

Развитие индустрии пищевых добавок

С.В. Ван Моурик
ООО «Аспасвит»

Рынок пищевых добавок напрямую зависит от требований продовольственного рынка, в значительной степени определяет его развитие и, в свою очередь, оказывает влияние на рост производства продуктов питания и расширение их ассортимента. Наметившееся в последние годы увеличение спроса на продукты с повышенной степенью готовности или продукты, полностью готовые к употреблению, поддерживает стабильную тенденцию роста мирового рынка пищевых добавок, в особенности тех, которые увеличивают сроки хранения, придают продуктам лучшие насыщенность, текстуру, вкус.

В области пищевых добавок в основном конкурируют две отрасли — специализированные предприятия по производству ингредиентов и химические компании, занимающиеся в первую очередь выпуском добавок для пищевых продуктов и напитков, а уже во вторую очередь — производством компонентов для непивовых отраслей про-

мышленности. Как правило, компании специализируются на производстве добавок, относящихся не более чем к 2–3 секторам, за исключением некоторых фирм (например Danisco), выпускающих широкий ряд различных категорий пищевых добавок.

Характерной сегодня является тенденция на специализацию предприятий в определенном секторе — с одной стороны, и на поставку всеобъемлющего ряда продуктов данного сектора — с другой. Кроме того, важное направление для таких предприятий — выпуск добавок для конкретных областей применения по требованию производителей определенных групп и видов пищевых продуктов.

Сильнейшая конкуренция со стороны китайских компаний, производящих более дешевые ингредиенты, оказала влияние на определенные области промышленности пищевых добавок, что привело к снижению цен и прибыли компаний. Этот фактор побудил основных западных производителей

лей создавать крупные объединения или основывать собственные производственные предприятия на территории Китая.

Все вышеназванные тенденции сыграли свою роль в дальнейшей консолидации промышленности пищевых добавок с одновременными крупными инвестициями в приобретение заводов в различных странах мира и расширением ряда производимых на них продуктов. Примером такого процесса на рынке пищевых добавок, и в частности в мировом производстве ароматизаторов, может служить приобретение компанией IFF (США) фирмы *Bush Boake Allen* в 2000 г., что вывело компанию на лидирующие позиции в мире. В 2002 г. произошло объединение фирм *Haarmann & Reiner* и *Dragoco* (Германия) в концерн *Symrise*, который стал третьим в мире по производству ароматизаторов. Фирма *Dragoco*, входящая в этот концерн, осуществляет более 85 % продаж за счет продукции, производимой вне Германии. Наибольший прирост был обеспечен предприятиями фирмы *Dragoco* в Юго-Восточной Азии, на Ближнем Востоке и в Восточной Европе, а в 2000 г. был введен в действие крупнейший завод этой фирмы в Шанхае (Китай).

Одновременно с процессом концентрации капитала прослеживается тенденция к реструктуризации и дальнейшей специализации предприятий, которые ориентируются на производство продуктов, относящихся к меньшему количеству секторов пищевых добавок, но с более широким диапазоном продуктов внутри каждого сектора.

Общие продажи пищевых добавок в мире оцениваются более чем в 20 млрд долл. США в год. Они составляют довольно значительный объем ингредиентов, поставляемых предприятиям, производящим пищевые продукты и напитки, рынок которых оценивается в 2000 млрд долл. США ежегодно. На ароматизаторы приходится более 5 млрд долл. США, гидроколлоиды — около 3 млрд, усилители вкуса и аромата — более 2,7 млрд, регуляторы кислотности — более 2,4 млрд, подсластители — около 2 млрд долл. США. Данные объемов продаж для наиболее значимых категорий пищевых добавок по состоянию на 2001 г. и прогноз к 2005 г. приведены в табл. 1. Как видно из таблицы, ожидаемое увеличение объема рынка пищевых добавок составит 2–3 % в год. В результате общий объем продаж возрастет к 2005 г. до 22 млрд, а к 2010 г. — до 25 млрд долл. США.

