

<https://doi.org/10.21518/1561-5936-2021-3-44-49>

Анализ российского рынка биологически активных добавок, содержащих панкреатин

И.А. Наркевич, д.фарм.н., профессор, О.Д. Немытых, д.фарм.н., профессор, И.И. Басакина, к.фарм.н., А.И. Фитисова, к.фарм.н.

Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет, Санкт-Петербург, Россия

Проанализирован российский рынок БАД, в состав которых входят панкреатин и панкреатические ферменты – амилаза, протеаза, липаза. Установлено, что исследуемая группа представлена широким ассортиментом (около 150 наименований), который репрезентован преимущественно зарубежными производителями (около 80%), при этом за последние 5 лет отмечается монотонная тенденция увеличения показателей объемов продаж в натуральном выражении во всех регионах Российской Федерации. Следует отметить, что, несмотря на значительную долю импортных БАД в структуре предложения, на сегодняшний день предпочтения потребителей смещены в сторону БАД отечественного производства. Высокий спрос обусловлен, прежде всего, доступностью и повышением доверия и лояльности современных потребителей к национальным производителям БАД.

Ключевые слова: анализ рынка, биологически активные добавки, панкреатин

Russian marketing analysis of biologically active additives with pancreatic enzyme

Igor A. Narkevich, Dr. Sci. (Pharm.), Professor, Oksana D. Nemytykh, Dr. Sci. (Pharm.), Professor, Irina I. Basakina, Cand. Sci. (Pharm.), Anastasiya I. Fitsova, Cand. Sci. (Pharm.)

St Petersburg State Chemical and Pharmaceutical University, St Petersburg, Russia

The Russian market of biologically active additives, which include pancreatine and pancreatic enzymes – amylase, protease, lipase, has been analyzed. It was established that the study group is represented by a wide range (approximately 150 names), which is represented mainly by foreign manufacturers (approximately 80%). The monotonous tendency to increase sales by volume in all regions of the Russian Federation over the past 5 years has been analyzed. It should be noted that, today consumer preferences biologically active additives of domestic production despite the significant share of imported dietary supplements in the supply structure. High demand is primarily due to the accessibility and increased trust and loyalty of modern consumers to national producers of biologically active additives.

Keywords: marketing analysis, biologically active additives, pancreatine

Недостаточность внешнесекреторной функции поджелудочной железы, в т.ч. при хроническом панкреатите, хронические воспалительно-дистрофические заболевания желудка, кишечника, печени, желчного пузыря – эти и другие нарушения желудочно-кишечного тракта ежегодно приводят к высокому уровню госпитализации и снижению качества жизни населения как в Российской Федерации, так и во всем мире [1]. Проблема усугубляется образом жизни современного человека: нерациональное питание, гиподинамия, вредные привычки. На сегодняшний день с целью улучшения функционального состояния желудочно-кишечного тракта и нормализации процессов пищеварения в медицинской практике активно назначается панкреатин.

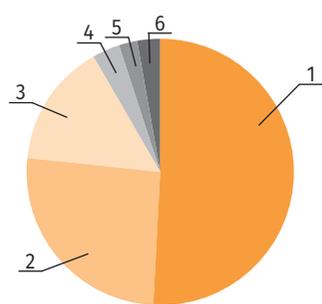
Содержащиеся в его составе панкреатические ферменты, такие как амилаза, липаза и протеаза, облегчают переваривание углеводов, жиров и белков, что способствует их более полному всасыванию в тонком кишечнике. Кроме того, панкреатин является одним из основных препаратов, применяющихся в системной энзимотерапии. Субстанции данных ферментов сегодня активно используются не только при разработке лекарственных препаратов, но и биологически активных добавок (далее – БАД) [2–8]. Обращает на себя внимание тот факт, что традиционно самыми востребованными на рынке остаются БАД общего назначения группы [V] «БАД, действующие на организм в целом» (доля 34,1% в рублях). При сравнении с 2019 г.

