

**ОБЪЕМ ПРОДАЖ БАД**

в украинской аптечной сети в 2003-2005 гг., млн грн.			
Год	Млн грн.	Зарубежного производства	Отечественного производства
2003	120,5	72,1	48,4
2004	104,4	53,0	51,4
2005	155,8	81,3	74,5

По данным компании "Морион".

БАДание

Отечественный рынок биологически активных добавок стремительно увеличивается в объемах. Во многом — усилиями российских производителей

ТЕНДЕНЦИИ

В прошлом году и в первые месяцы текущего на рынке биологически активных добавок (БАД) обозначились три ярко выраженные тенденции. Первая — резкое увеличение объемов продаж добавок (по итогам прошлого года общий объем рынка вырос, по оценкам экспертов, примерно с 200-210 млн грн. до 300-320 млн грн.). По словам президента Украинской ассоциации производителей, дистрибуторов и разработчиков БАД, генерального директора компании "Нут-

римед" (г.Киев; с 1998 г.; производство растительных биодобавок в твердых желатиновых капсулах) Сергея Гулого, "объем продаж БАД через аптечную сеть в 2005 г. вырос на 50%, и если бы не трения с государственными контролирующими органами, то аптечные продажи могли бы быть больше еще на 10-20%". Вторая тенденция — рост стоимости среднестатистической упаковки БАД на 10-15% (сейчас она составляет около 10 грн.). И третья, позволившая проявиться первым двум, — увеличение присутствия

российских компаний — производителей БАД на украинском рынке.

Первую тенденцию эксперты склонны объяснять, кроме "российского фактора", усилением агрессивности продвижения БАД через средства массовой информации и сезонным фактором — народ особенно активно кушает добавки пять месяцев в году — с серединой октября по середину марта. За этот период, как правило, реализуется две трети БАД, продаваемых за анализируемые двенадцать месяцев. ▶

РЕКЛАМА



пр. Музейный, 4, т. 278-72-08

Я не бачу журналістів
і не помічаю офіціантів —
саме це я називаю
хорошим рестораном!

Жан де Верньє

Le Grand Café
НА ВІЩОМУ РІВНІ

Вторую тенденцию объясняют исключительно упомянутым ростом присутствия на отечественном рынке добавок российского производства. Они в разы дороже отечественных, но на порядок дешевле БАД из дальнего зарубежья.

По мнению г-на Гулого, "если не будет значительных законодательных потрясений, рынок может вырасти еще на 50-60%. Но его развитие в значительной степени будет зависеть от активности лидеров, специализирующихся на БАД, и фармацевтических фабрик". Примечательно, что г-н Гулы имеет в виду исключительно легальный рынок. Но абсолютно аналогичные тенденции присутствуют и за пределами аптечных сетей. По словам одного из отечественных производителей БАД, "сегодня посредством сетевого маркетинга в Украине реализуется почти столько же БАД, столько и через аптечную сеть... Этот вопрос уже давно должен был бы заинтересовать правоохранительные органы. Хотя о полном упорядочении рынка можно будет говорить лишь тогда, когда Кабмин и МОЗ разработают и примут нормативные документы, которые урегулируют эту отрасль в свете обновленного в середине прошлого года Закона Украины "О качестве и безопасности пищевых продуктов и продовольственного сырья".

Перспективы дальнейшего роста стоимости среднестатистической упаковки БАД специалисты оценивают в 10-15% за следующие девять месяцев.

А вот структура рынка по группам БАД существенных изменений не претерпит. Сейчас треть всех аптечных продаж БАД приходится на фиточай (3-4 грн. за упаковку) в основном отечественного и российского производства. БАД, изготовленные в странах дальнего зарубежья, продаваемые в виде готовых лекарственных форм (40 грн. и более за упаковку), "держат" 20%, и рассчитывать на увеличение их присутствия не приходится. "Хотя компаний из дальнего зарубежья на рынок приходит все больше и больше, вряд ли они смогут достичь значительных результатов в ближайшее время", — уверен г-н Гулы. Эти компании, как правило, приходят на местный рынок со сформированным и довольно статичным продуктовым портфелем, который не всегда соответствует как менталитету потенциальному украинскому потребителю, так и его финансовым возможностям.

