

**Николаев О. А.**, аспирант Государственного университета управления, г. Москва, [on@rostcentr.ru](mailto:on@rostcentr.ru)

## ГЕНЕЗИС И РАЗВИТИЕ РЫНКА ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ



*Автор раскрывает международный рынок функциональных продуктов питания и пищевых добавок как новый растущий сегмент мирового продовольственного рынка, указывая на то, что в понимании структуры рынка и его объема нет единообразия.*

*В статье определены основные и наиболее перспективные географические точки роста рынка, а также круг заинтересованных участников рынка. Обосновано, что основной проблемой развития рынка является несоответствие терминологии, понятий, используемых различными сообществами ученых.*

**Ключевые слова:** генезис, развитие, рынок, функциональные продукты питания, нутрицевтики, заинтересованные группы, международное сообщество.

### Введение

В последние десятилетия под влиянием ряда факторов у потребителей появилась потребность в оздоровлении, которая привела к формированию оздоровительного самосознания, результатом чего стало возникновение и развитие глобального оздоровительного рынка товаров и услуг — *Health & Wellness* (здоровье и здоровый образ жизни). Его структура показана на рис. 1 на примере США.

В статье будет рассмотрен рынок *функциональных продуктов питания*. С ростом числа хронических заболеваний и установления их причинной связи с несбалансированным питанием к пищевым продуктам стали относиться и как к эффективному средству поддержания физического и психического здоровья, снижения риска возникновения многих серьезных болезней.

За последние годы мировой рынок нутрицевтики<sup>1</sup> и функциональных продуктов питания стал многомиллиардной отраслью промышленности. Пищевая индустрия начинает переориентироваться на производство продуктов питания с новыми качествами, улучшающими здоровье, и превращается в отдельную индустрию функционального питания.

### Функциональные продукты питания

Внимание к функциональным продуктам питания велико со стороны как бизнеса, так и потребителей. Кроме того, возникает пу-

<sup>1</sup> *Нутрицевтики* — биологически активные добавки к пище, применяемые для коррекции химического состава продуктов питания человека (дополнительные источники нутриентов: белка, аминокислот, жиров, углеводов, витаминов, минеральных веществ, пищевых волокон).

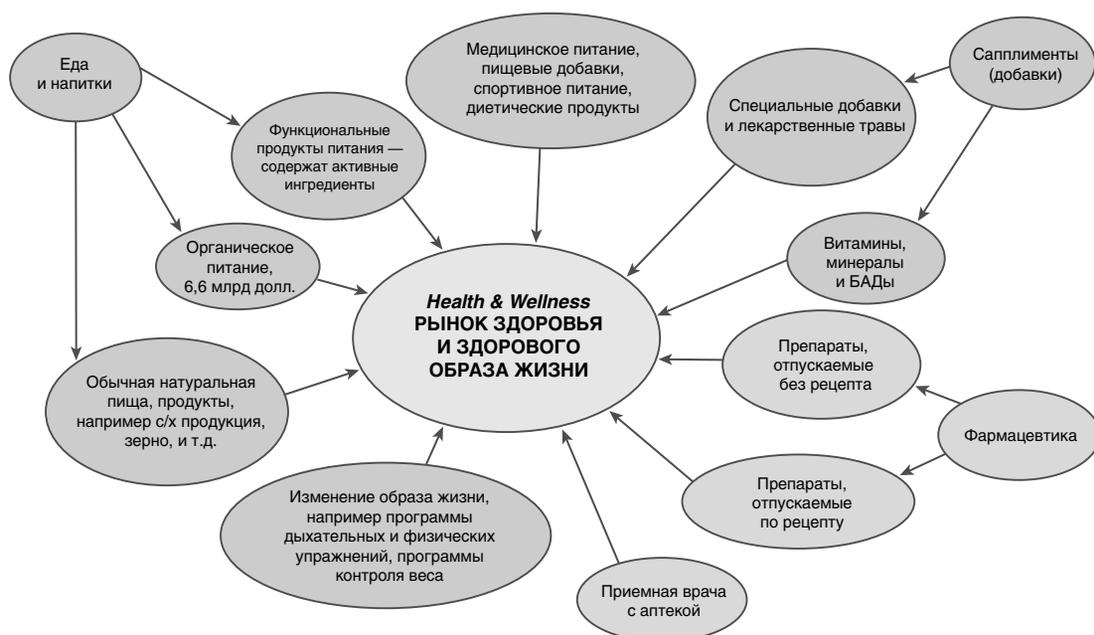


Рис. 1. Структура рынка продуктов питания и напитков *Health & Wellness*

таница в понимании, что это такое и какова структура функциональных продуктов питания.

