

فصل ۱ مقدمه

۱-۱ درباره گزارش

این گزارش شامل تحلیل و بررسی بازار مکمل‌های تغذیه‌ای در ایران است. گزارش حاوی پروفایل کامل کشور ایران و اطلاعات کامل سیستم درمانی ایران می‌باشد. همچنین در این گزارش رفتار مصرف‌کنندگان مکمل‌های تغذیه‌ای تحلیل شده است. گزارش شامل داده‌ها و اطلاعاتی است که از گزارشات میدانی و نظرسنجی‌های رودررو و همچنین مصاحبه با پزشکان و داروسازان به دست آمده‌اند.

جهت ارائه تصویر جامعی از این بازار، فضای رقابتی بازار مکمل‌های تغذیه‌ای و نیز اطلاعات کامل کلیه تامین‌کنندگان و توزیع‌کنندگان عرضه شده است. این گزارش شامل توصیه‌های استراتژیک برای تصمیم‌گیران تجاری است.

گزارش حاضر، ساختار بازار ایران را تحلیل کرده و بخش‌های مختلف بازار را تشریح می‌کند. برندهای مطرح بازار مکمل‌های تغذیه‌ای در ایران عبارتند از دانا، یوروویتال، هلت اید، سانستول و سندروس.

۱-۶ مدل تحقیق

در این گزارش برای طراحی پرسش‌نامه‌ها، از مدل ارزیابی رفتار مصرف‌کننده به شرح شکل زیر استفاده شده است. در این مدل به منظور ارزیابی رفتار مصرف‌کننده مکمل‌های تغذیه‌ای، قصد و نیت وی در رفتار (انتخاب و استفاده از مکمل‌ها) مورد بررسی قرار می‌گیرد و مدل بیان می‌دارد که نگرش‌ها و هنجارهای ذهنی افراد بر قصد و نیاز مصرف‌کننده تاثیرگذار هستند.

همان‌طور که در شکل نشان داده شده است، از یک سو باورهای افراد و ارزیابی تجربیات آنها در مصرف مکمل‌های تغذیه‌ای، بر نگرش نسبت به مکمل‌ها تاثیر می‌گذارد؛ و از سوی دیگر هنجارسازها از جمله پزشکان، داروخانه‌ها، عطاری‌ها، دوستان و اقوام و رسانه‌ها با توجه به میزان اهمیتی که مخاطب به حرف و توصیه هر کدام از گروه‌های مذکور قائل می‌شود، بر روی هنجارهای ذهنی افراد تاثیر می‌گذارد. در نهایت، مجموعه عوامل و مولفه‌های بیان شده، رفتار مصرف‌کننده را شکل می‌دهند.

از آنجا که مصرف مکمل‌های تغذیه‌ای در ایران تابع روش تصمیم‌گیری سه گروه داروخانه، پزشک و مصرف‌کننده نهایی است، لذا در این گزارش سه پرسش‌نامه مجزا طراحی و در اختیار آنها قرار داده شدند. پاسخ این سه گروه تصویر مناسبی از بازار ایران در اختیار فعالان اقتصادی در این حوزه قرار خواهد داد.

نمودار ۱ مدل ارزیابی رفتار مصرف‌کننده نهایی



۱-۶ اولویت خرید

بر اساس نظرسنجی انجام شده در داروخانه‌های معتبر و مرجع در مناطق مختلف شهر تهران، شاخص‌های اثرگذار بر تصمیم داروخانه‌ها در انتخاب برندهای مختلف مکمل‌های تغذیه‌ای به ترتیب اولویت، مطابق با نمودار زیر هستند.



۶.۲ پزشکان

پزشکان مهم‌ترین گروه توصیه‌کنندگان در بازار مکمل‌های تغذیه‌ای ایران می‌باشند. توصیه پزشکان از دو طریق توصیه مستقیم در زمان معاینه و تجویز دارو و همچنین توصیه غیرمستقیم از طریق مصاحبه در رسانه‌های مجازی و غیرمجازی انجام می‌گیرد. بر اساس نظرسنجی انجام شده از پزشکان، عوامل مؤثر در تجویز مکمل‌های تغذیه‌ای به ترتیب اولویت به صورت جدول زیر می‌باشد:

نمودار ۱۷ شاخص‌های اثرگذار بر تصمیم پزشکان در تجویز برند مکمل‌های تغذیه‌ای



۶-۳-۶ میزان و توالی خرید مکمل‌های تغذیه‌ای

طبق نظرسنجی انجام شده، درصد از پاسخ دهندگان برای خرید مکمل‌های تغذیه‌ای هزینه نمی‌کنند، در حالی که درصد ماهانه ۱۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان هزینه می‌کنند. نمودار نحوه هزینه کردن به شرح زیر است:



نمودار ۲۸ برندهای پرفروش مکمل داخلی از نظر داروخانه‌ها

درصد
30.0
25.0
20.0
15.0
10.0
5.0
0.0



منبع: گزارش بازار، شهریور ۱۴۰۱

نمودار ۲۹ برندهای پرفروش مکمل خارجی از نظر داروخانه‌ها

30.0
25.0
20.0
15.0
10.0
5.0
0.0



منبع: گزارش بازار، شهریور ۱۴۰۱

۷-۲ رضایت پزشکان از برندها

در پاسخ به پرسش «سه برند مکمل‌های دارویی را که از نظر شما بهترین کیفیت را دارند، کدام‌اند؟» نتایج حاکی از آن است که ۲۵.۴٪ از پزشکان، برند [REDACTED] را به عنوان برند با کیفیت یاد کردند و برندهای دانا و هلت اید با درصد برابر در رتبه بعدی قرار گرفتند.



۷-۳ آگاهی از برند

در پاسخ به پرسش "کدام برندهای مکمل را می‌شناسید؟" از مردم عادی، برندهای زیر به ترتیب بیشترین تکرار را داشته‌اند:

