

ОБЗОР РЫНКА БАД, ОБЛАДАЮЩИХ АНТИГЕЛЬМИНТНЫМ И ПРОТИВОПАРАЗИТАРНЫМ ДЕЙСТВИЕМ.

1 квартал 2015 года

Маркетинговое агентство DSM Group

По данным ВОЗ, паразитарными болезнями в мире заражено более 4,5 млрд человек. Средняя заболеваемость населения Земли составляет 100 млн в год, при этом в США каждый второй гражданин является носителем паразитарного заболевания, а в странах Европы заражено паразитами треть населения. В течение жизни практически каждый россиянин переносит паразитарное заболевание. Специалисты считают, что уровень заражения паразитами значительно превышает официальные показатели и достигает в ряде стран 90%.

Сегмент рынка БАД, обладающих антигельминтным и противопаразитарным действием, занимает менее одного процента от всех продаж БАД в российских аптеках. При рассмотрении двух 12-ти месячных периодов (апрель-март 2013-2014 годов и аналогичный период 2014-2015 годов) вид-

но, что объемы продаж упали, как в рублях (-2,4%), так и в упаковках (-9,7%).

При этом средневзвешенная стоимость упаковки увеличилась на 8,1% и составила по итогам периода апрель 2014 – март 2015 года 114 рублей в ценах закупки. Как видно из таблицы 1, основные средства приходятся на ценовой сегмент «от 50 руб. до 150 руб.», где средневзвешенная стоимость упаковки в 2014 – начале 2015 гг. составляла 108 рублей. Около 80% объемов продаж в данном сегменте принадлежит одному бренду – ТРОЙЧАТКА ЭВАЛАР.

Примечательно, что в период апрель 2013 – март 2014 в аптеках не были представлены БАДы, обладающие антигельминтным и противопаразитарным действием, стоимостью дороже 500 рублей за упаковку. В 2014 году компания ООО «Биолит» начала продажи бренда ЭКОР-

СОЛ в капсулах по 90 шт. в упаковке, средневзвешенная стоимость которого была порядка 1040 рублей.

Значительно увеличилась доля брендов ценового сегмента «от 150 до 500 руб.» в структуре продаж: с 1,3% до 16,2% в стоимостном объеме продаж и с 0,8% до 11,8% в натуральном. Такое изменение произошло за счет увеличения стоимости упаковки на бренд ТРОЙЧАТКА ЭВАЛАР в капсулах по 400 мг № 40: с 122 рублей до 154 рублей (+26,2%).

Основная лекарственная форма БАД, обладающих антигельминтным и противопаразитарным действием, – капсулы: в 2014 году 91,5% стоимостных и 91,7% натуральных объемов продаж приходилось на эту форму.

В начале 2015 г. на аптечном рынке России было представлено 13 брендов БАД, обладающих антигельминтным и

Диаграмма 1. Динамика потребления БАД, обладающие антигельминтными и противопаразитарным действием в РФ



Таблица 1

Объемы продаж БАД, обладающие антигельминтными и противопаразитарным действием руб./упак.

Ценовой сегмент	Стоимостные объемы		Натуральные объемы	
	Апрель 2013 – Март 2014	Апрель 2014 – Март 2015	Апрель 2013 – Март 2014	Апрель 2014 – Март 2015
менее 50 руб.	0,03%	0,03%	0,1%	0,2%
от 50 до 150 руб.	98,6%	83,6%	99,1%	88,0%
от 150 до 500 руб.	1,3%	16,2%	0,8%	11,8%
более 500 руб.	-	0,2%	-	0,03%

НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЛЕКАРСТВЕННЫМ СРЕДСТВОМ

Диаграмма 2. Объемы продаж БАД, обладающие антигельминтными и противопаразитарным действием, апрель 2014 — март 2015 гг.



противопаразитарным действием — на 1 бренд больше, чем в 2014 г.

Бесспорным лидером рынка на протяжении последних нескольких лет остается ТРОЙЧАТКА компании ЭВАЛАР (доля около 80%). Данный бренд насчитывает два торговых наименования: средство для взрослых и детей.

