

ՀՀ-ում կոսմետիկ միջոցների արտադրության ընդհանուր նկարագիրը

Գրիգորյան Գ. Հ.

Հայցորդ, ՀՀ ԳԱԱ Քոյանյանի անվան տնտեսագիտության ինստիտուտ (Երևան, ՀՀ)

donnie.greg@mail.ru

Հանգուցաբառեր՝ Կոսմետիկ միջոցներ, խնամքի միջոցներ, արտադրություն, Հայաստան, կառավարում

Общая характеристика производства косметики в Армении

Григорян Д. О.

Соискатель, НАН РА, Институт экономики Котаняна (Ереван, РА)

donnie.greg@mail.ru

Аннотация: Современная парфюмерно-косметическая промышленность - один из самых быстрорастущих секторов мировой экономики, привлекающий внимание широкого круга инвесторов. В настоящее время есть перспективы развития и совершенствования отдельных сфер экономической деятельности, одним из которых является рынок индустрии красоты. В Армении, в отличие от других товаров, косметические компании имеют тенденцию развиваться и расти. Хотя мы импортируем большую часть косметики, у нас также есть положительная экспортная тенденция. В настоящее время в Армении есть одна или две производственные компании, Наирян и Дютен.

Ключевые слова. Косметика, средства ухода, производство, Армения, менеджмент

General description of cosmetics production in Armenia

Grigoryan D. H.

Institute of Economics after Kotanyan, National Academy of Sciences RA (Yerevan, PA)

donnie.greg@mail.ru

Abstract: The modern perfumery and cosmetics industry is one of the fastest growing sectors of the world economy, attracting the attention of a wide range of investors. Currently, there are prospects for the development and improvement of certain areas of economic activity, one of which is the beauty industry market. In Armenia, unlike other products, cosmetic companies tend to develop and grow. Although we import most of our cosmetics, we also have a positive export trend. Currently, there are one or two manufacturing companies in Armenia, Nairyanyan and Duten.

Keywords. Cosmetics, care products, production, Armenia, management

Ամփոփագիր: Ժամանակակից օժանելիքի և կոսմետիկայի արդյունաբերությունը համաշխարհային տնտեսության կայուն զարգացող ոլորտներից է՝ գրավելով ներդրողների լայն շրջանակի ուշադրությունը: Ներկայումս հեռանկարներ են բացվում տնտեսական գործունեության որոշակի ոլորտների զարգացման և բարելավման համար, որոնցից մեկը գեղեցկության արդյունաբերության շուկայի ոլորտն է: Գեղեցկության ոլորտի ձեռնարկությունների շուկան բավականին յուրահատուկ է, իր մի շարք առանձնահատկությունների շնորհիվ այն դինամիկորեն փոխվում է կարճ ժամանակում: Ամեն տարի բոլոր գեղեցկության սրահների մոտ 20-30%-ը սնանկանում են և դադարում են գոյություն ունենալ, բայց նոր սրահներ անմիջապես շուկա են մտնում փակ հաստատությունները փոխարինելու համար, ուստի դրանց ընդհանուր թիվը չի նվազում, այլ ընդհակառակը, ընդհանուր թիվն աճում է: Բնակչությանը ծառայություններ մատուցող բոլոր ձեռնարկությունները մրցակ-

ցում են սպառողների և հաճախորդների համար, և շահում են այն կազմակերպությունները, որոնք ծառայություններ են մատուցում, որոնք բավարարում են բնակչության կարիքները [1]: Համաձայն համաշխարհային վիճակագրական տվյալների ամեն տարի թողարկվում է 120 մլրդ կոսմետիկ և խնամքի միջոցների փաթեթավորում [2]: Կոսմետիկ և խնամքի արտադրությունում շատ կարևոր է արտադրողների կողմից կատարված նորարարությունների կիրառումը այս ոլորտում: Այսօր կատարվելիք նորարարությունների շարքին են դասվում հետևյալները [3]՝

