

ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

К.Ю. АЛЕКСАНДРОВА

*Кубанский государственный университет,
350040, Российская Федерация, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149;
электронная почта: ksenia-aleksandrov@mail.ru*

В статье рассматриваются инновационные направления развития парфюмерно-косметической отрасли. Анализируется специфика и конкурентные свойства инновационных косметических продуктов. Оцениваются дальнейшие перспективы развития парфюмерно-косметической промышленности в направлении натурализации производимой продукции.

Ключевые слова: парфюмерно-косметические инновации, инновационная косметика, нанокосметика.

Современная парфюмерно-косметическая промышленность – это стабильно развивающаяся отрасль мировой экономики, привлекающая внимания широкого круга инвесторов и открывшая миру множество глобальных брендов, пользующихся высоким спросом в большинстве развитых стран. Динамика роста продаж в отрасли показывает (рис. 1), что парфюмерно-косметическая промышленность устойчиво развивается даже в кризисные для мировой экономики периоды [1].

Темпы прироста мирового парфюмерно-косметического рынка на протяжении последних десяти лет сохраняют положительную динамику. Вместе с тем, 2014 год создал благоприятные условия для развития отечественного производства парфюмерно-косметической продукции. Несмотря на то, что в целом экономика РФ является нестабильной, для российских производителей современная ситуация более благоприятна, чем это было в 2008 году [2].

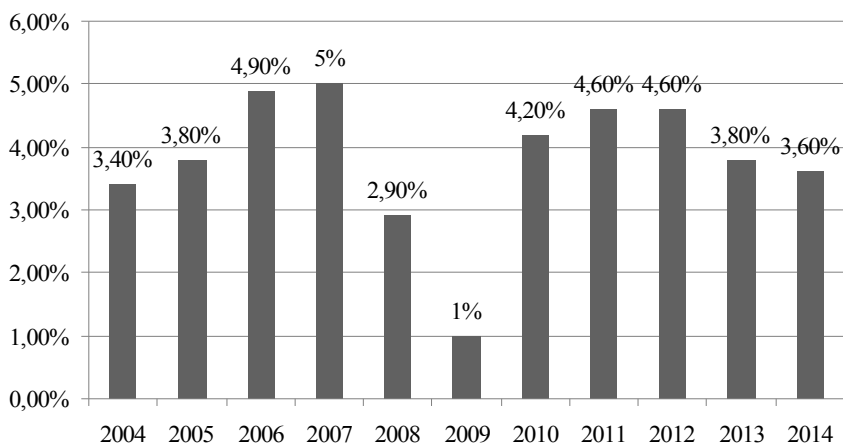


Рисунок 1 – Темпы прироста мирового парфюмерно-косметического рынка

Одним из условий обеспечения конкурентоспособности парфюмерно-косметической продукции в современных реалиях является ее инновационность. Это объясняется тем, что на сегодняшний день состояние рынка дошло до той стадии, когда предложение различных компаний в большинстве сегментов однородно по потребительским качествам, а также сопоставимо по цене. Таким образом, производители ищут альтернативные возможности для того, чтобы выделить собственную продукцию на фоне прочих субституты, и именно фактор инновационности способен выделить на фоне прочих.

В современной экономической литературе присутствует множество определений терминов «инновационность», «инновации». В ряде источников, посвященных тенденциям развития парфюмерно-косметической отрасли, отмечается, что «инновационная косметика» - это качественно новый продукт, появившийся на рынке впервые и по своим потребительским свойствам не имеющий полноценного аналога [3]. Однако подобное определение не отражает суть термина «инновации». В этой связи мы определяем термин «инновационная косметика» как «внедренная в парфюмерно-косметической промышленности товарная инновация, обеспечивающая качественное конкурентное преимущество перед продуктами-субститутами, основанное на применении уникальных результатов НИОКР».

На сегодняшний день на рынке парфюмерно-косметической продукции присутствует множество товаров, указывающих на их «инновационность». В большинстве случаев это лишь маркетинговый ход, и действительной инновационности в таких продуктах нет. Однако глобальному потребителю в ряде случаев предлагается действительно инновационный продукт, который стал результатом НИОКР и коммерциализации определенной научной разработки.

Как показало проведенное исследование, наибольшего внимания заслуживают следующие направления «инновационной косметики»: клеточная косметика, кислородная косметика, косметика с наночастицами и информационная косметика.

