

УДК 615.32

Неверов Павел Александрович

кандидат экономических наук,
доцент кафедры учета и информационных систем в бизнесе,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Алтайский филиал
neverov_78@mail.ru

Пислегина Наталья Владимировна

кандидат экономических наук,
доцент кафедры учета и информационных систем в бизнесе,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Алтайский филиал
pislegina_n@bk.ru

Pavel A. Neverov

Financial University under the Government
of the Russian Federation, Altai branch
Candidate of Economics
neverov_78@mail.ru

Natalya V. Pislegina

Financial University under the Government
of the Russian Federation, Altai branch
Candidate of Economics, Associated Professor
pislegina_n@bk.ru

**АНАЛИЗ РЫНКА ФИТОПРЕПАРАТОВ РОССИИ И АЛТАЙСКОГО
КРАЯ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА,
ПРОБЛЕМЫ И ПРОГНОЗЫ**

**ANALYSIS OF THE MARKET OF THE HERBAL REMEDIES OF RUSSIA
AND THE ALTAI TERRITORY: TRENDS OF CONSUMER DEMAND
DEVELOPMENT, PROBLEMS AND FORECASTS**

Аннотация. В статье представлены результаты исследования рынка фитопрепаратов/БАД на территории России и Алтайского края за 2014 - 2017 г.г. Выявлена динамика продаж фитопрепаратов/БАД, рассмотрено влияние инфляционной составляющей на формирование цены продаж, а также определены проблемы и прогноз развития научно – исследовательской деятельности, направленной на создание новых лекарственных продуктов.

Ключевые слова: фитопрепараты, лекарственные средства, лекарственное растительное сырье, динамика цен, объем рынка продаж, категории покупателей, фармацевтический рынок.

Annotation. The article presents the results of the market research of herbal remedies / dietary supplements in Russia and the Altai Territory for 2015-2017. The dynamics of phytopreparations / BAA sales has been revealed, the influence of the

inflationary component on the pricing of sales has been considered, and the problems and forecast of the development of research activities aimed at creating new medicinal products have been identified.

Keywords: *phytopreparations, medicines, medicinal plant raw materials, price dynamics, sales market volume, categories of customers, pharmaceutical market*

Фитопрепараты (ФП) – это утвержденные в установленном порядке готовые лекарственные средства (ЛС), которые содержат биологически активные вещества растительного происхождения (БАВ) или лекарственное растительное сырье (ЛРС) и применяются для лечения/профилактики различных заболеваний человека [1].

Аптечный рынок фитопрепаратов/БАД за последние несколько лет заметно изменился. И, в первую очередь, происходит изменение структуры потребления. Наиболее востребованными становятся фитопрепараты/БАДы среднего ценового сегмента в «терапевтических» группах: витамины, успокаивающие, слабительные, недорогие чаи. А вот популярные ранее средства для похудения, фитопрепараты/БАД для мужского здоровья теряют существенно в объемах продаж. Отдельное влияние оказывает и тот фактор, что продавать фитопрепараты/БАДы теперь могут не только аптеки, но и любые торговые организации, имеющие лицензию на торговлю пищевыми продуктами. Например, фитопрепараты/БАД можно найти на полках сетей «Ашан», METRO, «Азбука вкуса» и т.д. Продуктовые сети активно развивают отделы по продаже товаров для здоровья, к которым и относятся фитопрепараты/БАД.

Согласно данным, представленным на рисунке 1 и 2, за 2014-2017 гг., объем продаж фитопрепаратов в натуральном выражении имел положительную динамику. Наибольший рост продаж наблюдался в 2015 году – на 3%, наименьший – в 2016 – на 0,6%. В 2017 году через аптечную сеть России было реализовано 340,7 млн. упаковок фитопрепараты/БАД на общую сумму 51,2 млрд. рублей (в розничных ценах) или 37,0 млрд. рублей (в закупочных ценах). Таким образом, рынок фитопрепаратов/БАД в 2017 году продемонстрировал рост на 4,6 % в рублях и на 1,7 % в натуральном выражении по сравнению с 2016 годом. При этом заметим, что для поддержания конкурентных цен аптекам приходилось снижать наценку на данную группу препаратов (по итогам 2017 года наценка на фитопрепараты/БАД составляла в среднем 38,4%, тогда как в 2016 году аналогичный показатель был на уровне 40,8%).