Рост рынка пищевых добавок в объемном выражении (по количеству продукта) в основном соответствует

Таблица 1

Пищевые добавки	2001 г.	2005 г. ^{*)}	Ежегодный прирост в 2001–2005 гг., %
Ароматизаторы	5,500	6,100	2,6
Гидроколлоиды	2,965	3,150	1,5
Усилители вкуса и аромата	2,715	3,200	4,2
Регуляторы кислотности	2,407	2,550	1,5
Подсластители	1,950	2,050	2,5
Красители	1,000	1,150	3,6
Заменители жиров		0,970	4,0
Ферментные препараты	0,700		3,4
Консерванты	0,680		3,2
Эмульгаторы	0,595	0,650	2,2
Витамины и минералы	0,400	0,480	4,7
Антиоксиданты	0,260	0,290	2,8
Примечание: *) Данные прогноза			

Таблица 2

Пищевые добавки	2001 г.	2005 г. ^{*)}	Ежегодный прирост в 2001–2005 гг., %
Гидроколлоиды	1,570	1,670	1,6
Усилители вкуса и аромата	1,482	1,700	3,5
Регуляторы кислотности	1,407	1,460	3,1
Подсластители	1,500	1,595	3,1
Консерванты	278	301	2,0
Эмульгаторы	380	420	2,5
Витамины и минералы	45	55	5,1
Примечание: *) Данные прогноза			

цифрам роста в стоимостном выражении, хотя в некоторых категориях прослеживается сильная зависимость от колебаний мирового уровня цен. Пищевые ингредиенты, производимые в Китае и других странах Азии, продолжают активно внедряться на международный рынок и в настоящее время составляют сильнейшую конкуренцию для производителей Европы и США. Поэтому для некоторых категорий пищевых добавок уровень роста рынка в объемном выражении может быть выше, чем его рост в стоимостном выражении. Например, прогнозируемые цифры для регуляторов кислотности в стоимостном выражении составляют около 1,5 % в год, в то время как в объемном выражении — более 3 %, что происходит из-за продолжающегося ценового давления на рынок. К сожалению, данные по объему выпуска пищевых добавок имеются не для всех категорий продуктов (табл. 2).

Один из основных факторов роста рынка ингредиентов является общая мировая тенденция более глубокой переработки пищевых продуктов. Производители ингредиентов направляют свои усилия на то, чтобы найти решения, которые удовлетворяли бы конк-

ретные требования производителей пищевых продуктов.

Все возрастающий интерес к здоровой пище также заметно влияет на индустрию пищевых добавок. Требования к снижению содержания жиров и калорийности продуктов, появление целого ряда функциональных продуктов питания обеспечили рост в секторах заменителей жиров, гидроколлоидов, подсластителей, витаминов и минералов и других добавок. С дальнейшим развитием рынка функциональных пищевых продуктов сектор специализированных ингредиентов будет непрерывно расширяться.

Еще один фактор роста, связанный со здоровьем людей, — это необходимость обеспечения рынка натуральными и органическими продуктами питания. Все большее и большее количество потребителей обращают свое внимание на натуральные ингредиенты как альтернативу различного рода химическим добавкам, все еще широко применяемым на крупных пищевых производствах. Это, в свою очередь, оказывает возрастающее давление на производителей пищевых добавок, требует от них создания ингредиентов на натуральной основе, что особенно за-

метно в секторах ароматизаторов и красителей, в которых натуральные ингредиенты начинают занимать все более значительную долю по сравнению с продуктами на синтетической основе.

В секторе подсластителей также проявляется тенденция на использование продуктов, изготовляемых из натурального природного сырья, а для химически синтезируемых ингредиентов — в направлении более широкого применения качественных и безопасных подсластителей (аспартам, сахароза) взамен более дешевых и менее качественных (сахарин, цикламат).

Мировые тенденции рынка пищевых добавок, безусловно, влияют и на развитие российского рынка почти во всех категориях. Можно ожидать, что по основным секторам пищевых добавок показатели роста продаж и структура рынка будут приближаться к мировым. С улучшением общих экономических показателей в стране и ростом благосостояния людей структура отечественного рынка будет изменяться в сторону увеличения продаж более дорогих и качественных ингредиентов, а также натуральных добавок, что также будет отражать мировые тенденции.