

УДК 338.4:61

DOI: 10.26140/anie-2021-1003-0038



©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 БАД В РОССИИ В УСЛОВИЯХ КОРОНАВИРУСА

© Автор(ы) 2021

AuthorID: 768692

SPIN: 8780-0190

ORCID: 0000-0001-5899-0420

КВАЧАХИЯ Лексо Лорикович, кандидат фармацевтических наук, доцент кафедры фармакологии

Курский государственный медицинский университет

(305041, Россия, Курск, ул. К.Маркса, 3, e-mail: Lekso82@yandex.ru)

Аннотация. Начавшаяся в 2020 году пандемия коронавируса стала очередным потрясением для фармацевтического рынка, поскольку способствовала появлению чрезмерного спроса на отдельные виды фармацевтической продукции, удовлетворить которые рынок оказался не способен. Отдельно стоит выделить рынок биологически активных добавок, спрос на продукцию которого в условиях коронавируса возрос существенно, поскольку витамины и минеральные добавки являются одним из важных элементов на пути укрепления и восстановления здоровья. В ходе исследования проведен анализ показателей динамики и структуры рынка БАД в России в 2016-2020 гг., выявлены основные тенденции и их причины. Установлено, что сегодня рынок БАД продолжает получать активное развитие: в 2020 году общий объем продаж составил 74,1 млрд. руб., что практически на 50% выше уровня 2016 года. При этом, общее количество проданных упаковок БАД сократилось за 5 лет с 341 млн. до 322 млн., что свидетельствует об удорожании БАД. В структуре продаж БАД в контексте стоимостного объема рынка за последние 5 лет произошло существенное увеличение доли продукции стоимостью более 500 руб., в 2020 году удельный вес которой в общем объеме продаж превысил 50%. В период коронавируса рост рынка БАД в наибольшей степени обусловлен ростом цен на продукцию, что подтверждается ростом стоимостного объема рынка при одновременном сокращении числа проданных упаковок. Также можно отметить, что в последний год возрос спрос на импортные БАД.

Ключевые слова: РФ, фармацевтический рынок, рынок БАД, объем продаж БАД, отечественные БАД, импортные БАД, пандемия коронавируса.

DEVELOPMENT TRENDS OF THE MARKET OF DIETARY SUPPLIES IN RUSSIA UNDER THE CONDITIONS OF CORONAVIRUS

© The Author(s) 2021

KVACHAKHIA Lekso Lorikovic, candidate of science of pharmaceutical, associate professor of department

«Pharmacology»

Kursk State Medical University

(305033, Russia, Kursk, K.Marx st., 3, e-mail: Lekso82@yandex.ru)

Abstract. The coronavirus pandemic that began in 2020 was another shock for the pharmaceutical market, as it contributed to the emergence of excessive demand for certain types of pharmaceutical products, which the market was unable to satisfy. Separately, it is worth highlighting the market of dietary supplements, the demand for whose products in the context of the coronavirus has increased significantly, since vitamins and mineral supplements are one of the important elements on the way to strengthening and restoring health. In the course of the study, the analysis of indicators of the dynamics and structure of the dietary supplements market in Russia in 2016-2020 was carried out, the main trends and their causes were identified. It was established that today the dietary supplements market continues to receive active development: in 2020, the total sales volume amounted to 74.1 billion rubles, which is almost 50% higher than the level of 2016. At the same time, the total number of sold packages of dietary supplements decreased over 5 years from 341 million to 322 million, which indicates the rise in price of dietary supplements. In the structure of dietary supplements sales in the context of the value of the market over the past 5 years, there has been a significant increase in the share of products worth more than 500 rubles, in 2020 the share of which in the total sales exceeded 50%. During the period of coronavirus, the growth of the dietary supplements market was mainly due to the increase in product prices, which is confirmed by the growth in the value of the market, while the number of packages sold decreased. It can also be noted that in the last year the demand for imported dietary supplements has increased.

