



РЫНОК БАД

Доктор медицинских наук, профессор
Действительный член
Российской и Европейской академий естественных наук

**Владимир Алексеевич
Курашвили**

БАД – ГЛОБАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ



- Необходимость дополнительного потребления витаминов и других БАД была научно обоснована еще в начале 20-го века, однако настоящий бум потребления витаминов начался в США после 2-ой мировой войны. Появилось большое количество компаний, производящих БАД, стало модным употреблять витамины. Постепенно эта тенденция стала глобальной.

БУРНЫЙ РОСТ ПРОДАЖ БАД



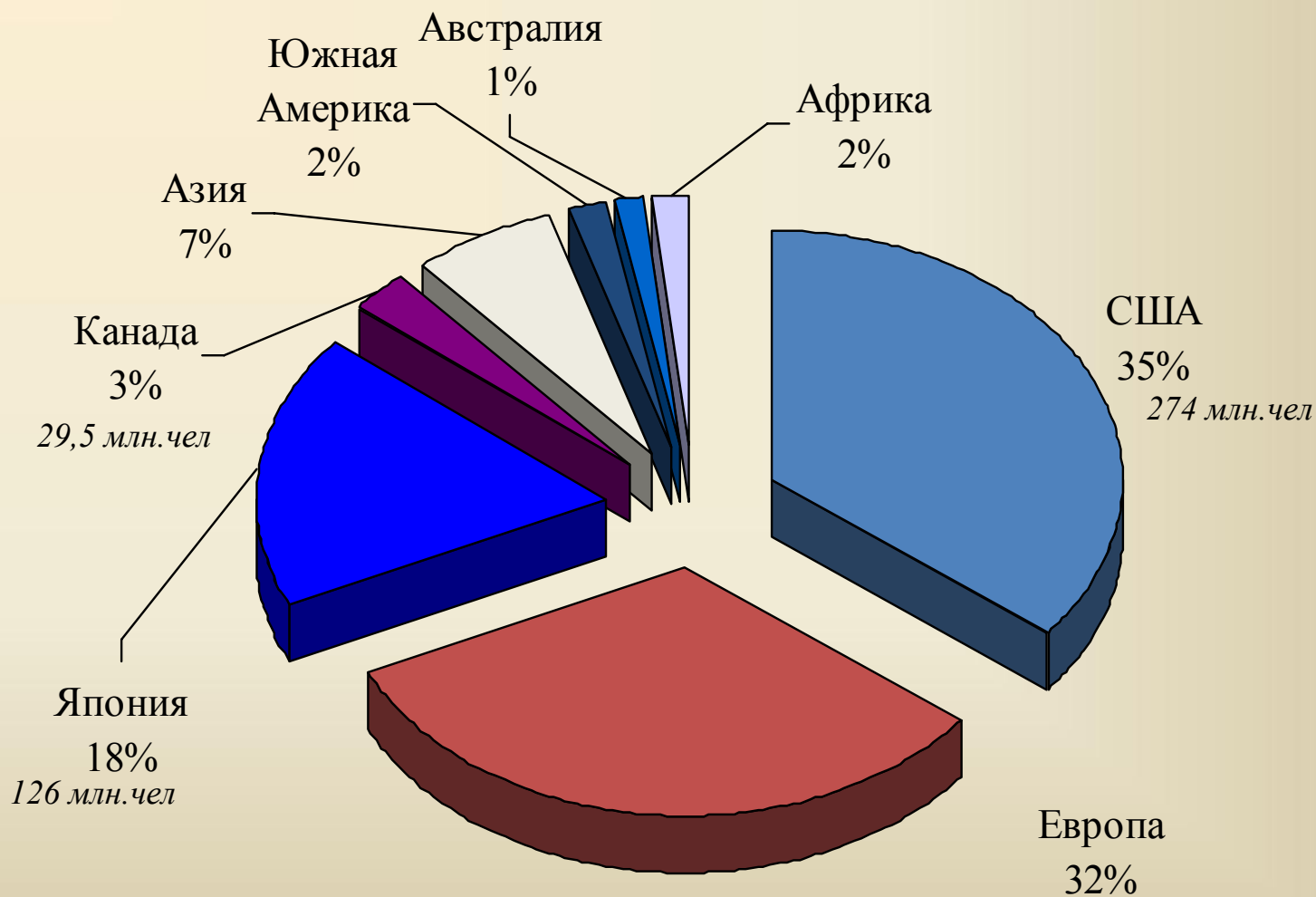
- В структуре продаж биологически активные добавки (БАД) занимают второе место после лекарственных препаратов.
- Сегодня в России продается более 4000 торговых наименований БАД, которые представляют около 700 производителей.

