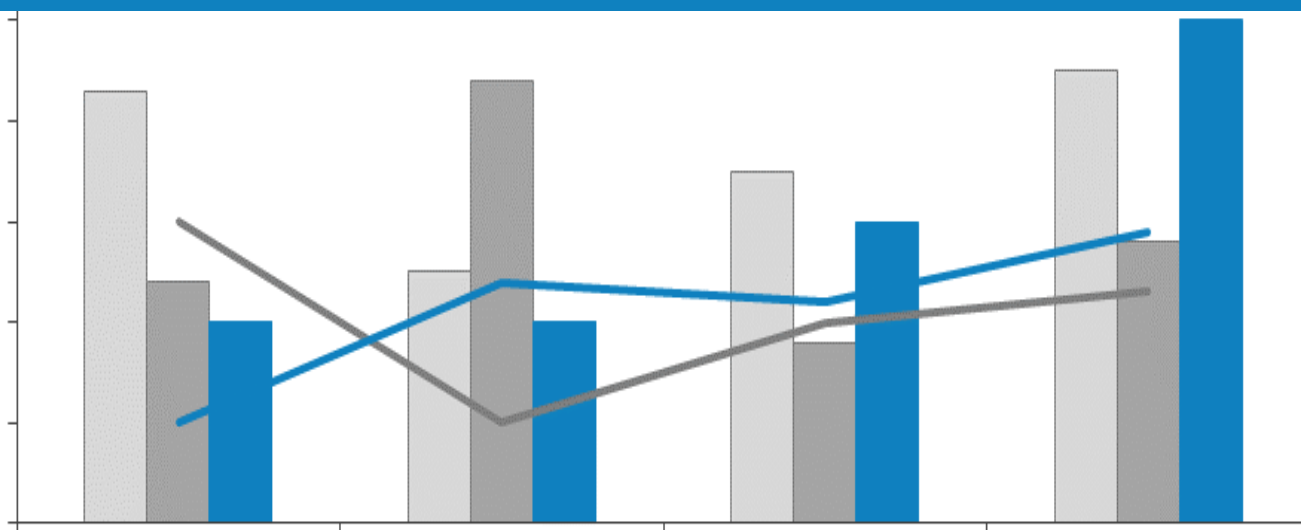




Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Рынок презервативов в России в 2011-2013 гг.



Агентство DISCOVERYResearchGroup было создано в 2005 г. За годы работы компании 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, данные 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 малоприменимой 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 анализируемом 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 баз 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!!!

Содержание

Содержание	6
Список таблиц и диаграмм	8
Таблицы:	8
Диаграммы:	8
Резюме	10
1. Технологические характеристики исследования.....	11
Цель исследования	11
Задачи исследования.....	11
Объект исследования	11
Метод сбора данных.....	11
Метод анализа данных.....	11
Объем и структура выборки.....	12
2. Мировой рынок презервативов	13
3. Классификация и основные характеристики	14
3.1. Виды презервативов.....	15
3.2. Стандарты качества.....	16
4. Основные показатели состояния российского рынка	17
5. Импортно-экспортные операции на российском рынке.....	19
Импорт	19
Импорт по брендам	21
Экспорт.....	24
Экспорт по брендам.....	26
6. Производство.....	28
5.1. Объем производства	28
5.2. Компании-производители	28
5.2.1. Профили отечественных производителей презервативов	30
7. Ценовая ситуация на рынке	32
8. Изучение каналов сбыта	34
9. Прогноз развития рынка	35
10. Приложение 1.....	36
Профили игроков	36
CPR GmbH (Sico)	36
AVK Polypharm INV. Co., Ltd. (Contex)	38
Reckitt Benckiser plc (Durex).....	38

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 13 таблиц и 8 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Сравнительные характеристики стандартов качества презервативов по ГОСТ и CEN.....	16
Таблица 2. Объем рынка презервативов в натуральном выражении в России в 2011-2013 гг., млн. шт.	17
Таблица 3. Объем рынка презервативов в стоимостном выражении в России в 2011-2013 гг., млн. руб.	17
Таблица 4. Объем импорта и темп прироста объема импорта презервативов в Россию в 2011-2013 гг. в стоимостном выражении, тыс. руб. и %.	19
Таблица 5. Объем импорта и темп прироста объема импорта презервативов в Россию в 2011-2013 гг. в натуральном выражении, тыс. шт. и %.	19
Таблица 6. Объем импорта презервативов в Россию по брендам в натуральном и стоимостном выражении в 2011-2013 гг., тыс. шт., тыс. руб.	22
Таблица 7. Объем экспорта и темп прироста объема экспорта презервативов в Россию в 2011-2013 гг. в стоимостном выражении, тыс. руб. и %.	24
Таблица 8. Объем экспорта и темп прироста объема экспорта презервативов из России в 2011-2013 гг. в натуральном выражении, тыс. шт. и %.	24
Таблица 9. Объем экспорта презервативов в Россию по брендам в натуральном и стоимостном выражении в 2011-2013 гг., тыс. шт., тыс. руб.	26
Таблица 10. Производство и темп прироста производства презервативов в натуральном выражении в 2010-1 пол. 2014 гг., тыс. шт. и %.	28
Таблица 11. Производство и темп прироста производства презервативов в стоимостном выражении в 2010-2012 гг., тыс. руб. и %.	28
Таблица 12. Основные показатели деятельности ОАО «АЗРИ» в 2011-2012 гг., тыс. руб.	30
Таблица 13. Средние цены на презервативы основных брендов в России, руб./шт.	32

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем рынка и темп прироста объема рынка презервативов в России в 2011-2013 гг. в натуральном выражении, млн. шт. и %.	17
Диаграмма 2. Объем рынка и темп прироста объема рынка презервативов в России в 2011-2013 гг. в стоимостном выражении, млн. руб. и %.	18
Диаграмма 3. Объем импорта и темп прироста объема импорта презервативов в Россию в 2011-2013 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб. и %.	19
Диаграмма 4. Объем импорта и темп прироста объема импорта презервативов в Россию в 2011-2013 гг. в натуральном выражении, млн. шт. и %.	20

Диаграмма 5. Структура импорта презервативов в Россию в стоимостном выражении по брендам в 2013 г., %	23
Диаграмма 6. Объем экспорта и темп прироста объема экспорта презервативов в Россию в 2011-2013 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб. и %	24
Диаграмма 7. Объем экспорта и темп прироста объема экспорта презервативов из России в 2011-2013 гг. в натуральном выражении, млн. шт. и %.....	25
Диаграмма 8. Структура экспорта презервативов в Россию в стоимостном выражении по брендам в 2013 г., %	27

Резюме

В августе 2013 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка презервативов.

