

براساس آمارهای موجود، سن مصرف لوازم آرایشی در ایران به 15 سال رسیده است 2 میلیارد دلار؛ هزینه سالانه آرایش ایرانی‌ها

امروزه استفاده از لوازم آرایشی در ایران دیگر نه سن خاصی دارد و نه قشر خاصی می‌شناسد. شاید در دو دهه گذشته آرایش کردن و استفاده لوازم آرایش فقط برای زنان متأهل آن هم بیشتر در محیط خانه و مهمانی‌ها مشاهده می‌شد، اما در سال‌های اخیر دختران جوان و کم‌سن و سال، بزرگ‌ترین مشتریان لوازم آرایش هستند تا حدی که استفاده از این لوازم جزو لاینفک زندگی آنها شده و کیف لوازم آرایش، ضروری‌ترین همراه این روزهای آنهاست. نشان به آن نشان که طبق تحقیقات حتی بیشترین دارایی دختران فقیر هم با وجود فقر اقتصادی، خرج لوازم آرایش می‌شود.

اما معضل دیگری که در زمینه استفاده از لوازم آرایش نگرانی کارشناسان و خانواده‌ها را در پی داشته است، پایین آمدن سن استفاده از لوازم آرایش است. براساس آمارهای موجود، سن مصرف لوازم آرایشی در ایران به ۱۵ سال رسیده است. دختران دبیرستانی و حتی سنین پایین‌تر این روزها بخش بزرگی از مشتریان لوازم آرایشی هستند. این در حالی است که در کشورهای توسعه یافته تمایل به آرایش بیشتر در بین زنان مسن دیده می‌شود که طراوت و شادابی پوست خود را از دست داده‌اند.

از طرف دیگر تمایل گسترده به استفاده از لوازم آرایش به بازار سودجویان اقتصادی هم رونق زیادی بخشیده است. انواع مارک‌های تقلبی و غیربهداشتی، قاچاق لوازم آرایشی را به تجارتی پرسود بدل کرده است. البته دستفروش‌ها هم در این زمینه بی‌نصیب نمانده‌اند. هر روزه در خیابان‌های پرتردد شهر، نزدیک ایستگاه‌های مترو و مراکز خرید تعداد زیادی از دستفروشان را می‌بینیم که بساط لوازم آرایشی خود را کنار خیابان پهن کرده و خانم‌های زیادی را دور خود جمع می‌کنند. گاهی در بین اجناس

آنها حتی نام بسیاری از برندهای معروف را هم مشاهده می‌کنیم که با قیمتی بسیار پایین‌تر از مغازه‌ها به فروش می‌رسد، غافل از این که این لوازم تنها نامی از برندهای معروف دارند و بس. در بیشتر وقت‌ها هم، در نزدیکی بساط همان دستفروش‌ها، لوازم آرایشی با قیمتی نجومی در مغازه‌ها و پاساژها فروخته می‌شود و مشتریان این لوازم نیز حاضرند تنها در یک نوبت مبلغ هنگفتی را برای چند تکه لوازم آرایش پرداخت کنند و حتی از این خرید احساس آرامش و رضایت نیز می‌کنند و برای دست یافتن به این آرامش و لذت هر ماه این خرید را تکرار می‌کنند و تکرار این کار نهایتاً می‌شود واردات یک میلیارد دلاری لوازم آرایش به کشور و سهم 15 درصدی هزینه ماهانه خانوار و میلیون‌ها دلار قاچاق لوازم آرایشی که مورد استقبال فراوان خانم‌هاست.

براساس آمارها، در حال حاضر خرید لوازم و مواد آرایشی ده تا ۱۵ درصد هزینه خانوارهای ایرانی را به خود اختصاص می‌دهد. در حالی که بنابر آمارهای جهانی در کشورهای توسعه یافته زنان بالای ۴۰ سال مشتریان اصلی مواد آرایشی محسوب می‌شوند، ولی در ایران گروه سنی ۲۲ تا ۲۴ سال اصلی‌ترین گروه مصرف‌کننده مواد آرایشی هستند. به همین دلیل است که بسیاری از کارشناسان مصرف بالای مواد آرایشی و افزایش روند آن را در سال‌های اخیر عامل قاچاق مواد آرایشی و حتی تاریخ مصرف گذشته و تقلبی می‌دانند.

