

## БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПИЩЕВАРЕНИЕ

Маркетинговое агентство DSM Group

Биологически активные добавки, влияющие на пищеварение, – это композиции биологически активных веществ, предназначенных для непосредственного приёма с пищей, влияющие на пищеварительную систему организма.

БАД, влияющие на пищеварение, – одна из самых популярных групп БАД на российском аптечном рынке. На долю этой группы приходится порядка 16% всех аптечных продаж БАД.

2012-2013 гг. были самыми успешными с точки зрения продаж БАД в целом. Рассматриваемая группа не стала исключением. По итогам 2013 г. объем продаж (в конечных ценах потребления) БАД, влияющих на пищеварение, составил 5,8 млрд. руб., что на 20% больше, чем в предыдущем году. В упаковках также наблюдался довольно существенный рост – «+16%» (39 млн. упак.). В целом динамика продаж БАД для пищеварения соответствует динамике спроса на все БАД в аптеках. Исключением в этом плане стал «посткризисный» 2010 год, когда аптечные продажи БАД сократились в пределах 2%, в то же время спрос на БАД, влияющие на пищеварение, продолжал планомерно увеличиваться

(в 2010 г. прирост продаж составил +3,4% в рублях).

Темпы роста продаж в упаковках отстают от темпов роста стоимостных показателей емкости потребления.

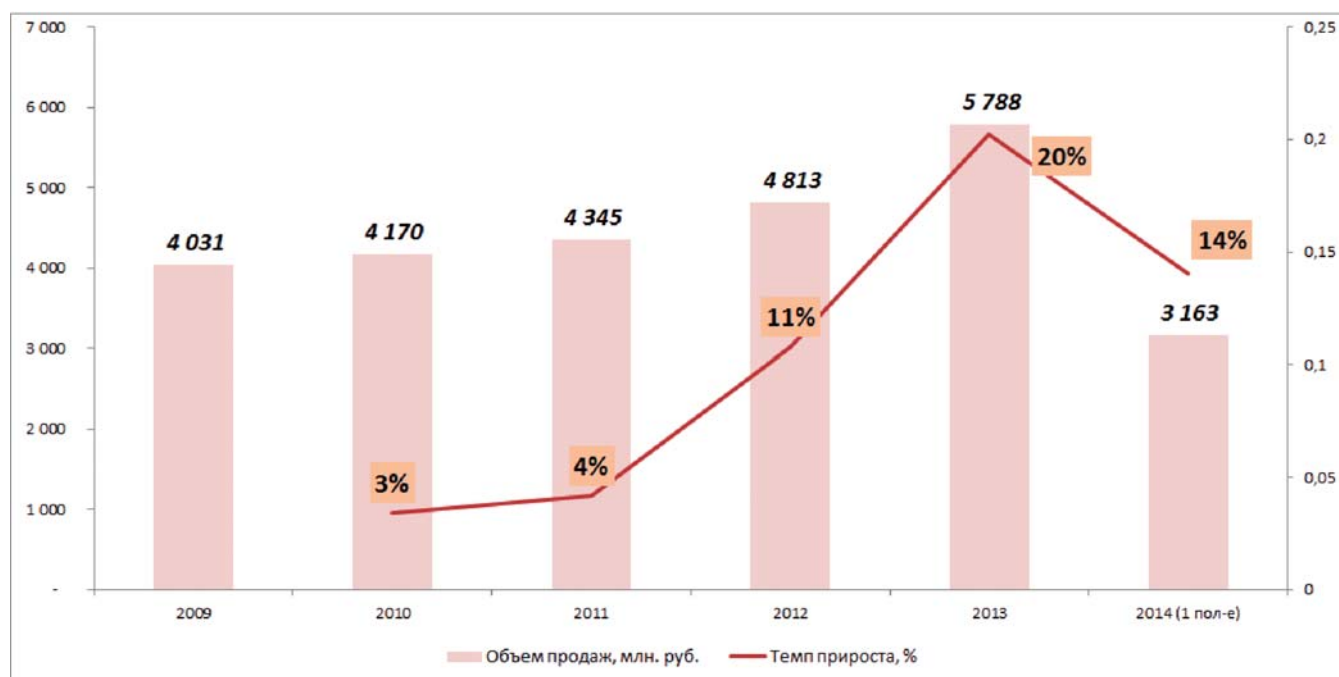
Что касается средней розничной цены на БАД, влияющие на пищеварение, в аптеках страны, то она по итогам 2013 г. была равна 171 руб./упак. В первом полугодии 2014 г. удорожание составило 10 руб., а средняя отпускная цена – 181 руб./упак. Одна упаковка БАД стоит в среднем на 35% дороже, чем упаковка БАД рассматриваемой группы. Примечательно, что в 2010-2011 гг. ценовая разница была меньше – в интервале 20-25%. В 2012 г. на фоне общего роста цен на БАД в целом добавки для пищеварения подешевели на 3%, что и привело к росту ценовой разницы.