По результатам 2013 года объем рынка презервативов в России в натуральном выражении составил

Потребности рынка удовлетворяется преимущественно за счет импорта. Объем импортных поставок презервативов в Россию в стоимостном выражении в 2013 г. сократился на

В импорте презервативов в Россию в 2013 году как в натуральном, так и в стоимостном выражении лидировал бренд, на который пришлось почти На втором месте находится бренд, который составляет ...% в импорте в стоимостном выражении и ...% - в натуральном по итогам 2013 года. Далее в рейтинге импортеров в стоимостном выражении следует бренд

Объем экспорта презервативов из России в стоимостном выражении в 2013 г. сократился более, чем на 50% и составил

Объем производства презервативов в России в 2011 году сократился на ...%. В 2012 году был отмечен резкий рост производства. Темп прироста составил

За первые два квартала 2014 года в России было произведено презервативов

Единственными отечественным производителем презервативов является.....

Реализация презервативов осуществляется посредством многоуровневого канала сбыта - через посредников. При импорте презервативов расходы на доставку и таможенное оформление автоматически добавляют к цене

Большинство известных марок презервативов производятся на международных заводах для известных компаний, осуществляющих масштабную рекламную кампанию. Как результат, за бренд к цене добавляется до

1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Описать текущее состояние и перспективы развития рынка презервативов в России.

Задачи исследования

1. Дать классификацию и перечислить основные характеристики презервативов.
2. Определить объем, темпы прироста и динамику развития российского рынка презервативов в 2011-2013 гг.
3. Определить объем и темпы роста производства презервативов в России в 2011-2013 гг.
4. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России презервативов в 2011-2013 гг.
5. Провести мониторинг цен и определить уровень цен на рынке презервативов в России.
6. Изучить тенденции развития мирового рынка презервативов.
7. Изучить основные каналы сбыта презервативов в России.
8. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка презервативов в России в ближайшие несколько лет.

Объект исследования

Рынок презервативов в России.

Метод сбора данных

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернет; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний; результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Метод анализа данных

1. Базы данных ФТС РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
3. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
4. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
5. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
6. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
7. 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.

2. Мировой рынок презервативов

Согласно прогнозу Companies and Markets, мировой рынок презервативов к 2018 году составит \$5,4 млрд. По прогнозу Transparency Market Research – \$6 млрд. Рост сектора будет обусловлен растущей озабоченностью по поводу заболеваний, распространяющихся половым путем, в частности, СПИДа. В 2012 году, согласно данным FuturaMedical – производителя лекарственных средств, а также медицинской продукции для сексуального здоровья, мировой рынок презервативов составил \$3,5 млрд. Transparency Market Research оценила его в \$4,35 млрд.

По объему продаж в стоимостном выражении наибольшую долю занимает Европа – это 25% мирового рынка. В натуральном выражении в производстве презервативов лидирует Азиатско-Тихоокеанский регион. Согласно прогнозам, в этом регионе рынок будет в ближайшие годы расти быстрее всего, по крайней мере, на 6% ежегодно – как по объему выручки от продаж, так и в натуральном выражении.

Среди популярных брендов презервативов на мировом рынке – марки Durex, Trojan, LifeStyles, Beyond Seven, Trustex, Inspiral, Kimono, Pleasure Plus, Crown, Paradise, Okamoto, Ria, Impulse.

3. Классификация и основные характеристики

Презерватив (фр. *préservatif*, от позднелат. *praeservo* — предохраняю), также кондом (фр. *condom*) — средство контрацепции барьерного типа, а также средство защиты от многих патогенов, передающихся половым путём.

Большинство презервативов содержат на конце резервуар для спермы. В продаже имеются презервативы разных размеров, от очень маленьких до огромных, а также презервативы разных текстур поверхности. Большинство презервативов сделано из латекса, хотя полиуретановые презервативы и презервативы из слепой кишки ягнёнка тоже широко распространены.

Размеры презервативов:

ГОСТ 4645-81 с исправлениями от 15.04.94 предусматривает следующие размеры: длина — более 178 ± 2 , ширина — 54 ± 2 мм.

Стандарт Европейского Союза CEN 600:1994: «Длина презервативов должна быть не менее 170 мм, а ширина должна равняться номинальной ширине, установленной производителем, с предельным отклонением ± 2 мм. Номинальная ширина должна находиться в диапазоне 44-56 мм». Презервативы, продаваемые в Европе, обычно имеют номинальную ширину 52 мм.

Материал, из которого изготавливают презервативы:

Подавляющее большинство презервативов изготавливаются из натурального **латекса** (сок каучукового дерева гевея). Именно презервативы обеспечивают надежную защиту от заболеваний, передающихся половым путем (ЗППП), ВИЧ- инфекции, нежелательной беременности. Очень незначительная часть презервативов производится из натуральной кожи и естественных мембран (кишки ягнёнка и т.д.), так как они оказываются слишком дорогими и зачастую не обеспечивают необходимой защиты.

В качестве эксперимента производятся небольшие партии презервативов из искусственных полимеров, однако, для них пока не удалось достичь приемлемых показателей по растяжению и прочности.

Латексный презерватив более чем на 92% состоит из натурального латекса, оставшуюся часть составляют различные добавки (вулканизаторы, стабилизаторы и т.д.), которые придают латексу необходимые свойства (прочность, тягучесть). У европейских производителей обычная толщина стенки презерватива из латекса — 0,06 мм (60 микрон). Более тонкие, до 0,04 мм, производители именуют как «Sensitive», «Light» и т. п., более толстые (соответственно, более прочные), до 0,1 мм, — «Extra safe», «Forced».

3.1. Виды презервативов

По качеству выделки презервативы подразделяются на:

- Гладкие. Обычные презервативы без какой-либо специальной структуры.
- Контурированные, плотноприлегающие. Имеют анатомическую форму.
- Текстурированные. Презервативы с различной специальной текстурой (выделкой) — ребрышками, пупырышками или их сочетанием.

По наличию и качествам смазки:

- Без смазки.
- Обычная смазка. В стандартной смазке, как правило, используется силиконовое масло или монопропиленгликоль.
- Обильная. Как правило, удвоенное количество смазки.
- Ароматизированная смазка. В смазку добавлен ароматизатор — парфюмерного запаха, фруктового (яблоко, апельсин, банан, клубника и т.д.) или другого.
- Спермицидная смазка. В смазку добавлено вещество (как правило, nonoxinol — 9), убивающее сперматозоиды и понижающее их подвижность. Это уменьшает риск случайной беременности, даже если презерватив порвался. Презервативы с такой смазкой часто называют презервативами с двойной защитой (double protection condoms).
- Смазка, продлевающая половой акт (Long love). В смазку добавлено специальное анестезирующее вещество.