А вот производители БАД из стран СНГ эти обстоятельства учитывают. Как правило, такие компании, приходя со своим "самоваром" в Украину, в течение одного-двух лет входят в двадцатку лидеров рынка. Яркий пример — российские компании "Эвалар", "Диод", "Планета Здоровье 2000", "ФораФарм" и др. Вместе с крупнейшими отечественными компаниями "Экомед", "Нут-



По данным компании "Морион".



По данным компании "Морион".

Объем продаж БАД через аптечную сеть в 2005 г. ВЫРОС НА 50%

римед" (обе — г.Киев), "Элит-Фарм" (г.Днепропетровск), "ЛекФарма Адонис", "Донлесхоз" (обе — г.Донецк), "Эффект" (г.Харьков), а также западными "Феросан" (Дания), "Фито Фарма" (Вьетнам), "Хэлсивэй продакшн" (США) и "Валмарк" (Чехия) они сейчас делают основную погоду на рынке...

По прогнозам Ассоциации, в ближайшие два-три года паритет (в денежном выражении) между импортными и отечественными добавками сохранится. Так как более половины импортных БАД — продукция северного соседа.

Стремительного усиления роли БАД в общем объеме аптечных продаж эксперты не ожидают. Объем рынка добавок вырастет, как и фармрынок в целом. Сейчас добавки обеспечивают лишь 2% продаж через аптечные сети (в 2005 г. через аптеки прошло товаров на 7,558 млрд грн.). В то время как удельный вес БАД в продажах в европейских странах — 20-30% в общем объеме реализуемых через аптечные сети препаратов, а в некоторых российских аптечных сетях — 30-40%. Сдерживает рост удельного веса БАД в структуре аптечных продаж и то, что данного товара при реализации взимается НДС, а лекарственные средства от него освобождены. Как следствие, существенно сужаются каналы сбыта — только 30-40% аптек готовы связываться с БАД. В основном это аптечные учреждения в крупных городах, таких как Киев (в столице и области реализуются более 20% всех продаваемых в Украине добавок), Харьков, Донецк, Днепропетровск, Львов, а также в городах АР Крым.

Существенную роль в развитии рынка, видимо, сыграют и отечественные фармацевтические фабрики и заводы. В основном производители витаминов или фитопрепаратов — концерн "Стирол" (г.Горловка, Днепропетровская обл.), концерн "Экосорб" (г.Киев), ЗАО "Лектравы" (г.Житомир), ЗАО "Киевский

витаминный завод", ЗАО "Технолог" (г.Умань, Черкасская обл.), ОАО "Фитофарм" (г.Артемовск, Донецкая обл.).

ГОСРЕГУЛИРОВАНИЕ

Прошлый год был едва ли не самым неспокойным для украинского рынка биологически активных добавок. В мае 2005 г. замминистра охраны здоровья Украины Виктор Рыбчук обратился в своем письме к субъектам хозяйственной деятельности, которые продают лекарственные средства, призвал их не реализовать препараты, которые не имеют регистрации, но на упаковке которых обозначено, что они предназначены для "лечения и профилактики". Хотя, согласно действующему на тот момент законодательству, БАД "могли иметь" как лечебные свойства (если это подтверждено документально), так и профилактические. За письмом последовали не только массовые проверки Государственной инспекцией контроля качества лекарственных средств МОЗ Украины, но и отказы дистрибуторов работать с такого рода продукцией.

Принятый парламентом 6 сентября 2005 г. в новой редакции Закон Украины "О качестве и безопасности пищевых продуктов и продовольственного сырья" позволил, наконец-то, идентифицировать производимые биологически активные добавки — они стали "диетическими". Но вступление документа в силу — с 26 октября 2005 г. — практически заморозило процесс вывода на рынок новых продуктов — регистрировать их как биологически активные добавки компетентные органы уже не могли, а для диетических добавок соответствующие регистрационные нормы разработаны не были. На это потребовался еще месяц. Как сообщил Александр Худенко, директор Центра реестров государственной санитарно-эпидемиологической службы Украины, сейчас уже "723 продукта находятся на регистрации". ■