

УДК: 615.32:339.13(470)

Коротаева Татьяна Николаевна, студентки 3 курса фармацевтического факультета ГБОУ ВПО «Курский государственный медицинский университет» Минздрава России

e-mail: korotaewa.tane4ka@yandex.ru

Купчинская Ирина Николаевна, студентка 3 курса фармацевтического факультета ГБОУ ВПО «Курский государственный медицинский университет» Минздрава России

e-mail: Kup4inskaya.Irina@yandex.ru

Машенко Виктория Владимировна, студентка 3 курса фармацевтического факультета ГБОУ ВПО «Курский государственный медицинский университет» Минздрава России

e-mail: 28vikusik08@mail.ru

ДИНАМИКА СПРОСА БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК В РОССИИ

Аннотация: в данной статье рассматривается изменение спроса БАД на аптечном рынке России в период с 2013 по 2016. Влияние внешних факторов (регуляторные и экономические), и были проанализированные данные об объеме продаж и изменение цен на товары.

Ключевые слова: биологически активные добавки, БАД, спрос, объем продаж, динамика цен, аптечный рынок в России.

Korotaeva Tatiana Nikolaevna, student of the pharmaceutical faculty, Kursk State Medical University

e-mail: korotaewa.tane4ka@yandex.ru

Kupchinskaya Irina Nikolaevna, student of the pharmaceutical faculty, Kursk State Medical University

e-mail: Kup4inskaya.Irina@yandex.ru

Maschenko Victoria Vladimirovna, student of the pharmaceutical faculty,
Kursk State Medical University

e-mail: 28vikusik08@mail.ru

DEMAND BEHAVIOR BIOLOGICALLY ACTIVE ADDITIVES IN RUSSIA

Summary: this article examines the change in demand for BAA in the Russian pharmacy market in the period from 2013 to 2016, the influence of external factors (regulatory and economic), and analyzes data on sales and price changes.

Keywords: biologically active additives, BAA, demand, sales, price developments, pharmacy market in Russia.

В 1921 году из-за политического кризиса, произошедшего в Китае, в китайскую тюрьму попал американский химик Карл Ренборг. Питание там было скудное, и чтобы скомпенсировать его питание, он добавлял в пищу истолченные гвозди и различные растения и травы, которые ему удавалось получить. Окружающие считали, что он обезумел, хотя замечали, что Ренборг стал выглядеть намного лучше остальных. Это был первый раз использования биологически активных добавок (БАД).

После освобождения Карл вернулся в США, использовал свои знания на пользу другим людям. Сделав поливитаминную добавку на основе люцерны и других трав, Ренборг стал распространять её через друзей и знакомых, которые, ощутив пользу, давали её своим знакомым и т.д. - так родился сетевой маркетинг [4, с.2].

Благодаря стараниям Карла Ренборга США считается не только первой страной, в которой появились БАД, но и самым крупным рынком по его производству и употреблению. На данный момент около 85 % населения США употребляет биологически активные добавки, которые стали неотъемлемой составляющей питания и атрибутом образа жизни. В России потреблении БАД

пока менее популярно: только 20 % граждан покупают БАД. Но данная область имеет обширные перспективы для развития.

Наличие в аптечных пунктах биологически активных добавок необходимо россиянам, так как в результате проведенных врачами и диетологами исследований, был сделан однозначный вывод, что в питании жителей России наблюдается существенная нехватка белков, полунасыщенных жирных кислот, микронутриентов и витаминов, а жиры и углеводы, наоборот – в избытке. «Последствия такой безрадостной картины самые печальные: сахарный диабет, заболевания пищеварительного тракта и сердечно-сосудистой системы, онкология, ожирение, общее снижение адаптационного потенциала и иммунитета» - высказал свое мнение академик Виктор Тутельян, директор НИИ питания РАМН. Всё выше сказанное подтверждает всю важность наличие БАД на отечественном рынке [5, с.4].

