

Биологически активные добавки к пище: вчера, сегодня, завтра

А. В. Жестков³, С. В. Орлова, Е. А. Никитина¹, А. С. Ельтищев²

¹ ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», Москва

² ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», Москва

³ СРО «Союз производителей БАД к пище», Москва

РЕЗЮМЕ

В условиях экономических и эпидемиологических катаклизмов претерпевает существенные изменения структура питания населения, поэтому в настоящее время БАД все больше начинают пользоваться спросом у потребителей. Регулярный и целенаправленный прием добавок позволяет решить многие проблемы. С помощью БАД можно достаточно легко и быстро восполнить дефицит жизненно важных питательных веществ. Они дают прекрасную возможность индивидуализировать питание конкретного человека в зависимости от его потребностей, определяемых не только возрастом, полом, энергозатратами, но и особенностями биохимической конституции того или иного индивидуума, его биоритмами, физиологическим состоянием. Анализ научных данных последних лет показал значительный вклад БАД в укрепление здоровья, профилактику и лечение многих заболеваний человека.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: биологически активные добавки к пище, ассортимент, рынок, тенденции развития, справочно-информационная база, пробиотики, витамины, минералы.

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Публикация выполнена при поддержке Программы стратегического академического лидерства РУДН.

Biologically active food supplements: yesterday, today, tomorrow

A. V. Zhestkov³, S. V. Orlova¹, E. A. Nikitina¹, A. S. Eltishchev²,

¹ Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

² Russian Economic University named after G. V. Plekhanov, Moscow, Russia

³ Union of manufacturers of dietary supplements for food, Moscow, Russia

SUMMARY

Under the conditions of economic and epidemiological cataclysms, the nutritional structure of the population is undergoing significant changes, therefore, at present, dietary supplements are increasingly in demand among consumers. Regular and targeted intake of supplements can solve many problems. With the help of dietary supplements, you can easily and quickly fill the deficiency of vital nutrients. They provide an excellent opportunity to individualize the nutrition of a particular person depending on his needs, determined not only by age, gender, energy costs, but also by the characteristics of the biochemical constitution of an individual, his biorhythms, physiological state. An analysis of scientific data in recent years has shown a significant contribution of dietary supplements to health promotion, prevention and treatment of many human diseases.

KEY WORDS: biologically active food supplements, assortment, market, development trends, reference and information base, probiotics, vitamins, minerals.

CONFLICT OF INTEREST. The authors declare no conflict of interest.

This publication was supported by the RUDN University Strategic Academic Leadership Program.

Рынок биологически активных добавок к пище в мире и в РФ

Прием БАДов становится частью здорового образа жизни: четверо из пяти потребителей БАДов считают это важным для себя. Почти половина потребителей покупают витамины для поддержания здоровья, 41% готовы переплатить за натуральные. Отношение потребителей к БАДам меняется: их больше не воспринимают как чудо-средство от всех болезней, теперь они источник микроэлементов, витаминов и средство для общего укрепления организма.

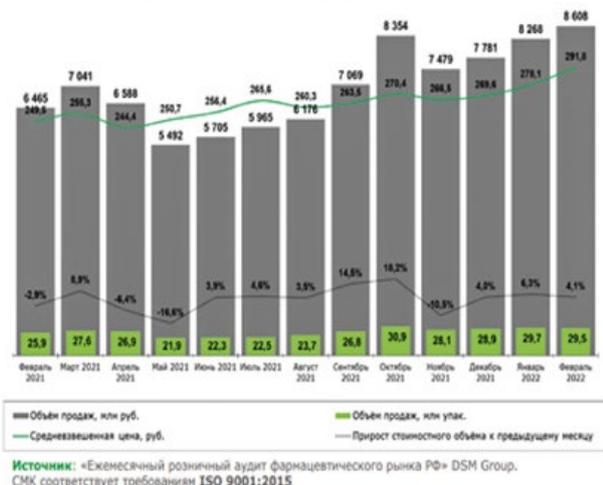
Согласно опросу New Hope Network NEXT Data & Insights от апреля 2020 г., 33% потребителей, опрошенных в США, сказали, что прием БАДов и витаминов для них стал важнее, чем это было год назад.