РОСТ КОЛИЧЕСТВА БАД

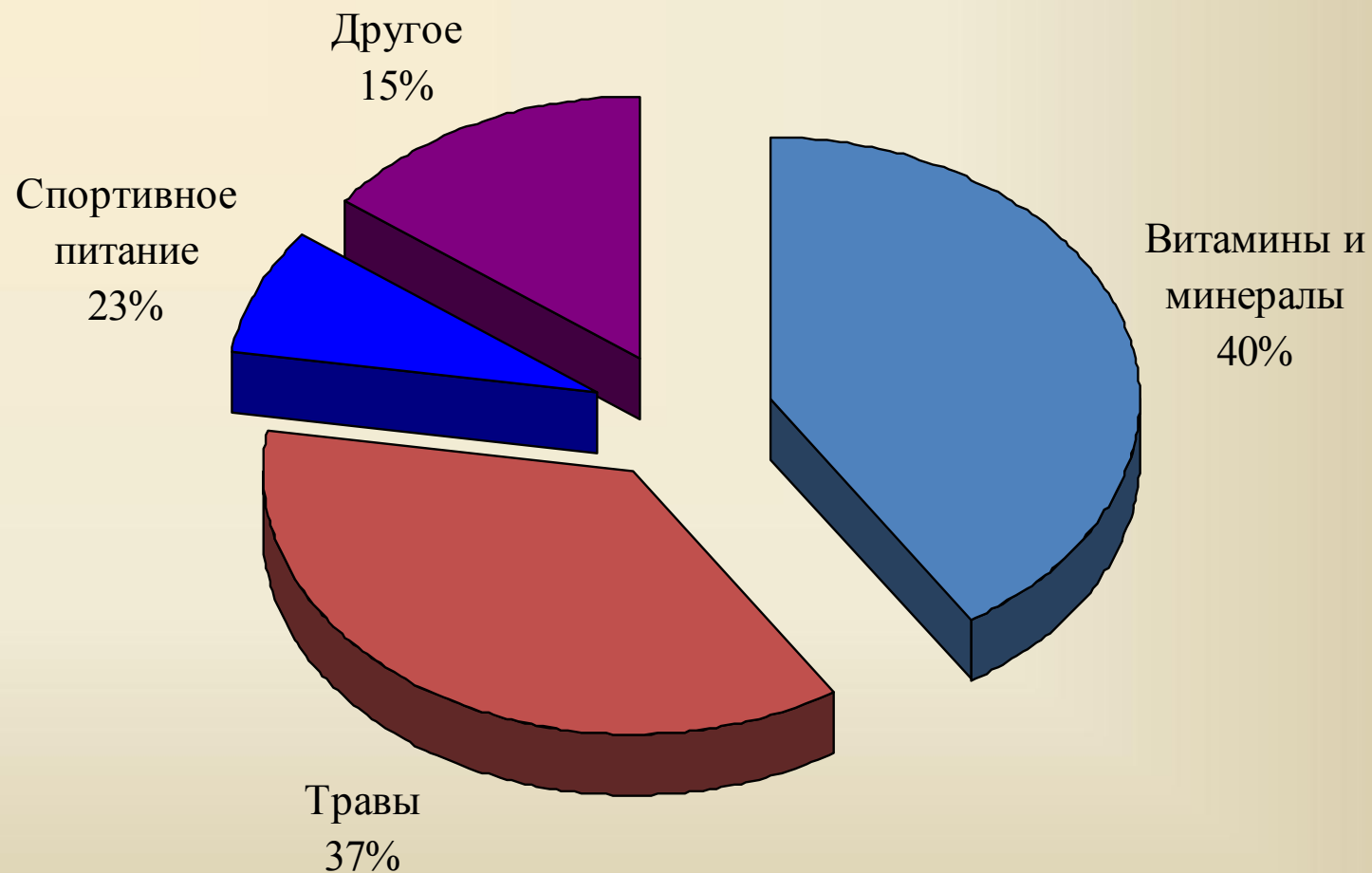
- В последние годы в нашей стране отмечается резкая активизация производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД). Если к 1 января 1999 г. было зарегистрировано около 400 БАД, то к 1 января 2006 г. - более 8000!



Мировой рынок БАД. Разделение по странам. (58 млрд долл объема продаж, 2006 г.)



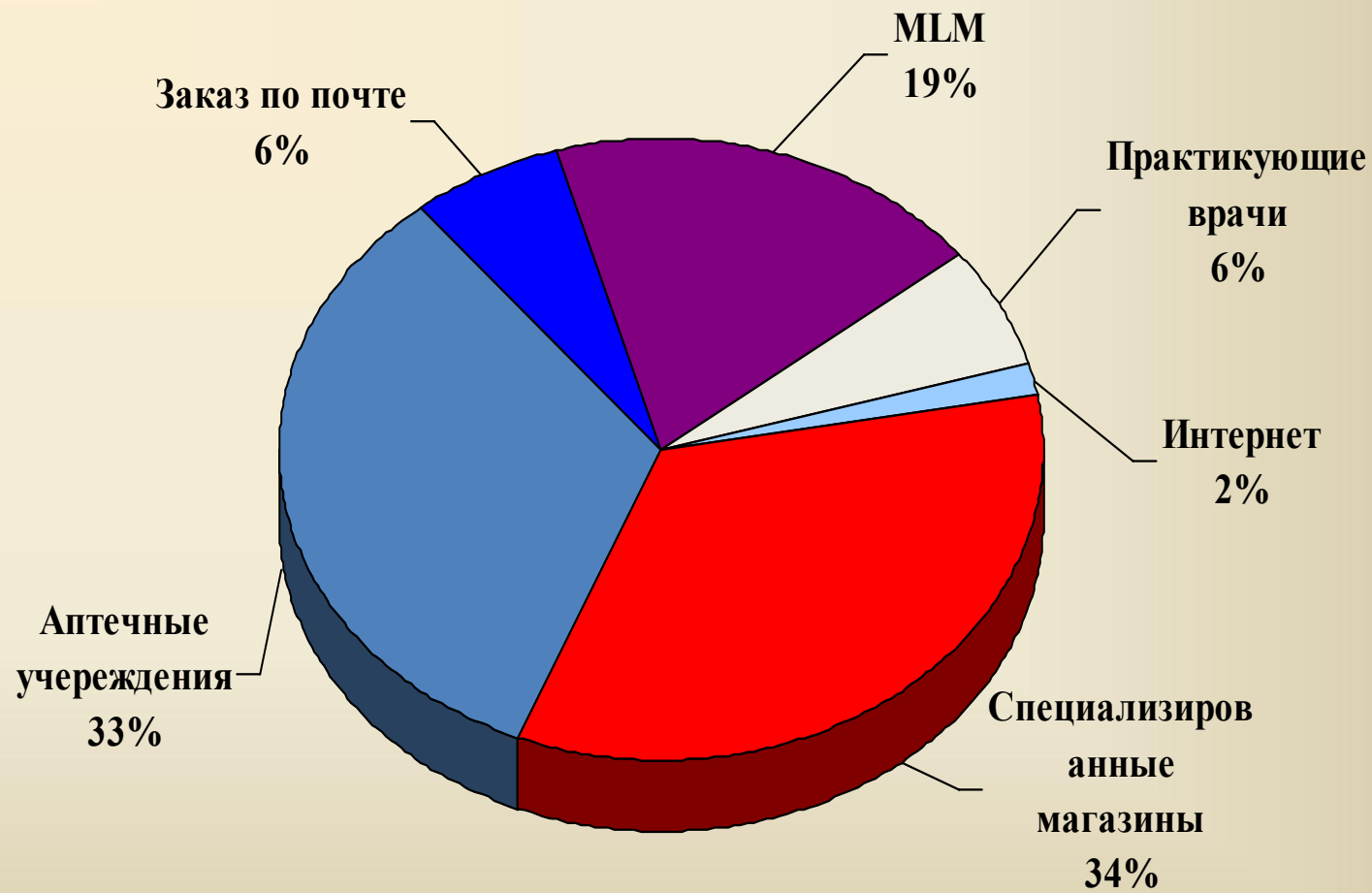
Мировой рынок БАД. Разделение по странам. 52,5 млрд долл объема продаж, 2006 г.