Keywords: RF, pharmaceutical market, dietary supplements market, sales of dietary supplements, domestic dietary supplements, imported dietary supplements, coronavirus pandemic.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Вопросам развития отечественного фармацевтического рынка в последние годы отводится повышенное внимание, что связано с существенным ростом его значимости сначала в условиях импортозамещения, а позже – и в период разгара пандемии коронавируса. В результате ввода экономических санкций в отношении РФ произошло ограничение импорта лекарственных препаратов и прочих видов фармацевтической продукции, что в условиях высокой общей импортозависимости стало одной из существенных проблем, сформировав на рынке дефицит по ряду направлений. Начавшаяся в 2020 году пандемия коронавируса стала очередным потрясением для рынка, поскольку способствовала появлению чрезмерного спроса на отдельные виды фармацевтической продукции, удовлетворить которые рынок оказался не способен. Отдельно стоит выделить рынок биологически активных добавок (БАД), спрос на продукцию которого в

условиях коронавируса возрос существенно, поскольку витамины и минеральные добавки являются одним из важных элементов на пути укрепления и восстановления здоровья, в связи с чем исследование тенденций развития рынка БАД на текущем этапе является актуальным направлением.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы. Как отмечают исследователи [1-3], рынок БАД хоть и не является центральным на отечественном фармацевтическом рынке, в последние годы все же получает более активное развитие, что связано с пропагандой здорового образа жизни и повышением внимания населения к собственному здоровью. Вместе с тем, для рынка БАД характерна общая для всей фарминдустрии тенденция, связанная с преобладанием импортной продукции, что является следствием низкого потенциала отечественного фармацевтического производства в данном направлении [4-6].

Поскольку в России культура здорового образа жизни является относительно новым направлением, долгие годы рынок БАД не имел существенного развития, за исключением простых базовых витаминов, и был представлен в большинстве своем импортными продуктами, характеризующимися крайне высокой стоимостью, и зачастую являлись недоступными для населения [7-9]. Сегодня же на рынке БАД среди отечественных производителей БАД лидерами являются компании Фитолак и Эвалар, производящие достаточно широкий ассортимент добавок, однако конкурировать с представленными на рынке мировыми брендами, такими как Solgar, Doppelherz, Natures Bounty и др. довольно трудно, поскольку последние уже десятилетиями зарекомендовали себя в качестве эффективной и качественной продукции [10, 11].

В условиях коронавируса произошло увеличение спроса на БАД, направленные на укрепление здоровья и поддержание иммунитета, что имеет большое значение в рамках профилактики болезни и постковидного восстановления. Вместе с тем, параллельно с ростом спроса на данную продукцию, отмечается и значительное повышение цен, что снизило доступность добавок, в первую очередь импортных, для населения [12, 13].

МЕТОДОЛОГИЯ

Формирование целей статьи. Исследовать тенденции развития рынка БАД в России в условиях коронавируса.

Постановка задания. Анализ показателей динамики и структуры рынка БАД в России в 2016-2020 гг., выявить основные тенденции и их причины.

Используемые в исследовании методы, методики и технологии. В работе использовались данные аналитических отчетов DSM Group о развитии рынка БАД России в период 2016-2020 гг. [14]. В ходе исследования проводится оценка динамики стоимостного объема рынка в текущих и сопоставимых ценах, что позволяет оценить темпы качественного расширения рынка. Приведение стоимостных данных в сопоставимый уровень осуществлялось на основе индексов потребительских цен. Анализ тенденций развития рынка БАД в России в условиях 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 на фармацевтическом рынке России как в текущих, так и в сопоставимых ценах, имеет общую тенденцию к росту, за исключением 2018 года, когда произошло снижение показателей. Так, на начало рассматриваемого периода общий объем продаж БАД составлял 49,7 млрд. руб., а к 2020 году вырос до 74,1 млрд. руб., что характеризует прирост на уровне 50%. При этом, оценка данных в сопоставимых ценах позволила установить, что за 5 лет прирост составил около 30%, а показатель увеличился с 57,4 млрд. руб. до 74,1 млрд. руб. (рисунок 1).

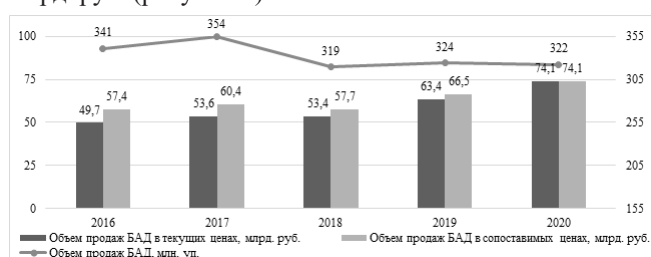


Рисунок 1 – Динамика объема продаж БАД на фармацевтическом рынке России в 2016-2020 гг.

В результате, можно говорить о том, что в последние годы рынок БАД развивается динамично, а в 2020

году прирост объемов продаж был существенным: 17% в текущих ценах, а в сопоставимых – 11%, что обусловлено не только повышением спроса на БАД в условиях коронавируса, но и связано с удорожанием фармацевтической продукции. В свою очередь, оценка натурального объема продаж БАД позволила выявить, что положительная динамика в развитии рынка отмечалась в период 2016-2017 гг., когда показатель вырос с 341 млн. уп. до 354 млн. уп. (прирост 3,8%), а в последние 3 года динамика натурального объема продаж БАД имеет волнообразный характер, варьируя в пределах 319-324 млн. уп., что практически на 10% ниже уровня 2018 года. Общее снижение объема продаж БАД в 2020 году к уровню 2016 года составило 5,6%.

В структуре продаж БАД в разрезе ценовых групп за исследуемый период отмечается стремительный рост доли БАД в ценовой категории более 500 руб., удельный вес которых вырос с 29,2% до 52,1%. При этом, одновременно отмечается снижение в структуре продаж доли БАД во всех прочих ценовых категориях. Второй по величине является ценовая категория 300-500 руб., доля которой в общей структуре продаж за 5 лет снизилась с 24,7% до 22%. Удельный вес продаж БАД стоимостью 150-300 руб. и 50-150 руб. к 2020 году снизился более чем на 7%, составив 7,5% и 14,7% соответственно. Самый низкий удельный вес в структуре продаж БАД отмечается для ценовой категории менее 50 руб., доля которой к концу исследуемого периода составила 3,7% в сравнении с 9,3% в 2016 году (таблица 1).

Таблица 1 - Структура продаж БАД на фармацевтическом рынке России в разрезе ценовых групп в 2016-2020 гг.

Группа	Значение, %					Изменение в 2020 г. к 2016 г., %
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	
Структура стоимостного объема продаж БАД в разрезе ценовых групп						
менее 50 руб.	9,3	6,5	5,8	4,6	3,7	-5,6
50-150 руб.	14,9	12,8	10,6	9,1	7,5	-7,4
150-300 руб.	22	16,7	16,4	15,4	14,7	-7,3
300-500 руб.	24,7	27,8	27,2	24,4	22	-2,7
более 500 руб.	29,2	36,1	40	46,5	52,1	22,9
Структура натурального объема продаж БАД в разрезе ценовых групп						
менее 50 руб.	58	47,3	46,5	42,4	38,3	-19,7
50-150 руб.	19	23,6	21,1	21,1	20,1	1,1
150-300 руб.	11,5	11,9	13	14	15,1	3,6
300-500 руб.	7,7	10,9	11,7	12,2	12,9	5,2
более 500 руб.	3,8	6,3	7,7	10,3	13,6	9,8

Оценка структуры натурального объема продаж позволила выявить, что наибольшую долю во всем исследуемом периоде занимают БАД стоимостью до 50 руб., доля продаж которых снизилась с 58% до 38,3% к 2020 году. При этом, одновременно отмечается увеличение доли продаж БАД во всех прочих ценовых категориях. В наибольшей степени увеличился натуральный объем продаж для категории БАД более 500 руб., удельный вес которого к 2020 году вырос до 13,6% в сравнении с 3,8% в 2016 году. Продажи в ценовой группе 300-500 руб. к 2020 году увеличились до 12,9%, что на 5,2% выше уровня базисного года. Для ценовых категорий 50-150 руб. и 150-300 руб. прирост в общей структуре продаж является менее значительным за исследуемый период.

Исследование стоимостной структуры продаж БАД в разрезе страны происхождения продукции позволило выявить, что в период 2016-2019 гг. продажи отечественных БАД были подавляющими и увеличились с 29,2 млрд. руб. до 33,3 млрд. руб. В 2020 году, вследствие активного роста продаж импортной продукции, объем продаж отечественных БАД стал уступать импортным, хоть и увеличился до 36 млрд. руб. В результате, общий прирост объема продаж отечественных БАД за 5 лет составил 23,1%. В свою очередь, объем продаж импортных БАД в 2016 году составлял 19,7 млрд. руб., а уже в 2019 году превысил 30 млрд. руб., составив 31,1 млрд. руб. В 2020 году рост объема продаж импортных БАД про-

должился, в результате чего показатель составил 38,1 млрд. руб., а общий прирост за период составил 93%. В результате, можно говорить о том, что в последние 2 года на рынке БАД более активно растут продажи импортной продукции, что может быть связано с существенным ростом их стоимости вследствие повышенного спроса на витамины и добавки для укрепления иммунитета в условиях пандемии коронавируса. В результате, на начало исследуемого периода в доля отечественных БАД в общей структуре продаж составляла порядка 60%, в то время как импортных около 40%. К 2020 году в структуре продаж доля отечественных и импортных БАД практически сравнялась (рисунок 2).

