

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.129.14>

ИНТИМ-ТОВАРЫ В РОССИИ. СЛОЖНОСТИ РАСТУЩЕГО РЫНКА ТОВАРОВ ДЛЯ СЕКСУАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ

Научная статья

Шамонина Е.А.^{1,*}

¹ORCID : 0000-0001-8685-7942;

¹Российский университет дружбы народов, Москва, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (pckmonolit[at]mail.ru)

Аннотация

Товары для сексуального здоровья доступны во многих магазинах – в последние годы их активно продвигают ритейлеры, специализирующиеся на поставках косметики и оздоровительной продукции. При этом в обществе сохраняется ряд стереотипов, согласно которым, интим-товары относятся к категории запретных тем или неудобных вопросов, а оформлять подобные покупки следует исключительно в условиях анонимности. Подобные взгляды значительно затрудняют продвижение интим-товаров, однако распространение сексуального просвещения позволяет преодолеть многие барьеры. В исследовании рассматриваются трудности, с которыми сталкиваются поставщики и продавцы товаров для интимного использования. Разбираются проблемы этического, психологического, логистического характера, а также препятствия коммерческого плана. Также рассматриваются способы преодоления различных трудностей, предлагаются методы решения проблем. В заключительной части рассматриваются перспективы рынка интим-товаров – возможности, вопросы и польза, которую может принести дальнейшее развитие этой сферы.

Ключевые слова: интим-товары, сексуальное здоровье, секс, здоровье, косметика, интим, рынок, товар, анализ, проблема, развитие.

INTIMATE PRODUCTS IN RUSSIA. THE CHALLENGES OF THE GROWING MARKET FOR SEXUAL HEALTH PRODUCTS

Research article

Shamonina E.A.^{1,*}

¹ORCID : 0000-0001-8685-7942;

¹Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russian Federation

* Corresponding author (pckmonolit[at]mail.ru)

Abstract

Sexual health products are available in many stores – in recent years they have been actively promoted by retailers specializing in supplying cosmetics and wellness products. At the same time, a number of stereotypes remain in society, according to which intimate goods belong to the category of forbidden topics or uncomfortable ones, and such purchases should be made only under anonymity. Such attitudes make it very difficult to promote intimate goods, but the spread of sexuality education overcomes many of the barriers. The study examines the challenges faced by providers and sellers of intimate goods. Ethical, psychological, logistical, and commercial barriers are discussed. Ways to overcome the various difficulties are also examined, and methods for solving the problems are suggested. The final part deals with perspectives on the intimate goods market – opportunities, issues and benefits that can be gained from further development of this area.

Keywords: intimate products, sexual health, sex, health, cosmetics, intimacy, market, product, analysis, problem, development.

Введение

Половое воспитание или просвещение – это научное направление, призванное популяризировать здоровое отношение к интимным контактам и связанным с ними моральным вопросам. Одной из важнейших задач сексуального просвещения считается устранение мифов и предрассудков, значительно усложняющих жизнь человека, внушающих ему вредные комплексы и чувство стыда. Борьба с такими взглядами позволяет развить здоровое отношение к сексу, собственному телу, желаниям и ощущениям.

Во многом изучение своих потребностей и чувств происходит через применение товаров для сексуального здоровья. Однако до последних лет приобрести качественную продукцию в России было достаточно сложно – требовалось искать специальные сайты, оформлять заказы или посещать оффлайн магазины, преодолевая при этом стыд и страх. В настоящее время ситуация сильно изменилась, и теперь интим-товары вполне можно приобрести в магазинах, реализующих продукцию сферы красоты – косметику, средства для ухода и поддержания тела [8].

Однако даже стремительное развитие этого рынка не защищает потребителей от множества препятствий, возникающих при выборе подходящих товаров.

