



Ксения Недоговорова

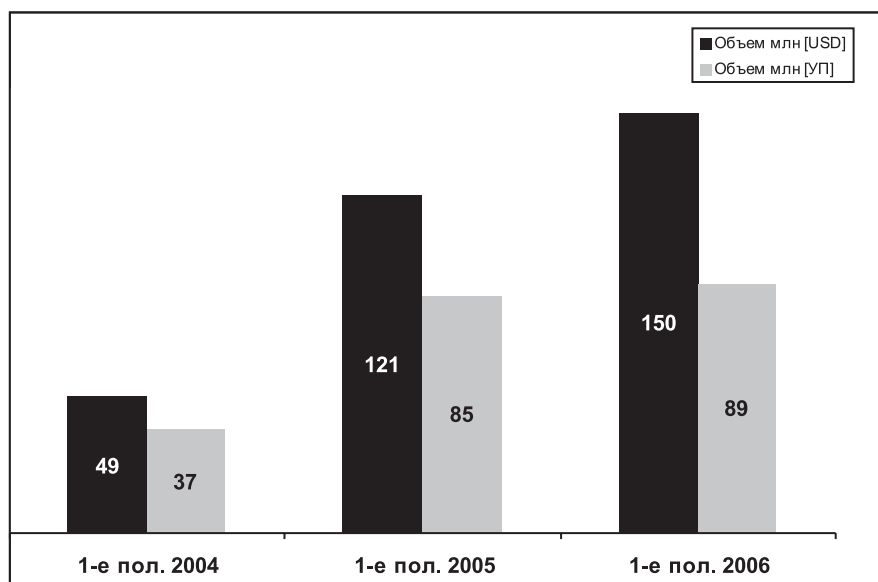
Биологически активные добавки - один из наиболее динамично развивающихся аптечных сегментов. Ассортимент БАД в аптеках достаточно разнообразен и продолжает расширяться с каждым годом. На сегодняшний день биологически активные добавки наряду с лекарствами применяются для лечения и профилактики большого количества заболеваний. Некоторые производители лекарственных препаратов расширяют ассортимент выпускаемой продукции за счет БАД, а также перерегистрируют ОТС-препараты (безрецептурные) как биологически активные добавки. В настоящем аналитическом обзоре мы рассмотрим российский аптечный рынок БАД за 1-е полугодие 2006 года. Все данные приведены в ценах аптечной оптовой закупки.

За исследуемый период времени через российские аптеки было реализовано 89 млн. упаковок БАД на общую сумму 150 млн. \$. По сравнению с аналогичным периодом 2005-го года прирост объемов продаж увеличился на 24 % \$ и 6 % упаковок (см. диаграмма 1). Скорость прироста объемов продаж значительно снизилась: в 1-м полугодии 2005 года прирост объемов продаж БАД по сравнению с 1-м полугодием 2004-го года составлял около 150 %. Возможно, такая ситуация связана с постепенным насыщением рынка биологически активных добавок.

Доля московских продаж БАД в исследуемый период времени составила 19 % в общем объеме реализации биологически активных добавок через российские аптеки. Если сравнивать с аналогичными периодами 2004 и 2005 годов, то можно выявить интересную тенденцию: доля московских продаж БАД в общем российском объеме постепенно уменьшается. Это связано с тем, что многие БАД сначала начинают

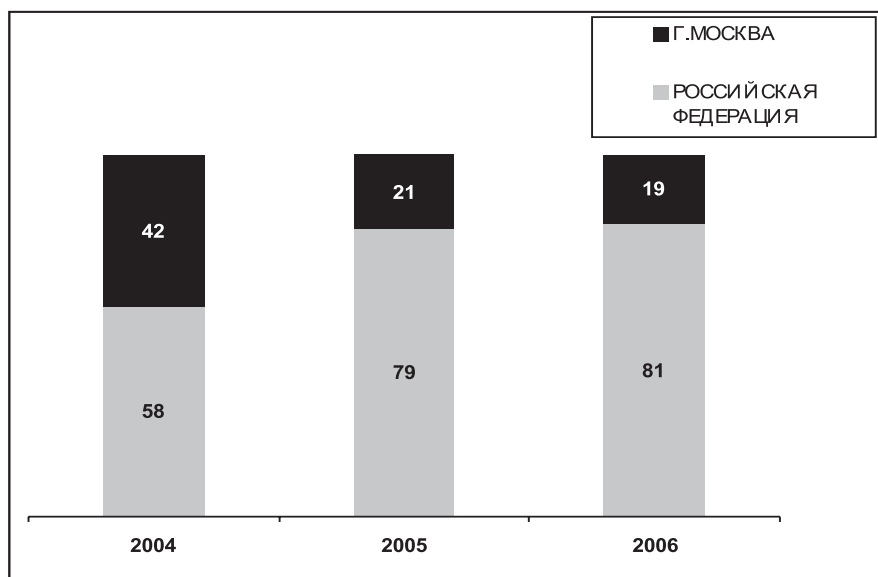
Российский рынок биологически активных добавок: итоги 1-го полугодия 2006 года

