

Оригинальная статья / Original paper

<https://doi.org/10.47370/2078-1024-2025-17-3-133-148>

УДК 664:614.1



Потребление биологически активных добавок (БАД) как фактор культуры здоровьесбережения населения региона: социологический анализ

И.С. Мальцева ✉, И.Н. Дьякова

*Майкопский государственный технологический университет,
г. Майкоп, Российская Федерация
✉ mirin@list.ru*

Аннотация. Введение. Статья посвящена выявлению уровня культуры здоровьесбережения на основе оценки отношения жителей разных полов и возрастных групп населения г. Майкопа к использованию биологически активных добавок (БАД). Здоровье населения напрямую зависит от профилактики здорового образа жизни. Для поддержания здоровья люди принимают БАД.

Материалы и методы. Метод социологического исследования – анкетный опрос и неформализованное интервью. Респонденты – жители г. Майкопа Республики Адыгея разного пола и возраста – высказывали свое отношение к потреблению биологически активных добавок. В анкетировании участвовали 154 человека, которые были разделены по половому и возрастному признаку согласно классификации Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ): молодой возраст, средний, пожилой.

Результаты исследования. Самые активные потребители БАД – это первая группа – молодежь, из них 75% употребляют биологически активные добавки, люди беспокоятся о здоровье, и цель приема – это профилактика, информацию о продукте предпочитают получать из сети Интернет. Люди среднего возраста также принимают БАД (60%), большинство предпочитают фармконсультацию провизора в аптеке при покупке БАД, надеются на поддержание пищеварительной системы. Группа пожилого возраста доверяет рекомендациям врачей и фармацевтическому консультированию (75%), их не интересуют материалы интернет-сайтов. А если они и принимают БАД, то так же, как и более молодые люди, для улучшения работы пищеварительной системы.

Обсуждение и заключение. По результатам социологического интервью и анкетирования было показано, что культура жителей региона в вопросе потребления БАД достаточно высока, об этом свидетельствует высокий процент респондентов, потребляющих БАД, и разумное отношении к рекламе в СМИ, оптимальный уровень доверия к качеству местного производителя БАД. Большинство респондентов понимают, что БАД не являются лекарственным средством и используют их как пищевые добавки для профилактики заболеваний пищеварительной, сердечно-сосудистой и дыхательной систем.

© Мальцева И.С., Дьякова И.Н., 2025

Ключевые слова: здоровьесбережение, БАД, население Майкопа, производители БАД, фармацевтический рынок, информирование, применение БАД

Для цитирования: Мальцева И.С., Дьякова И.Н. Потребление биологически активных добавок (БАД) как фактор культуры здоровьесбережения населения региона: социологический анализ. *Вестник Майкопского государственного технологического университета*. 2025; 17 (3): 133–148. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2025-17-3-133-148>

Consumption of dietary supplements (DS) as a factor in the health-preservation culture of the population: a sociological analysis

I.S. Maltseva ✉, I.N. Dyakova

*Maikop State Technological University,
Maikop, the Russian Federation*
✉ mirin@list.ru

Abstract. Introduction. The article identifies the level of health-preservation culture based on identifying the attitude of residents, different genders and age groups of the population of Maikop to the use of dietary supplements (DS). The health of the population directly depends on the prevention of a healthy lifestyle. To maintain health, people take DS.

The materials and methods. The method of sociological research is a questionnaire survey and an informal interview. Respondents, residents of Maikop, the Republic of Adygea, of different genders and ages, expressed their attitude to the consumption of dietary supplements. The survey involved 154 people, who were divided by gender and age according to the classification of the World Health Organization (WHO): young, middle, elderly.

The results. The most active age of taking dietary supplements is the first group – young age, of which 75% use dietary supplements, people are concerned about their health and the purpose of taking them is prevention, they prefer to get information about the product from the Internet. Middle-aged people also take dietary supplements (60%), most prefer a pharmacist's consultation at the drugstore when buying dietary supplements, they hope to support the digestive system. The elderly group trusts the recommendations of doctors and pharmaceutical consultations (75%), they are not interested in the materials of Internet sites. And if they take dietary supplements, then, like younger people, to improve the functioning of the digestive system.

Discussion and conclusion. According to the results of the sociological interview and questionnaire, it has been shown that the culture of the residents in the issue of consuming dietary supplements is quite high, this is evidenced by the high percentage of respondents consuming dietary supplements, and a reasonable attitude to advertising in the media, an optimal level of trust in the quality of the local manufacturer of dietary supplements. Most respondents understand that dietary supplements are not medicines and use them as dietary supplements for the prevention of diseases of the digestive, cardiovascular and respiratory systems.

Keywords: health preservation, dietary supplements, population of Maikop, dietary supplement manufacturers, pharmaceutical market, information, use of dietary supplements

For citation: Maltseva I.S., Dyakova I.N. Consumption of dietary supplements (DS) as a factor in the health preservation culture of the population: a sociological analysis. *Vestnik Majkopskogo gosudarstvennogo tehnologičeskogo universiteta*. 2025; 17 (3): 133–148. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2025-17-3-133-148>

Благодарности

Работа выполнена в рамках реализации конкурса научно-исследовательских проектов, выполняемых научными коллективами Майкопского государственного технологического университета (ФГБОУ ВО «МГТУ») по теме «Разработка и обоснование состава, технология и стандартизация фитопрепаратов и биологически активных добавок ангиопротективного, противовоспалительного, противомикробного и диуретического действия» (договор № НП 1-2025).

Note of acknowledgment

The research was carried out within the framework of the competition of research projects carried out by research teams of Maykop State Technological University (Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «MSTU») on the topic «Development and substantiation of the composition, technology and standardization of herbal preparations and biologically active additives with angioprotective, anti-inflammatory, antimicrobial and diuretic action» (contract No. NP 1-2025).

