

2. Китаева О.А. Взаимооценивание и самооценивание деятельности младших школьников [Электронный ресурс] // Инфоурок, ведущий образовательный портал страны – 2017. URL: <https://infourok.ru/referat-na-temu-vzaimoocenivanie-i-samoocenivanie-deyatelnosti-mladshih-shkolnikov-1610162.html> (дата обращения: 24.03.2021).

3. «Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по специальности 33.05.01 «Фармация» // приложение к приказу №1037 от 11 августа 2016 г. от министерства образования и науки РФ. – 2016.

УДК 613.97 (075.8)

**Кудрявцева А. М., Болотова А.В., Гаврилов А.С.
ЛУБРИКАНТЫ. АНАЛИЗ РЫНКА**

Кафедра фармации и химии
Уральский государственный медицинский университет
Екатеринбург, Российская федерация

**Kudryavtseva A.M., Bolotova A.V., Gavrilov A. S.
LUBRICANTS. MARKET ANALYSIS**

Department of Pharmacy and Chemistry
Ural State Medical University
Yekaterinburg, Russian Federation

E-mail: gavrilov.usma@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены основные тенденции Российского рынка товаров интимной косметики. Проанализирована номенклатура наиболее популярных товаров. Выделены основные направления развития.

Annotation. The article considers the main trends of the Russian market of intimate cosmetics products. The nomenclature of the most popular products is analyzed. The main directions of development are highlighted.

Ключевые слова: Интимная косметика, лубриканты, рынок, номенклатура, состав.

Keywords: Intimate cosmetics, lubricants, market, nomenclature, composition.

Введение

Единственной движущей силой развития человечества является достижение комфорта. Комфорта во всем, начиная с жизнедеятельности и заканчивая общением между мужчиной и женщиной.

В настоящее время достаточно высоким спросом среди населения пользуется категория товаров, предназначенных для улучшения комфорта интимной жизни.

Цель исследования – анализ рынка интимной косметики для формирования направлений развития.

Задачи: оценить рынок средств интимной косметики; выявить направления, доступные для продвижения; разработать предложения по направлениям конструирования новых видов товаров.

Материалы и методы исследования

Контент-анализ лубрикантов интернет ресурсов Росздравнадзора, Роспотребнадзора, торговых сетей «Пятерочка», «Кировский», «Магнит-косметик», платформы «Сводный заказ» аптек Екатеринбурга, Wildberries. В работе исследовали мнение десяти заведующих аптечных сетей «Альянс», «Живика», «Вита»; проводили анкетирование 30 покупателей соответствующих товаров.

Результаты исследования и их обсуждение

Объем мирового рынка смазочных материалов для личного пользования в 2018 году оценивается в \$ 894 млн. с прогнозируемым ростом в среднем на 8,1% в год. Рынок персональных смазок делится на электронную торговлю, аптеки и ритейл (75%, 14 и 11% соответственно).

Электронная коммерция занимает самую большую долю рынка. Это объясняется закрытой и персонифицированной доставкой платформами электронной коммерции. Основными агрегаторами здесь являются Amazon™ (США), E-Bay™ (ЕС), Wildberries™ (РФ). Производители смазочных материалов, такие как Durex™, Astroglide™ и Sliquid™, открыли веб-сайты для продажи личных смазочных материалов. Розничные гиганты, Walmart™, Walgreens™, Sainsbury's™, Tesco™ и Coles™, также продают эти продукты в одноименных интернет-магазинах.

США занимает наибольшую долю рынка. Согласно данным Национального опроса потребителей Simmons (NHCS), в 2018 году 49,92 миллиона американцев использовали смазки. Опрос 1021 женщин показал, что 20% использовали лубрикант за последние 30 дней, а 65,5% использовали его хотя бы единожды. Аналогичное исследование, проведенное среди мужчин, показало, что 25% мужчин использовали лубрикант хотя бы раз за последние 30 дней. Европа занимает вторую по величине долю на рынке [4].

Азиатско-Тихоокеанский регион является самым быстрорастущим рынком, разогреваемым такими организациями, как «PSI», пропагандирующей использование смазок, для снижения риска разрыва презерватива профилактики ВИЧ.

