РОССИЙСКИЙ РЫНОК

ПРЕЗЕРВАТИВОВ (ВЫПУСК 1)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено ГК Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. ГК Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. ГК Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения ГК Step by Step.

Дата выпуска отчета:
март 2014 г.

г. Москва

Содержание

АННОТАЦИЯ **3**

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ **4**

Список диаграмм *6*

Список таблиц *6*

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ **8**

АННОТАЦИЯ

Цель исследования**: анализ текущей ситуации на рынке.**

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение основных количественных характеристик Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок
- Выявление основных тенденций Рынка
- Описание потребителей на Рынке

Кол-во страниц: 7 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 10 диаграмм, 27 таблицы.

Полное содержание исследования

1	**Введение**		**5**
2	**Список использованных терминов**		**6**
3	**Методологическая часть**		**7**
	3.1	*Описание типа исследования*	7
	3.2	*Объект исследования*	7
	3.3	*Цели и задачи исследования*	7
	3.4	*География исследования*	7
	3.5	*Время проведения исследования*	7
	3.6	*Методы сбора данных*	7
4	**Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок**		**9**
	4.1	*Динамика валового внутреннего продукта*	9
	4.2	*Промышленное производство*	10
	4.3	*Уровень инфляции*	11
	4.4	*Уровень доходов населения*	12
	4.5	*Розничная торговля*	13
	4.6	*Инвестиции*	15
	4.7	*Описание отрасли*	17
	4.8	*Описание влияющих Рынков*	24
5	**Сегментация рынка**		**27**
	5.1	*Сегментирование продукции на рынке*	27
		5.1.1 Сегментирование по форме презерватива	27
		5.1.2 Сегментирование по структуре (текстуре) презерватива	27
		5.1.3 Сегментирование по толщине презерватива	27
		5.1.4 Сегментирование по размеру презерватива	27
		5.1.5 Сегментирование по наличию и качествам смазки	27
		5.1.6 Сегментирование по цвету презерватива	28
		5.1.7 Сегментирование по наличию/отсутствию прочих дополнительных свойств	28
	5.2	*Тенденции в различных рыночных сегментах*	28
	5.3	*Основные принципы ценообразования*	28
		5.3.1 Ценовое сегментирование Продукции	28
		5.3.2 Тенденции в ценовых сегментах	29
	5.4	*Государственная регистрация, требования к безопасности и другие меры регулирования рынков*	29
		5.4.1 Требования к безопасности	29
		5.4.2 Стандарты	29
6	**Основные количественные характеристики рынка**		**32**
	6.1	*Основные показатели российского производства*	32
	6.2	*Динамика развития рынка. Объем и темпы роста*	32
		6.2.1 Емкость рынка	32
		6.2.2 Основные тенденции рынка	33
	6.3	*Прогноз развития рынка до 2020 года*	33
	6.4	*Влияние сезонности на Рынок*	33

6.4.1 *Анализ внешней торговли* 34
6.4.2 Структура внешней торговли 35
6.4.3 Импорт 35
6.4.4 Экспорт 37
6.4.5 Основные тенденции во внешней торговле 38
7 **Сбытовая структура Рынка** **39**
7.1 *Цепочка движения товара* 39
7.2 *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* 39
7.2.1 Производители Продукции 39
7.2.2 Дистрибьюторы продукции 40
7.2.3 Розничный сектор 40
8 **Конкурентный анализ** **42**
8.1 *Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке* 42
8.1.1 Основные производители 42
8.1.2 Описание профилей крупнейших компаний 43
8.1.3 Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями 51
8.2 *Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями* 52
8.2.1 Основные дистрибьюторы и оптовые компании 52
8.2.2 Описание профилей крупнейших компаний 52
8.2.3 Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями 57
8.3 *Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора* 58
8.3.1 Основные компании розничного рынка 58
8.3.2 Описание профилей крупнейших компаний 59
8.3.3 Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями 62
8.3.4 Описание профилей крупнейших компаний 64
8.3.5 Основные параметры конкуренции 65
8.3.6 Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями 75
9 **Анализ потребителей** **77**
9.1 *Сегментация потребителей* 77
9.1.1 Потребители в сегменте B2C 77
9.1.2 Потребители в сегменте B2B 77
9.2 *Структура потребления Продукции* 77
9.3 *Потребительские предпочтения* 78
10 **Обобщающие выводы по отчету** **79**
10.1 *Факторы, влияющие на развитие Рынка* 79
10.1.1 Факторы, благоприятствующие развитию Рынка 81
10.1.2 *Анализ рисков* 82
10.1.3 Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков 82
10.2 *Прогнозы развития рынка* 82
10.2.1 Потребление 82