Рисунок 1 - Анализ рынка фитопрепаратов в России за 2014-2017 г.г., млн. упак.

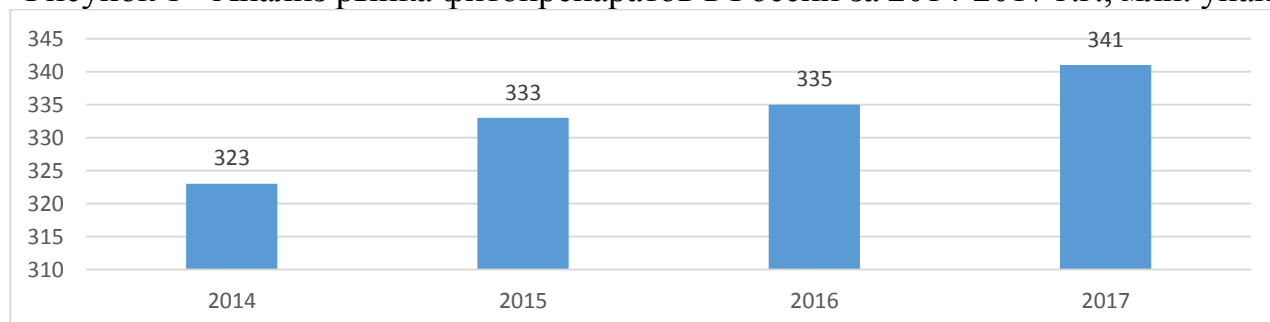
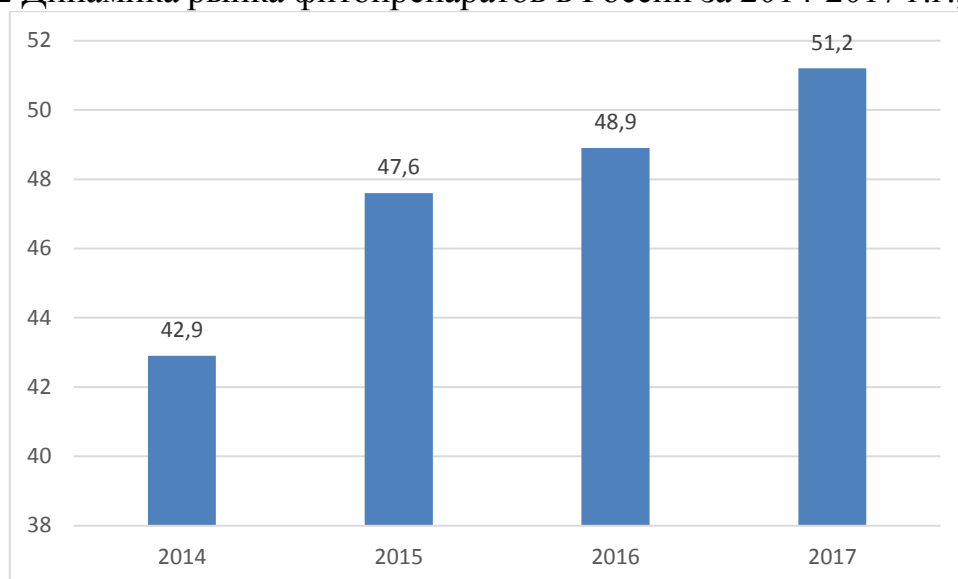


Рисунок 2 Динамика рынка фитопрепаратов в России за 2014-2017 г.г., млрд. руб



При рассмотрении динамики объема продаж фитопрепараты/БАД по месяцам 2017 г. можно отметить, что пик роста объемов продаж пришелся на начало года, когда обычно наблюдается «всплеск» продаж сезонных средств (противовоспалительных средств). Существенный спад объемов реализации по сравнению с 2016 г. наблюдался с сентября 2017 года. В натуральном выражении ситуация аналогичная: осенью продажи фитопрепараты/БАД демонстрировали даже отрицательную динамику.

