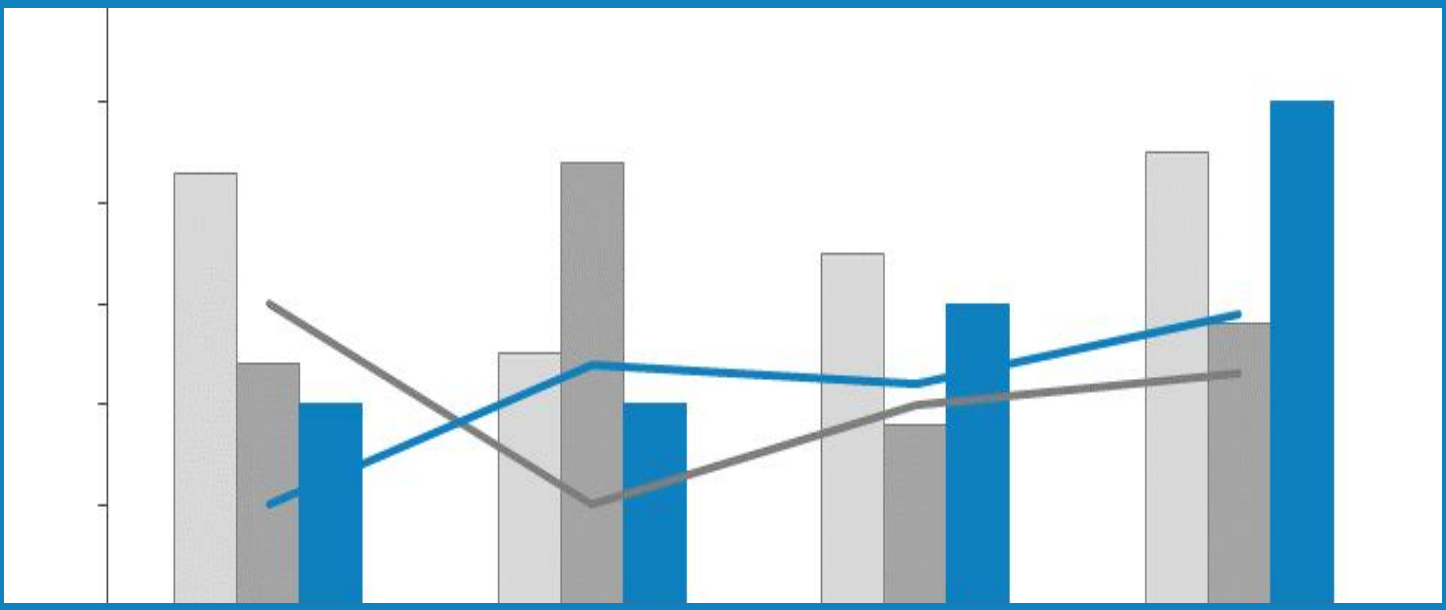
Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: **http://www.drgroup.ru/clients.html**

Наши клиенты, в том числе – крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования **http://www.drgroup.ru/reviews.html**

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малопригодной информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения*.

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируем рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение* и *алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними*.

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Рбк, Профиль и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Содержание 8

Список таблиц и диаграмм 10

Таблицы: 10
Диаграммы: 11

Резюме 13

Глава 1. Методология исследования 14

Объект исследования 14
Цель исследования 14
Задачи исследования 14
Метод сбора и анализа данных 14
Источники получения информации 15
Объем и структура выборки 15

Глава 2. Классификация и основные характеристики средств медицинской (взрослой) личной гигиены 17

Подгузники для взрослых 17
Впитывающие пеленки 18
Урологические прокладки 20

Глава 3. Объем и темпы роста рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России 24

Объем и темпы роста рынка 24
Объем и темпы роста рынка по категориям 26
Структура рынка по брендам 28

Глава 4. Производство средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России 34

Объем и темпы роста производства – всего 34
Структура производства по производителям и брендам 36

Глава 5. Импорт средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию и экспорт средств медицинской (взрослой) личной гигиены из России 38

Импорт и экспорт по категориям – с учетом объемов поставок стран ЕАЭС 38
Импорт и экспорт по категориям: страны ЕАЭС 40
Импорт и экспорт по категориям – без учета объемов поставок стран ЕАЭС 43
Импорт и экспорт по брендам 44
Импорт и экспорт по категориям и брендам 47
Импорт по странам происхождения 49
Экспорт по странам назначения 51

Глава 6. Основные факторы, события, тенденции и перспективы развития рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России 53

Правительство запретило больницам закупать импортные подгузники 53
Необходимые документы для участия в тендерах 53
Почему в России не производили подгузники и прокладки из местного сырья 53

Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России .. 54

ООО Белла Восток/TZMO 54
ООО Эссити/SCA Group 55
ООО Драйлок Текнолоджиз/ Drylock Technologies 56

Приложения 58

ГОСТ подгузники для взрослых 58
ГОСТ пеленки впитывающие 58
ГОСТ прокладки урологические 58

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 31 таблицу и 8 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Соотношение размера и впитываемости пеленок для взрослых

Таблица 2. Объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, тыс. шт. и % прироста

Таблица 3. Объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, $ тыс. и % прироста

Таблица 4. Объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям в России, тыс. шт.

Таблица 5. Объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям в России, $ тыс.

Таблица 6. Структура рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России по основным торговым маркам, тыс. шт.

Таблица 7. Структура рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России по основным торговым маркам, $ тыс.

Таблица 8. Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России по категориям, тыс. шт.

Таблица 9. Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России по категориям, $ тыс.

Таблица 10. Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России по производителям и брендам, тыс. шт.

Таблица 11. Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России по производителям и брендам, $ тыс.

Таблица 12. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям с учетом объемов поставок стран ЕАЭС, тыс. шт.

Таблица 13. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям с учетом объемов поставок стран ЕАЭС, $ тыс.

Таблица 14. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям по странам ЕАЭС, тыс. шт.

Таблица 15. Объем импорта и экспорта пеленок по странам ЕАЭС, тыс. шт.

Таблица 16. Объем импорта и экспорта подгузников по странам ЕАЭС, тыс. шт.

Таблица 17. Объем импорта и экспорта урологических прокладок по странам ЕАЭС, тыс. шт.

Таблица 18. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям по странам ЕАЭС, $ тыс.

Таблица 19. Объем импорта и экспорта пеленок по странам ЕАЭС, $ тыс.

Таблица 20. Объем импорта и экспорта подгузников по странам ЕАЭС, $ тыс.

Таблица 21. Объем импорта и экспорта урологических прокладок по странам ЕАЭС, $ тыс.

Таблица 22. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям, тыс. шт.

Таблица 23. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям, $ тыс.

Таблица 24. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по брендам, тыс. шт.

Таблица 25. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по брендам, $ тыс.

Таблица 26. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию по категориям и брендам, тыс. шт.

Таблица 27. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию по категориям и брендам, $ тыс.

Таблица 28. Объем импорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию по странам происхождения, тыс. шт.

Таблица 29. Объем импорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию по странам происхождения, $ тыс.

Таблица 30. Объем экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены из России по странам назначения, тыс. шт.

Таблица 31. Объем экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены из России по странам назначения, $ тыс.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, тыс. шт. и % прироста

Диаграмма 2. Объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, $ тыс. и % прироста

Диаграмма 3. Доли категорий в объеме рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, тыс. шт.

Диаграмма 4. Доли категорий в объеме рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, $ тыс.

Диаграмма 5. Структура рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены по основным торговым маркам, % от натурального объема

Диаграмма 6. Структура рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены по основным торговым маркам, % от стоимостного объема

Диаграмма 7. Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, тыс. шт. и % прироста

Диаграмма 8. Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, $ тыс. и % прироста

Резюме

Маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены.

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, в стоимостном выражении объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России за 2021 году составил $422 328,9 тыс., за 7 мес. 2022 г. – $258 501,2 тыс.

Наибольшая доля в объеме рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России в 2021 году пришлась на прокладки урологические – 49,8% от натурального объема рынка.

В 2021 г. в структуре рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России в натуральном выражении лидирует торговая марка SENI.

В Отчете рассмотрены такие бренды как: ABENA, ALWAYS, AMELIA, DAILEE, DEPEND, ID, MOLINEA, MOLIMED, OPTIO, SANA, SENI, TENA, TEREZA, TEREZA MED, TEREZALADY и др.

Объем производства подгузников в стоимостном выражении в 2021 г. составил 47,3% от всего объема производства.

За 2021 г. было импортировано 575 407,7 тыс. шт. средств медицинской (взрослой) личной гигиены. За 7 мес. 2022 г. – 337 220,2 тыс. шт.

Экспорт средств медицинской (взрослой) личной гигиены в 2021 г. составил 117 111,4 тыс. шт. За 7 мес. 2022 г. – 77 884,8 тыс. шт. На экспорт в страны ЕАЭС в 2021 г. пришлось 77% от всего объема экспорта в натуральном выражении.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка.