Наиболее популярной формой БАД для пищеварения являются таблетки и капсулы, на их долю совокупно приходится порядка 50% всего объема продаж. С заметным отставанием далее следуют порошок и порошок для приготовления раствора внутрь (с 14% и 9% соответственно).

Если рассматривать БАД, влияющие на пищеварение, в разрезе классификатора DSM Group, можно получить более полное представление о том, какие именно препараты пользуются максимальным спросом в аптеках страны (Табл. 1).

Порядка 50% всего рассматриваемого сегмента занимают БАД, способствующие поддержанию и восстановлению нормальной микрофлоры кишечника. Это такие популярные среди населения препараты, содержащие пробиотики, как Нормобак, Бифиформ, Максилакидр. Назначаемые и рекомендуемые зачастую как элемент восстановительной терапии после различных болезней, они довольно стабильно наращивают свои продажи. На втором месте по величине спроса с долей в 21% следуют БАД, обладающие слабительным эффектом (влияющие на моторно-эвакуаторную функцию кишечника). Здесь довольно уверенно себя чувствуют не только препараты нового поколения, такие как Фитолак и Фрутолак, но традиционные для отечественного рынка Капли Огаркова и Сенна.

Рис. 1. Динамика продаж БАД, влияющих на пищеварение, в рублях в 2009-2014 г.г.



# НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМ СРЕДСТВОМ

Рис. 2. Динамика продаж БАД, влияющих на пищеварение, в упаковках в 2009-2014 г.г.

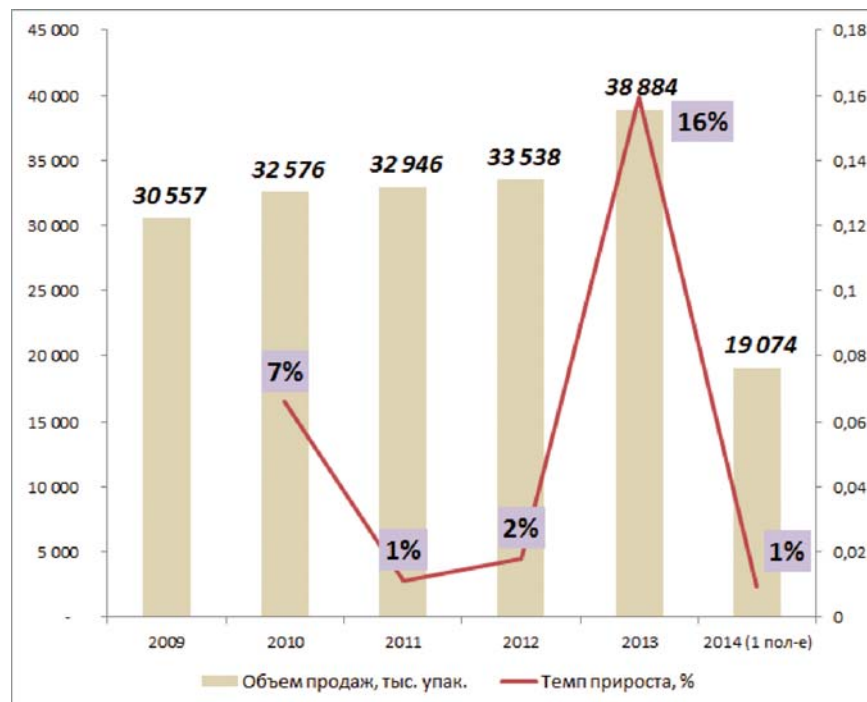


Рис. 3. Динамика розничных цен на БАД в 2009-2014 г.г.

