

МОНИТОРИНГ АПТЕЧНЫХ ПРОДАЖ БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК, ПРИМЕНЯЕМЫХ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ КОСТНОЙ СИСТЕМЫ

Маркетинговое агентство DSM Group

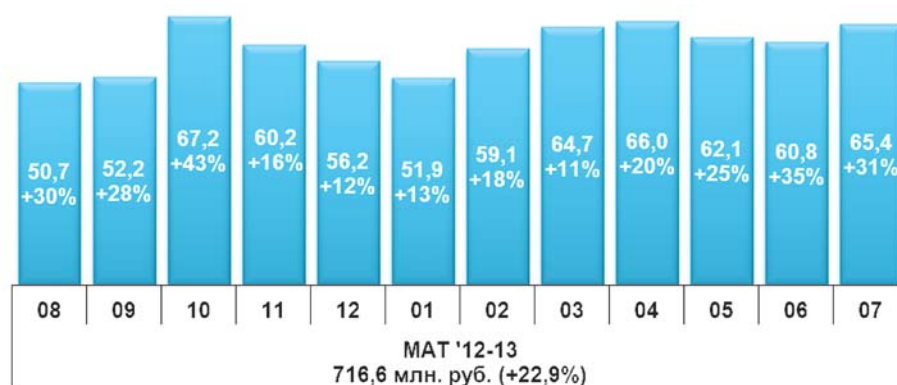
В современных условиях все большее количество людей независимо от пола и возраста сталкивается с заболеваниями костной системы. Заболевания опорно-двигательного аппарата можно подразделить на травматические, воспалительные, дистрофические и диспластические. Среди всех болезней суставов и позвоночника преобладают патологии дегенеративно-дистрофического характера, такие как остеохондроз и артрозы. Эти заболевания приводят к значительному ухудшению качества жизни и являются серьезной социально-экономической проблемой. Для лечения данных заболеваний используются как средства для конструктивной терапии, способствующие улучшению функций опорно-двигательного аппарата, так и симптоматические средства, облегчающие течение заболевания.

В настоящем обзоре рассмотрим рынок биологически активных добавок (БАД), в который вошли средства из классификатора БАД по действию подгруппы М «БАД, применяемые при заболеваниях костной системы». Данные представлены в ценах оптовой аптечной закупки за период с августа 2012 г по июль 2013 г (МАТ '12-13). Приросты продаж указаны к аналогичному предыдущему периоду.

За рассмотренный период рынок БАД, применяемых при заболеваниях костной системы, включает 125 брендов (241 полное наименование). Объем продаж выделенной группы в денежном выражении за период с августа 2012 г по июль 2013 г (МАТ '12-13) составил 716,6 млн. рублей (+22,9% по сравнению с аналогичным предыдущим периодом, рис. 1); в натуральном – 4,7 млн упаковок (-4,0%, рис. 2). Таким образом, отмечается отчетливая тенденция к росту объема продаж данного сегмента рынка в рублях и к снижению в упаковках.

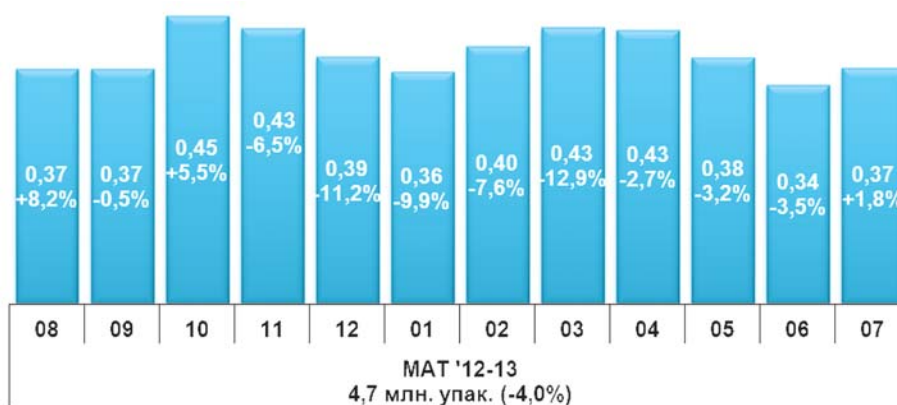
Динамика продаж БАД, применяемых при заболеваниях костной системы, отличается определенной сезонностью (рис. 1 и 2). Наибольший пик продаж приходится на осенний и весенний периоды, когда в связи с холодной и сырой погодой заболевания опорно-двигательного аппарата обостряются.