Также презервативы бывают:

- Увеличенного размера. В отличие от стандартных презервативов, их размер (ширина) увеличен до 54-56 мм.
- Особо прочные. Более толстые презервативы.
- Сверхтонкие (Ultrathin).
- Светящиеся в темноте. В смазку или латекс добавлено специальное фосфоресцирующее вещество.
- «Самонадевающиеся» (One Touch).

3.2. Стандарты качества

Каждый презерватив должен соответствовать стандартам качества. Наиболее часто используются международные стандарты презервативов - ISO (Международная организация стандартов), WHO (Всемирная организация здравоохранения), стандарт Европейского Союза (CEN); национальные – России (ГОСТ), Германии (DIN), Франции (NF) Великобритании (BS). Изделие с буквами EN (DIN EN, NF EN и т.д.) соответствует стандарту, согласованному с общеевропейским.

В таблице представлены некоторые сравнительные характеристики по ГОСТ и CEN:

Таблица 1. Сравнительные характеристики стандартов качества презервативов по ГОСТ и CEN.

Параметр	CEN 600	ГОСТ 4645-81
1. Длина	мин. 170 мм	180 мм
2. Ширина	44-56 мм	52-56 мм
3. Срок годности	мин 4 года	мин 3 года
4. Относительное удлинение на разрыв	мин 650%	мин 700%
5. Объем на разрыв	мин 18 л	не определяется
6. Давление на разрыв	мин 1,0 кПа	не определяется
7. Прочность	мин 18 МПа	мин 20 МПа

Источник: ООО «Медком-МП»

4. Основные показатели состояния российского рынка

Расчеты DISCOVERY Research Group, сделанные по формуле видимого потребления:

$$\text{Объем продаж} = \text{Объем производства} + \text{Объем импорта} - \text{Объем экспорта}$$

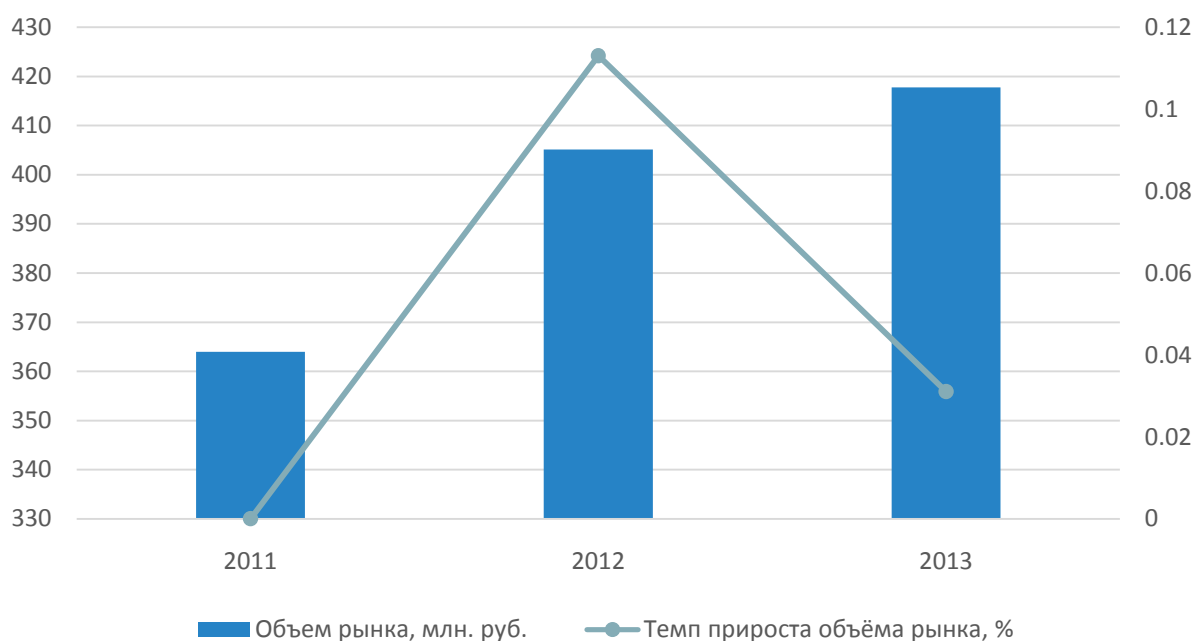
показали, что объем рынка презервативов в России в натуральном выражении составил в 2013 г.

Таблица 2. Объем рынка презервативов в натуральном выражении в России в 2011-2013 гг., млн. шт.

Показатель	2011	2012	2013
Производство			
Импорт			
Экспорт			
Объем рынка			

Источник: расчеты DISCOVERYResearchGroup по данным ФТС и ФСГС РФ

Диаграмма 1. Объем рынка и темп прироста объема рынка презервативов в России в 2011-2013 гг. в натуральном выражении, млн. шт. и %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС и ФСГС РФ

В стоимостном выражении объем рынка презервативов в 2013 году сократился на

.....

Таблица 3. Объем рынка презервативов в стоимостном выражении в России в 2011-2013 гг., млн. руб.

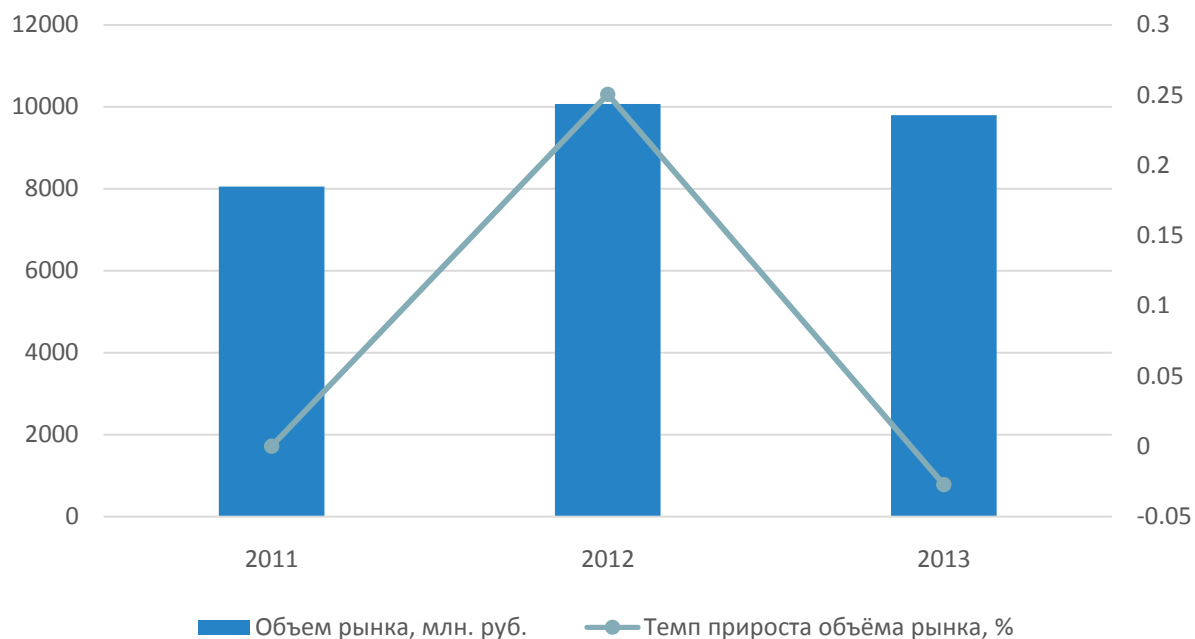
Показатель	2011	2012	2013
Производство			
Импорт			
Экспорт			

Рынок презервативов в России в 2011-2013 гг.