объем реализации этой группы БАД в 2020 г. вырос на 29,2%. Второе место в течение последних лет уверенно занимает группа [A] «БАД, действующие на пищеварительную систему» (18,9%), которая в 2020 г. продемонстрировала прирост продаж на 10,6% [8]. Учитывая вышеизложенное, актуальным является анализ современного состояния, основных тенденций и перспектив развития отечественного рынка в разрезе БАД, действующих на пищеварительную систему, в т.ч. содержащих панкреатин, что и определило цель исследования.

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Информационную базу исследования составили данные Единого

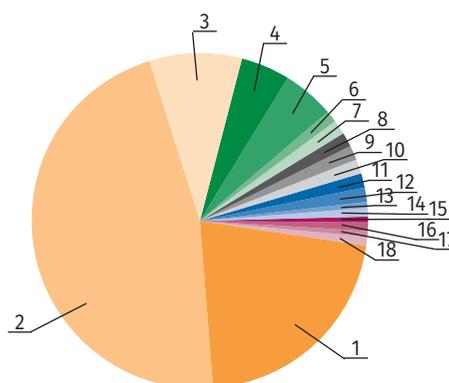
РИСУНОК 1. Структуризация предложения БАД по формам выпуска, 2021 г.



1. Капсулы, 51,00%
2. Таблетки, 25,87%
3. Порошки и лиофилизаты, 14,97%
4. Жевательные таблетки/пастилки, 3,40%
5. Саше, 2,04%
6. Растворы, 2,72%

Источник: Единый реестр свидетельств о государственной регистрации ЕЭК

РИСУНОК 2. Структуризация ассортимента БАД по странам-производителям, 2021 г.



1. РФ, 21,49%
2. США, 46,54%
3. Канада, 8,84%
4. Великобритания, 4,76%
5. Израиль, 4,76%
6. Республика Казахстан, 1,36%
7. Сербия, 1,36%
8. Китай, 1,36%
9. Франция, 1,36%
10. Италия, 1,36%
11. Латвия, 1,36%
12. Бельгия, 1,36%
13. Корея, 0,68%
14. Ирландия, 0,68%
15. Литва, 0,68%
16. Румыния, 0,68%
17. Германия, 0,68%
18. Болгария, 0,68%

Источник: Единый реестр свидетельств о государственной регистрации ЕЭК

реестра свидетельств о государственной регистрации Евразийской экономической комиссии по состоянию на 26 июня 2021 г. в рамках сегмента БАД, содержащих панкреатин, – комплекс гидрологических ферментов (амилазы, протеазы и липазы), разрешенных согласно п. 7.4.1 Постановления главного государственного санитарного врача РФ от 17 апреля 2003 г. № 50 «О введении в действие санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1290-03» для реализации через аптечные учреждения (аптеки, аптечные киоски и др.), специализированные магазины по продаже диетических продуктов, продовольственные магазины (специальные отделы, секции, киоски) [5, 9].

В работе использовались методы контент-анализа, агрегирования данных и сравнительного анализа с учетом торговых наименований, форм выпуска, стран и наименований производителей.