Институт питания РАМН дал официальное определение термина «функциональные продукты питания», согласно которому «функциональная пища — это те продукты, которые выполняют не только энергетическую функцию, снабжая нас энергией и доставляя пластический материал для тела, но и обеспечивают улучшение здоровья и самочувствия, а также снижают риск тех или иных заболеваний. Указанные продукты питания оказывают существенное влияние на одну или несколько функций организма или его отдельных органов и систем (отсюда и специальное название — функциональные продукты питания), например: поддержание иммунитета, нормализация обмена веществ и, как следствие, борьба с ожирением, восстановление нормального веса, увеличение продолжительности жизни человека, за счет предотвращения многих хронических заболеваний, восстановление работоспособности организма

человека и в итоге — сохранение его здоровья»<sup>2</sup>.

С авторской точки зрения, функциональная пища — это естественная или обработанная пища, которая содержит известные или неизвестные биологически активные составы определенного количества и качества, обеспечивающие выгоду для здоровья, которая должна быть клинически доказана. Только после этого можно утверждать, что специфицируемые продукты функционального питания являются важным источником предотвращения, лечения и преодоления хронических заболеваний, сопряженных с возрастом человека, неправильным образом жизни и питания, а также особенностями постоянного места проживания и профессиональной специализацией.

Таким образом, функциональные продукты питания качественно отличаются от обыч-

<sup>2</sup> Указанное определение сформулировано Институтом питания РАМН в рамках проекта «Основы политики Российской Федерации в области здорового питания населения РФ на 2006–2010 годы».

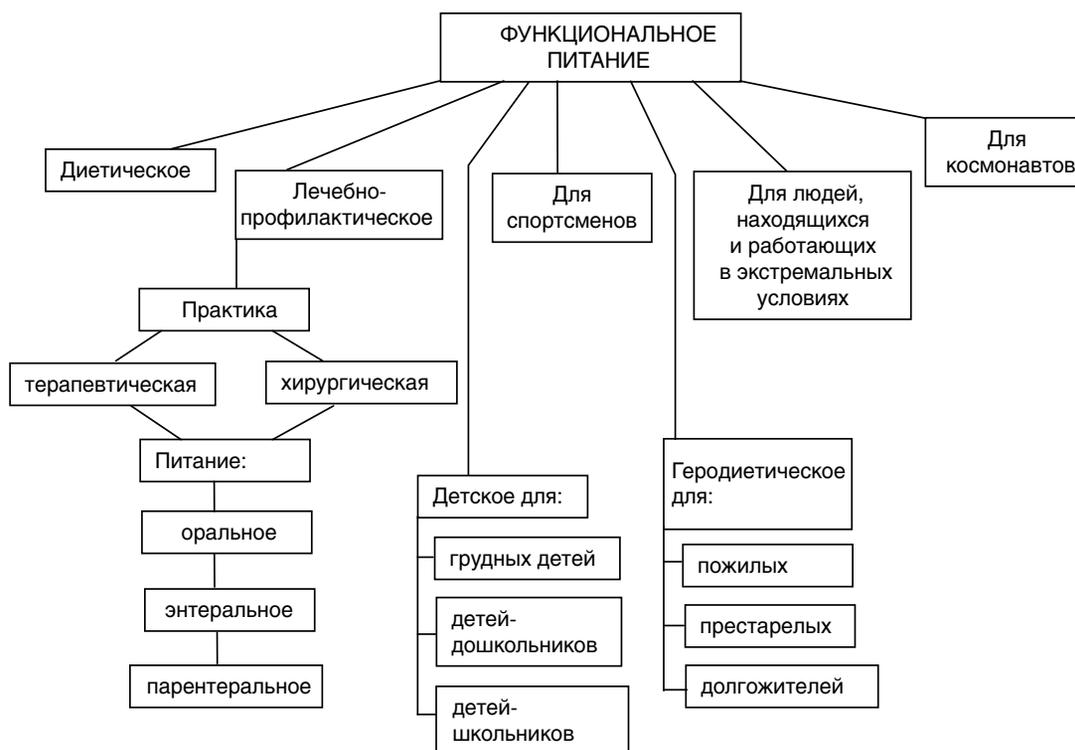


Рис. 2. Общая видовая схема функциональных продуктов питания

ных продуктов питания и лекарств (фармакология). Современные продукты функционального питания должны не только выполнять питательную функцию, но и как можно дольше храниться, быстро приготавливаться и усваиваться. Одновременно они должны служить сохранению здоровья, защите организма (усилению иммунитета), предупреждению хронических заболеваний, восстановлению и лечению.

Нутрицевтики и функциональная еда являются такими продуктами или отдельными частями продуктов, обеспечивающих здоровье и/или медицинские выгоды для целевых потребителей, в том числе в деле предупреждения и лечения заболеваний<sup>3</sup>.

Для развития потребительского доверия важно, чтобы функциональные продукты пи-

тания и нутрицевтики были правильно и четко классифицированы.

Общая видовая схема функциональных продуктов питания представлена на рис. 2.

Официальная характеристика продукции обеспечивает национальному правительству и другим регулирующим учреждениям возможность внедрять необходимые элементы управления — такие, в частности, как товарная маркировка продукции, проверка и контроль в отрасли.