Введение. Социология здоровья как направление в гуманитарных исследованиях сформировалась в 1960–1970 годы, когда ученые пришли к выводу, что здоровье человека зависит не только от эпидемиологических условий, но и во многом от социальной составляющей повседневной жизни людей. По положению Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) здоровье определяется как состояние физического, психологического и социального благополучия, а не только отсутствием болезни [14]. Стремление к высокому качеству физической жизни заставляет общество и бизнес искать способы его достижения и поддержания через различные практики – спорт, spa-процедуры, пребывание на курортах и пр. Одним из таких способов с недавних времен стал регулярный прием биологически активных веществ (БАД), по утверждению производителей благотворно влияющих на разнообразные жизненно важные функции организма. Достаточно агрессивная реклама БАД в средствах массовой коммуникации может провоцировать злоупотребление ими, что может приводить к вреду для здоровья потребителей. Поэтому важно отслеживать отношение населения к БАД, диагностировать уровень культуры здоровьесбережения,

выявлять источники информации, которыми пользуются покупатели препаратов, определять мнение населения о самых «слабых звеньях» в структуре организма, требующего фармакологической поддержки.

Тема настоящего исследования – социологический анализ практики применения биологически активных добавок (БАД) жителями г. Майкопа. Проблема биологически активных добавок начинается с культуры их потребления. Часть населения использует БАД вместо лекарств, принимают их бесконтрольно. При этом БАД влияют на различные процессы в организме и могут как облегчить состояние, так и нанести вред здоровью. Вследствие этого целью нашего исследования является определение уровня культуры здоровьесбережения через выявление отношения и форм потребления БАД разными категориями населения г. Майкопа.

Обзор литературы. Значительное увеличение продолжительности жизни населения в последнее столетие во многом определяется результатом научных достижений, таких как открытие антибиотиков, интенсивным развитием фармацевтической индустрии, формированием аптечных сетей, доступностью лекарств от нетяжких распространенных

болезней. Общество стало активным потребителем лекарственных средств (ЛС), вследствие чего бизнес в сфере фармации стал более прибыльным по отношению ко многим другим сегментам производства. При этом сам фармацевтический бизнес зависит от множества факторов, связанных с экономическими, политическими, общекультурными аспектами. В условиях социально-экономического кризиса при падении реальных доходов населения, удорожания продуктов питания и предметов первой необходимости потребление ЛС снижается, что приводит к ухудшению показателей здоровья населения [7].

Для поддержания здоровья в России реализуются программы, направленные на профилактику и предотвращение заболеваний, например: Федеральный проект «Укрепление общественного здоровья» в рамках национального проекта «Демография»; государственная программа «Развитие здравоохранения», которая содержит подпрограмму «Совершенствование оказания медицинской помощи, включая профилактику заболеваний и формирование здорового образа жизни» [6].

В приказе Министерства здравоохранения «Об утверждении Стратегии формирования здорового образа жизни населения, профилактики и контроля неинфекционных заболеваний на период до 2025 года» отмечается, что в стране существует много проблем, препятствующих повышению здоровья людей, таких как: «... не организован учет и не разработаны объективные индикаторы потребления населением поваренной соли, сахара, трансизомеров жирных кислот, насыщенных животных жиров, оказывающих вредное влияние на здоровье человека. Недостаточны меры по ограничению продажи поблизости образовательных организаций продуктов питания, вредных для здоровья детей, таких как сладкие газированные напитки, фаст-фуд, чипсы, шоколадные батончики. Целесообразно ограничение рекламы колбасных изде-

лий. Не запрещена реклама объективно не доказанной пользы для здоровья или лечебных свойств целого ряда рекламируемых пищевых продуктов» [11].

В современных реалиях в научных исследованиях утверждается, что источником энергии нужно считать не только пищевые продукты, но и применение БАД – препаратов, которые способны поддерживать различные функции организма. Определение понятию биологически активных добавок было дано в статье 3 Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», в статье 1 Федерального закона от 02.01.2000г. N 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов». БАД – это природные и (или) идентичные природным биологически активные вещества, а также пробиотические микроорганизмы, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в состав пищевой продукции. Данное определение часто интерпретируется противоречиво в зависимости от конкретного автора [16].

Итак, БАД – это композиции природных или идентичных природным биологически активных веществ, получаемых из растительного, животного или минерального сырья, а также (реже) путем химического или микробиологического синтеза. Исследователи выделяют различные классификации БАД, которые можно характеризовать по составу, функциональной активности, а также по предполагаемому эффекту от применения в зависимости от того, к какой группе они относятся: нутрицевтики, парафармацевтики и эубиотики. В зависимости от состава БАД могут содержать витамины, минералы, углеводы, аминокислоты, жирные кислоты, продукты пчеловодства, другие элементы, которые ассоциируются с аптечным ассортиментом. В идеале основная их роль – это поддержание здоровья, укрепление иммунитета, восполнение дефицита веществ [4].

Согласно федеральному законодательству и Роспотребнадзору БАД не являются лекарственными препаратами, что относит их к пищевой продукции. Стандартов производства БАД не существует, они не проходят доклинические и клинические испытания. Контроль качества заключается лишь в оценке их безопасности как пищевых продуктов. В то же время Федеральный закон от 07.06.2025 № 150-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» разрешил «...медицинским работникам в порядке, установленном Минздравом России по согласованию с Роспотребнадзором, назначать зарегистрированные биологически активные добавки, включенные в перечень биологически активных добавок, при наличии показаний к их применению. Биологически активные добавки назначаются в соответствии со схемами их применения, установленными методическими рекомендациями» [17].

Как видим, данная группа веществ лекарственными средствами не является, но при этом они могут назначаться медицинскими работниками для лечения. Противоречивость и двойственность в отношении БАД прослеживается во многих других аспектах. Так, к примеру, упаковка должна содержать информацию о том, что БАД не являются лекарственным средством, а также обязательно содержать данные о показаниях и о противопоказаниях для применения при отдельных видах заболеваний. С осторожностью нужно использовать БАД кормящим матерям и беременным женщинам, причем только после предварительной консультации со своим лечащим врачом. Исследования, касающиеся тестирования использования БАД в данной группы населения, не полностью изучены, но в то же время доказано, что фолиевая кислота снижает риск определенных врожденных дефектов у плода и часто рекомендуется для приема беременным женщинам [13], [14].

Законодательно отнесенные к пищевым продуктам БАД нельзя рассматривать как замену еды, они лишь пополняют рацион для полноценного и здорового питания. Но БАД, содержащие кальций и витамин D, важны для поддержания прочности костей и уменьшения потери костной массы, полиненасыщенные жирные кислоты омега-3 могут помочь людям с заболеваниями сердца, и данный список можно продолжить еще многочисленными примерами [8].

