

Демо-версия

РЫНОК БАДОВ

Октябрь 2013 г.
Маркетинговое исследование



В

Кратко о маркетинговом исследовании

Отчет о маркетинговом исследовании включает

- Анализ и прогноз динамики рынка
- Структуру потребления
- Анализ внутреннего производства
- Анализ экспорта и импорта
- Анализ факторов, влияющих на развитие рынка
- Оценка и прогноз развития рынка

Методология

- Экспертные интервью с топ-менеджерами крупнейших игроков
- Анализ материалов, полученных от участников рынка
- Анализ статистической информации:
 - Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
 - Федеральная таможенная служба (ВЭД)
 - Министерство экономического развития
 - Отраслевые ассоциации

В отчете рассматривается информация по следующим товарным группам:

- Биологически активные добавки

Результаты исследования позволят Вам

1. Выявить основные показатели рынка, построить прогнозы развития собственного бизнеса на основе представленной конъюнктуры рынка
2. Оценить потенциал роста и угрозы на рынке

Отчет содержит консенсус-прогноз развития рынка, основанный на усредненном значении прогнозов участников рынка. Экспертами рынка являются: производители, импортеры, оптовое звено дистрибуции, крупнейшие потребители, отраслевые издания. Эксперты, принимающие участие в опросе, получают специальные условия по приобретению отчетов.



Почему выбирают нас

- Мы профессионально занимаемся проведением маркетинговых исследований уже более 9 лет. Сейчас в базе IndexBox около **1000 готовых исследований**. Исследования обновляются на постоянной основе.
- Экспертные интервью с участниками рынка. Вся вторичная информация, используемая в отчете, проверяется отраслевыми специалистами.
- Обширная база экономических данных по большинству секторов экономики. Кросс-анализ смежных отраслей позволяет нашим клиентам получать целостную картину интересующего рынка.
- Собственная методология проведения исследований. Мы гарантируем неизменно высокое качество наших работ.
- Уникальный клиентский сервис
 - Личный кабинет на сайте и персональный менеджер
 - Отслеживание статуса заказа online
 - Предпродажная консультация специалиста и ответы на вопросы после покупки.
- Специальные условия по актуализации исследований. Узнайте про условия у наших специалистов прямо сейчас!

Дизайн исследования

Цель исследования – проанализировать состояние российского рынка БАДов и построить прогноз развития отрасли в среднесрочной перспективе.

География исследования: Россия

Методология

1. Анализ вторичной информации о рынке

Под вторичной информацией понимаются данные Интернета (отраслевые порталы, сайты конкурентов, торговые площадки, статьи и обзоры, справочные материалы), специализированных изданий, государственных и негосударственных информационных компаний, маркетинговых агентств, коммерческие базы данных, собственные наработки IndexBox, данные готовых исследований IndexBox.

2. Анализ материалов, поступающих от участников рынка (прайс-листы, буклеты, и т.п.)

Сбор данных от участников рынка необходим для анализа специфики деятельности участников рынка, их ценовой и ассортиментной политики. Данные об участниках рынка собираются в ходе анализа вторичной информации, а также путем отправления запросов на прайс-листы и другие презентационные материалы.

3. Экспертный опрос участников рынка

Анализ вторичной информации дополняется экспертными интервью с представителями компаний - участниц данного рынка - производителями и торговыми компаниями.

Наш подход к составлению прогнозов

Консенсус-прогноз представляет собой усредненное значение прогнозов экспертов рынка.

Эксперты

Экспертами рынка являются: производители, импортеры, оптовое звено дистрибуции, крупнейшие потребители, профессиональные ассоциации и союзы, отраслевые издания.

Экспертные мнения собираются в ходе телефонных опросов, проводимых специалистами IndexBox на постоянной основе (стандартно – раз в полгода, чаще – по специальным запросам или в условиях высокой волатильности на рынке).

В

Компанией IndexBox создана обширная база экспертов в разрезе ключевых отраслей. Эксперты, принимающие участие в опросе, получают специальные условия по приобретению отчетов.

Точность прогнозов

Точность прогнозов каждого эксперта верифицирована на историческом периоде (от 3 лет), и в соответствии с этой точностью каждому эксперту присвоен определенный вес, который он вносит в общий усредненный прогноз.