Задачи исследования

1. Объем, темпы роста и динамика развития рынка.
2. Объем, темпы роста и динамика развития рынка по категориям.
3. Объем и темпы роста производства.
4. Объем импорта в Россию и экспорта из России.
5. Сегменты рынка.
6. Рыночные доли брендов основных участников рынка.
7. Конкурентная ситуация.
8. Тенденции и перспективы развития рынка (в ближайшие несколько лет).
9. Финансово-хозяйственная деятельность участников рынка.

Метод сбора и анализа данных

ФСГС РФ (Росстат): часто информация об **объемах производства продукции** не содержится в данных ФСГС РФ (Росстат) и процесс ее получения является очень трудоемким и сложным. В текущем исследовании мы имеем дело именно с таким случаем.

Анализа финансово-хозяйственной деятельности производителей: сведения о ряде производителей были получены в результате анализа показателей их финансово-хозяйственной деятельности, информации из открытых источников об их деятельности, мнений экспертов и наших собственных знаний о компаниях.

Mystery-Shopping с производителями: кроме того, информацию об объемах производства и ценах мы получили, вступив в **переговоры** с производителями **в завуалированной форме (Mystery-Shopping)** от имени потенциального заказчика.

Мониторинг документов: в качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов

и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке лауретсульфата натрия и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

К отчету прилагается обработанная и пригодная к дальнейшему использованию **база данных с подробной информацией об импорте в Россию и экспорте из России средств медицинской (взрослой) личной гигиены.** База включает в себя большое число различных показателей:

1. Категория продукта
2. Группа продукта
3. Производитель
4. Бренд
5. Год импорта/экспорта
6. Месяц импорта/экспорта
7. Компании получатели и отправители товара
8. Страны получатели, отправители и производители товара
9. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении
10. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении

Содержащиеся в базе данных сведения позволят Вам самостоятельно выполнить любые требующиеся запросы, которые не включены в отчет.

Глава 2. Классификация и основные характеристики средств медицинской (взрослой) личной гигиены

Описание и основные характеристики

В данной главе рассматривается классификация средств медицинской (взрослой) личной гигиены. Представлены сведения о различных видах средств медицинской (взрослой) личной гигиены, которые формируют сегменты рынка.

Средствами медицинской (взрослой) личной гигиены являются различные средства, которые могут быть использованы как в домашних условиях, так и в специальных медицинских (например, в больницах после операции) для защиты от недержания различной степени тяжести. Наиболее распространенными категориями являются:

- Подгузники (трусы);
- Впитывающие пеленки;
- Урологические прокладки.

Подгузники для взрослых

Подгузники для взрослых решают очень деликатную проблему недержания средней и тяжелой степени у мужчин и женщин, ведущих активный образ жизни, а также используются как специальное средство гигиены при уходе за лежачими больными и престарелыми людьми, которые страдают от регулярного или ночного недержания мочи (энуреза).

ГОСТ: Р 55370-2012, Р 55082-2012, Р ИСО 11948-1-2015

Одноразовый подгузник для взрослых (независимо от бренда) состоит из трех слоев:

- внутренний слой из нетканого материала, который соприкасается непосредственно с кожей и защищает ее от влаги;
- средний (впитывающий слой) из распущенной целлюлозы, по которой равномерно распределен специальный материал (абсорбент), превращающий жидкость в гель;
- внешний (непромокаемый слой) из воздухопроницаемого ламината или полиэтиленовой пленки, задерживающей влагу внутри подгузника и препятствующий протеканию.

Впитываемость - это общий объем жидкости, который может впитать подгузник для взрослых. Это основное функциональное свойство подгузника и его главное отличительное качество. Впитываемость указывается на упаковке либо в «каплях», либо в миллилитрах.

В среднем подгузники для взрослых способны впитать от 700 мл до 3 л жидкости. Соответственно в зависимости от степени недержания подбираются подгузники со средней, большой и повышенной степенью впитываемости. У каждой торговой марки свои соотношения «капель» и миллилитров, однако на упаковке обычно приводится сводная таблица, по которой можно определить, какое количество жидкости способен впитать подгузник.

Полностью наполненный мочевой пузырь среднестатистического человека удерживает примерно 500 мл мочи, поэтому при тяжелой степени недержания подгузника с впитываемостью 700 мл хватит на «один раз», чего, конечно же, недостаточно. Во-первых, у тех, кто ухаживает за лежачим больным, не всегда есть возможность менять подгузник, во-вторых, частая смена подгузника - дело накладное с экономической точки зрения.

Впитываемость также учитывается при делении подгузников для взрослых на дневные и ночные. Ночные подгузники для взрослых впитывают больше и лучше защищены от протекания, поскольку рассчитаны на 8-10 часов и возможную смену позы. Дневные подгузники по определению впитывают меньше, однако и в этой категории также есть подгузники повышенной степени впитываемости.

Подгузники для взрослых могут быть очень маленького, маленького, среднего, большого и очень большого размера. Размер обозначается привычными значками XS, S, M, L, XL, XXL, однако у каждой торговой марки своя размерная линейка, поэтому ориентироваться на значки нельзя. Опираться нужно на обхват живота пациента, который измеряется по самой выступающей части туловища ниже талии и выше бедер. Обхват живота может варьироваться от 40 до 170 см.

Впитывающие пеленки

При уходе за тяжелобольными и лежачими больными очень часто приходится сталкиваться с проблемой недержания.

ГОСТ: Р 57762—2017.

Для защиты пациента в этом случае используют подгузники для взрослых, однако в защите нуждается и постель, на которой лежит больной. Попадания мочи на матрас нельзя допускать не только по эстетическим соображениям, но и по следующим причинам:

- если моча впиталась в матрас, ее очень трудно (почти невозможно) вымыть из матраса,
- во влажном матрасе активно размножаются бактерии, создавая неблагоприятную среду для человека,
- влажный матрас способствует появлению пролежней.

Стоит отметить, что никакой принципиальной разницы между пеленкой и простыней нет. Просто пеленкой чаще называют впитывающее изделие меньшего размера, а простыней - изделие, покрывающее постель полностью.

Впитывающие пеленки и простыни применяются:

- во время смены подгузника;
- при использовании мочеприемника;
- при смене катетера;
- во время проведения гигиенических процедур;
- при редком и нерегулярном недержании;
- в период подбора подгузников или вкладышей, когда возможно подтекание из-за неправильно подобранного подгузника;
- в период «отдыха от подгузника» при тяжелом недержании для проветривания кожи;
- при временном отказе от использования подгузников из-за проблем с кожей, в том числе пролежней.

От обычной тканевой пеленки впитывающая пеленка отличается многослойностью. Пеленка впитывающая (абсорбирующая) состоит из 3 основных слоев. Верхний слой, соприкасающийся с кожей больного, изготовлен из мягкого, приятного на ощупь, нетканого

материала, нижний - из полипропилена (тонкой пленки, не пропускающей влагу), а между ними находится собственно впитывающий (абсорбирующий) слой из прессованной или распушенной целлюлозы.

Целлюлоза в свою очередь также сформирована слоями (от 6 до 12 слоев), которые быстро впитывают влагу и распределяют ее равномерно по всей поверхности пеленки. Впитывающий слой не образует складок и не сминается, что особенно важно для предупреждения пролежней.

Впитывающие пеленки и простыни могут быть одноразовыми и многоразовыми (подлежащими ручной и машинной стирке). Одноразовые пеленки избавляют от хлопот, связанных со стиркой. Многоразовые пеленки являются более экономичными, поскольку используются более длительное время.

Одноразовые пеленки выпускаются в следующих размерах: 40*60 см, 60*60 см, 90*60 см. В зависимости от размера пеленки и плотности впитывающего слоя меняется степень впитываемости изделия. Различные производители делят свои впитывающие пеленки по степени впитываемости на 3-6 категорий.

Таблица 1. Соотношение размера и впитываемости пеленок для взрослых

Размер пеленки	40*60 см	60*60 см	90*60 см
Средняя степень впитываемости	350-650 мл	250-1050 мл	650-1525 мл
Высокая степень впитаемости	750 мл	1100-2100 мл	1500-1900 мл

Одноразовые и многоразовые впитывающие пеленки выпускаются как без фиксирующих элементов, так и с фиксирующими крыльями, которые заправляются под матрас.

Урологические прокладки

По данным Всемирной организации здравоохранения регулярным недержанием мочи страдает каждая третья женщина пожилого возраста, время от времени сталкивается с этой проблемой каждая четвертая женщина, а всего в мире с неконтролируемым мочеиспусканием живет 200 миллионов человек. И это только официальные цифры. В силу

деликатности проблемы далеко не все обращаются к врачу, а замалчивание и попытки справиться «народными средствами» только ухудшают ситуацию.

Женщины чаще всего страдают от недержания мочи во время беременности, менопаузы и в послеродовой период.

Это связано с гормональной перестройкой организма, вследствие которой ослабляется эластичность мышц тазового дна, тех самых мышц, которые регулируют мочеиспускание и поддерживают мочевой пузырь.

Из-за ослабления данных мышц женщина часто сталкивается с так называемым стрессовым недержанием мочи, когда непроизвольное мочеиспускание происходит во время кашля, смеха, чихания, физических усилий. Объем выделений варьируется от пары капель до значительного мочеиспускания.