Несмотря на рост рынка, остается нерешенной главная проблема: нигде в мире нет четкой нормативной структуры функциональных продуктов питания, стратегии их создания и продвижения на рынок, нет системы обучения людей.

Создание функционального продукта — это инновация на уровне как его разработки и производства, так и выведения и продвижения на рынок. Чтобы доказать, что мы

<sup>3</sup> Belem M. A. F. Application of biotechnology in the product development of nutraceuticals in Canada. Trends Food Sci & Technol. 10 (3). 1999. P. 101–106.

действительно имеем функциональный продукт питания, нужно оформить следующее:

- 1) научную документацию, подтверждающую медицинские и пищевые свойства продукта для поддержания здоровья;
- 2) информацию о биологически активных компонентах;
- 3) информацию, подтверждающую безопасность компонентов;
- 4) информацию о рекомендованной дозировке функциональных компонентов;
- 5) информацию о биомедицинских характеристиках продукта;
- 6) результат специального пищевого анализа.

### **Глобальный рынок функциональных продуктов питания**

Несмотря на то что популярность продуктов на рынке функционального питания и нутрицевтиков сильно варьируется и часто зависит от исторических и местных пристрастий, индустрия функционального питания обладает международным статусом, работает и развивается во многих странах, имеет значительный потенциал роста на глобальном уровне. Даже несмотря на подробную информацию о размере функционального продовольственного рынка, он является относительно неоднородным и определяется в зависимости от товарной категории: единственное, что объединяет все исследования указанных рынков, то, что функциональные рынки неуклонно растут каждый год, по разным экспертным оценкам, годовой темп роста составляет около 8–14%. Эта тенденция, вероятно, продолжится, так как демографические изменения (например старение населения), влияние неправильного образа жизни, болезни создают повышенный спрос на указанные продукты питания, а также на позиционирование личного / общественного здоровья и благополучия.

Соединенные Штаты Америки в настоящее время — крупнейший и наиболее быст-

ро расширяющийся рынок функциональных продуктов питания и нутрицевтиков в мире<sup>4</sup>. В 2006 году стоимость этой отрасли была 21,3 млрд долл.<sup>5</sup> Сильный внутренний рынок США поддерживают продукты функционального питания, импортируемые из Японии, Северной и Южной Кореи, Китая, Индии, Бразилии, Европейского союза (ЕС), Австралии, Новой Зеландии и других частей мира<sup>6</sup>.

Япония является вторым по величине рынком в мире нутрицевтических продуктов. Он продемонстрировал устойчивые среднегодовые темпы роста в 9,6% в год в течение прошлого десятилетия, и в 2006 г. покупательная способность функциональной пищевой промышленности была 27,1 млрд долл.<sup>7</sup> Японцы изобрели современные функциональные продукты питания в начале 1970-х гг., и с тех пор эта отрасль является одним из лидеров на мировом рынке. Потребление на душу населения нутрицевтиков японцами фактически выше (166 долл. в год), чем в США (136 долл. в год) и ЕС (92 долл. в год). Два типа функциональных продуктов питания были приняты правительством Японии — одобренные медицинскими требованиями или FOSHU (пищевые продукты для здоровья, определенные для использования) и продукты, которые могут обеспечить преимущества для здоровья (без каких-либо жалоб на ухудшение здоровья).

Нутрицевтические и функциональные продовольственные рынки в странах ЕС вы-

<sup>4</sup> World Nutraceuticals, 2006. Industry Study with Forecasts to 2010 & 2015. The Freedonia Group, Cleveland, OH USA.

<sup>5</sup> Datta Banik S. and S. K. Basu (eds), 2002. Environmental perspectives and human responses. National Service Scheme 2000–01: Government of India. S. Graphics, Kolkata, India.

<sup>6</sup> World Nutraceuticals, 2006. Industry Study with Forecasts to 2010 & 2015. The Freedonia Group, Cleveland, OH USA.

<sup>7</sup> Functional Food Japan, 2006. Project Report. Japan.

росли с 1,8 млрд долл. при объеме международного рынка в 5,7 млрд долл. в 1999 г.<sup>8</sup> до 8 млрд долл. при объеме международного рынка 75,5 млрд долл. в 2006 г.<sup>9</sup> В то время как рост этого рынка был значительным, он, как оказалось, подтянул рост данного рынка в других частях мира, т. е. если доля рынка ЕС от мирового рынка в 1999 г. была около 30%, то в 2006 г. она составила только около 10%. Рынок функциональных продуктов питания в рамках ЕС вырос в 5 раз в 2001 г.<sup>10</sup>, а мировой рынок — более чем в 10 раз в 2006 г.<sup>11</sup> Ряд факторов повлиял на ограничение роста индустрии функционального питания во всех странах ЕС. Строгие правила, регулирующие маркировку пищевых продуктов, их разработку, упаковку, маркетинг, регистрацию и лицензирование жестко контролируются в ЕС и были определены экспертами как ограничители размера потребительского рынка в странах ЕС<sup>12</sup>.