✓ Բջջային կոսմետիկա, սա կոսմետիկայի և խնամքի միջոցների զարգացման որակապես նոր մակարդակ է, որոնք խթանում են մաշկի բջիջների բարելավմանը, առողջության և երիտասարդացմանը: Դրանք ներառում են կենսաբանորեն ակտիվ նյութեր, որոնք գործում են ինչպես մաշկի մակերեսային, այնպես էլ խորը շերտերում

✓ Թթվածնային կոսմետիկա, սա իր հերթին, ակտիվացնում է նյութափոխանակության պրոցեսները մաշկի հյուսվածքներում և ավելացնում թթվածնի սպառումը բջիջների կողմից

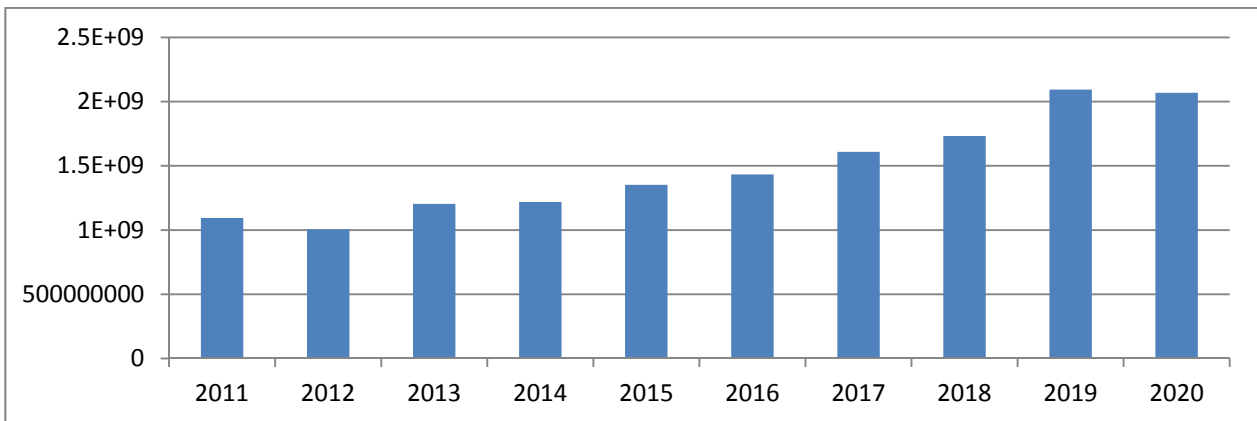
✓ Նանոմասնիկներով կոսմետիկա, սա պարունակում է երկու մոլեկուլ՝ լիպոսոմ. սա արհեստականորեն սինթեզված մոլեկուլ է, որի ներսում, տեղադրվում են ակտիվ նյութեր: Լիպոսոմի խնդիրն է դրանում պարունակվող ակտիվ բաղադրիչները տեղափոխել մաշկի բջիջներ: Նանոսոմ. դա լիպոսոմի առաջադեմ մոլեկուլն է: Դրա չափը շատ ավելի փոքր է, բայց ընդունակ է տեղափոխել միայն մեկ նյութ: Նանոյի խմբի կոսմետիկ պատրաստուկները կարող են ներառել հիպոլորոնաթթու, Q10 կոենսիմներ, կոլագեն, էլաստին, ամինաթթուներ, վիտամիններ և բուսական տարբեր բաղադրիչներ: Մոլեկուլի թաղանթը բացվում է մաշկի բջիջ մտնելուց հետո

✓ Տեղեկատվական կոսմետիկա, դա նորարարական կոսմետոլոգիայի ամենատեսաարդ միտումն է, որը հիմնված է ռիբոնուկլեինաթթվի օգտագործման վրա: Փորձերի արդյունքում պարզվել է, որ խոզի սաղմերից ստացված ՌՆԹ-ի ցածր մոլեկուլային կշիռը արթնացնում է բջիջների գենետիկական հիշողությունը, ներառյալ տարիքի հետ քնած