1) Клеточная косметика - это качественно новый уровень развития препаратов, оказывающих стимулирующее, оздоровительное и омолаживающее воздействие на кожные покровы.

Данная категория препаратов относится к типу «космецевтических» (от «косметика» и «фармацевтика»). К ним причислены средства, содержащие биологически активные вещества, действующие как в поверхностных, так и в глубоких слоях кожи и оказывающие на нее направленное физиологическое воздействие – профилактическое или лечебное. Одним из разделов космецевтики является и клеточная косметика, которая призвана оказывать более глубокое и масштабное действие на важнейшие биохимические процессы, чем традиционные стимулирующие и омолаживающие препараты.

Клеточная косметика возникла на базе клеточной терапии. Экстракты из мышц и селезенки свиней и ягнят (фетальные ткани) более 20 лет используются для лечения младенцев с органическими поражениями мозга, например с олигофренией. Последующие эксперименты по использованию препаратов с фетальными тканями показали, что они могут быть использованы и для оздоровления по другим направлениям (например, для лечения диабета: функции поджелудочной железы, которая отвечает за синтез инсулина,

восстанавливаются, и пациент около полугода может обходиться без инъекций).

Так как инъекции клеточных экстрактов оказывают стимулирующее воздействие на организм в целом и на кожу в частности, несколько лет назад клеточные средства начали использовать с косметологической целью в швейцарских клиниках. В течение следующих лет клеточная терапия стала весьма популярна. Лаборатории клиник в очень ограниченном количестве начали производить кремы и сыворотки на основе клеточных ингредиентов. Первая линия средств по уходу за кожей содержала эмбриональные клеточные материалы, полученные из фетальных тканей. Но лабораторные мощности не позволяли выпускать препараты в большом количестве и с длительным сроком хранения.

Современная трактовка термина «клеточная косметика» позволяет рассматривать эту косметику, как продукцию, содержащую клетки, клеточные экстракты органов или тканей, находящихся в стадии высокой скорости дифференцировки. Это могут быть клетки или экстракты эмбрионов животных, молока, икра, плацента, биологические жидкости, а также полученные биотехнологическим путем с использованием микроорганизмов ингредиенты. Основные действующие вещества таких ингредиентов - факторы роста (ФР) и развития клеток (эпидермальный ФР, ФР фибробластов, ФР нейронов, тромбоцитарные и инсулиноподобные ФР), цитокины (интерлейкины, факторы некроза опухолей, интерфероны, колониестимулирующие факторы, малые цитокины), ферменты, медиаторы, например, оксида азота NO, эйкозаноиды, нейромедиаторы и нейромодуляторы. Они в больших количествах содержатся в молодых клетках, а в поврежденных и стареющих изменяется их количество и спектр [4].

Принципиальное отличие клеточной косметики от других линий заключается в общем подходе к решению проблемы стареющей кожи. Главный принцип действия таких средств – коррекция повреждений и возрастных изменений кожи через собственные реакции восстановления. Таким образом,

клеточная косметика должна влиять на основные механизмы повреждения клетки через усиление ее собственных защитных сил с использованием регуляторных молекул. Средства клеточной косметики по праву считаются косметическими препаратами последнего поколения благодаря омолаживающему эффекту и уникальному механизму действия. Получение ингредиентов требует эксклюзивного оборудования, глубоких знаний молекулярной биологии и биохимии, огромного опыта и специфических технологий.

2) Кислородная косметика – это препарат, в основе которого работают микроэмульсии соединений, способных растворять газы, в число которых входит кислород. На современном рынке выделяется два типа кислородных косметических препаратов:

– препараты, транспортирующие в кожу молекулярный кислород («газотранспортная косметика»);

– препараты, содержащие перекисные соединения, которые при контакте с кожей выделяют атомарный кислород [5].

В свою очередь, ряд производителей называют «кислородными» препараты, которые активизируют обменные процессы в тканях и увеличивают потребление кислорода клетками, что является косвенным признаком улучшения клеточного дыхания. Однако, с точки зрения технической данная продукция не является «кислородной косметикой».