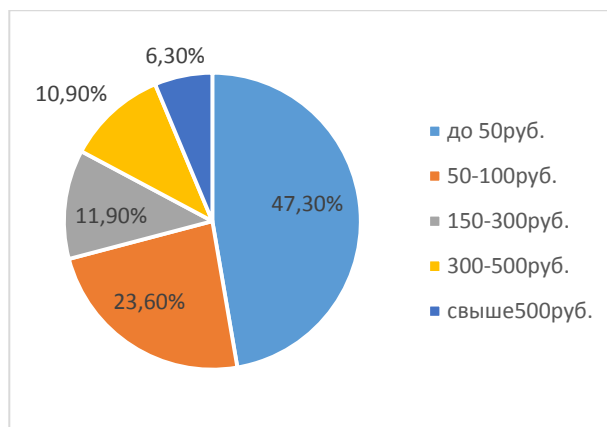
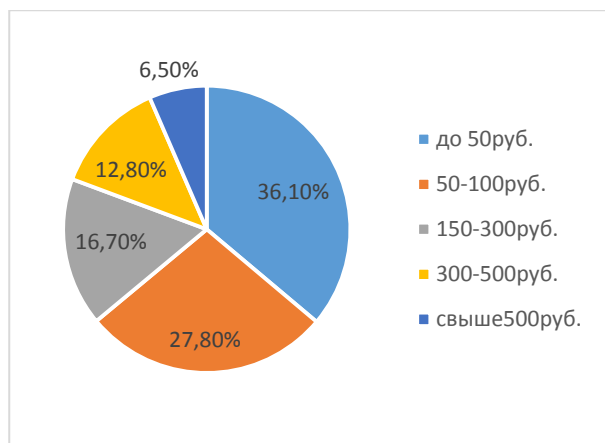
В среднем, одна упаковка фитопрепаратов/БАДов обошлась потребителю в 2017 году в 150,2 руб. (розничная цена), что превысило показатель 2016 года на 4,1 руб., в то время как закупочная цена фитопрепаратов/БАДов составляла порядка 108,6 руб.

Наиболее востребованным на рынке ценовым сегментом фитопрепаратов/БАД остается препарат с розничной ценой до 50 руб. На долю данного сегмента приходится около 47% проданных фитопрепараты/БАД в натуральном выражении (ценовая структура приведена на основе розничных цен).

Также отметим, что в упаковках именно этот сегмент растет максимальными темпами. В большей мере это происходит за счет роста цен и перемещения линеек из одной ценовой категории в другую, а не за счет увеличения продаж «дорогостоящих» фитопрепараты/БАД.

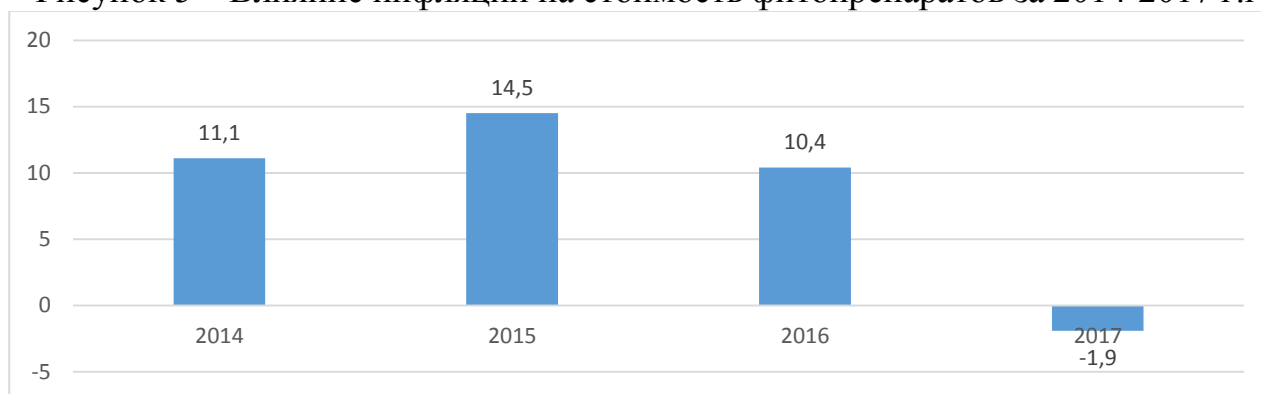
Рисунок 3 Стоимостной объем продаж за 2017 год

Рисунок 4 Натуральный объем продаж за 2017 год



Динамика цен на фитопрепараты/БАД была проанализирована с использованием индекса цен Ла - спейреса. Несмотря на незначительный прирост средневзвешенных цен, инфляционное воздействие на стоимость фитопрепаратов/БАД в последние годы было довольно высокое. 2017 год сломал этот тренд: в денежном выражении цены снизились на 1,9%. Такая динамика (дефляция) отмечена впервые за много лет.