10.2.2 Продукция 83
10.2.3 Основные игроки 83
10.3 *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* *83*

Список диаграмм

Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2002-2014 (прогноз) гг., трлн. руб.
Диаграмма 2. Динамика индекса промышленного производства в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2013 – январь-февраль 2014г.
Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003-2014 (прогноз) гг., %
Диаграмма 4. Динамика реальных располагаемых денежных доходов в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2013 г.
Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли 2013г., млрд. рублей
Диаграмма 6. Инвестиции в основной капитал к соответствующему периоду предыдущего года, %
Диаграмма 7. Соотношение импорта и экспорта на российском рынке прочих резиновых изделий в 2012 году
Диаграмма 8. Количество торговых точек на 01.10.2013
Диаграмма 9. Количество торговых точек аптечных ассоциаций на 01.10.2013
Диаграмма 10. Выручка крупнейших розничных сетей в 2011 г.

Список таблиц

Таблица 1. Производство прочих резиновых изделий в РФ
Таблица 2. Импорт прочих резиновых изделий в 2012 году
Таблица 3. Экспорт прочих резиновых изделий в 2012 году
Таблица 4. Сравнительный анализ двух типов посредников на рынке резино-технических изделий
Таблица 5. Сравнительные требования стандартов качества презервативов в соответствии с EN600 и ГОСТ 4645-81
Таблица 6. Объем производства презервативов в России за 2011-2013 гг., в том числе в разрезе федеральных округов, тыс. штук
Таблица 7. Динамика объёмов производства презервативов в РФ, тыс. штук
Таблица 8. Таможенные коды продукции
Таблица 9. Объем импорта и экспорта в 2010 г.

Таблица 10. Основные страны-импортеры презервативов в 2013 г.
Таблица 11. Основные страны-производители презервативов в натуральном и денежном выражении, 2013г.
Таблица 12. Основные страны-экспортеры презервативов в натуральном и денежном выражении, 2013г.
Таблица 13. Основные страны-производители экспорта презервативов в натуральном и денежном выражении, 2013г.
Таблица 14. Основные производители презервативов, представленные на российском рынке
Таблица 15. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке
Таблица 16. Основные дистрибьюторы презервативов на российском рынке
Таблица 17. Сравнительная характеристика основных оптовых компаний на рынке
Таблица 18. Основные аптечные сети РФ
Таблица 19. Топ-15 аптечных сетей по доле на розничном коммерческом рынке лекарственных препаратов в денежном выражении
Таблица 20. Основные компании розничного сектора по сбыту презервативов
Таблица 21. Бренды и форматы крупнейших розничных сетей в 2013 г.
Таблица 22. Выручка розничных сетей в 2011, 2012 гг.
Таблица 23. Сравнение розничных сетей по числу магазинов
Таблица 24. Рейтинг: по общей торговой площади по итогам 1-го полугодия 2013 г.
Таблица 25. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынке
Таблица 26. Анализ факторов, влияющих на развитие Рынка
Таблица 27. STEP-анализ Рынка

Выдержки из исследования

Описание отрасли

В Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности (ОКВЭД) пункт «производство презервативов» является составной частью подраздела 25.13.7 «Производство изделий из резины, не включённых в другие группировки; производство эбонита и изделий из него» раздела D «Обрабатывающие производства»:

Раздел D: Обрабатывающие производства.
Подраздел DH: Производство резиновых и пластмассовых изделий.
25. Производство резиновых и пластмассовых изделий.
25.1. Производство резиновых изделий.
25.13. Производство прочих резиновых изделий.
25.13.7. Производство изделий из резины, не включенных в другие группировки; производство эбонита и изделий из него.