3) При подготовке нанокосметических препаратов используется 2 типа наночастиц:

– липосома: это искусственно синтезированная молекула, внутри которой, как в капсуле, помещаются активные вещества. Задача липосомы - транспортировать заложенные в ней активные компоненты к клеткам кожи;

– наносома: это усовершенствованная молекула липосомы. Ее размер значительно меньше, но она способна транспортировать только одно вещество. Оболочка молекулы раскрывается уже после попадания в клетку кожи [6].

На протяжении долгих лет в косметологии использовались кремы и лосьоны, воздействовавшие только на верхние слои кожи. Их применение позволяло создать защитный барьер, смягчить и напитать верхний слой эпидермиса, но глубокие слои кожи при этом не могли получить необходимые вещества извне. Поэтому решить серьезные проблемы кожи, такие как угревая сыпь, обезвоживание или старение, с помощью кремов не удавалось.

Препятствием на пути проникновения крупных молекул питательных веществ в глубокие слои становится роговой слой кожи. Он состоит из белковых чешуек, соединенных между собой липидами. А наномолекулы проникают в кожу через межклеточные промежутки, расстояние между которыми меньше 100 нанометров (это расстояние значительно меньше размера крупных молекул биологически активных веществ).

Косметические препараты наногруппы могут включать в свой состав гиалуроновую кислоту, коэнзимы Q10, коллаген, эластин, аминокислоты, витамины и различные растительные компоненты. Комплексы питательных веществ формируются в разном процентном соотношении для разных видов нанокосметики. Благодаря своему молекулярному составу, нанокосметика не требует добавления стабилизаторов и других структурообразующих ингредиентов. Микроразмер частиц позволяет сохранять целостность эмульсии и продлевать сроки ее активности. Технологией исключено добавление консервантов и красителей, что позволяет говорить о гипоаллергенности качественной нанокосметики [7].

В таблице 1 представлены компании, которые используют нанотехнологии для производства косметики.

Таблица 1 – Компании, применяющие наноматериалы при производстве парфюмерно-косметической продукции (составлена автором)

Тип продукта	Компании
Продукция, в которой применяются наноматериалы	Vichy, Dior, L'Oreal, Estee Lauder, Johnson & Johnson, KOSE Corporation, Vichy, Biotherm.
Нанокосметика	NanoDerm, Dekaroline, Leorex, LacVert, NanoPure, Neoglis, NewAge, Pro-Tec

Косметику с содержанием активных наночастиц можно приобрести в салонах красоты, специализированных точках продажи, также заказать через интернет-магазины.

4) Информационная косметика – это наиболее молодое направление в инновационной косметологии, основанное на использовании рибонуклеиновой кислоты (далее РНК). В результате экспериментов было получено открытие, что низкомолекулярная фракция РНК, полученная из эмбрионов свиней, пробуждает генетическую память клетки, включая уснувшие с возрастом гены. Этот эффект способствует восстановлению истощенных резервов зрелой и стареющей кожи. В результате уровень метаболических процессов поднимается до уровня молодых клеток: активизируется синтез белка, обмен клетки эпидермиса и восстановление структуры межклеточного матрикса, а также повышается местный иммунитет кожи.

Как видно из обзора ключевых инновационных направлений развития парфюмерно-косметической продукции, ведущим трендом является экологическая чистота и органическая ориентация в НИОКР. И именно с производством органической косметики связываются дальнейшие перспективы развития данного сектора. «Зеленый» вектор в плане его эффективности для наращивания продаж в ближайшие годы выглядит наиболее перспективным по мнению директора цифрового маркетинга британского бренда «Lush» Джэка Константина: по результатам исследований компании сделаны выводы о высокой емкости рынка натуральной косметики. В свою очередь агентство Organic Monitor опубликовало исследование, согласно которому почти две трети всех продуктов, доступных на рынке в сегменте натуральной и органической косметики, подчеркивают отсутствие в своем составе «вредных ингредиентов» – парабенов, формальдегида и прочее.

Ведущим направлением органических инноваций, как мы считаем, станет сектор средств по уходу за кожей как крупнейший сегмент парфюмерно-косметической промышленности (рис. 2).