Мировой лидер по спросу на БАДы – Япония, там их употребляет 90% населения, на 2-м месте – Индия с 75%

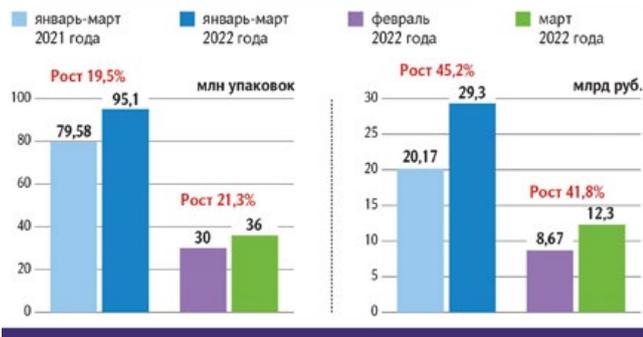
населения. В России БАДы употребляет 15% населения, но регулярно – только 3%, пишет со ссылкой на открытые источники DSM Group в презентации, посвященной итогам продаж БАДов за девять месяцев 2020 г. DSM изучает только продажи в аптеках, они хоть и основной канал продаж БАДов, но далеко не единственный: не менее трети приходится на других ритейлеров, а также прямые продажи.

2020 год сломал всю традиционную сезонность на рынке БАДов. Если обычно пик спроса приходится на осень и зиму (период заболеваний), то в этом году был сумасшедший спрос весной, на старте эпидемии коронавируса. В связи с воздействием COVID-19 на рынке наблюдался всплеск спроса на продукты, обеспечивающие здоровье пищеварительной системы и иммунитета, что положительно повлияло на рынок. В результате продажи биодобавок, таких как добавки с протеином, витамины, жирные кис-

Аптечный рынок БАД России
февраль 2021 года – февраль 2022 года



Рынок биологически активных добавок (БАД)



лоты Омега-3 и другие, резко выросли. Следовательно, это привело к запуску многочисленных продуктов для удовлетворения растущего спроса. Более того, чтобы удовлетворить растущий спрос при соблюдении норм безопасности, производители сосредоточились на увеличении своих продаж, поощряя своих клиентов делать покупки в Интернете. Хотя основные расходы производителей на продвижение по-прежнему приходятся на торговых и медицинских представителей, а также на телевизионную рекламу, растет значимость новых каналов продвижения.

Основное потребление БАД наблюдается среди молодежной группы населения из-за растущей осведомленности о здоровье и благополучии посредством многоканальной рекламы, которая в значительной степени влияет на их структуру потребления. Молодежь, будучи технологически продвинутой, обновляет себя фактами, связанными со здоровьем, и, таким образом, пытается соответствующим образом изменить свой распорядок дня и пищевые привычки. Изменение аудитории влияет на все – от предпочитаемого ассортимента и форм БАДов до способов продвижения.

В 2021 году аптеки продали 480,4 млн упаковок БАД на 101 млрд руб. Это составило 6% от общей выручки аптек в прошлом году, следует из данных AlphaRM. При этом у БАД была наилучшая динамика: +17% в рублях и +3% в упаковках.

В 2021 году было 50% биодобавок продано через e-commerce, что составило 47 млрд руб.

Объем российского аптечного рынка БАД в стоимостном выражении в феврале 2022 года вырос на 4,1% относительно января и составил 8,6 млрд руб. В натуральном выражении объем аптечного рынка БАД во втором месяце 2022 г. уменьшился на 0,8% по сравнению с предыдущим месяцем и составил 29,5 млн упаковок.

Средневзвешенная цена упаковки БАД в феврале по сравнению с январем стала выше на 4,9%, и составила 291,8 руб. ТОП-3 производителей БАД занял 30,8% рынка в феврале в стоимостном выражении; рейтинг состоит из компаний «Эвалар» (16,4%), Solgar Vitamin and Herb (8,5%) и PharmaMed (5,9%).

По итогам первых двух месяцев 2022 г. коммерческий рынок БАД вырос в рублях на 28,6% относительно аналогичного периода 2021 г. и составил 16,9 млрд руб. В упаковках за этот же период емкость рынка увеличилась на 13,8% – до 59,2 млн упаковок.

Рынок биологически активных добавок к пище предельно определяется смещением парадигмы в сторону профилактических методов управления здоровьем на фоне роста затрат на здравоохранение и увеличения бремени болезней, связанных с образом жизни. Кроме того, ожидается, что цифровизация в секторе розничной торговли еще больше подстегнет будущий рост продаж биодобавок. Точно так же ожидается, что растущая популярность растительных добавок прогнозирует стимуляцию роста рынка БАД в ближайшие годы.

