

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР РЫНКА ОТ DSM GROUP. ВЫПУСК: ФЕВРАЛЬ 2013 г. (ДАННЫЕ ПО ЯНВАРЬ 2013 г.)

Маркетинговое агентство DSM Group

Объем коммерческого рынка ГЛС в ценах закупки аптек в январе 2013 г. сократился на 13,3% по сравнению с декабрем 2012 г. и составил 35 млрд. руб. (с НДС). По итогам аптечных продаж за первый месяц 2013 г. коммерческий рынок лекарств в натуральном выражении был равен 351 млн. упак., что на 1,4% больше, чем за аналогичный период 2012 года. Средняя стоимость упаковки лекарственного препарата на коммерческом рынке России в январе 2013 г. по сравнению с декабрем 2012 г. уменьшилась на 0,8% и составила 99,7 руб.

Согласно индексу Ласпейреса, в течение января 2013 года цены в рублях выросли на 0,3%. В долларовом выражении индекс цен увеличился на 2,1%. Всего же с начала 2012 года инфляция цен на лекарства в аптеках страны составила +6,3% в рублевом выражении и 10,7% в долларах США.

Структура коммерческого рынка ГЛС в январе 2013 г. по ценовым секторам изменилась не существенно по сравнению с аналогичным периодом

2012 г. Продолжилось сокращение доли лекарств с ценовым диапазоном 50–150 руб./упак. (с 25,5% в январе 2012 г. до 23,2% в январе 2013 г.), на 1,8% увеличился удельный вес лекарств ценой от 150 до 500 руб. за упаковку (с 44,3% до 46,1%), препараты низшей ценовой группы (дешевле 50 руб./упак.) ослабили свои позиции, уменьшив долю лекарств с 9,6% до 8,5%. Лекарства ценой от 500 руб. за упаковку занимали по итогам первого 2013 г. долю 22,2% коммерческого рынка, что на 1,6% больше, чем в январе 2012 г.

По итогам января 2013 г. 57% препаратов, реализованных на рынке, являлись отечественными (в натуральных единицах измерения), однако в виду своей невысокой цены относительно импортных лекарств, в стоимостном выражении они занимают лишь 25%. В январе 2012 г. удельный вес российских препаратов в натуральных единицах составлял 59%, а вот доля в стоимостном объеме была равна 24%.

Коммерческий сегмент рынка по итогам января 2013 года представлен

на 48% рецептурными препаратами и на 52% безрецептурными.

Рейтинг фирм по стоимостному объему продаж в декабре возглавила компания SANOFI-AVENTIS, на втором месте ФАРСТАНДАРТ, на третьем месте – NYCOMED.

ТОП брендов ЛС по стоимостному объему аптечных продаж в России по итогам января 2013 г. возглавил препарат Арбидол (1,21% от совокупных аптечных продаж); на втором месте Эссенциале (1,00%) и третьем месте Кагоцел (0,9%).

Объем российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении в январе 2013 г. уменьшился на 8% относительно декабря 2012 г. и составил 1,9 млрд. руб. В натуральном выражении объем аптечного рынка БАД в первом месяце 2013 г. увеличился на 0,8% по сравнению с аналогичным периодом 2012 г. и составил 23,15 млн. упаковок. Средневзвешенная цена упаковки БАД в январе 2013 г. по сравнению с декабрем 2012 увеличилась на 3,3% и составила 82,6 руб.

МОНИТОРИНГ АПТЕЧНЫХ ПРОДАЖ БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК, ВЛИЯЮЩИХ НА ИММУННУЮ СИСТЕМУ

Маркетинговое агентство DSM Group

Иммунитет (лат. immunitas – освобождение, избавление от чего-либо) – невосприимчивость, сопротивляемость организма к инфекциям и инвазиям чужеродных организмов (в том числе – болезнетворных микроорганизмов), а также воздействию чужеродных веществ, обладающих антигенными свойствами.

Повышение иммунитета, а значит, усиление защитных сил организма – это вопрос, который наиболее остро встает в период респираторных заболеваний и при обострении ряда хронических заболеваний.

