

Пронузо Дмитрий Олегович

Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Анализ состояния и тенденций развития отечественного рынка биологически активных добавок и спортивного питания

Аннотация. В России индустрия продуктов для спортсменов начала активно формироваться после 2005 года и на данный момент представляет собой диверсифицированный комплекс, демонстрирующий тенденцию к увеличению объемов до 14 тысяч тонн к 2024 году. Тем не менее, сеть специализированных магазинов и розничных точек продаж спортивного питания ощущала негативное воздействие во время пандемии COVID-19 и проходит этап восстановления. Продажи специализированной продукции для атлетов стали восстанавливаться в постковидный период, достигнув к 2022 году показателей 2018 года. Проблема исследования заключается в том, что рынок биологически активных добавок и спортивного питания активно развивается и находится под активным наблюдением со стороны государственных организаций. Ранее интерес конечного потребителя был направлен на зарубежного производителя с завышенными дозировками активных компонентов, но в рамках Российского законодательства это не является допустимым, поэтому отечественный производитель старается не отставать и набирает обороты, которые превосходят оборот зарубежных производителей. Данная тема является актуальной и перспективной для дальнейших исследований, поскольку Российский рынок БАД демонстрирует стабильный рост, сохраняя темпы увеличения на уровне 10-12% в год. По данным Роспотребнадзора, в 2024 году объем рынка достиг 150 миллиардов рублей, что на 15% превышает результаты 2021 года. Важно отметить увеличение доли отечественной продукции за последние три года с 55% до 70%, что свидетельствует об успешной реализации стратегии импортозамещения. Внутреннее производство превысило импорт в 1,5 раза.

Ключевые слова: рынок биологически активных добавок и спортивного питания, анализ текущего состояния и тенденций развития, экономические инновации, рентабельность бизнеса в сфере производства и реализации БАД и спортивного питания, импортозамещение.

Pronuzo Dmitry Olegovich

National research university “MPEI”

Analysis of the state and development trends of the domestic market of biologically active supplements and sports nutrition

Abstract. In Russia, the industry of products for athletes began to actively develop after 2005 and currently represents a diversified complex, showing a tendency to increase volumes to 14 thousand tons by 2024. Nevertheless, the network of specialty stores and retail outlets of sports nutrition has felt the negative impact during the COVID-19 pandemic and is undergoing a recovery phase. Sales of specialized products for athletes began to recover in the post-retirement period, reaching 2018 figures by 2022. The problem of the study lies in the fact that the market of biologically active additives and sports nutrition is actively developing and is under active supervision by government organizations. Previously, the end user's interest was directed at a foreign manufacturer with excessive dosages of active ingredients, but this is not acceptable under Russian law, so the domestic manufacturer is trying to keep up and is gaining momentum that exceeds the turnover of foreign manufacturers. This topic is relevant and promising for further research, as the Russian dietary supplement market is showing steady growth, maintaining an

increase rate of 10-12% per year. According to Rosпотребнадзор, in 2024 the market volume reached 150 billion rubles, which is 15% higher than the results of 2021. It is important to note the increase in the share of domestic products over the past three years from 55% to 70%, which indicates the successful implementation of the import substitution strategy. Domestic production exceeded imports by 1.5 times.

Keywords: market of dietary supplements and sports nutrition, analysis of the current state and development trends, economic innovations, profitability of business in the production and sale of dietary supplements and sports nutrition, import substitution.

Российский рынок спортивного питания сталкивается с рядом вызовов, включая сокращение импорта из США, стран Евросоюза и Канады, а также ограниченные объемы и не всегда высокое качество отечественного производства. Дополнительные сложности создаёт зависимость от импортного сырья и присутствие фальсифицированной продукции. Снижение покупательной способности населения также оказывает негативное влияние. Вместе с тем, наблюдаются и позитивные тенденции. В 2014 году российские производители значительно увеличили объемы производства, почти втрое. Сейчас отечественная продукция занимает свыше 60% рынка, что говорит о ее растущей востребованности и доступности. В кризисный 2022 год рынок даже вырос на 24,1%, достигнув 105 миллиардов рублей, несмотря на сложную геополитическую ситуацию и снижение доходов населения. В 2024 году средняя цена упаковки БАД увеличилась на 17,4% и достигла 290 рублей. Наиболее популярными у россиян остаются поливитаминные комплексы, пробиотики и пребиотики, препараты для поддержания ЦНС и здоровья суставов. Эксперты отмечают рост продаж дорогостоящих добавок – на 33,1% в денежном выражении и на 25,8% в количестве единиц. В 2024 году премиальные БАД обеспечили аптекам 60,6% выручки, в отличие от 39,6% в 2019 году. Уход иностранных брендов – не единственная причина роста отечественного рынка. Важную роль играет модель выпуска БАД под частной торговой маркой (СТМ) на основе контрактного производства. Среди европейских стран лидерами по потреблению спортивного питания являются Великобритания, Германия и Франция, а в Азиатско-Тихоокеанском регионе – Япония, Китай и Южная Корея. В Южной Америке спрос растет в Бразилии, Перу и Колумбии. В целом, российский рынок спортивного питания рассматривается как перспективный и развивающийся.