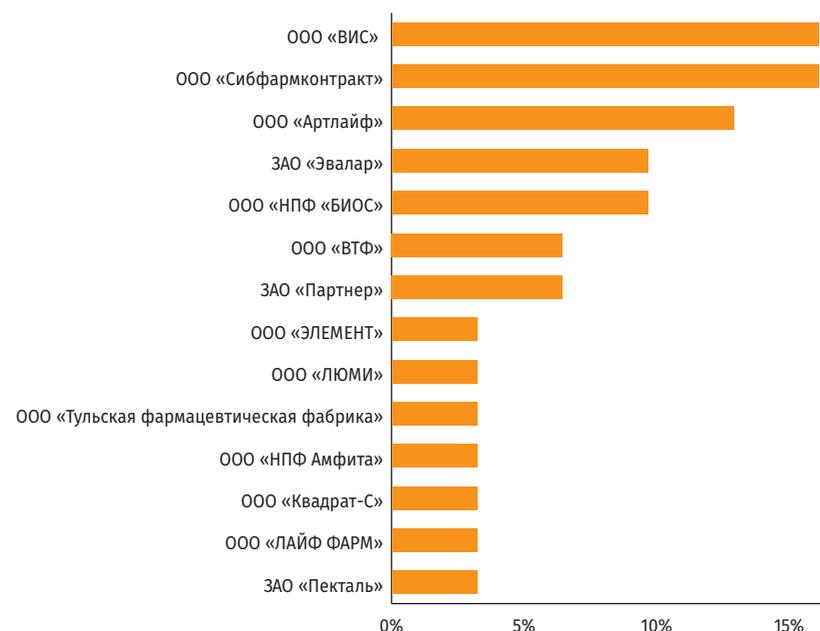
Анализ ассортимента показал, что на сегодняшний день рынок Российской Федерации представлен 149 наименованиями БАД, в состав которых входят панкреатин и панкреатические

ферменты – амилаза, протеаза, липаза.

Сравнительная оценка вклада отдельных форм выпуска в общую структуру ассортимента указывает на тот факт, что наибольший удельный вес в исследуемом сегменте занимают капсулы, доля которых превышает 50% (рис. 1).

В условиях активной реализации курса импортозамещения в РФ целесообразным являлось изучение ассортимента в разрезе стран-производителей, которое позволило установить, что сегодня существенный вклад в структуру предложения вносят США, формируя 47% ассортимента. При этом

РИСУНОК 3. Структура предложения отечественных производителей БАД, 2021 г.



Источник: Единый реестр свидетельств о государственной регистрации ЕЭК

обращает на себя внимание доля БАД российского производства, которая составляет только 21% (рис. 2).

Данные Единого реестра свидетельств о государственной регистрации демонстрируют, что выпуск российских БАД анализируемой группы обеспечивают 14 компаний. При этом в топ-5 входят ООО «ВИС» (5 наименований), ООО «Сибфармконтракт» (5 наименований), ООО «Артлайф» (4 наименования), ЗАО «Эвалар» и ООО «НПФ БИОС» по 3 наименования. Продукция остальных производителей суммарно охватывает лишь 35% российского предложения (рис. 3).