آمارها چه می‌گویند؟

موسسه تحقیقات بین‌الملل وابسته به مرکز صادرات کانادا در گزارش سال ۲۰۰۷ خود میزان واردات لوازم آرایشی را در ایران، برابر 2/1 میلیارد دلار، یک موسسه تحقیقاتی انگلیسی این میزان را برابر با دو میلیارد دلار و مرکز تحقیقات بازارهای بین‌الملل وابسته به اتحادیه اروپایی این میزان را برابر 1/2 میلیارد دلار تخمین زده‌اند.

همچنین تحقیقات میدانی که در میان خانم‌های ایرانی در تهران و مراکز شهرستان

بزرگ کشور انجام شده است، نشان می‌دهد گروه خانم‌های شهرنشین بین ۱۵ تا ۴۵ سال که براساس تخمین مرکز آمار ایران جمعیت‌شان در سال ۱۳۸۹ حدود 14 میلیون نفر است، به طور میانگین ماهانه ۱۲ هزار تومان برای لوازم آرایشی خود مصرف می‌کنند که در این صورت می‌توان تخمین زد که مقدار مصرف کل سالانه برابر با 1/2 میلیارد دلار خواهد بود و کشورمان حدود 29 درصد از بازار محصولات آرایشی خاورمیانه را در اختیار دارد.

بنا بر گزارش موسسه یورومونیتور نیز، کل مصرف لوازم آرایشی در خاورمیانه سال ۲۰۰۸ حدود 2/7 میلیارد دلار است که با میانگین رشد حدود 8 درصد در سال، این منطقه بعد از کشورهای اروپای شرقی بالاترین رشد را دارد. این در حالی است که تقریباً ۲۹ درصد کل مصرف‌کنندگان خاورمیانه را خانم‌های ایرانی تشکیل می‌دهند.

براساس این گزارش، ایران با 1/2 میلیارد دلار در فاصله کمی بعد از عربستان با ۲/۲ میلیارد دلار و در رده هفتم مصرف دنیا در زمینه لوازم آرایش قرار دارد.

این ارقام نشان‌دهنده آن است که هر زن ایرانی در سال ۱۵۰ دلار یا به عبارتی بیش از ۱۵۰ هزار تومان و هر زن در خاورمیانه تقریباً ۳۶ دلار یا به عبارتی بیش از ۳۶ هزار تومان لوازم آرایشی مصرف می‌کند. ضمن آن که زنان ایرانی اغلب از اجناس چینی استفاده می‌کنند و سهم برندهای معتبر اروپایی و آمریکایی که دارای کیفیت و ترکیبات قابل اعتمادتری است، به دلیل قیمت‌های بالایی که در ایران دارد، کمتر از یک درصد بازار تخمین زده می‌شود. متأسفانه سهم تولیدکننده‌های ایرانی از این بازار بزرگ و رو به گسترش نیز بسیار ناچیز است و حداکثر حدود 5 درصد تخمین زده می‌شود.

براساس تحقیقاتی که مرکز گلوبال استادی در سال ۲۰۰۸ انجام داده است، سهم ایالات متحده از بازار جهانی محصولات آرایشی حدود 2/38 میلیارد یورو بوده است.

سهم ژاپن و چین نیز از بازار محصولات آرایشی به ترتیب $23/7$ و $8/2$ میلیارد یورو است. اروپا با سهم کلی $63/5$ میلیارد یورو، بیشترین سهم را داراست. در بین کشورهای اروپایی نیز کشور آلمان با سهم $11/7$ میلیارد یورویی بیشترین سهم را داراست و کشورهای فرانسه ($10/4$ میلیارد یورو)، انگلستان (۱۰ میلیارد یورو)، ایتالیا ($8/8$ میلیارد یورو) و اسپانیا ($7/4$ میلیارد یورو) در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