Развивающиеся страны — такие как Бразилия, Перу, Кения и др. активно экспортируют ингредиенты для удовлетворения рас-

тущего спроса в развитых странах<sup>13</sup>. В Бразилии указанный сегмент является сравнительно молодым, но быстро растущим, его объем вырос до 1,9 млрд долл. к 2009 г. В Китае объем рынка функциональных продуктов составляет около 6 млрд долл. в год, причем он удвоился в 2010 г.

Индия и Китай — две наиболее значимые страны, известные своими продуктами традиционного функционального питания и нутрицевтиков. Обе имеют большую численность населения, в частности в сельских, отдаленных и труднодоступных районах, которые полностью зависят от растительных лекарственных средств и других естественно доступных биоресурсов, которые они используют, чтобы лечить распространенные болезни, и в качестве общих профилактических и защитных лекарств<sup>14</sup>.

Индия имеет значительную долю международного рынка функциональных продуктов питания и нутрицевтиков и экспортирует продукцию на Дальний Восток, Юго-Восток, Западную и Ближневосточную Азию, а также в районы Северной Африки и страны ЕС. Основные страны экспорта Индии — США и Япония<sup>15</sup>. Стоимость производства, как правило, низкая, что делает продукт конкурентоспособным на азиатских и африканских рынках<sup>16</sup>. Ориентировочная стоимость промышленности, выпускающей указанные продукты, составляет 10 млрд долл. в год с экспортом 1,1 млрд долл. в год, это

<sup>8</sup> Williams M., Pehu E., Ragasa C. 2006. Functional foods: Opportunities and challenges for developing countries. ARD (Agricultural & Rural Developments) Notes, Issue September 2006.

<sup>9</sup> Just-food, 2007. Global market review of functional foods — forecasts to 2012. Aroq Limited. Available online at: <http://www.just-food.com/store/product.aspx?id=44028&lk=pop> [Accessed June 25, 2007].

<sup>10</sup> Kleter G. A., W. M. van der E. J. Krieken, Kok D Bosch, W Jordi and L. J. W. J. Gillissen. 2001. Regulation and exploitation of the genetically modified crops. Nature Biotechnol, 19: 1105–1110.

<sup>11</sup> World Nutraceuticals, 2006. Industry Study with Forecasts to 2010 & 2015. The Freedonia Group, Cleveland, OH USA.

<sup>12</sup> См., например: Breithaupt H. 2004. GM plants for your health. EMBO Rep, 5 (11): 1031–1033; Kleter G. A., W. M. van der E. J. Krieken, Kok D Bosch, W Jordi and L. J. W. J. Gillissen. 2001. Regulation and exploitation of the genetically modified crops. Nature Biotechnol, 19: 1105–1110; Moon W. and S. K. Balasubramanian. 2003. Is there a market for genetically modified foods in Europe? Contingent valuation of Gm and non GM breakfast cereals in United Kingdom. Agri Bio Forum, 6: 128–133.

<sup>13</sup> Williams M., Pehu E., Ragasa C. 2006. Functional foods: Opportunities and challenges for developing countries. ARD (Agricultural & Rural Developments) Notes, Issue September 2006.

<sup>14</sup> Dahanukar S. A., R. A. Kulkarni and N. N. Rege. 2000. Pharmacology of medicinal plants and natural products. Indian J Pharmacol, 32: S81–S118.

<sup>15</sup> Patwardhan B, D Warude P Pushpangadan and N Bhatt. 2005. Ayurveda and Traditional Chinese Medicine: a comparative overview. eCAM., 2 (4): 465–473 (doi: 10.1093/ecam/neh140).

<sup>16</sup> World Nutraceuticals, 2006. Industry Study with Forecasts to 2010 & 2015. The Freedonia Group, Cleveland, OH USA.

значительный вклад во внешний экспортный рынок<sup>17</sup>.

Подобный профиль промышленности может быть разработан и для Китая. Функциональные продукты питания и нутрицевтики — часть традиционной китайской диеты, они также являются значительным компонентом в традиционной китайской медицине (*Traditional Chinese Medicine*). Промышленность представлена приблизительно 1000 малых и средних предприятий, расположенных в Китае<sup>18</sup>. В стране существует устойчивый спрос на функциональные продукты питания и нутрицевтику и дружественная бизнес-среда. Благодаря менее строгим правилам, дешевой рабочей силе, более низким издержкам производства и огромному вовлеченному рынку у Китая есть потенциал, чтобы заявить о себе как о лидере на мировом рынке<sup>19</sup>. Япония, Гонконг, Корея и Сингапур — основные импортеры средств традиционной китайской медицины, они представляют 66% китайского экспорта растительных лекарственных средств<sup>20</sup>. Годовой объем производства травяного производства лекарственных средств оценивается в 48 млрд долл., с предполагаемым экспортом 3,6 млрд долл.<sup>21</sup>

<sup>17</sup> Singh J., A. K. Singh and S. P. S. Khanuja. 2003. Medicinal plants: India's opportunities Pharma Bioworld, 1: 59–66.