У мужчин недержание мочи является, как правило, следствием:

- Инсульта, болезни Альцгеймера;
- Камней в мочевом пузыре;
- Увеличения предстательной железы;
- Преклонного возраста.

Стоит отметить, что урологические прокладки применяются при капельном недержании мочи, недержании легкой и средней степени. При тяжелой степени недержания необходимо использовать подгузники для взрослых. Урологические прокладки никак не ограничивают человека - он может оставаться активным, вести тот образ жизни, к которому привык, заниматься спортом и чувствовать себя уверенным и защищенным.

ГОСТ: Р 57889-2017

Различают урологические прокладки для женщин и урологические прокладки для мужчин.

Урологические прокладки для мужчин чаще всего имеют форму кармашка, который крепится к нижнему белью. Подходят для легкой и средней степени недержания. Форма кармашка позволяет избежать протекания и излишнего давления на половые органы.

Еще один распространенный тип прокладок для мужчин - классический вкладыш, внешне напоминающий боксерский защитник. Вкладыш фиксируется на нижнем белье с помощью клейкой полосы и хорошо прилегает к телу. Подходит для легкой и средней степени недержания.

Некоторые фирмы выпускают также мужские урологические прокладки, которые крепятся непосредственно на половом члене. В качестве дополнительной защиты от протекания используются боковые крылышки и эластичные двойные застежки. Это самые незаметные прокладки для мужчин, и подходят они только для капельного типа недержания.

Урологические прокладки для женщин имеют форму обычных прокладок для критических дней. Крепятся на белье с помощью широкой клейкой ленты. Различаются размером, толщиной и степенью впитываемости.

Толщина, форма и степень впитываемости женских урологических прокладок взаимосвязаны и находятся в прямой зависимости от степени недержания.

У каждой компании, выпускающей урологические прокладки, есть своя классификация продукции. Обычно определенной степени впитываемости соответствует одна линейка прокладок. Названия линеек и их количество меняется от бренда к бренду, однако в целом можно выделить три категории урологических прокладок для женщин.

Ультратонкие урологические прокладки для женщин. Внешне не отличаются от гигиенических прокладок на каждый день. При толщине всего 3-4 мм впитывают примерно 80 мл жидкости. Подходят при капельном (стрессовом недержании). Чаще всего линейка ультратонких урологических прокладок называется Micro.

Тонкие урологические прокладки для женщин. По размеру и внешнему виду напоминают обычные прокладки для критических дней, однако впитывают они гораздо больше и быстрее (до 300 мл). Минимальная толщина таких прокладок - 5 мм. Подходят при легкой степени недержания. Чаще всего линейка тонких урологических прокладок называется Mini, Midi, Normal.

Урологические прокладки больших размеров. Впитывают значительное количество жидкости (до 920 мл). Предназначены для женщин с недержанием средней степени. Часто имеют дополнительные элементы защиты (манжеты, крылья). Средняя толщина таких

прокладок - 13 мм. Чаще всего линейка больших урологических прокладок называется Extra, Super, Plus, Maxi.

Урологическая прокладка подбирается по степени впитываемости и некоторым дополнительным факторам. Выбор урологической прокладки напрямую зависит от степени недержания. В целом выделяют 5 степеней недержания мочи:

- Капельная (до 50 мл мочи за 4 часа);
- Легкая (55-100 мл мочи за 4 часа);
- Средняя (100-200 мл мочи за 4 часа);
- Тяжелая (200-300 мл мочи за 4 часа);
- Очень тяжелая (свыше 300 мл за 4 часа).

Первым трем степеням соответствуют определенные линейки урологических прокладок: для капельного недержания подходят самые тонкие урологические прокладки (Micro), при легкой степени недержания необходимы средние урологические прокладки (обычно это серия Normal), недержание средней степени требует самых больших урологических прокладок (Maxi, Super).

Глава 3. Объем и темпы роста рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России

Объем и темпы роста рынка

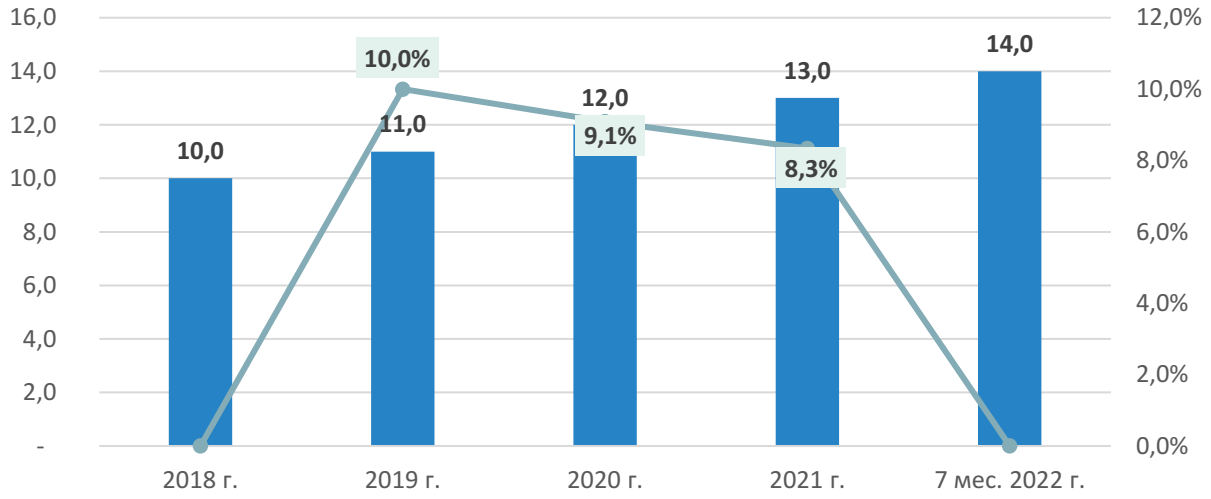
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России в 2021 г. составил в натуральном выражении …

Таблица 2. Объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, тыс. шт. и % прироста

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
Производство					
Импорт					
Экспорт					
Объем рынка					
% прироста					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 1. Объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, тыс. шт. и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

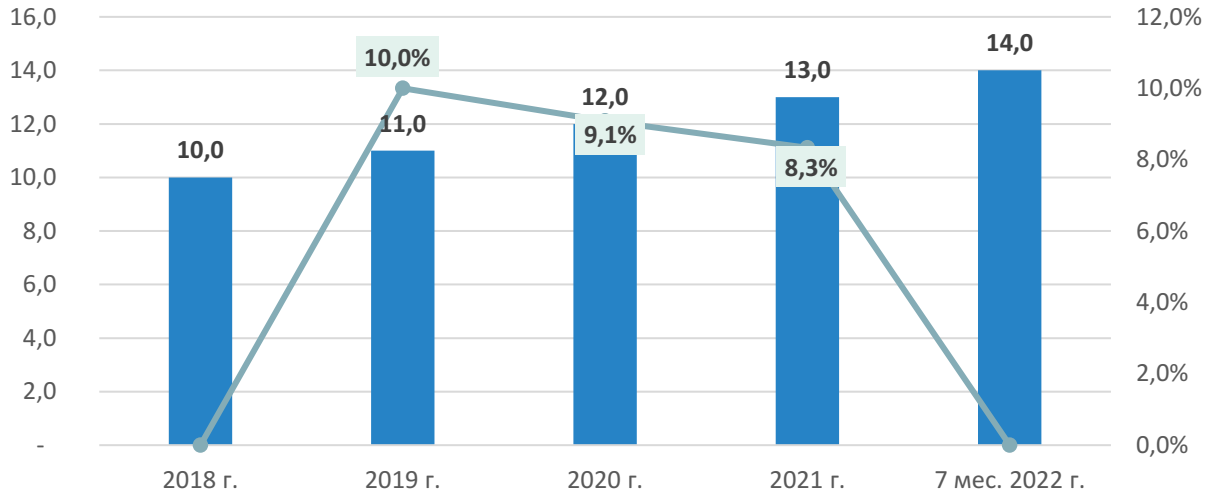
В стоимостном выражении объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России за 2021 году составил $422 328,9 тыс., за 7 мес. 2022 г. – $258 501,2 тыс.