Диаграмма 1. Объем аптечного рынка биологически активных добавок в России в I полугодиях 2004-2006 гг.



Источник: DSM Group

Диаграмма 2. Доля Москвы в общем объеме реализации БАД через российские аптеки в I полугодиях 2004-2006 гг.



Источник: DSM Group

продаваться в Москве и только потом поступают в регионы. К тому же многие региональные производители БАД (например, в Алтайском крае) реализуют свою продукцию преимущественно в своем и прилегающих регионах (см. диаграмма 2).

В 1-м полугодии 2006 года по сравнению с аналогичным периодом 2005 года в российских аптеках появилось более 260 новых торговых наименований БАД. Среди новинок наибольший объем продаж у «Лэй Дэ» производства компании WORLD (TIANJIN) NUTRITION & HEALTH FOOD CO. LTD., «Турбослим-ночь» и «Турбослим-день» (ЭВАЛАР ЗАО), «Геримакс-Энерджи» (NYCOMED), «Валентина Дикуля капли» (ФОРА-ФАРМ ООО). Все выше перечисленные биологически активные добавки вошли в стоимостный ТОП-20 за 1-е полугодие 2006 года (см. таблица 1). Причем еще в конце 2005 года биологически активные добавки «Лэй Дэ», «Турбослим-день», «Турбослим-ночь», «Геримакс-Энерджи» и «Валентина Дикуля капли» занимали 33-е, 1370-е, 1610-е, 734 -е и 288-е места соответственно. Активное продвижение данных биологически активных добавок на специализированных выставках, в средствах массовой информации, а также общественном транспорте позволило этим БАД быстро занять высокие позиции в рейтинге.

В таблице 1 представлен ТОП-20 БАД по объему аптечных продаж в стоимостном выражении за 1-е полугодие 2006 года. Как и в прошлом году, лидером продаж в первом полугодии стал «Капилар» (по сравнению с 1-м полугодием 2005 года доля его продаж значительно увеличилась: с 4,69 % до 7,64 %). Второе место занимает «Жуйдэмэн д/похудения» (5,75 %), который в первом полугодии 2005 года еще не продавался, а по итогам 2005 года обогнал «Капилар». Продажи БАД «Алфавит» в сравнении с 1 полугодием 2005-го года несколько снижались (с 4,30 % до 2,95 %) – эта биологическая добавка занимает третье место.

Отметим, что в ТОП-20 за 1 полугодие вошло 10 торговых наименований БАД, которые отсутствовали в ТОП-20 за тот же период 2005 года. Из БАД, вошедших в ТОП-20 ТН за 1-е полугодие 2005 года, только «Лактофилтум» и «Красный корень» укрепили свои позиции в рейтинге. Многие БАД либо сместились на более низкие места в ТОП-20 («Алфавит», «Черника-форте», «Виардо» «Окулист», «Атероклефит», «Цыгапан»), либо вовсе его покинули («Идеал», «Йод-Актив», «Жуйдэмен чай», «Омегапол», «Гематоген русский», «Артровит», «Зимняя вишня», «Очанка звездная», «Канкура»).

