

УДК 338.4:61
DOI: 10.26140/anic-2021-1001-0039

ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК В РОССИИ

© Автор(ы) 2021
AuthorID: 768692
SPIN: 8780-0190

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. Сегодня фармацевтический рынок России является одним из наиболее активно развивающихся, что обусловлено высокой значимостью фармацевтической продукции в поддержании и укреплении здоровья населения. При этом, к числу относительно новых направлений на данном рынке относится рынок биологически активных добавок (БАД), употребление которых направлено на укрепление здоровья. Популярность БАД обусловлена пропагандой здорового образа и жизни и укреплением мнения о роли БАД в его поддержании. В ходе исследования проведен анализ показателей динамики и структуры продаж биологически активных добавок в России в 2015-2019 гг., выявить основные тенденции и их причины. Установлено, что сегодня рынок БАД как составная часть фармацевтического рынка России постепенно развивается. Изменение внешнеполитической обстановки на фоне конфликта с Украиной привели к спаду во всех отраслях, в том числе и на фармацевтическом рынке. Однако негативное влияние данных событий на развитие рынка проявилось только в 2017-2018 гг. Вместе с тем, к 2019 году общие объемы продаж на данном рынке 63,4 млн. руб., а в натуральном выражении – 324 млн. уп. В стоимостном выражении более 50% проданных БАД являются импортными, однако при изучении ситуации в натуральном выражении было выявлено, что более 80% проданных упаковок являются отечественными. Это свидетельствует о том, что наибольшую популярность на отечественном рынке БАД имеет продукция отечественного производства, что связано с ее более низкой стоимостью по сравнению с импортными БАД.

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

TRENDS IN THE FORMATION OF THE DIETARY SUPPLEMENTS MARKET IN RUSSIA

© 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. Today, the Russian pharmaceutical market is one of the most actively developing, which is due to the high importance of pharmaceutical products in maintaining and improving the health of the population. At the same time, the market of biologically active additives (BAA), the use of which is aimed at improving health, is among the relatively new directions in this market. The popularity of dietary supplements is due to the promotion of a healthy lifestyle and life and the strengthening of opinion about the role of dietary supplements in its maintenance. In the course of the study, the analysis of indicators of the dynamics and structure of sales of dietary supplements in Russia in 2015-2019 was carried out, to identify the main trends and their causes. It has been established that today the BAA market as an integral part of the Russian pharmaceutical market is gradually developing. The change in the foreign policy situation against the background of the conflict with Ukraine led to a recession in all industries, including the pharmaceutical market. However, the negative impact of these events on the market development manifested itself only in 2017-2018. At the same time, by 2019 the total sales in this market are 63.4 million rubles, and in physical terms - 324 million units. In value terms, more than 50% of the sold dietary supplements are imported, however, when studying the situation in kind, it was revealed that more than 80% of the sold packages are domestic. This indicates that domestic products are most popular in the domestic dietary supplement market, which is due to their lower cost compared to imported dietary supplements.

Keywords: RF, pharmaceutical market, dietary supplements market, domestic dietary supplements, imported dietary supplements, sales volume.

ВВЕДЕНИЕ

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Сегодня фармацевтический рынок России является одним из наиболее активно развивающихся, что обусловлено высокой значимостью фармацевтической продукции в поддержании и укреплении здоровья населения [1, 2]. При этом, к числу относительно новых направлений на данном рынке относится рынок биологически активных добавок (БАД), употребление которых направлено на укрепление здоровья [3]. Популярность БАД обусловлена пропагандой здорового образа и жизни и укреплением мнения о роли БАД в его поддержании [4, 5]. Одной из особенностей рынка БАД является многообразие каналов их реализации, поскольку такие добавки можно приобрести не только в аптечных учреждениях, но и в специализированных магазинах диетического спортивного питания, а также на интернет-площадках, среди которых крупнейшей является iHerb [6, 7].

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на

которых обосновывается автор; выделение неразрешенных раньше частей общей проблемы. Как отмечают многие авторы [8-10], роль БАД в жизни современного человека значительно возросла, поскольку употребление в пищу биологически активных добавок является экономичным и быстрым путем оптимизации пищевого рациона.

В России впервые БАД появились в середине 90-х годов и практически сразу же были выделены в отдельную фармацевтическую группу. Активное продвижение БАД стало проводится в конце 90-х годов, поскольку появилось понимание того, что данные товары станут одними из драйверов фармацевтического рынка [11-13].