Но аптечный рынок БАД последние годы заметно изменился, причём эти изменения, связанные с внешними факторами: регуляторными и экономическими. Внесение поправок в законодательные инициативы в 2016 году ужесточило правила, регулирующие рекламу БАД, которая является основным инструментом в продвижении данной категории ассортимента. Упаковка и реклама БАД, в соответствии с регуляторными требованиями, стали обезличенными, а информация в них сведена к минимуму, поэтому потребителю не всегда понятно, для чего ему стоит приобретать данный продукт [1, с.57]. Также в российском законодательстве специально оговорено, что названия биологически активных добавок, не должны быть созвучны с названиями лекарственных препаратов, но это ограничение часто пытаются обойти недобросовестные производители. Вот и оказываются в аптеках и на полках магазинов, БАДы, умело выдающие себя за популярные лекарства. Расчет, прежде всего на невнимательность потребителя [3,с.4].

Также стоит отметить негативное влияние финансово-экономические факторов на динамику аптечных продаж БАД в последние несколько лет. С

одной стороны, снизился уровень платёжеспособности населения, а с другой — БАД не являются товаром первой необходимости [1, с.58].

Таким образом, в упаковках рынок БАД не растёт уже на протяжении длительного периода. Увеличение стоимостных объёмов данного сегмента обеспечено только высокой инфляцией на данную группу товаров (рис.1).

Таблица 1. ТОП-10 фирм-производителей БАД, лидирующих по объёму продаж на рынке России.

Рейтинг 2016 г.	Изменение	Бренд	Стоимостный объём, млн руб.	Прирост стоимостного объёма
			2016 г.	
1	1	Solgar	1365,4	21%
2	2	Витамишки	1049,8	14%
3	2	Доппельгерц	959,4	8%
4	3	Фитолакс	954,8	18%
5	1	Турбослим	876,6	1%
6	2	Фимибион	864,1	16%
7	4	Максилак	802,5	70%
8	-7	Сеалекс	699,2	-58%
9	1	Нормобакт	528,9	10%
10	-1	Алфавит	528,5	2%

Для аптеки БАД остаются наиболее важной категорией аптечного нелекарственного товара производства и составляют 4 % от общего объёма продаж. За 2016 год на полках имелось около 2450 различных брендов БАД, которые производят около 950 производителей (табл. 1) [2, с.1].



Рисунок 1. Объемы аптечных продаж БАД в России

В среднем одна упаковка БАД обходиться потребителю в 160 рублей (розничная цена). В 2016 году эта цена увеличилась только на 1,9 руб. (рис. 2). Наиболее востребованным на рынке ценовым сегментом БАД является сегмент с ценой до 50 руб. На долю данного сегмента приходится порядка 58 % проданных БАД в натуральном выражении. При этом отметим, что из-за низкой цены доля данного сегмента в стоимостном выражении составляет около 9 %. Наибольшую выручку аптеке приносят БАД с ценой выше 500 руб., доля данного сегмента составляет 29 %. Динамика цен на БАД была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса. Только в 2016 году цены в среднем увеличились на 10,4 %. А если считать инфляцию к ценам 2013 года, то показатель вырос на 40 %.

Также следует отметить, что значимое влияние на спрос БАД оказывает фирма производитель. В структуре продаж БАД по происхождению происходят заметные изменения. Если в 2013 году в рейтинге ТОП-10 было 6 отечественных компаний, то в 2016 году в «десятку» входит только три российских производителя.



Рисунок 2. Изменение цен БАД на аптечном рынке России.

Причём только лидеру — компании «Эвалар» — удалось сохранить за собой прошлое место в рейтинге. В результате за 4 года доля отечественных БАД в стоимостном выражении сократилась с 65 % в 2013 году до 55 % в 2016 году. Основные изменения произошли в структуре в 2014 году. Значимых поглощений в последние 2 года не отмечено, поэтому соотношение между импортными и российскими БАД остается стабильным [1, с. 61]. В натуральном выражении БАД отечественного производства продолжают лидировать — их вес в 2016 году составил 81 %. Средняя стоимость упаковки отечественного препарата в 2016 году составила 80 руб. (-1% к 2015 году), что приблизительно в 3,5 раза ниже стоимости упаковки 62 импортного лекарственного средства. (рис. 3). В этот же период стоимость импортной упаковки в среднем составляла 275 руб. Что влияет на спрос товара, так как потребитель предпочитает брать продукцию по более низкой цене. Стоит отметить и прирост в продаже импортных БАД, ведь большинство считает, что товары зарубежного производства более лучшего качества.

