

УДК 338.4:61

DOI: 10.26140/anie-2021-1002-0058



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license
(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК РФ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

© Автор(ы) 2021
AuthorID: 433643
SPIN: 2472-6269

СЕРГЕЕВА Наталия Митрофановна, кандидат фармацевтических наук,
доцент кафедры экономики и менеджмента
Курский государственный медицинский университет
(305033, Россия, Курск, ул. К.Маркса, 3, sergeevamedical@yandex.ru)

Аннотация. В современных условиях, помимо рынка лекарственных препаратов, в России особое значение стал приобретать и рынок биологически активных добавок, прием которых в текущих обстоятельствах в ряде случаев позволяет укрепить иммунитет и оказать профилактическое воздействие в борьбе с заболеваемостью. Прогнозы по развитию рынка БАД с началом распространения коронавирусной инфекции превзошли все ожидания: спрос на витамины и минеральные добавки, направленные на укрепление здоровья, вырос существенно, что связано с активным началом пандемии и стремлением людей усилить иммунитет, чтобы избежать негативных последствий. Учитывая тяжесть последствий для здоровья на фоне перенесенного COVID-19, в вопросах постковидного восстановления роль БАД также усилилась. В ходе исследования проведен анализ динамики объема продаж БАД в натуральном и стоимостном выражении, оценка изменения уровня средних цен всего и в разрезе основных ценовых категорий, выявление сложившихся тенденций и их причин. Установлено, что за последний год отечественный рынок БАД показал волнообразный характер своего развития, что связано с сезонностью и изменением эпидемиологической обстановки. Самые большие объемы продаж БАД наблюдаются в марте и октябре 2020 года – более 7,3 млрд. руб. или 30 млн. упаковок за месяц, что связано с первой и второй волной распространения коронавируса соответственно. Сложившаяся ситуация не оказала существенного влияния на средневзвешенные цены на БАД, прирост которых за год составил всего лишь 6%.

Ключевые слова: фармацевтический рынок РФ, рынок БАД, объем продаж, структура продаж, средневзвешенные цены, пандемия, коронавирус.

DEVELOPMENT TRENDS OF THE MARKET OF BIOLOGICALLY ACTIVE SUPPLEMENTS IN THE RUSSIAN FEDERATION DURING THE PANDEMIC OF CORONAVIRUS

© The Author(s) 2021

SERGEeva Natalia Mitrofanovna, candidate of pharmaceutical sciences, associate professor
of the department of economics and management
Kursk State Medical University
(305033, Russia, Kursk, K. Marksa St., 3, sergeevamedical@yandex.ru)

Abstract. In modern conditions, in addition to the drug market, in Russia, the market of dietary supplements has become of particular importance, the use of which in current circumstances in some cases allows you to strengthen the immune system and provide a preventive effect in the fight against morbidity. Forecasts for the development of the dietary supplements market with the onset of the spread of coronavirus infection exceeded all expectations: the demand for vitamins and mineral supplements aimed at improving health increased significantly, which is associated with the active onset of the pandemic and the desire of people to strengthen immunity in order to avoid negative consequences. Taking into account the severity of the health consequences against the background of the transferred COVID-19, the role of dietary supplements in matters of postcovid recovery also increased. In the course of the study, the analysis of the dynamics of the sales volume of dietary supplements in physical and value terms, the assessment of changes in the level of average prices of all and in the context of the main price categories, identification of the prevailing trends and their causes. It has been established that over the past year, the domestic dietary supplement market has shown a wave-like nature of its development, which is associated with seasonality and changes in the epidemiological situation. The largest sales of dietary supplements are observed in March and October 2020 - more than 7.3 billion rubles. or 30 million packs per month, which is associated with the first and second waves of the spread of coronavirus, respectively. The current situation did not have a significant effect on the weighted average prices for dietary supplements, the growth of which over the year was only 6%.

Keywords: Russian pharmaceutical market, dietary supplements market, sales volume, sales structure, weighted average prices, pandemic, coronavirus.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. В текущих условиях в России роль фармацевтической отрасли в сохранении и поддержании здоровья населения значительно возросла, что во многом обусловлено ухудшением эпидемиологической ситуации на фоне новой коронавирусной инфекции. При этом, помимо рынка лекарственных препаратов, особое значение стал приобретать и рынок биологически активных добавок (БАД), прием которых в текущих обстоятельствах в ряде случаев позволяет укрепить иммунитет и оказать профилактическое воздействие в борьбе с заболеваемостью. Учитывая тяжесть последствий для здоровья на фоне перенесенного COVID-19, в вопросах постковидного восстановления роль БАД также усилилась, в связи с чем исследование тенденций развития рынка БАД в условиях пандемии коронавирусной инфекции становится актуальным направлением исследования.