Товары для сексуального здоровья – назначение и виды

Здоровье человека – это общее состояние человека, соответствующее нормативам и позволяющее организму безболезненно и беспрепятственно функционировать. Сексуальное здоровье остается одним из самых сложных

сегментов этого понятия, поскольку оно неразрывно связано с эмоциональным состоянием человека. Заблуждения, психологические травмы, неправильное воспитание и стыд, внушенный некорректными взглядами – все это значительно усложняет жизнь человека, лишая его приятных ощущений и возможности полноценно работать.

Все товары для сексуального здоровья должны помогать телу и сознанию человека правильно развивать чувственность и восприимчивость, переживать верные и самые позитивные ощущения. Кроме того, они также защищают человека от заболеваний, возможных травм, неприятных чувств и дискомфорта – как эмоционального, так и физического [6].

Товары для здоровья можно разделить на следующие категории:

- медицинский сегмент – контрацептивы, барьерные и санитарные средства;
- развитие и просвещение – литература, тренажеры;
- косметические продукты, средства для ухода – маски, гели, смазки;
- эстетические товары – украшения, белье;

- товары для практического использования – вибраторы, фаллоимитаторы, пробки и другие предметы для интимных игр.

Когда речь заходит о покупке интим-товаров, многие люди испытывают стыд и неловкость, желание скрыть свое отношение к этой области, либо завершить разговор [3].

Подобные взгляды не позволяют выработать здоровый подход к сексуальным отношениям, которые основываются на обмене мыслями и эмоциональном комфорте участников. Отказ от табуированности и предрассудков, напротив, позволяет добиться идеального взаимного понимания между партнерами, что весьма важно при строительстве надежных отношений. Таким образом, отношение к интим-товарам неразрывно связано с институтом отношений между полами и семейной жизнью, неотъемлемой частью которой считаются регулярные и безболезненные сексуальные контакты между супругами [5].

Как развивается рынок интим-товаров

В 2017 году самый известный маркетплейс русскоязычного сегмента сети, сервис Ozon ввел в каталог раздел с товарами рейтинга «18+», среди которых присутствовали и интим-товары. В мае 2020 года по данным сотрудников компании товары этой категории достигли четырехкратного роста в продажах. Наиболее востребованными оказались барьерные контрацептивы, смазки, массажеры и игрушки. За следующий 2021 год маркетплейс зарегистрировал удвоение спроса на продукцию для интимной жизни [10].

Другой известный сервис Wildberries ввел в свой ассортимент товары для аудитории старше 18 лет в 2020 году, когда они стали особенно актуальными. За время работы этот сегмент каталога достиг больших успехов – к концу года рост составил 125%, а по итогам 2021 достиг 240%.

В ноябре 2021 года известная сеть косметических товаров «Л'Этуаль» расширила ассортимент, добавив к нему интим-товары в разнообразных формах. Всего за год этот сегмент бизнеса продемонстрировал убедительные успехи. В каталоге можно встретить товары разных производителей. В среднем счет на одного покупателя составляет примерно 3 500 рублей.

Похожее решение было принято руководителями известных магазинов «Золотое яблоко». Статистика развития этого направления обнадеживает – за прошедший год товары этого сегмента продемонстрировали рост на 395% при средней сумме на покупателя в 3 000 руб.

Особый интерес товары этой категории вызывают у покупателей из столицы и Санкт-Петербурга – на долю этих городов приходится по 37,53% и 12,66%, однако другие крупные центры также показывают устойчивый рост.

По словам Михаила Бурмистрова, генерального директора «Infoline-Аналитика», показатель в 1-3% от общего оборота для компаний этого уровня – это значительный успех. Стоит помнить, что и «Л'Этуаль», и «Золотое яблоко» ввели товары для секса в ассортимент сравнительно недавно, однако уже сейчас можно сказать, что отрасль развивается хорошо и представляет большой интерес для руководства [9].