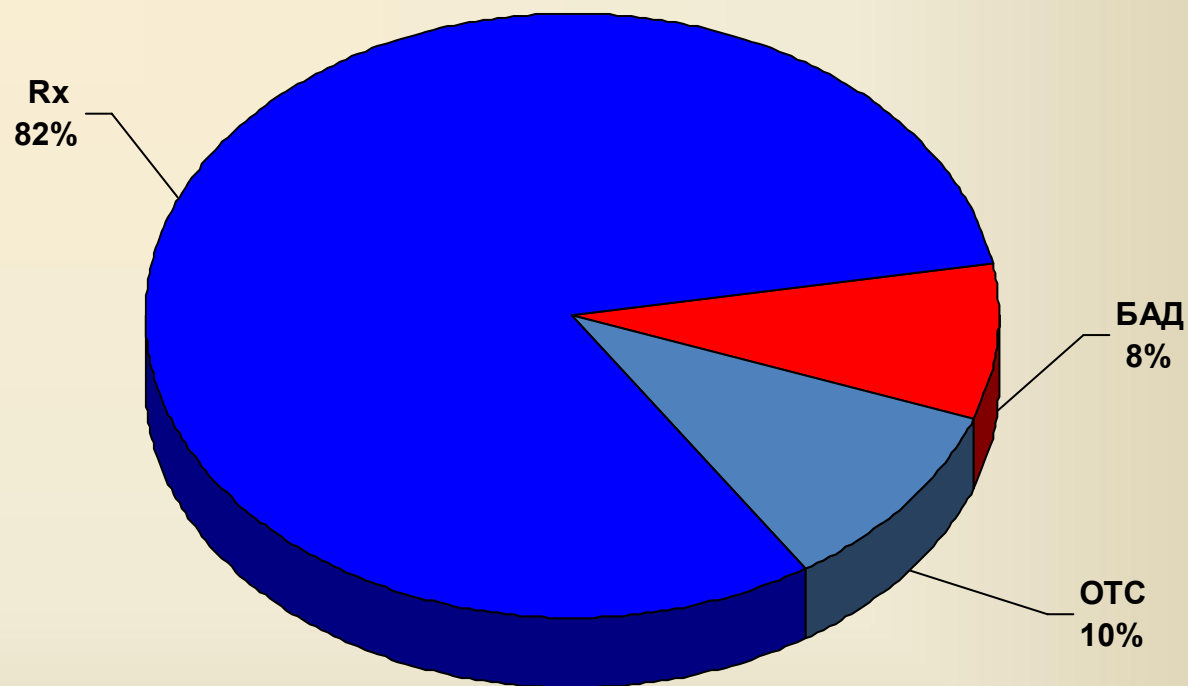
Европейский рынок БАД. Разделение по странам. 14,5 млрд. долл объема продаж, 2006 г.



**Американский рынок БАД. Каналы сбыта.
17,7 млрд. долл объема продаж, 2006 г.
(18,8 млрд. долл объема продаж, 2005 г.)**



БАД представляет 10% американского рынка ЛС



Мнение специалистов по нутрициологии:

1. БАД есть необходимый элемент здорового и профилактического питания человека в 21 веке.
2. БАД необходимы в каждой семье и каждому человеку.
3. БАД необходимы человеку ежедневно и в течении всей жизни.
4. Следовательно потребность в БАД огромна и потребление их в перспективе будет только возрастать.

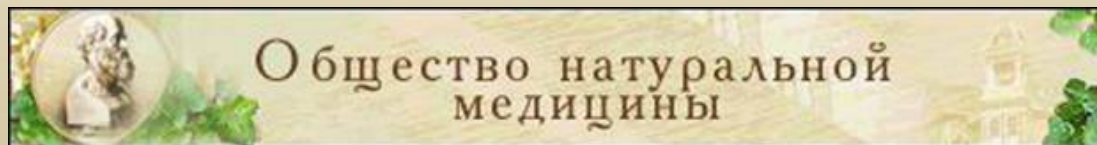


Недоверие

1. Фальсифицированная и контрафактная продукция
2. Заявляемые свойства часто не имеют ничего общего с реальными эффектами
3. В среде представителей официальной медицины еще не устоялось окончательное мнение относительно эффективности БАД
4. Формирование отрицательного отношения к БАД в СМИ

Как бороться?

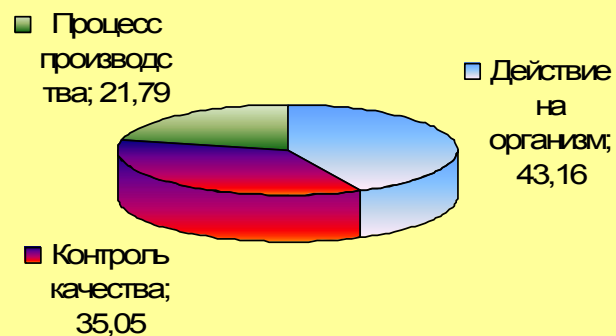
1. Распространять только продукцию высокого качества
2. Использовать только тщательно проверенную продукцию
3. Методично вести разъяснительную работу
4. Использовать СМИ для популяризации БАД



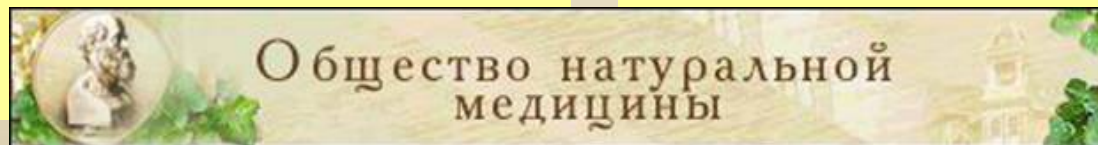
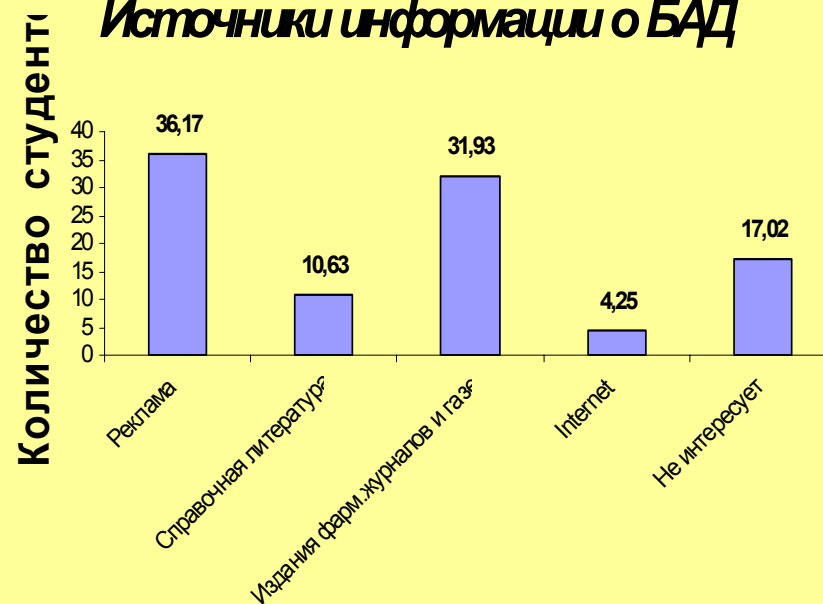
Анкетирование студентов-пятикурсников фармацевтического факультета ММА им И.М. Сеченова