Анализ последних исследований и публикаций, в ко-

торых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы. Как отмечают исследователи [1-3], в последние годы в России БАД приобрели особую популярность, что связано с пропагандой здорового образа жизни и стремлением населения к сохранению и укреплению собственного здоровья.

Вместе с тем, учитывая тот факт, что рынок БАД является относительно новым направлением для отечественной фармацевтической отрасли, БАД российского производства имеют низкую степень доверия со стороны населения, которое отдает предпочтение дорогостоящим импортным БАД ведущих мировых производителей [4-6].

Преимуществом отечественных БАД является их ценовая доступность по сравнению с зарубежными аналогами, цены на которые зачастую являются крайне высокими [7]. Несмотря на высокую стоимость, импортные БАД зарекомендовали себя с положительной стороны, показав высокую эффективность в вопросах поддержа-

нии и укрепления здоровья, в то время как мнение об эффективности отечественных БАД является неоднозначным [8, 9].

Как справедливо отмечают авторы [10-12], прогнозы по развитию рынка БАД с началом распространения коронавирусной инфекции превзошли все ожидания: спрос на витамины и минеральные добавки, направленные на укрепление здоровья, вырос существенно, что связано с активным началом пандемии и стремлением людей усилить иммунитет, чтобы избежать негативных последствий. В результате, можно говорить о том, что пандемия коронавируса стала толчком для развития рынка БАД, сформировав иной вектор его развития [13].

МЕТОДОЛОГИЯ

Формирование целей статьи. Исследовать тенденции развития рынка биологически активных добавок РФ в период пандемии коронавируса.

Постановка задания. Анализ динамики объема продаж БАД в натуральном и стоимостном выражении, оценка изменения уровня средних цен всего и в разрезе основных ценовых категорий, выявление сложившихся тенденций и их причин.

Используемые в исследовании методы, методики и технологии. В работе использовались данные аналитического отчета DSM Group о развитии рынка БАД как составной части фармацевтического рынка РФ в период с октября 2019 года по октябрь 2020 года [14]. В качестве базисного периода выбран октябрь 2019 года, отражающий ситуацию на рынке до начала пандемии коронавируса, в качестве текущего – октябрь 2020 года, что характеризует настоящую ситуацию на рынке. Анализ тенденций развития рынка биологически активных добавок РФ в период пандемии коронавируса проводился с использованием широкого перечня методов и подходов к исследованию, среди которых: обобщение и интеллектуальный анализ данных, общенаучные инструменты анализа, методы статистики [15, 16].

РЕЗУЛЬТАТЫ

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Общий объем продаж на рынке БАД в исследуемом периоде имеет волнообразный характер вариации. Если в период с октября 2019 года по февраль 2020 года ситуация являлась относительно стабильной, а показатель варьировал в пределах 6-6,4 млрд. руб., то в марте 2020 года отмечается резкий скачок объемов продаж до 7,4 млрд. руб., что выше уровня базисного месяца на 18%. Однако уже в апреле 2020 года произошло существенное снижение показателя до 5,7 млрд. руб., что меньше уровня предыдущего месяца на 23%. В мае-июне 2020 года объем продаж БАД находился на крайне низком уровне и составлял около 5 млрд руб., что в наибольшей степени обусловлено сезонностью, поскольку в осенне-зимний период спрос на БАД возрастает. Начиная с июля, наметился очередной рост показателя, в результате чего к сентябрю его значение составило 6,6 млрд. руб., а к октябрю 2020 года – до 7,3 млрд. руб., что практически равно уровню продаж в марте 2020 года. В целом объем продаж БАД по сравнению с уровнем октября 2019 года вырос на 16% (рисунок 1).

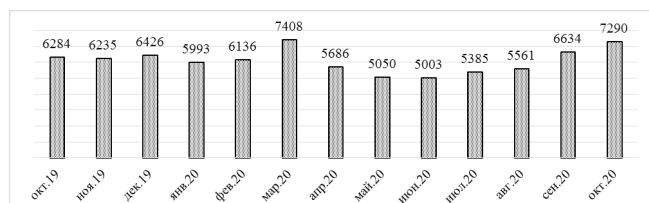


Рисунок 1 – Динамика объема продаж БАД на фармацевтическом рынке РФ с октября 2019 года по октябрь 2020 года, млн. руб.