Основатель предприятия «Поставщик счастья» Дмитрий Коробицын утверждает, что в промежутке с 2010 по 2019 год российский рынок интим-товаров продолжал расширяться, ежегодно демонстрируя рост на 15-20%. Все изменилось в 2020 году, когда в связи с ограничениями, вызванными пандемией, многие люди были вынуждены сосредоточиться на жизни в изоляции. Это время побудило многих больше экспериментировать в сексуальной жизни, узнавать свое собственное тело и искать источники самых разных ощущений. В результате оборот рынка интим-товаров в 2020 году достиг рекордных 16,8 млрд. рублей, а в 2021 продолжил рост до отметки в 20,1 млрд. руб.

Активно развиваются и специализированные сети магазинов. Согласно отчетам 2ГИС, за период 2020-22 гг. в 15 городах России с населением свыше миллиона число магазинов данной специализации увеличилось на 21% – общее количество на конец периода превысило 1300 точек. Наибольших успехов достигли предприниматели из Уфы и Волгограда – в этих городах рост составил 40% и 50% соответственно. В Москве число магазинов увеличилось с 363 точек до 404 (25%), а в Санкт-Петербурге с 237 до 259 (23%) [7].

Рынок интим-товаров продолжает расти, и в последние годы развитие продвигается особенно активно, однако в этой отрасли также возникают проблемы, требующие внимания.

Проблемы рынка интим-товаров в России

Несмотря на активное распространение продукции для сексуального здоровья рынок уже столкнулся с самой большой проблемой – быстрым ростом цен. Это объясняется несколькими факторами, рассматривая которые, можно выявить и другие трудности рынка [4].

Причины быстрого подорожания интим-товаров:

- преобладание импортной продукции;
- нестабильность поставок сырья для производства;

- проблемы логистики – перевозки, закупок, добавленной стоимости;
- медленное развитие отечественных производителей.

За 2021 год цены на интим-товары в среднем выросли на 15-20%, причем это касается преимущественной импортной продукции. При этом потребительский спрос не стал ниже, однако с прогнозируемым снижением доходов постоянно увеличивающиеся цены могут представлять особую опасность для развивающегося рыночного сегмента [10].

Логистические проблемы продукции для сексуального здоровья связаны с тем, что основной путь поставок проходит через Китай, и в результате образуются сложные связи, прибавляются цены. К тому же, дефицит материалов, таких как силикон, устойчивые к нагреву эластомеры и металл, побуждает производителей устанавливать более высокие цены за качественные товары.

Замещение импорта в этой сфере продвигается медленно – российские предприятия могут удовлетворить только 20% спроса, и при этом ассортимент продукции сильно ограничен. Отечественные производители предпочитают работать с эротическим бельем, фаллоимитаторами и косметическими средствами, в то время как категория интим-продукции охватывает гораздо больше товаров.

Другие проблемы индустрии и рынка в целом относятся к этическим и моральным вопросам, неразрывно связанным с интимной жизнью человека. Многие люди до сих пор считают неприемлемым открытое обсуждение интимной жизни с посторонними людьми, а потому предпочитают делать покупки онлайн. Как упоминалось ранее, в этой сфере активно развиваются маркетплейсы, позволяющие заказывать товары для сексуального здоровья через интернет. Однако в этом случае слабо налаживается или полностью отсутствует связь с консультантом, способным дать полезные рекомендации, которые зачастую необходимы не только для комфорта, но также для защиты здоровья человека [11].

Предубеждения и нежелание раскрывать детали личной жизни – не единственные проблемы рынка. С другой стороны интерес к подобным товарам может ослабляться из-за некорректного маркетинга. Многие продавцы продолжают использовать для рекламы интим-товаров изображения женщин модельной внешности в вызывающей одежде или эротическом белье, что расставляет неправильные акценты. В результате возникает эмоциональный барьер или образ, согласно которому продукция для сексуального здоровья предназначается только для привлекательных и смелых людей, а также рискованных экспериментов или непривычных форм секса. В действительности же эти товары предназначены для всех совершеннолетних людей, вне зависимости от внешности или опыта [2].