В настоящее время средства, влияющие на функционирование иммунной системы человека, можно разделить на им-

муностимуляторы и иммуномодуляторы. Иммуностимулирующими называют те вещества, которые способны стимулировать, усиливать иммунитет, активировать функции того или иного звена иммунитета. В то время как иммуномодуляторы предназначены для уравнивания всех составляющих иммунной системы путем уменьшения активности одних и усиления активности других.

Информация об иммунных биологически активных добавках (БАД) содержится в разделе «Биологически активные добавки, поддерживающие функцию иммунной системы» Федерального реестра биологически активных добавок к пище (издание

4-е, 2005 г.). При этом такое понятие, как иммунологические (или иммунные) БАД действующим законодательством не установлено.

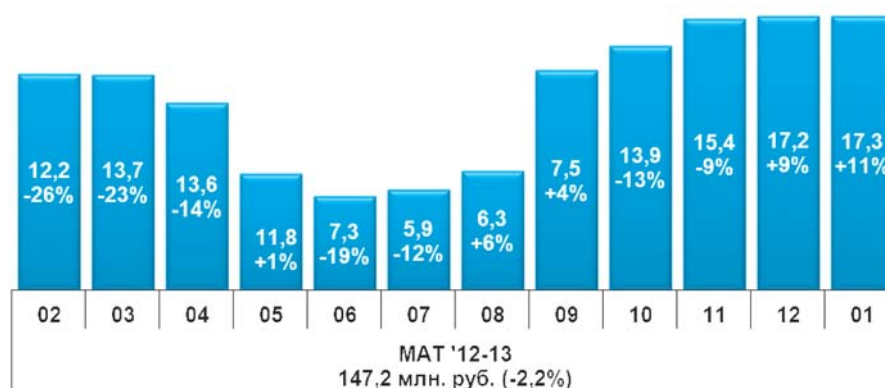
В данной статье объединим все рассмотренные нами средства под общим понятием «БАД, влияющие на иммунную систему». Для анализа выбраны данные розничного аудита базы DSM Group согласно классификатору «БАД по действию»: «101–БАД, обладающие иммуностимулирующим действием». Данные представлены в ценах оптовой аптечной закупки за период с февраля 2012 г по январь 2013 г (МАТ '12-13). Приоритеты продаж указаны к аналогичному предыдущему периоду.

За рассмотренный период рынок БАД, влияющих на иммунную систему, включает 96 брендов (169 полных наименований). Объем продаж выделенной группы в денежном выражении за период с февраля 2012 г по январь 2013 г (МАТ '12-13) составил 147,2 млн. рублей (-2,2% по сравнению с аналогичным предыдущим периодом — с февраля 2011 г по январь 2012 г, рис. 1); в натуральном — 1,12 млн упаковок (-35,5%, рис. 2). Таким образом, отмечается отчетливая тенденция к снижению объема продаж данного сегмента рынка.

Как видно из рисунка 3, большинство существующих на рынке БАД, влияющих на иммунную систему, — отечественного производства. В натуральном выражении их доля составила 67,7% за МАТ '12-13. По сравнению с аналогичным периодом доля продаж отечественных БАД уменьшилась в пользу импортных. При этом доля импортных БАД в денежном выражении (62,0% МАТ '12-13) существенно преобладает над БАД отечественного производства (38,0% МАТ '12-13), что обусловлено более низкой ценой последних. Для импортных БАД характерна тенденция к росту не только доли, но и стоимостного (+21,8% МАТ '12-13к МАТ '11-12) и натурального (+18,2%) объемов продаж.