Рисунок 5 – Влияние инфляции на стоимость фитопрепаратов за 2014-2017 г.г.



В списке ТОП-20 брендов, лидирующих по стоимостным объемам продаж, можно отметить ряд существенных изменений (таб. 1). Лидером рынка по данным таблицы осталась линейка витаминных комплексов Solgar, действующих на организм в целом и на отдельные системы. Второе место в рейтинге 2017 года занял бренд «Доппельгерц» (+21,3%). Бренд «Витамишки», занимавший третью строчку в 2016 году, потерял 2 позиции в рейтинге, сократив объемы реализации почти на 8%. Его место в рейтинге 2017 года занял бренд «Фитолак» (+18,9%). Также благодаря этому вверх «подтянулся» «Фемибион» (+3 позиции).

Из существенных положительных изменений можно отметить бренд «Юнивит» (+58%) и «Бак-Сет» (141%), из отрицательных – «Сеалекс Форте» (-46,6%).

Таблица 1 - ТОП-20 продаж брендов фитопрепараты/БАД в России за 2017 год

Рейтинг 2017г.	Изменение	Бренд	Стоимостной объем млн.руб.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	SOLGAR	1 961,0	15,5%	3,8%
2	0	ДОППЕЛЬГЕРЦ	1 754,6	21,3%	3,4%

3	1	ФИТОЛАКС	1 432,9	7,3%	2,8%
4	3	ФЕМИБИОН	1 351,7	15,5%	2,6%
5	-2	ВИТАМИШКИ	1 295,5	-7,6%	2,5%
6	2	МАКСИЛАК	1 243,8	13,2%	2,4%
7	-2	ГЕМАТОГЕН	1 211,8	-2,7%	2,4%
8	-2	ТУРБОСЛИМ	1 024,6	-14,4%	2,0%
9	2	НОРМОБАКТ	986,2	25,1%	1,9%
10	0	ПУСТЫРНИК	835,2	4,5%	1,6%
11	2	АЛФАВИТ	788,7	1,7%	1,5%
12	4	ЮНИВИТ	786,9	58,2%	1,5%
13	1	ГЛИЦИН ФОРТЕ "ЭВАЛАР"	739,5	16,6%	1,4%
14	6	КОМПЛИВИТ	621,6	48,7%	1,2%
15	2	ОВЕСОЛ	588,0	25,4%	1,1%
16	-7	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	524,3	-46,6%	1,0%
17	29	БАК-СЕТ	523,9	140,8%	1,0%
18	-3	ЛИНЕКС ДЛЯ ДЕТЕЙ	505,0	0,1%	1,0%
19	-1	НАТУРИНО	463,0	1,7%	0,9%
20	-1	АСКОРБИНОВАЯ КИСЛОТА	458,6	7,5%	0,9%

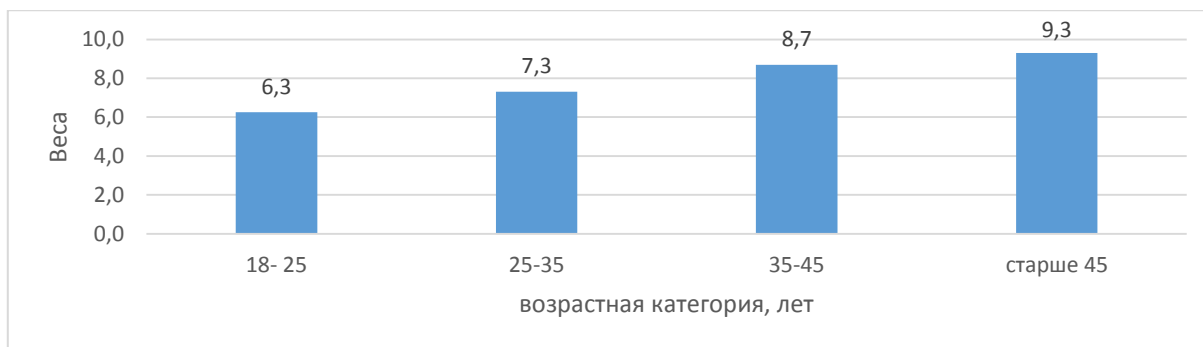
Из брендов, расположенных ниже ТОП-20, стоит отметить «Супрадин» (одноименная с лекарственными средствами линейка витаминов для детей, которая в 2017 год была расширена) и «Бифи - стим Форте» (отечественная фитопрепараты/БАД производителя «В-Мин», способствующая нормализации микрофлоры кишечника).