Оценивая объем продаж БАД в натуральном выра-

жении, можно отметить аналогичные тенденции изменения. Так, в октябре 2019 года было продано 31 млн. упаковок, а в последующие месяцы, вплоть до марта 2020 года, данный показатель имел тенденцию к снижению до 28 млн. упаковок. Вместе с тем, в марте 2020 года произошло резкое увеличение объемов продаж БАД до 32,9 млн. упаковок, что выше уровня базисного года на 6%. В период с апреля по июнь 2020 года объем продаж на рынке БАД имел достаточно низкое значение, а начиная с июля 2020 года начал расти, достигнув к октябрю 2020 года 30,2 млн. упаковок, что ниже уровня прошлого года на 2,6%. Рост объемов продаж в марте и октябре 2020 года, с наибольшей степенью вероятности, обусловлен началом активной фазы первой и второй волны коронавируса, что способствовало росту спроса на БАД для профилактики и поддержания иммунитета (рисунок 2).

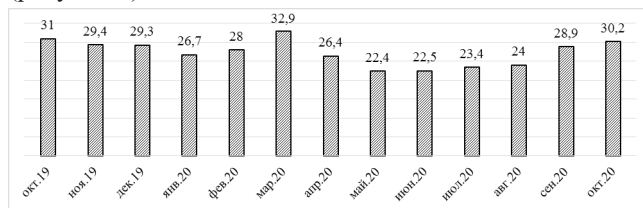


Рисунок 2 – Динамика объема продаж БАД на фармацевтическом рынке РФ с октября 2019 года по октябрь 2020 года, млн. упак.

Ожидаемо, что повышенный спрос может оказать влияние и на стоимость БАД на рынке. В исследуемом периоде отмечается волнообразная вариация средневзвешенной цены, причем в наибольшей степени скачкообразные изменения происходили в январе-июне 2020 года. Так, в октябре 2019 года средняя стоимость одной упаковки БАД составляла 202,6 руб., а уже к январю 2020 года увеличилась на 11%, составив 224,3 руб. Несмотря на снижение средневзвешенной цены в феврале 2020 года, в марте показатель достиг 225 руб., а в мае – 225,2 руб. В июне произошло снижение до 221,9 руб., а в июле 2020 года наметилась тенденция к росту показателя, который к августу 2020 года достиг практически 232 руб., что является наибольшим значением за исследуемый период. В последние два месяца отмечается устойчивое снижение средневзвешенной цены БАД, которая к октябрю 2020 года составила 214,6 руб., что выше уровня базисного года на 6% (рисунок 3).

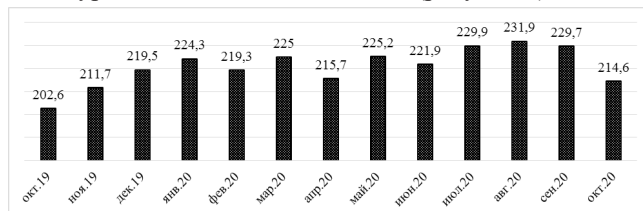


Рисунок 3 – Динамика средневзвешенной цены БАД на фармацевтическом рынке РФ с октября 2019 года по октябрь 2020 года, руб.

Рассматривая распределение структуры продаж БАД в разрезе основных ценовых категорий, можно отметить, что как в 2019, так и в 2020 году подавляющий объем продаж приходится на БАД стоимостью более 500 рублей, причем за последний год произошло увеличение удельного веса данной ценовой категории с 48% до 55,2%. Второй по объему продаж является ценовая категория БАД 150-500 руб., доля которых снизилась с 38,7% до 34,9%, но по-прежнему является существенной. На БАД со стоимостью менее 50 руб. во всем исследуемом периоде приходится наименьший объем продаж: в 2020 году стало приходиться всего лишь 3,4%, что ниже уровня предыдущего года, когда показатель

составлял 4,5%. Удельный вес БАД в ценовой категории 50-150 руб. в 2019 году составлял 8,8%, а к октябрю 2020 года снизился до 34,9%. Следовательно, можно сделать вывод о том, что сегодня порядка 90% от общего объема продаж БАД на рынке приходится на продукцию, стоимостью от 150 рублей и выше (рисунок 4).