При производстве БАД нет необходимости придерживаться строгих правил GMP (надлежащая производственная практика), которые устанавливают требования к организации производства и контроля качества лекарственных средств для медицинского и ветеринарного применения. Однако для законной продажи БАД в аптеках, на маркетплейсах и других площадках производителю нужно получить сертификат. Данный документ получают в уполномоченных организациях – ООО «Центр СанПит-Контроль» или ООО «Координационный центр СДС», сертификат фиксируется в реестре Роспотребнадзора. С октября 2023 года в России введена обязательная маркировка для биодобавок для производителей, с весны 2024-го – для розничных продавцов. Правила определены Постановлением Правительства РФ от 31.05.2023 № 886. На каждую упаковку наносится специальный код в формате Data Matrix для идентификации в системе «Честный знак». Он сканируется на каждом этапе, а в государственной информационной системе (ГИС) отображается весь процесс от производства до продажи. За несоблюдение требования маркировки предусмотрены штрафы. Производители и продавцы БАД должны обмениваться данными с государственной информационной системой мониторинга, включая информацию о производстве, реализации и отзывах на фармацевтическую продукцию [9, 10].

Как видим, проблема вопроса начинается с определения БАД, производства и заканчивается применением, так как существуют двойственность понятия, полумеры государственного регулирования и многие решения отданы покупателям на собственное рассмотрение и оценивание пользы или риска потребления.

Факторы, влияющие на потребление БАД в коммерческом секторе фармацевтического рынка, интересуют многих аналитиков. А.С. Гаврилов, О.Н. Зуева в своей работе анализируют номенклатуру наиболее популярных БАД, вносят предложения по развитию отечественного рынка [2]. Некоторая часть публикаций отражает проблему потребления БАД в маркетинговых исследованиях, например, коллективная работа И.С. Антоновой, А.Д. Весниной, В.Г. Шадрина, в которой они утверждают, что «...БАД лишены основных недостатков лекарственных препаратов: привыкания, аллергических реакций, накопления лекарственных компонентов в организме человека» [1].

Ю.А. Пухакайнен и Е.В. Мерчи в своей работе выделяют топ-5 факторов при выборе БАД потребителями, и выглядят они следующим образом: на первом месте состав БАД, далее – покупатели верят обещаниям производителя, следующим фактором покупки является стоимость и уже в конце списка – страна изготовления и бренд [12]. В то же время С.Н. Ивакина и Т.В. Шайхатарова на основе данных собственного социологического опроса потребителей биологически активных добавок отмечают, что в реальной жизни стоимость препарата стоит на первом месте. Портрет потребителя БАД в Республике Башкортостан, по мнению авторов, выглядит следующим образом: человек, который готов потратить на покупку не более 200 рублей в месяц и отдает предпочтение продукции отечественного производства [3].

В.А. Ковалев и О.А. Маслова проводят социологическое исследование на

основе жалоб, поступивших в Росздравнадзор Минздравсоцразвития России и приходят к выводу, что производство и потребление изделий медицинского назначения и лекарственных средств в Российской Федерации имеют свои особенности, связанные с большим числом поставщиков из стран-производителей, где невозможен контроль качества на стадии производства. Это обстоятельство требует создания такой системы контроля качества изделий медицинского назначения и лекарственных средств, поступающих на российский рынок, которая в состоянии обеспечить надежный контроль и высокое качество закупаемой продукции [5].

Материалы и методы. Эмпирическим материалом для статьи послужили результаты социологического опроса, проведенного авторами среди населения г. Майкопа. Методами социологического исследования стали анкетный опрос и интервью с покупателями БАД непосредственно в месте их продажи – аптеке. После постановки проблемы были сформированы цели и задачи исследования, на основе которых составлены вопросы анкеты и интервью. Интервью строилось как неформализованная беседа с респондентами, которые согласились в ней участвовать. В опросный лист анкеты входили вопросы, касающиеся отношения респондентов к приему БАД, выявления источников информации о препаратах, которые они приобретают и используют, о роли доверия к отечественным производителям БАД и пр. Структура анкеты представлялась смешанной по форме, в которой присутствовали закрытые вопросы (выбор ответа только из предлагаемых вариантов), а также открытые вопросы, когда предлагалось самим респондентам сформулировать ответ. Анкетирование проводилось онлайн в системе Яндекс-формы. Все респонденты являлись совершеннолетними (старше 18 лет),

работающими или студентами. Опрошенные были дифференцированы по возрасту и полу. Возрастные категории использовали согласно классификации Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), они распределились следующим образом: группа 1 молодой возраст – 18–44 года; группа 2 средний возраст – 45–59 лет; группа 3 пожилой возраст – 60–74 года [18]. Статистическая обработка полученных результатов производилась в цифровой программе Microsoft Excel.

Результаты исследования. Город Майкоп является столицей Республики Адыгея, находится в области с влажным умеренным климатом, мягкой зимой и длительным летом (около 5 месяцев). Население 138 тыс. человек различных национальностей согласно своим народным традициям имеют пищевые предпочтения, но объединяет людей их проживание в одной биогеохимической провинции и, как следствие, общие проблемы здоровья, возникающие от нехватки йода в воде, повышенной солнечной радиации. Йодная недостаточность приводит к нарушению образования гормонов щитовидной железы, гипотиреозу и эндемическому зобу. Для предотвращения возникающих проблем население принимает биологически активные добавки. В анкетировании участвовало 154 человека, из которых 18 мужчин (11,7%) и 136 женщин (88,3%). Возрастные группы представлены следующими значениями: молодой возраст – 77,9%, средний – 19,5%, пожилой – 2,6%.