գեները: Այս ազդեցությունն օգնում է վերականգնել հասուն և ծերացող մաշկի սպառված պաշարները: Արդյունքում, նյութափոխանակության գործընթացների մակարդակը բարձրանում է մինչև երիտասարդ բջիջների մակարդակ. Ակտիվանում են սպիտակուցների սինթեզը, էպիդերմալ բջիջների փոխանակումը և արտաբջջային մատրիցի կառուցվածքի վերականգնումը, ինչպես նաև մաշկի տեղական իմունիտետը բարձրանում է:

Հարուստ է և շատ ինքնատիպ Հայկական լեռնաշխարհի բուսականությունը. Լանդշաֆտները փոխվում են ըստ վերընթաց գոտիականության: Հայաստանում են աճում բույսերի մոտ 4 հազար տեսակ: Հայաստանը ինքնին տալիս է հնարավորություն կոսմետիկ և խնամքի միջոցների արտադրությունում ներառել հրաշք դեղաբույսերը: Այս պահին Հայաստանում գործում է 10 ընկերություն որոնք զբաղվում են կոսմետիկ և խնամքի միջոցների արտադրությամբ, սակայն ոչ բոլորն են կիրառում դեղաբույսերի ուժն ու բուժիչ հատկությունները:

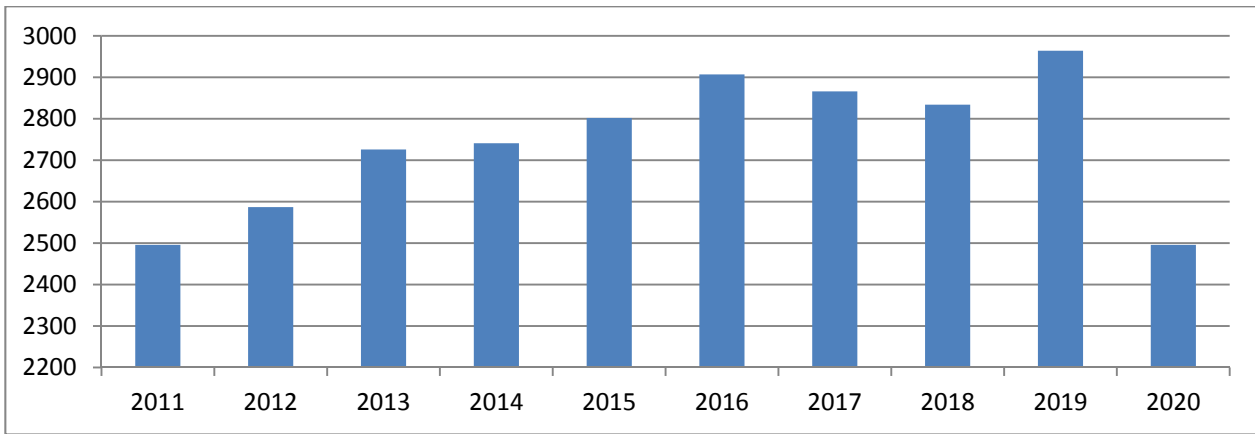
Վերլուծություն: Ստորև ուսումնասիրենք Հայաստանում գործող կոսմետիկ միջոցների արտադրությունը, ինչպես նաև կանդրադառնանք կոսմետիկ և խնամքի միջոցներ ներմուծողներին և նրանց խնդիրներին:



Գծապատկեր 1. Ամբողջ արդյունաբերությունը ՀՀ-ում, 2011-2020 թթ.-ին [4], հազար դրամ

Գծապատկեր 1-ում ներկայացված է Հայաստանում գործող ամբողջ արդյունաբերությունը 2011-2020 թթ.-ին: 2012 թ.-ից մինչև 2019 թ.-ը այն ունեցել է աճի միտում և աճել է 1087779394 հազար դրամով: Իսկ 2020 թ.-ին ի տարբերություն 2019 թ.-ի այն նվազել է 24028069 հազար դրամով: Արդյունաբերության անկումը կարող է պայմանավորված լինել կորոնա-