<sup>18</sup> AAFC, 2002. The nutraceuticals market in China. Available online at: [http://ats.agr.ca/asia/3826\\_e.htm](http://ats.agr.ca/asia/3826_e.htm) [Accessed March 2, 2007]; Patwardhan B, D Warude, P Pushpangadan and N Bhatt. 2005. Ayurveda and Traditional Chinese Medicine: a comparative overview. eCAM., 2 (4): 465–473 (doi: 10.1093/ecam/neh140).

<sup>19</sup> AAFC, 2002. The nutraceuticals market in China. Available online at: [http://ats.agr.ca/asia/3826\\_e.htm](http://ats.agr.ca/asia/3826_e.htm) [Accessed March 2, 2007]; Patwardhan B, D Warude, P Pushpangadan and N Bhatt. 2005. Ayurveda and Traditional Chinese Medicine: a comparative overview. eCAM., 2 (4): 465–473 (doi: 10.1093/ecam/neh140).

<sup>20</sup> Report of the Ministry of Commerce, 2003. People's Republic of China.

<sup>21</sup> Handa, S. S., 2004. Indian efforts for quality control and standardization of herbal drugs/products. Proc. 1st Joint Workshop on Quality Control & Standardization of Traditional Medicine. January, 8–10.

Потенциальные рынки также могут быть найдены в богатых нефтью ближневосточных странах Персидского залива, таких как Саудовская Аравия, Объединенные Арабские Эмираты, Катар, Оман и Кувейт<sup>22</sup>. Согласно экспертным оценкам спрос на функциональные продукты питания и нутрицевтические продукты будет расти на международном уровне примерно по 6% в год до 2015 г., а Китай и Индия станут быстро растущими рынками.

К сожалению, территории стран СНГ и большей части Африки не рассматриваются экспертами в качестве потенциальных территорий рыночного роста производства и сбыта нутрицевтиков и продуктов функционального питания.

## Российский сегмент рынка функциональных продуктов питания

По оценкам экономистов, у российской экономики в обозримом будущем нет перспектив ни для сильного падения, ни для заметного роста. По всем прогнозам, мировая экономика в ближайшие годы будет расти темпами, не превышающими 3% в год. Такой рост слишком мал для того, чтобы гарантировать стабильный спрос на основную статью российского экспорта — энергоносители и сырьевые ресурсы. Более того, прогресс «зеленой» экономики и развитие технологий разработки нефтеносных песков и добычи сланцевого газа означает неизбежную тенденцию к падению цен на углеводороды и сырье в будущем. А с учетом того, что стоимость добычи нефти и газа в России постоянно растет, страна может со временем лишиться главных источников доходов.

Мало надежды на внутренний спрос. Меры по стимулированию экономики, предпринятые Правительством Российской Федера-

<sup>22</sup> World Nutraceuticals, 2006. Industry Study with Forecasts to 2010 & 2015. The Freedonia Group, Cleveland, OH USA.

ции, не дают ощутимого эффекта. Регулярное повышение пенсий не приводит к росту спроса на товары и продукты, поскольку люди пожилого возраста в России имеют слишком низкий уровень потребления и больше других склонны к сбережению. Зарплаты в бюджетном и коммерческом секторах практически заморожены, что на фоне все еще достаточно высокой инфляции приводит к падению реальных доходов населения и обуславливает снижение уровня потребления.

Негативен для внутреннего спроса и демографический тренд. Сокращение населения в стране будет нивелировать эффект от роста доходов даже в самой отдаленной перспективе.

В последнее время правительство Российской Федерации предпринимает усилия по созданию в нашей стране конкурентных предприятий по производству товаров с высокой добавленной стоимостью. При этом

слишком очевидно, что такие меры не дадут ощутимый эффект в ситуации общей и хронической отсталости экономики и неэффективного государственного управления. Даже в условиях быстро растущего внутреннего спроса в стране не налажено производство широкой номенклатуры потребительских товаров. Рост зарплат и доступность кредитования разогревали потребление импортных товаров.

Российская экономика, таким образом, не имея новых секторов для экспорта, проигрывает и внутренний рынок. Международные корпорации тем временем за счет масштабы и более высокой эффективности своих операций продолжают наращивать свои рыночные доли в России.

В таблицах 1–3 приведена статистика по рынку функционального питания из исследования «Анализ рынка функциональных продуктов в России в 2006–2010 гг., прогноз

Таблица 1

**Продажи по видам функциональных продуктов, Россия, 2006–2011 гг. (млрд руб.)**

Параметр	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Кисломолочные продукты	8,90	11,00	13,64	16,37	15,58	17,88
Хлебобулочные изделия	27,78	33,39	44,62	36,74	40,56	43,13
Каши и хлопья	0,40	0,32	0,45	0,49	0,61	0,70
Прочие функциональные продукты	4,12	5,02	7,07	7,51	9,06	10,64
<b>Итого</b>	<b>41,2</b>	<b>49,73</b>	<b>65,78</b>	<b>61,11</b>	<b>65,81</b>	<b>72,35</b>

Таблица 2

**Прогноз продаж по видам функциональных продуктов, Россия, 2012–2015 гг. (млрд руб.; %)**

Параметр	2012	2013	2014	2015
Кисломолочные продукты	20,01	22,22	25,30	29,42
Хлебобулочные изделия	46,00	48,82	51,56	54,67
Каши и хлопья	0,75	0,84	1,04	1,25
Прочие функциональные продукты	11,36	11,82	12,53	13,14
<b>Итого</b>	<b>78,12</b>	<b>83,7</b>	<b>90,43</b>	<b>98,48</b>

на 2011–2015 гг.», проведенного компанией *BusinesStat*<sup>23</sup>.