Подраздел 25.13.7 включает в себя следующие виды продукции:

- производство гигиенических и прочих изделий медицинского назначения из резины;
- производство напольных покрытий и ковриков из непористой резины;
- производство прочих изделий из резины: резиновых колец, фитингов и уплотнений, надувных резиновых матрасов, резиновых обкладок для роликов;
- производство эбонита во всех формах и изделий из него.

Производство прочих резиновых изделий

К «прочим резиновым изделиям» относятся все резиновые изделия, кроме шин, покрышек и камер.

Количественные характеристики рынка

Объем рынка прочих резиновых изделий в 2012 году составил около …. тыс. тонн. В целом динамика отечественного производства достаточно стабильная. Объемы производства ежегодно …..

Объем производства изделий из резины, включённых в ОКВЭД в подраздел 25.13.7, в 2013 году составил …. тонн. По сравнению с 2011 и 2012 годами, выпуск данной продукции сократился, однако показатель производства в 2013 г. существенно выше значений 2010 года (подробнее см. табл. 1).

Таблица 1. Производство прочих резиновых изделий в РФ

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: …

Импорт, экспорт

…% прочих резиновых изделий являются импортными (см. диаграмму 7).

Диаграмма 1. Соотношение импорта и экспорта на российском рынке прочих резиновых изделий в 2012 году

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: ….

Показатели импорта, экспорта представлены в таблицах 2-3.

Таблица 2. Импорт прочих резиновых изделий в 2012 году

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: …

Таблица 3. Экспорт прочих резиновых изделий в 2012 году

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС)

Сбытовая структура отрасли

В отрасли существует несколько схем движения товара в зависимости от вида реализуемого резинового изделия. Рассмотрим схемы движения товара в отрасли прочих резиновых изделий:

- Производитель – Дистрибьютор - Розничная компания – Потребитель (сегмент изделий народного потребления: одежда из резины, перчатки, рукавицы, детские соски и пр.)
- Производитель – Дистрибьютор (трейдер, оператор) – Потребитель (сегмент РТИ: резиновые изделия медицинского назначения, трубы, профили, ленты, листы и пр.)
- Производитель – Потребитель (любой сегмент)

Итак, в отрасли существует …..

Производители

Основу резинотехнической отрасли составляют следующие предприятия: ….

Дистрибьюторы

поставок в зависимости от вида поставляемых изделий.

В отрасли различают дистрибьюторов работающих по направлениям:

- резино-технические изделия (полосы, ленты, ремни, рукава и пр.);

- изделия общего и медицинского назначения (грелки, медицинские трубки, медицинские жгуты, подушки кислородные, экспандеры, спринцовки, колбы для спринцовок, иглы полые и т.д. сюда могут входить также презервативы);

- товары для детей (сюда входят поставки сосок),
- презервативы.

На сегодняшний день на рынке РТИ существует два типа компаний-посредников;

1. ……
2. ……

Сравнительный анализ двух типов посредников представлен в табл. 4.

Таблица 4. Сравнительный анализ двух типов посредников на рынке резино-технических изделий

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Розничный сектор

Розничный сектор представлен сетевыми супермаркетами различного формата, а также аптеками, специализированными магазинами.

Тенденции отрасли:

1. ….
2. ….
3. …..

Описание влияющих Рынков

Влияющим рынком в данном случае является рынок гевейского латекса (натурального латекса).

Более чем на …% презерватив состоит из латекса. Латекс – продукт на основе натурального каучука, представляющего собой концентрированный и стабилизированный млечный сок гевеи……

Натуральный латекс извлекается путём надреза (т.н. «подсечки») наружного слоя коры дерева; содержит ….% каучука….% воды, а также небольшие количества белков, смол, сахара и минеральных веществ.
Гевея – это мощное растение, достигающее ….

Количественные характеристики рынка

В 2013 году объем мирового рынка латекса составил около … млн. тонн.
Производство натурального каучука в Азии, по данным Ассоциации стран-производителей каучука (….

Сбытовая структура рынка

Схема движения товара на рынке:

1. Производитель – дистрибьютор – потребитель.
2. Производитель – потребитель (одна и та же компания).
3. Производитель - Потребитель (различные компании).

Производители

Как уже было упомянуто, существует …..

Крупнейшими производителями каучука являются Таиланд и Индонезия, на долю которых в 2013 году пришлось … млн. тонн и … млн. тонн каучука соответственно.

