

# وضعیت بازار مکملها در منطقه منا

written by پیمان صفردوست | ۱۴۰۳/۰۲/۰۳



اگر بخواهیم علمی و مستند ضرورت مصرف مکملها را بررسی کنیم، باید اذعان کنیم که هنوز پاسخ قطعی برای این سوال وجود ندارد. فرهنگ استفاده از مکملها به میزان رفاه و رشد اقتصادی هر جامعه بسیار وابسته است. به طوری که شاهد تفاوت مصرف بسیاری بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه وجود دارد. در کشورهای منطقه منا هنوز فرهنگ استفاده از مکملها به اندازه کشورهای اروپایی و آمریکایی فراگیر نشده است. اما در هر صورت رشد بازار مکمل در سالهای اخیر نشان میدهد که در سبب سلامت بسیاری از افراد قرار گرفته است. بسیاری از مردم و حتی متخصصان بر این باور هستند که رژیم غذایی صنعتی نمیتواند پاسخگوی تمام نیازهای غذایی افراد باشد و به همین دلیل مکملها میتوانند جایگزین خوب و حتی ارزان قیمتی برای خلاءهای تغذیه‌ای باشند. به خصوص بعد از پاندمی کووید-19 شاهد بزرگ شدن بازار مکملها در اکثر کشورها و جوامع بوده‌ایم. شناخت ترندهای منطقه به عنوان نقاط مورد توجه برای صادرات همیشه میتواند درسهای مهمی برای فعالان صنعت داشته باشد. در این مقاله به بررسی اجمالی بازارهای مکمل در منطقه منا پرداخته‌ایم.

## مکمل را تعریف کنیم

مکملهای رژیمی در بسیاری از کشورها یا نظامهای سلامت تعاریف مختص به خود را دارند. بسیاری از کشورهای منطقه منا تعریف مشخصی برای مکمل ندارند. اما طبق یک تعریف جامع که در بسیاری از کشورها به آن استناد میشود، مکملهای رژیمی به این صورت تعریف میشوند: مکملهای رژیمی دسته وسیعی شامل تمام محصولات گیاهی، ویتامینها، مواد معدنی، امگا 3، و پروبیوتیکها هستند. این محصولات در آمریکا تحت عنوان مکملهای رژیمی در آمریکا، محصولات سلامتی طبیعی (NHPS) در کانادا، و مکملهای غذایی در اروپا سازماندهی و نظارت میشوند (1).

در سازمان غذا و داروی ایران، مکملهای رژیمی به این صورت تعریف میشود: مکملهای تغذیه‌ای فرآورده‌های خوراکی هستند که از یک یا ترکیبی از مواد خام و یا فرآوری شده از جمله ویتامینها، املاح، اسیدهای چرب، اسیدهای آمینه و مشتقات آنها، آنزیمها، فیبرها، آنتی‌اکسیدانها، کربوهیدراتها، عصاره و یا بافت‌های طبیعی تشکیل میشوند. مصرف این فرآورده‌ها ممکن است از طریق تامین نیاز بدن به ترکیبات فوق‌الذکر باعث ارتقای عملکرد عمومی بدن شود (2).

## مکملها در منطقه منا

بازار منا (MENA) پنج بخش اصلی دارد که عبارتند از ویتامینها و مواد معدنی، اسیدهای چرب، پروتئین، پروبیوتیکها، و سایر فرآورده‌ها. در این بازار قیمت بالا و رگولیشن زیاد تاثیر منفی بر فروش و رشد برنند میگذارد. بازار منا در سال 2021 میلادی معادل ۱۶.۶۱ میلیارد دلار آمریکا بوده و با CAGR معادل ۶.۲۴ درصد در حال

رشد است. در سهم زیادی از این بازار - بر خلاف اروپا و آمریکا -، مکمل تنها مستقیماً از داروساز یا شیمیست قابل خریداری است و یا با نسخه پزشک تحویل داده می‌شود و معمولاً محدودیت عرضه دارد.