Текущая конъюнктура рынка биологически активных добавок (БАД) характеризуется усиленным контролем со стороны государства, а также отсутствием прозрачности рынка биологически активных добавок и спортивного питания, что оказывается на отсутствии доверия у конечного потребителя. Внедрение системы обязательной маркировки "Честный знак" и ужесточение требований к рекламным материалам оказали существенное влияние на условия работы для всех игроков рынка. По данным Минздрава РФ, в 2023 году около 15% заявок на регистрацию новых БАД не прошли регистрацию, что на 5% выше, чем в предыдущем периоде. Эксперты отрасли прогнозируют дальнейший рост объемов рынка БАД, ожидая ежегодное увеличение на 10–11% до 2027 года. Основными катализаторами роста этой сферы являются: расширение номенклатуры отечественных ингредиентов для производства, разработка персонализированной продукции на основе генетических исследований, а также расширение горизонтов экспорта в страны СНГ и Ближневосточный регион. Наблюдается значительное уменьшение доли импортных БАД в России. В 2022 году это снижение составило примерно 20,3%. Некоторые западные компании приостановили свою деятельность на российском рынке. Однако, их коллеги из дружественных стран, наоборот, использовали сложившуюся ситуацию для занятия освободившихся сегментов. Расширение отечественного производства положительно отразилось на продажах, так как широкий выбор новой продукции, появившейся на прилавках, в сочетании с уходом зарубежных брендов побудил потребителей к дегустации новых позиций. К тому же,

эффект от нового питания не всегда заметен сразу, необходимо время для оценки его воздействия. Всё это привело к тому, что, несмотря на уменьшение доступности импортной продукции и снижение реальных доходов населения, продажи спортивного питания росли даже в кризисный 2022 год [2].

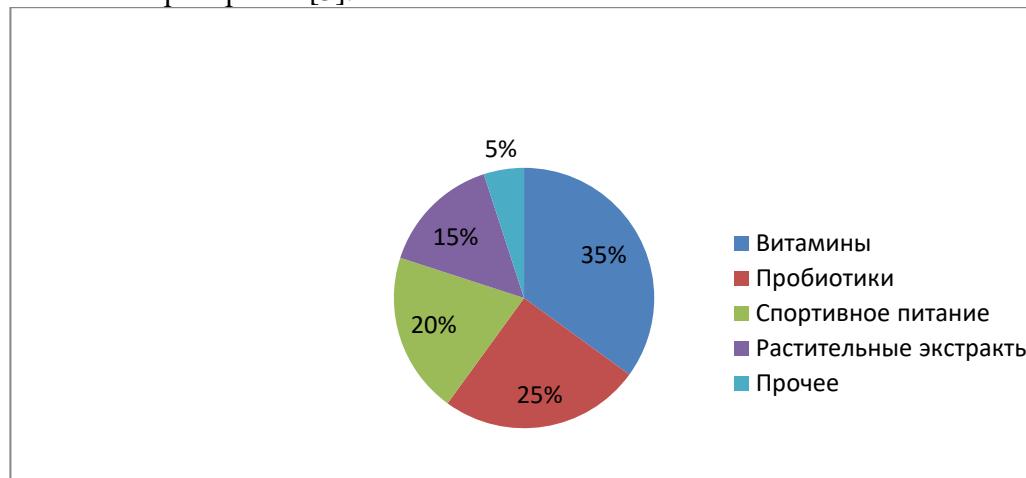
Таблица 1
Динамика ключевых показателей рынка БАД 2021-2025 гг

Table 1
Dynamics of key indicators of the dietary supplements market in 2021-2025

Показатель	2021 год	2022 год	2023 год	2024 год	2025 год
Объем рынка, млрд.руб	120	127	150	165-180	190
Доля импорта, %	45	40	45	30	22
Количество зарегистрированных БАД	8 500	9 100	9 800	10 500	12 000

*Источник: составлено автором по данным [1]
Source: compiled by the author based on data from [1]*

Изучение рыночной конъюнктуры демонстрирует существенную эволюцию в потребительском выборе. Зафиксирован стабильный подъем интереса к продуктам, чья результативность подтверждена научными данными. Об этом свидетельствует увеличение представительства БАД, прошедших клинические испытания, с 25% в 2021 году до 40% в 2024 году. Данная тенденция особенно выражена в категориях витаминных добавок и пробиотических препаратов [3].



*Источник: составлено автором по данным [1]
Рис.1. Структурные изменения и потребительские тренды по итогам 2024 года
Source: compiled by the author based on data from [1]
Fig. 1. Structural changes and consumer trends in 2024*

Таблица 2
Прогноз развития рынка БАД и спортивного питания до 2027 года

Table 2
Forecast for the development of the dietary supplements and sports nutrition market until 2027

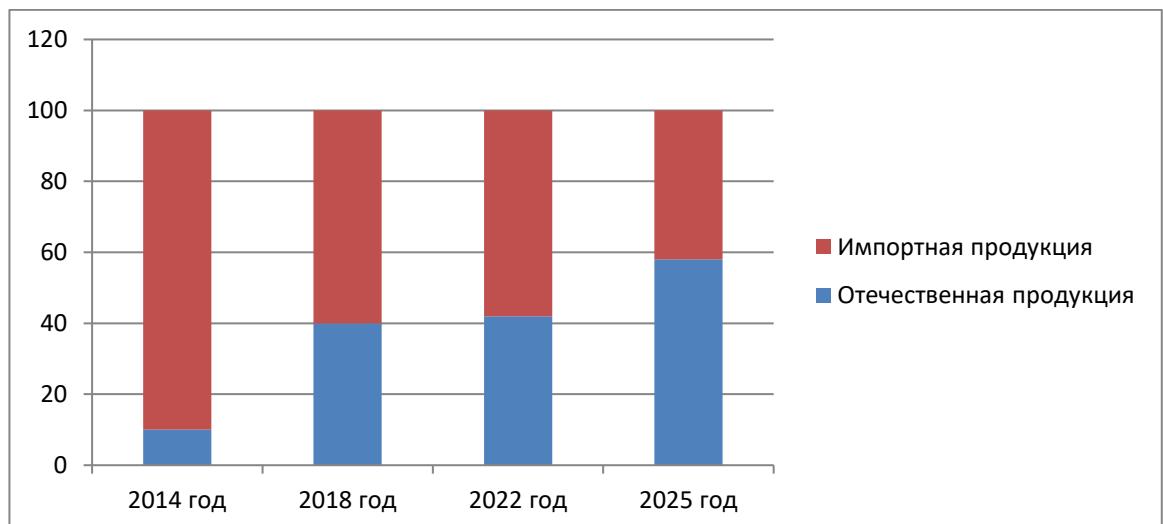
Параметр	2025 год	2026 год (прогноз)	2027 год (прогноз)
Объем рынка, млрд.руб	190	210-220	230-250
Доля онлайн-продаж, %	40	45-47	50-55