83,8% студентов считают, что информации о БАД не хватает

Какая информация о БАД интересует студентов



Источники информации о БАД



Данные: Ординатура ММА им И.М.Сеченова

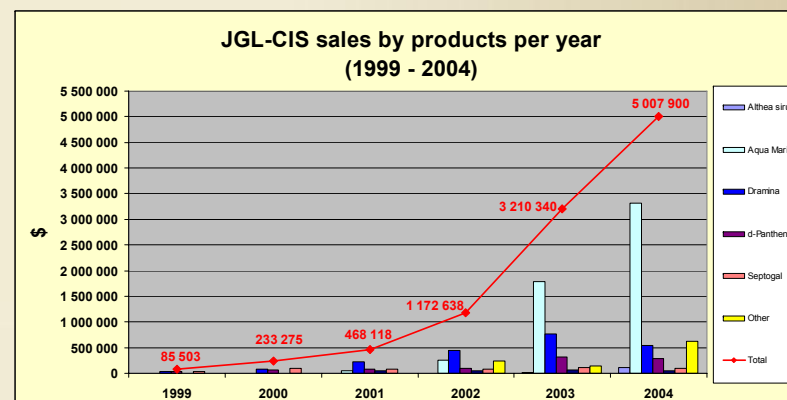
БУРНЫЙ РОСТ ПРОДАЖ БАД



- В структуре продаж аптечных учреждений биологически активные добавки (БАД) занимают второе место после лекарственных препаратов.
- Сегодня в России продается более 4000 торговых наименований БАД, которые представляют около 700 производителей.

РОСТ КОЛИЧЕСТВА БАД

- В последние годы в нашей стране отмечается резкая активизация производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД). Если к 1 января 1999 г. было зарегистрировано около 400 БАД, то к 1 января 2006 г. - более 8000!



ЭВОЛЮЦИЯ БАД

- БАД превратились из дорогих атрибутов здорового образа жизни отдельных слоев населения в обширную группу доступных эффективных профилактических средств.



РЫНОК БАД



- В отличие от США - страны, где массовое производство биологически активных добавок (БАД) началось около **40** лет назад, распространение БАД в России имеет историю длиной **10-15** лет. Несмотря на такой, казалось бы, небольшой промежуток времени, отечественный рынок БАД успел достичь внушительных размеров.

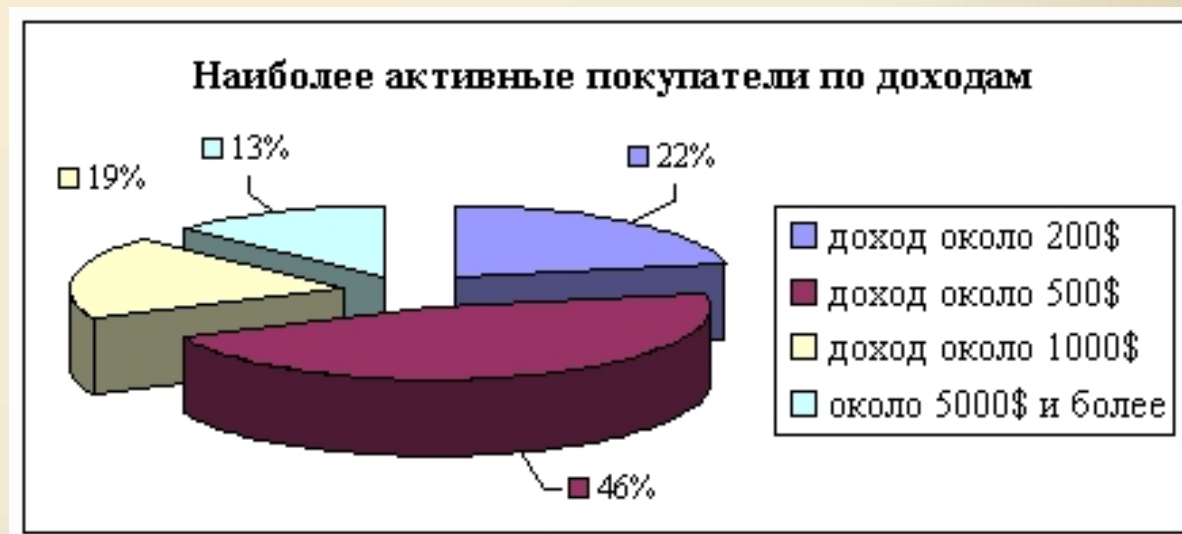


РОСТ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ

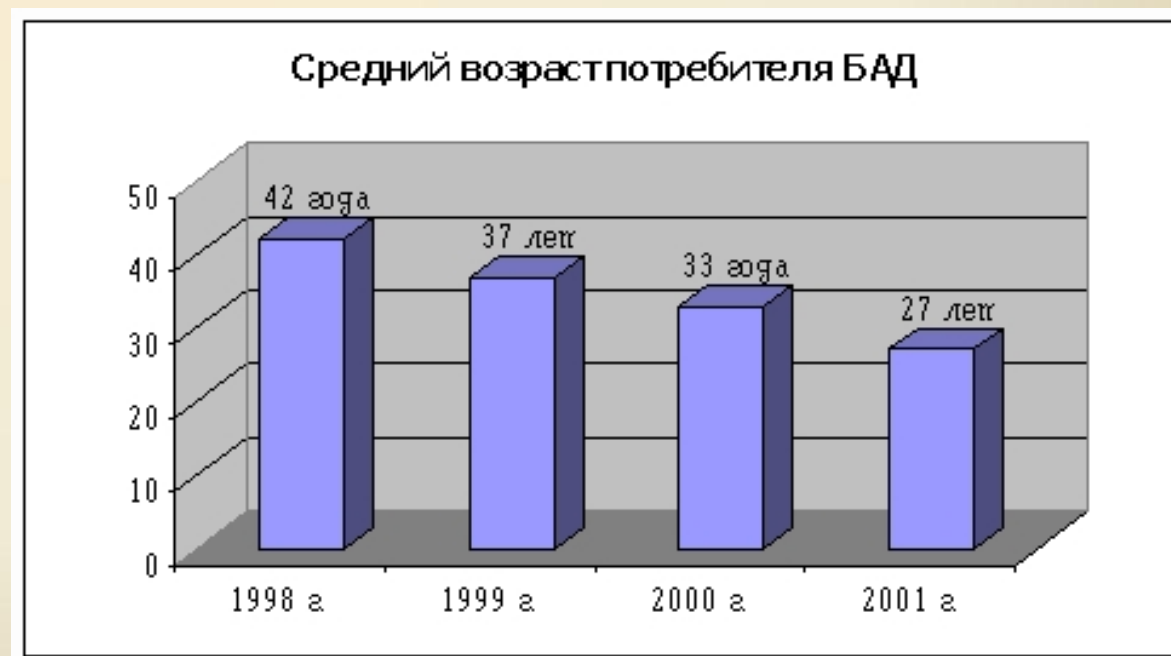
- Объем российского рынка БАД составил в октябре 2007 г. \$926,2 млн (с НДС, в оптовых ценах), что на 12% больше, чем в октябре 2006 г.



