

СОХРАНИМ ГЛАЗА ЗДОРОВЫМИ

ОБЗОР РЫНКА БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК, ПРИМЕНЯЕМЫХ ДЛЯ ПРОФИЛАКТИКИ И ЛЕЧЕНИЯ ОРГАНОВ ЗРЕНИЯ.

Ксения Недоговорова

Специалист по фармацевтическому мониторингу

Отдел информации ЗАО «Группа ДСМ»



С помощью зрения человек получает около 80% информации об окружающем мире, поэтому необходимо избегать воздействия вредных факторов, которые могут привести к снижению или даже полной потере зрения. Но в наш век стремительно развивающихся технологий уберечь свое «зеркало души» от негативного воздействия практически невозможно – мы ежедневно смотрим телевизор, работаем за компьютером, читаем книги и т.д. Сегодня в российских аптеках существует широкий выбор средств, как биологически активных добавок, так и лекарственных препаратов, с помощью которых можно нивелировать нагрузку на зрение. Лекарственные препараты представлены, в основном, глазными каплями, снимающими раздражение и красноту. Большинство же пероральных препаратов представляют собой биологически активные добавки (БАД). В настоящем аналитическом обзоре мы рассмотрим российский аптечный рынок БАД, действие которых направле-

но на профилактику и/или лечение заболеваний глаз (таких как повышенная утомляемость глаз, снижение зрения и т.д.) – далее по тексту БАД Группы. Период исследования 2004-2006 год, все данные приведены в ценах оптовой аптечной закупки.

Ассортимент БАД Группы в 2006-м году был представлен ~ 100 торговыми наименованиями. Для сравнения, в 2004-м году ассортимент составлял почти в два раза меньше – 59 торговых позиций, в 2005-м – 93 позиции. Таким образом, всего за два года – ассортимент БАД Группы увеличился почти в два раза, что говорит о востребованности биологически активных добавок, воздействующих на органы зрения. С каждым годом, доля продаж БАД Группы от общего объема реализации всех БАД увеличивалась. В 2004-м году она составила около 7% долл., в 2005-м – ~ 8% долл., в 2006-м – почти 9%. Увеличивались и объемы розничной реализации БАД Группы. В 2004-м году они составили около 8,8 млн. долл., в 2005 выросли более чем в два

Таблица 1

ТОП-20 продаж торговых наименований БАД Группы в России в 2004-м – 2006-м годах, % долл.