Количество локальных производителей	120	130-140	150-160
-------------------------------------	-----	---------	---------

Источник: составлено автором по данным [1]

Source: compiled by the author based on data from [1]

Интерес к биологически активным добавкам (БАД) не только не ослабел после завершения острой фазы COVID-19, но и усилился. Пандемия стимулировала переосмысление ценности здоровья и профилактических мер, что привело к устойчивому увеличению спроса на добавки, созданные на основе натуральных компонентов. Специалисты связывают популярность природных БАД с желанием людей использовать более естественные способы поддержания здоровья и снижения риска заболеваний, опираясь на данные научных исследований. Доля импортных БАД значительно уменьшилась: компании из западных стран уступили часть рынка производителям из дружественных государств, в то время как российские компании активизировали экспортные операции. От 8% до 20% россиян регулярно принимают БАД, и эта цифра продолжает расти примерно на 5% ежегодно. Лидерами по потреблению добавок остаются Япония (90%) и Индия (75%). Российские производители укрепили свои позиции на рынке, и эта тенденция сохранится в дальнейшем. В 2022 году было зарегистрировано более 500 новых брендов, а ассортимент аптек включает свыше 3,2 тысячи различных торговых марок БАДов, представляющих более тысячи производителей. Продукция отечественного производства занимает 55,7% рынка в денежном выражении и 80,8% в натуральном. Несмотря на отсутствие прямых санкционных ограничений, импорт продолжит сокращаться из-за сложностей с логистикой, платежами и усилением контроля в сфере регулирования. Отечественные производители активно отслеживают мировые тенденции, стремясь оперативно внедрять новые разработки [8].



Источник: составлено автором по данным [4]

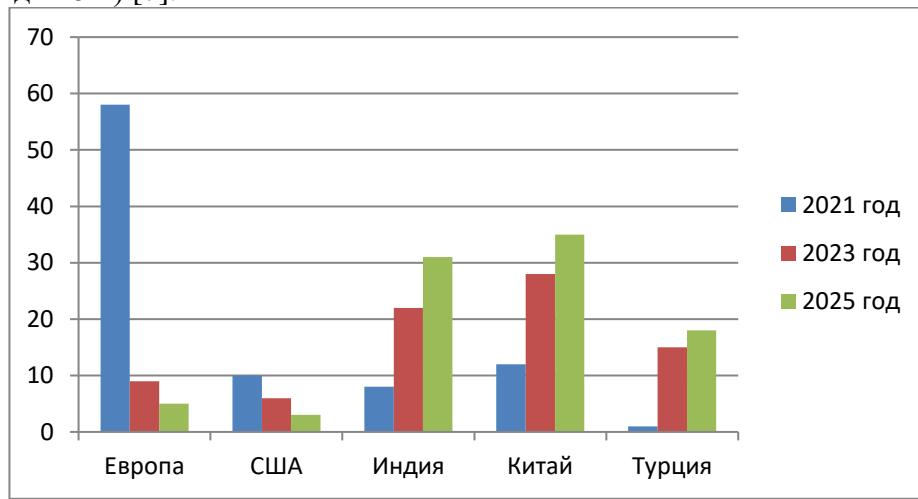
Рис. 2. Соотношение отечественных и импортных биологически активных добавок и спортивного питания в РФ (в %)

Source: compiled by the author based on data from [4]

Fig. 2. Ratio of domestic and imported dietary supplements and sports nutrition in the Russian Federation (in %)

Одной из основных проблем остается вопрос сырья, в частности, поиск качественных альтернатив западным компонентам в России и странах Востока. Рынок существенно изменился в сфере внешней торговли после 2022 года. Если в 2021 году импорт был основой рынка (до 45%), то к 2023 году его доля уменьшилась до 30%, а

экспортные поставки показывают стабильный рост. Доля западных стран в импорте упала с 68% в 2021 году до 15% в 2023 году, а поставки из стран Азии увеличились с 25% до 65% от общего объема импорта. Особенно заметен рост закупок из Индии (с 8% до 22%) и Китая (с 12% до 28%) [7].