Вместе с тем, учитывая, что данное направление на фармацевтическом рынке начало развиваться относительно недавно, проблема фальсификации БАД и их соответствия предъявляемым к такого рода продукции требованиям является одной из актуальных, требующих внимания со стороны государства [14, 15].

МЕТОДОЛОГИЯ

Формирование целей статьи. Исследовать тенден-

ции развития рынка биологически активных добавок в России.

Постановка задания. Анализ показателей динамики и структуры продаж биологически активных добавок в России в 2015-2019 гг., выявить основные тенденции и их причины.

Используемые в исследовании методы, методики и технологии. В работе использовались данные аналитических отчетов DSM Group о развитии фармацевтического рынка в России и его сегментов в период 2015-2019 гг. [16]. Анализ тенденций развития рынка биологически активных добавок в России проводился с использованием широкого перечня методов и подходов к исследованию, среди которых: обобщение и интеллектуальный анализ данных, общенаучные инструменты анализа, методы статистики [17].

РЕЗУЛЬТАТЫ

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. Общий объем продаж БАД в России в натуральном выражении в последние 5 лет не имеет устойчивой тенденции развития. Так, в период 2015-2017 гг. отмечался рост показателя с 335 млн. упаковок до 354 млн. упаковок (прирост 6%), но в 2018 году произошло снижение до 319 млн. упаковок. В 2019 году снова наметилась тенденция к росту, в результате чего объем продаж БАД увеличился до 324 млн. упаковок, что на 3,3% ниже уровня базисного года (рисунок 1).

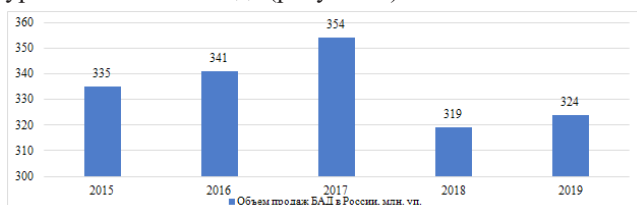


Рисунок 1 – Динамика объема продаж БАД в натуральном выражении на фармацевтическом рынке РФ в 2015-2019 гг.

Стоимостной объем продаж БАД в России также варьирует волнообразно, но имеет общую тенденцию к увеличению в последние 5 лет. Так, в 2015 году объем продаж БАД составлял 47,9 млн. руб., а к 2017 году возрос до 53,6 млн. руб. В 2018 году произошло незначительное снижение показателя до 53,4 млн. руб., а в 2019 году – увеличение до 63,4 млн. руб., что является наибольшим значением за исследуемый период. Общий прирост объема продаж БАД в России за 5 лет составил 32,4%. При этом, уровень инфляции на БАД в исследуемом периоде варьирует значительно. Если на начало рассматриваемого периода уровень инфляции был равен 14,5%, то уже в 2016 году – снизился до 10,4%, а в 2017 году – стал отрицательным. Высокий уровень инфляции в 2015-2016 гг. обусловлен ухудшением внешнеполитической ситуации, способствовавшей спаду на фармацевтическом рынке. В 2017 году отмечается улучшение ситуации, в результате чего отмечается снижение уровня инфляции. В 2018 году снова произошел рост уровня инфляции до 6,1%, а в 2019 году – снижение до 2,3% (рисунок 2).

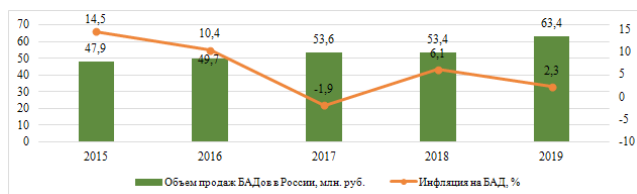


Рисунок 2 – Динамика стоимостного объема продаж и уровня инфляции БАД на фармацевтическом рынке РФ в 2015-2019 гг.

Оценка рынка БАД в контексте страны происхождения позволила выявить следующие результаты. Общий стоимостной объем рынка за 5 лет вырос на 32,3% и к 2019 году достиг 63,4 млн. руб. При этом, объем продаж импортных БАД растет более активно (прирост 42,9% за 5 лет), чем отечественных, прирост объема которых равен 24,0%. Объем продаж отечественных БАД за 5 лет вырос с 26,8 млн. руб. до 33,3 млн. руб., в то время как импортных – с 21,1 млн. руб. до 30,1 млн. руб. (рисунок 3).