N n/n	2006			2005			2004	
	Торговое наименование	Доля от общего объема продаж БАД Группы, % долл	прирост к 2005-му году, % долл	Торговое наименование	Доля от общего объема продаж БАД Группы, % долл	прирост к 2004-му году, % долл	Торговое наименование	Доля от общего объема продаж БАД Группы, % долл
1	ЧЕРНИКА-ФОРТЕ	30,9	23	ЧЕРНИКА-ФОРТЕ	30,9	81	ЧЕРНИКА-ФОРТЕ	39,5
2	ЛЮТЕИН-КОМПЛЕКС	22,9	175	ОКУЛИСТ	16,6	137	ОКУЛИСТ	16,2
3	ОКУЛИСТ	12,4	-8	ЧЕРНЕГА	11,2	12 005	ЭКВИТ ЗОРКОСТЬ	12,0
4	ЧЕРНЕГА	10,1	11	ЗВЕЗДНАЯ ОЧАНКА	11,1	657	ЛЮТЕИН-КОМПЛЕКС	6,0
5	ЗВЕЗДНАЯ ОЧАНКА	6,2	-31	ЛЮТЕИН-КОМПЛЕКС	10,2	292	ГЛАЗОРОЛ	4,0
6	ОКУВАЙТ ЛЮТЕИН	4,2	35	ЭКВИТ ЗОРКОСТЬ	4,5	-13	ЗВЕЗДНАЯ ОЧАНКА	3,4
7	СОФЬЯ ВИТАМИНЫ ДЛЯ ГЛАЗ	2,4	8	ОКУВАЙТ ЛЮТЕИН	3,8	1 031	ОКОВИТ С ЧЕРНИКОЙ	2,6
8	СОФЬЯ ВИТАМИНЫ ДЛЯ ГЛАЗ (ФОРМУЛА 40 +)	2,0	NEW	СОФЬЯ ВИТАМИНЫ ДЛЯ ГЛАЗ	2,7	183	ЧЕРНИКА ЭККО ПЛЮС	2,4
9	ЭКВИТ ЗОРКОСТЬ	1,2	-67	ОКОВИТ С ЧЕРНИКОЙ	1,6	45	СОФЬЯ ВИТАМИНЫ ДЛЯ ГЛАЗ	2,2
10	ЛЮТЕИН-ФОРТЕ	1,0	NEW	ЧЕРНИКА ЭККО ПЛЮС	1,2	19	ВИТАМИНЫ ДЛЯ ГЛАЗ	1,8
11	ОКОВИТ С ЧЕРНИКОЙ	0,8	-35	ВИТАМИНЫ ДЛЯ ГЛАЗ	0,9	18	ОКОВИТ	1,7
12	ЧЕРНИКА ЭККО ПЛЮС	0,7	-28	ТЕРРА-ПЛАНТ ЧЕРНИКА	0,7	82	ТЕРРА-ПЛАНТ ЧЕРНИКА	0,9
13	ВИТАМИНЫ ДЛЯ ГЛАЗ	0,6	-24	ОКОВИТ	0,6	-15	ОКУВАЙТ ЛЮТЕИН	0,8
14	ТЕРРА-ПЛАНТ ЧЕРНИКА	0,5	-22	ОКОВИТ ДЛЯ ДЕТЕЙ	0,6	124	ОКОВИТ ДЛЯ ДЕТЕЙ	0,6
15	СТРИКС КИДС	0,4	NEW	ГИНКГО-ЧЕРНИКА	0,3	26	ОКОВИТ С МОРКОВЬЮ	0,6
16	ОКОВИТ	0,3	-38	НАРОДНАЯ МЕДИЦИНА ОЧАНКА ЛЕКАРСТВЕННАЯ	0,2	162	ГИНКГО-ЧЕРНИКА	0,5
17	ОКОВИТ ДЛЯ ДЕТЕЙ	0,3	-37	РЕЛИКТОВЫЕ ТРАВЫ АЛТАЯ ОЧАНКА ЛЕКАРСТВЕННАЯ	0,2	1 212	ЧЕРНИКА-КОМПЛЕКС С БЕТА-КАРОТИНОМ	0,5
18	ГЛАЗОРОЛ	0,2	64	ЧЕРНИКА-КОМПЛЕКС С БЕТА-КАРОТИНОМ	0,2	-8	ВИЗОКУЛИН	0,4
19	ЛАЙФ ФОРМУЛА "КОМПЬЮТЕР-АЙЗ"	0,2	45	ЛАЙФ ФОРМУЛА "КОМПЬЮТЕР-АЙЗ"	0,2	46	ЛАЙФ ФОРМУЛА "ОКО ФОРТЕ"	0,4
20	НАПРАВИТ ВИТАМИНЫ ДЛЯ ГЛАЗ	0,2	380	ГЛАЗОРОЛ	0,2	-91	КЛЮЧИ ЖИЗНИ №1 ЗРЕНИЕ	0,3

раза – 20,2 млн. долл., в 2006-м году темп прироста несколько снизился, а объемы продаж составили ~ 24, 9 млн. долл.

В состав многих БАД Группы входит черника, ее экстракты или биологически активные вещества – антоцианы. Антоцианы черники улучшают чувствительность сетчатки глаза к изменению освещенности, усиливают остроту зрения, уменьшают утомляемость глаз. Антоцианы черники являются своеобразными восстановителями сетчатки глаза. В состав некоторых БАД Группы входит лютеин, который в сетчатке глаза преобразуется в зеаксантин. Лютеин и зеаксантин препятствуют старению и разрушению клеток сетчатки и таким образом предупреждают возрастное снижение зрения.