Дистрибьюторы

На российском рынке существуют компании-поставщики натурального латекса и каучука. Можно выделить, например, ….

Тенденции рынка

- .
- …..

Сегментация рынка

Сегментирование продукции на рынке

Сегментирование по форме презерватива

- Classic (презервативы стандартной формы)
- Anatomic (презервативы анатомической формы)

Сегментирование по структуре (текстуре) презерватива

- Classic (презервативы с гладкой поверхностью)
- Презервативы с маркировкой Ribbed или Dotted, они же – ребристые презервативы (с рифлёной поверхностью, специальной текстурой)

Сегментирование по толщине презерватива

- Особо прочные, т.е. более толстые презервативы
- Презервативы с латексом стандартной толщины
- Тонкие презервативы
- Сверхтонкие презервативы (Ultrathin)

Сегментирование по размеру презерватива

- Презервативы стандартного размера
- Увеличенного размера (в отличие от стандартных презервативов, их размер (ширина) увеличен до 54-56 мм)

Сегментирование по наличию и качествам смазки

- Без смазки
- Обычная смазка (в стандартной смазке в качестве смазывающего вещества, как правило, используются диметилсиликон, лубрикант SK70, монопропиленгликоль, масло силиконовое)
- Обильная смазка (как правило, удвоенное количество смазки)
- Ароматизированная смазка (в смазку добавлен ароматизатор – парфюмерный, фруктовый и пр.)
- Спермицидная смазки (обычно применяется вещество наноксинол 9, увеличивающее барьерную защиту)
- Смазка для пролонгирования полового акта (она основана на 3-процентном бензокаине).

Сегментирование по цвету презерватива

- Телесные
- Черные
- Разноцветные

Сегментирование по наличию/отсутствию прочих дополнительных свойств

- Суперчувствительные
- Светящиеся (неоновые)
- С вибрирующим кончиком

Тенденции в различных рыночных сегментах

……

Основные принципы ценообразования

На ценообразование продукции на российском рынке презервативов влияют те же факторы, что и на другие обрабатывающие производства.
В зависимости от типа цепочки товародвижения на рынке цена на продукцию будет включать:

- издержки производителя;
- прибыль производителя;
- издержки перемещения к месту продажи: транспортные расходы, таможенные пошлины, расходы по страхованию грузов, складские расходы и т.д.;
- издержки в месте продажи: зарплата торгового персонала, коммерческие потери, арендная плата и т.п.;
- прибыль посредника.

Ценовое сегментирование Продукции

По данным DSM Group средняя цена пачки презервативов в российских аптеках в 2013 году составила ….

Если говорить о средней стоимости одного презерватива, то в случае с упаковкой по двенадцать штук один презерватив обходится в среднем в …

Основные ценовые сегменты на рынке презервативов:

- сегмент «премиум»: цена на эту продукцию начинается от 130-150 рублей, нередко превышая отметку в ….
- средний ценовой сегмент: цена за упаковку №3 колеблется в районе 80-90 – 120-130 рублей (качественная продукция из Малайзии или Тайланда);
- нижний ценовой сегмент: цена на упаковку из …..

Тенденции в ценовых сегментах

Цены на презервативы за последние несколько лет характеризуются стабильным ростом.

Стоимость импортных средств контрацепции в скором времени может возрасти.

В Минэкономразвития в 2015 году намерены увеличить пошлины на продукцию из-за рубежа, при этом для отечественных производителей резиновых изделий могут предусмотреть налоговые льготы.

Государственная регистрация, требования к безопасности и другие меры регулирования рынков

Требования к безопасности

Презервативы должны отвечать требованиям биологической и дерматологической безопасности, не вызывать аллергию.

Стандарты

Каждый презерватив должен соответствовать стандартам качества.

В России действует единственный стандарт для физико-механических параметров презервативов, утвержденный еще в ….

В мире существует множество других стандартов на …..

Одним из наиболее распространенных является международный стандарт ISO 4074 от 2002 г., не введенный в действие в нашей стране. Другим широко известным стандартом является стандарт EN 600 Европейского союза, который весьма близок к стандарту ISO.

Сравнительная характеристика стандартов ….

Таблица 5. Сравнительные требования стандартов качества презервативов в соответствии с EN600 и ГОСТ 4645-81

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: сайт участника рынка Медком-МП (ведущего дистрибьютора презервативов)

Российский производитель ОАО «Эластомер» руководствуется не ГОСТом ……

Основные количественные характеристики рынка

Основные показатели российского производства

В 2013 году в России было произведено …. тыс. штук презервативов, что почти в ….. раза превышает показатели двух предыдущих лет.
Основной объем производства приходится на Центральный Федеральный округ. Здесь производится ….

Таблица 6. Объем производства презервативов в России за 2011-2013 гг., в том числе в разрезе федеральных округов, тыс. штук

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС)

Почти все мировое производство ведется в местах, близких к источникам материала для презервативов (латекса) — в Юго-Восточной Азии. Крупнейшие страны-производители — ….

Динамика развития рынка. Объем и темпы роста

Емкость рынка

Объем рынка презервативов составляет около…. млн. штук. в натуральном выражении.
В стоимостном выражении объем рынка презервативов в России составил в …..
Оборот российского рынка презервативов ежегодно увеличивается примерно на ….

Основные тенденции рынка

Происходит консолидация рынка . По оценке «Болеар», еще три года назад в России было около …..торговых марок среднего и верхнего ценовых сегментов, теперь их осталось только десять. На шесть

крупнейших брэндов (Contex, Sico , Vizit, Reflex, Durex и Life Styles) уже приходится …..

Прогноз развития рынка до 2020 года

Рынок презервативов демонстрирует стабильную динамику объемов. Основная доля производства приходится на иностранные компании. Однако в 2013 году отечественное производство резко выросло …. раза. Можно прогнозировать, что в целом рынок сохранит тенденцию к росту.

Влияние сезонности на Рынок

В производстве презервативов нет строгой закономерности относительно сезонности. Так, если прослеживать тенденции динамики объемов производства помесячно на основании данных Единой Межведомственной информационно-статистической системы, то можно отметить, что в 2013 году пик производства приходился на март, объемы выпуска в который составили ….. штук. А также повышенный выпуск отмечался в апреле, октябре и декабре. Наиболее низкие показатели были зафиксированы в январе. Также спад был в феврале и ноябре.

Аналогично можно отметить сниженные показатели производства в январе за предыдущие два года. ……

Таким образом, основываясь на представленных данных, можно обобщить, что в целом рост производства отмечается весьма стабильно в декабре. Спад – в январе. Однако, как уже говорилось, особого влияния сезонности в производстве не прослеживается, производство осуществляется круглогодично и рост или спад может отмечаться в любом месяце.

Таблица 7. Динамика объёмов производства презервативов в РФ, тыс. штук

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Единая Межведомственная Информационно Статистическая Система (ЕМИСС)

АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

Подробный анализ структуры импорта и экспорта проводился на основе обработки баз таможенной статистики РФ за 2010 г. В российской практике традиционно используются следующие параметры, характеризующие путь товара через таможню:

- Страна-импортер - страна, откуда вывезен товар, место последнего прохождения таможни
- Страна–экспортер - страна, в которую вывозится товар из России
- Страна-производитель - страна, в которой расположены производственные мощности компании-производителя
- Статистическая стоимость товара – сумма в долларах, на которую был ввезен товар из той или иной страны или за отчетный период в целом. Исчисляется в долларах.
- Вес ввезенного товара. Исчисляется в килограммах.

Презервативы, предназначенные для импорта и экспорта через российскую таможню, декларируются под следующими кодами ТН ВЭД:

Таблица 8. Таможенные коды продукции

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: ВЭД 2010

Расчеты, основывающиеся на данных официальной таможенной статистики, не полностью отражают ситуацию рынка из-за присутствия на рынке «серого» (неучтенного) импорта и экспорта. Для получения более достоверной картины необходимо учитывать информацию, полученную от экспертов рынка.

СТРУКТУРА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

В 2013 году объем импорта и экспорта в натуральном выражении составил … кг. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении составил ….

ТАБЛИЦА 9. ОБЪЕМ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА В 2010 Г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Базы ТН ВЭД 2010

ИМПОРТ

Общий объем импорта в 2013 году составил 1512784 кг, а в стоимостном выражении 27565206 долл.