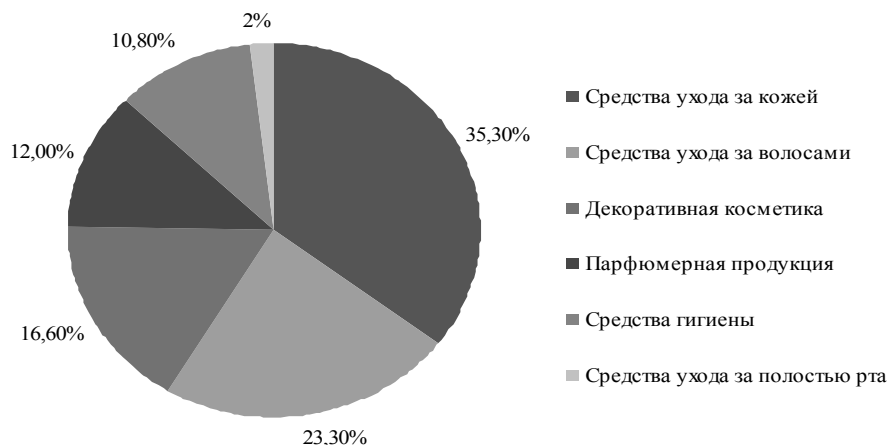


Рисунок 2 – Структура мирового рынка парфюмерно-косметической продукции, по товарным сегментам

Таким образом, в ближайшие несколько лет ожидается сокращение парфюмерно-косметической продукции, содержащей искусственные ингредиенты, во всех сегментах парфюмерно-косметической промышленности. Сделанный анализ показал, что органическая ориентация парфюмерно-косметической продукции становится наиболее сильным конкурентным преимуществом в долгосрочной перспективе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глобальный рынок косметики 2014: результаты, динамика, прогнозы и бренды. Материалы аналитического портала «InterCharm.net». – URL: <http://www.intercharm.net>.
2. Козырь Н.С. Теоретические основы и практические примеры процессов реструктуризации предприятий парфюмерно-косметической промышленности // Terra Economicus. 2008. Т. 6, № 3-2. С. 317-320.
3. Инновационная косметика. Материалы портала «InFlora.ru». – URL: <http://www.inflora.ru/cosmetics/cosmetics225.html>.
4. Клеточная косметика. Наши разработки и исследования. Материалы сайта компании Мирра. – URL: <http://mirra.ru/about/articles/detail.php?ID=690>.
5. Кислородная косметика. Материалы аналитического портала «I-WOW». - URL: <http://i-wow.ru/kosmetika/kislorodnaya-kosmetika>.

6. Российские нанотехнологии и косметика. Материалы портала «skmlm.ru». – URL: <http://skmlm.ru/products/articles/important/nanotech/>.

7. Что такое нанокосметика. Материалы информационного портала «MissBagira.ru». – URL: <http://missbagira.ru/themes/beauty/chto-takoe-nanokosmetika>.

REFERENCES

1. Global'nyi rynek kosmetiki 2014: rezul'taty, dinamika, prognozy i brendy.– URL: <http://www.intercharm.net>.

2. Kozyr' N.S. Teoreticheskie osnovy i prakticheskie primery protsessov restrukturizatsii predpriyatii parfyumerno-kosmeticheskoi promyshlennosti // Terra Economicus. 2008. T. 6, № 3-2. S. 317-320.

3. Innovatsionnaya kosmetika. Materialy portala «InFlora.ru». – URL: <http://www.inflora.ru/cosmetics/cosmetics225.html>.

4. Kletochnaya kosmetika. Nashi razrabotki i issledovaniya. – URL: <http://mirra.ru/about/articles/detail.php?ID=690>.

5. Kislородnaya kosmetika. – URL: <http://i-wow.ru/kosmetika/kislородnaya-kosmetika>.

6. Rossiiskie nanotekhnologii i kosmetika. Materialy portala «skmlm.ru». – URL: <http://skmlm.ru/products/articles/important/nanotech/>.

7. Chto takoe nanokosmetika.– URL: <http://missbagira.ru/themes/beauty/chto-takoe-nanokosmetika>.

INNOVATION IN THE FIELD OF PERFUME AND COSMETIC INDUSTRY

K.YU. ALEKSANDROVA

*Kuban State University,
149, Stavropolskaya, st., Krasnodar, Russian Federation, 350040;
e-mail: ksenia-aleksandrov@mail.ru*

The article discusses the development of innovative directions of perfume and cosmetic industry. The specific character of competitive and innovative properties of cosmetic products. Estimated future prospects for the development of perfume and cosmetics industry in the direction of naturalization products.

Key words: perfume and cosmetic innovations, innovative cosmetics, nanocosmetics.