Еще одной проблемой рынка может стать недостаток информации. В магазинах нередко можно найти те или иные товары, однако описания или инструкции к ним сформулированы сложным или непонятным языком, либо отсутствуют. Поскольку в вопросах здоровья необходима максимально возможная открытость, недостаток данных может привести к проблемам – появлению неприятных впечатлений и опыта, травмам или эмоциональному дискомфорту [12].

Обсуждая деликатные темы с покупателями, поставщики должны проявлять профессионализм, обращая внимание на все детали – от манеры речи до оформления писем, рассылающихся постоянным клиентам по рассылке. Стоит избегать грубых выражений или крупных изображений, способных привлечь ненужное внимание. Правильный подход в этом вопросе способен обеспечить значительный прирост покупателей.

Заключение

Рынок интим-товаров в России появился только в 90-е, и за прошедшие годы успел заметно развиваться – теперь ассортимент расширился, появились специальные сети магазинов, открылись соответствующие отделы в сетях ритейлеров и на маркетплейсах. В результате продукция для сексуального здоровья стала более доступной и понятной пользователям. Меняющиеся условия жизни, распространение объективной информации о сексе и стремление открыть новые ощущения, сохраняя собственное здоровье – все это побуждает покупателей в крупных городах России обращаться к интим-товарам. Рынок быстро растет – увеличивается емкость, прибавляется оборот, появляются новые коммерческие точки.

Однако при благоприятных условиях наблюдаются и трудности – например, недостаток достоверной информации, наличие предрассудков и стеснения. Кроме того, возникают и общие проблемы, касающиеся поставок, дорожающих товаров. Некоторые из этих проблем могут быть решены замещением импорта и появлением новых цепочек и маршрутов поставок, однако все эти варианты все еще прорабатываются.