Показатели

1. Потребление. Основным показателем, который оценивают эксперты, является динамика потребления в натуральном выражении в краткосрочной и среднесрочной перспективе. Эксперты дают оценку потенциальному объему потребления в соответствии со своими ожиданиями и планами производства (для производителей).
2. Внутренне производство. Исходя из прогнозируемых объемов потребления и основываясь на производственном потенциале отрасли, дается оценка динамике внутреннего производства.
3. Импорт и Экспорт. Учитывая ретроспективную динамику экспортно-импортных операций, сильные и слабые стороны внутреннего производства, изменения в законодательстве, макроэкономическую ситуацию в странах поставщика (получателях) продукции, дается оценка динамики импорта и экспорта.



Содержание

1. Резюме.....	8
2. Дизайн исследования.....	9
3. Классификация БАДов	10
4. Характеристика сырьевой базы.....	12
4.1 Характеристика сырья, используемого для производства биологически активных добавок.....	12
5. Характеристика российского рынка БАД.....	17
5.1. Объем и динамика российского рынка БАД в 2010-2012 гг. Прогноз на 2013- 2017 гг. (базовый сценарий)	17
5.2. Структура оптового рынка БАД в 2010-2012 гг.	19
5.3. Структура рынка БАД по видам добавок	20
5.4. Уровень концентрации конкуренции на рынке	23
6. Характеристика производства БАД для российского рынка в 2010 – 2012 гг.	24
6.1. Объем и динамика производства БАД в 2010 – 2012 гг. для внутреннего рынка РФ	24
6.2. Основные производители БАД и их рыночные доли.....	26
6.2.1. ЗАО «Эвалар»	28
6.2.2. РИА Панда	29
6.2.3. Аквион	30
6.2.4. ДИОД	31
6.2.5. Экомир	32
6.2.6. FERROSAN AG	33
6.2.7. PHARMA MED Inc.	33
6.3. Дистрибьюторы БАД.....	33
6.4. Основные игроки на аптечном коммерческом рынке	34
7. Характеристика цен БАД.....	36
7.1. Формирование стоимости БАД по каналам дистрибуции.....	36
7.2. Динамика аптечных закупочных цен БАД	38
7.3. Сравнение цен импортных и отечественных БАД	40
7.4. Ценовые сегменты рынка БАД	41
8. Объем и динамика продаж импортных БАД на российском рынке	44
8.1. Иностранные производители, представленные на российском рынке БАД..	45
9. Факторы, влияющие на развитие рынка БАД	46
9.1. Социально-экономическая ситуация в РФ в 2012 году и прогноз на 2013 год	46
9.2. Уровень благосостояния населения.....	47
9.3. Демографическая ситуация в РФ.....	51

В	10. Характеристика потребления БАД	53
	10.1. Объем и динамика потребления БАД в 2010-2012 гг. Прогноз на 2013-2017 гг.	53
	10.2. Баланс производства и потребления БАД	54
	11. Прогноз развития рынка БАД на 2013-2017 гг.....	56
	11.1. Сценарии развития рынка БАД	56
	Приложение. Профили ведущих производителей	60
	ЗАО "ЭВАЛАР".....	60
	ООО "РИА "Панда"	66
	ЗАО "АКВИОН"	72
	ОАО "ДИОД"	77
	О компании IndexBox.....	83