По итогам 2006-го года лидером, как и в 2004-м и 2005-годах стала биологически активная добавка «Черника-форте» от компании Эвалар ЗАО, доля продаж этой БАД составила 30,9 % долл., объемы розничной реализации выросли более чем на 20% (Таблица 1). В сравнении с 2005-м годом доля продаж «Черники-форте» не изменилась, однако темп прироста снизился. Для сравнения, в 2005-м году прирост объемов реализации «Черники-форте» составлял более 80% долл. Снижение темпов прироста объясняется стремительным ростом объемов реализации ближайшего на сегодняшний день конкурента «Черники-форте» - БАД от компании Экомир ЗАО – «Лютеин-комплекс». Доля продаж «Лютеин-комплекса» в 2006-м году составила 22,9 % долл. (в 2004-м году - 6 % долл., в 2005-м – около 10% долл.), прирост объемов реализации – более 170 % долл.

Третье место по итогам 2006-го года заняла БАД «Окулист» от компании Диод ЗАО, доля продаж этого препарата составили около 12 % долл., объемы реализации снизились на 8 % долл. В сравнении с 2005-м годом положение «Окулиста» ухудшилось – в 2005-м году он занимал второе место, доля его продаж была выше – около 16 %.

Среди новинок БАД Группы, появившихся в российских аптеках в 2006-м году в ТОП-20 торговых наименований вошли – «Софья витамины для глаз (формула 40+)» от Фора-фарм, «Лютеин форте» от Экомира и «Стрикс Кидс» от Nyscomed.

Среди производителей наибольшее количество препаратов БАД Группы производит компания Эвалар ЗАО – 6 торговых позиций («Черника форте», «Звездная очанка», «Направит витамины для глаз», «Реликтовые травы Алтая очанка лекарственная», «Гинкго черника», «Травиата травы для зрения»). Три из этих торговых наименований «Черника форте», «Звездная очанка» и «Направит витамины для глаз», заняли 1-е, 5-е и 20-е в ТОП-20 торговых наименований БАД Группы, а сама компания Эвалар ЗАО по итогам 2006-го года вышла на 1-е место в рейтинге фирм-производителей БАД Группы (Таблица 2).

Компания «Эвалар» занимала лидирующие позиции в рейтинге производителей БАД Группы также и в 2004-и в 2005-м годах, однако доля «Эвалара» в сравнении с 2004-м годом снизилась более чем на 9% долл. (с 39,5 % долл. до 30,9% долл.). Более чем в 3,5 раза снизились и темпы прироста (в 2005-м году прирост объемов реализации БАД Группы, произведенных Эваларом, составлял 81% долл., в 2006-м году – всего 23% долл.). Снижение темпов прироста Эвалара объясняется

снижением объемов реализации некоторых БАД Группы этого производителя (например, объемы продаж БАД «Звездная очанка» упали на 31% долл.), а также значительным ростом объемов продаж БАД Группы фирм-конкурентов. В частности, продажи «Лютеин-комплекса» от ближайшего конкурента Эвалара - компании Экомир - выросли на 175% долл.

Экомир уверенно продвигается к первому месту в рейтинге фирм-производителей БАД Группы. В 2004-м году эта фирма занимала 4-е место в ТОП-10, доля ее продаж составляла 6,5% долл. В 2005-м году Экомир, хотя и не поднялся на более высокое место в рейтинге, увеличил долю продаж своих БАД группы до ~ 10% долл., а прирост объемов продаж составил более чем 270% долл. По итогам 2006-го года Экомир занял второе место, а доля его продаж увеличилась более чем в два раза и составила более 24% долл., темп прироста хотя и снизился, но при этом остался довольно высоким – более 180% долл. Третье место в 2006-м году заняла компания Диод ЗАО – 12,4% долл.

Большинство БАД Группы – отечественного производства. Доля импортных БАД Группы в 2006-м году составила всего около 6% долл., что несколько выше, чем в предыдущие периоды (3% долл. – в 2004-м и 5% - в 2005-м).

Что касается цен на БАД Группы, то наибольшим спросом пользуются отечественные препараты с ценой за одну условную упаковку, находящуюся в диапазоне от 50 до 99 рублей, и импортные – в диапазоне от 100 до 499 рублей. Самый низкий спрос на недорогие импортные БАД Группы (от 50 до 99 рублей) и дорогие отечественные БАД Группы (более 500 рублей) – *Диаграмма 1*. Отечественные БАД Группы с ценой за упаковку более 500 рублей на диаграмме не показаны, так как их доля очень мала – 0,11% долл.