ТАБЛИЦА 10. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ИМПОРТЕРЫ ПРЕЗЕРВАТИВОВ В 2013 Г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Базы ТН ВЭД 2010

ТАБЛИЦА 11. ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПРЕЗЕРВАТИВОВ В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ, 2013Г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Базы ТН ВЭД 2010

Экспорт

Общий объем экспорта в 2013 году составил 47997,35 кг., а в стоимостном выражении – 1609397,89 долл.

Таблица 12. Основные страны-экспортеры презервативов в натуральном и денежном выражении, 2013г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Базы ТН ВЭД 2010

Таблица 13. Основные страны-производители экспорта презервативов в натуральном и денежном выражении, 2013г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Базы ТН ВЭД 2010

Основные тенденции во внешней торговле

Импорт на российском рынке презервативов во много раз превышает экспорт. В общей структуре внешней торговли доля импорта составила в 2013 ….%, доля экспорта – ….
Основным импортером презервативов в 2013 году стала Финляндия, на нее приходится половина всей ввезенной продукции. Значительную долю в структуре импорта занимает …. ….
Основным производителем импортированных презервативов …. ….

В структуре экспорта наибольшие объемы поставок пришлись на ….

Сбытовая структура Рынка

Цепочка движения товара

Производитель – Дистрибьютор - Розничная компания – Потребитель

Производитель - Розничная компания - Потребитель

Наряду с классической схемой движения товара для данного рынка характерны прямые продажи через различные каналы сбыта: прямые поставки в розничный сектор, продажи через интернет-магазины, автоматы и пр.

Краткое описание основных сегментов участников Рынка

Производители Продукции

Большинство используемых в России презервативов – зарубежного производства. Отечественная продукция представлена считанными единицами предприятий, суммарная мощность которых даже в лучшие годы не превышала …..

Производители продукции могут специализироваться как непосредственно на производстве презервативов (иметь узкую специализацию), так и заниматься производством продукции медицинского назначения или же в том числе различных бытовых товаров, ели это крупные производственные холдинги.

Дистрибьюторы продукции

Сейчас в России существуют четыре основные компании, поставляющие презервативы:…..
Самой крупной является компания …..
Эти компании завозят из-за рубежа сырьё (презерватив-сырец), далее следуют этапы тестирования, обработки, упаковки.

Поставщики рынка импортируют презервативы-сырец из азиатских стран, где находится большинство аутсорсинговых производств компаний, владеющих известными презервативными брэндами.

……

Стоит отметить, что ….

Наконец, ….

Розничный сектор

Особенность российского рынка состоит в том, что презервативы могут регистрироваться и как товар медназначения и продаваться в аптеках (в этом случае наценка на них фиксированная, например, в ……%), и как средство гигиены — и тогда продаваться в рознице. Большинство производителей презервативов сделали упор на продажи в розничных сетях, в аптеках продается….% от общего объема рынка презервативов.

В целом же, если говорить о каналах продаж презервативов, то, безусловно, на первом месте аптеки и супермаркеты, потом лидируют специализированные магазины. Но существует еще один весьма перспективный канал продажи презервативов — это торговые автоматы по продаже презервативов, или кондоматы.

Кроме того, существуют дополнительные каналы сбыта: во-первых, на рынке сейчас есть латентный спрос на презервативы ……

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке

Основные производители

Основные производители представлены крупнейшими иностранными компаниями, а также российской компанией «Эластомер», обладающей высокими производственными мощностями и способной конкурировать с крупнейшими зарубежными игроками рынка.

Таблица 14. Основные производители презервативов, представленные на российском рынке

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Описание профилей крупнейших компаний

Игрок 1

……

Игрок 2

….

Игрок 3

….

Игрок 4

…

Игрок 5

…

ТАБЛИЦА 15. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: ГК Step by Step

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями

Главной тенденцией среди зарубежных игроков рынка является ….. Так, в 2010 году британская компания …..

Очень важным для производителей является выбор сырья. Как уже было сказано, в основном компании-производители располагают заводы по производству презервативов в местах произрастания гевеи. Однако из представленных в таблице игроков рынка есть компании, осуществляющие ….