В

Список таблиц

Таблица 1. Ключевые показатели на рынке БАД в 2010-2012 гг.	8
Таблица 2. Основные виды сырья для производства БАДов.....	12
Таблица 3. Оптовые и розничные продажи БАД через аптечные сети.....	19
Таблица 4. Объемы импортных и отечественных поставок на российский рынок БАД в 2010-2012 гг., в упаковках и ценах оптовых закупок.....	20
Таблица 5. Объемы импортных и отечественных поставок на российский рынок БАД в 2010-2012 гг., в упаковках и ценах оптовых закупок.....	20
Таблица 6. Структура рынка БАД по видам добавок в 2012 году.....	21
Таблица 7. Объем и динамика рынка БАД в 2010-2012 гг. и прогноз до 2017 г., млрд. руб. (в рамках базового сценария развития).....	22
Таблица 8. Основные игроки на российском рынке БАД в 2012 году, по стоимостному объему продаж, млн. рублей.....	26
Таблица 9. Контактная информация компании ЗАО «Эвалар».....	28
Таблица 10. Контактная информация компании ООО «Риа Панда».....	29
Таблица 11. Контактная информация компании ЗАО «Аквион».....	31
Таблица 12. Контактная информация компании ОАО «ДИОД».....	31
Таблица 13. Основные дистрибуторы на фармацевтическом рынке в 2012 году.....	34
Таблица 14. Наиболее крупные аптечные сети на российском фармацевтическом рынке и их доли в 2012 году.....	35
Таблица 15. Уровень наценки в канале дистрибуции.....	36
Таблица 16. Динамика изменения цен на одну и ту же упаковку БАД по РФ в январе 2010- декабря 2012 гг., относительно базисной стоимости упаковки в 55 рублей, руб.шт.....	38
Таблица 17. Среднегодовые оптовые и розничные цены на БАД, рублей за упаковку ...	40
Таблица 18. Среднегодовые цены на БАД российских и зарубежных производителей, рублей за упаковку.....	41
Таблица 19. Ценовые сегменты аптечного рынка БАД (в закупочных ценах аптек) и их доли в 2010-2012 гг.	42
Таблица 20. Ценовые сегменты аптечного рынка БАД (в закупочных ценах аптек) и их доли в 2012 гг.....	43
Таблица 21. Основные импортеры БАД на российский рынок в 2012 году.....	45
Таблица 22. Дифференциация доходов населения в 2005- 2012 гг.	48
Таблица 23. Потребительские расходы населения в среднем на члена домашнего хозяйства, рублей в месяц в 2005-2011 гг.....	49
Таблица 24. Число родившихся за год человек в январе 2006- августе 2012 г. по федеральным округам РФ.....	52
Таблица 25. Баланс производства и потребления на рынке БАД в 2012 гг. и прогноз до 2017 г., млн. упаковок.....	54

В

Список иллюстраций

Рисунок 1. Объем оптового рынка БАД в натуральном выражении 2010-2012 гг. и прогноз на 2013-2017 гг., млн. усл. (в рамках базового сценария развития)	18
Рисунок 2. Объем оптового рынка БАД в стоимостном выражении 2009-2012 гг. и прогноз на 2013-2017 гг., млрд. рублей (в рамках базового сценария развития)	18
Рисунок 3. Объем оптовых и розничных аптечных продаж в 2009-2012 гг. в млрд. руб.	19
Рисунок 4. Структура оптового рынка БАД по происхождению в 2012 г.	20
Рисунок 5. Структура рынка БАД по видам добавок в 2012 году	21
Рисунок 6. Производство БАД в 2010-2012 гг., млн. упаковок	24
Рисунок 7. Производство БАД в 2010-2012 гг., млрд. рублей.....	25
Рисунок 8. Основные игроки на российском рынке БАД в 2012 году, по стоимостному объему продаж.....	26
Рисунок 9. Основные дистрибуторы на фармацевтическом рынке в 2012 году	34
Рисунок 10. Наиболее крупные аптечные сети на российском фармацевтическом рынке и их доли в 2012 году.....	35
Рисунок 11. Торговая наценка по уровням канала распределения	36
Рисунок 12. Диаграмма формирования конечной стоимости продукта	37
Рисунок 13. Динамика роста цены на одну и ту же упаковку БАД, согласно индексу Ласпейреса, без учета сезонности, преераспределения ценовых сегментов и др. факторов. В январе 2011- декабре 2012 г.....	39
Рисунок 14. Динамика средней оптовой и розничной цены на упаковку БАД в 2009-2012 гг., рублей за шт.	40
Рисунок 15. Динамика средней оптовой и розничной цены на упаковку БАД в 2010-2012 гг., рублей за шт.	41
Рисунок 16. Ценовые сегменты аптечного рынка БАД (в закупочных ценах аптек) и их доли в 2010-2012 гг.	42
Рисунок 17. Представленность отечественных и импортных БАД в различных сегментах внутри своей группы (в закупочных ценах аптек) в 2012 г.	43
Рисунок 18. Годовая динамика продаж импортных БАД на российском рынке в 2010-2012 гг., млн. упаковок	44
Рисунок 19. Годовая динамика продаж импортных БАД на российском рынке в 2010-2012 гг., млрд. рублей	44
Рисунок 20. Основные импортеры БАД на российский рынок в 2012 году.....	45
Рисунок 21. Поквартальная динамика реальных располагаемых денежных доходов населения по РФ, в % к соответствующему периоду предшествующего года	47
Рисунок 22. Динамика номинальных и реальных доходов населения РФ в 2005- 2012 гг.	48
Рисунок 23. Структура населения РФ по уровню дохода в 2012 г., в % к итогу.....	49
Рисунок 24. Оборот розничной торговли в 2005-2012 гг., млрд. руб.	50