Источник: составлено автором по данным [4]

Рис. 3. Изменение структуры импорта БАД по странам поставщикам 2021-2025 гг

Source: compiled by the author based on data from [4]

Fig. 3. Changes in the structure of dietary supplements imports by supplier countries in 2021-2025

Полная замена импортных белковых продуктов специального назначения на произведенные в России компоненты планируется к 2030 году, благодаря реализации инвестиционных проектов по глубокой переработке сои. В 2024 году объем производства БАД в России достиг 38 тысяч тонн, что на 20,5% больше, чем годом ранее. Прогнозируется, что к 2030 году российский рынок БАД может вырасти до 64 миллиардов рублей, превысив показатели 2024 года на 64%. Рентабельность производства БАД в России в 2024 году составила 38%. По данным Роспотребнадзора, объем рынка БАД в 2024 году оценивается в 150 миллиардов рублей, что на 15% больше, чем в 2021 году. Наблюдается устойчивый рост спроса на продукты с доказанной эффективностью, что подтверждается увеличением доли БАД, прошедших клинические исследования, с 25% в 2021 году до 40% в 2024 году. Отраслевые аналитики предсказывают рост производства БАД к 2026 году до 210–230 миллиардов рублей, увеличение экспортного потенциала до 25% от общего объема, консолидацию капитала в отрасли и развитие инновационных форматов выпуска, таких как микрокапсулирование. В 2022 году на рынке появилось свыше 500 новых брендов, а общее количество брендов в аптечном ассортименте превысило 3,2 тысячи. Доля российских БАД составляет 55,7% в стоимостном выражении и 80,8% в натуральном выражении. Витамины, минералы, пробиотики и растительные экстракты пользуются спросом у потребителей со средним и высоким уровнем дохода, стремящихся к укреплению иммунитета, повышению жизненного тонуса и улучшению работы пищеварительной системы. Основными каналами сбыта являются аптеки, онлайн-магазины и специализированные магазины здорового питания. Аптеки остаются главным каналом реализации БАД, обеспечивая около 80% продаж. В 2024 году продажи через аптеки увеличились на 19,8% в денежном выражении, достигнув 364 миллиона упаковок. Маркетплейсы также вносят значительный вклад в популяризацию БАД. В 2023 году оборот БАД на Ozon вырос на 262% по сравнению с предыдущим годом, а на Wildberries – на 98%. Ожидается, что к концу 2027 года доля аптечной продукции во внеаптечных онлайн-каналах приблизится к половине общего объема онлайн-продаж этой категории. Маркетплейсы расширяют ассортимент БАД, сотрудничая с аптеками и производителями, предоставляя клиентам возможность сравнивать товары, читать отзывы и заказывать

доставку на дом. Согласно исследованиям, 84% россиян совершают покупки на маркетплейсах, причем 80% делают это чаще 2-3 раз в месяц [12].

Таблица 3
Распределение каналов продаж БАД (2019-2025 гг.)

Table 3

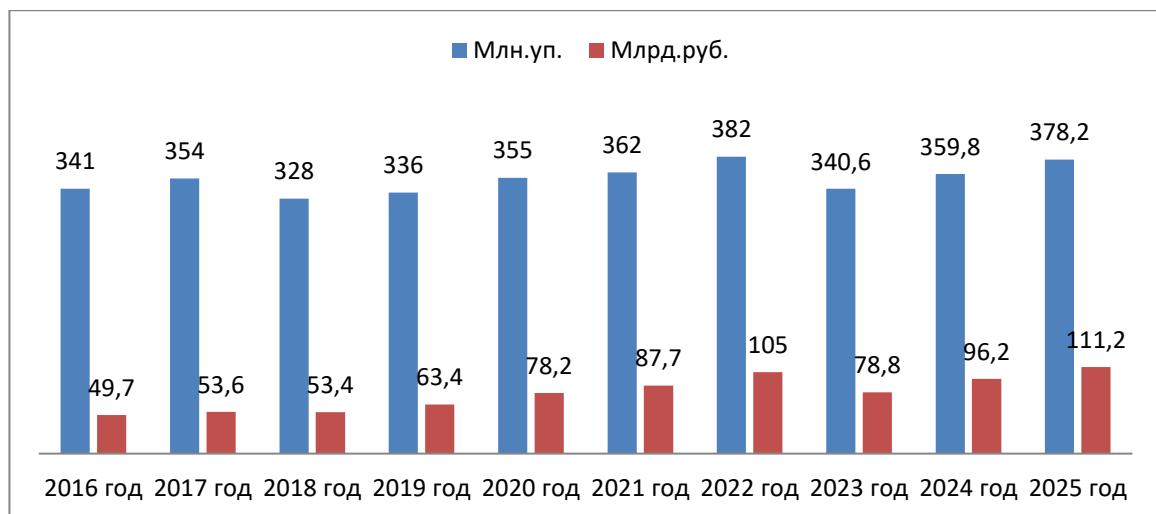
Distribution of БАД sales channels (2019-2025)

Канал продаж	2019 год, %	2021 год, %	2023 год, %	2024 год, %	2025 год, %
Аптеки розничные	68	59	52	48	37
Интернет-аптеки	12	18	23	26	28
Маркетплейсы	5	11	15	18	22
Специализированные магазины	10	8	7	6	8
Прямые продажи	5	4	3	2	5

Источник: составлено автором по данным [11]

Source: compiled by the author based on data from [11]