КАТЕГОРИИ ПОКУПАТЕЛЕЙ БАД



СРЕДНИЙ ВОЗРАСТ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ БАД



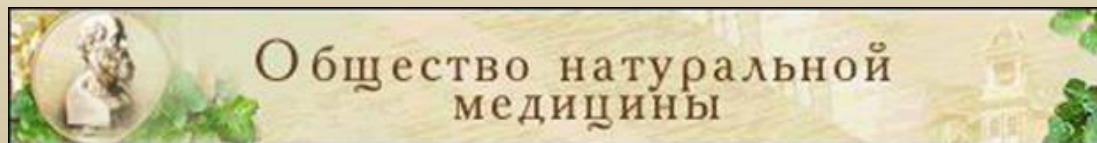
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ БАД ПО ПОЛУ



Принимали ли Вы БАД в течение года?

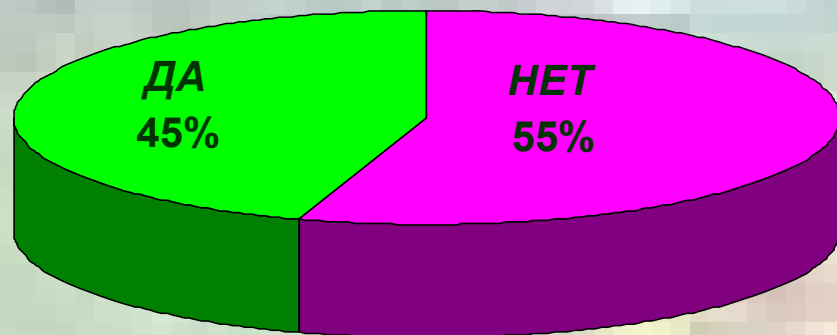
Как Вы считаете, БАДы обладают лечебным или профилактическим действием?

*Телефонный опрос
выборка – 989 чел.
место проведения – Москва
время проведения – май 2006 г.
цель опроса – выяснение отношения
потребителей ЛС к различным аспектам
фармацевтического рынка.*

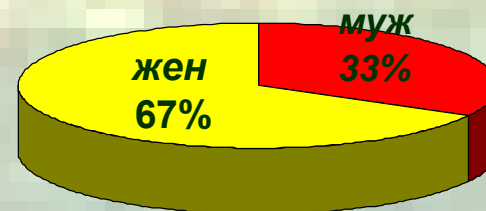


Характеристики потребителей

Принимали ли Вы БАД в течение года?

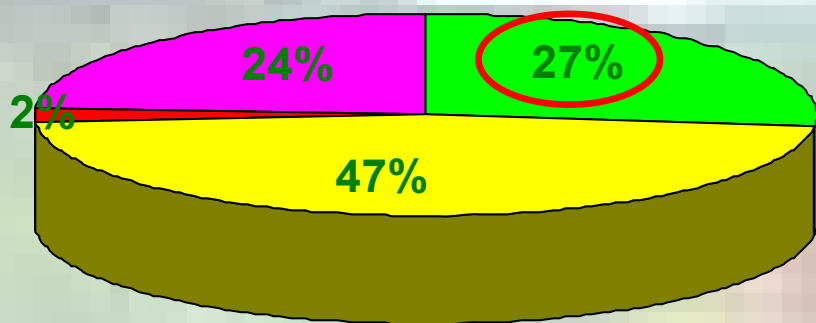


Структура респондентов, принимавших БАД

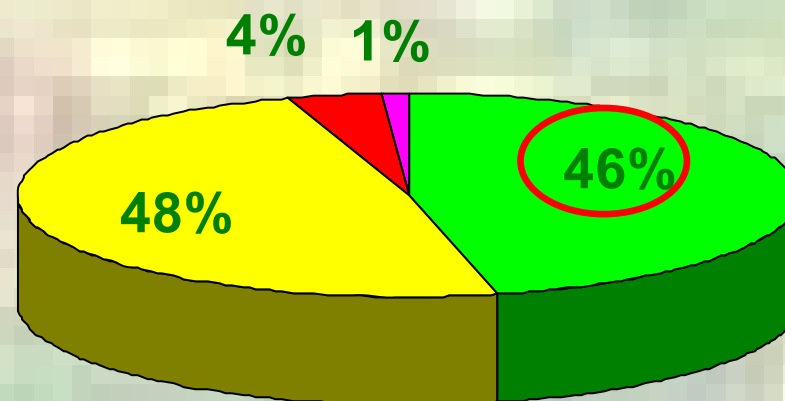


Как Вы считаете, БАД обладает лечебным или профилактическим действием?