В	Рисунок 25. Структура оборота розничной торговли по видам продукции в 2005-2012 гг. в стоимостном выражении	50
	Рисунок 26. Динамика численности постоянного населения на 1 января 2005-2013 гг., млн. человек.....	51
	Рисунок 27. Динамика потребления БАД в РФ в 2010-2012 гг. и прогноз до 2017 г., млн. упаковок	53
	Рисунок 28. Динамика потребления БАД в РФ в 2009-2012 гг. и прогноз до 2017 г., млрд. рублей.....	54
	Рисунок 29. Баланс производства и потребления на рынке БАД в 2012 г. и прогноз до 2017 г., млн. упаковок.....	55
	Рисунок 30. Прогноз потребления БАД в России в рамках базового сценария в 2013-2017 гг., ед. изм.....	57
	Рисунок 31. Прогноз потребления БАД в России в рамках пессимистического сценария в 2013-2017 гг., ед. изм.	58
	Рисунок 32. Прогноз потребления БАД в России в рамках оптимистического сценария в 2013-2017 гг., ед. изм.	59

В

1. Резюме

**Основные
показатели и
выводы о
состоянии рынка**

...

Рынок БАД в настоящий момент показывает динамичные темпы роста в денежном выражении: в 2012 году объем рынка вырос на 19% по сравнению с показателем 2011 годом, при том, что в натуральном выражении объем рынка даже сократился (на 2%, с 300 млн. упаковок до 294 млн. упаковок). Основная причина роста рынка в стоимостном выражении, помимо инфляционной составляющей, это увеличение продаж в дорогих сегментах. Ожидается, что в среднесрочной перспективе рост рынка в натуральном выражении будет незначительным (около 101% в год), а в стоимостном выражении продолжится умеренными темпами на уровне 110-115% в год.

...