В России отсутствует единый закон, который бы комплексно регулировал сферу БАД. Отмена санитарных правил и норм (СанПиН) и переход к техническому регламенту в 2021 году привели к ослаблению контроля за БАД, поскольку регламент распространяется на все пищевые продукты, а СанПиН устанавливал специфические требования именно к добавкам. Значительная доля БАД, представленных на рынке (до 50%), является фальсифицированной продукцией. Разрешение на онлайн-продажу БАД спровоцировало увеличение объема поддельной продукции. Ограничения на ввоз и санкции вынуждают недобросовестных производителей выпускать фальсификат, который в лучшем случае бесполезен, а в худшем – наносит вред здоровью. Отсутствие у контролирующих органов возможности блокировать сайты, занимающиеся продажей контрафактных БАД, осложняет борьбу с данной проблемой. Участники рынка отмечают случаи распространения недостоверной информации в рекламе БАД. Зачастую производители необоснованно приписывают БАД чудодейственные свойства, особенно в рекламе средств для снижения веса, тем самым вводя потребителей в заблуждение. Реакция антимонопольной службы зачастую ограничивается лишь предупреждениями, а не штрафами. Нарушенены каналы поставок импортных компонентов, оборудования и программного обеспечения. Замена компонентов через посредников или аналогами из Китая/Индии возможна, однако ситуация с оборудованием более сложная из-за экспортных ограничений и высокого спроса в Китае. Необходимость государственной поддержки производства БАД и спортивного питания подтверждается планируемым финансированием для развития отечественных компаний в этой сфере. В 2024 году были выдвинуты законодательные инициативы, касающиеся внедрения обязательной маркировки товаров, разработки критериев оценки качества, контроля за онлайн-торговлей и ряд других мер. Мерами поддержки являются: льготный лизинг оборудования (6% для отечественного и 8% для импортного), льготные кредиты (до 8,5% годовых), займы от государственных микрофинансовых организаций (до 5 млн рублей по ставке, приближенной к ставке ЦБ) [10].



Источник: составлено автором по данным [1]

Рис.4. Динамика объема продаж БАД в натуральном и стоимостном выражении на фармацевтическом рынке РФ в 2016-2025 гг.

Source: compiled by the author based on data from [1]

Fig.4. Dynamics of the volume of dietary supplements sales in natural and monetary terms in the Russian pharmaceutical market in 2016-2025.

До 2019 года прослеживалась отчетливая динамика уменьшения присутствия российских БАД на рынке. Если в 2016 году они занимали 59,7% от общего объема, то к 2019 году эта цифра снизилась до 52,5%. Однако, начиная с 2020 года, наметился постепенный подъем доли БАД, произведённых в России, в совокупном объеме реализации. Параллельно с этим, доля зарубежных БАД расширилась с 40% в 2016 году до 47,5% в 2019 году. Иными словами, в течение указанного периода задача по замещению импорта решалась с трудом. Среди БАД, поставляемых из США, наибольшим спросом пользуется продукция, выпускаемая компанией Solgar и ее линейка добавок Solgar. На российском рынке много лет подряд уверенно удерживает первенство отечественный производитель «Эвалар», контролирующий 13,6% рынка в денежном выражении. Далее представлен список из 20 ведущих компаний, представленных на российском рынке БАД. Совместно эти компании аккумулируют около 60% всего объема российского рынка биологически активных добавок [11].

Таблица 4
ТОП-20 производителей БАД в России по итогам 2024 г

Table 4

TOP 20 Supplement Manufacturers in Russia in 2024

Рейтинг	Производитель	Объем продаж, млн.руб.	Прирост 2024/2023, %	Доля рынка, %	Доля онлайн-сегмента в продажах компании, %
1	Эвалар	14 290	0,3	13,6	15
2	Solgar	8 103	32,3	7,7	37
3	PharmaMed	5 690	25,2	5,4	19
4	Квадрат-С	4 979	57,3	4,7	3
5	ВТФ	3 223	60,0	3,1	4
6	Unipharm	3 027	4,5	2,9	23
7	Stada	2 964	0,9	2,8	18
8	Queisser Pharma	2 439	4,4	2,3	23
9	Dr.Reddy's	2 336	15,4	2,2	21

10	Биннофарм Групп	2 293	-4,3	2,2	10
11	Миролла	2 155	106,4	2,1	5
12	Bayer	1 739	1,0	1,7	20
13	Аптека Сервис Плюс	1 601	331,2	1,5	5
14	Baush Health	1 440	2,5	1,4	10
15	Отисифарм	1 349	-14,0	1,3	17
16	Полярис	1 313	39	1,3	8
17	Laboratories Ineldea	1 138	-7,2	1,1	8
18	VP Laboratory	1 026	71,7	1,0	7
19	The Bontiful Company	986	16,6	0,9	32
20	Аквион	873	46,6	0,8	36

Источник: составлено автором по данным [1]

Source: compiled by the author based on data from [1]

Уже несколько лет компании, выпускающие брендированные БАД, отмечают усиление конкуренции со стороны собственных торговых марок (СТМ) аптечных сетей. Особенно заметным этот тренд стал в последние два года. Согласно данным за 2022 год, суммарный доход аптечных сетей, активно реализующих СТМ биодобавок, увеличился на 52% в денежном выражении и на 27% в количестве проданных упаковок по сравнению с предыдущим годом. В 2023 году эта тенденция продолжилась: за первые три квартала продажи СТМ выросли на 56% в рублях и на 45% в упаковках. В то же время, общий рост продаж БАД в аптеках замедлился, составив 16% в рублях и 6% в упаковках. Ожидается, что в следующем году борьба за потребителя станет еще более острой. По оценкам экспертов Высшей школы экономики, значительная часть рынка БАД в России, а именно более 45% (466 млн упаковок), приходится на нелегальную продукцию. В настоящее время производители БАД обязаны иметь свидетельство о государственной регистрации. Наличие маркировки ЕАС на упаковке подтверждает соответствие продукции установленным стандартам. Информацию о свидетельстве можно найти на веб-сайтах Роспотребнадзора, Евразийской экономической комиссии, а также на сайтах крупных производителей в разделе о продукте. Постепенно рынок наполняется маркированными товарами, позволяющими потребителям проверять качество через мобильные приложения в розничных точках и аптеках. Успешно завершен эксперимент по выводу из оборота маркированных БАД на маркетплейсе Ozon, где уже доступны к покупке промаркированные биодобавки. Растущий интерес россиян к здоровому образу жизни стимулирует рост рынка биологически активных добавок. Несмотря на сокращение поставок некоторых иностранных компаний, доля граждан, регулярно употребляющих БАД, ежегодно увеличивается на 5%. Этому способствует как активность отечественных производителей, так и развитие онлайн-торговли [14].