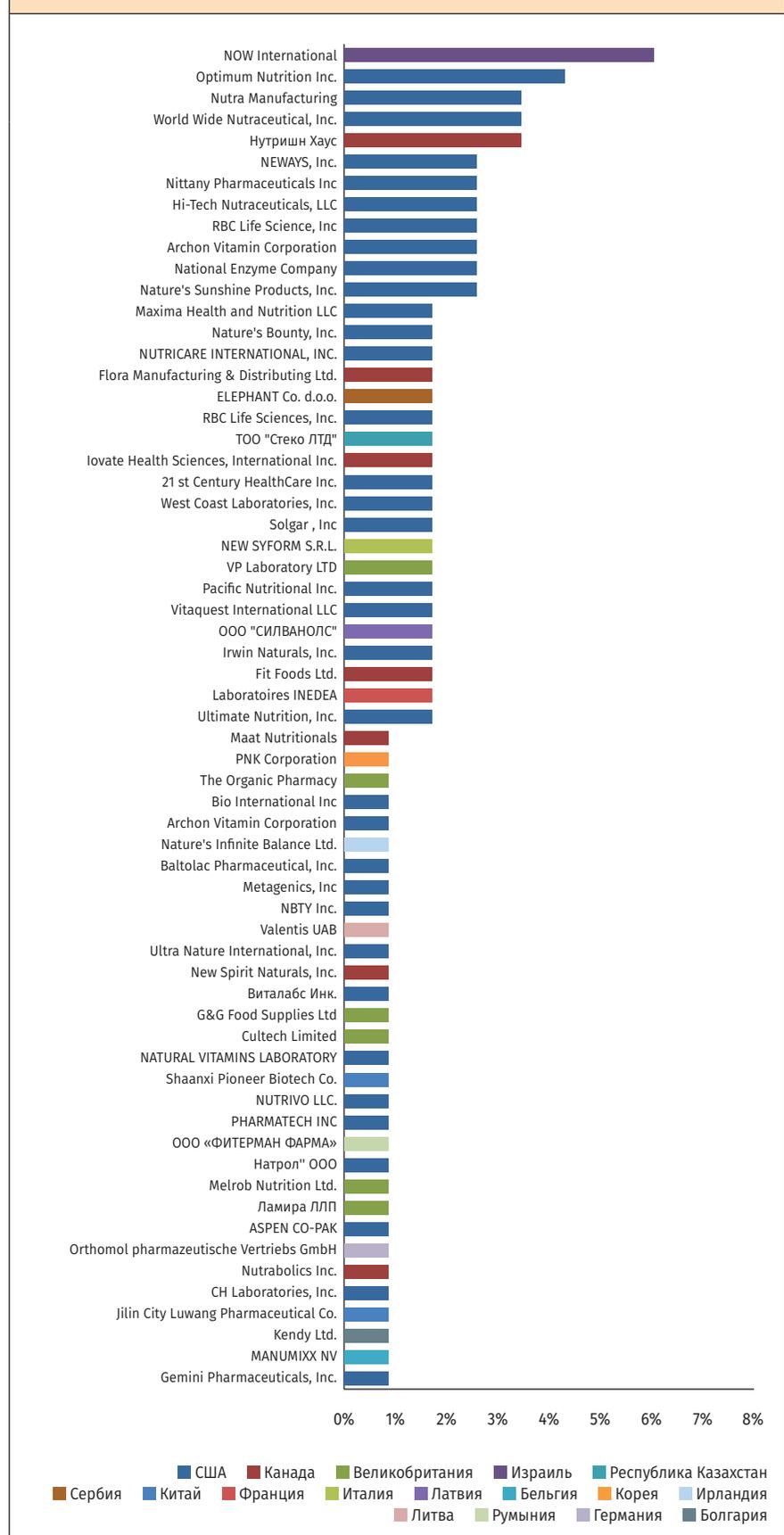
Важно отметить, что зарубежные производители представлены 63 компаниями из 17 стран, предложение которых суммарно составляет 79%, при этом на долю производителей США приходится 46,94%. Анализ показал, что лидирующие позиции занимают NOW International, Израиль (7 наименований), Optimum Nutrition Inc., США (5 наименований), Nutra Manufacturing, США, World Wide Nutraceutical, Inc., США и Nutrition House, Канада по 4 наименования (рис. 4).

Таким образом, полученные результаты дают основания полагать, что заполнение российского рынка БАД, в состав которых входят панкреатин и панкреатические ферменты – амилаза, протеаза, липаза, сегодня осуществляется в основном зарубежными производителями, что подчеркивает своевременность разработки и актуальность расширения ассортимента портфеля российских компаний за счет БАД, содержащих обозначенные энзимы.

АНАЛИЗ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ

Анализ состояния сегмента БАД к пище, в т.ч. поддерживающих функции органов пищеварения, на национальном фармацевтическом рынке проводился в динамике с использованием баз данных

РИСУНОК 4. Структура предложения зарубежных производителей БАД, 2021 г.



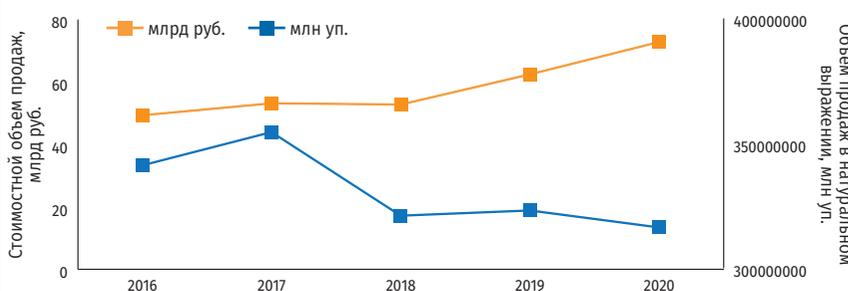
Источник: Единый реестр свидетельств о государственной регистрации ЕЭК

РИСУНОК 5. Структура продаж товаров аптечного ассортимента на фармацевтическом рынке, 2020 г.



