

УДК 338.4:61

DOI: 10.26140/anie-2021-1002-0059



©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/)

## О СТРУКТУРНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЯХ НА РЫНКЕ 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, e-mail: sergeevamedical@yandex.ru)

**Аннотация.** В современных условиях одним из важных направлений развития фармацевтической отрасли является рынок биологически активных добавок (БАД), который стремительно набирает популярность, что связано с активной пропагандой здорового образа жизни и роли БАД в его поддержании. Как следствие, это сформировало соответствующую моду среди молодого поколения, что положительно отражается на темпах развития рынка БАД, способствуя его росту, а также расширению ассортимента предлагаемых витаминов и прочих добавок к пище, в том числе спортивных. Отечественный рынок БАД характеризуется высокой импортозависимостью, что обусловлено отставанием отечественной фармацевтической науки от уровня развитых стран, что, в свою очередь, формирует низкую степень конкурентоспособности отечественной продукции на рынке. В ходе исследования проведен анализ динамики объема продаж БАД всего и в разрезе страны-происхождения, оценка изменения объемов продаж БАД основными производителями и их удельного веса на рынке, выявление сложившихся тенденций и их причин. Установлено, что за последний год функционирования отечественного рынка БАД в условиях пандемии коронавируса не произошло существенных изменений в тенденциях его развития. Как и прежде, объемы продаж варьируют волнообразно, уменьшаясь в летний период и возрастая в осенне-зимний, что связано с изменением потребности населения в дополнительных источниках витаминов и микроэлементов. Среди топ-10 крупнейших производителей БАД на рынке неизменным лидером, имеющим существенный отрыв от прочих, является отечественная компания Эвалар, на долю которой приходится около 15% от общего объема продаж БАД на рынке.

**Ключевые слова:** фармацевтический рынок РФ, рынок БАД, объем продаж, структура продаж, импортные БАД, топ-10 производителей, пандемия, коронавирус.

## ON STRUCTURAL TRANSFORMATIONS ON THE MARKET OF BIOLOGICALLY ACTIVE ADDITIVES 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, e-mail: sergeevamedical@yandex.ru)

**Abstract.** In modern conditions, one of the important directions in the development of the pharmaceutical industry is the market of biologically active additives (BAA), which is rapidly gaining popularity, which is associated with the active promotion of a healthy lifestyle and the role of dietary supplements in its maintenance. As a result, this has shaped the appropriate fashion among the younger generation, which has a positive effect on the pace of development of the dietary supplements market, contributing to its growth, as well as expanding the range of vitamins and other food supplements, including sports, on offer. The domestic dietary supplement market is characterized by high import dependence, which is due to the lag of domestic pharmaceutical science behind the level of developed countries, which, in turn, forms a low degree of competitiveness of domestic products in the market. In the course of the study, the analysis of the dynamics of the sales volume of dietary supplements in total and in the context of the country of origin, the assessment of changes in the sales of dietary supplements by the main manufacturers and their share in the market, identification of the existing trends and their causes. It has been established that over the last year of the functioning of the domestic dietary supplement market in the context of the coronavirus pandemic, there have been no significant changes in its development trends. As before, sales volumes vary in waves, decreasing in summer and increasing in autumn and winter, which is associated with a change in the population's need for additional sources of vitamins and minerals. Among the top 10 largest manufacturers of dietary supplements in the market, the constant leader, which has a significant gap from others, is the domestic company Evalar, which accounts for about 15% of the total sales of dietary supplements on the market.

**Keywords:** pharmaceutical market of the Russian Federation, dietary supplements market, sales volume, sales structure, imported dietary supplements, top-10 manufacturers, pandemic, coronavirus.

### ВВЕДЕНИЕ

*Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.* Одним из важных направлений развития фармацевтической отрасли в современных условиях является рынок биологически активных добавок (БАД), который стремительно набирает популярность, что связано с активной пропагандой здорового образа жизни и роли БАД в его поддержании. Как следствие, это сформировало соответствующую моду среди молодого поколения, что положительно отражается на темпах развития рынка БАД, способствуя его росту, а также расширению ассортимента предлагаемых витаминов и прочих добавок к пище, в том числе спортивных.

*Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.* Как отмечают многие авторы [1-3], биологически активные добавки являются относительно новым направлением на отечественном фармацевтическом рынке, динамичное развитие которого наметилось относительно недавно, в то время как в развитых странах производство налажено, а употребление БАД прочно вошло в жизни практически каждого человека.

