

БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ ДОБАВКИ

График 1.
Коммерческий рынок БАД России в августе 2008 г. - августе 2009 г.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям ISO 9001:2000

В августе 2009 года в аптечных учреждениях России продавалось 4632 наименования БАД, которые представляют 607 производителей. На графике 1 представлена динамика объема коммерческого рынка БАД России с августа 2008 г. по август 2009 г.

Объем российского аптечного рынка БАД в августе 2009 г. сократился на 5,3% по сравнению с июлем 2009 года в стоимостном выражении и составил 832 млн рублей. По сравнению с августом 2008 года стоимостный объем текущего периода вырос на 3,3%. В натуральном выражении объем аптечного рынка БАД в августе 2009 года вырос на 2% по сравнению с июлем и составил 15,5 млн упаковок.

Средневзвешенная стоимость упаковки БАД в аптечном сегменте России в августе выросла на 7,4% по сравнению с июлем 2009 г. и составила 53,6 рублей.

В аптечном сегменте БАД проявляется снижение покупательской способности (влияние кризиса). Темпы роста аптечного рынка БАД падают. По итогам 8 месяцев прирост объемов реализации БАД через аптечные учреждения составил 12% в рублях, в упаковках - падение на 4%.

По итогам 1 квартала рост в рублях был 23%. В 2008 году БАДы выросли на 33%.

В таблице 1 представлены производители БАД с наибольшим объемом аптечных продаж в России в августе 2009 г.

В августе ТОП-10 по своему составу практически не отличается от июльского.

Как обычно, первые две строчки не меняются. Бесспорным лидером остается компания ЭВАЛАРА.

Отрыв ЭВАЛАРА от конкурентов составляет около 16%, поэтому в ближайшее время эта компания вряд ли сдаст свою лидирующую позицию.

Успешным продажам этой компании способствует активная рекламная компания, а также постоянный вывод на рынок новых продуктов (за 2009 года в аптеках появилось 15 новых продуктов этой компании).

На втором месте располагается компания ДИОД. И хотя доля компании меньше, чем у ЭВАЛАРА, в 3,5 раза, позиции

ДИОДА довольно крепкие – доля в 2 раза выше, чем у компании, занимающей третье место.

А вот на третье место по итогам августа переместилась компания ВИС. Рост продаж АТРОЦИНА (средство комплексной профилактики и лечения заболеваний опорно-двигательного аппарата - артритов, артрозов, остеоартрита, остеохондроза и др.) и ОМЕГАНЛА (профилактическое средство и в составе комплексной терапии атеросклероза, сердечно-сосудистых заболеваний, гипертонии, ожирения) позволил компании увеличить свою долю.

АКВИОН поднялся по рейтингу с седьмого на четвертое место. Это один из двух производителей, который увеличил объем продаж в августе по сравнению с июлем (12%). За счет этого доля АКВИОНА выросла на 0,5%.

Продажи остальных производителей упали. Больше всех сократились продажи у NATUR PRODUKT – на 30%, при

Таблица 1
ТОП-10 фирм-производителей БАД по объему аптечных продаж (в стоимостном выражении) в России в июле-августе 2009 г.

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, руб. %		Доля в натуральном объеме продаж, уп., %	
			Июль 2009 г.	Август 2009 г.	Июль 2009 г.	Август 2009 г.
1	1	ЭВАЛАРА ЗАО	22,29%	22,27%	13,7%	13,1%
2	2	ДИОД ОАО	6,27%	6,44%	3,2%	3,0%
4	3	ВИС ООО	3,17%	3,33%	0,4%	0,4%
7	4	АКВИОН ЗАО	2,76%	3,26%	1,1%	1,2%
6	5	FERROSAN AG	2,79%	3,14%	0,4%	0,5%
3	6	PHARMA-MED INC	3,21%	3,03%	0,4%	0,3%
5	7	NATUR PRODUKT	3,04%	2,26%	4,8%	3,8%
8	8	МИРАКСФАРМА ЗАО	2,45%	2,21%	0,1%	0,1%
9	9	ЭКОМИР ЗАО	1,95%	1,93%	0,6%	0,6%
11	10	ФАРМ-ПРО ТД ООО	1,62%	1,69%	11,6%	11,8%
Итого:			49,6%		34,8%	