На начальном этапе опроса провели оценку различных аспектов отношения к БАД среди всех опрашиваемых, не разделяя на возрастные категории. Выяснили, что среди 154 опрошенных людей 70,1% принимают биологически активные добавки к пище. Это показывает, что дан-

ный вид продукции в настоящее время пользуется популярностью среди населения, так как после продолжительного зимнего периода у многих возникают авитаминозы, проявляются последствия всплеск инфекционных заболеваний и многие другие недомогания, которые требуют применения БАД для поддержания здоровья и иммунитета человека. В большинстве случаев в состав данной парафармацевтической продукции входят лекарственное растительное сырье и его компоненты, которые обеспечивают мягкое действие, низкую токсичность, снижают риск развития побочных эффектов и появления аллергических реакций. Но не следует забывать о возможной гиперчувствительности, индивидуальной непереносимости компонентов, поэтому данные факторы также учитывают при реализации БАД в аптечной организации. 83,1% респондентов отметили отсутствие аллергии на фитопрепараты и пыльцу растений, что свидетельствует о возможности применения препаратов, имеющих в своем составе растительное природное сырье. Однако оставшиеся 16,9% являются группой риска для возникновения нежелательных реакций, что должны учитывать производители и реализаторы.

Обычно БАД используют для поддержания иммунной системы, обменных процессов и общего состояния организма, для улучшения качества жизни, ведь они могут применяться в период восстановления после перенесенного заболевания, в зимний и весенний период авитаминозов в качестве вспомогательной терапии. Большинство анкетированных (55%) применяют БАД для улучшения работы пищеварительной системы организма, наименьшее число респондентов (5%) применяют для поддержания кровеносной системы своего организма (рис.1).

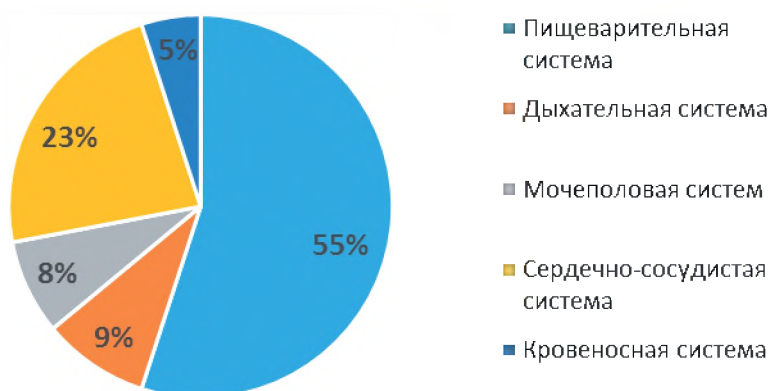


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос: «Для улучшения работы какой системы Вашего организма Вы принимаете или рассматриваете к применению БАД?»

Fig. 1. Distribution of responses to the question: «Do you take or consider taking dietary supplements to improve the functioning of any system of your body?»

Респонденты отдали предпочтение БАД для пищеварительной системы, так как считают, что во время приема происходит оптимизация обмена веществ, восстановление микрофлоры кишечника, компенсация недостатка ферментов; 23,4% выбрали препараты для сердечно-сосудистой системы, так как ждут от приема таких БАД улучшения свертываемости, микроциркуляции крови, снижения уровня триглицеридов; 9,1% выбрали поддержку дыхательной системы в надежде на помощь в очищении легких от мокроты, восстановлении после иммунодефицита, снижении интенсивности образования опухолей. Важным социологическим выводом может служить тот факт, что современная напряженная жизнь в наибольшей степе-

ни может негативно влиять на состояние здоровья, особенно на пищеварительную и сердечно-сосудистую системы.

При ответе на вопрос «Какой результат Вы ожидаете получить при приеме БАД?» 61% опрошенных при применении БАД ожидают получить профилактический эффект, 24,7% респондентов рассчитывают на эффект, близкий к действию лекарственных средств (рис. 2). Анализируя данный факт, надо отметить, что большинство людей понимают, что биологически активная добавка не является лекарством, но в тоже время достаточно много людей верит, что если этот продукт продается в аптеке, значит, должен лечить. Около 87% респондентов не планируют длительный прием данного вида продукции.



Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «Какой результат Вы ожидаете получить при приеме БАД?»

Fig. 2. Distribution of responses to the question: «What do you expect from taking dietary supplements?»

На вопрос «В какой форме Вы желали бы получить информацию о БАД» 45,5% респондентов хотели бы получать консультации грамотного специалиста в аптечной организации. 37,7% довольствуются информированием с помощью специализи-

рованных сайтов в Интернете, так как это удобно и быстро, с его помощью можно заблаговременно получить информацию о товаре, находясь в разных геолокациях, сравнить состав, цены и принять решение о покупке (рис. 3).



Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «В какой форме Вы желали бы получить информацию о БАД?»

Fig. 3. Distribution of responses to the question «How would you like to receive information about dietary supplements?»

Этот факт подтверждается следующим результатом: при приобретении БАД 58,4% людей в реальности не использовали услуги фармацевтического консультирования в аптечной организации.

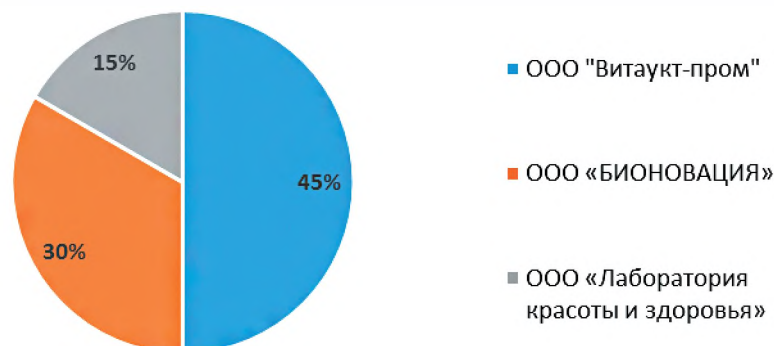
Изучив ответы на данный вопрос было выявлено, что многие респонденты из первой возрастной группы (до 44 лет) активно используют современные взаимодействия между покупателями и аптечными организациями. Так, например, они практикуют заказ БАД на сайте или в мобильном приложении, чтобы забрать их в ближайшей аптеке (Click & Collect). При этом в аптеке организуется специальная зона для выдачи онлайн-заказов. Также многие используют размещение в торговом зале QR-кодов, позволяющих покупателям быстро перейти на сайт или в мобильное приложение для получения дополнительной информации или заказа БАД, отсутствующих в данный момент в аптеке.