Таблица 5
ТОП-10 брендов на Ozon и Wildberries за 6 месяцев 2025 года
Table 5
Top 10 brands on Ozon and Wildberries in the first 6 months of 2025

Рейтинг	Название	Продажи	Оборот, млн. руб.	Название	Продажи	Оборот, млн.руб.
Ozon				Wildberries		
1	Эвалар	697 136	434,41	Эвалар	463 056	264,13

2	GLS Pharmaceuticals	770 492	317,53	Жизнивек	132 943	193,81
3	Solgar	42 442	61,02	GLS Pharmaceuticals	409 865	183,26
4	Maxler	60 095	60,63	VitaMeal	153 015	89,05
5	Miopharm	143 810	59,53	Miopharm	209 357	80,85
6	Unipharm	97 620	48,51	LeafToGo	48 928	66,78
7	Natrol	34 862	47,79	Maxler	51 060	50,59
8	Eqville	85 516	43,49	PWR ultimate power	61 675	44,53
9	NORWEGIAN Fish Oil	18 211	39,4	Витамир	127 210	40,91
10	1WIN	61 915	35,25	1WIN	57 105	40,27

Источник: составлено автором по данным [13]

Source: compiled by the author based on data from [13]

Современный мировой рынок биологически активных добавок переживает период трансформации, когда происходит смена лидеров. Наряду с компаниями, традиционно занимающими ведущие позиции, появляются новые игроки, предлагающие прорывные решения, учитывающие изменения в законодательстве и предпочтения потребителей. В сфере производства БАД активно внедряются следующие инновационные разработки:

1.Внедрение автоматизированных систем, включающих роботизированные комплексы для смешивания, дозирования и упаковки продукции.

2.Применение искусственного интеллекта в разработке новых составов, что позволяет анализировать большие объемы данных, включая результаты клинических исследований, отзывы потребительской аудитории и тенденции рынка.

3.Использование роботизированных систем для контроля качества, осуществляющих проверку упаковки, маркировки, целостности продукции и соответствие заявленному составу.

4.Применение технологий анализа больших данных для разработки БАД, ориентированных на индивидуальные потребности потребителей.

5.Разработка мобильных приложений, позволяющих пользователям подбирать добавки, контролировать их прием и получать персональные рекомендации.

6.Развитие экологически устойчивого производства, включающего использование возобновляемых источников энергии, биоразлагаемых упаковочных материалов и сырья, полученного из органического земледелия.

7.Применение персонализированного подхода к разработке добавок, учитывающего цели тренирующихся, особенности их организма и результаты генетических тестов или анализов на дефицит витаминов.

8.Обеспечение прозрачности маркировки и использование натуральных ингредиентов, что соответствует растущим требованиям потребителей.

9.Разработка функциональных продуктов в новых форматах, таких как протеиновые батончики, готовые коктейли, гели, жевательные витамины и протеиновое мороженое.

10.Использование нанотехнологий для создания микрочастиц активных веществ с улучшенной усвояемостью.

11.Применение 3D-печати для создания капсул с индивидуальными дозировками, особенно востребованных среди спортсменов и людей с особыми потребностями.

12.Компьютерное моделирование взаимодействия компонентов, позволяющее прогнозировать эффективность добавок на этапе разработки и сокращать время и затраты на клинические испытания.

13.Разработка систем адресной доставки активных веществ, обеспечивающих высвобождение капсул в определенных отделах ЖКТ [9].

Сфера биологически активных добавок демонстрирует бурный рост, что обусловлено повышенным вниманием общества к ведению здорового образа жизни, превентивным мерам против заболеваний и стремлению поддерживать оптимальное состояние организма при помощи натуральных ингредиентов. Изготовление БАД требует тщательного отбора исходного сырья, применения передовых производственных технологий и специализированного оборудования. Жесткость требований к качеству и безопасности БАД постоянно возрастает как со стороны регулирующих органов, так и со стороны потребителей. Прогресс в разработке инновационных методов извлечения активных веществ из растительного мира и микроорганизмов открывает новые горизонты для создания БАД нового поколения с улучшенными характеристиками. Увеличение числа патентованных формул активных компонентов стимулирует модернизацию технологий упаковки и дозирования. Грамотный выбор поставщика оборудования для фармацевтического производства играет ключевую роль в обеспечении высокого качества, эффективности и соответствия нормативным требованиям. Представленные здесь производители заслужили признание благодаря своим инновационным решениям и ответственному подходу к качеству, что делает их оптимальным выбором для оснащения фармацевтических производств в 2025 году [6].

