

Московский рынок БАД: итоги 2003 года

Биологически активные и прочие добавки к пище (сокращенно БАД) – особая категория товаров аптечного ассортимента. БАД не являются лекарственными препаратами, но содержат вещества, необходимые для поддержания нормальной жизнедеятельности и повышения неспецифической резистентности организма, а также средства сопутствующей или вспомогательной терапии при различных заболеваниях. Об их эффективности и целесообразности применения до сих пор ведутся споры, и пока не выработано единого мнения у специалистов и потребителей. Несмотря на это, БАД успешно продаются в аптеках уже несколько лет, наращивая объемы продаж и расширяя ассортимент.

В настоящем обзоре мы приводим итоги всего 2003 года. Данные учитывают закупки в оптовых ценах аптечными учреждениями Москвы.

За исследуемый период объемы продаж БАД составили **26 304 362 [USD]** и **18 694 423 [УП]**, что составило 5,35% от стоимостного (*диаграмма 1*) и 4,68% от натурального объемов продаж лекарственных препаратов в Москве за 2003 год.

На продажи БАД, как и лекарственных препаратов, влияет сезонность (*диаграмма 2*). Помесячные колебания продаж БАД практически полностью соответствуют таковым для лекарственных препаратов: наиболее успешными месяцами за прошедший 2003 год стали октябрь, ноябрь и декабрь; летом и в январе наблюдался традиционный спад.

Удерживают лидерство российские БАД – их доля составила 56,51% от стоимостного и 84,23% от натурального объема за исследуемый период. Как видим, подавляющее большинство БАД – российского производства. К тому же, отечественные БАД намного

дешевле своих импортных аналогов: средневзвешенная цена одной условной упаковки российского БАД составила 28,85 рублей, тогда как импортной – 118,76 рублей, что выше примерно в 4 раза! Поэтому нет ничего удивительного, что потребители отдают предпочтение БАД российского производства: невысокая цена, широкий ассортимент, активные рекламные кампании, степень доверия (дело в том, что отечественные БАД включают в свой состав активные вещества расти-