В российских аптеках, как в предыду-

Таблица 1. ТОП-20 наименований БАД по стоимостному показателю в I полугодии 2006 года.

| № п/п | Торговое наименование | Фирма | 1-е пол. 2006 г. | 1-е пол. 2005 г. | В сравнении с ТОП-20 1-го пол. 2005 г. |
|-------|------------------------|--|------------------|------------------|--|
| 1 | КАПИЛАР | ДИОД ОАО | 7,64 | 4,69 | = |
| 2 | ЖУЙДЭМЭН Д/ПОХУДЕНИЯ | ПЕКИНСКИЙ ЦЕНТР ПРОДАЖИ ЖУЙДЭМЭН ЧАЯ | 5,75 | 2,04 | NEW |
| 3 | АЛФАВИТ | АКВА МДТ/АКВИОН ЗАО | 2,95 | 4,30 | □ |
| 2 | ОВЕСОЛ | ЭВАЛАР ЗАО | 2,92 | 0,56 | □ |
| 5 | ЧЕРНИКА-ФОРТЕ | ЭВАЛАР ЗАО | 2,79 | 2,85 | □ |
| 6 | ЛЮТЕИН-КОМПЛЕКС | ЭКОМИР ЗАО | 1,93 | 0,56 | NEW |
| 7 | ВИАРДО | ДИОД ОАО | 1,61 | 2,77 | □ |
| 8 | ЛЭЙ ДЭ | WORLD (TIANJIN) NUTRITION & HEALTH FOOD CO. LTD. | 1,45 | - | NEW |
| 9 | ЛАКТОФИЛЬТРУМ | СТИ-МЕДС СОРБ ОАО (ПОСТ-К ЛЕКСИРЬ) | 1,33 | 1,40 | □ |
| 10 | ОКУЛИСТ | ДИОД ОАО | 1,28 | 1,48 | □ |
| 11 | ЧЕРНЕГА | МЕРЦАНА (ПРОИЗВЕДЕНО "КУРОРТМЕДСЕРВИС") | 1,07 | 0,80 | NEW |
| 12 | КРАСНЫЙ КОРЕНЬ | НАРИНЕ ООО | 0,99 | 0,96 | □ |
| 13 | КУДЕСАН | АКВА МДТ/АКВИОН ЗАО | 0,96 | 0,34 | NEW |
| 14 | ТУРБОСЛИМ-НОЧЬ | ЭВАЛАР ЗАО | 0,96 | - | NEW |
| 15 | АТЕРОКЛЕФИТ | ЭВАЛАР ЗАО | 0,93 | 1,60 | □ |
| 16 | ГЕРИМАКС ЭНЕРДЖИ | NYCOMED | 0,93 | - | NEW |
| 17 | ТУРБОСЛИМ-ДЕНЬ | ЭВАЛАР ЗАО | 0,93 | - | NEW |
| 18 | ВАЛЕНТИНА ДИКУЛЯ КАПЛИ | ФОРА-ФАРМ ООО | 0,89 | - | NEW |
| 19 | ВУКА-ВУКА | BIOCORP PHARMACEUTICALS | 0,83 | 0,84 | NEW |
| 20 | ЦЫГАПАН | ПЛАНЕТА ЗДОРОВЬЯ - 2000 ООО | 0,82 | 1,28 | □ |

Источник: DSM Group

Таблица 2. Топ-10 фирм-производителей по стоимостному показателю в I полугодии 2006 года.

| № п/п | Фирма-производитель | 1-е пол. 2006 г. | Фирма-производитель | 1-е пол. 2005 г. |
|-------|---|------------------|---|------------------|
| 1 | ЭВАЛАР ЗАО | 14,07 | ДИОД ОАО | 12,1 |
| 2 | ДИОД ОАО | 13,44 | ЭВАЛАР ЗАО | 11,92 |
| 3 | ПЕКИНСКИЙ ЦЕНТР ПРОДАЖИ ЖУЙДЭМЭН ЧАЯ | 6,96 | АКВИОН ЗАО | 5,42 |
| 4 | АКВИОН ЗАО | 5,43 | МЕРЦАНА (ПРОИЗВЕДЕНО "КУРОРТМЕДСЕРВИС") | 4,77 |
| 5 | МЕРЦАНА (ПРОИЗВЕДЕНО "КУРОРТМЕДСЕРВИС") | 4,32 | ПЕКИНСКИЙ ЦЕНТР ПРОДАЖИ ЖУЙДЭМЭН ЧАЯ | 3,82 |
| 6 | ЭКОМИР ЗАО | 2,50 | NATUR PRODUKT | 2,06 |
| 7 | NYCOMED | 2,34 | ФАРМ-ПРО ТД | 1,85 |
| 8 | ФОРА-ФАРМ ООО | 2,23 | FERROSAN AG | 1,78 |
| 9 | FERROSAN AG | 2,11 | PHARMA-MED INC | 1,66 |
| 10 | PHARMA-MED INC | 2,04 | ИНДУСТРИ ДЖАМИ САРИ САХАТ | 1,61 |
| ИТОГО | | 55,43 | | 46,99 |