Стоимостный объем продаж функциональных продуктов в России постоянно растет. По данным компании *BusinesStat*, в период с 2006 по 2011 гг. оборот рынка вырос на 64%: с 41,2 млрд руб. до 72,36 млрд руб.

## Импорт функциональных продуктов

Импорт отражает параметры ввоза функциональных продуктов питания на территорию России из других стран. В импорте учитывается не вся продукция, ввозимая в страну, а только та, которая предназначена для российского рынка. Транзитная продукция, направляемая на реимпорт в третьи страны, в объеме российского импорта не учитывается.

ченных в нутрицевтический рынок и рынок функциональных продуктов питания, представлен на рис. 3–4.

Заинтересованные стороны-участники рынка могут быть условно разделены на две группы: первую (внутренний круг) и вторую (внешний круг).

Первая группа включает фермеров / производителей, занимающихся выращиванием растительных продуктов; пищевые промышленные и фармацевтические компании, которые производят нутрицевтики и функциональные продукты питания; потребители, покупающих добавки и функциональные продукты питания; средства массовой информации и коммуникации; государственные агентства и властные регулирующие органы, которые отвечают за контроль и обеспечение надлежащего развития индустрии, тщательное изучение и сертификацию качества пищевых продуктов, выда-

Таблица 3

Импорт функциональных продуктов, Россия, 2006–2011 гг.<sup>24</sup>

Параметр	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Импорт (тыс. т.)	4,79	7,14	6,14	3,65	4,55	4,69
Динамика экспорта (% к предыдущему году)	—	48,8	-13,9	-40,6	24,6	3,1

В период 2006–2007 годов натуральный объем импорта функциональных продуктов вырос с 4,8 тыс. т до 7,1 тыс. т. В 2008–2011 годах натуральный объем импорта снизился на 13% по отношению к 2007 г.

В 2012–2015 годах импортные поставки функциональных продуктов будут расти и достигнут 6,9 тыс. т в 2015 г.

## Субъекты рынка функциональных продуктов питания

Графический портрет разных групп заинтересованных сторон, специфически вклю-

чу разрешений для производства и сбыта соответствующей продукции; научно-исследовательские центры и университеты — генераторы инновационных идей, подходов и методов; врачей / целителей, помогающих пациентам сделать правильный нутрицевтический и продуктовый выбор, скорректировать привычный, не всегда разумный образ жизни.

Таким образом, представители первой группы отвечают за выживание, благополучие и развитие рассматриваемой отрасли.

<sup>23</sup> Адрес: 115093, г. Москва, 3-й Павловский пер., д. 1, стр. 57. URL: <http://businesstat.ru>.

<sup>24</sup> URL: <http://www.customs.ru/>. Федеральная таможенная служба РФ. Грузовая таможенная декларация/ транзитная декларация (ГТД/ТД) для участников внешнеэкономической деятельности «Учет перемещения грузов и средств через границу».