Значительно уступая лидеру, на втором месте находится бренд компании ООО «ФАРМ-ПРО ПК» — ТРОЙЧАТКА ПРЕМИУМ (доля около 15%). Замыкает тройку лидеров, как и в прошлые несколько лет, бренд ПАРАЗИТОКС компании ООО «НАТУРОФАРМ» (доля около 1%). В 2014-2015 гг. сокращение объемов потребления коснулось практически всех брендов ТЕР-5. Так, лидер группы бренд ТРОЙЧАТКА ЭВАЛАР «потерял» 3,1% от продаж в рублях, бренд ПАРАЗИТОКС — 39,1%.

Анализ предыдущих лет показывает стабильный спрос на средства, обладающие антигельминтным и противопаразитарным действием. Но анализ

соотношения продаж лекарственных средств и БАД в последние несколько лет показывает, что спрос на БАД падает, а на ЛС стабильно растет как в рублях, так и в упаковках. Например, доля БАД в структуре продаж всех антигельминтных и противопаразитарных средств в 2011 году была 6,6%, а в 2014 году уже в два раза меньше — 3,2%. Такая ситуация говорит о том, что на данный момент покупатели больше доверяют лекарственным препаратам, чем БАДам.

Несмотря на это, каждый год появляются новые БАДы, которые занимают небольшую долю продаж, чаще всего не больше 1%. Так, самый успешный среди первых пяти брендов 2014 — начала 2015 гг. — ЭКОРСОЛ компании ООО «БИОЛИТ», занял только 0,2% рынка.

Каждый производитель, работающий в сегменте противопаразитарных препаратов, за исключением компании ЭВАЛАР, представляет на

рынке по одному бренду. Таким образом, лидером с существенным отрывом является компания ЭВАЛАР, за ней расположен производитель ООО «ФАРМ-ПРО ПК» и ООО «НАТУРОФАРМ».

Примечательно, что в отличие от других групп БАД (например, БАД для похудения) в рассматриваемой группе представлены только отечественные производители.

В кризисное время БАДы являются наиболее «уязвимой» категорией аптечных товаров. Учитывая это, а также то, что последние несколько лет объемы продаж БАД, обладающих антигельминтным и противопаразитарным действием, уменьшаются, можно говорить о том, что в ближайшие несколько лет сохранится тенденция к уменьшению спроса на БАДы в структуре аптечных продаж антигельминтных и противопаразитарных средств при увеличении спроса на лекарственные препараты.

Таблица 2
ТОП-5 брендов по стоимостным объемам продаж БАД, обладающие антигельминтными и противопаразитарным действием, млн рублей

Бренд	Торговое наименование	Объем продаж, Апрель 2013 — Март 2014	Объем продаж, Апрель 2014 — Март 2015	Доля, Апрель 2014 — Март 2015	Прирост, Апрель 2014 — Март 2015/ Апрель 2013 — Март 2014
ТРОЙЧАТКА ЭВАЛАР	ТРОЙЧАТКА ЭВАЛАР	42,7	41,5	93,6%	-2,8%
	ТРОЙЧАТКА ЭВАЛАР Д/ДЕТЕЙ	3,0	2,8	6,4%	-7,0%
Итого		45,7	44,3	82,2%	-3,1%
ТРОЙЧАТКА ПРЕМИУМ	ТРОЙЧАТКА ПРЕМИУМ	8,2	8,5	100,0%	4,0%
Итого		8,2	8,5	15,8%	4,0%
ПАРАЗИТОКС	ПАРАЗИТОКС	0,8	0,5	100,0%	-39,1%
Итого		0,8	0,5	0,9%	-39,1%
ТРАНЗИТ	ТРАНЗИТ «ОЧИЩЕНИЕ ОТ ПАРАЗИТОВ»	0,3	0,3	100,0%	-13,9%
Итого		0,3	0,3	0,5%	-13,9%
ЭКОРСОЛ	ЭКОРСОЛ ФОРТЕ	-	0,1	100,0%	-
Итого		-	0,1	0,2%	-