Отечественный рынок БАД характеризуется высокой импортозависимостью, что обусловлено отставанием отечественной фармацевтической науки от уровня развитых стран, что, в свою очередь, формирует низкую степень конкурентоспособности отечественной продукции на рынке [4, 5].

К числу основных факторов, ограничивающих активное развитие рынка БАД, относят ценовую составляющую. Ситуация складывается таким образом, что

отечественные БАД, являющиеся более доступными по цене, имеют ограниченный ассортимент и низкую степень доверия со стороны населения [6-8]. Импортные БАД крупных иностранных производителей с десятилетней историей, зарекомендовавшие себя как эффективные и качественные, имеют высокую стоимость, в связи с чем оказываются недоступными для весомой доли населения [9-11]. Негативные социально-экономические тенденции последних лет, связанные со снижением реальных доходов населения и уровня жизни, а также с падением курса рубля по отношению к иностранной валюте способны оказать негативное влияние на развитие рынка БАД, приводя к снижению спроса на данную продукцию [12, 13].

#### МЕТОДОЛОГИЯ

*Формирование целей статьи.* Исследовать структурные преобразования на рынке биологически активных добавок РФ в период пандемии коронавируса.

*Постановка задания.* Анализ динамики объема продаж БАД всего и в разрезе страны-происхождения, оценка изменения объемов продаж БАД основными производителями и их удельного веса на рынке, 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 структурных преобразований на рынке 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 БАД в РФ в исследуемом периоде варьирует волнообразно, имея общую тенденцию к росту к марту 2020 года до 7,41 млрд. руб., что является наибольшим значением за исследуемый период, а затем к июню 2020 года – к снижению до 5 млрд. руб. (-32,5%). Начиная с июля 2020 года, тенденция к росту объема продаж возобновилась, в результате чего уже к сентябрю 2020 года показатель достиг 6,63 млрд. руб., а к октябрю 2020 г. – до 7,29 млрд. руб.

С наибольшей степенью вероятности сложившаяся тенденция к общему росту объемов продаж БАД в осенне-зимний период связана с сезонной заболеваемостью и соответствующим ростом спроса на витамины и минеральные добавки.

В 2020 году отмечается резкое повышение объемов продаж вследствие распространения пандемии коронавируса, что еще в большей степени актуализировало спрос на БАД (рисунок 1).

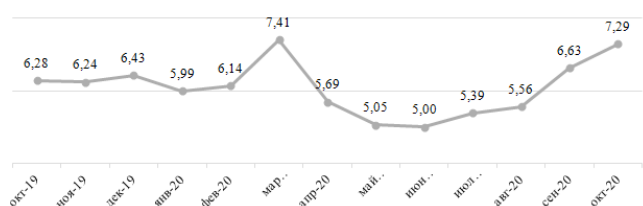


Рисунок 1 – Динамика объемов продаж на рынке БАД в России в период с октября 2019 г. по октябрь 2020 г., млрд. руб.

В общем объеме продаж БАД удельный вес продукции отечественного производства является наименьшим

и снизился к октябрю 2020 года до 44,4% в сравнении с 49,7% в октябре 2019 года.

При этом, на долю отечественной продукции от общего числа проданных упаковок в октябре 2019 года приходилось 80,8%, а к 2020 году данный показатель снизился до 76,8%.

В свою очередь, доля импортных БАД в общем объеме продаж за последний год выросла с 50,3% до 55,6%, но в натуральном выражении доля импортных БАД является невысокой.

Так, в октябре 2019 года на БАД импортного производства приходилось только 19,2% от общего числа проданных упаковок, а к 2020 году данный показатель вырос до 23,2%. Следовательно, можно сделать вывод о том, что основу продаж БАД составляет продукция отечественного производства, на которую приходится подавляющая доля проданных упаковок.

Однако, поскольку импортные БАД являются дорогостоящими, именно на них приходится подавляющая доля объемов продаж (рисунок 2).

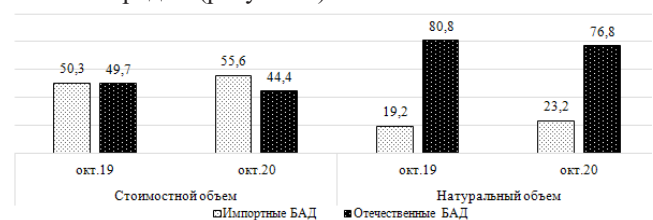


Рисунок 2 – Структура рынка БАД в России в разрезе происхождения продукции в октябре 2019 г. и октябре 2020 г., %

Рассматривая топ-10 лидеров по объему продаж БАД на фармацевтическом рынке в 2019 году, можно отметить, что лидирующую позицию занимает отечественный производитель Эвалар, объем продаж которого составил 945,2 млн. руб., что равно 15,2% от общего объема продаж на рынке.