Рост отдельных групп БАД в 2021 году

За последние годы ощутимо вырос спрос на средства для поддержки иммунитета и пищеварения. Это послужило толчком к выпуску новых продуктов и разработке новых разнообразных формул для поддержки иммунной и пищеварительной систем. Иногда было непросто купить продукты на базе цинка, витамина С, эхинацеи и бузины, так как производители не успевали за спросом. Выросла популярность и новых продуктов для поддержки микробиома, например, пробиотиков и пребиотиков. Учитывая их подтвержденную эффективность в снижении восприимчивости к респираторным инфекциям, рост популярности пробиотиков вполне понятен.

В ходе исследования проведены 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%.

В России в январе – сентябре 2020 г. продажи витаминов выросли на 27,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года – до 17,2 млрд руб. Самый быстрый рост продаж и высокий рейтинг популярности в 2021 году

был отмечен у двух групп БАД: пребиотики/пробиотики и моновитамины. Благодаря этому росту аптечная сеть получила выручку в 24 миллиарда рублей. По сравнению с 2020 годом продажи пребиотиков/пробиотиков выросли на 17%, а моновитаминов – на 26%. При этом среди моно- и комбинированные препараты с магнием, цинком, селеном и пр. На 42% выросли продажи БАД для улучшения состояния кожи, волос, ногтей. Чаще всего это комбинации гиалуроновой кислоты с витамином С, коллагеном, хондропротекторами и др. Третье место по динамике (+29%) заняли биодобавки, влияющие на центральную нервную систему: глицин, магний или его комбинация с пиридоксинам.

Структура продаж биодобавок по происхождению за год изменилась в пользу импортных производителей, доля которых увеличилась на 3% в рублях и на 3,9% в упаковках. Если в стоимостном выражении рынок по происхождению разделен пополам между отечественными и импортными биодобавками, то в упаковках неоспоримое преимущество сохраняется за российскими БАД, их доля по итогам второго месяца 2022 г. составила 75,8%.

По данным портала «Чек индекс», в первом квартале 2022 года объем продаж БАД в денежном выражении в аптеках вырос на 48% относительно аналогичного периода 2021 года. Однако средний чек оказался на 17% ниже, чем в прошлом году, – 551 рубль. А спрос в онлайн в несколько раз выше, чем в офлайне. Поисковые запросы в Яндексе с января по март увеличились на 16% (44 940 074 запроса) по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года (38 782 367 запросов). Объем продаж в Интернете вырос на 105% в денежном выражении.

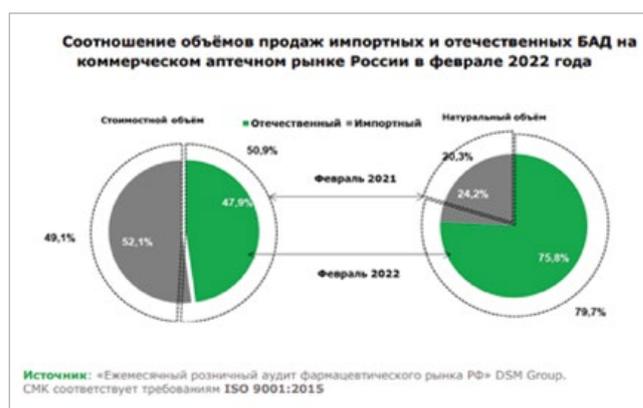
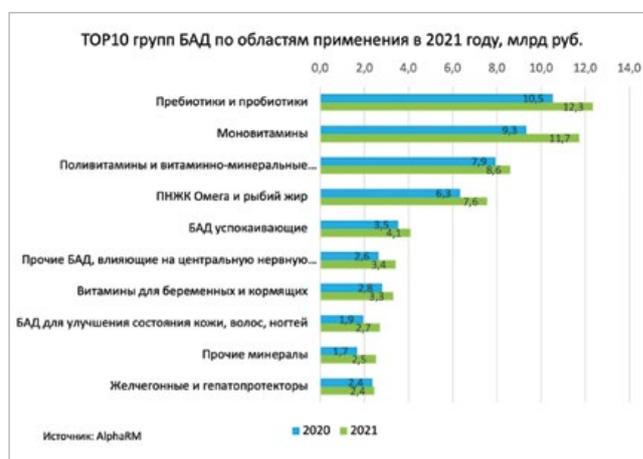
Лидирующие биодобавки к пище

Витамин D. Самую впечатляющую динамику в 2021 году и лидирующее положение по объему продаж в рублях показал холекальциферол, или витамин D. Аналитики платформы автоматизации маркетинга Mindbox подсчитали, что продажи этих препаратов за год в денежном выражении выросли на 450%. Он пользуется популярностью 2 года подряд, спрос стал расти после научных публикаций о том, что пациенты с недостатком витамина D тяжелее переносят COVID-19. Продажи БАД с витамином D в 2020 году по сравнению с 2019 годом выросли в 6 раз – с 701,5 млн до 4,2 млрд руб.