Исследование потребителей фитопродукции и услуг проводилось на территории Алтайского края и Республики Алтай. Использовались элементы полевого исследования: телефонные собеседования и переписка по электронной почте, личный контакт с производителями и аптеками фитопродукции: «Компас здоровья», «Малавит», «Pro здоровье», «Жемчужина Алтая», «Чайный», «Биолит», «Алтай старовер», «Горная аптека», «Вистерра», «Эвалар», «Благодать», «Здравушка», «Республиканский пчелоцентр». Было опрошено более 15 экспертов рынка фитопродукции.

Анкетирование проводилось по шести направлениям, результаты ответов оценивались по 10 бальной шкале.

Первое направление опроса имело цель – выявить возрастной состав покупателей фитопродукции на территории Алтайского края и Республики Алтай. Результаты тестирования представлены на рисунке 6.

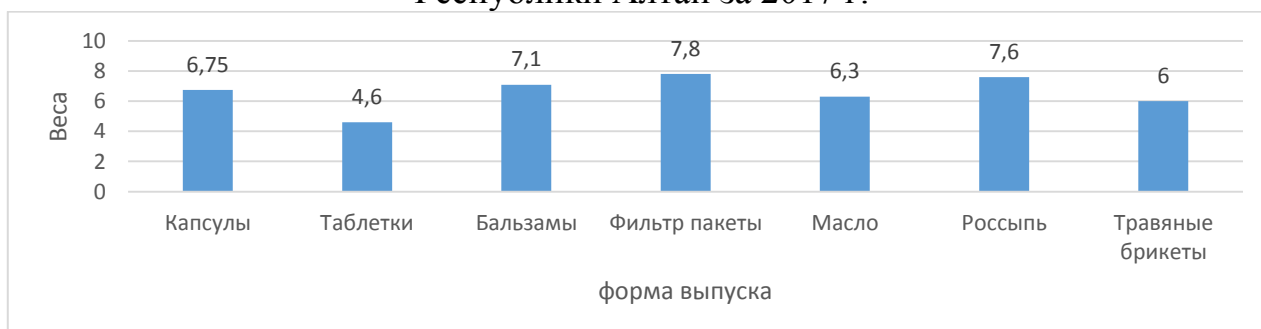
Рисунок 6 - Анализ возрастных категорий покупателей фитопродукции на территории Алтайского края и Республики Алтай



По результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что практически все возрастные категории покупают фитопродукцию, но наибольшую долю 9,3 веса занимают потребители старше 45 лет. Логично предположить, что направление данного спроса связано с возрастными изменениями в организме и как следствие с большей обеспокоенностью лечением и профилактикой различных заболеваний.

Второе направление опроса имело цель выявить предпочтения покупателей фитопродукции в зависимости от формы ее выпуска на территории Алтайского края и Республики Алтай. Результаты тестирования представлены на рисунке 7.

Рисунок 7 - Анализ распределения предпочтений покупателей по отношению к форме выпуска фитопродукции на территории Алтайского края и Республики Алтай за 2017 г.



По результатам исследования видно, что наименее предпочтительная форма фитопродукции/БАДов – это таблетки, что вполне объяснимо, т.к. многие покупатели обеспокоены воздействием препаратов на стенки желудка и предпочитают капсулы т.к. считают их менее вредными. В остальном, предпочтения потребителей остаются практически на одном уровне.