Как видно из рисунка 3, наибольшая доля продаж в стоимостном (69%) и натуральном (89%) выражении приходится



Источник: розничный аудит DSM Group

Рис. 1. Динамика продаж БАД, применяемых при заболеваниях костной системы, в России, млн. руб. Указаны приросты к аналогичным периодам предыдущего года, а также прирост продаж за период с августа 2012 г по июль 2013 г (МАТ '12-13) по сравнению с аналогичным предыдущим периодом – с августа 2011 г по июль 2012 г. (МАТ '11-12).



Источник: розничный аудит DSM Group

Рис. 2. Динамика продаж БАД, применяемых при заболеваниях костной системы, в России, млн. упак. Указаны приросты к аналогичным периодам предыдущего года, а также прирост продаж за период с августа 2012 г по июль 2013 г (МАТ '12-13) по сравнению с аналогичным предыдущим периодом – с августа 2011 г по июль 2012 г. (МАТ '11-12).

на БАД отечественного производства.

Следует отметить, что для БАД импортного производства, несмотря на их существенно меньшую представленность на рынке России, прирост продаж оказался выше, чем для отечественных БАД. При этом для БАД импортного производства выявлены положительные приросты продаж как в упаковках, так и в рублях, в то время как для БАД российского производства положительный прирост в стоимостном выражении сопровождался падением продаж в упаковках. Таким образом, в натуральном выражении доля продаж отечественных БАД уменьшилась в пользу импортных.

Средняя цена за одну условную упаковку БАД, применяемых при отравлениях и интоксикациях, за рассмотренный период составила 151,6 руб. По сравнению с предыдущим аналогичным периодом цена за одну упаковку БАД выросла на 28%.

Импортные БАД дороже отечественных: средняя цена для БАД импортного производства за рассмотренный период составила 434,2 руб, отечественных препаратов – 117,2 руб. Как видно из рисунка 4, для препаратов иностранного производства наибольший стоимостной объем продаж, более 92%, приходится на сегмент БАД с ценой «более 500 руб» (59,5%) и «от 100 до 300 руб» (32,6%).

Для препаратов российского производства порядка 63,3% стоимостного объема продаж приходится на БАД с ценой «от 100 до 300 руб», около 19,2% – на БАД с ценой «от 50 до 100 руб» (рис. 4). По сравнению с предыдущим аналогичным периодом цены на БАД импортного и отечественного производства выросли на 6,7% и 25,4% соответственно.

Рассмотрим рейтинг продаж БАД, применяемых при заболеваниях костной системы, по брендам (табл. 1). Первую строчку рейтинга занимает бренд Хонда (ЗАО Эвалар) с долей в рублях 14,1% и высоким положительным приростом продаж (+50,7%). Вторая строчка ТОП-10 в деньгах принадлежит также бренду компании ЗАО Эвалар – Горный кальций (10,1%). Однако продажи данного бренда падают. По сравнению с предыдущим аналогичным периодом, Горный кальций продемонстрировал максимальное снижение объема продаж (-25,9%) среди десятки лидеров стоимостного рейтинга. На третьем месте расположился БАД Фулфлекс (Риа Панда) с долей 8,5%. Максимальный прирост продаж, составивший +207,5%, отмечен