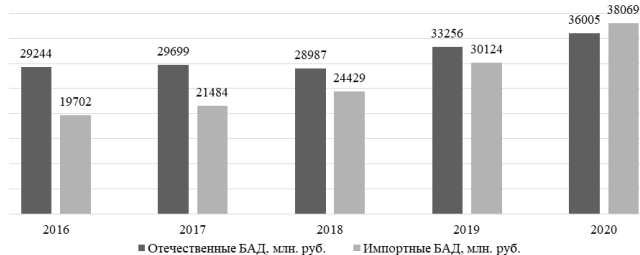


Рисунок 2 – Динамика стоимостного объема продаж отечественных и импортных БАД на фармацевтическом рынке России в 2016-2020 гг.

Вместе с тем, в натуральном выражении объем продаж отечественных БАД является подавляющим во всем рассматриваемом периоде, хотя и отмечается тенденцию к снижению показателя с 276 млн. уп. до 254 млн. уп. к 2020 году, что соответствует снижению на уровне 8%. В свою очередь, объем продаж импортных БАД является невысоким, но увеличивается в исследуемом периоде с 59 млн. уп. до 67 млн. уп., что соответствует приросту на уровне 14%. Стоит отметить, что во всем исследуемом периоде более 80% всех проданных упаковок БАД имеют отечественное производство, в то время как удельный вес импортных БАД – около 20% (рисунок 3).

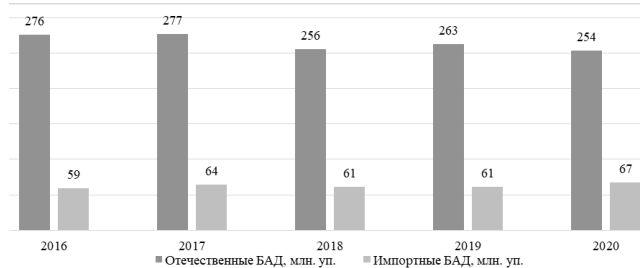


Рисунок 3 – Динамика натурального объема продаж отечественных и импортных БАД на фармацевтическом рынке России в 2016-2020 гг.

В результате, можно сделать вывод о том, что на рынке БАД сегодня наибольшей популярностью пользуются отечественные БАД, о чем свидетельствует их подавляющая доля в общем числе проданных упаковок. Вместе с тем, в общей стоимостной структуре продаж лидируют импортные БАД, что связано с их более высокой стоимостью по сравнению с отечественными.

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях. О развитии рынка БАД в России в условиях коронавируса пишут многие авторы [17, 18], указывая на то, что под влиянием пандемии произошло увеличение спроса на различного рода добавки и витамины, ориентированные на иммунитет, что обусловлено негативным влиянием коронавируса на здоровье и иммунные силы организма человека. При этом, ожидается, что тенденция к активному расширению рынка БАД и всей фарминдустрии сохранится и в ближайшие годы, в результате чего объемы продаж продолжат расти [19, 20].

ВЫВОДЫ

Выводы исследования. Сегодня рынок БАД продолжает получать активное развитие: в 2020 году общий