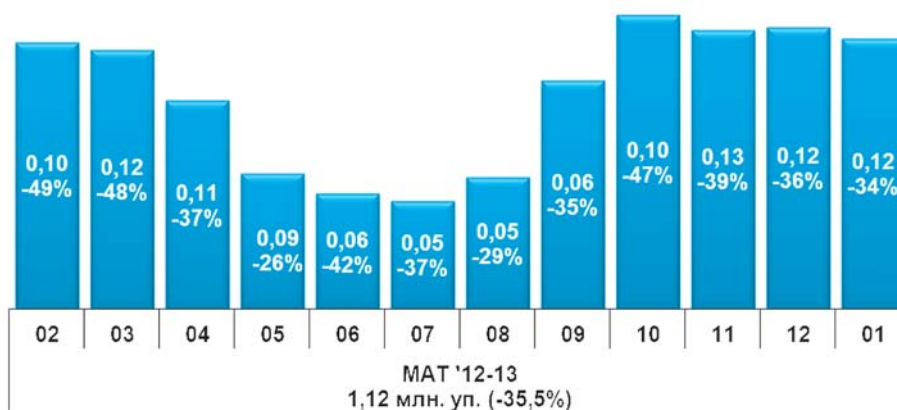
Рассмотрим рейтинг продаж БАД, влияющих на иммунную систему, по брендам (табл. 1). Первую строчку рейтинга занимает линейка БАД Кид'с формула с долей в рублях 41,9%, при этом для данного продукта отмечен максимальный прирост продаж (+39,2%) среди ТОП-10. Вторая строчка ТОП-10 в деньгах принадлежит бренду Эхинацея (14,7%). Необходимо отметить, что Эхинацея является самым продаваемым продуктом в натуральном выражении среди БАД, влияющих на иммунную систему (доля 30,7%). Однако данный бренд теряет свои позиции: среди ТОП-10 для Эхинацеи отмечено максимальное падение продаж в упаковках (-60,5%). На третьем месте рейтинга в рублях линейка Доппельгерц с долей 5,2%. В денежном выражении наибольшее снижение объемов продаж выявлено для БАД Нони (-53,6%), который выпускается в виде сока с иммуностимулирующими свойствами капсул.

Рейтинг ТОП-10 фирм-производителей во многом повторяет рейтинг ТОП-10 брендов. В стоимостном рейтинге (табл. 2) лидирующую позицию заняла компания Pharma-MedInc с долей 42,4%, которой принадлежат такие иммуностимулирующие БАД, как Кид'с Формула «Иммуномишки», Лайф Формула «Иммунап Форте». На втором месте компания ООО Фармакор Продакшн (11,0%), которая



Источник: розничный аудит DSM Group

Рис.1. Динамика продаж БАД, влияющих на иммунную систему, в России, млн. руб. Указаны приросты к аналогичным периодам предыдущего года, а также прирост продаж за период с февраля 2012 г по январь 2013 г (МАТ '12-13) по сравнению с аналогичным предыдущим периодом — с февраля 2011 г по январь 2012 г. (МАТ '11-12).



Источник: розничный аудит DSM Group

Рис.2. Динамика продаж БАД, влияющих на иммунную систему, в России, млн. упаковок. Указаны приросты к аналогичным периодам предыдущего года, а также прирост продаж за период с февраля 2012 г по январь 2013 г (МАТ '12-13) по сравнению с аналогичным предыдущим периодом — с февраля 2011 г по январь 2012 г. (МАТ '11-12).

производит иммуностимулирующие БАД Эхинацея с витамином С и Витаморс Иммуно. Третье место с долей 5,2% принадлежит корпорации Queisser Pharma GmbH&Co. KG, выпускающей БАД Доппельгерц Актив Иммуно-Комплекс и Доппельгерц Иммунотоник. Среди новых про-

дуктов, вошедших в ТОП-10, необходимо отметить появление на рынке леденцов Доктор Тайсс Эхинацея со вкусом пихты (Dr. Theiss Naturwaren GmbH), а также бренда Витаморс Иммуно.

