

СВІТОВИЙ РИНОК ТОВАРІВ З АНТИОКСИДАНТНОЮ ДІЄЮ: СТАН, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА СПОЖИВЧІ НАСТРОЇ

І.Л. Ясінська, доц., канд.біол.наук В.Д. Іванова

Національний університет харчових технологій, м Київ, Україна

Антиоксиданти традиційно широко використовуються у харчовій промисловості у якості харчових добавок з метою попередження окисних процесів та подовження термінів придатності харчових продуктів до споживання. Протягом останніх десятиліть антиоксиданти привертають увагу наукової спільноти, виробників та споживачів з точки зору функціонального впливу на організм та здатністю до попередження багатьох захворювань: нейродегенеративних, серцево-судинних, онкологічних та інших [1-2].

Метою роботи було дослідження стану світового ринку харчових антиоксидантів, а саме: аналіз асортиментного складу, загальних обсягів продажів товарів та динаміки зміни попиту на окремі групи товарів, оцінка ставлення та обізнаності споживачів щодо даної категорії товарів. Проведено аналітичний огляд даних маркетингових організацій, торгівельних майданчиків та великих промислових виробників щодо стану та перспектив розвитку ринку товарів з антиоксидантною дією.

Ринок товарів з антиоксидантною дією є достатньо розгалуженим (Рисунок 1), тому здійснити оцінку його об'ємів у грошовому еквіваленті є достатньо складним завданням. Маркетологи декларують суми, які ранжують від 300 млн дол. до 4 млрд дол., але їх висновки є співзвучними, що ринок є інтенсивно зростаючим та перспективним, зокрема сукупний річний темп приросту складає 5-8 % [3-6].

Компанія Frost & Sullivan оцінила глобальний ринок харчових антиоксидантних добавок у 2016 році у 377,1 млн дол., і прогнозує досягнення об'ємів 485,17 млн дол. у 2021 році, з щорічним темпом росту у 5,2 %, причому найбільші темпи зростання очікують у секторі натуральних антиоксидантів [6]. Промислові виробники харчових продуктів у якості добавок для продовження термінів придатності все частіше використовують суміші натуральних і синтетичних антиоксидантів, оскільки вартість природних інгредієнтів досить висока. Проте, згідно з прогнозами, тенденція все більш широкого використання натуральних антиоксидантів продовжиться, незважаючи на зростання цін на сировину для їх виробництва. Зокрема у США та країнах Європи переважає використання натуральних антиоксидантів, що пов'язують з вищим рівнем обізнаності населення. У Європі найбільший ріст використання натуральних антиоксидантів зафіксовано у Великобританії, Німеччині та Італії. У країнах Близького Сходу, Азії, Латинської Америки та Африки виробники харчових продуктів, у більшості, використовують синтетичні антиоксиданти, однак експерти прогнозують поступовий перехід на натуральні антиоксиданти в найближчому майбутньому [4].

В Україні у харчовій промисловості останнім часом також спостерігається поступовий перехід від використання синтетичних добавок до

натуральних. Складнощі полягають у неминучому зростанні собівартості продукції, що в умовах сьогоденної економічної ситуації накладає певні обмеження.

Що стосується дієтичних добавок антиоксидантної дії, у цьому напрямку також прослідковується стійка динаміка зростання попиту та пропозиції. Близько 70 % дорослого населення США вживають дієтичні добавки [7]. У Європі лідерами за об'ємом споживання дієтичних добавок є Італія, Росія, Німеччина, Великобританія та Франція. Український ринок дієтичних добавок у грошовому еквіваленті у 2015 році оцінили у 75,7 млн євро з тенденцією досягнення 87,1 млн євро у 2020 році [8]. Даних щодо частки саме антиоксидантів немає, однак фахівці називають її значною. 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, попередників глутатіону, селену, каротинодів, коензиму Q₁₀, різноманітних рослинних екстрактів та концентратів.