Объем рынка			
-------------	--	--	--

Источник: расчеты DISCOVERYResearchGroup по данным ФТС и ФСГС РФ

Диаграмма 2. Объем рынка и темп прироста объема рынка презервативов в России в 2011-2013 гг. в стоимостном выражении, млн. руб. и %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС и ФСГС РФ

Структура рынка остается неизменной из года в год – потребности рынка удовлетворяется преимущественно за счет импорта.

5. Импортно-экспортные операции на российском рынке

Импорт

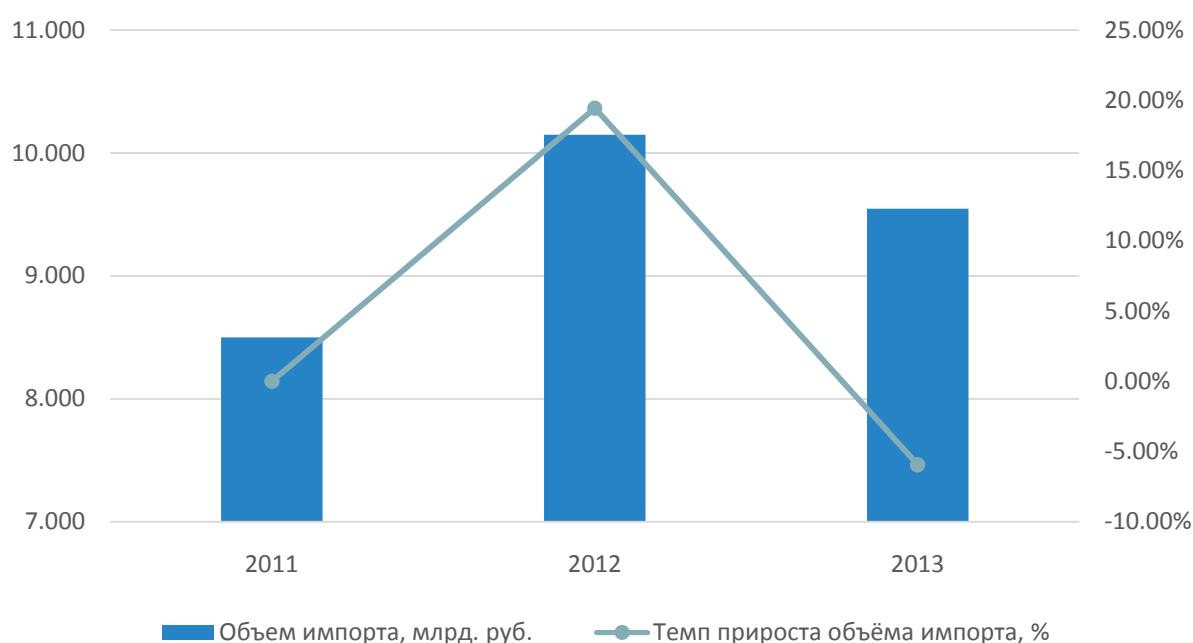
Таблица 4. Объем импорта и темп прироста объема импорта презервативов в Россию в 2011-2013 гг. в стоимостном выражении, тыс. руб. и %.

Показатель	2011	2012	2013	2013/2012
Импорт				

Источник: DISCOVERYResearchGroup

Объем импортных поставок презервативов в Россию в стоимостном выражении в 2013 г.

Диаграмма 3. Объем импорта и темп прироста объема импорта презервативов в Россию в 2011-2013 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб. и %.



Источник: DISCOVERYResearchGroup

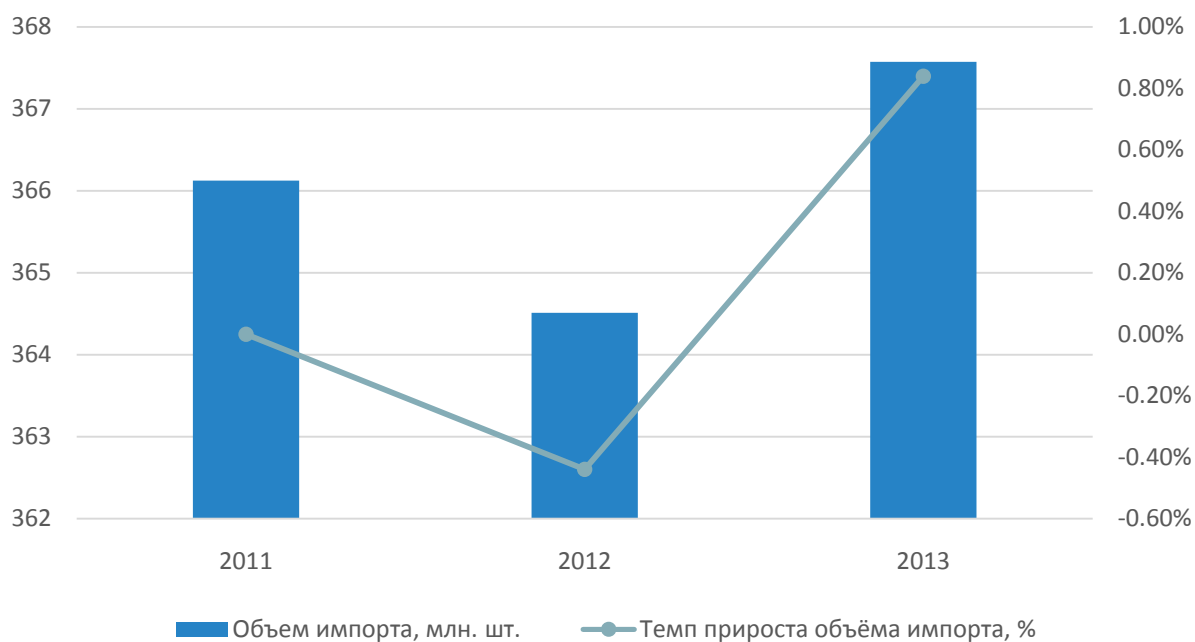
В натуральном выражении в 2013 году объем импорта презервативов в Россию изменился незначительно и составил

Таблица 5. Объем импорта и темп прироста объема импорта презервативов в Россию в 2011-2013 гг. в натуральном выражении, тыс. шт. и %.

Показатель	2011	2012	2013	2013/2012
Импорт				

Источник: DISCOVERYResearchGroup

Диаграмма 4. Объем импорта и темп прироста объема импорта презервативов в Россию в 2011-2013 гг. в натуральном выражении, млн. шт. и %.



Источник: DISCOVERYResearchGroup

Импорт по брендам

Практически все мировое производство переместилось к источникам сырья (латекса) — в Юго-Восточную Азию. Крупнейшие страны-производители — Таиланд, Индия, Корея, Китай. В Таиланде производятся такие марки, как Durex, LifeStyles, Contex, King, в Индии — Durex и LifeStyles, в Корее — Contex.

В Европе количество заводов сокращается из-за нерентабельности. Крупнейшие из оставшихся здесь заводов — немецкие CPR (марка Sico) и Condomi (Vizit).

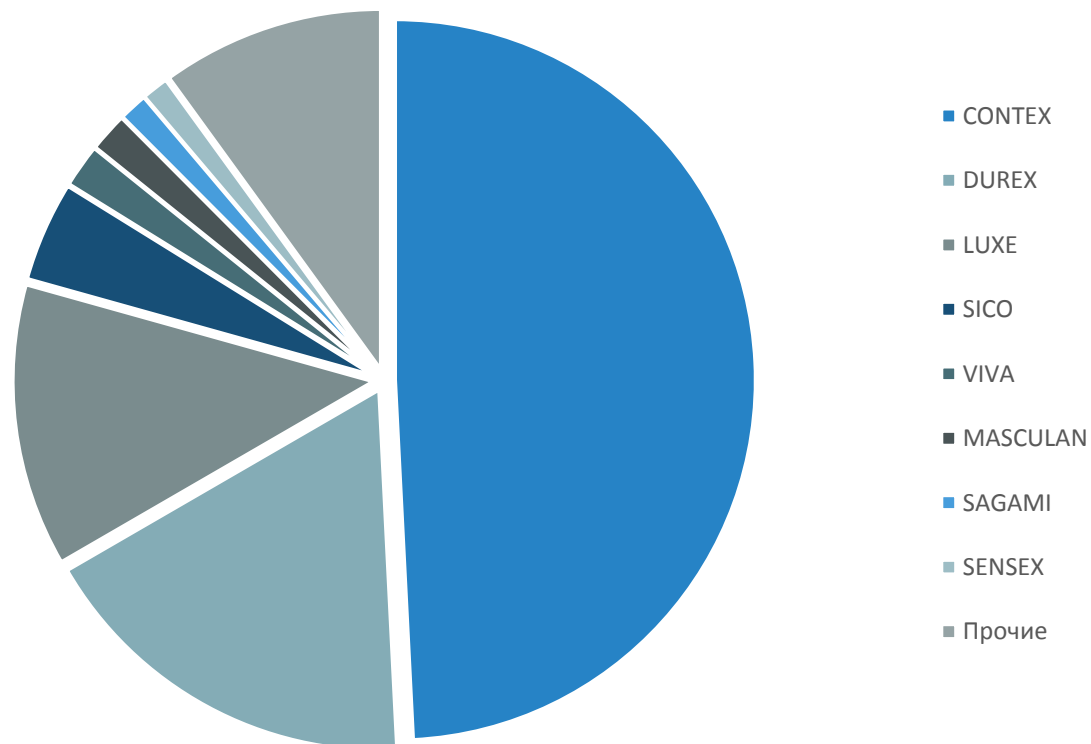
В импорте презервативов в Россию в 2013 году как в натуральном, так и в стоимостном выражении лидировал бренд

Таблица 6. Объем импорта презервативов в Россию по брендам в натуральном и стоимостном выражении в 2011-2013 гг., тыс. шт., тыс. руб.

БРЕНД	2011		2012		2013	
	тыс. шт.	тыс. руб.	тыс. шт.	тыс. руб.	тыс. шт.	тыс. руб.
					
					
					
					
					42 568	113 514
					5 675	107 830
PLAYBOY						
GANZO						
	9 594	86 346	10 845	97 609		
	1 875	74 848	1 305	52 080		
AMOR				1 539	46 163
ON					
GALLANT					
ГОРОСКОП ЛЮБВИ					
					
					

Источник: DISCOVERYResearchGroup по данным ФТС РФ

Диаграмма 5. Структура импорта презервативов в Россию в стоимостном выражении по брендам в 2013 г., %



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Экспорт

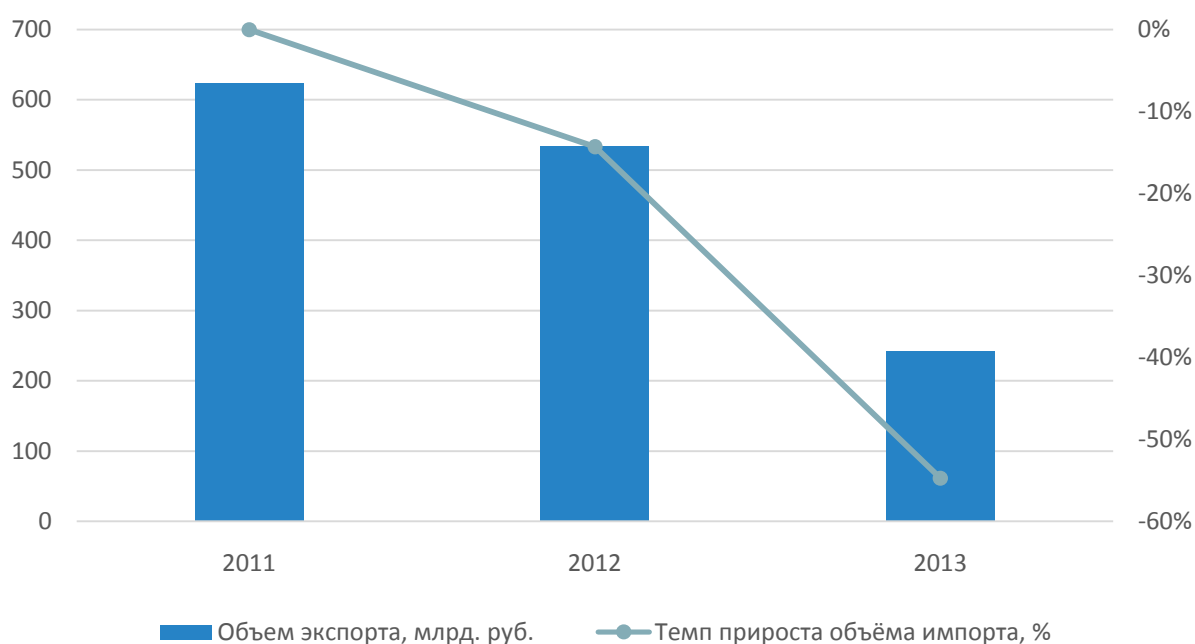
Таблица 7. Объем экспорта и темп прироста объема экспорта презервативов в Россию в 2011-2013 гг. в стоимостном выражении, тыс. руб. и %.