В рейтинге по натуральному объёму ситуация несколько иная. По сравнению

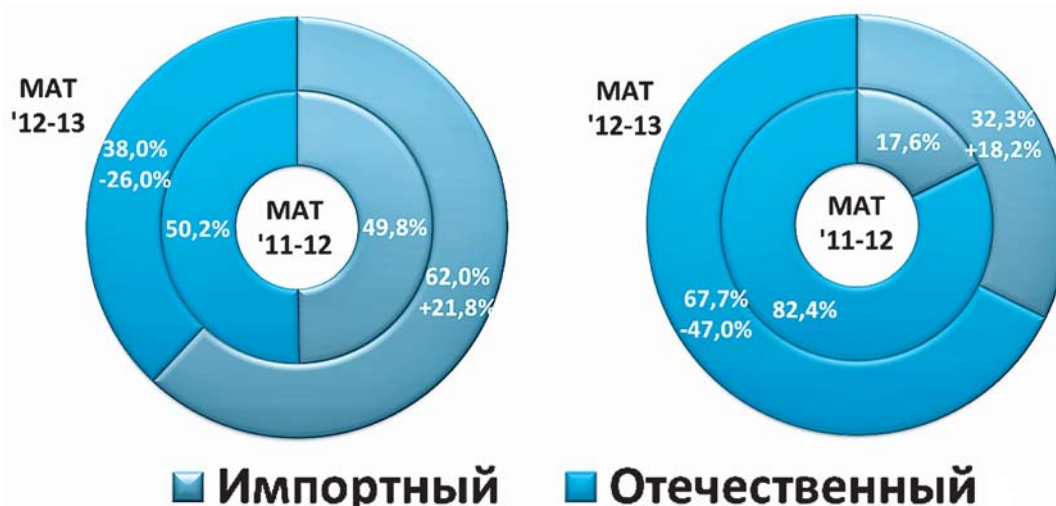


Рис. 3. Доли продаж импортных и отечественных БАД, влияющих на иммунную систему, в России в стоимостном (А) и натуральном (Б) выражении. Показаны приросты продаж в стоимостном и натуральном выражении за периоды с февраля 2012 г по январь 2013 г (МАТ '12-13) по сравнению с аналогичным предыдущим периодом — с февраля 2011 г по январь 2012 г. (МАТ '11-12).

Таблица 1
ТОП-30 брендов БАД, влияющих на иммунную систему, в России

№	Фирма-производитель	Объем продаж, тыс. РУБ		Прирост МАТ '12-13 к МАТ '11-12	Доля, РУБ МАТ '12-13	Объем продаж, тыс. УП		Прирост МАТ '12-13 к МАТ '11-12	Доля, УП МАТ '12-13
		«МАТ '11-12»	«МАТ '12-13»			«МАТ '11-12»	«МАТ '12-13»		
1	КИДС ФОРМУЛА	44 273	61 633	+39,2%	41,9%	132	189	+43,2%	16,9%
2	ЭХИНАЦЕЯ	33 398	21 653	-35,2%	14,7%	869	344	-60,5%	30,7%
3	ДОППЕЛГЕРЦ	5 565	7 723	+38,8%	5,2%	24	31	+31,3%	2,8%
4	SOLGAR	3 964	5 042	+27,2%	3,4%	5	7	+34,8%	0,6%
5	НОНИ	9 721	4 511	-53,6%	3,1%	40	19	-53,1%	1,7%
6	ВИТА-ПЛАНТ	4 619	4 425	-4,2%	3,0%	27	23	-14,3%	2,1%
7	ТИНРОСТИМ СТ+	6 740	4 059	-39,8%	2,8%	47	24	-47,9%	2,2%
8	ДОКТОР ТАЙСС	141	3 667	новая БАД	2,5%	3	67	новая БАД	6,0%
9	ВИТАМОРС ИММУНО	745	3 181	новая БАД	2,2%	10	43	новая БАД	3,8%
10	КНЯЗЬ СЕРЕБРЯНЫЙ	3 207	2 761	-13,9%	1,9%	21	18	-10,9%	1,6%