Важным участником формирования оптимального уровня здоровьесбережения являются производители БАД. Республика Адыгея на своей территории имеет

широкое разнообразие лекарственных растений, что позволяет разрабатывать и реализовывать биологически активные добавки на основе местного сырья. Такие БАД пользуются популярностью среди местного населения, что подтверждает результат анкетирования, где 77,9% жителей Майкопа отдают им предпочтение. Основным производителем БАД в Республике Адыгея является ООО «Витаукт-пром». Меньше половины (45% респондентов) знают о продукции ООО «Витаукт-пром». Специалисты компании разрабатывают технологию производства биологически активных веществ из лекарственных растений, выращенных на собственных плантациях, расположенных в окрестностях станицы Абадзехской. На предприятии ООО «Витаукт-пром» осуществляется полный цикл производства. Он включает сушку сырья, измельчение и смешивание, изготовление жидких комплексных полиэкстрактов и таблетированных форм, а также фасовку и упаковку. Предприятие

имеет аптеку в Майкопе, где реализует собственную продукцию. Надо отметить, что большинство респондентов не знают

местных производителей БАД, отвечают наугад и в основном верят отзывам на продукцию в сети Интернет (рис. 4).



**Рис. 4. Распределение ответов на вопрос
«Назовите основного производителя БАД в Республике Адыгея»**

**Fig. 4. Distribution of answers to the question
«Name the main manufacturer of dietary supplements in the Republic of Adyghea»**

В социологии по многим аспектам принято дифференцировать результаты эмпирического исследования по гендерному принципу. Проблема здоровьесбережения требует такого рассмотрения, т. к. на практике можно замечать разное отношение мужчин и женщин к вопросам здоровья, болезни и лечения. Мы посчитали также целесообразным сравнить отношение мужчин и женщин к БАД (рис. 5). В решении этой задачи использовали как анкетирование, так и социологическое интервью, проводимое в аптеках г. Майкопа. Респондентов-женщин больше (88,3%), так как они легче идут на контакт, делятся своим мнением, рассказывают о своих болезнях, переживаниях. В данном случае место выбора интервью – аптека – способствует этому. Респонденты женского пола тщательно изучают ассортимент БАД в аптеке, стремятся получить больше информации, чтобы лучше понять характеристики товара (показания к применению, возможные побочные эффекты, ценовую категорию, бренд, производителя) и принять решение о возможной покупке.

Обобщив полученные данные из интервью, следует добавить, что многие женщины с большим удовольствием пользуются дисконтными картами, различными

акциями и скидками, предоставляемыми в аптечной организации, следят за рекламой в СМИ. Из всех опрошиваемых женщин 70,6% принимают БАД: ради профилактики болезней – 60,3%; в фармацевтическом консультировании нуждаются 44,1%, при этом 36,8% используют информационно-программные продукты, и многие – 82,4% – предпочитают БАД местного производителя и доверяют их безопасности, так как Республика Адыгея считается экологически чистым районом. В приоритете прием БАД для поддержания работы пищеварительной системы – 54,4%.

Мужчины меньше интересуются рекламой, акциями и ценами, если принимают БАД, то ради профилактики (66,7%). Среди тех, кто не принимают БАД, в основном мужчины, которые ждут от препарата эффекта лекарственного препарата. Таких 11,1%, остальные затруднились ответить. При покупке БАД консультируются с провизорами только 22,2%, часть других – 44,4% – используют информацию сайтов. 55,6% считают, что данная продукция нужна для поддержания работы пищеварительной системы, и многие покупают БАД согласно пожеланию супруги, не вдаваясь в детали. Интересуются местными производителями только 44,4%.

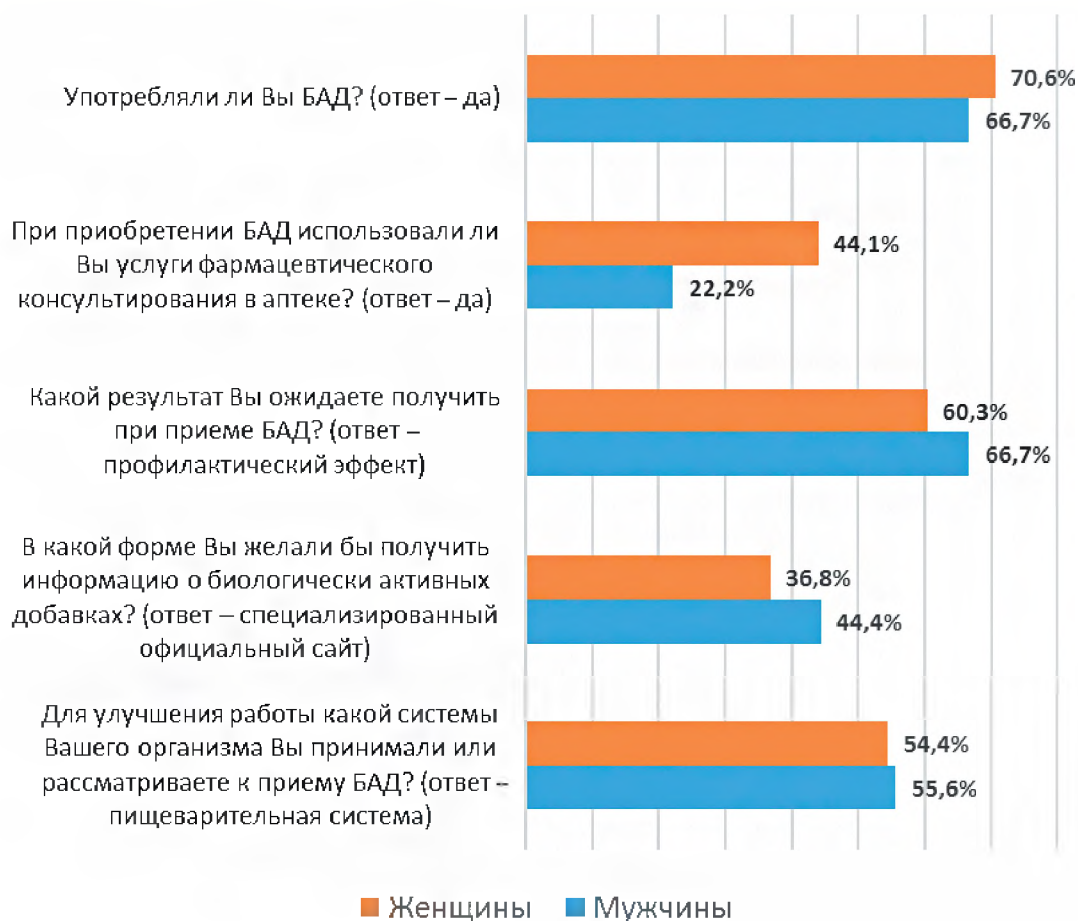


Рис. 5. Распределение ответов на вопросы анкеты респондентов по признаку пола

Fig. 5. Distribution of responses to survey questions by gender

Наблюдается схожесть в ответах мужчин и женщин, разница в формах получения информации о БАД: мужчины предпочитают неконтактный способ, женщины с удовольствием общаются с провизором аптеки по поводу покупки БАД.