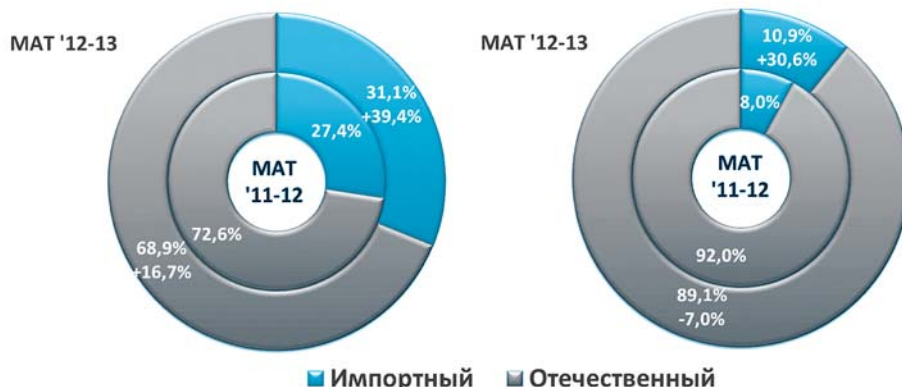


Рис. 3. Доли продаж импортных и отечественных БАД, применяемых при заболеваниях костной системы, в России в рублях (А) и в упаковках (Б). Указан прирост продаж за период с августа 2012 г по июль 2013 г (МАТ '12-13) по сравнению с аналогичным предыдущим периодом – с августа 2011 г по июль 2012 г. (МАТ '11-12).

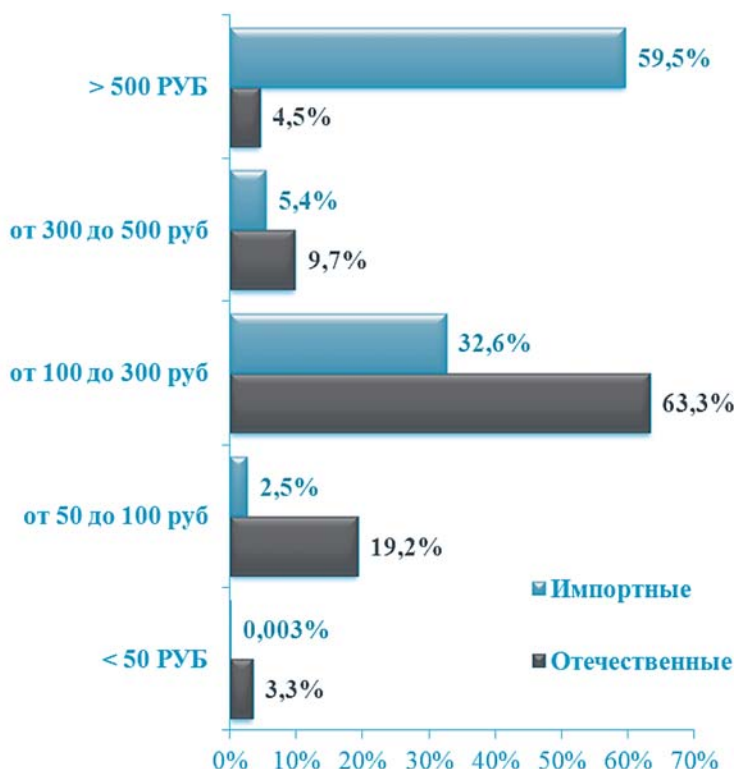


Рис. 4. Доли стоимостного объема продаж (руб.) импортных и отечественных БАД, применяемых при заболеваниях костной системы, в зависимости от сегмента цен за упаковку в России за период с августа 2012 г по июль 2013 г (МАТ '12-13).

для БАД Глюкозамин Максимум от компании Natur Product.

В рейтинге по натуральному объему лидирует бренд Горный кальций от компании ЗАО Эвалар (табл. 2), доля продаж которого падает не только в стоимостном выражении, но и в упаковках. При этом падение в натуральном объеме еще более выраженное (-38,3%) по сравнению со снижением

продаж в рублях и является максимальным среди ТОП-10. На втором месте – бренд Кальцид (ООО Комфорт Комплекс) с долей 12,6%, продажи которого также снизились в упаковках (-25,7%) и в рублях (-19,6%) по сравнению с предыдущим аналогичным периодом. Лидер стоимостного рейтинга БАД Хонда занял третью позицию с долей продаж 12,4%.