Рисунок 1 – Структура ринку товарів з антиоксидантною дією

Для визначення основних тенденцій сегментації ринку, зміни попиту і пропозиції на різні категорії товарів нами був проаналізований асортимент дієтичних добавок антиоксидантної дії, представлених на одному з найбільших світових торговельних майданчиків Amazon. Аналіз даних проводився у квітні 2017 року та квітні 2018. Зокрема у категорії «дієтична добавка антиоксидантної дії» у квітні 2017 року було представлено 4910 товарів, а у квітні 2018 року – більше 6000 товарів. Сегментацію асортименту представлених товарів даної категорії наведено на Рисунку 2. З графіків видно, що у 2018 році суттєво зменшилась частка товарів у категоріях «Каротиноїди» та «Коензим Q₁₀» та суттєво збільшилась кількість товарів категорії «Інше», де представлені рослинні екстракти та концентрати, попередники синтезу глутатіону, вітаміни та мінеральні комплекси антиоксидантного спрямування.

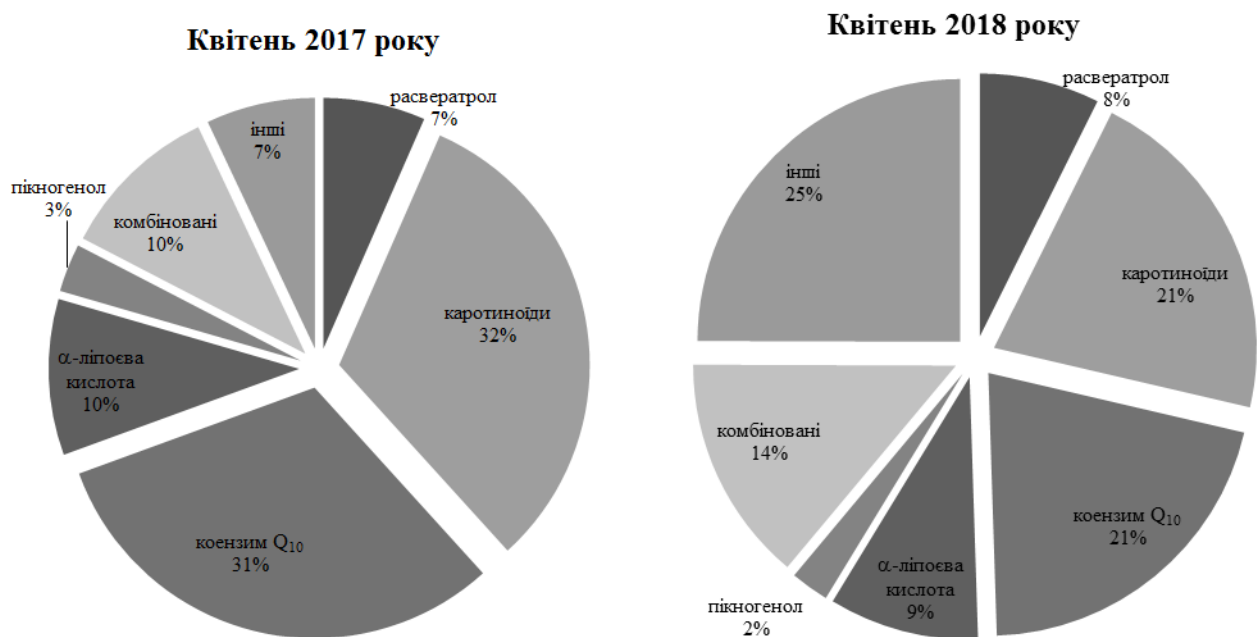


Рисунок 2 – Сегментація представленого асортименту на торговельній платформі Amazon у категорії «дієтична добавка антиоксидантної дії»

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. 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 [9]. Також дослідження показали, що наявність інформації у маркуванні продукту про можливі переваги для здоров'я від антиоксидантів, що містяться у продукті, позитивно впливає на готовність споживачів платити за даний товар [10].