Таблица 3. Объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, $ тыс. и % прироста

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
Производство					
Импорт					
Экспорт					
Объем рынка					
% прироста					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 2. Объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, $ тыс. и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Объем и темпы роста рынка по категориям

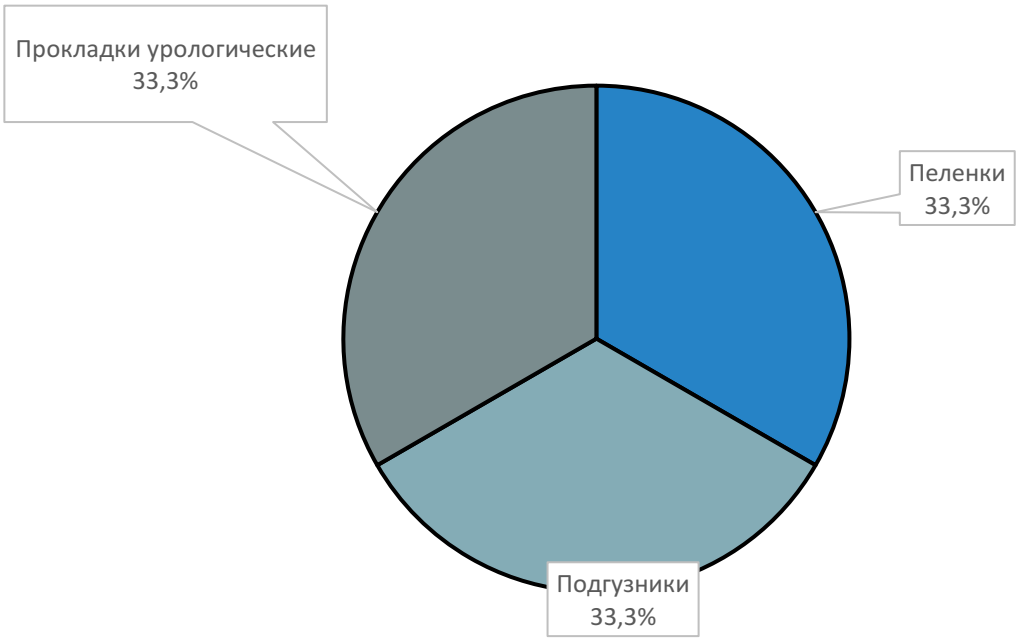
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, наибольшая доля в объеме рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России в 2021 году пришлась на прокладки урологические – 49,8% от натурального объема рынка.

Таблица 4. Объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям в России,, тыс. шт.

Категория	Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
Пеленки	Производство					
	Импорт					
	Экспорт					
	Объем рынка					
Подгузники	Производство					
	Импорт					
	Экспорт					
	Объем рынка					
Прокладки урологические	Производство					
	Импорт					
	Экспорт					
	Объем рынка					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 3. Доли категорий в объеме рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, тыс. шт.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

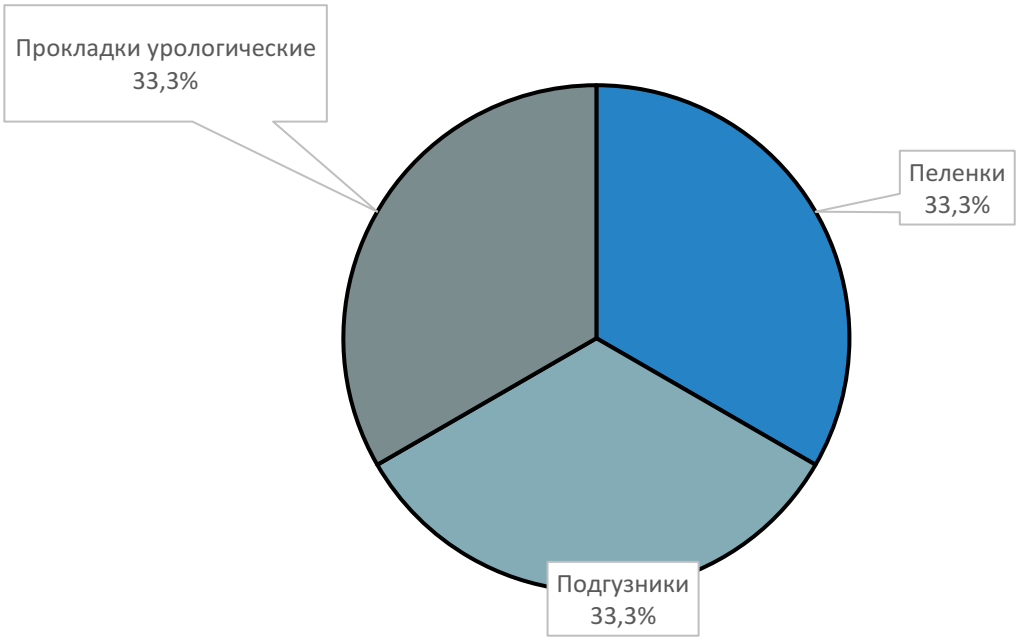
В стоимостном выражении доли в объеме рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России …

Таблица 5. Объем рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям в России,, $ тыс.

Категория	Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
Пеленки	Производство					
	Импорт					
	Экспорт					
	Объем рынка					
Подгузники	Производство					
	Импорт					
	Экспорт					
	Объем рынка					
Прокладки урологические	Производство					
	Импорт					
	Экспорт					
	Объем рынка					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 4. Доли категорий в объеме рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России, $ тыс.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Структура рынка по брендам

В 2021 г. в структуре рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России в натуральном выражении лидирует торговая марка SENI

Примечание. «Отрицательные» значения по некоторым игрокам могут означать то, что часть из них является продавцами, а не производителями и они экспортировали продукцию не своего производства. Также «отрицательные» значения могут наблюдаться в ситуации реэкспорта – когда экспортируют продукцию, которая была ввезена в страну ранее (в прошлые годы) с указанием действительного производителя, а не продавца.

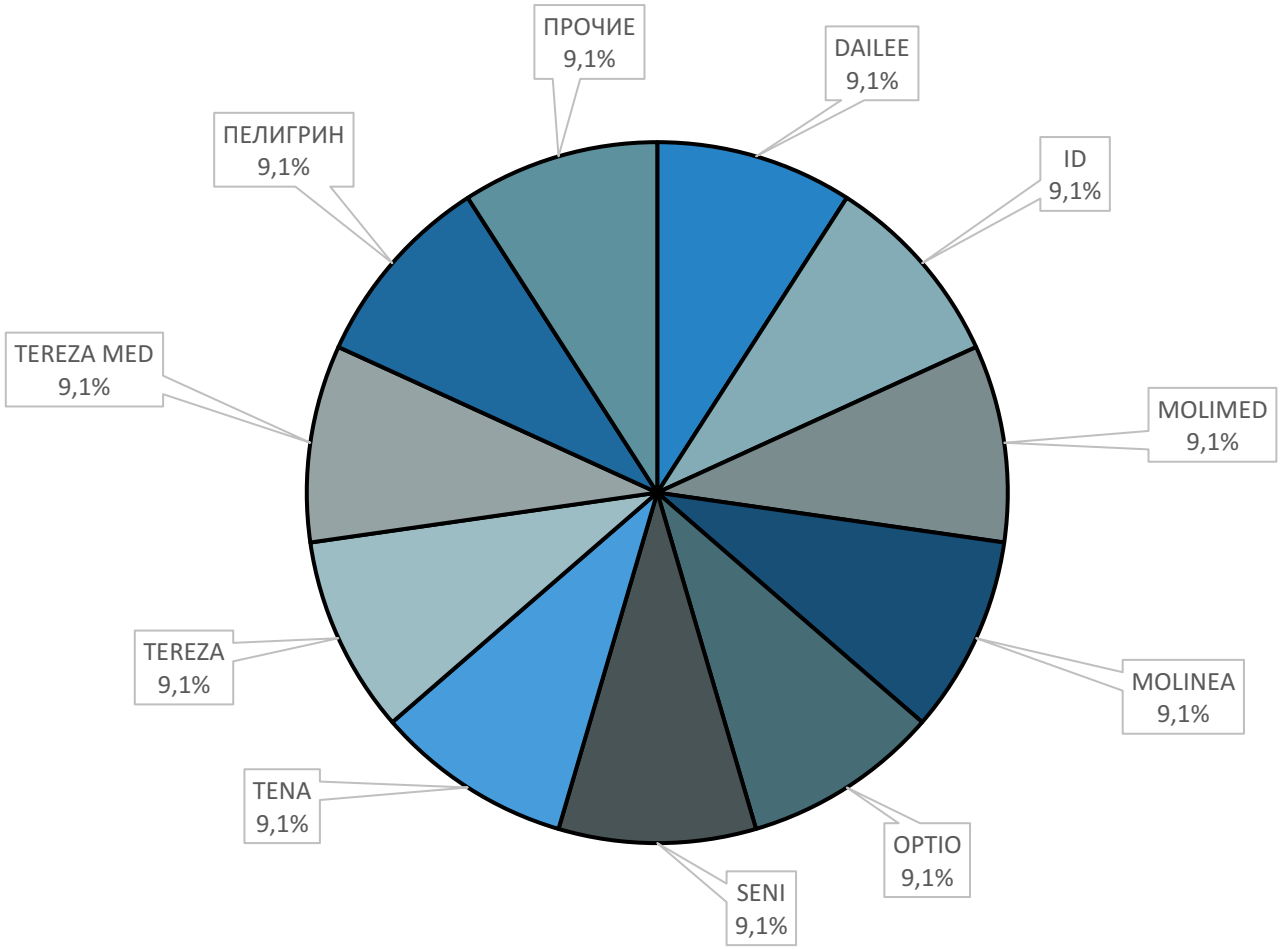
Таблица 6. Структура рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России по основным торговым маркам в 2020-7 мес. 2022 гг., тыс. шт.