Основные направления развития индустрии БАД и спортивного питания в России заключаются в следующем:

1. Активное продвижение здорового образа жизни и спорта. Ожидается, что к 2025 году процент населения, регулярно занимающегося физическими упражнениями, увеличится до 18–20%. Особое внимание будет уделяться продуктам, ускоряющим восстановление энергии и поддерживающим иммунитет.
2. Обеспечение независимости от импорта. Ограничения, введенные санкциями на поставки сырья и готовых товаров из Европы и США, подтолкнули отечественных производителей к разработке оригинальных рецептур.
3. Расширение онлайн-торговли. К 2025 году доля онлайн-продаж спортивного питания через интернет-площадки может составить до 75% от общего объема продаж.
4. Увеличение спроса на специализированные добавки. В частности, речь идет о продуктах для вегетарианцев и БАДах, улучшающих когнитивные функции.
5. Внедрение передовых технологий. Например, микрокапсулирование активных компонентов для повышения их усвоемости, что позволит разрабатывать новые виды продукции, такие как гелевые шоты, функциональные напитки, батончики с высоким содержанием протеина и низким содержанием сахара.
6. Развитие персонализированного подхода. Возрастает роль консультаций врачей-диетологов, которые разрабатывают индивидуальные программы питания, учитывая возраст, особенности организма, образ жизни и уровень физической активности.
7. Применение цифровых технологий. Использование искусственного интеллекта и аналитических систем, созданных на его основе, помогает анализировать предпочтения потребителей и прогнозировать спрос.
8. Поддержка государства. До 2026 года планируется выделение финансирования на поддержку отечественного бизнеса в сфере производства БАД и спортивного питания. Это включает субсидии и налоговые льготы для производителей, стимулирующие создание инновационных продуктов. Российские изготовители БАД успешно адаптируются к изменившимся условиям рынка, демонстрируя стабильный рост и улучшение качества продукции. Сохранение этих тенденций даст возможность отечественным компаниям усилить свои позиции не только на внутреннем, но и на международном рынке [3].

Таблица 6
Ключевые факторы роста отечественного рынка БАД
Table 6
Key growth factors of the domestic dietary supplement market

Ключевой фактор	Влияние на рынок	Временной горизонт
Импортозамещение	Увеличение доли отечественных производителей до 80%	2024-2026 гг.
Цифровизация	Рост онлайн-продаж до 55% рынка	2024-2028 гг.
Регуляторные изменения	Ужесточение требований к доказательной базе	2025-2026 гг.
Демографические сдвиги	Увеличение спроса среди населения 50+	2025-2028

Источник: составлено автором по данным [14]

Source: compiled by the author based on data from [14]

Российский рынок биологически активных добавок (БАД) вступает в фазу качественного преобразования, где катализатором роста становятся не количественные показатели, а технологические прорывы и углубленная сегментация потребительского спроса. Ожидается, что к 2028 году отрасль достигнет следующих рубежей: экспортная составляющая увеличится до 15–18 % от совокупного объема производства, уровень локализации достигнет 80–85 % готовой продукции, а доля инновационных продуктов составит 25–30 % всего ассортимента. Производителям рекомендуется акцентировать внимание на расширении научно-исследовательской базы, внедрении цифровых технологий в дистрибуцию и разработке комплексных решений с подтвержденной результативностью. Ключом к завоеванию рынка станет способность оперативно адаптироваться к меняющимся нормативным требованиям и предпочтениям потребителей. Вектор развития рынка БАД находится в фокусе государственного регулирования, что нашло отражение в Федеральном законе №150-ФЗ от 07.06.2025 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», направленном на усовершенствование обращения БАД. Врачи получат право назначать БАД, но строго в соответствии со схемами применения и при наличии медицинских показаний. Перечень БАД, разрешенных для назначения врачами, будет утвержден Минздравом совместно с Росздравнадзором. Правительство РФ определит критерии качества БАД и сырья для их производства, учитывая степень влияния на здоровье. Вводится запрет на использование в производстве БАД компонентов, применяемых в кормах для животных, гормональных препаратов, пестицидов, агрохимикатов и других потенциально опасных веществ. Запрещается реклама и продажа запрещенных БАД в интернете – Роспотребнадзор сможет блокировать такие ресурсы в досудебном порядке, включая их в специальный реестр. Закон также запрещает врачам принимать материальные вознаграждения от производителей БАД и аптек [15].

Заключение

Таким образом, выпуск биологически активных добавок (БАД) и специализированного питания для спортсменов – сфера, находящаяся на стыке фармацевтики и экономики. Технологически производство БАД схоже с фармацевтическим: сыпучие компоненты фасуются в таблетки или капсулы, жидкие – в жидкие капсулы или мармеладные формы. Однако регистрация БАД значительно проще: проводится лишь проверка безопасности для потребителя, эффективность не оценивается. Согласно ОКВЭД 2, эта деятельность классифицируется кодом 10.89.19 – "Производство биологически активных добавок к пище". Хотя БАД не относятся к лекарственным средствам, они имеют некоторые общие черты с фармацевтической продукцией, в