در منا تولید داخلی بسیار اهمیت دارد؛ تا جایی که در عربستان سعودی داروخانه‌های زنجیره‌ای مهم مثل *tabuk*، *Spimaco* و *jamjoum* محصولات تولید خودشان را تولید و عرضه می‌کنند (3). در این میان کشورهای مثل کشور خودمان - ایران - و یا مصر سیاست‌های منسجم‌تری دارند و در راستای حمایت از تولید داخلی و واردات بالک برنامه‌ریزی می‌کنند. در مقابل عراق کشوری است که واردات زیادی دارد و انواع برندها به بازار آن راه پیدا می‌کنند و موفق می‌شوند. رگولیشن مناطق مختلف عراق متفاوت است و همین موضوع موجب تفاوت ثبت در محصولات وارد شده به بازار آن می‌شود. البته در سال‌های اخیر *KMCA* (Kurdistan Medical Control Agency) ثبت رسمی برای محصولات را اجبار کرده است و برای دستیابی به بازارهای آن مناطق باید از مسیر ثبت رسمی اقدام کرد. کویت تحت نظارت *MOH* (Ministry of Health) یا وزارت بهداشت است. دسته‌بندی‌ها در آنجا انجام می‌شود.

پیش‌تر مکمل‌ها دسته‌بندی نمی‌شدند و قیمت‌گذاری آزاد توسط توزیع‌کننده یا صاحب برند انجام می‌شد اما امروزه بسته به ماده موثره‌ای که دارند توسط *MOH* قیمت‌گذاری می‌شوند. به دلیل این نوع قیمت‌گذاری، بسیاری از شرکت‌ها ترجیح می‌دهند تولید داخلی انجام دهند. در حال حاضر امارات بزرگ‌ترین بازار برندهای مکمل است و دو راه برای ثبت محصولات در این کشور وجود دارد. اول *Dubai Municipality* که مخصوص ثبت غذا است و بعد *MOH*. اما ثبت در *MOH*، قانون‌گذار امکان دسترسی به بیمارستان‌ها، داروخانه‌ها و نسخ پزشکان را می‌دهد. در بازار منا برخلاف اروپا و آمریکا مکمل‌ها به عنوان کالای دارویی شناخته می‌شوند و توزیع‌کنندگان آنها کسانی هستند که به مرکز درمانی و پزشکی دسترسی دارند.

## باورها و عادات

مطالعاتی که در برخی کشورهای منطقه از جمله لبنان، عربستان سعودی، فلسطین، اردن و امارات انجام شده است، نشان‌دهنده تاثیر بسیار زیاد پاندمی کووید-۱۹ بر باورها و عادات مصرفی مردم این کشورهاست. به طوری که به طور متوسط 44 درصد افراد عادات غذایی خود را تغییر داده بودند و 21 درصد مطمئن بودند که مکمل می‌تواند در برابر کووید محافظت ایجاد کند. بیشترین تقاضایی که در این دوران برای مکمل‌ها وجود داشته مربوط به ویتامین *C*، *D*، و زینک، در گروه‌های جمعیتی زنان و ورزشکاران بوده است (4).

## یک بررسی

در عربستان ۷۵.۳ درصد جمعیت بزرگسال (18 تا 59 سال) شهری مراکز استان، مکمل استفاده می‌کنند. حدود 65 درصد این جمعیت مولتی ویتامین مصرف می‌کنند. مصرف ویتامین‌ها و مینرال‌های منفرد مثل ویتامین *D* و *C* در رتبه‌های بعدی قرار دارد. از بین فرآورده‌های پرمصرف غیرمولتی ویتامینی یا مولتی‌مینرالی می‌توان به روغن ماهی، امگا 3/DHA، گلوکزآمین، اکیناسه، روغن فلکسید، کندرویتین و جینسینگ اشاره کرد.

این مطالعه در جمعیت افرادی که شغل مرتبط با بهداشت و درمان داشته‌اند انجام شده است و با توجه به تاثیر نگرش این افراد بر سایر افراد جامعه، نتایج آن اهمیت دارد (5).

مطالعاتی که در مورد دانشجویان و ورزشکاران عربستان انجام شده است نیز نشان می‌دهد که به ترتیب ۷۶.۶ و 93 درصد این جمعیت‌ها مکمل مصرف می‌کنند. همچنین این مطالعات تایید کرده‌اند که با افزایش درآمد و ترویج سبک زندگی سالم، مصرف مکمل‌ها افزایش می‌یابد (6).