Количество брендов БАД с витамином D выросло с 28 в 2019 году до 63 в 2020-м. В 2021 году на российском аптечном рынке появилось еще 57 новых компаний, выпускающих биодобавки с витамином D3, в целом в 2021 году на полках аптек можно было найти 107 брендов. Помимо этого, на рынке есть множество комплексных добавок, в которые также входит этот витамин. При этом витамин D выпускается еще и как лекарственный препарат (>2000 МЕ).

Витамин С. Второе по популярности действующее вещество – аскорбиновая кислота, или витамин С. В 2021 году выросли продажи таких БАД в рублях, но снизились в упаковках.

Цинк. Следующую позицию в рейтинге занимает легкоусвояемый цитрат цинка, спрос на который вырос на 78%,



что объясняется его прямым противовирусным действием, который усиливает иммунитет, влияя на многие звенья иммунной системы.

Пребиотики/пробиотики. Спрос на пребиотики и пробиотики не стоял на первом месте, однако их продажа в 2021 году увеличилась в 2 раза. Аналитики Mindbox полагают, что интерес потребителей мог быть спровоцирован третьей волной коронавируса в виде дельта-штамма.

По данным Профильной комиссии по терапии и общей врачебной практике Минздрава России, нарушение нормальной деятельности желудка было отмечено в 26–50,5% случаев заражения этим штаммом коронавирусной инфекции.

У пребиотиков/пробиотиков довольно разнообразный состав. Они не классифицируются по действующему веществу, а в описании есть только состав веществ без доз. Таких БАД на рынке большинство, и составляют они до 70% в продажах.

Рынок биологически активных добавок к пище в санкционный период

Санкции привели к изменению рынка БАД во многих странах, что привело к сбоям в импорте и экспорте биологически активных добавок к пище.

Санкции могут влиять на мировую экономику тремя основными способами:

- непосредственно воздействуя на производство и спрос, вызывая нарушение логистических цепочек в поставках продуктов;
- дестабилизируя рынок;
- оказывая финансовое давление на компании и финансовые рынки.

Отечественные аналитики, отслеживающие ситуацию в мире, объясняют, что после кризиса рынок создаст выгодные перспективы для отечественных производителей, но как это ни звучит парадоксально – и для зарубежных производителей, в первую очередь Китая, Индии, Турции и др. Иностранцы производители БАД из США и Европы, которые долгие годы работают в Российской Федерации, похоже, тоже не стремятся покинуть освоенный российский рынок. Разрушение логистических цепочек и проблемы с поставщиками вынудят рынок поднять цены на товары примерно на 40–70%, а ряд импортной продукции может исчезнуть с полок аптек и магазинов.

Однако нынешний кризис открывает новые перспективы для российских БАД, независимых от импортного сырья, бизнес остальных пока под вопросом. Сейчас в условиях санкций открылись новые возможности для импортозамещения, а отечественные производители достигли уровня для изготовления аналогов иностранной продукции. И если учесть, что сырье будет российским, то конечный продукт будет стоить в 2 раза дешевле, чем у иностранных ритейлеров.