Что касается внедрения новых брендов, то здесь тенденция основываются скорее на продвижении уже существующих брендов и расширение их ассортимента. Так, несмотря на обновление ассортимента, «Эластомер» по-прежнему держится за основные марки, «Reflex» и «Magnum», и пока не собирается расширять портфель брендов.

Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями

Основные дистрибьюторы и оптовые компании

Среди основных дистрибьюторов презервативов выделяют следующие компании

Таблица 16. Основные дистрибьюторы презервативов на российском рынке

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

Игрок 1

….

Игрок 2

…..

Игрок 3

….

Игрок 4

…..

Игрок 5

….

Таблица 17. Сравнительная характеристика основных оптовых компаний на рынке

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: ГК Step by Step

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ДИСТРИБЬЮТОРАМИ И ОПТОВЫМИ КОМПАНИЯМИ

В настоящее время компании из числа участников рынка стремятся увеличить долю своей продукции в ассортименте крупных розничных сетей, сетевых супермаркетов и аптек, что позволит увеличить уровень продаж и захватить бо́льшую долю рынка.

Компании поставляют известные марки крупнейших производителей.

…..

В 2005-2006 годах в прессе активно обсуждалась возможность слияния некоторых компаний-участников рынка, в результате чего на рынке остались бы только два крупнейших игрока:….

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ КОМПАНИЯМИ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

ОСНОВНЫЕ КОМПАНИИ РОЗНИЧНОГО РЫНКА

Основными компаниями розничного сектора по сбыту презервативов являются аптеки и гипермаркеты. Рассмотрим подробнее данные каналы сбыта.

ОСНОВНЫЕ АПТЕЧНЫЕ СЕТИ

В настоящее время на фармацевтическом рынке происходит укрупнение аптек, их слияние, образование крупнейших аптечных сетей. В таблице представлены аптечные сети, входящие в число лидеров фармацевтического рынка

Таблица 18. Основные аптечные сети РФ

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

Игрок 1

…..

Игрок 2

…..

Игрок 3

…..

Игрок 3

….

Аптечные организации ГК «Фармаимпекс» работают в регионах под следующими брендами: «Бережная аптека», «Аптека от склада», «Аптека отличных цен».

Сравнительная характеристика основных аптечных сетей на рынке представлена в табл. 19, а также на диаграммах 8-9.

Таблица 19. Топ-15 аптечных сетей по доле на розничном коммерческом рынке лекарственных препаратов в денежном выражении

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: RNC Pharma

Диаграмма 2. Количество торговых точек на 01.10.2013

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: RNC Pharma

Диаграмма 3. Количество торговых точек аптечных ассоциаций на 01.10.2013

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: ….

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями

В России на три тысячи человек приходится одна аптека. ….

Россия располагает примерно 53 тысячами аптечных учреждений, многие из которых входят в брендовые сети. На рынке аптечных сетей в России активно действуют более …..

Самые крупные аптечные сети на российском рынке – это региональная сеть …..

Интересно отметить, что хотя количество аптечных учреждений в сети играет немаловажную роль в…..

В последнее время в аптечных сетях проявляют особый интерес к формату дискаунтеров. Стали открываться специальные аптечные точки, рассчитанные на потребителя с невысокими доходами.

Некоторые сети развивают мультиформаты, которые объединяют в себе, как дискаутеры, так и аптечные ….

Основные сетевые гипермаркеты

В таблице представлены крупные сетевые ритейлы – основные компании розничного сектора по сбыту презервативов.

Таблица 20. Основные компании розничного сектора по сбыту презервативов

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

Игрок 1

…..

Игрок 2

….

Игрок 2

…..

Игрок 3

….

Игрок 4

….

Игрок 5

….

Игрок 6

….

Игрок 7

….

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

Таблица 21. Бренды и форматы крупнейших розничных сетей в 2013 г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

* Д – ДИСКАУНТЕР, Г- ГИПЕРМАРКЕТ, С – СУПЕРМАРКЕТ, М – МАГАЗИН У ДОМА

Источник: RBK research

Диаграмма 4. Выручка крупнейших розничных сетей в 2011 г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: Info Line

Таблица 22. Выручка розничных сетей в 2011, 2012 гг.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: InfoLine Retail Russia

Таблица 23. Сравнение розничных сетей по числу магазинов

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: ….