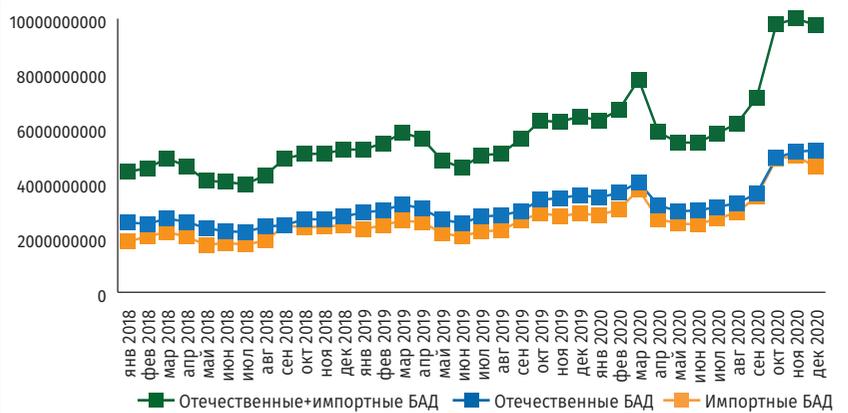
Источник: DSM Group

РИСУНОК 6. Динамика аптечных продаж БАД (в розничных ценах), 2016–2020 гг.



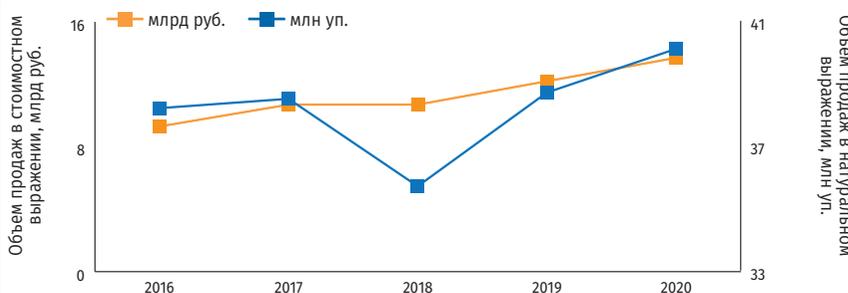
Источник: DSM Group

РИСУНОК 7. Динамика аптечных продаж БАД (в розничных ценах), 2018–2020 гг.



Источник: ALPHARM

РИСУНОК 8. Динамика аптечных продаж БАД к пище, поддерживающих функции органов пищеварения (в розничных ценах), 2016–2020 гг.



Источник: DSM Group

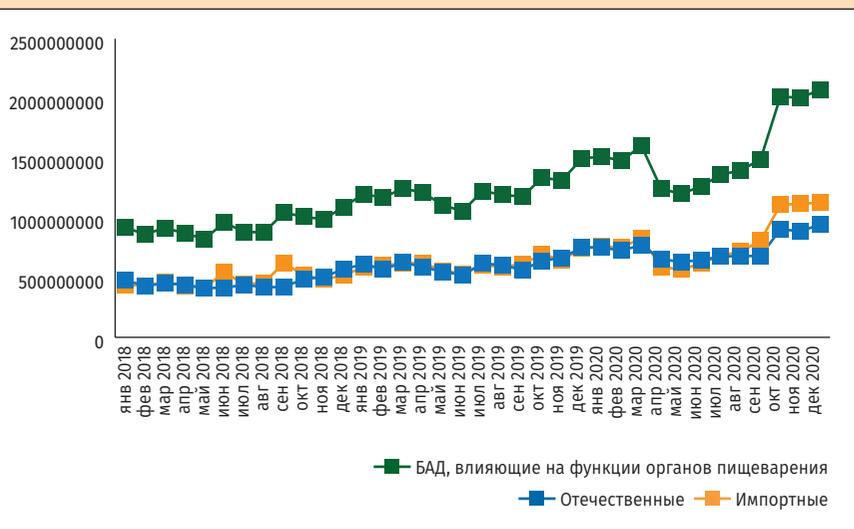
аналитических компаний DSM Group (за период 2016–2020 гг.) и ALPHARM (за период 2018–2020 гг.) по ключевым структурным параметрам, характеризующим аптечный ассортимент [8, 10]. Оценивались показатели: объем продаж, соотношение продаж импортной и отечественной продукции, формы выпуска продукции, локализация объемов продаж по регионам, средняя цена по регионам, а также привлекательность рынка для российских компаний.