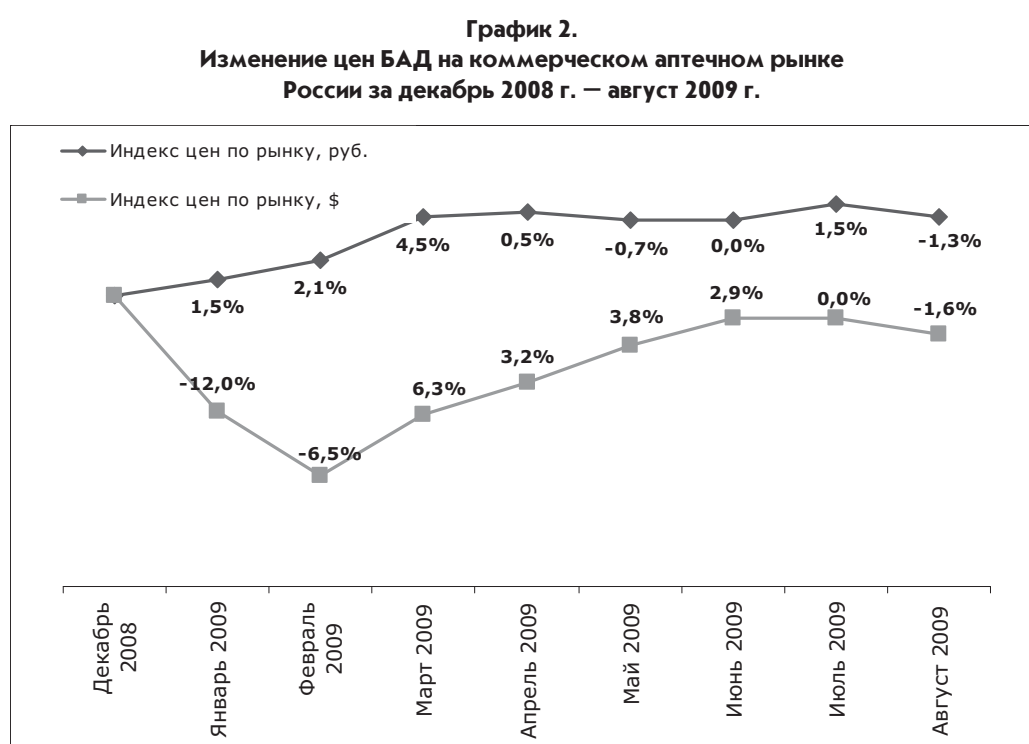
Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям ISO 9001:2000

этом производитель переместился с пятой строчки на седьмую. Сокращение продаж наблюдается по всей линейке производителя, что, скорее всего, связано с проблемами производственного характера.

По итогам августа концентрация на рынке БАД составила 50%. Отметим, что за счет того, что на 10-ю строчку вошел ФАРМ-ПРО ТД, фирма с большим объемом БАД в натуральном выражении (второе место в рейтинге по этому показателю), концентрация в упаковках выросла на 10% и в августе составила около 35%.

В таблице 2 представлен ТОП-20 БАД по объему аптечных продаж в России.

В тройке лидеров продаж торговых наименований БАД нельзя выделить какого-то бесспорного лидера. СЕАЛЕКС ФОРТЕ, возглавлявший рейтинг в июле 2009 года, в августе сместился на второе место, пропустив вперед КАПИЛАР. ИНДИНОЛ ЭКСТРАКТ КРЕСТОЦВЕТНЫХ сохранил место в



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям ISO 9001:2000

тройке, однако его позицию нельзя назвать слишком устойчивой. Если в июле 2009 года отрыв от второго места составлял 0,21%, то в августе — уже почти 0,50%. А вот отрыв от БАД, занявшей четвер-

тое место (ОВЕСОЛ), наоборот сократился с 0,64% до 0,32%.

БАД относятся к товарам с коротким жизненным циклом, нуждающимся в постоянной активной рекламной поддержке, отсутствие которой практически сразу отрицательно сказывается на спросе.