К товарам для сексуального здоровья относятся косметические, оздоровительные и защитные средства, также необходимые для безопасных половых контактов и развития собственной сексуальности. Сталкиваясь с трудностями, рынок интим-товаров продолжает расширяться, охватывая новые направления – в последние годы многие пользователи больше не воспринимают эту категорию как исключительно сектор интимных игрушек и осваивают полный спектр ее возможностей.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Смолина В. Секреты продвижения в социальных сетях / В. Смолина — М.: Инфра-инженерия, 2019. — 252 с.
2. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей: закон: [от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 05.12.2022)].
3. Бизнес: как запустить производство товаров для секса в России [Электронный ресурс] // Тинькофф Журнал. — 2021. — URL: <https://journal.tinkoff.ru/purpur/>. (дата обращения: 01.03.23)
4. Теренина К.И. Особенности продвижения товара через социальные платформы. / К.И. Теренина // Евразийский Союз Ученых. — 2015. — 9-1.
5. Пош Ю. Как устроена индустрия секс-игрушек в России [Электронный ресурс] / Ю. Пош, Т. Столяр // VOQUE. — 2021. — URL: <https://www.vogue.ru/lifestyle/kak-ustroena-industriya-seks-igrushek-v-rossii>. (дата обращения: 01.03.23)
6. Многие любят погорячее: как меняется российский рынок товаров категории 18+ [Электронный ресурс] // BIZ360. — 2022. — URL: <https://biz360.ru/materials/mnogie-lyubyat-pogoryachee-kak-menyetsya-rossiyskiy-rynok-tovarov-kategorii-18>. (дата обращения: 01.03.23)
7. Русакова М. Потребление сексуальных услуг в современном российском обществе: объем, характеристики, мотивы. / М. Русакова // Социология девиантности. — 2012. — 1.
8. Дагаева В. Секс-шопы в России: мнения и отзывы пользователей Рунета [Электронный ресурс] / В. Дагаева // Лайкни. — 2021. — URL: <https://www.likeni.ru/analytics/seks-shopy-v-rossii-mneniya-i-otzyvy-polzovateley-runeta/>. (дата обращения: 01.03.23)
9. Коробицын Д. Что происходит на российском рынке секс-гаджетов [Электронный ресурс] / Д. Коробицын // RB.ru. — 2020. — URL: <https://rb.ru/longread/sex-gadgets/>. (дата обращения: 01.03.23)
10. Карпова Л.А. Структура мышления представителей поколения «цифровой» культуры. / Л.А. Карпова // Современная наука, общество и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации ; под ред. Г.Ю. Гуляева — Пенза: Наука и просвещение, 2022. — с. 228-235.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Smolina V. Sekrety' prodvizheniya v social'ny'x setyax [Secrets of Promotion in Social Networks] / V. Smolina — М.: Infra-inzheneriya, 2019. — 252 p. [in Russian]
2. Russian Federation. Laws. O zashchite prav potrebitelei [On Consumer Rights Protection]: law: [dated 07.02.1992 N 2300-1 (as amended on 05.12.2022)]. [in Russian]
3. Biznes: kak zapustit' proizvodstvo tovarov dlya seksa v Rossii [Business: How to Launch the Production of Sex Products in Russia] [Electronic source] // Tinkoff Magazine. — 2021. — URL: <https://journal.tinkoff.ru/purpur/>. (accessed: 01.03.23) [in Russian]
4. Terenina K.I. Osobennosti prodvizheniya tovara cherez social'ny'e platformy' [Features of Product Promotion Through Social Platforms]. / K.I. Terenina // Evrazijskiy Soyuz Ucheny'x [Eurasian Union of Scientists]. — 2015. — 9-1. [in Russian]
5. Posh Yu. Kak ustroena industriya seks-igrushek v Rossii [How the Sex Toy Industry Works in Russia] [Electronic source] / Yu. Posh, T. Stolyar // VOQUE. — 2021. — URL: <https://www.vogue.ru/lifestyle/kak-ustroena-industriya-seks-igrushek-v-rossii>. (accessed: 01.03.23) [in Russian]
6. Mnogie lyubyat pogoryachee: kak menyaetsya rossijskiy ry'nok tovarov kategorii 18+ [Many People Like It Hot: How the Russian Market of Goods of Category 18+ Is Changing] [Electronic source] // BIZ360. — 2022. — URL: <https://biz360.ru/materials/mnogie-lyubyat-pogoryachee-kak-menyetsya-rossiyskiy-rynok-tovarov-kategorii-18>. (accessed: 01.03.23) [in Russian]
7. Rusakova M. Potreblenie seksual'ny'x uslug v sovremennom rossijskom obshhestve: ob'em, xarakteristiki, motivy' [Consumption of Sexual Services in Modern Russian Society: Volume, Vharacteristics, Motives]. / M. Rusakova // Socialogiya deviantnosti [The Sociology of Deviance]. — 2012. — 1. [in Russian]
8. Dagaeva V. Seks-shopy' v Rossii: mneniya i otzy'vy' pol'zovatelej Runeta [Sex Shops in Russia: Opinions and Reviews of Runet Users] [Electronic source] / V. Dagaeva // Like. — 2021. — URL: <https://www.likeni.ru/analytics/seks-shopy-v-rossii-mneniya-i-otzyvy-polzovateley-runeta/>. (accessed: 01.03.23) [in Russian]
9. Korobicy'n D. Chto proisxodit na rossijskom ry'nke seks-gadzheto'v [What Is Happening on the Russian Market of Sex Gadgets] [Electronic source] / D. Korobicy'n // RB.ru. — 2020. — URL: <https://rb.ru/longread/sex-gadgets/>. (accessed: 01.03.23) [in Russian]
10. Karpova L.A. Struktura my'shleniya predstavitelej pokolenii «cifrovoj» kul'tury' [The Structure of Thinking of Representatives of the Generation of "Digital" Culture]. / L.A. Karpova // Modern Science, Society and Education: Current Issues, Achievements and Innovations; edited by G.Yu. Gulyaeva — Penza: Nauka i prosvyashenie, 2022. — p. 228-235. [in Russian]