Установлено, что в 2020 г. доля анализируемой группы в общей структуре продаж аптечных организаций составила 5,4% (рис. 5). Российские аптеки реализовали более 316 млн упаковок БАД на общую сумму 72,8 млрд руб. в розничных ценах (рис. 6). Анализ динамики объемов продаж показал, что за последние 3 года наблюдались сезонные колебания, однако в целом имеет место тенденция увеличения анализируемого показателя с перманентным преобладанием национального сегмента (рис. 7).

Как свидетельствуют данные отчетов, БАД к пище, поддерживающие функции органов пищеварения, занимают 19,0% (в стоимостном выражении) и 12,7% (в натуральном выражении) в общем объеме продаж исследуемой группы товаров аптечного ассортимента, что на 0,5% меньше и 0,7% больше по сравнению с 2019 г. соответственно. Анализ динамики аптечных продаж БАД, влияющих на функции органов пищеварения, за последние 3 года показал монотонную тенденцию увеличения показателя в стоимостном выражении (рис. 8, 9).

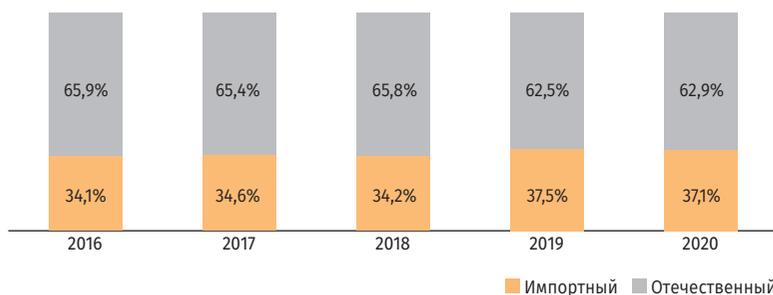
Стоит отметить, что в структуре продаж в стоимостном выражении соотношение доли отечественных и импортных БАД, поддерживающих функции органов пищеварения, в течение анализируемого периода практически не изменялось с незначительным

РИСУНОК 9. Динамика аптечных продаж БАД, влияющих на функции органов пищеварения (в розничных ценах), 2018–2020 гг.



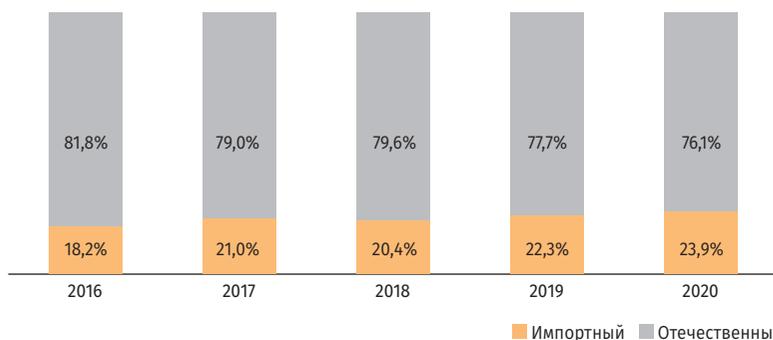
Источник: ALPHARM

РИСУНОК 10. Структура продаж отечественных и импортных БАД, поддерживающих функции органов пищеварения, на фармацевтическом рынке (в стоимостном выражении, млрд руб.), 2016–2020 гг.