Список литературы / References

1. Shulyak S. A. Farmrynok 21: vzlety i padeniya. Itogi 12 mesyatsev 2021. DSM Group. RAFM., 15 fevralya 2022.
2. Roznichnyy audit farmatsevticheskogo rynka RF – fevral' 2022; sobytiya farmatsevticheskogo rynka – mart 2022. Informatsiya osnovana na dannykh roznichnogo audita farmatsevticheskogo rynka RF DSM Group, sistema menedzhmenta kachestva sootvetstvuyet trebovaniyam ISO 9001:2015.
3. Analiz rynka BAD v Rossii – 2022. Pokazateli i prognozy. 145 s. <https://tebiz.ru/mi/rynok-bad-v-rossii>.
4. Analiz farmatsevticheskogo rynka, YTD '22022. AlphaRM – BD «Roznichnyy audit apteknykh prodazh LS i BAD v RF».
5. New Hope Network NEXT Data & Insights. MARKET DATA AND ANALYSIS. Natural and organic products industry market reports and analysis. <https://www.newhope.com/market-data-and-analysis>
6. Innova Market Insights. (2021a). Innova Market Insights' Top Ten Trends for 2022.
7. Innova Market Insights. (July/August, 2021b). 5 Key Supplements To Watch. Nutrition Insight, 18–19.
8. Kerry Health and Nutrition Institute. (2021). Ten Key Health and Nutrition Trends 2021.

Статья поступила / Received 05.06.22
Получена после рецензирования / Revised 13.06.22
Принята в печать / Accepted 20.06.22

Сведения об авторах

Жестков Александр Валерьевич, исполнительный директор саморегулируемой организации «Союз производителей БАД к пище»³. E-mail: zhestkov.sd@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2112-4171

Орлова Светлана Владимировна, д.м.н., проф., зав. кафедрой диетологии и клинической нутрициологии¹. E-mail: orlova-sv@rudn.ru, ORCID: 0000-0002-4689-3591

Никитина Елена Александровна, к.м.н., доцент кафедры диетологии и клинической нутрициологии¹. E-mail: nikitina-ea1@rudn.ru, ORCID: 0000-0003-3220-0333

Ельищев Антон Сергеевич, студент 4-го курса факультета Высшей школы менеджмента². E-mail: antoneltishev@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-8990-2886

¹ ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», Москва

² ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Москва

³ СРО «Союз производителей БАД к пище», Москва

Автор для переписки: Орлова Светлана Владимировна. E-mail: rudn_nutr@mail.ru

About authors

Zhestkov Aleksandr V., executive director of Self-regulatory organization Union of Dietary supplements producers³. E-mail: zhestkov.sd@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2112-4171

Orlova Svetlana V., D. M. Sci. (habil.), professor, head of Dept of Dietetics and Clinical Nutritology¹. E-mail: rudn_nutr@mail.ru, ORCID: 0000-0002-4689-3591

Nikitina Elena A., Ph. D. Med., assistant professor at Dept of Dietetics and Clinical Nutritology¹. E-mail: nikitina-ea1@rudn.ru, ORCID: 0000-0003-3220-0333

Eltishev Anton S., 4th year student of Faculty of the Graduate School of Management². E-mail: antoneltishev@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-8990-2886

¹ Peoples' Friendship University of Russia, Moscow, Russia

² Russian Economic University named after G. V. Plekhanov, Moscow, Russia

³ Union of manufacturers of dietary supplements for food, Moscow, Russia

Corresponding author: Orlova Svetlana V. E-mail: rudn_nutr@mail.ru

Для цитирования: Жестков А.В., Орлова С.В., Никитина Е.А., Ельищев А.С. Биологически активные добавки к пище: вчера, сегодня, завтра. Медицинский алфавит. 2022; (16): 13–16. <https://doi.org/10.33667/2078-5631-2022-16-13-16>

For citation: Zhestkov A.V., Orlova S.V., Nikitina E.A., Eltishchev A.S. Biologically active food supplements: yesterday, today, tomorrow. Medical alphabet. 2022; (16): 13–16. <https://doi.org/10.33667/2078-5631-2022-16-13-16>



10.33667/2078-5631-2022-16-16-20

Основные тренды (тенденции) биологически активных добавок к пище

А. С. Ельищев², С. В. Орлова¹, Е. А. Никитина¹

¹ ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», Москва

² ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», Москва

РЕЗЮМЕ

БАД являются одним из инструментов для ведения здорового образа жизни и объектом, созданным при помощи научно-технического прогресса. Кроме того, анализ тенденций его развития позволит определить привлекательность данного рынка для дальнейшей работы на нем. Актуальность статьи заключается в получении новой информации о развитии и перспективах рынка БАД и заинтересованности людей в поддержке организма в условиях во время и после пандемии COVID-19.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: биологически активные добавки к пище, ассортимент, рынок, основные тенденции развития данного рынка, иммунитет, психическое здоровье, настроение, сон, спортивное питание, веганство, персонализация, коллаген, пробиотики, витамины, минералы.

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Публикация выполнена при поддержке Программы стратегического академического лидерства РУДН.