

## СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК

Турченков С.С.<sup>1</sup>, Хлебцова Е.Б.<sup>2</sup>, Пучков М.Ю.<sup>1</sup>

1 ГНУ ВНИИ орошаемого овощеводства и бахчеводства Россельхозакадемии,  
416341, Астраханская область, г. Камызяк, ул. Любича, 16, e-mail: vniiob@kam.astranet.ru

2 ГБОУ ВПО Астраханская государственная медицинская академия,  
414000, Россия, г. Астрахань, ул. Бакинская, 121

В условиях экономических трудностей существенные изменения претерпела структура питания населения, что в свою очередь привело к дефициту в организме полноценного белка, незаменимых аминокислот, витаминов, макро- и микроэлементов, а, следовательно, и к росту заболеваемости. Поэтому на современном этапе в оптимизации питания населения существенная роль принадлежит биологически активным добавкам к пище, которые в качестве дополнения к обычному питанию содержат в малом объеме комплекс жизненно важных питательных веществ. В отношении товарного предложения на российском рынке БАД было отмечено, что доля отечественных производителей в формировании товарного ресурса российского рынка БАД в условных единицах (усредненная упаковка) составляет 65-70 %, остальное приходится на импортные препараты. По отношению к докризисному периоду цена на одни и те же БАД отечественного производства на российском рынке повысилась примерно в 2,1 раза, только в течение последних лет цены на отечественные БАД выросли на 30 %. С целью изучения потребительского поведения на рынке БАД было проведено социологическое исследование покупателей. Результаты анкетирования показали, что основной группой потребителей БАД являются женщины (65 %) в возрасте до 50 лет с высшим образованием (59 %). Среди опрошенных две трети покупали БАД раньше, остальные приобретали их впервые. Большая часть потребителей (36 %) принимает БАД нерегулярно и отмечает удовлетворительное действие на самочувствие. Половина респондентов предпочитает приобретать БАД в аптеках, а треть - в «Лавках жизни». При выборе фирмы-производителя 44 % покупателей предпочитают российские фирмы, продукция которых привлекает эффективностью (65 %) и ценой (55 %).

## THE SITUATIONAL ANALYSES OF THE MODERN MARKET OF BIOLOGICALLY ACTIVE FOOD ADDITIVES

Turchenkov S.S.<sup>1</sup>, Khlebtsova E.B.<sup>2</sup>, Puchkov M.Y.<sup>1</sup>

1 SSI-Russian scientific-research Institute of irrigated vegetable and melon growing Russian Academy  
of agricultural Sciences, 416341, Astrakhan region, city. Kamyzyak, Lubicha str., 16, e-mail: vniiob@kam.astranet.ru

2 GBOU state educational institution Astrakhan state medical Academy,  
414000, Russia, Astrakhan, Bakinskaya str., 121

In times of economic difficulties underwent substantial changes the structure of nutrition of the population, which in turn has led to a deficiency in the body full of protein, essential amino acids, vitamins, macro - and microelements, and, hence, and to the growth of morbidity. Therefore, at the present stage of the optimization of nutrition of the population of the essential role of biologically active additives to the food, which in addition to the normal diet contain a small amount of a complex of vital nutrients. With respect to supply of goods on the Russian market of dietary supplements, it was noted that the share of domestic producers in the formation of commodity resources of the Russian market of dietary supplements in conventional units (averaged packaging) is 65-70 %, the remainder being imported drugs. In relation to the pre-crisis period the price of the same dietary supplement domestic production in Russia increased by about 2.1 times, but in recent years the prices for domestic dietary supplements increased by 30 %. In order to study the consumer behavior in the market dietary supplements conducted a sociological study of buyers. The survey results showed that the main consumer group BAA are women (65 %) under the age of 50 years with higher education (59 %). Among the respondents, two-thirds of BAA before buying, the rest bought them for the first time. The majority of consumers (36 %) take dietary supplements regularly, and notes the satisfactory effects on health. Half of the respondents prefer to buy supplements from pharmacies, and a third - in the «Bench of life.» When selecting the manufacturer 44 % of shoppers prefer to Russian firms, whose products are attracting efficiency (65 %) and price (55 %).

## ИЗМЕНЧИВОСТЬ ДЛИНЫ ГЛАВНОГО СТЕБЛЯ ОЗИМЫХ ФОРМ TRITICUM AESTIVUM L. В УСЛОВИЯХ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Тюменцева Е.А.<sup>1</sup>, Боме Н.А.<sup>1</sup>, Боме А.Я.<sup>2</sup>

1 ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет Минобрнауки России», Тюмень, Россия  
(625003, Тюмень, ул. Семакова, д.10), e-mail: rector@utmn.ru;

2 ГНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт растениеводства им. Н.И. Вавилова  
Российской академии сельскохозяйственных наук» Санкт-Петербург, Россия  
(190000, Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д. 42-44), e-mail: office@vir.nw.ru

Представлены многолетние (2007-2011 гг.) результаты оценки 118 образцов озимой пшеницы из мировой коллекции ВНИИР им. Н. И. Вавилова по длине соломины. При характеристике образцов по проявлению признака учитывали эколого-географическое происхождение и принадлежность к ботаническим разновидностям. Изучение проведено в коллекционных питомниках по единой методике ВИР. На основе полученных данных по фенотипической изменчивости признак отнесен к средневарирующим. Изученные генотипы различались по реализации признака