Источник: DSM Group

РИСУНОК 11. Доля отечественных и импортных БАД, поддерживающих функции органов пищеварения, на фармацевтическом рынке (в натуральном выражении, млн уп.), 2016–2020 гг.



Источник: DSM Group

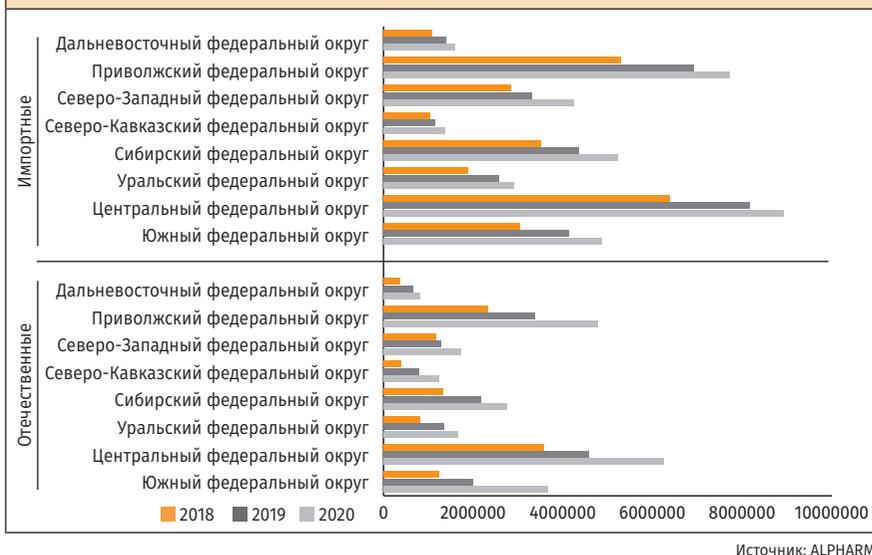
преобладанием продукции российского производства (рис. 10). Однако в натуральном выражении наблюдался высокий спрос на отечественные БАД во всех регионах РФ, что обусловлено прежде всего эффективностью, соизмеримой с зарубежными аналогами, доступностью по цене, доверием и приверженностью современных потребителей к национальным производителям (рис. 9–13).

На сегодняшний день на отечественном фармацевтическом рынке представлен широкий спектр форм выпуска БАД, поддерживающих функции органов пищеварения. Сравнительный анализ форм выпуска в структуре продаж БАД указывает на тот факт, что наибольший удельный вес имеют такие формы выпуска, как капсулы (38,5%), таблетки (26,2%), порошки (20,7%), капли (5,4%), концентраты (2,8%), растворы для внутреннего применения (1,4%) (рис. 14).

Таким образом, анализируемая группа товаров аптечного ассортимента является востребованной среди потребителей. Только через аптечные сети в 2020 г. в России реализовано более 316 млн упаковок БАД на общую сумму 72,8 млрд руб. в розничных ценах. При этом реализация БАД к пище, поддерживающих функции органов пищеварения, составила около 40 млн упаковок на общую сумму более 13 млрд руб. (в розничных ценах). Важно отметить, что в течение последних лет наблюдается монотонная тенденция увеличения объемов реализации БАД к пище, поддерживающих функции органов пищеварения. Показатели объемов продаж в натуральном выражении за последние 5 лет отражают высокий спрос на российские БАД во всех регионах РФ, что обусловлено прежде всего эффективностью, соизмеримой с зарубежными аналогами, доступностью по цене, доверием и лояльностью современных потребителей к национальным производителям БАД.