## ترندهای صنعت مکمل در منطقه

بدون شک نیاز و تقاضای هر منطقه بسته به شرایط فرهنگی، جغرافیایی، پزشکی، نژادی و... با سایر مناطق متفاوت است. به همین دلیل شناخت ویژگی‌های محیط مشتریان در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک بسیار مهم است. بخش قابل‌توجهی از منطقه منا را جمعیت عرب و مسلمان تشکیل می‌دهد. این ویژگی باعث ایجاد خصوصیات مشترکی بین جمعیت‌ها می‌شود و تقاضاهای مشترکی را ایجاد می‌کند. مطالعات نشان داده‌اند که بیش از 70 درصد زنان جهان عرب کمبود ویتامین D دارند (7 و 8). از طرف دیگر سبک زندگی آنها باعث شده که به محصولات کنترل وزن و سلامت باروری بیشتر روی بیاورند. در ادامه ترندهای این منطقه بررسی می‌شوند که با ترندهای جهانی متفاوت هستند.

### ۱- کنترل وزن

یکی از چالش‌های اصلی جهان عرب و منطقه خاورمیانه اضافه وزن و دیابت است. در امارات بیش از 60 درصد جمعیت اضافه وزن دارند. همچنین 25 درصد مردان بالای 15 سال و 40 درصد زنان بالای 15 سال چاقی دارند. بنابراین تقاضا برای محصولات کاهش وزن زیاد است.

### ۲- پوست، مو و ناخن

آنتی‌ایجنت‌ها، آنتی‌سلولیت، آنتی‌آکنه‌ها و مکمل‌های همراه با کلاژن.

### ۳- بهبود باروری

در منطقه منا خانواده و باروری بسیار مهم است. در موارد پرناتال و پست ناتال قیمت بسیار مهم است. چراکه جمعیت‌ها مصرف این مکمل‌ها را ضروری تلقی می‌کنند بنابراین مزیت قیمتی فاکتور اصلی انتخاب نوع برند است.

### ۴- تقویت کننده‌های سیستم ایمنی

بدون شک پاندمی کووید تاثیر بسیار زیادی بر محبوبیت تقویت کننده‌های سیستم ایمنی داشته‌است. در این میان ویتامین C و پس از آن ویتامین D و زینک رشد چشمگیری داشته است.

### ۵- پروبیوتیک‌ها

هرچند در سال‌های اخیر فروش پروبیوتیک‌ها تا حدی کاهش داشته‌اند. اما فعالان و متخصصان صنعت مکمل بر این باور هستند که این محصولات در صورت ایجاد نوآوری‌های در فرم دوباره رونق می‌گیرند. به نظر می‌رسد که استفاده از فرم‌های جدیدی مثل پاستیل و یا فانکشنال فودها در این زمینه مد نظر باشد.

### ۶- محصولات سلامت چشم

همان‌طور که پیش‌تر نیز اشاره شد، سبک زندگی دیجیتال و استفاده مکرر از انواع نمایشگرها موجب شده که افراد به سلامت چشم توجه ویژه‌ای داشته باشند. این سبک زندگی در منطقه هم جمعیت‌ها را متاثر کرده است و به همین دلیل محصولات سلامت چشم اخیراً از محبوبیت زیاد و رو به افزایشی برخوردار شده‌اند.

خلاصه‌ای از وضعیت بازار مکمل‌ها در منطقه منا در جدول زیر نشان داده شده است:

ارزش بازار در سال 2021	61/16 میلیارد دلار
ارزش بازار در سال 2028	49/22 میلیارد دلار
نرخ رشد مرکب سالانه	24/6 درصد

دسته بندی‌های اصلی  
ویتامین‌ها ، مواد معدنی ،  
اسیدهای چرب ،  
پروتئین‌ها ، پروبیوتیک‌ها ،  
سایر

میزان مصرف نسبت به جمعیت 47 درصد  
بزرگترین بازار منطقه‌ای امارات  
بزرگترین بازار عملکردی کنترل وزن  
رایج‌ترین شکل دارویی قرص

نویسنده: دکتر منیره افضلی - متخصص اقتصاد و مدیریت دارو، رئیس هیات‌مدیره  
پاسارفارما