Показатель	2011	2012	2013	2013/2012
Экспорт				

Источник: DISCOVERYResearchGroup

Объем экспорта презервативов из России в стоимостном выражении в 2013 г. сократился более, чем на 5.....

Диаграмма 6. Объем экспорта и темп прироста объема экспорта презервативов в Россию в 2011-2013 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб. и %.



Источник: DISCOVERYResearchGroup

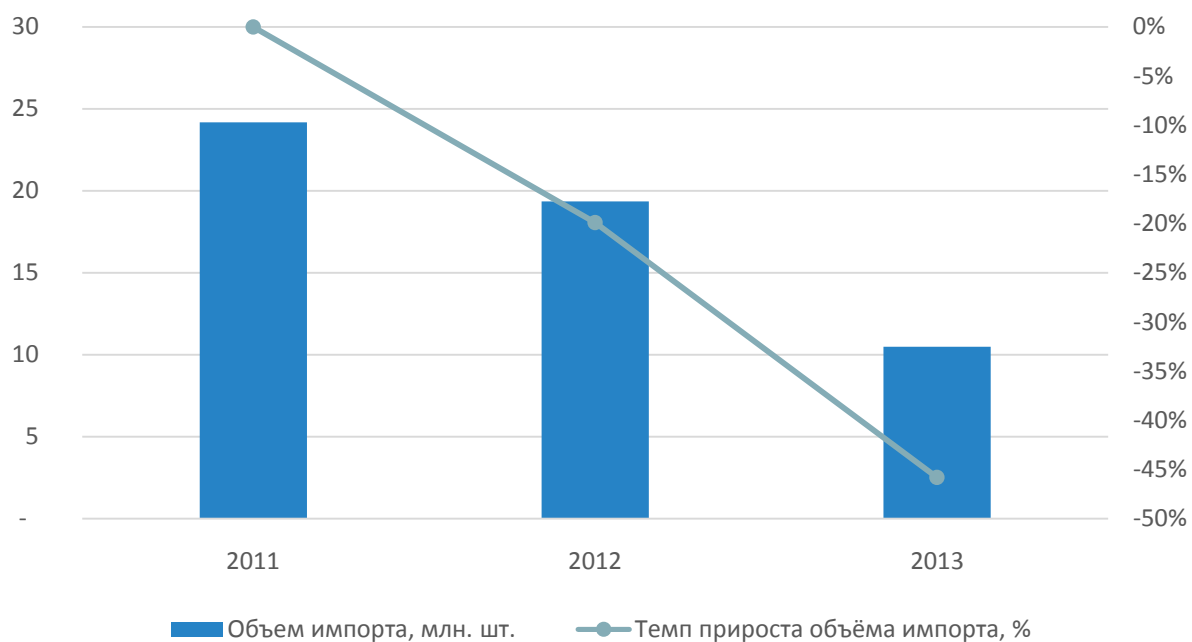
В натуральном выражении объем экспорта презервативов из России в 2013 году сократился на

Таблица 8. Объем экспорта и темп прироста объема экспорта презервативов из России в 2011-2013 гг. в натуральном выражении, тыс. шт. и %.

Показатель	2011	2012	2013	2013/2012
Экспорт				

Источник: DISCOVERYResearchGroup

Диаграмма 7. Объем экспорта и темп прироста объема экспорта презервативов из России в 2011-2013 гг. в натуральном выражении, млн. шт. и %.



Источник: DISCOVERYResearchGroup

Экспорт по брендам

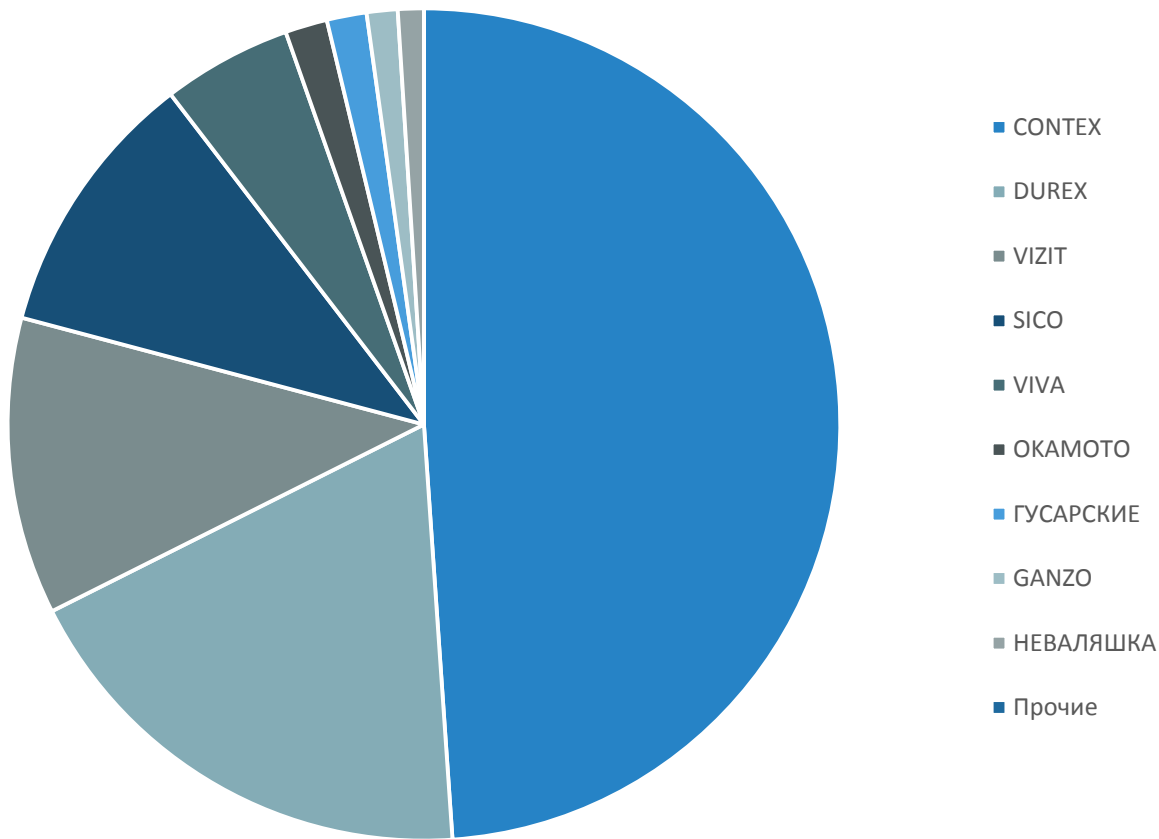
В объеме экспорта презервативов из России наибольшая доля – 46% – также приходится на бренд Contex, за ним следуют Durex и Vizion, на которые пришлось 18% и 11% в объеме экспорта в 2013 году, соответственно. В 2013 году не наблюдалось экспортных поставок презервативов брендов Соблазн, Гороскоп любви, Hello, Erotica de lux.