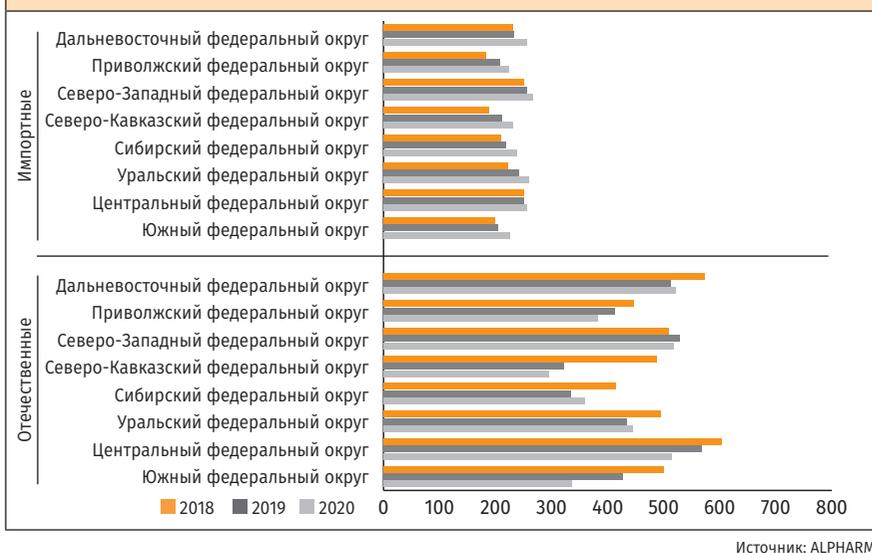


РИСУНОК 12. Локализация продаж БАД, влияющих на функции органов пищеварения, 2018–2020 гг.



Источник: ALPHARM

РИСУНОК 13. Динамика средней цены БАД, влияющих на функции органов пищеварения, 2018–2020 гг. по регионам



Источник: ALPHARM

РИСУНОК 14. Структура продаж БАД, поддерживающих функции органов пищеварения, на фармацевтическом рынке по формам выпуска, 2020 г. Источник: DSM Group



* Бальзам (0,019%), батончик (0,052%), гель для приема внутрь (0,0004%), драже (0,004%), желе (0,0001%), жидкость (0,138%), леденцы (0,0017%), лиофилизат для приготовления раствора для приема внутрь (0,0001%), масло (0,608%), напиток (0,035%), пастилки (0,67%), пилюли (0,009%), плитка (0,0071%), саше (0,17%), сбор (0,023%), сироп (0,204%), смесь (0,0002%), суспензия для приема внутрь (0,603%), трава измельченная (0,0158%), цветки (0,02%), шрот (0,03%), экстракт жидкий (0,04%), эликсир (0,0014%), эмульсия (0,0025%).

Источник: DSM Group

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Здравоохранение в России. 2019: Стат. сб./Росстат. М.; 2019. 170 с.
- Федеральный закон от 02.01.2000 №29-ФЗ (ред. от 13.07 2020) «О качестве и безопасности пищевых продуктов».
- Решение Комиссии Таможенного союза от 09.12.2011 №880 (ред. от 24.12.2019) «О принятии технического регламента Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» (вместе с «ТР ТС 021/2011. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности пищевой продукции») (с изм. и доп., вступ. в силу с 11.07 2020).
- СанПиН 2.3.2.1290-03 «Гигиенические требования к организации производства и оборота биологически активных добавок к пище (БАД)» (утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 17.04.2003 г.).
- Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 17.04.2003 г. №50 «О введении в действие санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.3.2.1290-03».
- Постановление Правительства РФ от 01.12.2009 №982 (ред. от 04.07.2020) «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии».
- Постановление Правительства РФ от 30.06.2004 №322 (ред. от 30.04.2020) «Об утверждении Положения о Федеральной службе по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека».
- База данных аналитической компании DSM Групп [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dsmviewer.ru>.
- Единый реестр свидетельств о государственной регистрации Евразийской Экономической Комиссии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://portal.eaeunion.org>.
- База данных аналитической компании АЛЬФАРМ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://clients.alpharm.ru/report/retail>.