Одна из поставленных задач исследования – это сравнение результатов опроса по признаку возраста с целью определения тенденций изменения мнения о БАД респондентов в зависимости от возраста (табл. 1). Опрашиваемые группы неравноценны по количеству респондентов, процент рассчитывался от общего количества людей в группе. Самый активный

возраст приема БАД – это первая группа, от 18 до 44 лет. Из данной группы 75% употребляют биологически активные добавки, это, возможно, связано с тем, что люди беспокоятся о здоровье и цель приема – это профилактика (65%). Информацию о продукте получают из сети Интернет (45%), но также прислушиваются к фармацевтическому консультированию (40%). Молодые жители г. Майкопа являются частью населения, которая к совершению покупки того или иного продукта аптечного ассортимента подходит довольно выборочно, предварительно ознакомившись с ценами и отзывами в сети Интернет (рис. 6).

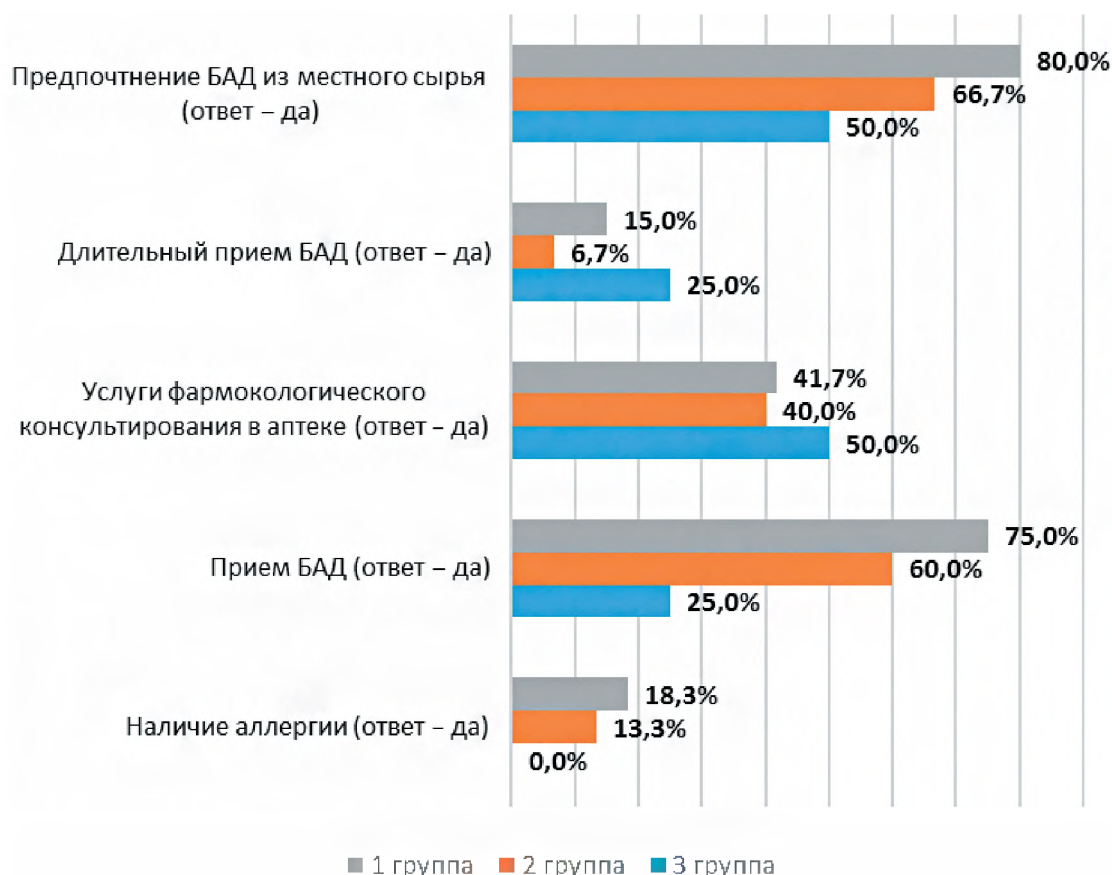


Рис. 6. Распределение ответов на вопросы анкеты среди трех возрастных групп

Fig. 6. Distribution of responses to questionnaire among three age groups

Группа 2 – среднего возраста (45–59 лет) – также принимает БАД (60%), но уже более скептически относится к употреблению добавок, увеличился процент (26%) людей, у которых нет особых завышенных ожиданий в отношении этой группы продукции. Падает интерес к информационно-программным продуктам, и большинство (66,7%) предпочитает общение с провизором в аптеке, требуют выявления плюсов и минусов добавления биологически активных добавок к рациону питания. Люди сомневаются в целесообразности приема, те же, кто покупает БАД, надеются на поддержание пищеварительной (46%) и сердечно-сосудистой системы (33,0%).

Проанализировав данные, представленные на рис. 5 и в таблице 1, видим, что

прием БАД с возрастом падает, возможно, это объясняется увеличением хронических заболеваний (полиморбидная патология), которые требуют приема большого количества лекарственных препаратов (полипрагмазия), как следствие, врачи опасаются неизученного взаимного влияния веществ, входящих в состав БАД и ЛП, поэтому не рекомендуют дополнительно принимать вещества, которые могут нанести вред пациентам. Группа 3 – пожилого возраста (60–74 года) – уделяет большое внимание рекомендациям врачей и фармацевтическому консультированию (75%), их не интересует информационные материалы сайтов Интернет, а если они и принимают БАД, то в основном для улучшения работы пищеварительной системы.