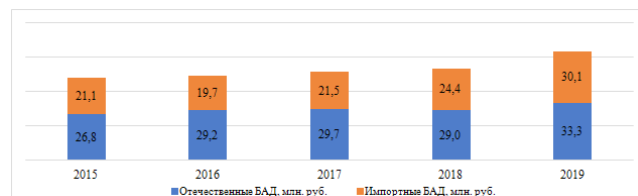


Рисунок 3 – Динамика стоимостного объема продаж отечественных и импортных БАД на фармацевтическом рынке РФ в 2015-2019 гг.

При этом, в структуре продаж БАД на фармацевтическом рынке во всем исследуемом периоде подавляющая доля приходится на отечественных производителей, удельный вес которых превышает 50%. Однако отмечается тенденция к сокращению доли отечественных БАД в общей структуре с 56% до 52,5%. При этом, доля импортных БАД за 5 лет увеличилась с 44% до 47,5%, что свидетельствует о том, что реализация стратегии импортозамещения на фармацевтическом рынке не была выполнена (рисунок 4).

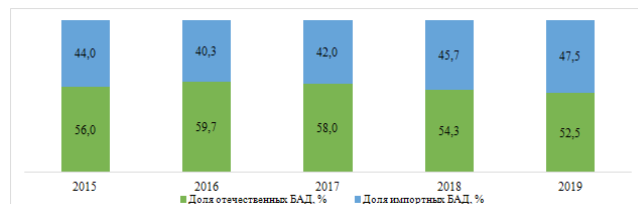


Рисунок 4 – Структура стоимостного объема продаж отечественных и импортных БАД на фармацевтическом рынке РФ в 2015-2019 гг.

В свою очередь, оценка данных в натуральных единицах показала, что объем продаж как отечественных, так и импортных БАД снижается, что связано со снижением спроса на данный вид фармацевтической продукции. Так, за 5 лет объем продаж отечественных БАД снизился с 271 млн. уп. до 263 млн. уп. (-3%), несмотря на то что в период 2016-2017 гг. имел тенденцию к росту до 276-277 млн. уп. При этом, объем продаж импортных БАД за 5 лет снизился с 64 млн. уп. до 61 млн. уп. (-4,7%) (рисунок 5).

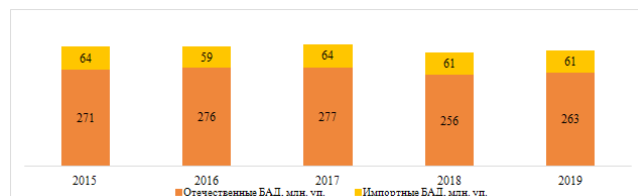


Рисунок 5 – Динамика натурального объема продаж отечественных и импортных БАД на фармацевтическом рынке РФ в 2015-2019 гг.

В структуре натурального объема продаж БАД во всем исследуемом периоде подавляющая доля приходится на отечественную продукцию, удельный вес которой превышает 80%. В свою очередь, доля импортных

БАД имеет тенденцию к снижению с 19,1% до 18,8% (рисунок 6).

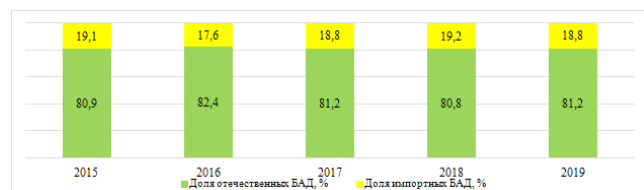


Рисунок 6 – Структура натурального объема продаж отечественных и импортных БАД на фармацевтическом рынке РФ в 2015-2019 гг.

Следовательно, можно говорить о том, что основу рынка БАД как составной части фармацевтического рынка РФ составляет продукция отечественного производства, на которую приходится более 80% от общего объема проданных упаковок. При этом, в стоимостном измерении наибольшая доля приходится на импортные БАД, что обусловлено их более высокой стоимостью по сравнению с отечественными.

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях. О тенденциях развития рынка биологически активных добавок в России пишут многие авторы [18, 19], подчеркивая мысль о том, и сегодня БАД не теряют своей популярности среди населения, о чем свидетельствуют ежегодные объемы продаж. Вместе с тем, основу продаж на рынке БАД составляет продукция отечественного производства, что обусловлено ее более низкой стоимостью по сравнению с импортными аналогами. Вместе с тем, общепризнанно, что БАД импортного производства являются более качественными, содержат меньше химических вспомогательных веществ, а потому и имеют более высокую стоимость [20].