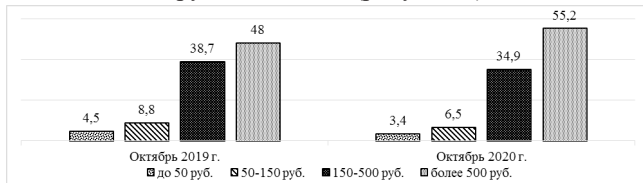


Рисунок 4 – Распределение структуры продаж БАД на фармацевтическом рынке РФ по основным ценовым группам в октябре 2019 года и октябре 2020 года, %

При этом, оценка средневзвешенных цен на БАД в каждой ценовой категории позволила выявить тенденцию к росту средневзвешенной стоимости упаковки в средних ценовых категориях – 50-150 руб. и 150-500 руб., при том, что в самой дешевой и самой дорогой ценовых категориях отмечается снижение цен к 2020 году. Так, в октябре 2020 года в категории БАД стоимостью более 500 руб. средняя цена упаковки составила 870,7 руб., что на 3,7% ниже уровня прошлого года. Для БАД стоимостью менее 50 руб. средняя цена за последний год практически не изменилась и составляет менее 22 руб. за упаковку (рисунок 5).

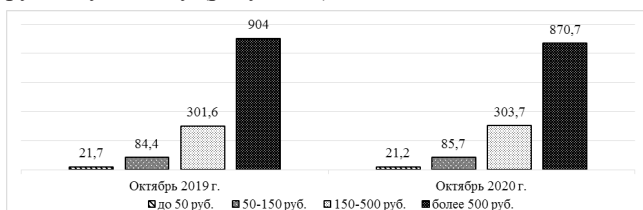


Рисунок 5 – Динамика средневзвешенной цены БАД на фармацевтическом рынке РФ по основным ценовым группам в октябре 2019 года и октябре 2020 года, руб.

Средняя стоимость БАД в ценовой категории 50-150 руб. к октябрю 2020 года возросла до 85,7 руб., что выше уровня аналогичного периода прошлого года на 1,5%. Для БАД стоимостью в пределах 150-500 руб. в октябре 2020 года средневзвешенная цена составила 303,7 руб. за упаковку, что больше, чем в октябре 2019 года на 0,7%. В результате, можно говорить о том, что существенного увеличения стоимости БАД во всех ценовых категориях не произошло.

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях. О тенденциях развития рынка биологически активных добавок РФ в период пандемии коронавируса пишут многие авторы [17, 18], подчеркивая мысль о том, сложившаяся эпидемиологическая ситуация стала драйвером развития как для всей фармацевтической отрасли в целом, так и для рынка биологически активных добавок, в частности. При этом, произошло смещение структуры спроса в пользу витаминов для поддержания и укрепления иммунитета, таких как витамины С и D3, а также поливитаминов и прочих минеральных добавок [19, 20].

ВЫВОДЫ

Выводы исследования. За последний год отечественный рынок БАД показал волнообразный характер своего развития, что связано с сезонностью и изменением эпидемиологической обстановки. Самые большие объемы продаж БАД наблюдаются в марте и октябре 2020 года – более 7,3 млрд. руб. или 30 млн. упаковок за месяц, что связано с первой и второй волной распространения коронавируса соответственно. Сложившаяся ситуация не оказала существенного влияния на средневзвешенные

цены на БАД, которые в период с октября 2019 года по октябрь 2020 года хоть и варьировали значительно, но в целом за год прирост составил всего лишь 6%. В структуре БАД в разрезе ценовых категорий было выявлено, что основу продаж (более 50%) составляет продукция со стоимостью более 500 руб. за упаковку, а вторыми по величине являются БАД стоимостью 150-500 руб. за упаковку (более 30% в общем объеме продаж). При этом, средневзвешенная стоимость одной упаковки БАД в каждой ценовой категории практически не претерпела существенных изменений, а для БАД стоимостью более 500 руб. отмечается снижение средних цен на 4%. Следовательно, можно говорить о том, что сегодня отечественный рынок БАД, хоть и не претерпел существенных изменений, на фоне ухудшения эпидемиологической обстановки показывает положительную динамику, что связано с повышенным спросом на данную продукцию.

Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении. В современных условиях роль БАД в жизни и здоровье населения возрастает, что обусловлено модой на здоровый образ жизни и правильное питание. Вместе с тем, ситуация складывается таким образом, что отечественное производство БАД является слабо развитым и существенно уступает импортному, в связи с чем в данном сегменте фармацевтического рынка страны формируется высокая импортозависимость. В этой связи, по нашему мнению, одним из ключевых направлений развития рынка БАД в России является наращивание внутреннего производственного потенциала и снижение его зависимости от импорта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Репринцева Е.В. Развитие фармацевтического рынка в условиях структурного экономического кризиса // Наука и практика регионов. 2018. № 4 (13). С. 79-82.
2. Шайхатарова Т.В., Ивакина С.Н. Мониторинг состояния российского рынка биологически активных добавок // Вестник Башкирского государственного медицинского университета. 2018. № 4. С. 66-70.
3. Николаева М.А., Клецевский Ю.Н., Рязанова О.А. Состояние рынка биологически активных добавок к пище: проблемы и перспективы // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. 2017. № 1 (42). С. 97-106.
4. Сенина М.В., Москвичева М.А. Основные элементы стратегии позиционирования БАД на фармацевтическом рынке Российской Федерации // Молодой ученый. 2016. № 25 (129). С. 391-
5. Репринцева Е.В. Динамика изменения цен на фармацевтическую продукцию в России // Наука и практика регионов. 2019. № 2 (15). С. 27-30.
6. Коротаева Т.Н., Купчинская И.Н., Мащенко В.В. Динамика спроса биологически активных добавок в России // Политика, экономика и инновации. 2018. № 1 (18). С. 13.
7. Белоусова О.В., Белоусов Е.А., Иващенко А.О. Биологически активные добавки как перспективное направление развития фармацевтического рынка // Научный результат. Медицина и фармация. 2016. Т. 2. № 4. С. 89-94.
8. Бушина Н.С., Зюкин Д.А. Методический подход к оценке конкурентоспособности подразделений аптечной сети // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12-6. С. 1091-1095.
9. Гаммель И.В., Суворова О.В., Запорожская Л.И. Анализ тенденций российского рынка биологически активных добавок к пище // Медицинский альманах. 2017. № 6 (51). С. 154-158.
10. Селявина Ю.Н. Специфика продвижения фармацевтических препаратов на российском рынке // Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. 2016. № 2. С. 84-92.
11. Квачахия Л.Л. Состояние отечественного рынка биологически активных добавок // Иннов: электронный научный журнал. 2018. № 2 (35). С. 5.
12. Гаврилов А.С., Зуева О.Н. Биологически-активные добавки к пище: проблемы и перспективы // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. 2020. № 2 (61). С. 103-109.
13. Сизова А.С. Анализ рынка БАД и тенденции его развития // Молодой ученый. 2020. № 17 (307). С. 373-375.
14. DSM Group. Аналитические обзоры российского фармацевтического рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dsm.ru/docs/analitics/october_2020_pharmacy_analysis.pdf (дата обращения 30.01.21).
15. Методы статистики и возможности их применения в социально-экономических исследованиях: монография / С.А. Беляев, Н.С. Бушина, А.Ю. Быстрицкая, О.В. Власова и др. - Курск: «Деловая полиграфия», - 2021. - 168 с.
16. Практические аспекты применения регрессионного метода в исследовании социально-экономических процессов: монография /

С.А. Беляев, Н.С. Бушина, О.В. Власова, Ал.А. Головин и др. - Курск: «Деловая полиграфия», - 2021. - 166 с.

17. Сизова А.С. Рынок БАД после пандемии // Молодой ученый. 2020. № 51 (341). С. 108-110.

18. Борискина Т.Б., Пескова О.С. COVID-19. Когда это закончится - 8 основных трендов развития ситуации на фармацевтическом рынке и рынке медицинских товаров и услуг // Russian Economic Bulletin. 2020. Т. 3. № 3. С. 107-110.

19. Синяева И.М. Стратегии продвижения на рынке фармацевтических товаров в условиях пандемии COVID-19 // Аудиторские ведомости. 2020. № 3. С. 96-99.

20. Прожерина Ю. Мировой фармацевтический рынок: тренд – COVID // Ремедиум. Журнал о российском рынке лекарств и медицинской техники. 2020. № 9. С. 23-24.

Статья поступила в редакцию 05.02.2021

Статья принята к публикации 27.05.2021