В России по данным prcs.ru/analytics средства интимной гигиены занимают 4% рынка косметики или 79,1 млрд. руб, с 62% долей импортной продукции, примерно равного распределения Чехия ("Altermed Corporation s.r.o." Contex™), Англия («Reckitt Benckiser Healthcare Ltd» Durex™, Германия ("CPR Produktions- und Vertriebs GmbH" VIZIT™). Отечественные предприятия занимают 38% рынка. Это «ООО «Интелбио» (Lubrimax™), ЗАО "Лаборатория ЭМАНСИ" HASICO™ ООО ЛАБОРАТОРИЯ "БИОРИТМ" О-КЕЙ™, Услада™ и др. Таким

образом, анализ рынка средств интимной гигиены свидетельствует о его существенном росте и актуальности импорт замещения в рамках СНГ и РФ.

В Росздравнадзоре (roszdravnadzor.gov.ru) зарегистрировано 2 лубриканта, которые относятся к изделиям медицинского назначения и 134 бренда в базе данных Роспотребнадзора (fr.crc.ru) по требованиям ТР ТС 009/2012. Это объясняется несовершенством технического регулирования продукции интимного назначения. В законодательстве нет четкого определения товаров данной категории.

Продуктовый и косметический ритейл не продает продукцию данного профиля. Только одно наименование обнаружено на сайте «Магнит-косметик».

Аптечный ассортимент значительно более разнообразен. Опрос заведующих аптек показал, что эти товары занимают до 5% объема реализации. Анализ данных программы «Сводный заказ» города Екатеринбурга (<http://2227778.ru>) выявил 73 позиции. Основные - торговые марки Vизит™ (8 наименований, ценовой диапазон от 183-325 руб./уп), Durex™ (8 от 219-442 руб/уп) и Contex™ (1 - 390 руб/уп 40,0 №1). Наценка аптеки от прайса «Сводный заказ» составляет от 38 до 55%. С учетом сравнительно высокой стоимости, отсутствия требований по учету и хранению, данный сегмент аптечного рынка, по мнению заведующих, является высоко рентабельным.

Результаты анкетирования покупателей свидетельствуют о том, что данным видом продукции аптечного ассортимента пользуются преимущественно женщины в возрасте от 30 до 55 лет в виду физиологического снижения выработки цервикальной слизи. Предпочтения занимают простейшие композиции зарубежного производства: Durex™, (35%), Contex™ (30%), Vизит™ (30%) стоимостью от 250 до 350 рублей за упаковку 40 мл. В виду разнообразности мнения респондентов, можно отметить, что преимущественно пользуются спросом лубриканты, имеющие водную основу. По содержанию действующего вещества имеют большой спрос смазки, содержащие в своем составе анальгезирующий компонент (возможно в сочетании с охлаждающим эффектом для усиления ощущений), а также популярны гель-смазки с антибактериальным и ранозаживляющим эффектом.

Таким образом, маркетинговый анализ сегментов рынка средств интимной косметики свидетельствует о том, что Интернет торговля характеризуется жесточайшей конкуренцией и полностью заполнена известными производителями. Единственным сегментом, доступным для продвижения новой продукции является аптечный ритейл, и то при условии разработки и создания СТМ.

В зависимости от выполняемых функций все лубриканты делят на: увлажняющие и обладающие определенным физиологическим действием. Анализ номенклатуры интернет-сервера Waildberrіes™ показывает, что из 1417 наименований: 800 обладают увлажняющим, 105 расслабляющим, 60 разогревающим, 30 антибактериальным, 20 стимулирующим, 8 регенерирующим эффектом. Среди основ, наиболее распространена водная (820

наименований), благодаря своей гелеобразной консистенции, которая аналогична цервикальной слизи, и доступности по цене, затем масляная (150), силиконовая (118), водно-глицериновая (12), безводная глицериновая (8). Наибольшее количество покупок - лубрикант «Menu™ 40,0 г №1 увлажняющая на водной основе с природным загустителем (каррагинан) по цене 223 руб/уп (21500 покупок).

Наиболее часто в качестве загустителей применяются синтетические производные целлюлозы: метилцеллюлоза, пропицеллюлоза, ГПМЦ и акриловой кислоты. Интересным, по нашему мнению, является применение каррагинана - натурального загустителя, получаемого из красных водорослей, который может снижать и ингибировать передачу ВИЧ, герпеса и ВПЧ, не вызывая повреждения слизистых оболочек [2].