ТОП-10		112 373	118 655	+5,6%	80,6%	1 178	766	-35,0%	68,4%
11	БИОВИТРУМ	2 023	2 531	+25,1%	1,7%	6	7	+6,8%	0,6%
12	ВИУСИД	1 018	2 299	+125,9%	1,6%	1	2	+143,9%	0,1%
13	СТИММУНАЛ	1 702	1 807	+6,2%	1,2%	22	25	+14,1%	2,2%
14	БАКСИН	614	1 769	+188,3%	1,2%	2	7	+272,7%	0,6%
15	НАГИПОЛ	1 127	1 694	+50,2%	1,2%	23	28	+25,0%	2,5%
16	КОШАЧИЙ КОГОТЬ	1 540	1 549	+0,6%	1,1%	5	5	+3,4%	0,5%
17	АЛТАЙСКИЙ БУКЕТ	1 247	1 280	+2,7%	0,9%	14	14	+0,1%	1,2%
18	ТЕРРА-ПЛАНТ	2 963	1 208	-59,2%	0,8%	55	16	-71,3%	1,4%
19	ПРИ ПРОСТУДЕ	112	1 139	+918,5%	0,8%	3	28	+941,1%	2,5%
20	ЧЕРНИКА ЭХИНАЦЕЯ ШИПОВНИК	126	1 096	+772,0%	0,7%	2	18	+778,8%	1,6%
21	БИТТНЕР	5 584	1 026	-81,6%	0,7%	14	3	-81,1%	0,2%
22	ЛАЙФ ФОРМУЛА	487	838	+72,2%	0,6%	2	4	+70,9%	0,3%
23	ЦЕЛЕБНАЯ ПОЛЯНА	1 087	827	-23,9%	0,6%	46	36	-21,6%	3,2%
24	ФИТОЛОН	756	823	+8,8%	0,6%	4	4	-2,0%	0,3%
25	НЕОЛАЙН	2 014	752	-62,7%	0,5%	23	9	-63,2%	0,8%
26	СИЛА РОССИЙСКИХ ТРАВ	829	656	-20,9%	0,4%	24	18	-24,7%	1,6%
27	ЭНЕРГИЯ ПРИРОДЫ ГЕКА	1 014	638	-37,1%	0,4%	39	20	-47,0%	1,8%
28	ТИМУСАМИН	567	565	-0,3%	0,4%	2	2	-1,1%	0,2%
29	РЕЦЕПТЫ ЗДОРОВЬЯ	702	520	-25,8%	0,4%	32	23	-25,7%	2,1%
30	ИММУННЫЕ	66	512	+677,6%	0,3%	0,1	1,5	+1211,5%	0,1%
Топ-30		137 947	142 182	+3,1%	96,6%	1 496	1 036	-30,7%	92,5%
Весь рынок		150 581	147 232	-2,2%	100%	1 738	1 121	-35,5%	100%