Таблица 1. Распределение ответов на вопросы анкеты среди трех возрастных групп (в %)

Table 1. Distribution of responses to questionnaire among three age groups (in %)

Гр.	Ожидание от приема БАД		Источник информации о БАД		Цель приема БАД*	
1	Профилактика	65,0	Информация на интернет-сайтах	45,0	Пищеварительная система	56,0
	Лечебный эффект	25,0	Фармакологическое консультирование в аптеке	40,0	Сердечно-сосудистая система	36,6
	Нет ожидания	10,0	Не интересуюсь	15,0	Дыхательная система	8,3
2	Профилактика	46,6	Информация на интернет-сайтах	6,6	Пищеварительная система	46,7
	Лечебный эффект	26,6	Фармакологическое консультирование в аптеке	66,7	Сердечно-сосудистая система	33,0
	Нет ожидания	26,8	Не интересуюсь	26,7	Дыхательная система	6,6
3	Профилактика	25,0	Информация на интернет-сайтах	0	Пищеварительная система	50,0
	Лечебный эффект	25,0	Фармакологическое консультирование в аптеке	75,0	Сердечно-сосудистая система	25,0
	Нет ожидания	50,0	Не интересуюсь	25,0	Дыхательная система	25,0

Цель приема БАД* – есть еще варианты ответа: мочеполовая и кровеносная система, но ответы на них единичны.

Обсуждение и заключение. По результатам социологического интервью и анкетирования было показано, что культура жителей региона в вопросе потребления БАД достаточно высока, об этом свидетельствует высокий процент респондентов, потребляющих БАД, и разумное отношении к рекламе в СМИ, оптимальный уровень доверия к качеству местного производителя БАД. Большинство респондентов понимают, что БАД не являются лекарственным средством, и используют их как пищевые добавки для профилактики заболеваний пищеварительной, сердечно-сосудистой и дыхательной систем. Важным показателем

культуры здоровьесбережения является серьезное отношение населения к источникам информирования о БАД, которыми могут выступать материалы специализированных сайтов и консультации специалистов – работников аптек. Исследование также показало, что производство БАД сопряжено с рядом противоречий из-за несогласованности нормативных положений разных ведомств, которые необходимо последовательно решать на законодательном уровне. Главный вывод исследования – население г. Майкопа ответственно относится к своему здоровью как значимому ресурсу личного и общественного благополучия.

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов

CONFLICT OF INTERESTS

The author declares no conflict of interests

ЛИТЕРАТУРА

1. Антонова И.С., Веснина А.Д., Шадрин В.Г. Маркетинговое исследование рынка биологически активных добавок // Техника и технология пищевых производств. 2020. Т. 50, № 3. С. 503-514.

2. Гаврилов А.С., Зуева О.Н. Биологически-активные добавки к пище: проблемы и перспективы // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. 2020. № 2 (61). С. 103-109.

3. Ивакина С.Н., Шайхатарова Т.В. Изучение потребительских предпочтений при покупке биологически активных добавок в аптечных организациях Республики Башкортостан // Вопросы обеспечения качества лекарственных средств. 2020. № 4 (30). С. 14-20.

4. Как продавать БАДы в соответствии с законом: сайт. Обновляется в течение суток. URL: <https://robokassa.com/blog/articles/kak-prodat-bady-v-sootvetstvii-s-zakonom> (дата обращения 20.06.2025).

5. Ковалев В.А., Маслова О.А. Современное состояние качества высокотехнологичной и лекарственной помощи в Российской Федерации (по данным социологического исследования) // Проблемы стандартизации в здравоохранении. 2009. № 3/4. С. 3-10.

6. Левицкая Н.А., Варданян Н.Б. Профилактика социально значимых заболеваний в РФ. Инновационный подход: монография. М.: Русайнс, 2020. 126 с.

7. Мальцева И.С., Гаченко Р.А. Потребление лекарственных средств населением как показатель культуры здоровьесбережения в регионе // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2024. Т. 16, № 1. С. 121-131.

8. Об утверждении санитарных правил и норм СанПиН 3.3686-21 «Санитарно-эпидемиологические требования по профилактике инфекционных болезней» [Электронный ресурс]: Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.01.2021 г. № 4. URL: <https://base.garant.ru/400342149/> (дата обращения 10.06.2025).

9. Об утверждении перечня случаев, при которых продажа товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, запрещена [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 21.11.2023 г. № 1944. URL: <https://base.garant.ru/400342149/> (дата обращения 10.06.2025).

10. 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 [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 31.05.2023 г. № 886. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_448572/ (дата обращения 10.06.2025).

11. Об утверждении Стратегии формирования здорового образа жизни населения, профилактики и контроля неинфекционных заболеваний на период до 2025 года [Электронный ресурс]: Приказ Министерства здравоохранения РФ от 15 января 2020 г. № 8. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/73421912/?ysclid=mcshd9k734235854333> (дата обращения 10.06.2025).

12. Пухакайнен Ю.А., Мерчи Е.В. Анализ потребительских предпочтений при выборе биологически активных добавок // Фармакоэкономика: теория и практика. 2023. Т. 11, № 2. С. 46.

13. Специализированные пищевые продукты. БАДы – Центр гигиены и эпидемиологии в Челябинской области: сайт. Обновляется в течение суток. URL: <https://fbuz-74.ru/> (дата обращения 10.06.2025).

14. Сурмач М.Ю. Качество жизни, связанное со здоровьем, как предмет изучения социологии медицины // Социология. 2011. № 2. С. 100-104.

15. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека в Республике Адыгея: сайт. Обновляется в течение суток. URL: https://fbuz01.rospotrebnadzor.ru/dlya-grazhdan/zdorovoe-pitanie/bady/?sphrase_id=6359 (дата обращения 24.06.2025).

16. О качестве и безопасности пищевых продуктов [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 02.01.2000 № 29-ФЗ (последняя редакция). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_25584/ (дата обращения 10.06.2025).

17. Официальное опубликование правовых актов [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 07.06.2025 № 150-ФЗ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_448572/ (дата обращения 10.06.2025).

18. Чуднова О.В. Алгоритм базового анализа данных социологического опроса в программе MS Excel [Электронный ресурс] // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 4, ч. 5. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2015/04/45596> (дата обращения: 05.06.2025).