Бренд	2020 г.				2021 г.				7 мес. 2022 г.			
	Импорт	Экспорт	Пр-во	Рынок	Импорт	Экспорт	Пр-во	Рынок	Импорт	Экспорт	Пр-во	Рынок
ABENA												
ALWAYS												
AMELIA												
ARO												
CANPOL												
COTTON CLUB												
DAILEE												
DAY SPA												
DEPEND												
DONGGUAN CARMELTON												
EVONY												
HANDRY												
HELEN HARPER												
ID												
LOVULAR												
LUXSAN												
MEED												

MOLINEA												
MOLIMED												
OLA												
OPTIO												
SANA												
SENI												
TENA												
TEREZA												
TEREZA MED												
TEREZALADY												
YOKOSUN												
ZOLLINA												
КАЖДЫЙ ДЕНЬ												
ОКЕЙ												
ПЕЛИГРИН												
ЭЛАРА HEALTH												
ПРОЧИЕ												
Страны ЕАЭС												
Итого												

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 5. Структура рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены по основным торговым маркам, % от натурального объема



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

В 2021 г. в структуре рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России в стоимостном выражении лидирует торговая марка ...

Таблица 7. Структура рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России по основным торговым маркам в 2020-7 мес. 2022 гг., $ тыс..

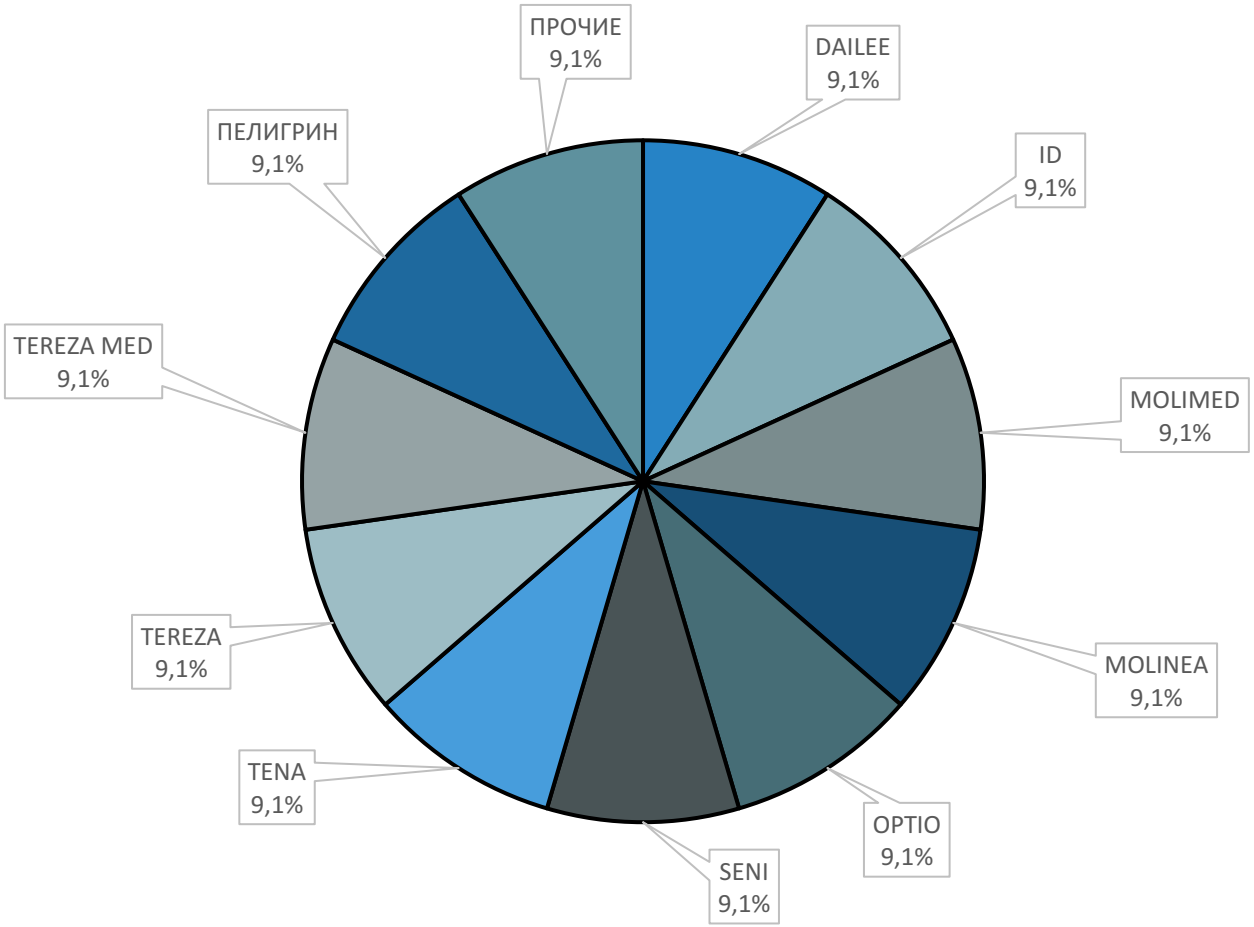
Бренд	2020 г.				2021 г.				7 мес. 2022 г.			
	Импорт	Экспорт	Пр-во	Рынок	Импорт	Экспорт	Пр-во	Рынок	Импорт	Экспорт	Пр-во	Рынок
ABENA												
ALWAYS												
AMELIA												
ARO												
CANPOL												
COTTON CLUB												
DAILEE												
DAY SPA												
DEPEND												
DONGGUAN CARMELTON												
EVONY												
HANDRY												
HELEN HARPER												
ID												
LOVULAR												
LUXSAN												
MEED												
MOLINEA												
MOLIMED												
OLA												
OPTIO												
SANA												
SENI												
TENA												
TEREZA												

TEREZA MED												
TEREZALADY												
YOKOSUN												
ZOLLINA												
КАЖДЫЙ ДЕНЬ												
ОКЕЙ												
ПЕЛИГРИН												
ЭЛАРА HEALTH												
ПРОЧИЕ												
Страны ЕАЭС												
Итого												

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 4, этаж 4
Телефон: +7 (499) 394-53-60; +7 (495) 968-13-14.
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

Диаграмма 6. Структура рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены по основным торговым маркам, % от стоимостного объема



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Глава 4. Производство средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России

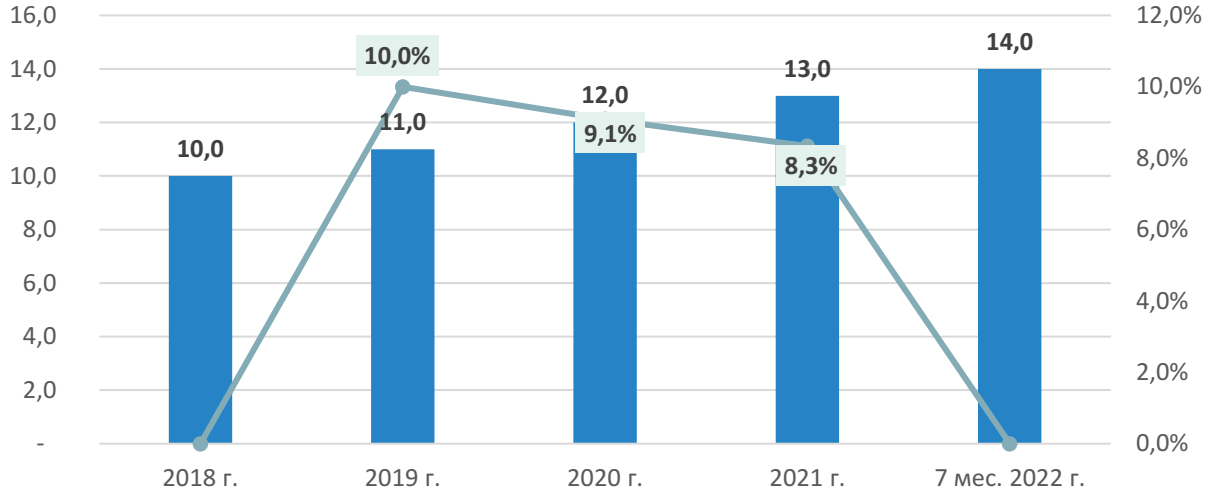
Объем и темпы роста производства – всего

Помимо доступной для анализа информации из открытых источников, аналитиками DISCOVERY Research Group был проведен Mystery-Shopping с производителями.

Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России составил за 2021 г. ...