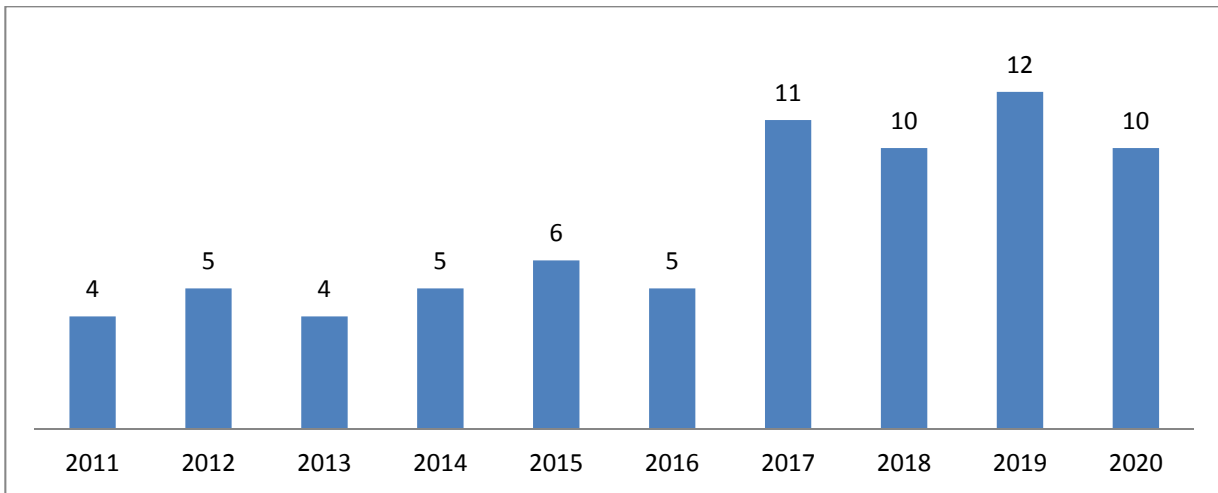
վիրուսային համաճարակով, որի ընթացքում փակվեցին գրեթե բոլոր արտադրությունները, խանութները և ամեն բան, արդյունքում զարգացավ առցանց առևտուրը: Ըստ համաշխարհային վիճակագրական տվյալների կանաց մոտավորապես 50%-ը իրենց խնամքի և կոսմետիկ միջոցները փնտրում են և գնում են առցանց խանութներից[5]:



Գծապատկեր 2. Ամբողջ ձեռնարկությունների քանակը ՀՀ-ում, 2011-2020 թթ.-ին, հազար դրամ

Գծապատկեր 2-ում ներկայացված է Հայաստանում գործով ամբողջ ձեռնարկությունների ընդհանուր քանակը 2011-2020 թթ.-ին: Համաձայն գծապատկերի 2-ի ձեռնարկությունների քանակը 2011-2016 թթ.-ին ունեցել է աճի միտում

և աճել է 320-ով, այնուհետև 2016-2018 թթ.-ին այն նվազել է 73-ով, որից հետո 2019 թ.-ին ունեցել է կտրուկ աճ, իսկ արդեն պայմանավորված համաճարակով 2020 թ.-ին ի տարբերություն 2019 թ.-ի նվազել է 468-ով:



Գծապատկեր 3. Կոսմետիկ ձեռնարկությունների քանակը ՀՀ-ում, 2011-2020 թթ.-ին

Գծապատկեր 3-ը ներկայացնում է կոսմետիկ և խնամքի միջոցներ արտադրող ձեռնարկությունների քանակը Հայաստանում 2011-2020 թթ.-ին: 2011-2016 թթ.-ին կոսմետիկ և խնամքի միջոցներ արտադրող ձեռնարկությունները եղել են 4-6 հատ, իսկ 2017 թ.-ին ի տարբերություն 2016թ.-ի այն կտրուկ աճել է 6-ով և դարձել 11 հատ: 2019 թ.-ին ի տարբերություն 2017 թ.-ի կոսմետիկ և խնամքի միջոցներ արտադրող ձեռնարկությունները աճել են ևս 1-ով, որից հետո կրկին պայմանավորված համաճարակով 2020 թ.-ին այն նվազել է 2-ով համեմատած 2019 թ.-ի հետ: Ներկայացնենք Հայաստանում մի քանի կոսմետիկ և խնամքի միջոցներ արտադրող ձեռնարկությունների՝ Գառնիլայն, Նոենե, Նաիրիան, ԱլոեԼաբ, Ա.Կ.Լ Հովհաննիսյաններ, Դյութեն, Մարինա Գրեյ, Փաբելլա, Էրեբունու գույները և ԲԻՈ-ՔԻՄ:

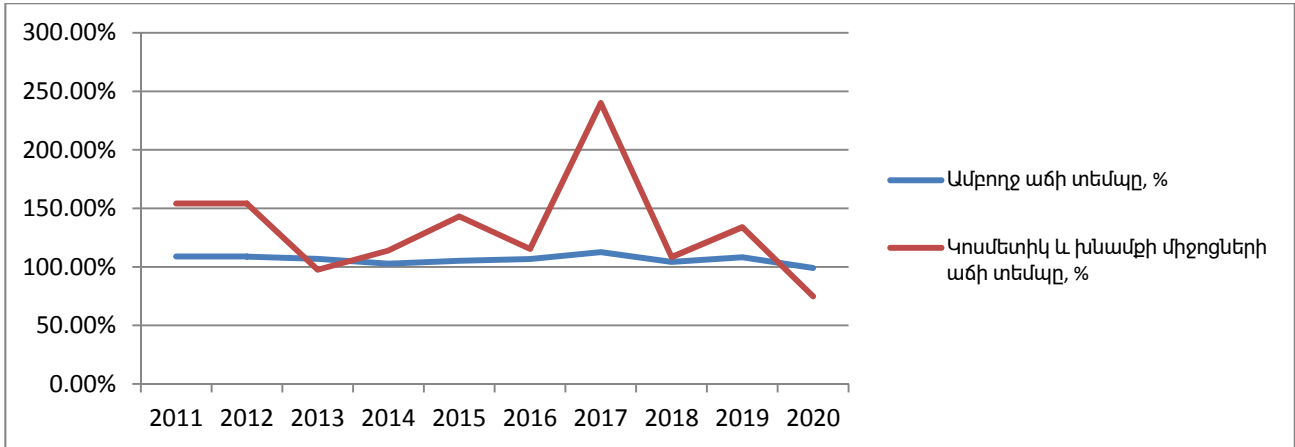
Գծապատկեր 4-ում ներկայացված է ամբողջ ձեռնարկությունների և խնամքի և կոսմետիկ

միջոցների արտադրության աճի տեմպերը Հայաստանում 2011-2020 թթ.-ին, տոկոսային հարաբերակցությամբ: Կոսմետիկ և խնամքի միջոցների արտադրությունը ի տարբերություն այլ արտադրությունների ունի աճի միտում: Կտրուկ անկում եղել է 2013 թ.-ին և 2020 թ.-ին, իսկ արտադրության աճի պիկին հասել է 2017 թ.-ին:

Բացի արտադրող ընկերություններից Հայաստանը նաև ներմուծում է կոսմետիկ և խնամքի միջոցներ տարբեր երկրներից՝ Ռուսաստան, Բելառուս, ԱՄՆ, Թուրքիա, Չինաստան, Կորեա և այլ: Հայաստանում կոսմետիկ միջոցներ ներմուծող խոշոր ընկերություններն են՝ «Ռուժ Բուտե», «Ամարանտ», «Հերմիտաժ», «Ալդիա-ԷՍ», «Մերի», «Լիսապ OLLIՆ», «Փեռլ Գրուպ», «Մաքուր Տուն», «Առմե»: 2019 թ.-ին միայն Ռուսաստանից ներմուծվել է 5.566.939 ԱՄՆ դոլարի կոսմետիկ միջոցներ, Բելառուսից՝ 173.140 ԱՄՆ դոլար ի կոսմետիկ միջոցներ, իսկ

Ղաազխաստանից՝ 13,364 ԱՄՆ դոլարի [6]: Ընդհանուր առմամբ ԵԱՏՄ-ից 2019 թ.-ին ներմուծվել է 5.753.443 ԱՄՆ դոլար կոսմետիկ և խնամքի միջոցներ: Ներմուծման հետ մեկտեղ Հայաստանը կատարում է նաև կոսմետիկ և խնամքի միջոցների արտահանում, ճիշտ է