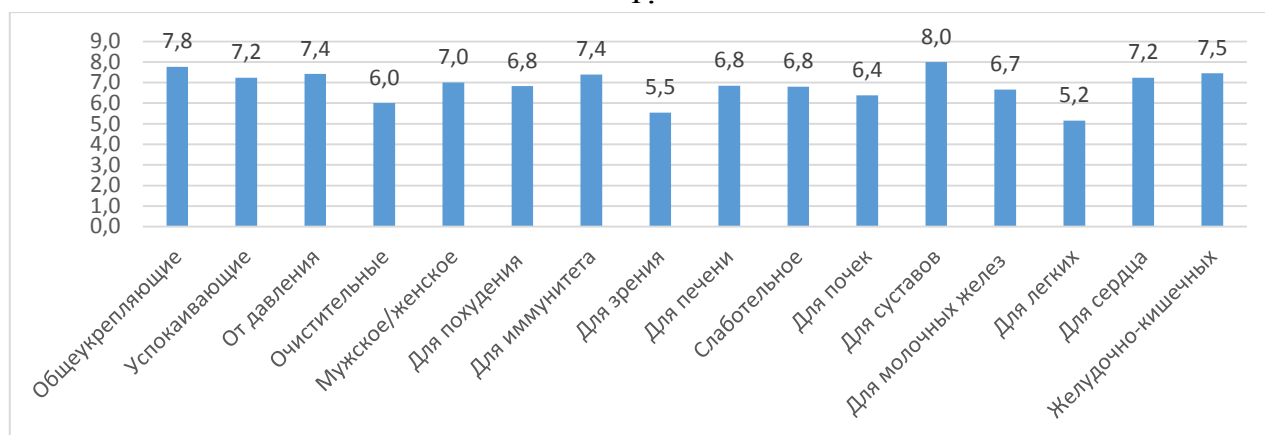
В выборе состава фитопродукции уровень предпочтений покупателей практически поделен пополам с незначительным перевесом в пользу монопродуктов (рис. 8).

Рисунок 8 – Анализ предпочтений покупателей фитопродукции в 2017 г.



Наиболее массивный элемент исследования - это направление действия фитопродукции на организм человека, экспертные оценки по этому направлению представлены на рисунке 9.

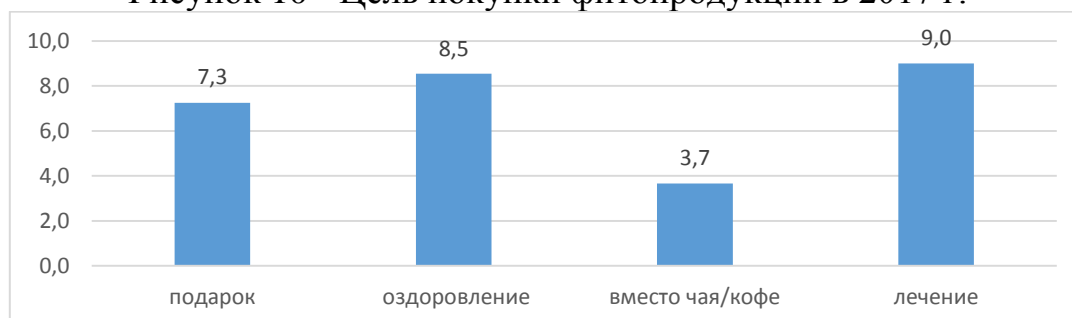
Рисунок 9 - Направление действия фитопродукции на организм человека 2017 г.



Лидерами, по мнению экспертов, являются общеукрепляющие 7,8 баллов, для суставов 8,0 баллов, желудочно-кишечные 7,5 баллов, для иммунитета 7,4 баллов и от давления 7,4 балла, чуть ниже получили препараты для сердца, успокаивающие и для мужчин и женщин. Остальные препараты практически на одном уровне оценены всеми экспертами ниже 7 баллов и выше 5.

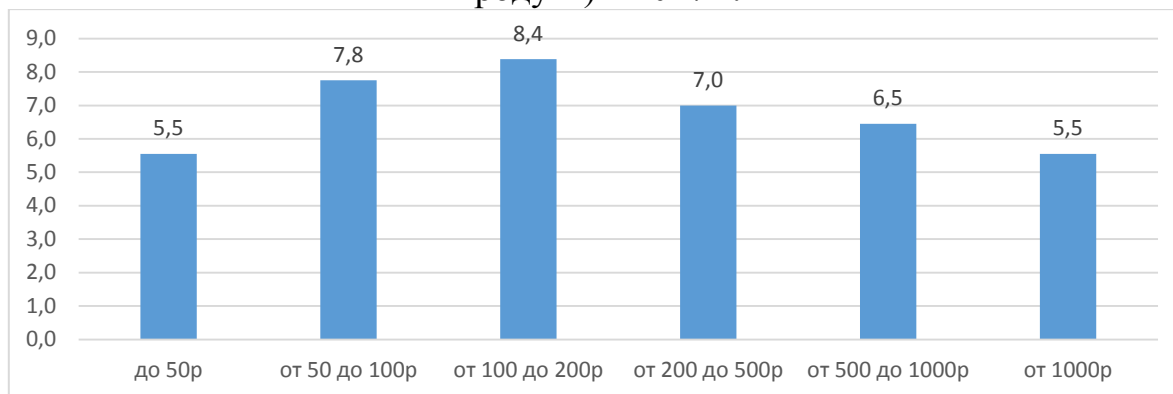
По мнению экспертов, основной целью покупок фитопрепаратов являются лечение или профилактика болезней рисунок 10.