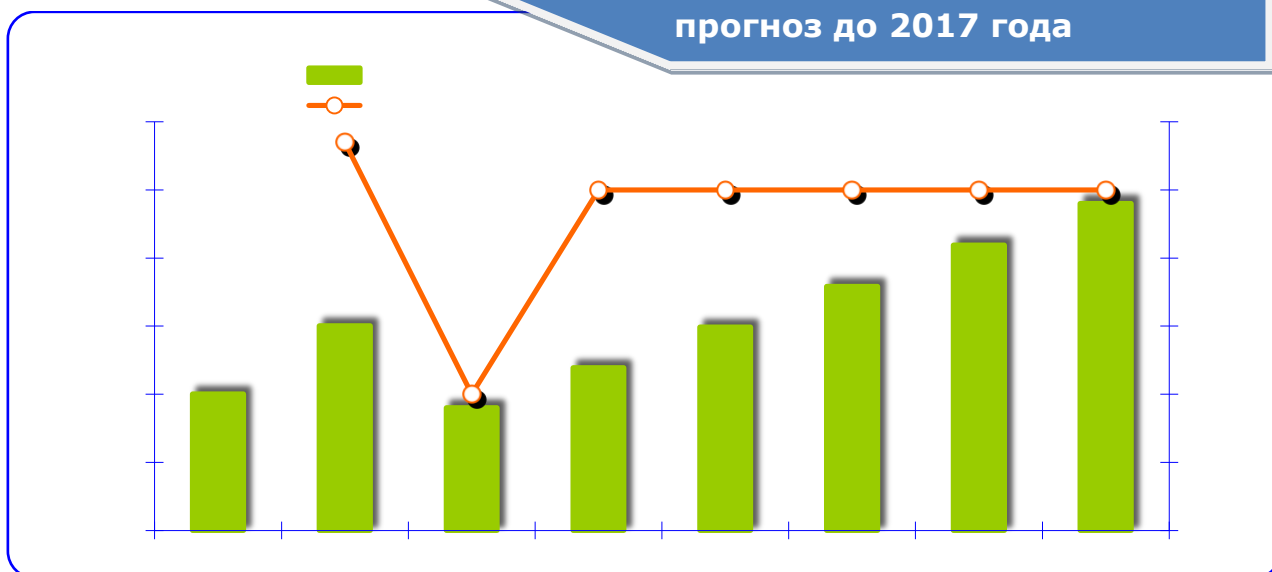
В

5. Характеристика российского рынка БАД

5.1. Объем и динамика российского рынка БАД в 2010-2012 гг. Прогноз на 2013-2017 гг. (базовый сценарий)

...

Рассматривается годовая динамика в ретроспективе и прогноз до 2017 года



Источник: DSM Group, аналитика IndexBox

Рисунок 1. Объем оптового рынка БАД в натуральном выражении 2010-2012 гг. и прогноз на 2013-2017 гг., млн. усл. (в рамках базового сценария развития)

...

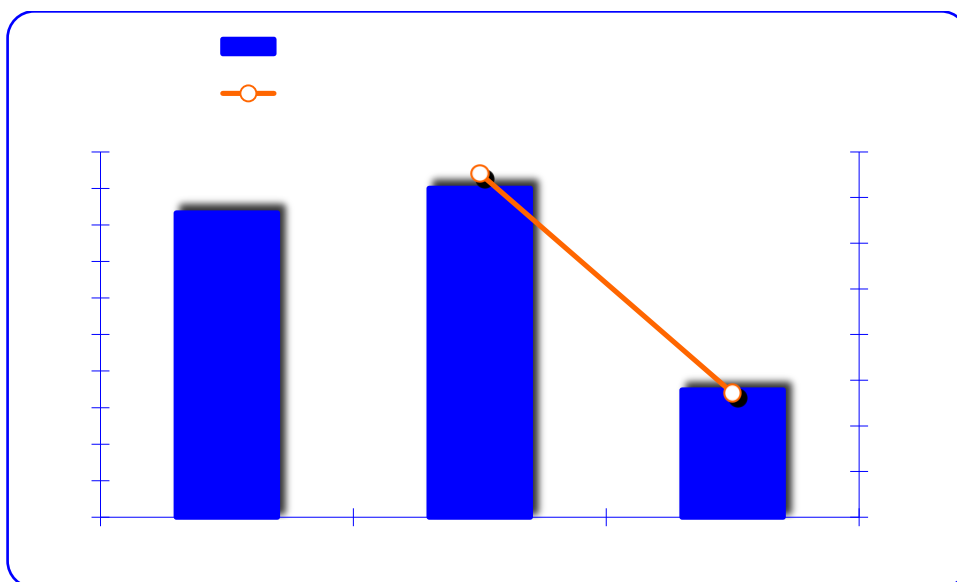
В

6. Характеристика производства БАД для российского рынка в 2010 – 2012 гг.

6.1. Объем и динамика производства БАД в 2010 – 2012 гг. для внутреннего рынка РФ

...

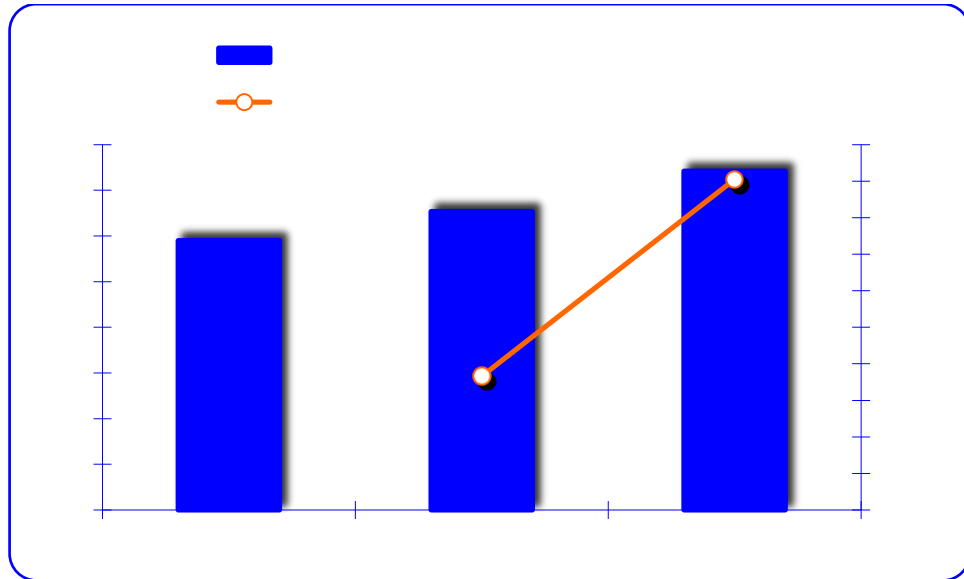
Характеристика российского производства и отдельных компаний