Эксперты отмечают, что …

Диаграмма 7. Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России,, тыс. шт. и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Если рассмотреть объем производства по категориям, то …

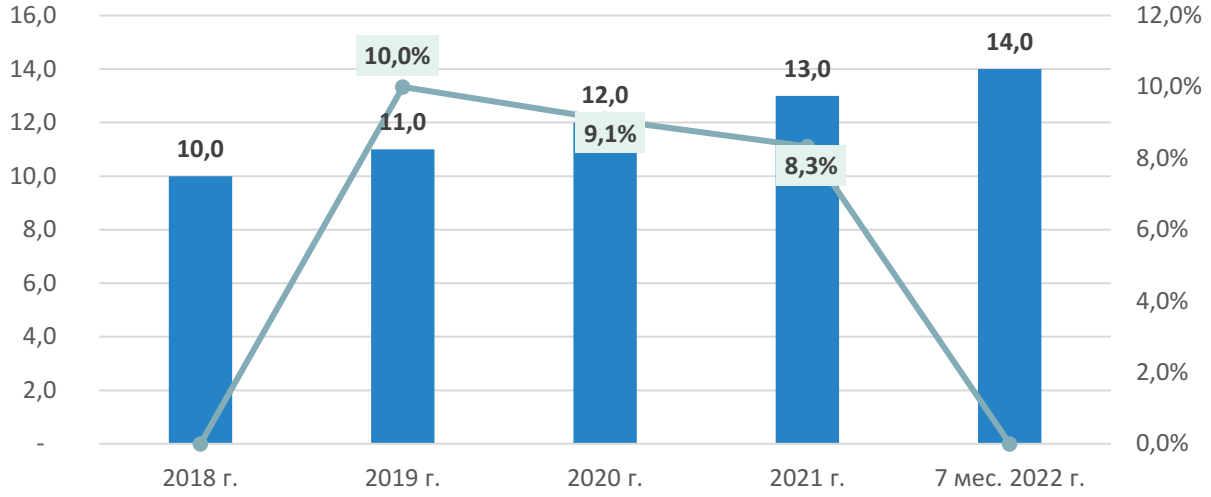
Таблица 8. Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России по категориям, тыс. шт.

Категория	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
Пеленки					
Подгузники					
Прокладки урологические					
Итого					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

В стоимостном выражении объем производства также вырос.

Диаграмма 8. Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России,, $ тыс. и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Если рассмотреть объем производства по категориям в стоимостном выражении, то видно, что за 2021 г. подгузники заняли 47,3% от всего объема производства.

Таблица 9. Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России по категориям, $ тыс.

Категория	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
Пеленки					
Подгузники					
Прокладки урологические					
Итого					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Структура производства по производителям и брендам

Национальное производство средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России развито относительно слабо - на рынке доминируют международные корпорации, которые локализовали часть своего производства на российской территории.

В ходе анализа производителей средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России мы провели Mystery-Shopping.

В ходе интервью выяснилось, что у многих компаний …

Лидером в объеме производства в 2021 г. стало …

Таблица 10. Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России по производителям и брендам, тыс. шт.

СФ	Производитель	Бренд	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
г. Санкт-Петербург	АО ГИГРОВАТА-САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	Amelia					
Московская область	АО ОЛТЕКС С.А.	Tereza/TerezaMed, OLA (с 21 г.)					
Московская область	АО ХАЙДЖЕНИК	Tereza/TerezaMed, OLA (с 21 г.)					
Иркутская область	ООО БАЙКАЛТЕКСТКОМ	Handry					
Московская область	ООО БЕЛЛА	Seni					
Калужская область	ООО ГИГИЕНА-СЕРВИС МЕД	MEED					
Республика Татарстан	ООО ДРАЙЛОК ТЕКНОЛОДЖИЗ	Dailee					
г. Москва	ООО ИНТЕРТЕКС	Luxsan					
г. Москва	ООО ОНТЭКС РУ	ID					
Московская область	ООО ПАУЛЬ ХАРТМАНН	MOLINEA, MoliMed					
Нижегородская область	ООО ХАЙДЖИН ТЕКНОЛОДЖИЗ	Tereza, Dailee					
Тульская область	ООО ЭССИТИ	Tena					
Московская область	ООО ПЕЛИГРИН МАТЕН/ООО САНТЕДОМ	ПЕЛИГРИН					
	Прочие	Прочие					
	Итого						

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Ниже представлены данные в стоимостном выражении.

Таблица 11. Объем производства средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России по производителям и брендам, $ тыс.

СФ	Производитель	Бренд	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
г. Санкт-Петербург	АО ГИГРОВАТА-САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	Amelia					
Московская область	АО ОЛТЕКС С.А.	Tereza/TerezaMed, OLA (с 21 г.)					
Московская область	АО ХАЙДЖЕНИК	Tereza/TerezaMed, OLA (с 21 г.)					
Иркутская область	ООО БАЙКАЛТЕКСТКОМ	Handry					
Московская область	ООО БЕЛЛА	Seni					
Калужская область	ООО ГИГИЕНА-СЕРВИС МЕД	MEED					
Республика Татарстан	ООО ДРАЙЛОК ТЕКНОЛОДЖИЗ	Dailee					
г. Москва	ООО ИНТЕРТЕКС	Luxsan					
г. Москва	ООО ОНТЭКС РУ	ID					
Московская область	ООО ПАУЛЬ ХАРТМАНН	MOLINEA, MoliMed					
Нижегородская область	ООО ХАЙДЖИН ТЕКНОЛОДЖИЗ	Tereza, Dailee					
Тульская область	ООО ЭССИТИ	Tena					
Московская область	ООО ПЕЛИГРИН МАТЕН/ООО САНТЕДОМ	ПЕЛИГРИН					
	Прочие	Прочие					
	Итого						

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Глава 5. Импорт средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию и экспорт средств медицинской (взрослой) личной гигиены из России

Импорт и экспорт по категориям – с учетом объемов поставок стран ЕАЭС

В данном разделе мы покажем общие показатели по импорту и экспорту одноразовых подгузников и пеленок для детей с учетом объемов, которые были импортированы из стран ЕАЭС и экспортированы в эти страны.

За 2021 г. было импортировано 575 407,7 тыс. шт. средств медицинской (взрослой) личной гигиены. За 7 мес. 2022 г. – 337 220,2 тыс. шт.

Экспорт средств медицинской (взрослой) личной гигиены в 2021 г. составил 117 111,4 тыс. шт. За 7 мес. 2022 г. – 77 884,8 тыс. шт. На экспорт в страны ЕАЭС в 2021 г. пришлось 77% от всего объема экспорта в натуральном выражении.

…

Таблица 12. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям с учетом объемов поставок стран ЕАЭС, тыс. шт.

Направление перемещения	Категория	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	ПЕЛЕНКИ					
	ПОДГУЗНИКИ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ					
Итого импортировано						
ЭК	ПЕЛЕНКИ					
	ПОДГУЗНИКИ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Ниже представлена таблица в стоимостном выражении.

Таблица 13. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям с учетом объемов поставок стран ЕАЭС, $ тыс.

Направление перемещения	Категория	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	ПЕЛЕНКИ					
	ПОДГУЗНИКИ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ					
Итого импортировано						
ЭК	ПЕЛЕНКИ					

	ПОДГУЗНИКИ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Импорт и экспорт по категориям: страны ЕАЭС

Из стран ЕАЭС импортируется незначительные объемы средств медицинской (взрослой) личной гигиены, но экспорт из России в эти страны является внушительным. …

Таблица 14. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям по странам ЕАЭС, тыс. шт.

Направление перемещения	Категория	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	ПЕЛЕНКИ					
	ПОДГУЗНИКИ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ					
Итого импортировано						
ЭК	ПЕЛЕНКИ					
	ПОДГУЗНИКИ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Далее представлены таблицы по поставкам пеленок, подгузников и прокладок урологических в разрезе по странам.

Если рассматривать импорт и экспорт по странам, то стоит отметить, что основной объем экспорта из России приходится на поставки в Беларусь и Казахстан.

Таблица 15. Объем импорта и экспорта пеленок по странам ЕАЭС, тыс. шт.

Направление перемещения	Страна	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	BY-БЕЛАРУСЬ					
ИМ	KZ-КАЗАХСТАН					
Итого импортировано						
ЭК	AM-АРМЕНИЯ					
ЭК	BY-БЕЛАРУСЬ					
ЭК	KG-КИРГИЗИЯ					
ЭК	KZ-КАЗАХСТАН					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Таблица 16. Объем импорта и экспорта подгузников по странам ЕАЭС, тыс. шт.

Направление перемещения	Страна	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	BY-БЕЛАРУСЬ					
ИМ	KZ-КАЗАХСТАН					
Итого импортировано						
ЭК	AM-АРМЕНИЯ					
ЭК	BY-БЕЛАРУСЬ					
ЭК	KG-КИРГИЗИЯ					
ЭК	KZ-КАЗАХСТАН					

Итого экспортировано					

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Таблица 17. Объем импорта и экспорта урологических прокладок по странам ЕАЭС, тыс. шт.

Направление перемещения	Страна	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	BY-БЕЛАРУСЬ					
ИМ	KZ-КАЗАХСТАН					
Итого импортировано						
ЭК	AM-АРМЕНИЯ					
ЭК	BY-БЕЛАРУСЬ					
ЭК	KG-КИРГИЗИЯ					
ЭК	KZ-КАЗАХСТАН					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Далее представлены таблицы в стоимостном выражении.

Таблица 18. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям по странам ЕАЭС, $ тыс.

Направление перемещения	Категория	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	ПЕЛЕНКИ					
	ПОДГУЗНИКИ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ					
Итого импортировано						
ЭК	ПЕЛЕНКИ					
	ПОДГУЗНИКИ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Ниже таблицы по поставкам пеленок, подгузников и прокладок урологических в разрезе по странам.

Таблица 19. Объем импорта и экспорта пеленок по странам ЕАЭС, $ тыс.

