

ТРАВЯНЫЕ СБОРЫ. ФИТОЧАИ

Маркетинговое агентство DSM Group

Сборы лекарственных трав и чайные напитки на их основе традиционно пользуются широкой популярностью у населения России. Являясь неотъемлемой частью традиционной медицины, они всегда присутствовали на аптечных полках. Несмотря на то, что ассортимент лекарств и БАД в последние годы растет и качественно, и количественно, чаи и отвары лекарственных растений по-прежнему не ослабевают свои позиции.

Однако, не стоит утверждать, что рассматриваемый сегмент аптечного рынка не меняется. В последние несколько лет изменения довольно очевидны и касаются в первую очередь структуры спроса.

Для начала, внесем определения: рынок травяных сборов и фиточаев представлен БАД и лекарствами. Группа лекарств включает в основном растительное сырье, с доказанной лечебной эффективностью. Как правило, это насыпные измельчен-

ные листья, используемые не как готовое средство (например, напиток), а как полуфабрикат для приготовления лечебного средства. Группа БАД по содержанию более разнообразна – сюда также входят измельченные части лекарственных растений, не зарегистрированных как ЛС, а также различные чаи на их основе. Справедливости ради, надо сказать, что чаи в фильтр-пакетах последнее время появляются и среди лекарств, но чаи и напитки из БАД в этом плане более распространены.

Как видно из Рис. 1, начиная с 2011 г. довольно резко сократился объем потребления фиточаев и травяных сборов в части лекарств. Одновременно с этим, начался поступательный рост потребления травяных сборов, относящихся к БАД. Эта динамика является следствием смещения спроса в сторону более удобных («готовых к использованию») форм. Для потребителя гораздо удобнее использовать сбор трав

в пакетиках, чем не дозированный сбор. Это одна сторона медали, но есть еще один значимый фактор. Производителям травяных сборов и фиточаев выгоднее выпускать рассматриваемую группу товаров как БАД. Причиной тому следующие факторы:

- Упрощенная относительно лекарств система регистрации
- Возможность неограниченного информационного продвижения (включая, рекламу и промо-акции)
- Отсутствие ценового регулирования
- Широкие возможности для расширения продуктовой линейки

Экономический кризис 2008 г., по всей видимости, способствовал пересмотру не только потребительской лекарственной корзины, но и продуктовой политики многих производителей травяных сборов и фиточаев. Так, весьма распространенным явлением стал переход производителей

Рис. 1. Динамика спроса на травяные сборы и фиточаи в аптеках России в 2009-2013 г.г. (рубли)



Рис. 2. Динамика спроса на травяные сборы и фиточаи в аптеках России в 2009-2013 г.г. (упаковки)



Рис. 3. Лекарственные формы фиточаев и травяных сборов, представленных в аптеках



из сегмента лекарств в сегмент БАД (либо расширяя линейку, когда наравне с лекарствами начинают выпускать травяные сборы в виде БАД, либо прекращая выпуск лекарств по окончании срока действия регистрационного удостоверения и фокусируясь только на БАД).

Динамика аптечных продаж фиточаев и травяных сборов в упаковках подтверждает это обстоятельство (Рис. 2).

Свыше 90% травяных сборов из группы БАД – это чай или чайный напиток, порядка 80% сборов из группы лекарств – измельченное сырье или растительный порошок (Рис. 3).

По итогам 2013 г. упаковка травяного сбора, являющегося лекарством, стоила в аптеках в среднем 36 руб., аналогичная группа товаров из БАД была в среднем в два раза дороже. Примечательно, что за последние пять лет цена на рассматриваемую группу аптечного ассортимента существенно не менялась.

В 2013 г. в аптеках России были представлены 115 торговых наименований травяных сборов, которые поставлялись 64 фирмами-производителями. При этом, предложение можно назвать умеренно «концентрированным» – на

долю 10 ключевых торговых позиций приходится не более 43% рынка фиточаев и сборов, относящихся к ЛС. В то же время ассортимент БАД, входящих в группу фиточаев и травяных сборов, значительно шире – 907 торговых позиций, поставляемых 122 фирмами-производителями. И здесь степень концентрации рынка немного выше – более 50% продаж обеспечиваются за счет 10 ведущих торговых наименований и выделяются два явных лидера – ТУРБОСЛИМ ОЧИЩЕНИЕ и РОМАШКА ЦВЕТКИ.

Рис. 4. Динамика средней отпускной цены на травяные сборы и фиточаи в 2009-2013 г.г.