Источник: DSM Group, аналитика IndexBox

Рисунок 2. Производство БАД в 2010-2012 гг., млн. упаковок

В



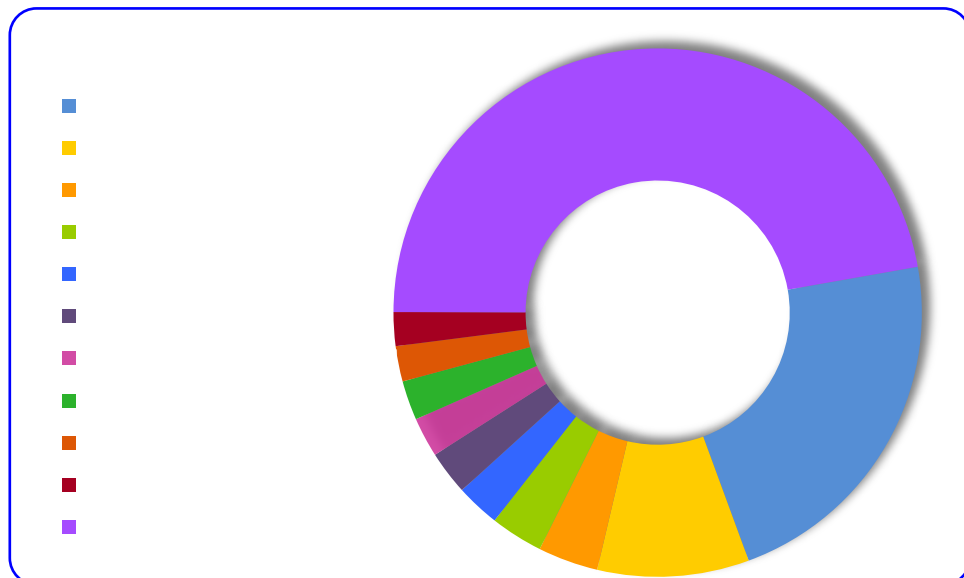
Источник: DSM Group, аналитика IndexBox

Рисунок 3. Производство БАД в 2010-2012 гг., млрд. рублей

...

6.2. Основные производители БАД и их рыночные доли

...



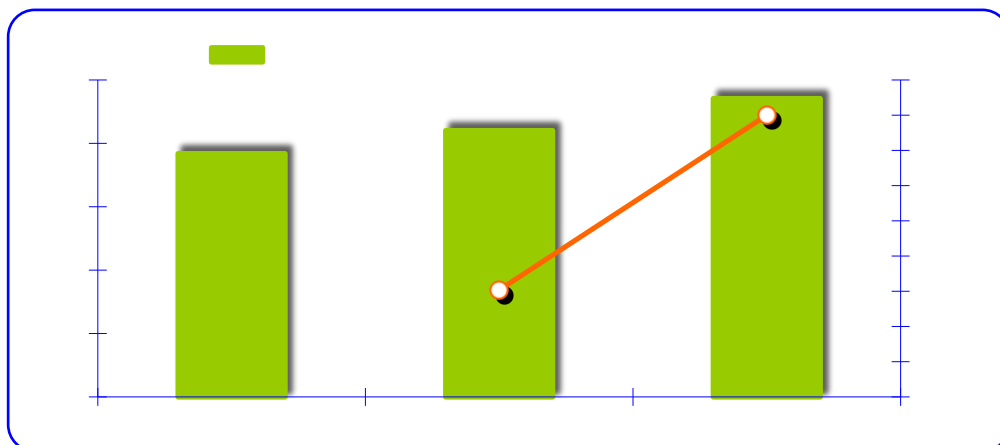
Источник: DSM Group, аналитика IndexBox

Рисунок 4. Основные игроки на российском рынке БАД в 2012 году, по стоимостному объему продаж