Направление перемещения	Страна	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	BY-БЕЛАРУСЬ					
ИМ	KZ-КАЗАХСТАН					
Итого импортировано						
ЭК	AM-АРМЕНИЯ					
ЭК	BY-БЕЛАРУСЬ					
ЭК	KG-КИРГИЗИЯ					
ЭК	KZ-КАЗАХСТАН					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Таблица 20. Объем импорта и экспорта подгузников по странам ЕАЭС, $ тыс.

Направление перемещения	Страна	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	BY-БЕЛАРУСЬ					
ИМ	KZ-КАЗАХСТАН					
Итого импортировано						
ЭК	AM-АРМЕНИЯ					
ЭК	BY-БЕЛАРУСЬ					
ЭК	KG-КИРГИЗИЯ					
ЭК	KZ-КАЗАХСТАН					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Таблица 21. Объем импорта и экспорта урологических прокладок по странам ЕАЭС, $ тыс.

Направление перемещения	Страна	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	BY-БЕЛАРУСЬ					
ИМ	KZ-КАЗАХСТАН					
Итого импортировано						
ЭК	AM-АРМЕНИЯ					
ЭК	BY-БЕЛАРУСЬ					
ЭК	KG-КИРГИЗИЯ					
ЭК	KZ-КАЗАХСТАН					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Импорт и экспорт по категориям – без учета объемов поставок стран ЕАЭС

Примечание. Здесь и далее будут представлены данные по импорту и экспорту средств медицинской (взрослой) личной гигиены без учета объемов поставок из стран ЕАЭС и в страны ЕАЭС.

Если не рассматривать объемы поставок стран ЕАЭС, то …

Таблица 22. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям, тыс. шт.

Направление перемещения	Категория	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	ПЕЛЕНКИ					
	ПОДГУЗНИКИ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ					
Итого импортировано						
ЭК	ПЕЛЕНКИ					
	ПОДГУЗНИКИ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Далее представлена таблица в стоимостном выражении.

Таблица 23. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по категориям, $ тыс.

Направление перемещения	Категория	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	ПЕЛЕНКИ					
	ПОДГУЗНИКИ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ					
Итого импортировано						
ЭК	ПЕЛЕНКИ					
	ПОДГУЗНИКИ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Импорт и экспорт по брендам

Если рассматривать импорт по брендам, то 2021 г. наибольший объем импорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию пришелся на …

Таблица 24. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по брендам,, тыс. шт.

Направление перемещения	Бренд	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	ABENA					
	ALWAYS					
	ARO					
	DAILEE					
	DEPEND					
	DONGGUAN CARMELTON					
	EVONY					
	HELEN HARPER					
	ID					
	LOVULAR					
	MADITOL					
	MOLICARE					
	MOLIMED					
	MOLINEA					
	OPTIO					
	PIRKKA					
	SANA					
	SENI					
	TENA					
	TEREZA					
	TEREZA MED					
	TEREZALADY					
	YOKOSUN					
	ZOLLINA					
	ОКЕЙ					
	ЭЛАРА HEALTH					
	ПРОЧИЕ					
Итого импортировано						
ЭК	ABENA					
	ALWAYS					
	CANPOL					
	COTTON CLUB					
	DAILEE					
	DAY SPA					
	DEPEND					
	EVONY					
	HELEN HARPER					
	ID					
	LOVULAR					
	LUXSAN					
	MADITOL					
	MAGICS					

	MOLICARE					
	MOLIMED					
	MOLINEA					
	OLA					
	SANA					
	SENI					
	TENA					
	TEREZA					
	TEREZA MED					
	YOKOSUN					
	АМЕЛИЯ					
	АО ГИГРОВАТА-САНКТ-ПЕТЕРБУРГ					
	КАЖДЫЙ ДЕНЬ					
	ПЕЛИГРИН					
	ПРОЧИЕ					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Ниже представлена таблица в стоимостном выражении.

Таблица 25. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены по брендам,, $ тыс.

Направление перемещения	Бренд	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	ABENA					
	ALWAYS					
	ARO					
	DAILEE					
	DEPEND					
	DONGGUAN CARMELTON					
	EVONY					
	HELEN HARPER					
	ID					
	LOVULAR					
	MADITOL					
	MOLICARE					
	MOLIMED					
	MOLINEA					
	OPTIO					
	PIRKKA					
	SANA					
	SENI					
	TENA					
	TEREZA					
	TEREZA MED					
	TEREZALADY					
	YOKOSUN					
	ZOLLINA					

	ОКЕЙ					
	ЭЛАРА HEALTH					
	ПРОЧИЕ					
Итого импортировано						
ЭК	ABENA					
	ALWAYS					
	CANPOL					
	COTTON CLUB					
	DAILEE					
	DAY SPA					
	DEPEND					
	EVONY					
	HELEN HARPER					
	ID					
	LOVULAR					
	LUXSAN					
	MADITOL					
	MAGICS					
	MOLICARE					
	MOLIMED					
	MOLINEA					
	OLA					
	SANA					
	SENI					
	TENA					
	TEREZA					
	TEREZA MED					
	YOKOSUN					
	АМЕЛИЯ					
	АО ГИГРОВАТА-САНКТ-ПЕТЕРБУРГ					
	КАЖДЫЙ ДЕНЬ					
	ПЕЛИГРИН					
	ПРОЧИЕ					
Итого экспортировано						

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Импорт и экспорт по категориям и брендам

В таблице ниже рассмотрена структура импорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию в разрезе по категориям и брендам.

Таблица 26. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию по категориям и брендам,, тыс. шт.

Направление перемещения	Категория	Бренд	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	**ПЕЛЕНКИ**	ABENA					
		…					
	ПОДГУЗНИКИ	ABENA					
		…					
		ПРОЧИЕ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ	ABENA					
		ALWAYS					
		…					
		ПРОЧИЕ					
Итого импортировано							
ЭК	**ПЕЛЕНКИ**	ABENA					
		…					
		ПРОЧИЕ					
	ПОДГУЗНИКИ	ABENA					
		…					
		ПРОЧИЕ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ	ALWAYS					
		CANPOL					
		…					
		ПРОЧИЕ					
Итого экспортировано							

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Ниже представлена таблица в стоимостном выражении.

Таблица 27. Объем импорта и экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию по категориям и брендам,, $ тыс.

Направление перемещения	Категория	Бренд	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
ИМ	**ПЕЛЕНКИ**	ABENA					
		…					
	ПОДГУЗНИКИ	ABENA					
		…					
		ПРОЧИЕ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ	ABENA					
		ALWAYS					
		…					
		ПРОЧИЕ					
Итого импортировано							
ЭК	**ПЕЛЕНКИ**	ABENA					
		…					
		ПРОЧИЕ					
	ПОДГУЗНИКИ	ABENA					
		…					
		ПРОЧИЕ					
	ПРОКЛАДКИ УРОЛОГИЧЕСКИЕ	ALWAYS					
		CANPOL					
		…					
		ПРОЧИЕ					
Итого экспортировано							

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Импорт по странам происхождения

В 2021 г. наибольший объем импорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию был поставлен из …

Таблица 28. Объем импорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию по странам происхождения,, тыс. шт.

Страна происхождения	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
БЕЛЬГИЯ					
ВЕНГРИЯ					
ВЬЕТНАМ					
ГЕРМАНИЯ					
ДАНИЯ					
ИСПАНИЯ					
ИТАЛИЯ					
КАНАДА					
КИТАЙ					
КОРЕЯ ЮЖНАЯ					
ЛАТВИЯ					
НИДЕРЛАНДЫ					
ПОЛЬША					
РАЗНЫЕ					
РОССИЯ					
СЛОВАКИЯ					
США					
ТАИЛАНД					
ТУРЦИЯ					
УЗБЕКИСТАН					
УКРАИНА					
ФРАНЦИЯ					
ЧЕХИЯ					
ШВЕЦИЯ					
ПРОЧИЕ					
ЯПОНИЯ					
Итого импортировано					

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Ниже представлена таблица в стоимостном выражении.

Таблица 29. Объем импорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены в Россию по странам происхождения,, $ тыс.

Страна происхождения	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
БЕЛЬГИЯ					
ВЕНГРИЯ					
ВЬЕТНАМ					
ГЕРМАНИЯ					
ДАНИЯ					
ИСПАНИЯ					

ИТАЛИЯ					
КАНАДА					
КИТАЙ					
КОРЕЯ ЮЖНАЯ					
ЛАТВИЯ					
НИДЕРЛАНДЫ					
ПОЛЬША					
РАЗНЫЕ					
РОССИЯ					
СЛОВАКИЯ					
США					
ТАИЛАНД					
ТУРЦИЯ					
УЗБЕКИСТАН					
УКРАИНА					
ФРАНЦИЯ					
ЧЕХИЯ					
ШВЕЦИЯ					
ПРОЧИЕ					
ЯПОНИЯ					
Итого импортировано					

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Экспорт по странам назначения

В 2021 г. наибольший объем экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены из России был поставлен …

Таблица 30. Объем экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены из России по странам назначения,, тыс. шт.