Вторую позицию занимает американская компания Solgar Vitamin and Herb, в октябре 2019 года объем продаж которой составил 411,3 млн. руб., а доля в общем объеме продаж – 6,6%, что практически вдвое ниже показателей лидера – компании Эвалар.

Замыкает тройку лидеров отечественный производитель PharmaMed, объем продаж БАД которого в октябре 2019 года составил 324,5 млн. руб., а удельный вес – 5,2%. Входящим в топ-10 предприятием, замыкающим рейтинг является немецкая компания Stada, объем продаж БАД которой составил 156,1 млн. руб., а рыночная доля – 2,5% (рисунок 3).

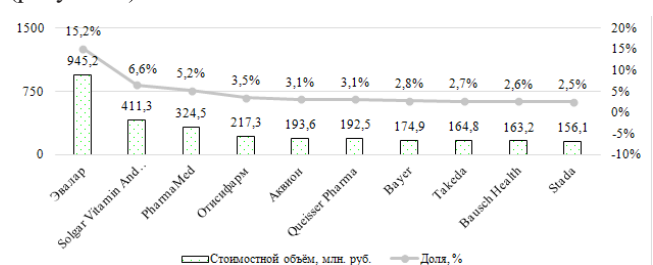


Рисунок 3 – Рейтинг производителей, лидеров по объему продаж БАД на фармацевтическом рынке РФ, в октябре 2019 г.

Оценивая изменение топ-10 лидеров по объему продаж БАД к октябрю 2020 года можно отметить, что компания Эвалар смогла сохранить лидирующую позицию, однако произошло снижение доли в общем объеме продаж до 14,6%, несмотря на то что в абсолютном выражении объем продаж БАД вырос до 1067,7 млн. руб. (прирост 13%).

Вторую позицию также устойчиво занимает Solgar

Vitamin and Herb, доля которого к 2020 году возросла до 9,6% в общем объеме продаж, а в стоимостном выражении показатель вырос на 70%, составив 700,4 млн. руб. на третье место в октябре 2020 года вышла компания Unipharm, которая год назад не входила в 10-ку лидеров.

Сегодня объем продаж БАД данной компании равен 392,5 млн. руб., а ее удельный вес в общем объеме составил 5,4%. PharmaMed, которая в ноябре 2019 года занимала 3-е место, сегодня занимает 4-ю позицию, несмотря на то что в объеме продаж по-прежнему ее доля составляет 5,2%.

Увеличение объемов продаж БАД компании PharmaMed к октябрю 2020 года составило 17,5%, а показатель достиг 381,1 млн. руб. (рисунок 4).

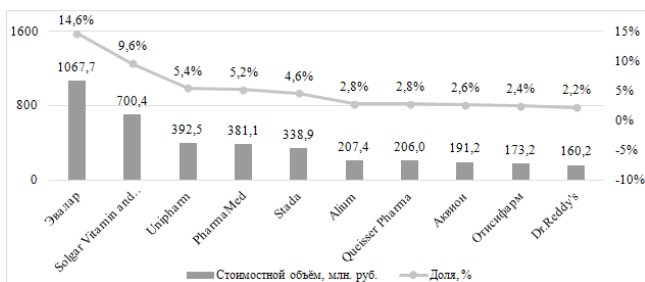


Рисунок 4 – Рейтинг производителей, лидеров по объему продаж БАД на фармацевтическом рынке РФ в октябре 2020 г.

Компания Stada, которая в октябре 2019 года занимала 10-е место, к октябрю 2020 года смогла улучшить свои позиции, став 5-й. При этом, объем продаж БАД данной компании составил 338,9 млн. руб., что в 2,2 раза больше уровня предыдущего года, а удельный вес вырос до 4,6% в сравнении с 2,5% в предыдущем году.

В октябре 2020 года замыкает 10-ку лидеров по продажам БАД компания Dr. Reddy's, объем продаж которой равен 160,2 млн. руб., а рыночная доля – 2,2%. В целом, на 10-ку лидеров по продажам БАД на фармацевтическом рынке РФ в октябре 2019 года приходилось 47,3% от общего объема продаж БАД, а к октябрю 2020 года данный показатель вырос до 52,4%. При этом, отмечается и увеличение суммарного объема продаж с 2,94 млрд. руб. до 3,82 млрд. руб., что характеризует общий прирост на уровне 30%.