В 8. Объем и динамика продаж импортных БАД на российском рынке

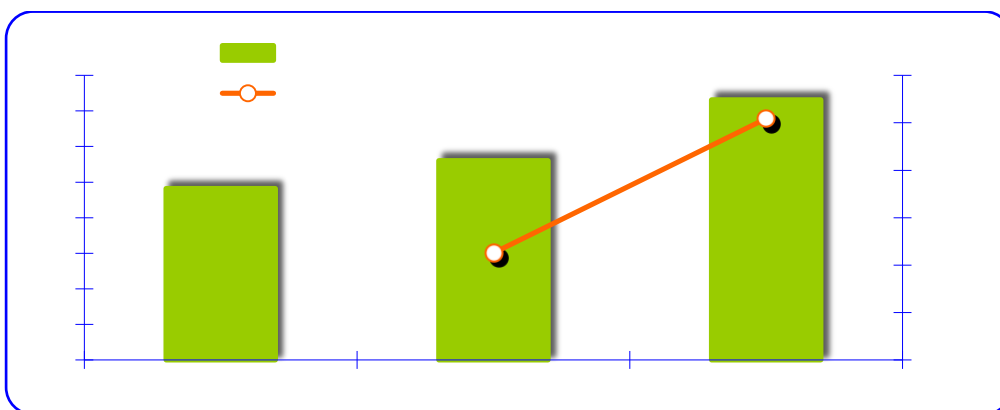
Анализ динамики и объемов продаж импортных БАД

...



Источник: DSM Group, аналитика IndexBox

Рисунок 5. Годовая динамика продаж импортных БАД на российском рынке в 2010-2012 гг., млн. упаковок



Источник: DSM Group, аналитика IndexBox

Рисунок 6. Годовая динамика продаж импортных БАД на российском рынке в 2010-2012 гг., млрд. рублей

...

В О компании IndexBox

IndexBox – ведущая компания в области маркетинговых исследований и бизнес-консультирования. Мы проводим исследования рынков, готовим бизнес-планы, строим бизнес-модели и консультируем по вопросам маркетинга и продаж.

Наши клиенты – крупные российские и иностранные компании:



Маркетинговые исследования

Наша специализация - исследования потребительских и промышленных рынков, в сегментах B2C и B2B. В числе используемых методик: кабинетные исследования, опросы потребителей, экспертные опросы, конкурентный анализ, торговый аудит, широкий спектр качественных исследований рынка товаров и услуг. Нашим конкурентным преимуществом является формирование специальных методик исследования под задачи каждого отдельного проекта. Система планирования и оперативного отраслевого мониторинга, созданная в компании, позволяет специалистам IndexBox оперировать в своей работе актуальной и достоверной информацией.

Бизнес-планирование

Мы профессионально занимаемся разработкой бизнес-планов, ТЭО, инвестиционных меморандумов, проводим анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий и подготавливаем аналитику для сделок M&A. Бизнес-планы, разработанные компанией IndexBox, содержат полноценную финансовую модель для дальнейшей реализации проекта, все расчеты основаны на маркетинговой информации, которая на постоянной основе собирается и анализируется на протяжении более 7 лет. Документы соответствуют стандартам российских и зарубежных банков, проекты имеют рыночную обоснованность и реалистичность прогнозов, а также мы осуществляем помощь в поиске инвестора и организации финансирования, юридическое сопровождение.

В

Консалтинг

Мы разрабатываем программы стратегического развития для брендов, продуктов, отдельных бизнес-единиц и промышленных предприятий. Как правило, программы включают в себя продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию. Проекты в области стратегического маркетинга актуальны как для крупных предприятий и финансово-инвестиционных компаний, которые планируют расширить сферу своих интересов, так и небольшим компаниям, которые задумываются о развитии бизнеса.