Хотя ТОП-20 на половину состоит из продукции ЗАО ЭВАЛАР и многие продукты, такие как ПУСТЫРНИК ФОРТЕ, ТРОЙЧАТКА ЭВАЛАР, ЧЕРНИКА ФОРТЕ и др. продвинулись вверх по рейтингу, войти в тройку им опять не удалось. Возможно, при должном продвижении в следующем месяце эта «вершина» сможет покориться ОВЕСОЛУ.

В ТОП-20 появилось три продукта, отсутствовавших в июльском рейтинге, — КУДЕСАН, МЕН'С СПЕРМАКТИН и ЛИНЕКСБИО. Суммарно на ТОП-20 при-

шло 26% аптечных продаж БАД.

Динамика цен на БАД была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса и представлена на графике 2.

Согласно индексу Ласпейреса в августе 2009 года по сравнению с июлем 2009 года цены на БАД в рублях упали на 1,3%, а в долларах на 1,6%. Рост цен, которые произошел в июле, нивелировался снижением цен в августе, вернув их на мартовский уровень. За 8 месяцев цены на БАД в рублях выросли на 8,0%. При этом заметим, что, так как БАД, продающиеся на нашем рынке, в основном отечественного производства, то инфляция на этот тип товара заметно ниже, чем на лекарственный асортимент.

Источник: Фармацевтический рынок РОССИИ.
Выпуск: сентябрь 2009
DSM Group

Таблица 2

ТОП-20 торговых наименований БАД по объему аптечных продаж (в стоимостном выражении) в России в июле-августе 2009 г. Рейтинг

Рейтинг		Торговое наименование	Производитель	Доля в стоимостном объеме продаж, %	
				Июль 2009 г.	Август 2009 г.
2	1	КАПИЛАР	ДИОД ОАО	2,47%	2,73%
1	2	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	ВИС ООО	2,51%	2,56%
3	3	ИНДИНОЛ ЭКСТРАКТ КРЕСТОЦВЕТНЫХ	МИРАКСФАРМА ЗАО	2,30%	2,08%
5	4	ОВЕСОЛ	ЭВАЛАР ЗАО	1,66%	1,76%
7	5	ПУСТЫРНИК ФОРТЕ	ЭВАЛАР ЗАО	1,30%	1,53%
9	6	ТРОЙЧАТКА ЭВАЛАР	ЭВАЛАР ЗАО	1,19%	1,35%
10	7	ЧЕРНИКА-ФОРТЕ	ЭВАЛАР ЗАО	1,18%	1,23%
6	8	ТУРБОСЛИМ ОЧИЩЕНИЕ ЧАЙ	ЭВАЛАР ЗАО	1,38%	1,21%
8	9	АТЕРОКЛЕФИТ	ЭВАЛАР ЗАО	1,19%	1,20%
12	10	ТУРБОСЛИМ КОНТРОЛЬ АППЕТИТА	ЭВАЛАР ЗАО	1,08%	1,15%
13	11	ЛАКТОФИЛЬТРУМ	СТИ-МЕДС СОРБ ОАО	1,05%	1,14%
4	12	ТУРБОСЛИМ ДРЕНАЖ	ЭВАЛАР ЗАО	1,71%	1,10%
11	13	БЛОКАТОР КАЛОРИЙ ФАЗА 2	ДИОД ОАО	1,14%	1,06%
25	14	КУДЕСАН	АКВИОН ЗАО	0,77%	0,94%
15	15	ГЕПАТРИН	ЭВАЛАР ЗАО	0,92%	0,92%
21	16	МЕН'С ФОРМУЛА "СПЕРМАКТИН"	PHARMA-MED INC	0,83%	0,85%
22	17	ЛИНЕКСБИО	LEK D.D.	0,83%	0,83%
16	18	ЛЮТЕИН-КОМПЛЕКС	ЭКОМИР ЗАО	0,85%	0,83%
14	19	ТУРБОСЛИМ ЭКСПРЕСС-ПОХУДЕНИЕ НАБОР	ЭВАЛАР ЗАО	0,97%	0,82%
17	20	INNEOV (ИННЕОВ) ГУСТОТА ВОЛОС	LABORATORIES INNEOV	0,84%	0,80%
Итого:					26,1%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям ISO 9001:2000