Диаграмма 1

Соотношение продаж БАД Группы в зависимости от ценового диапазона и страны-производителя в 2006-м году, % долл.

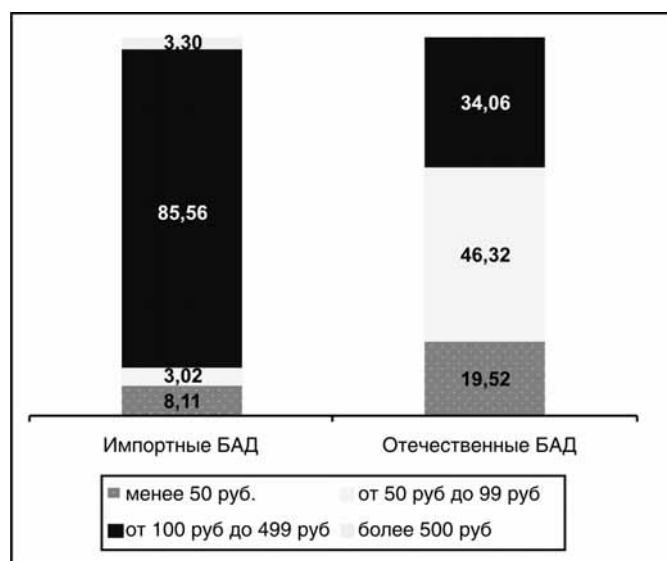


Таблица 2

ТОП-10 продаж фирм-производителей БАД Группы в России в 2004-м – 2006-м годах, % долл.

N п/п	2006			2005			2004	
	Фирма-производитель	Доля от общего объема продаж БАД Группы, % долл.	Прирост к 2005-му году, % долл.	Фирма-производитель	Доля от общего объема продаж БАД Группы, % долл.	Прирост к 2004-му году, % долл.	Фирма-производитель	Доля от общего объема продаж БАД Группы, % долл.
1	ЭВАЛАР ЗАО	37,6	8,4	ЭВАЛАР ЗАО	42,6	126,4	ЭВАЛАР ЗАО	43,4
2	ЭКОМИР ЗАО	24,2	184,2	ДИОД ОАО	16,6	136,9	ДИОД ОАО	16,2
3	ДИОД ОАО	12,4	-8,4	МЕРЦАНА (ПРОИЗВЕДЕНО "КУРОРТМЕДСЕРВИС ")	11,2	12 005,3	БИОФИТ	9,8
4	МЕРЦАНА (ПРОИЗВЕДЕНО "КУРОРТМЕДСЕРВИС ")	10,1	11,0	ЭКОМИР ЗАО	10,4	270,3	ЭКОМИР ЗАО	6,5
5	ФОРА-ФАРМ ООО	4,6	98,3	DR. MANN PHARMA	3,8	1 030,8	ИНАТ-ФАРМА	5,6
6	DR. MANN PHARMA	4,2	35,1	ИНАТ-ФАРМА	3,0	23,1	АРТЛАЙФ ООО	4,1
7	ИНАТ-ФАРМА	1,6	-36,0	ФОРА-ФАРМ ООО	2,8	186,1	ЭККО ПЛЮС ООО	2,4
8	ЭККО ПЛЮС ООО	0,7	-27,9	БИОФИТ	2,3	-45,1	ФОРА-ФАРМ ООО	2,3
9	БИОФИТ	0,7	-65,1	БИОФИЗИКА НПО ПЦ ЗАО	2,2	135,6	БИОФИЗИКА НПО ПЦ ЗАО	2,2
10	БИОФИЗИКА НПО ПЦ ЗАО	0,6	-64,8	ЭККО ПЛЮС ООО	1,2	18,7	ЛЕОВИТ НУТРИО	1,8

Таким образом, в российских аптеках представлен достаточно широкий ассортимент биологически активных добавок для профилактики и лечения заболеваний органов зрения. Однако, применяя средства для глаз, необходимо все же по возможности снизить количество факторов, которые оказывают негативное влияние на зрение: не читать в плохоосвещенном месте, делать

перерывы в работе за компьютером на 5-10 минут каждый час, реже смотреть телевизор и т.д.

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