Таблица 1
ТОП-10 брендов БАД, применяемых при заболеваниях костной системы,
в стоимостном объеме продаж в России

№	Бренд	Фирма-производитель	Объем продаж, тыс. РУБ.		Прирост МАТ '12-13 к МАТ '11-12	Доля, РУБ. МАТ '12-13
			«МАТ '11-12»	«МАТ '12-13»		
1	ХОНДА	ЭВАЛАР ЗАО	67 174	101 227	+50,7%	14,1%
2	ГОРНЫЙ КАЛЬЦИЙ	ЭВАЛАР ЗАО	97 870	72 495	-25,9%	10,1%
3	ФУЛФЛЕКС	РИА ПАНДА	33 162	60 921	+83,7%	8,5%
4	SOLGAR	SOLGAR VITAMIN AND HERB	21 105	54 952	+160,4%	7,7%
5	ГЛЮКОЗАМИН МАКСИМУМ	NATUR PRODUKT	13 928	42 823	+207,5%	6,0%
6	АРТРОЦИН	РИА ПАНДА	22 827	41 102	+80,1%	5,7%
7	САБЕЛЬНИК	Разные производители	31 777	38 116	+19,9%	5,3%
8	КАЛЬЦИД	КОМФОРТ КОМПЛЕКС ООО	45 100	36 243	-19,6%	5,1%
9	АРТРО-АКТИВ	ДИОД ОАО	40 932	36 219	-11,5%	5,1%
10	ГЕЛАДРИНК	ORLING	23 052	29 255	+26,9%	4,1%
	ТОП-10		396 929	513 353	+29,3%	71,6%
	Весь рынок		583 058	716 587	+22,9%	100%

Источник: розничный аудит DSM Group

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

Таблица 2
ТОП-10 брендов БАД, применяемых при заболеваниях костной системы,
в натуральном объеме продаж в России

№	Бренд	Фирма-производитель	Объем продаж, тыс. УП.		Прирост МАТ '12-13 к МАТ '11-12	Доля, УП. МАТ '12-13
			«МАТ '11-12»	«МАТ '12-13»		
1	ГОРНЫЙ КАЛЬЦИЙ	ЭВАЛАР ЗАО	1 073	662	-38,3%	14,0%
2	КАЛЬЦИД	КОМФОРТ КОМПЛЕКС ООО	801	595	-25,7%	12,6%
3	ХОНДА	ЭВАЛАР ЗАО	429	587	+36,9%	12,4%
4	САБЕЛЬНИК	Разные производители	555	577	+4,0%	12,2%
5	АРТРО-АКТИВ	ДИОД ОАО	510	360	-29,3%	7,6%
6	ФУЛФЛЕКС	РИА ПАНДА	146	257	+76,7%	5,4%
7	АРТРОЦИН	РИА ПАНДА	112	218	+94,0%	4,6%
8	МУМИЕ	Разные производители	176	203	+15,3%	4,3%
9	ГЛЮКОЗАМИН МАКСИМУМ	NATUR PRODUKT	64	160	+152,0%	3,4%
10	РЕЛИКТОВЫЕ ТРАВЫ АЛТАЯ	ЭВАЛАР ЗАО	191	129	-32,4%	2,7%
	ТОП-10		4 056	3 749	-7,6%	79,3%
	Весь рынок		4 923	4 726	-4,0%	100%

Источник: розничный аудит DSM Group

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

Максимальный прирост продаж, как и в рейтинге в рублях, в упаковках продемонстрировал бренд Глюкозамин Максимум (+152%).

Подводя итог, следует отметить, что рынок БАД, применяемых при заболеваниях костной системы, растет в рублях, но падает в упаковках. Отмечается снижение продаж отечественных БАД в пользу импортных. При этом доля импортных БАД в данном сегменте рынка не велика, но их

продажи характеризуются положительным приростом как в стоимостном выражении, так и в упаковках. Цены на БАД импортного производства также выше, чем на отечественные. Лидером продаж в стоимостном рейтинге является БАД Хонда. В рейтинге в упаковках самые продаваемые препараты – Горный кальций и Кальцид – сдают свои позиции. В связи с этим, можно предполагать возможную смену лидера в натуральном рейтинге

и дальнейшее укрепление позиций БАД Хонда. Рынок активно развивается. За рассмотренный период производители вывели 19 новых брендов. Наиболее успешным оказалось продвижение БАД Эллагэнга активный глюкозамин от компании Риа Панда и бренда ГХК-Ультра (ООО Фармакор Продакшн ООО), которые за рассматриваемый период заняли в данном сегменте доли в рублях 2,9% и 0,1% соответственно.