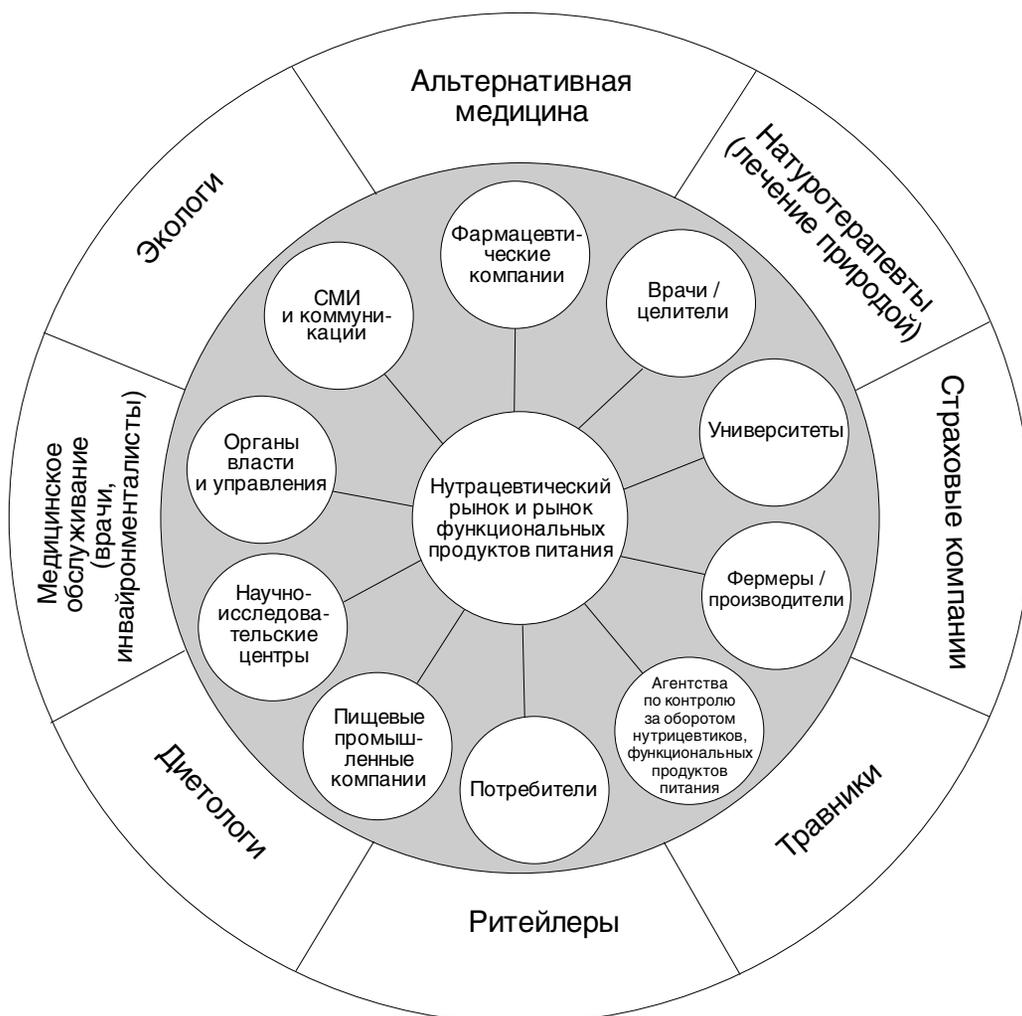


Рис. 3. Участники рынка функциональных продуктов питания

Вторая группа участников состоит из заинтересованных сторон, которые могут существенно помочь в дальнейшем расширении индустрии. Она включает диетологов, альтернативных практикующих врачей, натуротерапевтов, диетологов и травников, являющихся сторонниками применения нутрицевтиков и функциональных продуктов питания, считающих их приемлемыми и желательными продуктами для широкой общественности; экологов и инвайронменталистов (сторонников защиты окружающей среды), борющихся за сохранение естественной природной

среды и выступающих в поддержку потребления здоровой и натуральной пищи; страховые компании, которые обеспечивают безопасность компаний-производителей; розничных продавцов, которые заняты быстрой продажей и распространением выпускаемой продукции.

По экспертным оценкам, 20 лучших функциональных продовольственных компаний составляют около 70% американского рынка, с небольшим количеством многонациональных компаний, имеющих значительную долю рынка. Ключевые крупные участники рынка указаны в табл. 4. Меньшие игроки,



Рис. 4. Цепочка поставок функционального питания

Таблица 4

#### Ключевые конкурентные игроки рынка функциональных продуктов питания

Конкурентные игроки	Основные конкурентные бренды функциональных продуктов питания
<i>PepsiCo</i> (1)	<i>Quaker, Gatorade</i>
<i>Coca-Cola</i> (2)	<i>Vitamin Water, Odwalla</i>
<i>General Mills</i> (3)	<i>Cheerios, Yoplait</i>
<i>Kellogg</i> (4)	<i>Special K, Kashi</i>
<i>Kraft</i> (8)	<i>Capri Sun, Balance Bar</i>
<i>Nestlé</i> (9)	<i>Nesquik, PowerBar</i>
<i>Danone</i> (11)	<i>Activia, Essensis</i>
<i>Unilever</i> (na <sup>1</sup> )	<i>Slim-Fast, Blue Band</i>
<i>Yakult Honsha</i> (na <sup>1</sup> )	<i>Yakult 400, Jole</i>

Источник: PwC Analysis, Nutrition Business Journal, The Wall Street Journal, AC Nielsen, Scientia Advisors, Leatherhead Food International.

тем не менее, в состоянии поддерживать присутствие, создавая специализированные сегменты рынка; например, *Grupo Pascual*

специализируется на производстве молочных напитков, содержащих пребиотическое волокно цикория.

## Заключение

Таким образом, исследовательский анализ генезиса и развития рынка функциональных продуктов питания выявил важные процессы и тенденции. В ближайшие годы рынок функциональных продуктов питания станет самым перспективным и конкурентным в мире.