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 неефективністю у довгостроковій перспективі». У 2006 році 79 % споживачів антиоксидантів приймали їх у вигляді добавок, а у 2013 році кількість таких споживачів знизилась до 49 % [9]. 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.

Висновки:

Аналіз глобального ринку товарів з антиоксидантною дією показав, що існує стабільна динаміка зростання обсягів ринку, особливо це відчутно у сегменті антиоксидантів натурального походження.

Виробники харчових продуктів у США та країнах Європи в більшості використовують натуральні харчові добавки. Також у цих країнах достатньо популярне споживання дієтичних добавок антиоксидантної дії та продуктів з високим вмістом антиоксидантів. Такі продукти мають свого споживача, який готовий платити за переваги даних видів товару. У країнах Близького Сходу, Азії, Латинської Америки, Африки та України виробники харчових продуктів, у більшості, використовують синтетичні антиоксиданти, однак експерти прогнозують поступовий перехід на натуральні антиоксиданти в найближчому майбутньому.

Дієтичні добавки антиоксидантної дії також є достатньо популярними у споживачів. Останнім часом спостерігається збільшення попиту на товари з доведеною ефективністю, зокрема різноманітні рослинні екстракти та концентрати, які містять комплекси різних сполук, які проявляють синергетичний ефект.

Посилання

1. Balasundram N. Phenolic compounds in plants and agri-industrial by-products: Antioxidant activity, occurrence, and potential uses / N. Balasundram, K. Sundram, S. Samman // Food Chemistry. – 2006. – № 99(1). – P. 191-203;
2. Kumar M. Protective effects of *Koelreuteria paniculata* Laxm. on oxidative stress and hydrogen peroxide-induced DNA damage / M.

- Kumar, M. Chandel, S. Kumar, S. Kaur // *Phytopharmacology*. – 2011. – № 1. – P. 177-189.
3. Global antioxidants market expected to reach \$4.5 billion by 2022 / *Nutraceuticals world magazine*. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.nutraceuticalsworld.com/contents/view_breaking-news/2017-01-26/global-antioxidants-market-expected-to-reach-45-billion-by-2022
 4. Global Food Antioxidants Market Will Reach USD 1,340.85 million by 2022 / Zion Market Research. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://globenewswire.com/news-release/2018/01/11/1287015/0/en/Global-Food-Antioxidants-Market-Will-Reach-USD-1-340-85-million-by-2022-Zion-Market-Research.html>
 5. Natural Antioxidants Market - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends and Forecast 2016 – 2024 / Transparency market research. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.transparencymarketresearch.com/natural-antioxidants.html>
 6. Antioxidants Market Focuses On Natural Ingredients to Boost Growth Opportunities / Frost & Sullivan. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ww2.frost.com/news/press-releases/antioxidants-market-focuses-natural-ingredients-boost-growth-opportunities/>
 7. Over 170 Million Americans Take Dietary Supplements / *Nutraceuticals world magazine*. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.nutraceuticalsworld.com/contents/view_online-exclusives/2016-10-31/over-170-million-americans-take-dietary-supplements/
 8. Value of the dietary supplements market in Europe in 2015 and 2020 / Statista. The Statistics Portal. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/589452/value-dietary-supplements-markets-europe-by-country/>
 9. Natural, Potent & Focused: The Antioxidant Market in Review / *Nutraceuticals world magazine*. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.nutraceuticalsworld.com/issues/2015-03/view_features/natural-potent-focused-the-antioxidant-market-in-review
 10. Markosyan A. Consumer response to information about a functional food product: Apples enriched with antioxidants / A. Markosyan, J. J. McCluskey, T. I. Wahl // *Canadian Journal of Agricultural Economics. Revue canadienne d'agroeconomie*. – 2009. – № 57(3). – P. 325-341.