Рисунок 10 - Цель покупки фитопродукции в 2017 г.



В ценовом сегменте покупательской способности фитопрепаратов лидирует стоимость от ста до двухсот рублей за препарат рисунок 11.

Рисунок 11 – Анализ категорий фитопрепаратов по ценовым сегментам (за один продукт) в 2017 г.



Однако не нужно исключать и сегмент от 50 до 100 руб. и от 200 до 500 руб. что говорит о том, что данная ценовая группа препаратов также востребована покупателями.

Одной из основных проблем в ходе проведенного опроса представители аптечного бизнеса назвали проблему, связанную с хранением и ограниченным сроком реализации такой группы фитопрепаратов, как травы. Дело в том, что в аптечной рознице фитопрепараты (травы и сборы) оцениваются как высоко маржинальный, но не очень выгодный с экономической точки зрения товар. Травы и сборы аптекам невыгодны по причине низкой стоимости упаковки (средняя цена от 50 руб.), их объемов, которые требуют значительного места для хранения и выкладки, и небольшого срока хранения (1–3 года). Но без ассортимента трав аптека не может называться аптекой, тем более, что многие покупатели предпочитают их в качестве основного лечения или дополнения к нему.

Для решения данной проблемы производители фитопрепаратов сегодня активно ведут научно - исследовательскую работу, направленную на создание новых лекарственных продуктов. Направления научного поиска включают разработку:

- новых эффективных комбинаций уже известных растительных компонентов;
- лекарственных форм с использованием современных вспомогательных субстанций, позволяющих увеличить биодоступность ЛС;
- новых способов доставки БАВ в организм, в т. ч. с использованием нанотехнологий. Фармацевтические компании также работают над выделением из растений новых активных, но безопасных индивидуальных соединений; расширением списка фармакопейных растений и созданием на их основе новых препаратов.

Литература:

1. Алексеева, Е. Фитопрепараты в современной рациональной фармакотерапии // *Рос.аптеки*. 2002. 2. С. 23-27.
2. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики www.gks.ru/ (дата обращения 14.01.2019)
3. ООО «Медицинская компания «Народная медицина» –

<http://narmedia.spb.ru/> (дата обращения 14.01.2019)

4. Национальное деловое партнерство «Альянс медиа» – <http://www.businesspress.ru/> (дата обращения 14.01.2019)

5. Журнал для профессионалов аптечного бизнеса «Российские аптеки» – <http://www.rosapteki.ru/> (дата обращения 14.01.2019)

6. Компания «Эвалар» <https://www.evalar.ru/> (дата обращения 14.01.2019)

7. Государственный реестр лекарственных трав – <https://grls.rosminzdrav.ru/> (дата обращения 14.01.2019)

8. Маркетинговые исследования <http://www.dsm.ru/marketing/free-information/analytic-reports/> (дата обращения 14.01.2019)

9. Официальный сайт Управления федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай – <http://akstat.gks.ru> (дата обращения 14.01.2019)

Literature:

1. Alekseeva E. " The Herbal Remedies in the modern rational pharmacotherapy" *Russian pharmacies* 2002. 2. P. 23-27.

2. Official site of the Federal State Statistics Service - www.gks.ru/ (date of the address 14.01.2019)

3. LLC Medical company " Ethnoscience" - <http://narmedia.spb.ru/> (date of the address 14.01.2019)

4. National Business Partnership " Media Alliance" – <http://www.businesspress.ru/> (date of the address 14.01.2019)

5. Magazine for professionals of the Pharmacy Business – <http://www.rosapteki.ru/> (date of the address 14.01.2019)

6. Company " Evalar" - <https://www.evalar.ru/> (date of the address 14.01.2019)

7. The State Registry of Herbs – <https://grls.rosminzdrav.ru/> (date of the address 14.01.2019)

8. Marketing Research - <http://www.dsm.ru/marketing/free-information/analytic-reports/> (date of the address 14.01.2019)

9. The Office of the Federal State Statistics Service of Altay Region and Republic of Altay's official site – <http://akstat.gks.ru> (date of the address 14.01.2019)