Таблица 24. Рейтинг: по общей торговой площади по итогам 1-го полугодия 2013 г.

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: «INFOLINE FMCG RETAIL RUSSIA TOP»

Сводные данные с характеристиками основных розничных компаний российского рынка приведены в табл. 25.

Таблица 25. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынке

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Источник: ГК Step by Step

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ РОЗНИЧНЫМИ КОМПАНИЯМИ

Одной из особенностей последнего времени стало бурное развитие розничной сетевой торговли в России. По данным Росстата в 2012 году доля розничных сетей в розничном товарообороте составила около ….

Первая десятка рэнкинга Infoline Russia Retailer….

Компания Магнит в последние несколько лет демонстрирует очень высокие темпы роста. Если в целом за период 2006-2011 гг. по темпам прироста лидировала ….

Кроме того стоит отметить и то что в последнее время активно развиваются такие розничные сети как….

Крупнейшие игроки продолжают расти быстрее рынка: у них больше ресурсов для активного развития, лучше условия для привлечения финансирования – ….

В ближайшие несколько лет на рынке, возможно, произойдет консолидация. В 2013 году на рынке была ….

Анализ потребителей

Сегментация потребителей

Потребители в сегменте B2C

- по структуре потребления
  - ….
  - ….

Потребители в сегменте B2B

- по специализации
  - ….
- по степени диверсификации бизнеса (вертикальные холдинги, узкоспециализированные компании)
  - ….
- по форме собственности (частная, государственная, смешанная)
  - ….

Структура потребления Продукции

Презервативы – товар импульсивного спроса, потому потребители, не найдя нужный бренд, зачастую выбирают любой другой. Следовательно, производителям важно обеспечить представленность своей продукции в основных розничных сетях.

Потребительские предпочтения

- ранжирование по значимости характеристик, влияющих на выбор потребителя (цены, качество, скидки, рекламная поддержка, время присутствия на рынке и т.п.)
  - ….
  - …

- ….

Среди основных покупаемых брендов ….

Обобщающие выводы по отчету

Факторы, влияющие на развитие Рынка

Таблица 26. Анализ факторов, влияющих на развитие Рынка

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Таблица 27. STEP-анализ Рынка

НЕДОСТУПНО В ДЕМОВЕРСИИ

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

1. ….
2. …..
3. ….
4. ….

Анализ рисков

Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков

Специфические и общие проблемы (риски), с которыми сталкиваются участники рынка и прочие заинтересованные лица:

- ….
- ….
- ….
- ….

При рассмотрении инвестиционной привлекательности предприятий (с точки зрения предоставления финансирования) необходимо учитывать следующие моменты:

- …
- …
- …
- …

Прогнозы развития рынка

Потребление

В последние …..

Продукция

Происходит постепенное расширение ассортимента барьерных контрацептивов. Что касается появления новых брендов, ….

Основные игроки

Планируется, что иностранные игроки рынка будут в дальнейшем усиливать свои позиции за счет приобретения более мелких компаний. Что касается отечественных компаний, то …..

В Европе число заводов сокращается из-за нерентабельности. Крупнейшие из оставшихся здесь заводов — немецкие ….

Во многом благодаря активной рекламе иностранные презервативы смогли вытеснить на российском рынке отечественную продукцию.
Основные участники ….
Планируется, что общая тенденция в ближайшие годы будет сохраняться.

Текущая ситуация и перспективы развития рынка

Объем российского рынка презервативов в 2013 году составил около 450 млн. штук. Рынок демонстрирует некоторый рост. Планируется, что к 2015 году объем рынка увеличится на ….
Доля импортной продукции существенно больше доли экспорта.
Невзирая на сложную экономическую ситуацию, спрос на презервативы не падает. Однако ….
На рынке высока конкуренция. …..

Здесь следует сделать упор на то, что при прочих равных условиях презерватив – товар импульсивного спроса. И если даже потребитель пользуется какой-то определенной маркой, при ее отсутствии он приобретет первый попавшийся товар. …..

С предложениями по темам и содержанию готовых аналитических отчетов ГК Step by Step обращайтесь по тел.: +7 (495) 912-48-17 +7 (495) 912-48-43 или e-mail: olga@step-by-step.ru