Практически все изделия данного класса содержат глицерин или пропиленгликоль, которые работают в качестве увлажнителя для предотвращения испарения воды.

Клеточная жидкость обладает осмолярностью 280-290 мОсм /кг. В 2012 году ВОЗ объявила, что все водные смазочные материалы с осмолярностью выше 380 мОсм / кг являются потенциальной опасностью для здоровья.

Основой здоровья женщин является поддержание экосистемы микрофлоры, где преобладающими видами являются лактобактерии, а вырабатываемая ими молочная кислота снижает pH и предотвращает рост болезнетворной микрофлоры. Показано, что смазки на водной основе с использованием лимонной кислоты (pH - 3,5 - 4,5) в качестве консерванта являются бактериостатичными.

Наиболее часто в составе содержатся парабены (Метилпарабен / Пропилпарабен), которые являются синтетическими консервантами и слабыми ксеноэстрогенами. В исследовании [3] доказано отсутствие потенциального воздействия парабенов на половые органы.

В составе популярных марок содержится Polyquaternium-15 (PQ-15), который представляет собой семейство синтезированных химических веществ, которые используются для ухода за кожей. Применяется в качестве консерванта и загустителя. Однако, это вещество увеличивает проницаемость клеточных стенок, вызывает воспаление эпителия [1].

Практически все лубриканты содержат физиологически-активные вещества. Наиболее часто используют: пантенол, алантоин (ранозаживляющие), экстракт имбиря, капсаицин (разогревающие), ментол, никотиновую кислоту (охлаждающие), новокаин, полидоканол (обезболивающие), нитроглицерин (сосудорасширяющие), каберголин, гидроксibuтират натрия бутиролактон, 1,4-бутандиол, 4-аминопиридин (US Patent № 10888552) (ускоряющие). Популярным является введение в состав растительных ингредиентов, например ромашки (Патент РФ 2428174), экстракта киви, хотя научное обоснования эффективности этих добавок отсутствует.

Выводы:

1. Проведен маркетинговый анализ сегментов рынка средств интимной косметики. Установлена высокая динамика ежегодного роста 8,1% во всех странах, включая РФ. Наибольшие продажи 68% занимает Интернет торговля, которая характеризуется жесточайшей конкуренцией среди известных производителей. Единственным сегментом, доступным для продвижения новой продукции является аптечный ритейл, и то при условии разработки и создания СТМ.

2. Проведен анализ влияния действующих и вспомогательных веществ на активность спроса. Показано, что наибольшей популярностью среди покупателей пользуются лубриканты, содержащие натуральные ингредиенты, с добавлением охлаждающих и анестезирующих веществ, но с минимальным количеством вспомогательных веществ (консервантов, стабилизаторов). Перспективным, по нашему мнению, будет конструирование лубрикантов в однодозовой стерильной упаковке и использование в составе только натуральных ингредиентов.

Список литературы:

1. Begay, Othell, etc. Identification of personal lubricants that can cause damage to rectal epithelial cells and improve HIV type 1 replication in vitro// AIDS research and human retroviruses. – 2011. - № 9 – P. 1019-1024.

2. Coggins, S. Preliminary safety and acceptability of carrageenan gel for possible use as a vaginal microbicide // Sexually transmitted infections. - 2000. - № 76(6). - P. 480-483.

3. Costa, Yanaina R. et al. The endocrine-destroying effect of methylparaben on the prostate gland of adults"// Environmental Toxicology. 2017. - № 32(6). - P. 1801-1812.

4. Herbenick, Debbie, et al. Women's use and perception of commercial lubricants: prevalence and characteristics in a nationally representative sample of American adults // The Journal of Sexual Medicine. - 2014. - № 11(3). - P. 642-652.

УДК 547.828.3

**Ламанова К.В., Надточий В.В., Гречишкин И. О., Словеснова Н.В.,
Жиляков А.В., Петров А.Ю.**

ОБРАЗОВАНИЕ ОСАДКА ПРИ СОВМЕСТНОМ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ГИАЛУРОНАТА НАТРИЯ И ЛИДОКАИНА ПРИ ВНУТРИСУСТАВНОМ ПРИМЕНЕНИИ

Кафедра фармации и химии
Уральский государственный медицинский университет
Кафедра биоорганической и молекулярной химии
Уральский Федеральный университет
Екатеринбург, Российская Федерация