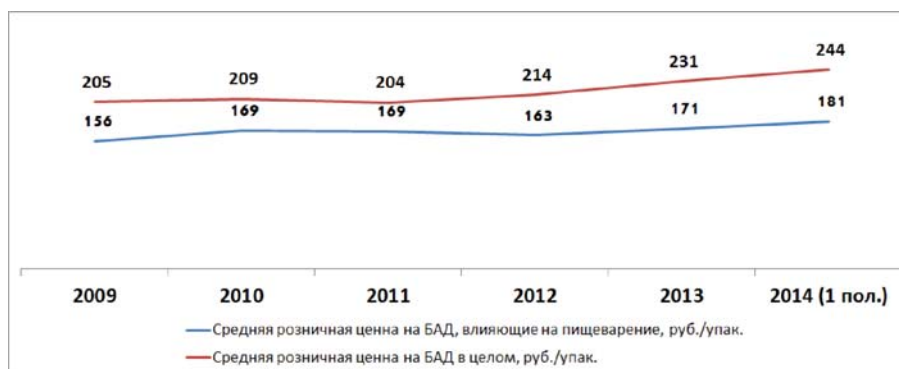


Рис. 4. Структура продаж БАД, влияющих на пищеварение, по форме средств в 2014 г. (1-е пол.), руб.