Таблица 9. Объем экспорта презервативов в Россию по брендам в натуральном и стоимостном выражении в 2011-2013 гг., тыс. шт., тыс. руб.

БРЕНД	2011		2012		2013	
	количество	стоимость	количество	стоимость	количество	стоимость
.....						
.....						
			30	1 203	94	3 764
	329	6 260	478	9 076	187	3 554
					146	2 758
	497				1 387	2 311
	251					
	216					
СТРАТЬ	20					
HELLO	548					
EROTICA DE LUX						
ЭРОС	46					
.....						
.....						
.....						

Источник: DISCOVERYResearchGroupданнымФТС РФ

Диаграмма 8. Структура экспорта презервативов в Россию в стоимостном выражении по брендам в 2013 г., %



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

6. Производство

5.1. Объем производства

Объем производства презервативов в России в 2011 году сократился на

За первые два квартала 2014 года в России было произведено презервативов на

Таблица 10. Производство и темп прироста производства презервативов в натуральном выражении в 2010-1 пол. 2014 гг., тыс. шт. и %.

Показатель	2010	2011	2012	2013	1 пол.2014
Производство					
Темпы прироста					

Источник: DISCOVERYResearchGroup по данным ФСГС РФ

По производству презервативов в стоимостном выражении отечественные производители достигли показателя

Таблица 11. Производство и темп прироста производства презервативов в стоимостном выражении в 2010-2012 гг., тыс. руб. и %.

Показатель	2010	2011	2012	2013	1 пол.2014
Производство					
Темпы прироста					

Источник: DISCOVERYResearchGroup по данным ФСГС РФ

5.2. Компании-производители

До 1980-х годов всю Россию монопольно снабжал презервативами подмосковный Баковский завод резиновых изделий, начавший производство «изделия № 2» сразу после войны. Однако, первоначально для выдува презервативов использовали смеси на основе обычной резины, которая не могла обеспечить хороших качеств продукту. И только с 1980-х годов на Баковском заводе началось производство изделий из латекса. До 1990-х годов прошлого века в год выпускалось почти 200 млн. штук презервативов по 4 коп. за упаковку.

После развала СССР, как и в прочих областях, на рынке презервативов случился провал: большинство российских производителей презервативов, не выдержав конкуренции с дешевым и более качественным импортным товаром, закрылись. Баковский завод прекратил выпуск контрацептивов еще в 1993 году. Оборудование тогда

было вывезено во Вьетнам, поближе к источнику натурального латекса. Еще один завод – «Латекс» в Волгоградской области обанкротился в 2012 году. Единственным отечественным производителем презервативов остается Армавирский завод резиновых изделий (АЗРИ).

Впрочем, отсутствие собственной производственной базы не мешает российским компаниям заниматься изготовлением и продажей презервативов. Например,

.....

.....

.....

В отличие от отечественных производителей у большинства западных компаний аналогичного профиля производство расположено в Азии или Южной Америке, где латекс собирают и сразу перерабатывают. Транспортировка сырья значительно увеличивает себестоимость изделия. Разницу в цене отечественных и иностранных контрацептивов можно объяснить колоссальными вложениями в современное оборудование западными компаниями и их затратами на продвижение марок.

Во многом благодаря активной рекламе иностранные презервативы смогли вытеснить на российском рынке отечественную продукцию. Иностранным изделиям отдает предпочтение и большинство российских потребителей. У фармдистрибьютора «СИА интернешнл» отечественные презервативы не пользуются спросом. А в сети аптек «36,6» они не представлены.

5.2.1. Профилиотечественных производителей презервативов

Армавирский завод резиновых изделий (АЗРИ)

О компании



ОАО «Армавирский завод резиновых изделий» (АЗРИ) выпускает продукты для медицины, промышленности, энергетики и домашних хозяйств.

Завод был построен в 1930 году как поташный завод и стал одним из первых в стране заводов химической промышленности и крупнейшим в Европе механизированным предприятием по производству поташа.

В 1958 году завод был полностью реконструирован под производство резиновых изделий и был переименован в Армавирский завод резиновых изделий.

Таблица 12. Основные показатели деятельности ОАО «АЗРИ» в 2011-2012 гг., тыс. руб.

Показатель	2011	2012
Выручка (нетто) от продажи		
Прибыль (убыток) от продаж		
Чистая прибыль (убыток)		

Источник: DISCOVERYResearchGroup по данным ФСГС РФ

Географическое расположение

г. Армавир

Номенклатура производства



Презервативы «Эрос» – профилактическое и противозачаточное средство.

Материал: натуральный латекс.

Длина: 190-205 мм, толщина: 0,05 -0,09 мм.

Выпускаются в ассортименте: «Эрос»- классические, Эрос «Люкс» - самые тонкие, Эрос «Экстра» - сверхпрочные, Эрос «Аромат» - ароматизированы натуральными маслами и ароматизаторами.

Адрес

352931, г. Армавир, Краснодарского края,

ул. Новороссийская, 2/4

Тел.: +7 (86137) 3-00-24,5-39-44, 5-63-27

E-mail: sale@azri.ru

Официальный сайт

<http://azri.ru/>

7. Ценовая ситуация на рынке

Средняя цена на 1 презерватив, изготовленный из латекса, на заводе-изготовителе не превышает 10 рублей за упаковку из 3 штук. Цены в российских аптеках и магазинах за такую упаковку достигают 100 рублей и больше.

Перед тем, как попасть на прилавок, презервативы большими партиями доставляются в Россию в контейнерах. Расходы на доставку и таможенное оформление автоматически добавляют к цене

Большинство известных марок презервативов производятся на международных заводах для известных компаний, осуществляющих масштабную рекламную кампанию. Как результат, за бренд к цене добавляется

Разброс цен на презервативы достаточно большой. При этом следует отметить, что супермаркеты реже аптек предлагают покупателю дешевые презервативы.