Источник: DSM Group

щие периоды, наблюдается преобладание биологически активных добавок, произведенных российскими производителями. В ТОП-10 вошло шесть российских фирм-производителей (см. таблица 2). Компания «Эвалар» благодаря выводу на рынок новых БАД «Турбослим-ночь» и «Турбослим-день» заняла первое место в рейтинге, обогнав лидера I-го полугодия 2005 года компанию

«Диод». На третьем месте в ТОП-10 - Пекинский центр продаж «Жуйдэмэн чая». В ТОП-10 в I-м полугодии вошла компания NYCOMED (7-е место в рейтинге производителей БАД против 18-го в 2005 году), которая вывела на рынок БАД серии «Геримакс»: «Геримакс Энерджи», «Геримакс Премиум» и «Геримакс Драйв». Данная ситуация подтверждает тот факт, что объ-

емы продаж БАД значительно зависят от рекламной активности производителей. Отметим, что суммарная доля фирм-производителей, вошедших в ТОП-10, составляет 55,43 %, что почти на 10 % больше, чем в I-м полугодии 2005 года. Эти компании сегодня – основные «игроки» рынка БАД.

Биологически активные добавки представлены 15-ю разделами Федерального реестра биологически активных добавок. Лидером продаж стали БАД группы «БАД к пище, влияющие преимущественно на процессы тканевого обмена БАД» (27,48 %), к которому относится наибольшее число торговых наименований биологически активных добавок, продающихся в аптеках России – около 1,5 тысячи (см. таблица 3). На втором месте – группа «БАД к пище для лиц, контролирующей массу тела» (16,22%), на третьем – «БАД к пище, поддерживающие функции органов пищеварения» (11,94%).

В некоторых группах объемы продаж во многом формируются одной биологически активной добавкой. Например, в группе «БАД к пище - источники веществ антиоксидантного действия и веществ, влияющих на энергетический обмен», занявшей 4-е место в рейтинге разделов реестра, 86% приходится на «Капилар». Спрос на эту биологически активную добавку производства компании «Диод ОАО» постоянно поддерживается активной рекламной компанией на радио и телевидении.

БАД находятся в широком ценовом диапазоне. Мы условно разделили все БАД на шесть ценовых диапазонов (см. диаграмма 3).

Как видно из диаграммы, наибольшим спросом как в Москве, так и в целом по России пользуются биологически активные добавки с ценой за одну упаковку от 100 до 500 рублей. Спрос на дорогостоящие БАД (более 500 рублей за упаковку) в Москве больше, так как средний уровень доходов населения в Москве более высокий.

Биологически активные добавки являются на сегодняшний день одним из самых динамично развивающихся аптечных сегментов. Однако недоверие к БАД все еще сохраняется, так как на рынке присутствует значительное количество недоброкачественной и несертифицированной продукции. Для успешного развития рынка БАД в России необходима его поддержка на государственном уровне, как в странах Западной Европы и США.