Таким образом, биологически активные добавки на аптечном рынке России имеют довольно большую перспективу для своего развития. В настоящее время данная категория препаратов мало востребована населением.

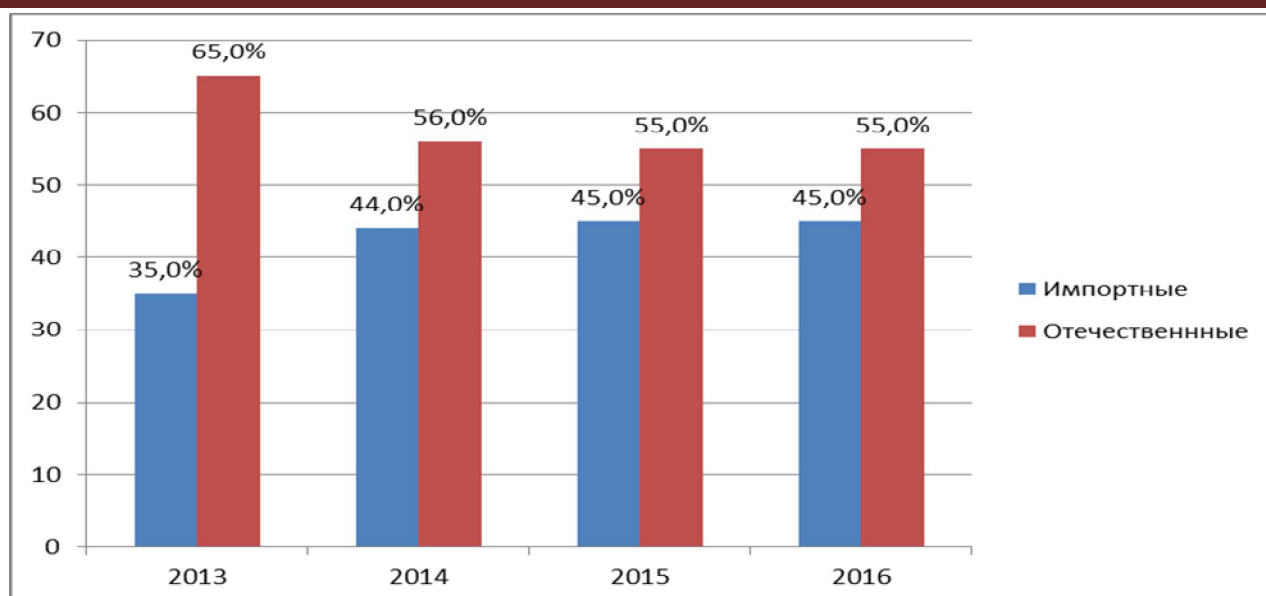


Рисунок 3. Соотношение продаж БАД отечественного и импортного.

Однако, можно с уверенностью сказать, что БАД имеют все шансы на отечественном рынке быть самыми востребованными и прибыльными препаратами в ближайшем будущем.

Список литературы:

1. Фармацевтический рынок России 2016 // Аналитический отчёт, описывающий фармацевтический рынок России: динамика, объёмы и прогнозы под руководством С. Шулякова: https://vk.com/doc195086294_452477302?hash=a4bfec14dc984fd39e&dl=90bb5bc9ac1e362a91
2. Аптечные продажи БАД в 2016 году // По данным аудита фармацевтического рынка России, проводимого DSM Group: <http://www.dsm.ru/news/377/>
3. Рынок БАД в России // Обзор Российского рынка БАД: https://narmed.ru/articles/reportazhi/rynok_bad_v_rossii
4. Биологически активные добавки - история, мифы, безопасное применение: <https://dartenum.ru/interesting-materials/dietary-supplements-history,-myths-and-safe-use.html>