**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], указывая на тот факт, что хоть основу рынка БАД и составляет импортная продукция, среди продаж лидирует отечественная продукция, в частности компании Эвалар, которая является крупнейшим производителем БАД в России.

В условиях пандемии, учитывая рост спроса на продукцию для профилактики и поддержания иммунитета, отмечается рост спроса на БАД, причем преимущественно отечественного производства, ввиду их ценовой доступности в период экономического кризиса [19, 20].

#### ВЫВОДЫ

**Выводы исследования.** За последний год функционирования отечественного рынка БАД в условиях пандемии коронавируса не произошло существенных изменений в тенденциях его развития.

Как и прежде, объемы продаж варьируют волнообразно, уменьшаясь в летний период и возрастая в осенне-зимний, что связано с изменением потребности населения в дополнительных источниках витаминов и микроэлементов.

В периоды активного распространения коронавируса (март и октябрь 2020 г.) отмечается существенное увеличение объемов продаж БАД, которые превысили 7 млрд. руб., что обусловлено повышенным спросом на данную продукцию. В структуре рынка БАД в стоимост-

ном выражении лидирует импортная продукция, что обусловлено ее дороговизной, в то время как по количеству проданных упаковок – отечественная, что связано с ее ценовой доступностью.

Это подтверждается и при рассмотрении топ-10 крупнейших производителей БАД на рынке: неизменным лидером, имеющим существенный отрыв от прочих, является отечественная компания Эвалар, на долю которой приходится около 15% от общего объема продаж БАД на рынке.

Второе место неизменно занимает крупнейшая американская компания Solgar Vitamin and Herb, имеющая многолетние положительные отзывы о качестве продукции.

**Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении.** Исследование показало, что отечественный рынок БАД имеет высокую импортозависимость, к тому же ввозимая продукция является дорогостоящей, в связи с чем оказывается недоступной весомой части населения.

В этой связи, по нашему мнению, одним из ключевых направлений развития рынка БАД на современном этапе является наращивание внутреннего потенциала фармацевтической отрасли в данном направлении, расширение ассортимента производимых витаминов и минеральных добавок, повышение их качества в соответствии с международными стандартами, что также будет способствовать реализации стратегии импортозамещения в РФ.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. 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.
2. Репринцева Е.В. Развитие фармацевтического рынка в условиях структурного экономического кризиса // *Наука и практика регионов*. 2018. № 4 (13). С. 79-82.
3. Сенина М.В., Москвичева М.А. Основные элементы стратегии позиционирования БАД на фармацевтическом рынке Российской Федерации // *Молодой ученый*. 2016. № 25 (129). С. 391.
4. Шайхатарова Т.В., Ивакина С.Н. Мониторинг состояния российского рынка биологически активных добавок // *Вестник Башкирского государственного медицинского университета*. 2018. № 4. С. 66-70.
5. 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.
6. 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.
7. Репринцева Е.В. Динамика изменения цен на фармацевтическую продукцию в России // *Наука и практика регионов*. 2019. № 2 (15). С. 27-30.
8. Селявина Ю.Н. Специфика продвижения фармацевтических препаратов на российском рынке // *Стратегические коммуникации в бизнесе и политике*. 2016. № 2. С. 84-92.
9. Сизова А.С. Анализ рынка БАД и тенденции его развития // *Молодой ученый*. 2020. № 17 (307). С. 373-375.
10. 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.
11. 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.
12. Квачахия Л.Л. Состояние отечественного рынка биологически активных добавок // *Иннов: электронный научный журнал*. 2018. № 2 (35). С. 5.
13. Коротаяева Т.Н., Купчинская И.Н., Мащенко В.В. Динамика спроса биологически активных добавок в России // *Политика, экономика и инновации*. 2018. № 1 (18). С. 13.
14. DSM Group. Аналитические обзоры российского фармацевтического рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://dsm.ru/docs/analytics/october\\_2020\\_pharmacy\\_analysis.pdf](https://dsm.ru/docs/analytics/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. Белоусова О.В., Белоусов Е.А., Карасёв М.М. Комплексное ис-



следование ассортимента товаров компании "Эвалар" // Медицинское образование сегодня. 2020. № 1 (9). С. 70-80.

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

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

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 06.02.2021*

*Статья принята к публикации 27.05.2021*