В настоящее время одним из главных факторов, стимулирующих развитие российского рынка продуктов питания, является тренд здорового образа жизни, так как часть наших граждан стремится заботиться о своем здоровье, хорошем самочувствии, физической форме и готова вкладывать немалые средства в продукты питания, оказывающие полезный эффект. Этот сегмент на рынке многие эксперты считают приоритетным и прогнозируют расширение портфеля специализированных торговых марок. С каждым годом рынок функциональных продуктов питания активно насыщается. Мировой рынок указанных товаров интенсивно развивается, ежегодно увеличиваясь на 15–20%, и на данный момент оценивается экспертным сообществом в 50 млрд долл.

Расширение мирового рынка функциональных продуктов питания и природных лечебных продуктов было вызвано демографическими, экономическими и социальными причинами.

На международном уровне значительные ограничения на рост рассматриваемого сегмента рынка накладывает необходимость правильно маркировать и оценивать воздействие на здоровье нутрицевтиков и функциональных пищевых продуктов. Их безопасность и качество, более глубокое понимание взаимодействия между продуктами, лекарствами и пищевыми добавками являются основными требованиями для их продвижения на международные рынки.

Лидерами указанного рынка выступают США, Великобритания, Германия,

Франция, Италия, Япония, Китай и Индия. В 2012–2015 годах обострится конкурентная борьба на российском рынке продуктов функционального питания. Ключевыми конкурентными игроками будут западные и восточные корпорации и их корпоративные бренды.

## Список литературы

1. Анализ рынка функциональных продуктов в России в 2006–2010 гг., прогноз на 2011–2015 гг. Исследования компании «BusinesStat». URL: <http://businesstat.ru>.
2. Федеральная таможенная служба РФ. Грузовая таможенная декларация/транзитная декларация (ГТД/ТД) для участников внешнеэкономической деятельности «Учет перемещения грузов и средств через границу». URL: <http://www.customs.ru/>.
3. AAFC, 2002. The nutraceuticals market in China. Available online at: [http://ats.agr.ca/asia/3826\\_e.htm](http://ats.agr.ca/asia/3826_e.htm) [Accessed March 2, 2007].
4. Belem M. A. F. Application of biotechnology in the product development of nutraceuticals in Canada. Trends Food Sci & Technol. № 10 (3). 1999. P. 101–106.
5. Breithaupt H. GM plants for your health. EMBO Rep. № 5 (11). 2004. P. 1031–1033.
6. Dahanukar S. A., Kulkarni R. A., Rege N. N. Pharmacology of medicinal plants and natural products. Indian J Pharmacol, 32: S81–S118. 2000.
7. Datta Banik S., Basu S. K. (eds). Environmental perspectives and human responses. National Service Scheme 2000–01: Government of India. S. Graphics, Kolkata, India, 2002.
8. Functional Food Japan, 2006. Project Report. Japan.
9. Handa S. S. Indian efforts for quality control and standardization of herbal drugs/products. Proc. 1st Joint Workshop on Quality Control & Standardization of Traditional Medicine. January, 8–10. 2004.
10. Just-food, 2007. Global market review of functional foods — forecasts to 2012. Aroq Limited. Available online at. URL: <http://www.just-food.com/store/product.aspx?id=44028&lk=pop> [Accessed June 25, 2007].

11. Kleter G. A., W. M. van der E. J. Krieken, Kok, D Bosch, W Jordi and L. J. W. J. Gillissen. 2001. Regulation and exploitation of the genetically modified crops. *Nature Biotechnol*, 19. P. 1105–1110.
12. Moon W., Balasubramanian S. K. Is there a market for genetically modified foods in Europe? Contingent valuation of Gm and non GM breakfast cereals in United Kingdom. *Agri Bio Forum*, 6. 2003. P. 128–133.
13. Patwardhan B., Warude D., Pushpangadan P., Bhatt N. Ayurveda and Traditional Chinese Medicine: a comparative overview. *eCAM.*, 2 (4): (doi: 10.1093/ecam/neh140). 2005. P. 465–473.
14. Report of the Ministry of Commerce, 2003. People's Republic of China.
15. Singh J., Singh A. K., Khanuja S. P. S. Medicinal plants: India's opportunities *Pharma Bioworld*, 1. 2003. P. 59–66.
16. Williams M., Pehu E., Ragasa C. 2006. Functional foods: Opportunities and challenges for developing countries. *ARD (Agricultural & Rural Developments) Notes*, Issue September 2006.
17. World Nutraceuticals, 2006. Industry Study with Forecasts to 2010 & 2015. The Freedonia Group, Cleveland, OH USA.

---

*O. Nikolaev, SUM, MOSCOW, on@rostcentr.ru*

## GENESIS AND DEVELOPMENT OF MARKET OF FUNCTIONAL FOODS

The author comes to the important conclusion, namely, that the international market of functional foods and nutraceuticals is a new growing segment of the global food market, but there is not uniformity in the understanding of market structure and volume. Another fundamental conclusion that follows from the study diagnosed the problems of development, is the inconsistencies of terminology concepts used by different communities of scholars.

The paper identified the major geographic points of growth of the market, as well as its most promising points, and the circle of market participants, directly or indirectly interested groups in its field of action.

**Key words:** genesis and development of market, functional foods, nutraceuticals, interest groups, the international community.