ներմուծման ծավալների հետ համեմատած այն բավականին քիչ է, բայց այնուամենայնիվ, Նարիրան ընկերության կողմից արտադրվող կոսմետիկ և խնամքի միջոցները արտահանվում են [7]:



Պատկեր 4. Ամբողջ ձեռնարկությունների և Խնամքի և կոսմետիկական միջոցների արտադրություն անի տեսակերը ՀՀ-ում, 2011-2020 թթ.-ին, %

Գեղեցկության ապրանքների և ծառայությունների վաճառքի վրա ազդում են շուկայի անընդհատ փոփոխվող կարիքները: Ստորև ներկայացնենք այն.

- ✓ Կյանքի որակի փոփոխությունները
- ✓ Տվյալ երկրում ՀՆԱ-ի մակարդակը
- ✓ Մաշկի խնամքի շուկայի աճը
- ✓ Բնական բաղադրիչների կիրառումը կոսմետիկ միջոցներում
- ✓ Փաթեթավորման ոճերի փոփոխում և գրավիչ շուկայավարման ռազմավարությունների օգտագործում
- ✓ Կողմնակի բաղադրիչների ազդեցության իրազեկում

Եզրակացություն: Այսպիսով կարող ենք եզրակացնել, որ Հայաստանում ի տարբերություն մնացյալ արտադրությունների կոսմետիկ և խնամքի միջոցներ արտադրող ընկերությունները զարգացման և աճի միտում ունեն: Չնայած որ կոսմետիկ և խնամքի միջոցների մեծ մասը ներմուծում ենք, ունենք նաև դրական շարժ արտահանման հետ կապված: Հայաստանում այս պահին կա մեկ երկու արտադրող ընկերություններ՝ Նարիրան և Դյութեն, որոնք իրենց արտադրանքը արտահանում են դեպի մեծ շուկաներ, հատկապես, ԱՄՆ, Ռուսաստան, Եվրոպա և այլն:

Օգտագործված գրականության ցանկ

1. Березниченко, С. В. Гегечкори, О. Н. ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический университет», Особенности и основные тенденции развития предприятий индустрии

красоты, URL: <https://docplayer.ru/56094702-Industriya-krasoty-analiz-ocenka-gynka-osobennosti-razvitiie.html>, (հասանելի է 1.07.2021, ժամը 11:01)

2. Goljic, Dusan 38 Awe-Inspiring Beauty Industry Statistics for 2020, URL:<https://healthcareers.co/beauty-industry-statistics/>, (հասանելի է 2.07.2021, ժամը 12:08)

3. Александрова, К. Ю. Инновации в сфере парфюмерно-косметической промышленности. Кубанский государственный университет, Научные труды КубГТУ, №13, 2015 год, URL:<https://ntk.kubstu.ru/data/mc/0020/0741.pdf>, (հասանելի է 3.07.2021, ժամը 14:17)

4. ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՎԻՃԱԿԱԳՐԱԿԱՆ ԿՈՄԻՏԵ, URL: https://www.armstat.am/file/article/5nish_12_2020.pdf, (հասանելի է 4.07.2021, ժամը 17:05)

5. Goljic, Dusan 38 Awe-Inspiring Beauty Industry Statistics for 2020, URL:<https://healthcareers.co/beauty-industry-statistics/>, (հասանելի է 4.07.2021, ժամը 18:21)

6. Объемы импортных поставок Республики Армения из государств – членов ЕАЭС за 2019 год URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/tables/intra/Documents/2019/12/I201912_9_1.pdf, (հասանելի է 5.07.2021, ժամը 20:30)

7. Armenian Marketing Association, The Export Catalog of Armenia, URL: <https://aec.am/en/#companies>, (հասանելի է 5.07.2021, ժամը 21.00)

Տճանա/Հանձնվել է 06.07.2021
 Рецензирована/Գրախոսվել է 20.07.2021
 Принята/Ընդունվել է 27.07.2021