ВЫВОДЫ

Выводы исследования. Сегодня рынок БАД как составная часть фармацевтического рынка России постепенно развивается. Изменение внешнеполитической обстановки на фоне конфликта с Украиной привели к спаду во всех отраслях, в том числе и на фармацевтическом рынке. Однако негативное влияние данных событий на развитие рынка проявилось только в 2017-2018 гг. Вместе с тем, к 2019 году общие объемы продаж на данном рынке 63,4 млн. руб., а в натуральном выражении – 324 млн. уп. Оценка данных в разрезе происхождения продукции показала, что в стоимостном выражении более 50% проданных БАД являются импортными, однако при изучении ситуации в натуральном выражении было выявлено, что более 80% проданных упаковок являются отечественными. Это свидетельствует о том, что наибольшую популярность на отечественном рынке БАД имеет продукция отечественного производства, что связано с ее более низкой стоимостью по сравнению с импортными БАД. При этом высокая стоимостная доля импортных БАД в общей структуре продаж связана с их дороговизной и зависимостью от курса валют.

Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении. Сегодня рынок БАД является перспективным направлением развития отечественного фармацевтического рынка. Исследование показало, что БАД отечественного производства составляют основу рынка, вместе с тем необходимо учитывать и тот факт, что импортная продукция также активно присутствует на данном рынке. Это связано с тем фактом, что БАД импортного производства зарекомендовали себя как более качественные и действенные, в связи с чем составляют конкуренцию отечественной продукции. В этой связи, для поддержания позиций отечественных БАД на данном рынке необходимо повышать их качество и доводить до требований международных стандартов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Красильникова Е.А., Баскаков В.А. Фармацевтический рынок

России: вызовы, оценки, перспективы // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 4-2. С. 222-227.

2. Наджафова М.Н. О развитии фармацевтической промышленности в РФ // Карельский научный журнал. 2019. Т. 8. № 1 (26). С. 86-89.

3. Сенина М.В., Москвичева М.А. Основные элементы стратегии позиционирования БАД на фармацевтическом рынке Российской Федерации // Молодой ученый. 2016. № 25 (129). С. 391-394.

4. 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.

5. Широкова М.В. Позиционирование биологически активных добавок как основа повышения конкурентоспособности компании на фармацевтическом рынке // Молодой ученый. 2016. № 4 (108). С. 524-529.

6. Шерстобитова Т.И., Сморгачева Е.Д. Тенденции развития российского фармацевтического рынка // Экономический анализ: теория и практика. 2018. Т. 17. № 7 (478). С. 1200-1210.

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. Шулькин А.В., Черных И.В., Попова Н.М., Якушева Е.Н. Современные аспекты фитотерапии // Фармация. 2016. Т. 65. № 6. С. 3-6.

9. Лобыкина Е.Н. К вопросу об использовании биологически активных добавок к пище во врачебной практике // Вопросы диетологии. 2017. Т. 7. № 3. С. 33-43.

10. 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.

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. Гордеев К.С., Ермолаева Е.Л., Жидков А.А., Илюшина Е.С., Феодосеева Л.А. Биологически активные добавки к пище // Современные научные исследования и инновации. 2018. № 9 (89). С. 13.

13. Кожуховская А.А. Проблема отсутствия необходимой информативности об эффективности биологически активных добавок к пище // Известия высших учебных заведений. Уральский регион. 2017. № 4. С. 149-153.

14. Витман М.А., Пилипенко Т.В. Использование биологически активных добавок к пище для профилактики йододефицитных заболеваний // Вопросы питания. 2015. Т. 84. № 55. С. 28.

15. Петров Г.Л., Петрова Е.Ю. Экологическая ситуация в России и роль биологически активных добавок к пище // Вестник научных конференций. 2018. № 5-3 (33). С. 142-144.

16. DSM Group. Аналитические обзоры российского фармацевтического рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dsm.ru/docs/analytics/2019_Report_rus_2019.pdf. (дата обращения 10.12.20).

17. Применение методов статистики: теория и практика: учебное пособие / Д.А. Зюкин, О.В. Святлова, С.А. Беляев, Е.А. Бобровский и др. – Курск: КГМУ, 2017. – 164 с.

18. Половинко А.Е., Гарбузова Л.И., Забалуева Н.И. О безопасности биологически активных добавок к пище // Бюллетень медицинских интернет-конференций. 2016. Т. 6. № 5. С. 922

19. Николаева М.А., Клевеский 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.

20. Гаммель И.В., Суворова О.В., Запорожская Л.И. Современные аспекты классификации и регулирования оборота биологически активных добавок к пище // Медицинский альманах. 2017. № 1 (46). С. 94-98.

Статья поступила в редакцию 13.12.2020

Статья принята к публикации 27.02.2021