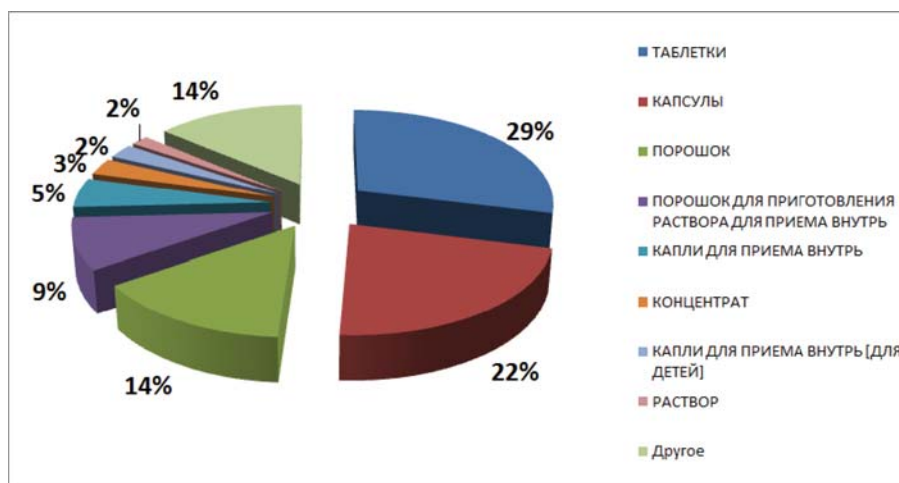


Таблица 1  
**Структура потребления БАД, влияющих на пищеварение по действию**

Категория БАД	Доля в общем объеме продаж (рубли)	
	2013	2014 (1-е пол.)
БАД, СПОСОБСТВУЮЩИЕ ПОДДЕРЖАНИЮ И ВОССТАНОВЛЕНИЮ НОРМАЛЬНОЙ МИКРОФЛОРЫ КИШЕЧНИКА.	48,3%	51,2%
БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА МОТОРНО-ЭВАКУАТОРНУЮ ФУНКЦИЮ КИШЕЧНИКА.	21,4%	21,0%
БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ПЕЧЕНИ И ЖЕЛЧНОГО ПУЗЫРЯ.	19,3%	17,8%
БАД, УЛУЧШАЮЩИЕ ОБЩЕЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ЖКТ, В ТОМ ЧИСЛЕ ВЕТРОГОННЫЕ БАД	7,7%	7,4%
БАД, ОБЛАДАЮЩИЕ АНТИГЕЛЬМИНТНЫМ И ПРОТИВОПАРАЗИТАРНЫМ ДЕЙСТВИЕМ.	1,4%	1,2%
БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ВОСПАЛИТЕЛЬНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЯХ И ФЕРМЕНТНОЙ НЕДОСТАТОЧНОСТИ ПОДЖЕЛУДОЧНОЙ ЖЕЛЕЗЫ.	0,9%	0,8%
БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ЯЗВЕННОЙ БОЛЕЗНИ ЖЕЛУДКА И 12-ПЕРСТНОЙ КИШКИ И/ИЛИ ГАСТРИТАХ.	0,5%	0,4%
БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В СТОМАТОЛОГИИ.	0,4%	0,2%
БАД, ПОВЫШАЮЩИЕ АППЕТИТ.	0,1%	0,1%
БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ВОСПАЛИТЕЛЬНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ЖЕЛУДКА И/ИЛИ КИШЕЧНИКА.	0,05%	0,03%

Таблица 2  
**Ключевые бренды БАД, влияющие на пищеварение по ведущим категориям**

Категория БАД	Бренд	Объем продаж, млн. руб.		Прирост, %	
		2013	2014 (1 пол.)	2013/2012	1 пол. 2014/ 1 пол. 2013
БАД, СПОСОБСТВУЮЩИЕ ПОДДЕРЖАНИЮ И ВОССТАНОВЛЕНИЮ НОРМАЛЬНОЙ МИКРОФЛОРЫ КИШЕЧНИКА.	БИФИФОРМ	364	201	8%	11%
	НОРМОБАКТ	375	248	65%	50%
	МАКСИЛАК	335	161	135%	4%
	БИОН 3	221	111	2%	3%
	ПРИМАДОФИЛУС	197	105	1%	9%
	НОРМОФЛОРИН	137	89	-4%	35%
	НАРИНЕ	129	69	26%	13%
	РИОФЛОРА	111	73	20%	38%
БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА МОТОРНО-ЭВАКУАТОРНУЮ ФУНКЦИЮ КИШЕЧНИКА	ФИТОЛАКС	955	490	12%	5%
	ДИЕТ ФОРМУЛА	153	104	107%	40%
	ФРУТОЛАКС	54	26	23%	-7%
	КАПЛИ ОГАРКОВА	22	14	-11%	54%
	СЕННА	21	11	54%	-2%
БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ПЕЧЕНИ И ЖЕЛЧНОГО ПУЗЫРЯ	ОВЕСОЛ	461	208	6%	-9%
	ГЕПАТРИН	236	141	-7%	13%
	РАСТОРОПША	63	39	5%	34%
	ЗДРАВУШКА	79	33	79%	-9%
	ЖИВИТЕЛЬ	33	14	-41%	-19%
	ГЕПАГАРД	36	20	41%	16%
БАД, УЛУЧШАЮЩИЕ ОБЩЕЕ ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ЖКТ, В ТОМ ЧИСЛЕ ВЕТРОГОННЫЕ БАД	БЕЙБИ КАЛМ	159	77	8%	8%
	ОТРУБИ ЛИТО	87	42	-8%	-10%
	УГОЛЬ БАУ	36	22	1252%	67%
	АНКИР-Б	19	11	-30%	24%
	УКРОП	19	9	1%	5%
	ЗАКОФАЛЬК	20	15	95%	77%

