

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ АНТИОКСИДАНТІВ

Ірина Ясінська

Національний університет харчових технологій

Вступ

Під дією негативних факторів навколишнього середовища, щоденних фізичних та психічних навантажень, підкріплених нераціональним харчуванням, бідним на життєвонеобхідні макро- та мікронутрієнти відбувається зсув окисно-відновної (red-ox) рівноваги організму у бік окисних процесів, зумовлюючи виникнення окисного стресу, що може викликати розлад функцій різних систем організму і, в подальшому, призводити до виникнення патологій. Важливу роль у підтримці red-ox гомеостазу відіграють антиоксиданти екзогенного походження, надходження яких сприяє нормалізації рівноваги.

Метою роботи є дослідження стану світового ринку антиоксидантних препаратів, харчових продуктів з природнім високим вмістом антиоксидантів та продуктів, додатково збагачених ними. Зокрема проводився аналіз асортиментного складу, обсягів продажів, динаміки зміни попиту на окремі групи товарів, ставлення та обізнаність споживачів щодо даної категорії товарів.

Матеріали та методи

Проведено аналітичний огляд даних маркетингових організацій та великих промислових виробників щодо стану та перспектив розвитку ринку товарів з антиоксидантною дією.

Результати

Ринок препаратів, що проявляють антиоксидантну активність представлений надзвичайно широкою групою товарів: вітамінно-мінеральні комплекси, рослинні екстракти, порошки, трав'яні чаї, препарати окремих біологічно активних речовин (глутатіон, зеаксантин, расвератрол та ін.). Окрім того, що існують загальноживані продукти, які мають природній високий вміст антиоксидантних речовин (ягоди, какао, зелений та чорний чай, кава, фрукти, овочі, листові зелень, пряно-ароматичні рослини та продукти виготовлені на їх основі), виробники додатково збагачують продукти з низьким рівнем антиоксидантів не лише з метою подовження їх термінів зберігання, але й з метою надання їм конкурентної переваги у очах споживачів.

Складно оцінити об'єми загального ринку антиоксидантів у грошовому еквіваленті через його різноманітність, маркетологи декларують суми, які ранжують від 500 млн дол. до 4 млрд дол., але їх висновки є співзвучними, що ринок є інтенсивно зростаючим та

перспективним. Найбільші обсяги продажів серед антиоксидантів очікувано у вітамінів А, Е, С, але це скоріше пов'язано з їх вітамінними властивостями, ніж антиоксидантними. Серед препаратів, які більш відомі своїми антиоксидантними властивостями, найбільші обсяги продажів у расвератролу, глутатіону, селену, лютеїну та зеаксантину.

Також фахівці відзначають, що підвищується попит на харчові продукти з високим вмістом антиоксидантів. У 2013 році маркетингова компанія HealthFocus International провела дослідження, яке показало наявність високого відсотку покупців, які хочуть бачити інформацію на етикетці продукту щодо вмісту антиоксидантів, при чому 40 % респондентів зазначили, що для них ця інформація є критично важливою, 20 % зазначили, що протягом останніх років цілеспрямовано споживають продукти з високим вмістом антиоксидантів.

Маркетингові дослідження останніх років показують, що споживачі почали надавати перевагу антиоксидантам з науково доведеною ефективністю та природнім походженням, уникаючи добавок та продуктів з синтетичними біологічно активними речовинами, в тому числі і вітаміни А, Е, С, обґрунтовуючи це «можливою небезпекою та не ефективністю у довгостроковій перспективі». У 2006 році 79 % споживачів антиоксидантів приймали їх у вигляді добавок, а у 2013 році кількість таких споживачів знизилась до 49 %. Фахівці пов'язують такі тенденції з покращення обізнаності споживачів у даній тематиці та прагненнями широкого кола осіб мати у своєму раціоні лише натуральні продукти. Деякі експерти вже називають це смертю традиційного ринку антиоксидантів.

Крім того, аналітики вважають, що поряд з розвитком ринку натуральних продуктів, наступною тенденцією буде напрямок зі створення цільових комбінацій антиоксидантів, які в результаті експериментальних досліджень демонструють більш виражений ефект.

У 2012 році компанія Gallup Study of Nutrient Knowledge & Consumption провела дослідження щодо визначення мети споживання антиоксидантів. Результати показали, що 47% респондентів споживають їх з метою покращення імунітету, 44% - для здоров'я серця; 35% - нейтралізації вільних радикалів; 28% - для поліпшення пам'яті; 27% - для здоров'я очей; 26% - для здоров'я суглобів; 26% - для краси шкіри і 21% для меншої кількості зморшок.

Висновки

Світовий ринок антиоксидантів має великі обсяги, є надзвичайно різноманітним і продукція користується попитом серед споживачів. Фахівці прогнозують перехід від споживання антиоксидантів у вигляді добавок до натуральних продуктів з високим вмістом антиоксидантних речовин. Перспективним є напрямок розроблення комбінацій окремих антиоксидантів, які під час клінічних досліджень продемонстрували більш виражений ефект.