В общей выборке



В группе принимавших БАД



- лечебным
- профилактическим
- лечебным и профилактическим
- затруднились ответить

БАД

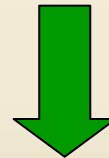
решает проблему обеспечения населения наиболее дефицитными **биологически активными веществами**



повышается сопротивляемость организма человека к неблагоприятным условиям среды обитания



улучшается качество жизни больных,
снижается риск возникновения наиболее распространенных заболеваний



существенно **улучшаются показатели здоровья** нации в целом



Рост интереса к БАД

- Показания для применения носят четкие формулировки, больше напоминающие показания к применению для ЛС



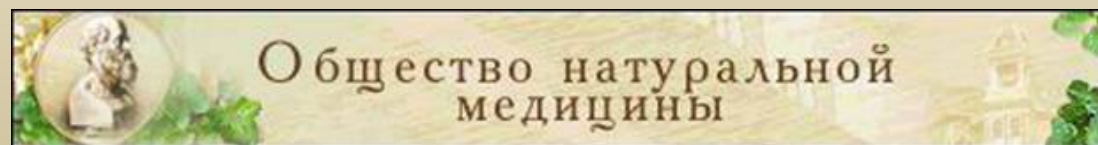
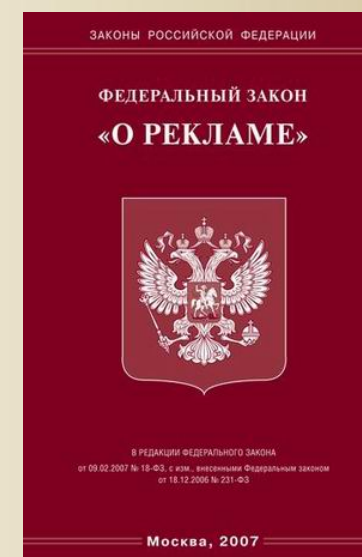
ИЗМЕНЕНИЕ РОЛИ БАД



- Переход БАД из дорогих атрибутов здорового образа жизни в группу доступных профилактических товаров
- БАД - товары для здоровья, несут в себе позитивный элемент полезности потребления (в отличие от ЛС - товаров от болезни, которым присуще явно негативное начало).

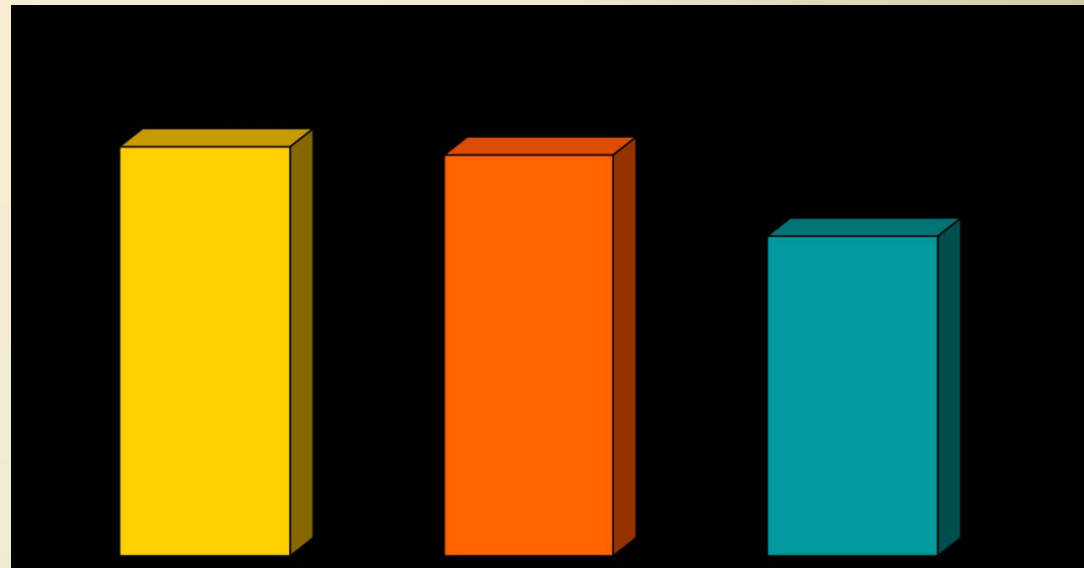
ЗАКОН О РЕКЛАМЕ

- нельзя рекламировать БАД, как уникальное, наиболее эффективное и безопасное и без побочных эффектов средство
- нельзя вводить потребителя в заблуждение, что природное происхождение БАД гарантирует его безопасность
- реклама БАД не должна подрывать веру потребителей в эффективность других средств для профилактики и вспомогательной терапии
- нельзя создавать впечатление о ненужности участия врача при использовании БАД

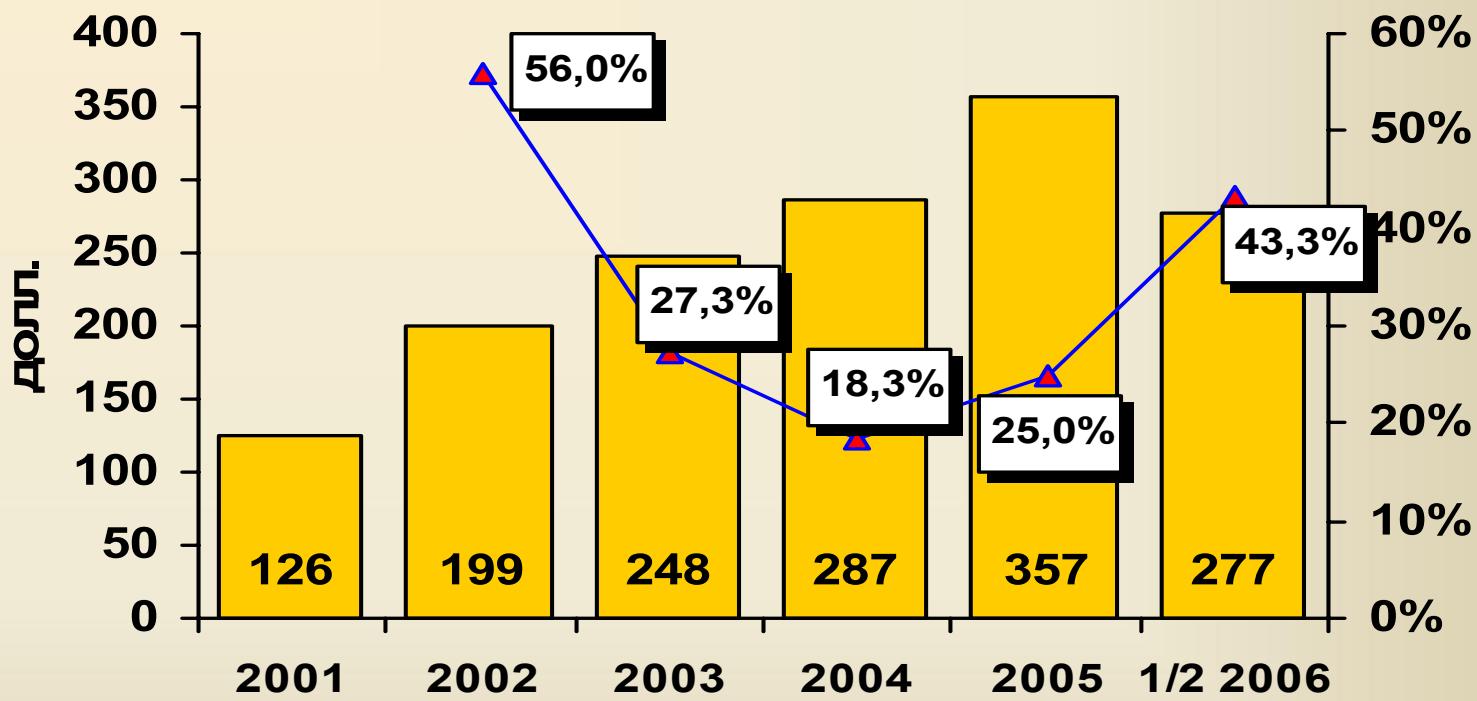


КТО ДОЛЖЕН ПРОВЕРЯТЬ КАЧЕСТВО БАД?