Страна назначения	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
АБХАЗИЯ					
АЗЕРБАЙДЖАН					
БЕЛЬГИЯ					
БОЛГАРИЯ					
ГЕРМАНИЯ					
ГРУЗИЯ					
ИСПАНИЯ					
КИТАЙ					
ЛАТВИЯ					
ЛИТВА					
МОЛДОВА					
МОНГОЛИЯ					
НИДЕРЛАНДЫ					
ОБЪЕДИНЕННЫЕ АРАБСКИЕ ЭМИРАТЫ					
ПОЛЬША					
САУДОВСКАЯ АРАВИЯ					
СЕРБИЯ					
ТАДЖИКИСТАН					
ТУРКМЕНИСТАН					
ТУРЦИЯ					
УЗБЕКИСТАН					
УКРАИНА					
ЧЕРНОГОРИЯ					
ЧЕХИЯ					
ШПИЦБЕРГЕН И ЯН МАЙЕН					
ЭСТОНИЯ					
ЮЖНАЯ ОСЕТИЯ					
ПРОЧИЕ					
Итого экспортировано					

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Ниже представлена таблица в стоимостном выражении.

Таблица 31. Объем экспорта средств медицинской (взрослой) личной гигиены из России по странам назначения,, $ тыс.

Страна назначения	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	7 мес. 2022 г.
АБХАЗИЯ					
АЗЕРБАЙДЖАН					
БЕЛЬГИЯ					
БОЛГАРИЯ					

ГЕРМАНИЯ					
ГРУЗИЯ					
ИСПАНИЯ					
КИТАЙ					
ЛАТВИЯ					
ЛИТВА					
МОЛДОВА					
МОНГОЛИЯ					
НИДЕРЛАНДЫ					
ОБЪЕДИНЕННЫЕ АРАБСКИЕ ЭМИРАТЫ					
ПОЛЬША					
САУДОВСКАЯ АРАВИЯ					
СЕРБИЯ					
ТАДЖИКИСТАН					
ТУРКМЕНИСТАН					
ТУРЦИЯ					
УЗБЕКИСТАН					
УКРАИНА					
ЧЕРНОГОРИЯ					
ЧЕХИЯ					
ШПИЦБЕРГЕН И ЯН МАЙЕН					
ЭСТОНИЯ					
ЮЖНАЯ ОСЕТИЯ					
ПРОЧИЕ					
Итого экспортировано					

Источник: расчеты Discovery Research Group по данным ФТС РФ

Глава 6. Основные факторы, события, тенденции и перспективы развития рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России

Правительство запретило больницам закупать импортные подгузники

Премьер РФ Дмитрий Медведев подписал постановление, которое расширило список медицинских изделий, которые государственным и муниципальным медучреждениям не следует закупать у зарубежных производителей - Постановление от 26 июня 2019 года №813 (http://government.ru/docs/37193/).

...

Необходимые документы для участия в тендерах

Хотя коммерческие и государственные тендеры проводятся по одним и тем же основным правилам, госорганизации связаны жесткими требованиями Федерального закона от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее — Закон № 44-ФЗ). Прежде всего, организатор обязан извещать о проведении закупки в единой информационной системе. Также он несет административную ответственность при нарушении процедуры проведения тендера. К коммерческим тендерам требования проще, они не должны противоречить Гражданскому кодексу РФ и Федеральному закону № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон № 135-ФЗ).

- ...

Почему в России не производили подгузники и прокладки из местного сырья

После введения санкций Евросоюза российские компании не смогли закупать целлюлозу необходимого типа, пояснила также директор входящей в ассоциацию компании «Драйлок технолоджиз» Наталья Зайцева. По данным директора ассоциации «АУРА-Тех» Ивана Бирюкова, до ограничений каждый год шли поставки около 150 000 т сырья из США, Финляндии, Бразилии, Швеции, Франции, Бельгии и Южной Кореи.

...

Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка средств медицинской (взрослой) личной гигиены в России

ООО Белла Восток/TZMO

В 1951 г. было создано предприятие "Toruńskie Zakłady Materiałów Opatrunkowych".

У компании есть собственный Научно-Исследовательский Центр Tricomed, который сотрудничает с опытными научными институтами, соучаствует в решении вопросов в области медицинской инженерии, биотехнологии и косметологии, а также участвует в Рамочных Программах Европейского Сотрудничества. Настоящее достижение Центра – это несколько десятков патентов, много премий, но главным образом - престижное место среди немногочисленных производителей биоматериалов в мире.

Настоящее достижение Центра – это несколько десятков патентов, много премий, но главным образом - престижное место среди немногочисленных производителей биоматериалов в мире.

Поиск новаторских идей, разработка новых материалов, а также разработка новаторских изделий - это главная задача технологических отделений, лабораторий и научно-исследовательской структуры. Это сотрудничество создаёт идеальные условия для зарождения новых идей и внедрения их в жизнь.

Благодаря соединению человеческих талантов с самыми современными технологиями мы можем предлагать нашим Клиентам изделия и решения, повышающие комфорт их работы и ежедневной жизни, отвечающие строгим стандартам безопасности и качества.

Производят следующие виды товаров:

- Салфетки медицинские из нетканого материала MATOVLIES стерильные марки "matopat"
- Подгузники дышащие для взрослых товарного знака seni: SUPER SENI, SUPER SENI PLUS, SUPER SENI TRIO в размерах: extra small, small, medium, large, extra large Код ОКПД2: 17.22.12.130
- Пелёнки гигиенические SENI SOFT BASIC Код ОКПД2: 17.22.12.130

- и др.

ООО Эсситн/SCA Group

Компания Essity (ранее SCA Hygiene) является одним из мировых лидеров в области товаров для гигиены и здоровья. Название Essity образовано из английских слов-синонимов essentials и necessities, означающих предметы первой необходимости.

Работа компании строится на принципах бережного отношения к окружающей среде. Продажи осуществляются в 150 странах под ведущими мировыми брендами TENA и Tork, а также под такими известными торговыми марками, как Jobst, Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda и Zewa. Штат компании Essity составляет около 48 тыс. сотрудников. Продажи в 2017 году достигли 109 млрд. шведских крон (11,3 млрд. евро). Головной офис компании находится в Стокгольме, в Швеции. Акции компании продаются на Стокгольмской фондовой бирже.

SCA начала работать в России в 1994 году через дистрибьюторскую компанию. В 1996 году открылся офис компании в России, а в 1997 году была основана дочерняя компания SCA Hygiene Products по производству товаров личной гигиены (торговые марки Libero, TENA, Libresse) и санитарно-гигиенических бумаг (торговые марки Zewa и Tork).

В 1998 году компания SCA приобрела фабрику в г. Светогорске (Ленинградская область). В 2010 году компания открыла фабрику по производству товаров личной гигиены в г. Веневе (Тульская область).

Выпускают:

- "Zewa" - потребительская бумага.
- "Tork" - бумажная продукция для внедомашнего использования.
- "Tena" - продукция для ухода при недержании.
- "Libresse" - женская гигиена.
- "Libero" - детская гигиена.

ООО Драйлок Текнолоджиз/ Drylock Technologies

Drylock Technologies – международный холдинг с главным офисом в Бельгии

"Drylock Technologies" — международный холдинг с главным офисом в Бельгии. В холдинг входит 8 заводов по производству гигиенической продукции для детей и взрослых по всему миру (в Чехии, Италии, США, Испании, Бразилии и России).

На российском рынке компания работает более 10 лет и имеет два завода: ООО "Хайджин текнолоджиз" (г. Нижний Новгород) и ООО "Драйлок текнолоджиз" (г. Елабуга, ОЭЗ "Алабуга").

На сегодняшний день компания является лидером производства гигиенической продукции под собственными торговыми марками и является поставщиком для крупных торговых сетей; аптечных сетей; специализированных детских магазинов; российских и международных производителей средств гигиены.

Компания с создает новые продукты, обладающие высоким уровнем качества и дизайна, которые соответствуют современному образу жизни потребителей и делают жизнь комфортнее и свободнее. Каждый продукт соответствует требованиям законодательства и сертификата ISO 9001:2015 и тщательно проверяется в собственных, государственных и независимых лабораториях в России и за рубежом.

Благодаря высокому качеству выпускаемой продукции компания стала победителем среди производителей на 3-ей ежегодной премии "Private Label Awards 2018" и получила награду за "За эффективное развитие контрактного производства"

Компания является лидером производства гигиенической продукции под частными марками, а также выступает поставщиком для российских и международных производителей средств гигиены, крупных торговых и аптечных сетей, специализированных детских магазинов. В России холдинг представлен двумя заводами в Нижнем Новгороде и Елабуге (завод рассчитан на 14 линий, которые будут вводиться в эксплуатацию постепенно в течение нескольких лет. Общая мощность производства составит более 140 миллионов единиц продукции в месяц.).

Drylock Technologies – это 33 страны, 9 заводов в мире, 2500+ сотрудников в холдинге.

Выпускают:

- Женская гигиена (ежедневные прокладки, прокладки для критических дней, тампоны).
- Детская гигиена (подгузники, подгузники-трусики, пелёнки).
- Гигиена для взрослых (урологические прокладки, вкладыши, подгузники, подгузники-трусики, пелёнки).

Приложения

ГОСТ подгузники для взрослых

ГОСТ пеленки впитывающие

ГОСТ прокладки урологические