Специалисты DISCOVERYResearchGroup выделили основных производителей-игроков на рынке и произвели расчет средних розничных цен на презервативы по состоянию на август 2013 г. При расчете использовались цены, размещенные на сервисе «Яндекс.Маркет».

Таблица 13. Средние цены на презервативы основных брендов в России, руб./шт.

Бренд	руб.
SAGAMI	
LUXE	
VITALIS	
OKAMOTO	
PLAYBOY	
DUREX	
ON	
GARTELLE	
AMOR	
CONTEX	
СПУТНИК	
SICO	
VIZIT	
СПУТНИК	
MASCULAN	
SENSEX	
LIFESTYLES	

ГУСАРСКИЕ	
GANZO	
КАПРО	
VIVA	
RECARE	
РОМЕО И ДЖУЛЬЕТТА	
СОБЛАЗН	
HELLO	
СТРАСТЬ	
ГОРОСКОП ЛЮБВИ	
ЭРОС	
GALLANT	
СЕКСИМАН И Я	
EROTICA DE LUX	
НЕВАЛЯШКА	

Источник: DISCOVERYResearchGroup

Специалистами Sostav.ru, российского отраслевого СМИ в области рекламы, маркетинга и PR, было заявлено, что рынок представлен тремя ценовыми сегментами данной товарной группы:

- сегмент дорогих брендовых презервативов (Durex, Life Styles);
- сегмент доступных брендовых презервативов (Contex, Vizit, Sico, Reflex, Masculan);
- сегмент дешевой (включая небрендовую) продукции («Неваляшка», «Ромео И Джульетта» и т.д.).

8. Изучение каналов сбыта

Реализация презервативов осуществляется посредством многоуровневого канала сбыта - через посредников.

На сегодняшний день можно выделить следующие крупнейшие компании-дистрибьютора, представляющие на российском рынке качественные презервативы в среднем ценовом сегменте.

ЗАО «Медком-МП» - дистрибьютор презервативов Contex. Упаковка продукции в картонные коробки производится в Московской области. Год регистрации компании - 1995. Другие марки презервативов, продвигаемых компанией – «Гусарские», «Соблазн», Durex, GuilinLatexFactory.

.....

.....

Компания «Болеар Медика» – дистрибьютор изделий медицинского назначения, обладающий 21-летним опытом работы на фармацевтических рынках в России и в странах СНГ, является дистрибьютором презервативов VIZIT, Viva, Sico. Год регистрации компании - 1991. Региональные представители компании работают в 44 крупных городах России.

Презервативы VIZIT серий OVERTURE и HI-TECH производятся компанией

Наряду с дистрибуцией компании «Болеар Медика» и «Медком-МП» развивают собственное производство. В «Болеар Медика» начало этому было положено в

.....

.....

Отечественные производители сталкиваются с проблемой

.....

.....

9. Прогноз развития рынка

Заслуживает особого внимания вопрос обеспечения населения контрацептивными средствами. Как известно, в России система просвещения в этой области находится в зачаточном состоянии и не имеет централизованного характера.

ВИЧ-инфекция стала национальной угрозой. На сегодняшний день распространенность ВИЧ-инфекции в России составляет 463 случая на 100 тысяч населения¹. По словам Вадима Покровского, академик РАМН и руководителя Федерального центра по профилактике и борьбе со СПИДом, за последние 5 лет число ВИЧ-инфицированных увеличилось в 2 раза. По разным методам оценки, реальное количество ВИЧ-инфицированных может составлять от 950 тыс. до 1 млн 300 тыс. человек.

.....

.....

«Аргументы и Факты» приводит результаты опроса, в ходе которого женщинам предлагалось ответить на вопрос «Как вы предохраняетесь от нежелательной беременности?».

.....

.....

В России потребности населения удовлетворяются за счет импортных поставок. В 2013 году объем импорта в натуральном выражении был выше по

.....

.....Однако, это также может свидетельствовать о том, что

.....

.....

¹<http://www.bbc.co.uk/russian/russia/>

10. Приложение 1

Профили игроков

CPR GmbH (Sico)



Описание компании

CPRProduktions- und Vertriebs GmbH – немецкий производитель высококачественных презервативов, а также оборудования, используемого для производства презервативов. Один из мировых лидеров по производству изделий из латекса. На современном оборудовании предприятия изготавливаются презервативы Sico, которые на сегодняшний день продаются в более 50-ти странах по всему миру.

Год основания

В декабре 1987 в Германии года была основана компания CPR, специализирующаяся на производстве презервативов, латексных перчаток и резиновых товаров для детей.

Продукция марки Sico



Sico Ribbed. Прозрачные, ребристые презервативы с экстрасмазкой. Покрываются по всей длине рядами выпуклых ребрышек.

Sico Pearl. Прозрачные презервативы с лубрикантом.

Sico Grip. Плотнoоблегающий и прочный.

Sico Spermicid. Суперчувствительные презервативы с ноноксинолом-9, который уничтожает сперматозоиды при половом контакте.

Sico Sensitive. Супертонкие, плотнoоблегающие презервативы.

Sico Color. Разноцветные презервативы с фруктовым ароматом.

Sico Extra Strong. Особо надежные, увлажненные презервативы с утолщенными до 0,1 мм стенками.

Sico Safety. Суперпрочные презервативы с лубрикантом SK-70.

Sico X-tra. Цилиндрической формы, прозрачные, увлажненные презервативы, шириной 52 мм.

Sico XXL. Увеличенного размера презервативы с силиконовой смазкой.

МАРАФОН Ребристые. Презервативы с накопителем, кольцевым рифлением и бензокаиновой смазкой-анестетиком.

МАРАФОН Классические. Презервативы с накопителем и особой смазкой-анестетиком.

МАРАФОН Точечное рифление. Презервативы с накопителем, точечным рифлением и смазкой-анестетиком.

Sico в России

Презервативы Sico появились в продаже в России в 1995 году. В нашей стране они занимают около 30% рынка. Сегодня у этой торговой марки 13 разных видов презервативов, выпускаются они в упаковке по 3 или 12 штук.

ООО «Болеар Медика» — эксклюзивный дистрибьютор презервативов Sico в России и странах СНГ. Компания получила сертификат соответствия Системы менеджмента качества (СМК) требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2001 (ИСО 9001:2000). Компания входит в перечень квалифицированных поставщиков Госстандарта.

Официальный сайт

<http://www.sico-condoms.ru/>

AVK Polypharm INV. Co., Ltd.(Contex)

.....

.....

Reckitt Benckiser plc (Durex)

.....

.....

.....

CPR GmbH., CondomiErfurtProductionGmbHum.д. (Vizit)

.....

.....

.....

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125448, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, 2 этаж

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14

Факс: +7 (495) 601-91-49

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