1. Государственные ведомства
2. Независимые лаборатории
3. Сами производители



Объем рынка БАД (USD) в России 2001-2006 гг



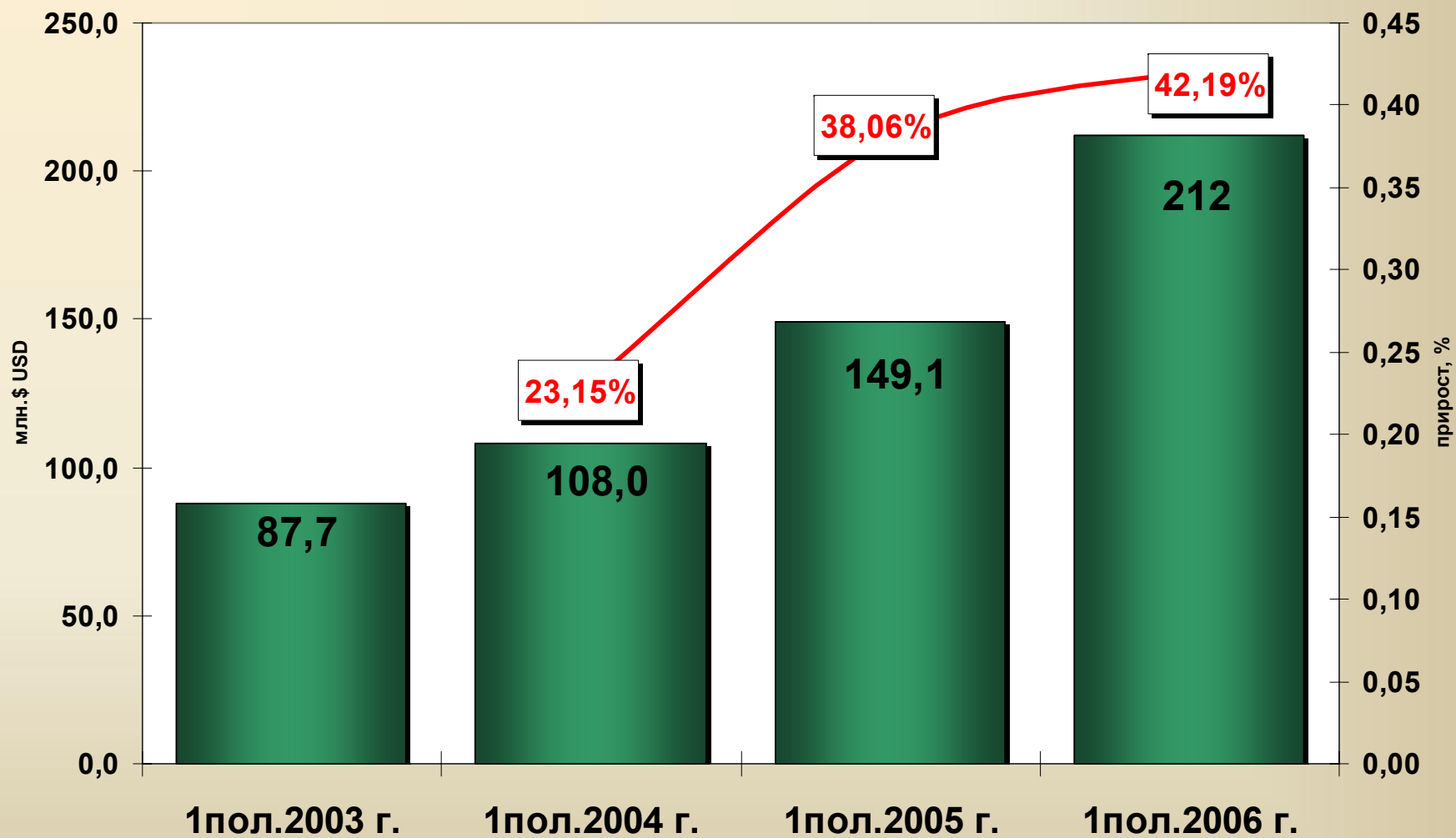
■ USD

▲ Темп прироста

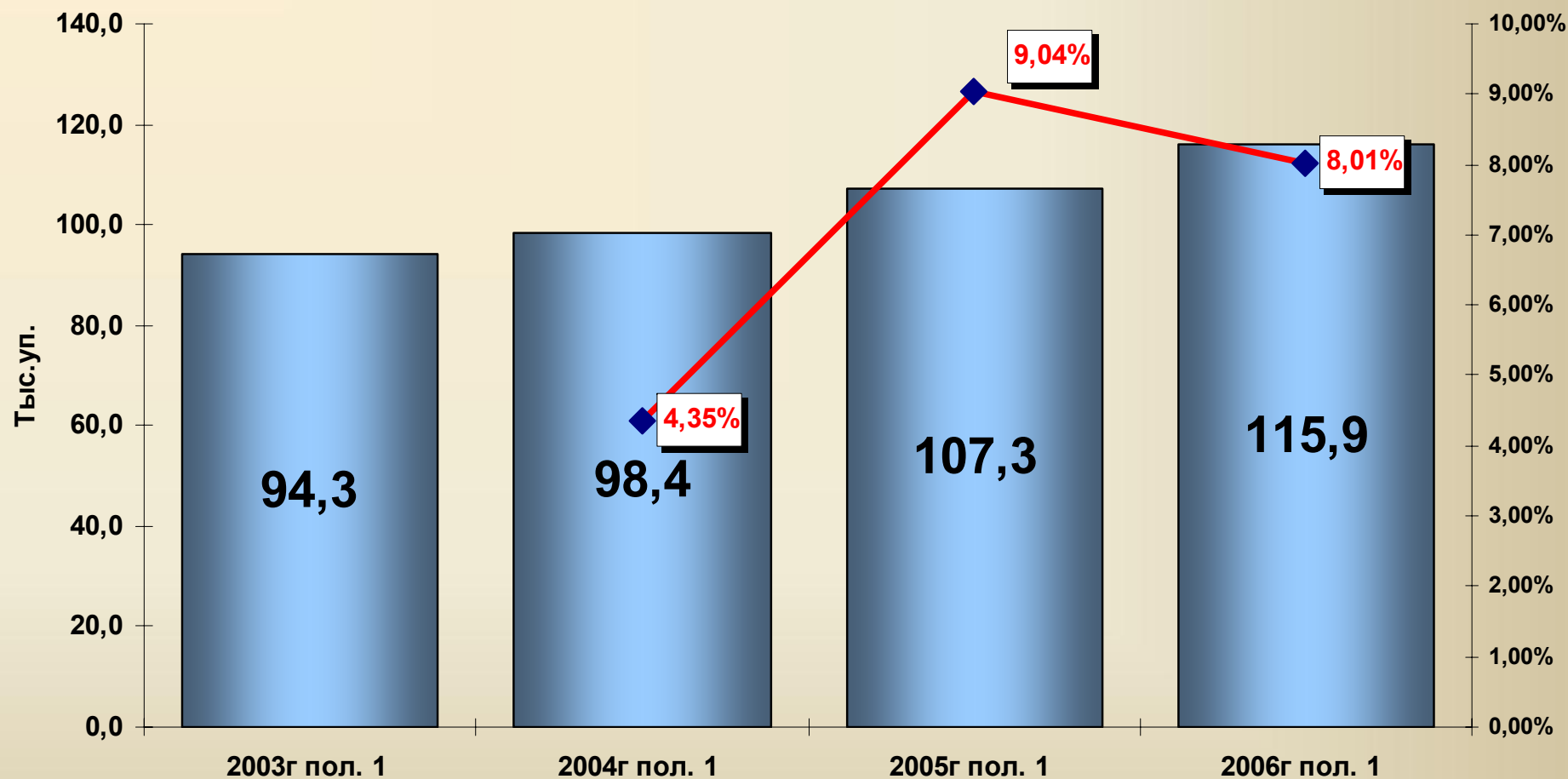


Общество натуральной