REFERENCES

1. Antonova I.S., Vesnina A.D., Shadrin V.G. Marketing research of the market of biologically active additives // Equipment and technology of food production. 2020. Vol. 50, No. 3. P. 503-514. [In Russ.]
2. Gavrilov A.S., Zueva O.N. Biologically active food additives: problems and prospects // Technology and commodity science of innovative food products. 2020. No. 2 (61). P. 103-109. [In Russ.]
3. Ivakina S.N., Shaykhatarova T.V. Study of consumer preferences when purchasing biologically active additives in pharmacy organizations of the Republic of Bashkortostan // Issues of ensuring the quality of medicines. 2020. No. 4 (30). P. 14-20. [In Russ.]
4. How to sell dietary supplements in accordance with the law: website. Updated within 24 hours. URL: <https://robokassa.com/blog/articles/kak-prodavat-bady-v-sootvetstvii-s-zakonom> (date of access: 20.06.2025). [In Russ.]
5. Kovalev V.A., Maslova O.A. Current state of the quality of high-tech and drug care in the Russian Federation (according to sociological research) // Problems of standardization in healthcare. 2009. No. 3/4. P. 3-10. [In Russ.]
6. Levitskaya N.A., Vardanyan N.B. Prevention of socially significant diseases in the Russian Federation. Innovative approach: a monograph. Moscow: Rusains, 2020. 126 p. [In Russ.]
7. Maltseva I.S., Gachenko R.A. Consumption of medicines by the population as an indicator of health-preserving culture in the region // Bulletin of Maikop State Technological University. 2024. Vol. 16, No. 1. P. 121-131. [In Russ.]
8. On approval of sanitary rules and regulations SanPiN 3.3686-21 «Sanitary and epidemiological requirements for the prevention of infectious diseases» [Electronic resource]: Resolution of the Chief State Sanitary Doctor of the Russian Federation dated 28.01.2021 No. 4. URL: <https://base.garant.ru/400342149/> (date of access: 10.06.2025). [In Russ.]
9. On the approval of the list of cases in which the sale of goods subject to mandatory labeling with identification means is prohibited [Electronic resource]: the RF Government Resolution of 21.11.2023 No. 1944. URL: <https://base.garant.ru/400342149/> (date of access: 10.06.2025). [In Russ.]
10. On the approval of the Rules for labeling dietary supplements with identification means and the specifics of implementing the state information system for monitoring the circulation of goods subject to mandatory labeling with identification means in relation to dietary supplements [Electronic resource]: the RF Government Resolution of 31.05.2023 No. 886. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_448572/ (date of access: 10.06.2025). [In Russ.]
11. On the approval of the Strategy for the formation of a healthy lifestyle of the population, prevention and control of non-communicable diseases for the period up to 2025 [Electronic resource]: Order of the Ministry of Health of the Russian Federation of January 15, 2020 No. 8. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/73421912/?ysclid=mcagd9k734235854333> (date of access: 10.06.2025). [In Russ.]
12. Pukhakainen Yu.A., Merchi E.V. Analysis of consumer preferences when choosing dietary supplements // Pharmacoeconomics: theory and practice. 2023. Vol. 11, No. 2. P. 46. [In Russ.]
13. Specialized food products. Dietary supplements – Center for Hygiene and Epidemiology in the Chelyabinsk Region: website. Updated within 24 hours. URL: <https://fbuz-74.ru/> (date of access: 10.06.2025) [In Russ.]
14. Surmach M.Yu. Health-related quality of life as a subject of study in the sociology of medicine // Sociology. 2011. No. 2. P. 100-104. [In Russ.]

15. Federal Service for Supervision of Consumer Rights Protection and Human Wellbeing in the Republic of Adygea: website. Updated within 24 hours. URL: https://fbuz01.rospotrebnadzor.ru/dlya-grazhdan/zdorovoe-pitanie/bady/?sphrase_id=6359 (date of access 24.06.2025) [In Russ.]

16. On the quality and safety of food products [Electronic resource]: Federal Law of 02.01.2000 No. 29-FZ (latest revision). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_25584/ (date of access 10.06.2025). [In Russ.]

17. Official publication of legal acts [Electronic resource]: Federal Law of 07.06.2025 No. 150-FZ. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_448572/ (date of access 10.06.2025). [In Russ.]

18. Chudnova O.V. Algorithm for basic analysis of sociological survey data in MS Excel [Electronic resource] // Modern scientific research and innovation. 2015. No. 4, part 5. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2015/04/45596> (date of access: 05.06.2025). [In Russ.]

Информация об авторах / Information about the authors

Ирина Сергеевна Мальцева, кандидат экономических наук, доцент кафедры фармации. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Майкопский государственный технологический университет», 385000, Российская Федерация, г. Майкоп, ул. Первомайская, д. 191, e-mail: mirin@list.ru

Ирина Николаевна Дьякова, доцент кафедры фармации, кандидат биологических наук, доцент. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Майкопский государственный технологический университет», 385000, Российская Федерация, г. Майкоп, ул. Первомайская, д. 191, e-mail: djakova_irina@rambler.ru

Irina S. Maltseva, PhD (Econ.), Associate Professor, Department of Pharmacy, Maykop State Technological University, 385000, the Russian Federation, Maikop, 191 Pervomayskaya St., e-mail: mirin@list.ru

Irina N. Dyakova, PhD (Biology), Associate Professor, Department of Pharmacy, Maykop State Technological University, 385000, the Russian Federation, Maikop, 191 Pervomayskaya St., e-mail: djakova_irina@rambler.ru

Заявленный вклад авторов

Ирина Сергеевна Мальцева – существенный вклад в замысел и дизайн исследования, сбор данных или анализ и интерпретацию данных.

Ирина Николаевна Дьякова – подготовка статьи или ее критический пересмотр в части значимого интеллектуального содержания.

Claimed contribution of authors

Irina S. Maltseva – significant contribution to the concept and design of the research, data collection, or data analysis and interpretation.

Irina N. Dyakova – preparation of the article or its critical revision for significant intellectual content.

Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

All authors have read and approved the final manuscript.

Поступила в редакцию 18.06.2025

Received 18.06.2025

Поступила после рецензирования 23.07.2025

Revised 23.07.2025

Принята к публикации 23.07.2025

Accepted 23.07.2025