

УДК 159.9

ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА НУТРИЦЕВТИКОВ И ПРОДУКТОВ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ПИТАНИЯ В РОССИИ

*Савойская Альбина Анатольевна* – предприниматель, магистр кафедры диетологии и нутрициологии европейского института научных исследований и дистанционного образования.

**Аннотация.** В статье рассматривается история развития рынка БАДов - нутрицевтиков и продуктов функционального питания в России. Анализируются ключевые тенденции, проблемы и перспективы. Основное внимание уделяется влиянию законодательных изменений и экономических факторов.

**Ключевые слова:** нутрицевтики, БАДы, функциональное питание, развитие рынка, законодательные изменения, Россия

ISSUES IN THE FORMATION OF THE NUTRACEUTICALS AND FUNCTIONAL FOOD MARKET IN RUSSIA.

*Savoyskaya Albina Anatolyevna* – entrepreneur, master of the Department of Dietetics and Nutritionology of the European Institute of Scientific Research and Distance Education.

**Abstract.** This article analyzes the development of the nutraceuticals and functional food market in Russia, examining key trends, challenges, and prospects. The focus is on legislative changes and economic factors influencing the industry.

**Keywords:** nutraceuticals, functional food, market development, legislative changes, Russia.

**Введение**

В последние годы рынок нутрицевтиков – БАДов и продуктов функционального питания в России демонстрирует устойчивый рост. В условиях повышения уровня осведомленности населения о важности здорового питания и

профилактики заболеваний, спрос на данные продукты значительно увеличивается. Основными драйверами рынка являются изменение законодательства и экономические факторы, которые формируют благоприятные условия для развития отрасли.

В связи с актуальностью этой области, 4 июня 2024 года Правительство РФ внесло в Госдуму законопроект о реформировании оборота БАД в нашей стране (Проект федерального закона № 638771-8). Новая система оборота БАДов будет включать установление критериев качества БАД и сырья для них, особенности применения и регистрации отечественных БАДов, а также утверждение Минздравом перечня заболеваний и факторов риска, при которых можно назначать БАДы. Медицинские работники будут вправе назначать указанные БАДы при оказании медицинской помощи. Ожидается, что законопроект будет принят в ближайшее время и вступит в силу до 1 сентября 2024 г.

***Целью и задачами*** являются:

- анализ состояния и перспектив развития рынка БАДов – нутрицевтиков и продуктов функционального питания в России;
- выявление основных тенденций и проблем.

Важнейшей задачей так же является обеспечение безопасности граждан России от некачественной продукции, а также улучшение здоровья населения через развитие отрасли выпуска экологически чистых продуктов на отечественной сырьевой базе.

***История проблемы***

Современный российский рынок пищевых добавок пережил значительный рост с 1984 по 2024 год. Этот период можно назвать первым позитивным периодом в истории развития такого рынка. Этот период, в свою очередь можно разделить на два составляющих этапа развития. Так, первоначально рынок, в 1980-х годах, был весьма минимальным. Он начал особенно активно расти в 1990-х и 2000-х годах. Среди известных компаний, которые переориентировались на производство пищевых добавок, зайдя на российский

рынок, можно назвать несколько западных фирм, первоначально занимавшихся производством продуктов питания и напитков, таких как Chr Hansen и Ocean Spray. На рынке БАДов – нутрицевтиков в России существуют проблемы, связанные с качеством продукции, ценообразованием и влиянием на здоровье потребителей. Встречаются отзывы о неэффективности или даже вреде некоторых продуктов, что подрывает доверие потребителей и создает барьеры для дальнейшего развития рынка.

### **Динамика рынка**

Содержание и результаты проведенного автором исследований подтвердили исторические этапы развития рынка и влияние его на здоровье потребителей. С 1984 по 2024 годы российский рынок биологически активных добавок (БАДов) демонстрировал значительный рост. Изначально рынок был практически отсутствующим, но существенный рост начался в 1990-х годах, что совпало с экономическими реформами и увеличением осведомленности потребителей о продуктах для здоровья и благополучия. Эта тенденция продолжалась в 2000-х и 2010-х годах, чему способствовали такие факторы, как рост располагаемых доходов, повышение внимания к здоровью и расширение каналов дистрибуции.

### **Дальнейшие ключевые периоды роста и изменения рыночной доли**

1) 1984-1994 годы: В этот период рынок БАДов в России практически не существовал, осведомленность потребителей была минимальной, а доступность продуктов – ограниченной. (Этот период нами уже отмечался).

2) 1995-2005 годы: Это десятилетие ознаменовалось началом значительного роста рынка БАДов в условиях осведомленности о них. Западные компании начали входить на рынок, предлагая качественные продукты и новые маркетинговые методы. В этот период рыночная доля увеличилась с примерно с 0,05% до 0,50%.

3) 2006-2016 годы: В эти годы рост ускорился и рыночная доля увеличилась с 0,60% до 1,00%. В середине 2000-х годов на российский рынок

пришли такие западные бренды, как Amway, Herbalife и другие, которые стали популярны среди российских потребителей. В этот период местные компании, такие как Evalar, также начали набирать обороты, внося вклад в динамику рынка.

4) 2017-2024 годы: Рынок продолжил расти, достигнув рыночной доли около 1,35% к 2024 году. Важную роль сыграли новые компании и диверсификация продуктовых предложений. Кроме того, рынок сместился в сторону более специализированных и функциональных БАДов, что соответствует глобальным тенденциям в области здоровья.

Доля импорта на рынке

Доля импорта БАДов, изначально и его импорт, в середине 1990-х годов, составлял около 20% рынка. Эта доля постепенно увеличивалась по мере того, как на российский рынок выходило все больше международных брендов. К 2024 году импорт составлял примерно 60% рынка. Статистика указывает, что общая рыночная стоимость БАДов в 2023 году в России достигла более 127 миллиардов рублей и продолжает расти сегодня.