Примечание: представлены данные за периоды с февраля 2012 г по январь 2013 г (МАТ '12-13) и с февраля 2011 г по январь 2012 г. (МАТ '11-12).

Таблица 2
ТОП-30 производителей БАД, влияющих на иммунную систему, в России

№	Фирма-производитель	Объем продаж, тыс. РУБ		Прирост МАТ '12-13 к МАТ '11-12	Доля, РУБ МАТ '12-13	Объем продаж, тыс. УП		Прирост МАТ '12-13 к МАТ '11-12	Доля, УП МАТ '12-13
		«МАТ '11-12»	«МАТ '12-13»			«МАТ '11-12»	«МАТ '12-13»		
1	PHARMA-MED INC	44 759	62 471	+39,6%	42,4%	134	193	+43,6%	17,2%
2	ФАРМАКОР ПРОДАКШН ООО	10 034	16 181	+61,3%	11,0%	163	247	+51,5%	22,1%
3	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	5 565	7 723	+38,8%	5,2%	24	31	+31,3%	2,8%
4	ЭВАЛАР ЗАО	11 459	6 904	-39,8%	4,7%	63	51	-18,8%	4,5%
5	NATUR PRODUKT	9 697	6 384	-34,2%	4,3%	108	48	-55,7%	4,3%
6	SOLGAR VITAMIN AND HERB	3 964	5 042	+27,2%	3,4%	5	7	+34,8%	0,6%
7	БИОПОЛИМЕРЫ ООО	6 991	4 270	-38,9%	2,9%	47	25	-47,5%	2,2%
8	DR.THEISS NATURWAREN GMBH	141	3 667	новая БАД	2,5%	3	67	новая БАД	6,0%
9	ЭДАС ХОЛДИНГ ОАО	4 102	3 564	-13,1%	2,4%	43	30	-30,7%	2,7%
10	ПАРАФАРМ ООО	3 407	3 166	-7,1%	2,2%	68	57	-16,0%	5,1%
	ТОП-10	100 119	119 372	+19,2%	81,1%	658	756	+14,9%	67,5%
11	МЕРЦАНА (ПРОИЗВЕДЕНО «КУРОРТМЕДСЕРВИС «)	3 207	2 761	-13,9%	1,9%	21	18	-10,9%	1,6%
12	UNIPHARM INC	2 023	2 531	+25,1%	1,7%	6	7	+6,8%	0,6%
13	CATALYSIS S.L.	1 018	2 299	+125,9%	1,6%	1	2	+143,9%	0,1%
14	АСТРОМАР ООО	6 709	2 235	-66,7%	1,5%	152	46	-69,5%	4,1%
15	АЛИНА ФАРМА ООО (ГК БИТРА)	1 127	1 694	+50,2%	1,2%	23	28	+25,0%	2,5%
16	АКСОН ОАО	614	1 531	+149,6%	1,0%	2	5	+160,4%	0,4%
17	NATURE'S WAY PRODUCTS INC.	1 420	1 448	+1,9%	1,0%	5	5	+4,5%	0,4%
18	АЛТАЙСКИЙ БУКЕТ ООО	1 130	1 203	+6,5%	0,8%	12	13	+4,2%	1,1%
19	RICHARD BITTNER AG	5 584	1 026	-81,6%	0,7%	14	3	-81,1%	0,2%
20	МЕГАН-2000 ООО ПО ЗАКАЗУ AGPHARM ООО	1 411	940	-33,4%	0,6%	55	32	-41,3%	2,9%
21	ФИТОФАРМ ПКФ ООО	1 151	917	-20,3%	0,6%	49	39	-18,8%	3,5%
22	ИВАН-ЧАЙ ЗАО	1 163	828	-28,8%	0,6%	38	20	-47,2%	1,8%
23	РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР ФИТОЧАЕВ ООО	829	656	-20,9%	0,4%	24	18	-24,7%	1,6%
24	ФИТОЛОН/ЭКОФЛОР ООО	502	596	+18,6%	0,4%	2	2	+10,5%	0,2%
25	ПАРАФАРМ ЗАО	812	588	-27,6%	0,4%	12	12	-6,0%	1,0%
26	РИА ПАНДА	1	566	+49278,3%	0,4%	0	9	+50227,8%	0,8%
27	ЛОНГВИ-ФАРМ (ПР-НО НА БИОСИНТЕЗ ООО (ПЕН-ЗА))	567	565	-0,3%	0,4%	2	2	-1,1%	0,2%
28	АПЕКС ООО	702	520	-25,8%	0,4%	32	23	-25,7%	2,1%
29	ЛЕОВИТ НУТРИО	66	512	+677,6%	0,3%	0	1	+1211,5%	0,1%
30	АЛСУ ООО	531	473	-10,9%	0,3%	7	6	-14,0%	0,6%
	Топ-30	130 685	143 260	+9,6%	97,3%	1 114	1 049	-5,8%	93,6%
	Весь рынок	150 581	147 232	-2,2%	100%	1 738	1 121	-35,5%	100%

Примечание: представлены данные за периоды с февраля 2012 г по январь 2013 г (МАТ '12-13) и с февраля 2011 г по январь 2012 г. (МАТ '11-12).

Источник: розничный аудит DSM Group

с положением в стоимостном рейтинге, производители Pharma-Med Inc. и ООО Фармакор Продакшн поменялись местами. В результате этого, лидером продаж стала компания ООО Фармакор Продакшн, корпорация Pharma-Med Inc оказалась на 2-й позиции, а третье место заняла компания Dr. Theiss Naturwaren GmbH.

На сегодняшний день рынок БАД, влияющих на иммунную систему, переживает не самые лучшие времена. При анализе рынка в целом выявлена отчетливая тенденция к падению

объема продаж. В этих условиях более благоприятно складывается ситуация для БАД импортного производства, для которых отмечена положительная динамика: увеличение доли в сегменте, прирост стоимостного и натурального объемов продаж. Сложившаяся ситуация, возможно, объясняется тем, что потребители более склонны в качестве иммуностимулирующих средств приобретать лекарственные препараты, чем БАД. Также в данном сегменте рынка БАД, по-видимому, отмечается большее доверие к

импортной продукции, чем к отечественной.

В целом, рынок БАД, влияющих на иммунную систему, продолжает развиваться, в сегменте постоянно появляются новые продукты. В связи с тем, что в составе БАД недопустимо использование высокоактивных веществ, а дозировки действующих компонентов ниже, чем в лекарственных средствах, БАД, влияющие на иммунную систему, могут служить хорошим дополнением к терапии состояний, требующих усиления собственной иммунной защиты организма.