Таблица 3  
Ключевые игроки сегмента БАД, влияющих на пищеварение

Категория БАД	Бренд	Объем продаж, млн. руб.		Прирост, %		Доля рынка, %	
		2013	2014 (1 пол.)	2013/2012	1 пол. 2014/ 1 пол. 2013	2013	2014 (1 пол.)
ЭВАЛАР ЗАО	ФИТОЛАКС	955,5	489,6	12%	5%	16,5%	15,5%
	ОВЕСОЛ	461,3	207,8	6%	-9%	8,0%	6,6%
	ГЕПАТРИН	235,9	141,0	-7%	13%	4,1%	4,5%
	ТРОЙЧАТКА ЭВАЛАР	62,9	31,1	-29%	-4%	1,1%	1,0%
	АНКИР-Б	18,6	11,5	-30%	24%	0,3%	0,4%
	ЖКТ ТРАНЗИТ	11,1	4,0	-13%	-39%	0,2%	0,1%
	РАСТОРОПША	10,7	6,8	19%	39%	0,2%	0,2%
FERROSAN AG	БИФИФОРМ	363,9	201,3	8%	11%	6,3%	6,4%
MEDANA PHARMA TERPOL GROUP S.A.	НОРМОБАКТ	342,0	218,1	51%	39%	5,9%	6,9%
GENEXO SP. Z.O.O	МАКСИЛАК	334,7	161,0	135%	4%	5,8%	5,1%
MERCK SHARP & DOHME	БИОН 3	221,1	111,2	2%	3%	3,8%	3,5%
	БИОН 3 КИД	28,5	17,3	104%	52%	0,5%	0,5%
NATURE'S WAY PRODUCTS INC.	ПРИМАДОФИЛУС	197,0	105,0	1%	9%	3,4%	3,3%
БИОКОР ООО	ОТРУБИ ЛИТО	86,9	42,4	-8%	-10%	1,5%	1,3%
	НАРИНЕ	54,4	32,5	123%	37%	0,9%	1,0%
	ШРОТ СЕМЯН РАСТОРОПШИ ПЯТНИСТОЙ	15,3	5,6	-50%	-48%	0,3%	0,2%
	РАСТОРОПША	3,2	4,3	-15%	185%	0,1%	0,1%
HISUNIT LTD	БЕЙБИ КАЛМ	159,4	77,1	8%	8%	2,8%	2,4%
БИФИЛЮКС ООО	НОРМОФЛОРИН	136,8	89,4	-4%	35%	2,4%	2,8%
	ЭУФЛОРИН	4,9	1,9	237%	-23%	0,1%	0,1%
PHARMA-MED INC	ДИЕТ ФОРМУЛА	153,2	104,1	107%	40%	2,6%	3,3%

Чуть меньшим спросом, чем две упомянутые группы, пользуются БАД, применяемые при заболеваниях печени и желчного пузыря. Являющиеся порой альтернативой дорогим лекарственным гепатопротекторам, эти БАД довольно популярны в аптечной рознице. Речь идет прежде всего о таких брендах, как Овесол, Гепатрин, Расторопаш и др. (Табл. 2).

Что касается ключевых игроков сегмента БАД, влияющих на пищеварение, то в 1-м полугодии 2014 г. в аптеках страны было представлено чуть более 300 брендов, их производят 240 производителей. При этом около 70% рынка контролируется десятью ключевыми компаниями.

Безоговорочным лидером на сегодняшний день является российская компания Эвалар. Она производит 19 препаратов рассматриваемой группы. При этом четыре бренда – Фитолакс, Овесол, Гепатрин и Тройчатка Эвалар, обеспечивают компании почти всю рыночную долю (около 30%).

FERROSAN AG поставляет на рынок всего один препарат – Бифиформ, позиции которого в первом полугодии 2014 г. «отвоевал» Нормобакт, который также является единственным БАД, влияющим на пищеварение, поставляемый компанией MEDANA PHARMA на российский рынок (Табл. 3).

Новинки из БАД, оказывающих влияние на пищеварение, появляются в ап-

теках довольно регулярно – не менее 10-15 новых «запусков» в год. Только в первой половине 2014 г. на рынке появилось порядка 20 новых препаратов рассматриваемого типа. Успех продаж нового бренда зависит от многих факторов, основным из которых является информационное продвижение (это красочная реклама и яркие буклеты для покупателей, работы непосредственно с фармацевтами).

Из успешных новинок последних двух лет стоит упомянуть Максилак компании GENEXO SP. Z.O.O (стал продаваться в аптеках в 2012 г., доля рынка по итогам 2013 г. составила свыше 6%) и Линекс для детей компании LEK D.D. (год появления в аптеках – 2013 г., доля рынка в 2012 г. – 1,9%).