медицины

Объем аптечного рынка БАД 1 пол. 2003 г. - 1 пол. 2006 г.



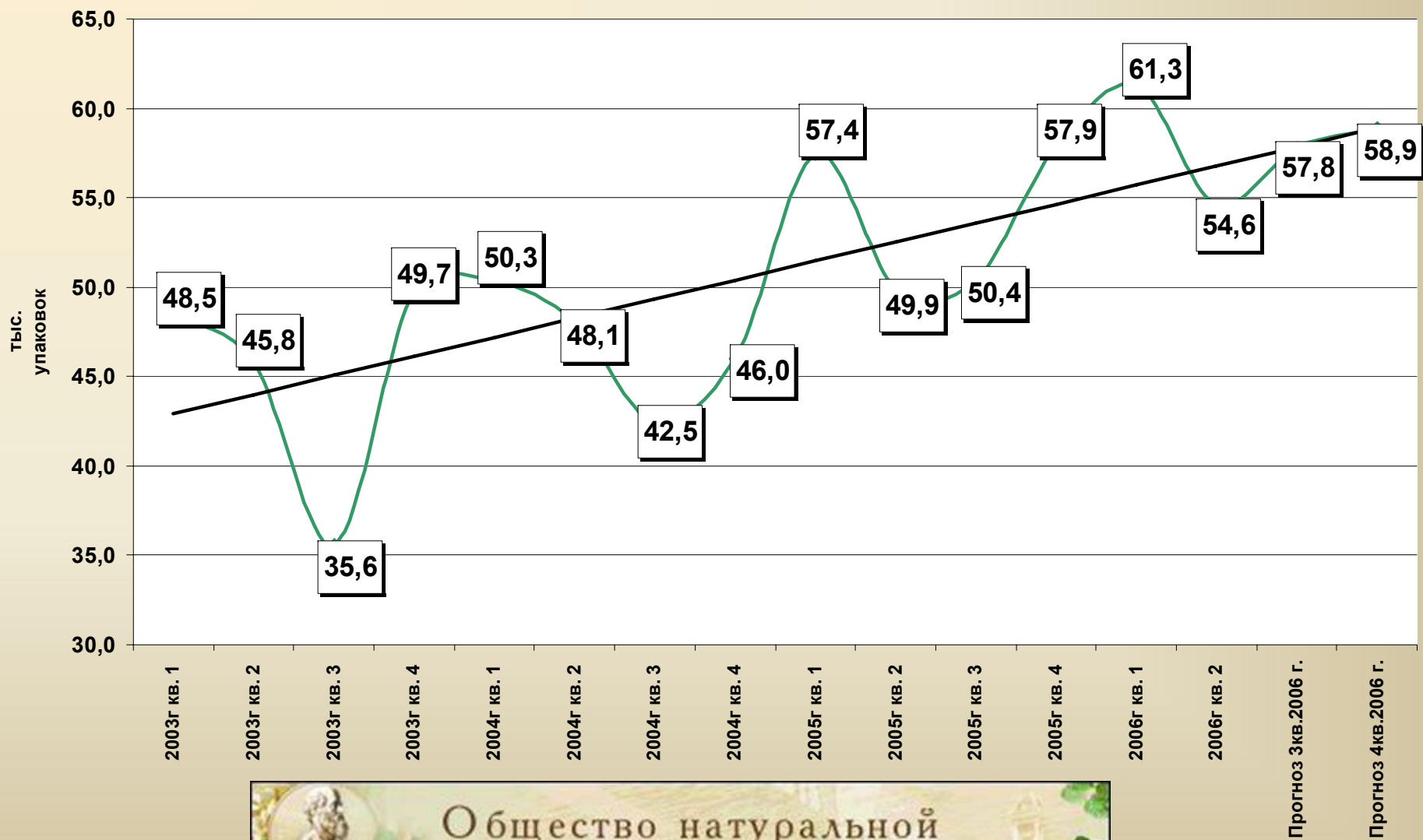
Объем рынка БАД 1 пол. 2003 г. - 1 пол. 2006 г. в натуральном выражении



■ тыс.уп. ◆ Прирост



Динамика роста рынка БАД



Прогноз развития рынка БАД