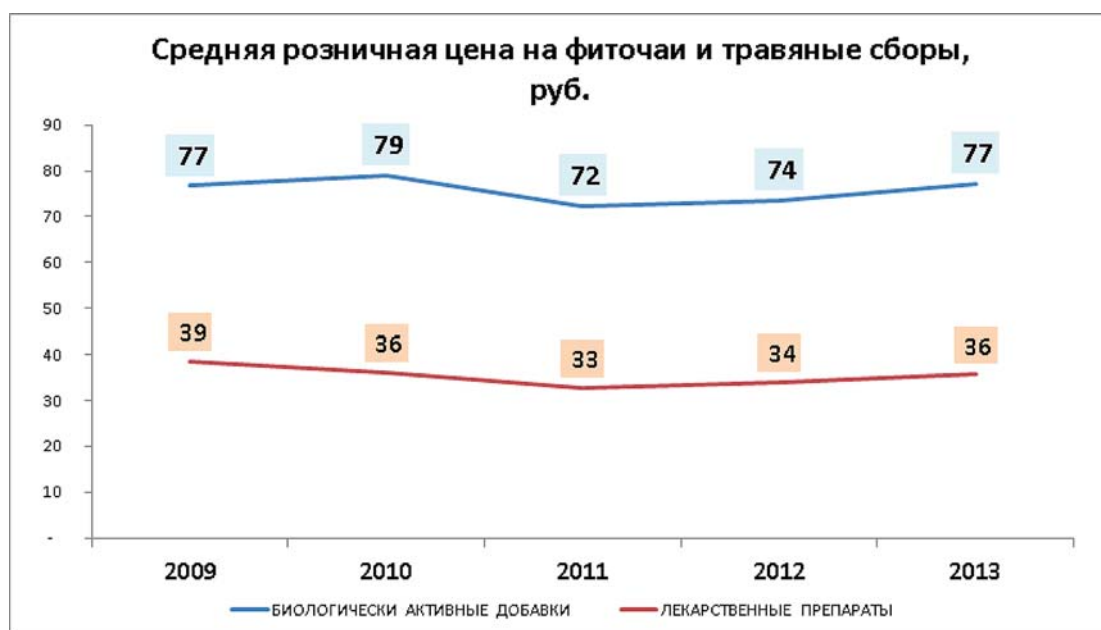


Таблица 1
Топ-10 торговых позиций БАД среди травяных сборов и фиточаев в аптеках России

№	Торговое наименование	Фирма-производитель	Объем продаж (в ценах закупки), млн. руб.	Прирост (2013/2012)	Доля, %
1	ТУРБОСЛИМ ОЧИЩЕНИЕ	ЭВАЛАР ЗАО	246,1	5%	19%
2	РОМАШКА ЦВЕТКИ	АЛТАЙ-ФАРМ ООО	191,5	75%	14%
3	НІРР Д/КОРМЯЩИХ МАТЕРЕЙ	НІРР	64,5	3%	5%
4	ЛЕТЯЩАЯ ЛАСТОЧКА ЭКСТРА	ЛЮЙШАНЬЦЗЮ ПЕКИНСКАЯ КОМПАНИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЧАЕВ	40,8	34%	3%
		ШЕНЬЯНСКАЯ КОМПАНИЯ «СИНВЭЙ»	11,6	-12%	1%
5	ЛЕСНОЙ БУКЕТ С РОМАШКОЙ	МЕДИЦИНСКАЯ КОМПАНИЯ «НАРОДНАЯ МЕДИЦИНА», ООО	28,7	129%	2%
6	САНТИМИН	КОРОЛЕВФАРМ ООО	26,2	-14%	2%
7	ШАЛФЕЯ ЛИСТ	АЛТАЙ-ФАРМ ООО	25,2	-1%	2%
8	ЛЬНА СЕМЯ	КОМПАНИЯ ХОРСТ ООО	23,6	7%	2%
		АЛТАЙ-ФАРМ ООО	0,1	6644%	0,004%
9	ЧЕРЕДЫ ТРАВА	КОМПАНИЯ ХОРСТ ООО	16,6	-3%	1%
		АУРА-ФАРМ ООО	0,001	-6%	0,0001%
10	ВИТА-ПЛАНТ N16 ДЛЯ СНИЖЕНИЯ ВЕСА	NATUR PRODUKT	16,1	0%	1%

Таблица 2
Топ-10 торговых позиций ЛС среди травяных сборов и фиточаев в аптеках России

№	Торговое наименование	Фирма-производитель	Объем продаж (в ценах закупки), млн. руб.	Прирост (2013/2012)	Доля, %
1	РОМАШКИ ЦВЕТКИ	Разные производители	98,7	-39%	9%
2	ШАЛФЕЯ ЛИСТЬЯ	Разные производители	45,1	-31%	5%
3	ЧЕРЕДЫ ТРАВА	Разные производители	31,3	-2%	5%
4	СЕННЫ ЛИСТЬЯ	Разные производители	33,6	-10%	5%
5	ШИПОВНИКА ПЛОДЫ	Разные производители	28,8	-10%	4%
6	ВАЛЕРИАНЫ КОРНЕВИЩА С КОРНЯМИ	Разные производители	20,7	11%	4%
7	МЯТЫ ПЕРЕЧНОЙ ЛИСТЬЯ	Разные производители	16,5	33%	3%
8	КРАПИВЫ ЛИСТЬЯ	Разные производители	23,3	-11%	3%
9	БЕРЕЗОВЫЕ ПОЧКИ	СТАРТ-ФИТО ООО	19,0	-5%	3%
10	ЧИСТОТЕЛА ТРАВА	Разные производители	14,7	16%	3%

Сегмент травяных сборов и фиточаев в аптеках России остается довольно консервативным, не смотря на то, что сейчас мы наблюдаем переход от измельченных насыпных форм к более удобным фильтр-пакетам. С высокой долей вероятности можно утверждать, что в ближайшие два-три года продолжится рост спроса на сборы, относящиеся к БАД, при одновременном сокращении лекарственного сектора. Тем не менее, если рассматривать в совокупности и лекарства и БАД в группе фиточаев и травяных сборов, то можно говорить о небольшом (в районе 3-5% ежегодно) росте потребления в ближайшей перспективе. Иными словами, через два-три года стоимостной объем потребления фиточаев и травяных сборов немного превысит 2 млрд. руб. (в ценах закупки аптек).