ եվրո [7]: Իտալական կոսմետիկայի արդյունաբերության մեջ գերակշռում են մագերի և մարմնի խնամքի միջոցները, այլ ոչ թե կոսմետիկան միջոցները: Իտալիայում մագերի և մարմնի համար նախատեսված արտադրանքները կազմում են կոսմետիկ միջոցների շուկայի մոտավորապես 30% -ը:



Պատկեր 4. Մաշկի խնամքի շուկայի և գեղեցկության համաշխարհային շուկայի 2016-2020 թթ. զարգացումները

Պատկեր 4-ում ներկայացված է 2016-2020 թթ.-ի մաշկի խնամքի շուկայի և գեղեցկության համաշխարհային շուկայի զարգացումները: Գեղեցկության համաշխարհային շուկայում մաշկի խնամքին բաժին է ընկնում 42%-ը [8], որը 2016-2018 թթ.-ը ունեցել է աճի միտում և աճել է 3%-ով, սակայն 2019 թ.-ից սկսած այն ունի նվազման միտում, որը պայմանավորված է կորոնավիրուսի համաճարակով, երբ փակվեցին բոլոր խանութները և արտադրությունները: 2019-2020 թթ.-ին այն նվազել է 5%-ով: Չնայած գեղեցկության արդյունաբերությունը կարող է համեմատաբար ավելի լավ դիրքում լինել, քան այլ կատեգորիաներ, 2020 թվականը այնուամենայնիվ կլինի երբևէ ամենավատ տարիներից մեկը: COVID-19 ճգնաժամը, ամենայն հավանականությամբ, արագացնելու է արդեն ձևավորած նոր միտումները, ինչպիսիք են էլեկտրոնային առևտրի օգտագործումը և այլն: Շատ հանրահայտ ապրանքանիշներ համաճարակով պայմանավորված իրենց գործունեությունը կատարում են առցանց հարթակներում: Հաշվարկված է, որ կոսմետիկայի և անձնական խնամքի արդյունաբերությունը տարեկան առնվազն 29 միլիարդ եվրոյի ավելացված արժեք է բերում եվրոպական տնտեսությանը: Կոսմետիկայի և անձնական խնամքի արդյունաբերությունը գիտելիք պահանջող և նորարարական ոլորտ է, որը մեծ ներդրումներ է կատարում հետազոտությունների և զարգացման մեջ: Մեր արդյունաբերության խոշոր ընկերությունները իրենց տարեկան շրջանառության (վաճառքի) մոտ 5%-ը ծախսում են R&D (Եվրոպայում) վրա: 2018-ին Եվրոպայում կային առնվազն 77 հետազոտական և նորարարական կենտրոններ, որոնք հետազոտություններ են իրականացնում կոսմետիկայի և անձնական խնամքի ոլորտում [9]:

Արդյունաբերության հիմնական դերակատարներն ունեն մի քանի հետազոտական կենտրոններ, որոնք կենտրոնացած են արտադրանքի զարգացման, շուկայի ուսումնասիրության և կարգավորող օրենսդրության համապատասխանության վրա:

Օգտագործված գրականության ցանկ

1. Cosmetics consumption value in Europe 2012-2019, <https://www.statista.com/statistics/439551/european-cosmetics-market-value/> (հասանելի է 22.06.2021)
2. Breakdown of the cosmetic market worldwide from 2011 to 2020, by product category, <https://www.statista.com/statistics/243967/breakdown-of-the-cosmetic-market-worldwide-by-product-category/> (հասանելի է 22.06.2021)
3. Ranking of leading cosmetic brands in Europe in 2020, by brand value, <https://www.statista.com/statistics/761444/cosmetics-brand-value-europe/> (հասանելի է 21.06.2021)
4. The Polish Cosmetics Industry, <https://www.polishcosmetics.pl/images/The-Polish-Cosmetics-Industry.pdf>
5. <https://www.goldsteinresearch.com/report/france-cosmetics-industry-report-brand-analysis> (հասանելի է 22.06.2021)
6. <https://cosmeticseurope.eu/cosmetics-industry/> (հասանելի է 20.06.2021)
7. <https://cosmeticseurope.eu/cosmetics-industry/> (հասանելի է 20.06.2021)
8. <https://www.loreal-finance.com/en/annual-report-2020/cosmetics-market-2-1-0/> (հասանելի է 22.06.2021)
9. <https://cosmeticseurope.eu/cosmetics-industry/> (հասանելի է 20.06.2021)

Տվյալները/Հանձնվել է 22.06.2021
 Բացառված/Գրախոսվել է 29.06.2021
 Մոտ/Ընդունվել է 06.07.2021