Диаграмма 1

Доля БАД от объема продаж ЛП за 2003 год, % USD

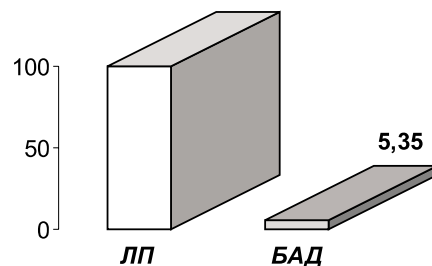


Диаграмма 2

Доли стоимостного и натурального помесечных объемов продаж БАД в 2003 году

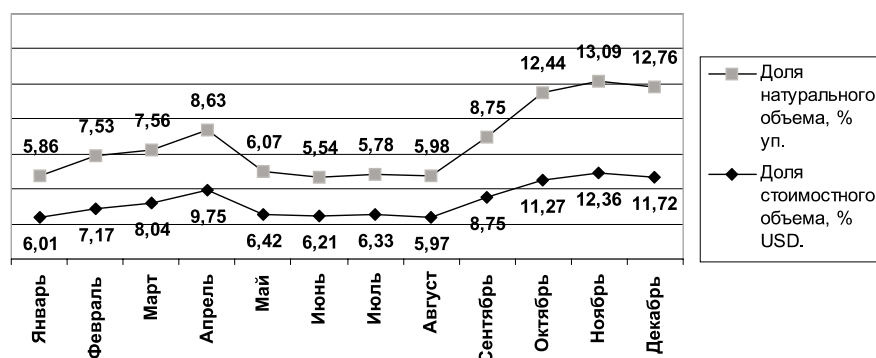


Таблица 1

ТОП-10 БАД за 2003 год

№	Полное наименование	Объем, USD	Объем, уп.	Доля стоимост. объема, % USD.	Доля натур. объема, % уп.
1	АЛФАВИТ ТБ №60	700 449	319 962	2,66	1,71
2	ИДЕАЛ ПИЛЮЛИ 500 МГ №60	616 620	46 626	2,34	0,25
3	ВИАРДО ТБ №60	516 778	220 284	1,96	1,18
4	ЧЕРНИКА-ФОРТЕ ТБ 0.25Г №50	495 098	534 795	1,88	2,86
5	КАПИЛАР ТБ №100	387 126	110 396	1,47	0,59
6	ЦЕЛЛАСЕНЕ КАПС. №40	380 644	10 804	1,45	0,06
7	ИНОЛТРА ТБ №72	363 105	7 629	1,38	0,04
8	АСТИН КАПС 0.5Г №30	327 002	45 715	1,24	0,24
9	САБЕЛЬНИК-ЭВАЛАР ФЛ 100 МЛ	323 388	118 310	1,23	0,63
10	ЛАКТОФИЛЬТРУМ ТБ №60	322 423	158 256	1,23	0,85
Суммарные доли БАД ТОП-10				16,85	8,41

тельного и другого происхождения, распространенные на территории нашей страны и привычные россиянам).

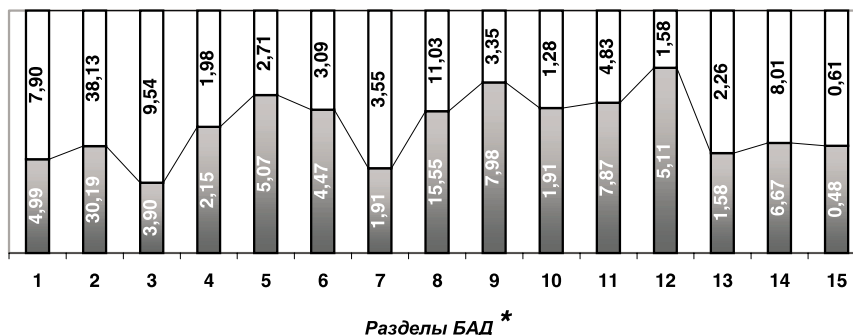
Все БАД различаются по составу, показаниям и принципу действия, поэтому согласно Федеральному Реестру БАД они поделены на группы (разделы). Отслеживая продажи БАД по группам, было выявлено, что лидирует группа 2 «БАД к пище, влияющие преимущественно на процессы тканевого обмена», – ее доля составила 2003 год 30,19% от стоимостного и 38,13% от натурального объемов. На втором месте находится группа 8 «БАД к пище, поддерживающие функции органов пищеварения» (15,55% и 11,03% соответственно), а третье место поделили группы 9 «БАД к пище для лиц, контролирующих массу тела» и 11 «БАД к пище, поддерживающие функцию опорно двигательного аппарата» – на их долю пришлось практически равные части от продаж всех БАД: ~8% стоимостного и около 4-5% натурального объемов. Наименее продаваемой оказалась группа 15 «БАД к пище, влияющие на лактацию» – всего 0,48% и 0,61% соответственно (диаграмма 3).

Нами были определены БАД – лидеры продаж за исследуемый период (таблица 1). Суммарные доли ТОП-10 составили 17% от стоимостного и 8,4% от натурального объемов, то есть занимают довольно большую долю рынка БАД.

В таблице №2 приведен список наиболее дорогостоящих БАД за 2003 год. Самым дорогостоящим БАД за исследуемый период стал БИОНОРМАЛАЙЗЕР ПОР 3 Г №30 – его закупочная цена составила более чем 115 \$ США. Все БАД, вошедшие в ТОП-10 таблицы 2, являются препаратами иностранного производства, что подтверждает приведенное выше утверждение о высокой стоимости импортных БАД.

Вообще, если говорить о ценах в группах БАД, то наиболее высокая средневзвешенная цена за 1 условную упаковку БАД наблюдается в группе 12 «БАД к пище, влияющие на гумораль-

Распределение объемов продаж БАД по разделам Госреестра БАД



■ Доля стоимостного объема, % usd. □ Доля натурального объема, % уп.

*Разделы БАД по классификации Госреестра

1. БАД к пище, влияющие на функции центральной нервной системы.
2. БАД к пище, влияющие преимущественно на процессы тканевого обмена.
3. БАД к пище – источники минеральных веществ.
4. БАД к пище, поддерживающие функцию иммунной системы.
5. БАД к пище – источники веществ антиоксидантного действия и веществ, влияющих на энергетический обмен.
6. БАД к пище, влияющие на функцию сердечно-сосудистой системы.
7. БАД к пище, поддерживающие функцию органов дыхания.
8. БАД к пище, поддерживающие функции органов пищеварения.
9. БАД к пище для лиц, контролирующих массу тела.
10. БАД к пище, снижающие риск заболеваний органов мочеполовой системы.
11. БАД к пище, поддерживающие функцию опорно-двигательного аппарата.
12. БАД к пище, влияющие на гуморальные факторы регуляции обмена веществ.
13. БАД к пище, влияющие на процесс детоксикации и способствующие выведению из организма чужеродных и токсичных веществ.
14. БАД различных групп.
15. БАД к пище, влияющие на лактацию.