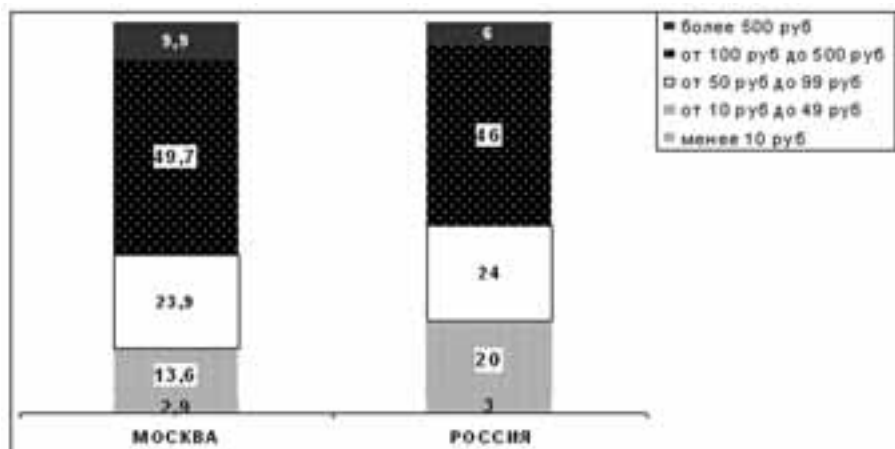
В статье использованы данные розничного аудита фармацевтического рынка России DSM Group, СМК соответствует требованиям ISO 9001:2000

Таблица 3. Соотношение продаж БАД в зависимости от разделов Федерального реестра биологически активных добавок в I-м полугодии 2006 года.

| Раздел реестра БАД | Доля раздела в общем объеме рынка БАД | Лидер продаж в разделе БАД | Доля лидера от общего объема продаж раздела | Доля в общем объеме рынка БАД |
|--|---------------------------------------|------------------------------------|---|-------------------------------|
| Раздел 2. БАД к пище, влияющие преимущественно на процессы тканевого обмена | 27,48 | АЛФАВИТ | 10,72 | 2,95 |
| Раздел 9. БАД к пище для лиц, контролирующей массу тела | 16,22 | ЖУЙДЭМЭН Д/ПОХУДЕНИЯ | 35,42 | 5,75 |
| Раздел 8. БАД к пище, поддерживающие функции органов пищеварения | 11,94 | ОВЕСОЛ | 24,48 | 2,92 |
| Раздел 5. БАД к пище - источники веществ антиоксидантного действия и веществ, влияющих на энергетический обмен | 8,80 | КАПИЛАР | 86,86 | 7,64 |
| Раздел 14. БАД различных групп | 7,33 | ЛЮТЕИН-КОМПЛЕКС | 26,37 | 1,93 |
| Раздел 11. БАД к пище, поддерживающие функцию опорно-двигательного аппарата | 5,36 | ВАЛЕНТИНА ДИКУЛЯ КАПЛИ | 16,56 | 0,89 |
| Раздел 12. БАД к пище, влияющие на гуморальные факторы регуляции обмена веществ | 4,79 | КРАСНЫЙ КОРЕНЬ | 20,57 | 0,96 |
| Раздел 6. БАД к пище, влияющие на функцию сердечно-сосудистой системы | 4,27 | АТЕРОКЛЕФИТ | 21,83 | 0,93 |
| Раздел 1. БАД к пище, влияющие на функции центральной нервной системы | 4,18 | ГИНГКО БИЛОБА ЭВАЛАР | 15,11 | 0,63 |
| Раздел 3. БАД к пище - источники минеральных веществ | 3,45 | СЕЛЕН АКТИВ | 23,73 | 0,81 |
| Раздел 13. БАД к пище, влияющие на процесс детоксикации и способствующие выведению из организма чужеродных и токсичных веществ | 2,73 | ЛЭЙ ДЭ | 53,14 | 1,45 |
| Раздел 7. БАД к пище, поддерживающие функцию органов дыхания | 1,37 | БАРСУЧИЙ ЖИР | 12,75 | 0,17 |
| Раздел 10. БАД, снижающие риск заболеваний органов мочеполовой системы | 1,07 | ПРОЛИТ СУПЕР | 17,37 | 0,19 |
| Раздел 4. БАД к пище, поддерживающие функцию иммунной системы | 0,61 | САНА-СОЛ ЕСЛИ РЕБЕНОК ЧАСТО БОЛЕЕТ | 26,48 | 0,16 |
| Раздел 15. БАД к пище, влияющие на лактацию | 0,41 | ННР Д/КОРМЯЩИХ МАТЕРЕЙ | 54,35 | 0,22 |

Источник: DSM Group

Диаграмма 3. Соотношение продаж БАД в зависимости от ценового диапазона в I-м полугодии 2006 года в России и Москве.



Источник: DSM Group