частности, использование одинаковых компонентов. Изготовление БАД может осуществляться на предприятиях пищевой, фармацевтической или биотехнологической промышленности, что делает эту отрасль более доступной для бизнеса, чем фармацевтика, где требования к качеству и клинические испытания значительно строже. В отличие от лекарств, для БАД не обязателен стандарт GMP, а их применение рассматривается только как источник определенных веществ. Рынок БАД характеризуется высокой конкуренцией и притоком компаний из смежных отраслей. При этом спрос на БАД стабильно высок, поскольку многие потребители видят в них альтернативу лекарствам. Аптеки остаются ключевым каналом сбыта. Производство БАД и спортивного питания играет важную роль в поддержании здоровья и физической формы. Необходимость в этих продуктах обусловлена дефицитом питательных веществ из-за несбалансированного питания и негативного воздействия окружающей среды, а также растущим интересом к спорту и здоровому образу жизни. В 2025 году производство спортивного питания – перспективный бизнес с рентабельностью 15–35%, растущий благодаря тренду на здоровый образ жизни и уходу иностранных брендов. К концу 2025 года доля населения, занимающегося спортом, может вырасти до 20%. Государство поддерживает развитие этого сектора через субсидии и налоговые льготы. Онлайн-торговля, особенно маркетплейсы, занимает доминирующее положение в продажах спортивного питания. Внедрение международных стандартов улучшает качество продукции и повышает доверие потребителей. Специализированные добавки помогают спортсменам быстрее восстанавливаться, наращивать мышечную массу и повышать выносливость. Ожидается, что к 2028 году потребление спортивного питания в России достигнет 12-12,5 тыс. тонн, а объем рынка – 25 млрд рублей. Ведущие производители инвестируют значительные средства в современное оборудование для обеспечения высокого качества и безопасности продукции.

Список источников

1. Анализ рынка спортивного питания в России в 2020-2024 гг, прогноз на 2025-2029 гг / [Электронный ресурс] // Businessstat: [сайт]. — URL: https://businessstat.ru/images/demo/sports_food_russia_demo_businessstat.pdf (дата обращения: 13.09.2025).
2. Илларионова, Е. А.. Биологически активные и пищевые добавки. Оценка эффективности и безопасности : учебное пособие / Е. А. Илларионова, И. П. Сыроватский ; ФГБОУ ВО ИГМУ Минздрава России, Кафедра фармацевтической и токсикологической химии. — Иркутск : ИГМУ, 2020 — 56 с..
3. Ногина, А. А.. Учебное пособие по дисциплине „Пищевые и биологически активные добавки“ / А. А. Ногина. — Челябинск : Библиотека А. Миллера, 2020 — 23 с. ил.; 21.
4. Отчет об исследовании рынка пищевых добавок по форме (таблетки, капсулы, порошки, жидкости, мягкие гели), по ингредиентам (витамины, минералы, травы, аминокислоты, ферменты), по каналам сбыта (интернет-магазины, супермаркеты, магазины здорового питания, аптеки, прямые продажи), по конечным потребителям (взрослые, дети, беременные женщины, пожилые люди) и по регионам (Северная Америка, Европа, Южная Америка, Азиатско-Тихоокеанский регион, Ближний Восток и Африка) — прогноз до 2035 года / [Электронный ресурс] // Market Research Future : [сайт]. — URL: <https://www.marketresearchfuture.com/reports/dietary-supplements-market/toc> (дата обращения: 13.09.2025).
5. «Пищевые и биологически активные добавки: учебное пособие», Н. Н. Попова, Е. С. Попов, И. П. Щетилина, Воронеж: Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2016, 68 с..
6. Постановление Правительства РФ "Об утверждении Правил маркировки биологически активных добавок к пище средствами идентификации и особенностях внедрения государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении

биологически активных добавок к пище" от 31.05.2023 № 886 // Информационно-правовой портал. — с изм. и допол. в ред. от 02.06.2023.

7. Региональная и отраслевая экономика : учебник / В. Л. Аничин, А. И. Добрунова, В. А. Ломазов [и др.]. — Белгород : БелГАУ им. В. Я. Горина, 2024. — 345 с..

8. Региональная экономика и пространственное развитие в 2 т. Том 1»: учебник для вузов / Л. Э. Лимонов [и др.] ; под общей редакцией Л. Э. Лимонова ; под редакцией Б. С. Жихаревича, Н. Ю. Одинг, О. В. Русецкой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022.

9. Региональная экономика и управление»: учебник и практикум для вузов / А. А. Угрюмова, Е. В. Ерохина, М. В. Савельева. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022.

10. Региональные и муниципальные финансы»: учебник и практикум для вузов / Л. Л. Игонина [и др.] ; под редакцией Л. Л. Игониной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022.

11. РОССИЙСКИЙ РЫНОК БАДОВ 2023. Обзор ниши / [Электронный ресурс] // Delovoy profil : [сайт]. — URL: https://delprof.ru/upload/iblock/b6e/syi0pu13q183vq74rdme3u4ehu3ndx3y/ANALITIKA_Rossiyskiy-ryunok-BADov.pdf (дата обращения: 13.09.2025).

12. Селищева Т. А. «Региональная экономика»: учебник. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 469 с..

13. Фармацевтический рынок России 2022 / [Электронный ресурс] // DSM Group : [сайт]. — URL: https://dsm.ru/docs/analytics/Annual_report_2023_rus.pdf (дата обращения: 13.09.2025).

14. Фармацевтический рынок России 2024 / [Электронный ресурс] // DSM Group : [сайт]. — URL: <https://dsm.ru/upload/iblock/70c/jge20mm780rph119p1d6ucvg95kkxdtf.pdf> (дата обращения: 13.09.2025).

15. Федеральный закон "О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ОТДЕЛЬНЫЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АКТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ" от 27.05.2025 № 150 // Информационно-правовой портал. — с изм. и допол. в ред. от 07.06.2025.

Сведения об авторе

Пронузо Дмитрий Олегович, аспирант кафедры ИТЭУ, филиал ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ» в г. Смоленске, г. Смоленск, Россия

Information about the author

Pronuzo Dmitry Olegovich, postgraduate student of the Department of ITEM, branch of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “National research university “MPEI” in Smolensk, Smolensk, Russia.