Таблица 2

ТОП-10 наиболее дорогостоящих БАД за 2003 год

№	Полное наименование	Средняя цена за 1 уп., руб.	Доля стоимост. объема, % USD.	Доля натур. объема, % уп.
1	БИОНОРМАЛАЙЗЕР ПОР. 3 Г №30	3 410,49	0,3246	0,0041
2	МЕГАМИН КАПС 0.4Г №150	2 471,05	0,5310	0,0091
3	ПАРАЦЕЛЬС ПРОТИВОРАКОВЫЙ КОМПЛЕКС ФЛ. №4 (2+2)	2 328,52	1,0212	0,0191
4	КАРДИО НОРМАЛАЙЗЕР ПАК 3.0Г №30 2	253,16	0,0107	0,0002
5	ПСОРИКЛИН АНТИОКСИДАНТ-ФОРМУЛА КАПС. №60	2 215,61	0,0510	0,0010
6	ЛАВЕРОН ТБ 500МГ №9	2 000,00	0,0038	0,0001
7	МЕН'С ФОРМУЛА «СПЕРМАКТИН» ПОР 105Г (30 ДОЗ)	1 908,00	0,2989	0,0068
8	ФЕМИНГЛАНДИН ГЛА+Е ТБ №168	1 859,75	0,0038	0,0001
9	СУПЕР СИСТЕМА-ШЕСТЬ ТБ №360	1 784,39	0,2099	0,0052
10	ВЕРОМАКС ДЛЯ МУЖЧИН ТБ №90	1 765,25	0,3708	0,0091

ТОП-10 фирм-производителей БАД за 2003 год

№	Полное наименование	Объем, USD	Объем, уп.	Доля стоимост. объема, % USD.	Доля натур. объема, % уп.
1	ЭВАЛАР	1 984 245	1 605 919	7,54	8,59
2	PHARMA-MED INC	1 316 840	124 431	5,01	0,67
3	ДИОД	1 252 787	725 278	4,76	3,88
4	IRWIN NATURALS	1 194 049	31 151	4,54	0,17
5	АКВИОН ЗАО	941 313	420 012	3,58	2,25
6	FERROSAN AG	743 973	67 674	2,83	0,36
7	ИНДУСТРИ ДЖАМУ САРИ САХАТ	616 620	46 626	2,34	0,25
8	ЭКОЛОГИЯ ПИТАНИЯ	554 795	599 961	2,11	3,21
9	NATURE'S WAY PRODUCTS INC.	540 217	37 141	2,05	0,20
10	ПУЛАТ ТОО	526 420	223 995	2,00	1,20
Суммарные доли фирм ТОП-10				36,77	20,77

ные факторы регуляции обмена веществ» – 139,52 рублей, а самая низкая цена – в группе 3 «БАД к пище – источники минеральных веществ» – 17,61 рублей.

Стоимостной рейтинг фирм-производителей БАД возглавляет российская компания «Эвалар» – ее доли составили 7,54% usd-объема и 8,59% объема (уп.), причем «Эвалар» лидирует по обоим показателям (таблица 3). Показателен тот факт, что данная компания опережает по натуральному показателю своего ближайшего конкурента, российскую компанию «Диод», более чем в 2 раза, а натуральные объемы продаж иностранных компаний вообще не превышают 1%. Суммарные доли фирм ТОП-10 составили почти 40% стоимостного и более 20% натурального объема.

Итоги функционирования московского аптечного рынка БАД за 2003 год свидетельствуют о том, что данный сектор уже получил хорошее раз-

витие и, по всей видимости, будет стремительно развиваться и дальше. Однако такое широкомасштабное применение БАД должно находиться под контролем государственной сис-

темы регулирования их реализации, контроля качества, безопасности и эффективности.

Насекина Екатерина,
эксперт-аналитик DSM Group