واردات 800 میلیون دلار لوازم آرایش قاچاق

از سوی دیگر استقبال گسترده خانم‌های ایرانی از لوازم آرایش معضلی به نام قاچاق را در پی داشته است. طبق اظهارات مقامات ایرانی سالانه ۸۰۰ میلیون دلار لوازم آرایشی قاچاق وارد کشور می‌شود. این در حالی است که واردات قانونی لوازم آرایشی بهداشتی به کشور به طور متوسط ۱۵۰ میلیون دلار است که تولیدات داخلی جوابگوی ده درصد از این مقدار هم نیست. این استقبال، مسیر قاچاق را چنان هموار کرده که بنابر آمارهای غیررسمی، فقط ده درصد از لوازم آرایشی موجود در بازار ایران از معابر معتبر و قانونی وارد کشور شده و ۹۰ درصد از این لوازم به صورت قاچاق و غیرقانونی و بدون هیچ نظارت بر کیفیت و نحوه ساخت و نگهداری آنها به بازارهای داخلی نفوذ می‌کند. استفاده از لوازم آرایشی در بین زنان ایرانی، آنقدر پرتعداد است که سهم مصرف سالانه لوازم آرایش توسط زنان ایرانی، رقمی حدود یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون دلار از بازار ۱۶۰ میلیارد دلاری محصولات آرایشی جهان است که یک میلیارد و ۴۰ میلیون دلار از این بازار را هم کالاهای قاچاق در اختیار گرفته‌اند.

.....

کارشناسان چه می‌گویند؟

در این میان کارشناسان بارها نگرانی خود را در این زمینه هشدار داده‌اند. امان‌الله قرایبی مقدم، جامعه‌شناس و پژوهشگر اجتماعی با هشدار نسبت به افزایش استفاده از لوازم آرایشی در میان جوانان می‌گوید: بررسی‌ها نشان می‌دهد سن استفاده از مواد آرایشی به دوران دبستان رسیده است.

آمار دیگر در این میان، حاکی از آن است که در حال حاضر دختران در سنین راهنمایی از برخی لوازم آرایشی مثل رژلب و پودر و رژگونه استفاده می‌کنند که بیشترین درصد تذکرات اولیای مدرسه را در مدارس دخترانه تشکیل می‌دهد.

دکتر احمد جلیلی، روان‌پزشک و رئیس انجمن روان‌پزشکان ایران هم معتقد است مصرف زیاد لوازم آرایش در ایران بویژه بین دختران جوان و نوجوان ایرانی را نمی‌توان به یک مشکل روانی نسبت داد، بلکه این یک موضوع فرهنگی است که چندان هم بومی نیست.

جلیلی می‌افزاید: در هر فردی بویژه جوانان علاقه به مورد توجه قرار گرفتن وجود دارد، اما بسته به این که نیازها و خواسته‌های فرد در زندگی تا چه حد برآورده شود و به چه سمت و سویی متمایل شود عادت‌های خاصی را می‌پذیرد. همه اینها برمی‌گردد به این که چقدر برای جوانان برنامه‌ریزی کردیم؟ چند مرکز فرهنگی و ورزشگاه برای آنها درست شده است. ما در این سال‌ها درآمدهای زیادی داشتیم. چقدر از این درآمدها برای جوانان صرف شده است؟ اینها سوالاتی است که به حیطه روان‌پزشکی مربوط نیست، اما فرهنگ و عادت‌های جامعه بویژه جوانان را شکل می‌دهد.

رئیس انجمن روان‌پزشکان ایران بر این نکته تاکید دارد که استفاده زیاد از لوازم آرایش یک بیماری نیست، بلکه یک نشانه است که باید همه اهل علم و جامعه‌شناسان ما آن را تجزیه و تحلیل کنند. این موضوع مانند سیگار کشیدن یک

علت نیست، بلکه معلولی است که می‌تواند عوامل زیادی داشته باشد که ریشه آن جامعه شناختی است.

دکتر نادر راستی، روان‌پزشک هم با بیان این که آرایش زیاد در ایران دلایل اجتماعی هم دارد، می‌گوید: معمولا دلیل نیاز به جلب توجه بیش از حد کمبود اعتماد به نفس است. در برخی مواقع فرد در درون خود نقصی دارد یا خود را زیبا نمی‌داند، به طور مثال احساس می‌کند بینی بزرگی دارد یا صورتش زرد و نزار است یا پلکش آویخته است. به همین دلیل تلاش می‌کند با آرایش زیاد این نقایص را برطرف کند. از همین روست که عملی مانند عمل بینی در کشور ما بسیار زیاد است.

اما همه این هشدارها نه تنها باعث کاهش استفاده از لوازم آرایشی در بین خانم‌ها و بعضا آقایان نشده، بلکه ولع آنها را در استفاده از محصولات جدید بیشتر کرده است.