объем продаж составил 74,1 млрд. руб., что практически на 50% выше уровня 2016 года. При этом, общее количество проданных упаковок БАД сократилось за 5 лет с 341 млн. до 322 млн., что свидетельствует об удорожании БАД. В структуре продаж БАД в контексте стоимостного объема рынка за последние 5 лет произошло существенное увеличение доли продукции стоимостью более 500 руб., в 2020 году удельный вес которой в общем объеме продаж превысил 50%. В контексте натурального объема рынка БАД, наибольшая доля продаж приходится на продукцию стоимостью менее 50 руб., удельный вес которой хоть и снижается за последние 5 лет, в 2020 в структуре продаж составила 38,3%. Второй по величине является ценовая категория 50-150 руб., доля которой в 2020 году составила 20,1%. При этом, в контексте страны происхождения БАД, в структуре натурального объема продаж лидирует отечественная продукция, на долю которой в 2020 году приходится порядка 80%, что равно 254 млн. уп. В разрезе стоимостного объема продаж, в 2016-2019 гг. подавляющая доля также приходилась на отечественную продукцию, хотя ее удельный вес в общей структуре был порядка 60%, в то время как доля импорта - 40%. Однако в 2020 году доля отечественной и импортной продукции практически сравнялась, в результате чего объем продаж отечественных БАД составил 36 млрд. руб., а импортных БАД – 38,1 млрд. руб. В результате можно сделать вывод о том, что в период коронавируса рост рынка БАД в наибольшей степени обусловлен ростом цен на продукцию, что подтверждается ростом стоимостного объема рынка при одновременном сокращении числа проданных упаковок. Также можно отметить, что в последний год возрос спрос на импортные БАД, что подтверждается ростом их как натурального, так и стоимостного объема продаж.

Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении. По нашему мнению, рынок БАД сегодня является одним из наиболее перспективных направлений развития фармацевтического рынка России, что связано с общей тенденцией к повышению внимания населения к собственному здоровью, его поддержанию и укреплению. Вместе с тем, ассортимент БАД отечественных производителей является ограниченным и уступает импортным, в связи с чем обладает низкой конкурентоспособностью, поэтому развитие синтеза и производства биологически активных добавок на территории страны является одной из важных текущих задач.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. 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.
2. 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.
3. Шайхатарова Т.В., Ивакина С.Н. Мониторинг состояния российского рынка биологически активных добавок // Вестник Башкирского государственного медицинского университета. 2018. № 4. С. 66-70.
4. Репринцева Е.В. Тенденции развития фармацевтической отрасли в федеральных округах РФ // Карельский научный журнал. 2019. Т. 8. № 1 (26). С. 94-97.
5. Сенина М.В. Формирование рынка биологически активных добавок в рамках стратегии развития фармацевтической промышленности Российской Федерации // Вопросы экономики и управления. 2016. № 4 (6). С. 28-33.
6. Болденков А.В. Фармацевтическая отрасль как составная часть экономики России // Молодежь и наука. 2019. № 5-6. С. 98.
7. Квачахия Л.Л. Состояние отечественного рынка биологически активных добавок // Иннов. электронный научный журнал. 2018. № 2 (35). С. 5.
8. 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.
9. Накарякова В.И. К вопросу о развитии рынка биологически активных добавок в России // Рациональное питание, пищевые добавки и биостимуляторы. 2016. № 2. С. 73-77.
10. Шерстобитова Т.И., Сморокова Е.Д. Тенденции развития российского фармацевтического рынка // Экономический анализ: теория и практика. 2018. Т. 17. № 7 (478). С. 1200-1210.

11. Сенина М.В., Москвичева М.А. Основные элементы стратегии позиционирования БАД на фармацевтическом рынке Российской Федерации // Молодой ученый. 2016. № 25 (129). С. 391-394.
12. Наджафова М.Н. Оценка развития коммерческого сегмента фармацевтического рынка в условиях кризиса // Региональный вестник. 2020. № 11 (50). С. 91-93.
13. Тельнова Е.А. Организация лекарственного обеспечения в Российской Федерации // Бюллетень Национального научно-исследовательского института общественного здоровья имени Н.А. Семашко. 2021. № 1. С. 100-111.
14. DSM Group. Аналитические обзоры российского фармацевтического рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dsm.ru/docs/analytics/2020_Report_rus_2020.pdf. (дата обращения 27.06.21)
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. Сигова А.С. Рынок БАД после пандемии // Молодой ученый. 2020. № 51 (341). С. 108-110.
18. Измайлов А.М., Зипунникова А.А. Структура фармацевтического рынка: концентрация участников и отраслевая специфика // Парадигмы управления, экономики и права. 2020. № 1. С. 109-116.
19. Антонова И.С., Веснина А.Д., Шадрин В.Г. Маркетинговое исследование рынка биологически активных добавок // Техника и технология пищевых производств. 2020. Т. 50. № 3. С. 503-514.
20. Зубова О.Г., Барыкин Р.Е. Фармацевтическая отрасль в РФ: проблемы и перспективы развития // Управление и экономика в XXI веке. 2020. № 3. С. 3-7.

Статья поступила в редакцию 03.07.2021

Статья принята к публикации 27.08.2021