Доминирующие компании по товарообороту

Западные компании:

- Herbalife: Укрепила свои позиции в начале 2000-х годов. С 2022 официально ушла с рынка РФ.
- Amway: Завоевала популярность благодаря широкому ассортименту продукции повседневного спроса, в последующем переориентировалась на БАДы. На сегодня официально ушла с рынка РФ. Их БАДы «идут» в Россию теперь через Казахстан.
- Nature's Sunshine: Известна своими травяными добавками, сохраняет устойчивое присутствие на рынке. Продолжает работать на рынке России.

Российские компании:

- Evalar: Один из крупнейших отечественных производителей БАДов, значимый игрок с конца 1990-х годов.
- Siberian Wellness: Еще один ключевой местный игрок, предлагающий

широкий ассортимент БАДов.

Появились и новые, активно растущие российские компании, такие как VILAVI, которая заняла новую нишу на рынке, начав с 2010 года производить продукты функционального питания из натуральных эко - ингредиентов, направленных на поддержку митохондриального здоровья, в специализации которого она позиционирует свою деятельность.

На фоне развития российских компаний производителей, потребители все больше отдают предпочтение отечественным производителям, что даёт возможность расширять и регулировать формирования рынка нутрицевтиков и продуктов функционального питания в России.

### ***Роль БАДов - нутрицевтиков и продуктов функционального питания в будущем***

Растущая важность нутрицевтиков и функциональных продуктов питания для здоровья и хорошего самочувствия подтверждается несколькими новыми тенденциями и идеями отраслевых экспертов. Вот несколько ключевых причин, по которым функциональные продукты питания, как ожидается, будут доминировать в секторе здравоохранения в будущем:

1. **Профилактика:** БАДы и функциональные продукты, дают возможность избежать проблем с здоровьем в будущем, через восполнение дефицитов.
2. **Поддержка и ремиссия:** люди, страдающие кораническими заболеваниями, используют индивидуальную диету, в которую входит поддержка данными продуктами.
3. **Психическое и эмоциональное благополучие:** БАДы и функциональные продукты, направленные на борьбу со стрессом и улучшение сна, становятся все более популярными.
4. **Повышенный спрос на продукцию с чистой этикеткой:** Потребители все чаще ищут продукты с простыми натуральными ингредиентами и прозрачной этикеткой.
5. **Экологичность:** Функциональные продукты питания, полученные из

экологически чистых источников, становятся все более предпочтительными.

### *Заключение и выводы*

На российском рынке присутствуют компании, производящие БАДы-нутрицевтики и функциональные продукты питания, непосредственно в России и из Российского сырья, позиционирующие себя как поставщики высококачественных продуктов. Что дает по мимо прямого контроля за качеством производства – рост экономики страны. Их внимание к продуктам с чистой этикеткой и включению функциональных ингредиентов соответствует стандартам в отрасли. Приверженность качеству и здоровью потребителей является показателем будущего направления российского рынка в этом сегменте.

Выводы: необходимо, в том числе и на государственном уровне, помогать их развитию. Следует решать проблему нелегального оборота западных нутрицевтиков — БАДов, их кустарного производства, поэтому нужно произвести реформирование оборота БАДов в РФ.

Несмотря на то, что исследование данного вопроса ранее проводилось автором [18,19], оно требует дальнейшей проработки и выработки новых направлений развития в интересах охраны здоровья населения России.

### *Литература:*

1. В статье использовались документы системы ГАРАНТ:  
<https://www.garant.ru/news/1722793/> <https://base.garant.ru/76863869/>
2. Борис ШЕНДЕРОВ, профессор, доктор медицинских наук:  
Пробиотики и функциональное питание:  
<https://propionix.ru/d/672350/d/biodobavki-i-funkcionalnoe-pitanie.pdf>
3. Журнал Nutrition Business Journal и исследование IADSA (2007  
<https://events.iadsa.org/>
4. Nutraceuticals World <https://www.nutraceuticalsworld.com/>
5. International Food Information Council <https://ific.org/>
6. Foodnavigator-usa.com <https://www.foodnavigator-usa.com/>

7. Statista Reports <https://www.statista.com/>
8. Mordor Intelligence Reports  
<https://www.mordorintelligence.com/market-analysis>
9. MarketResearch.com <https://www.marketresearch.com/>
10. Infinium Global Research <https://www.infiniumglobalresearch.com/>
11. От пакетика с закваской до самой устойчивой компании - к 20-летию Chr. Hansen на российском рынке <https://dairynews.today/news/ot-paketika-s-zakvaskoy-do-samoy-ustoychivoy-kompa.html>
12. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Amway>
13. <http://www.livejournal.com/users/solomin/6219.html>
14. <https://www.statista.com/statistics/1183188/russia-dietary-supplements-market-size/>
15. <https://www.insights10.com/russia-nutritional-supplements-market-analysis-report-2022-to-2030/>
16. <https://health-diet.ru/>
17. <https://www.insights10.com/>
18. Савойская, А. А. Защита от стресса в современном мире: путь к естественной энергии и эмоциональной силе при увеличении умственной и физической нагрузках / А. А. Савойская // Вестник Восточно-Сибирской Открытой Академии. – 2024. – № 52(52). – EDN HFGZMX.
19. Савойская, А. А. Женская осознанность и митохондриальное здоровье. Новые подходы к благополучию общества в сфере Wellness / А. А. Савойская // Вестник Восточно-Сибирской Открытой Академии. – 2023. – № 51(51). – EDN МАМРОІ.