

DOI: [https://doi.org/10.31617/2.2025\(54\)04](https://doi.org/10.31617/2.2025(54)04)
УДК 339.13:613.2.032.33

БАЗАРОВ Андрій

 <https://orcid.org/0009-0004-4399-6095>

магістр, аспірант кафедри
товарознавства та фармації
Державного торговельно-економічного
університету
вул. Kioto, 19, м. Київ, 02156, Україна
a.bazarov@knute.edu.ua



BAZAROV Andrii

 <https://orcid.org/0009-0004-4399-6095>

Full Higher Education,
Postgraduate Student at the Department
of Commodity Science and Pharmacy
State University of Trade and Economics
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
a.bazarov@knute.edu.ua

РИНОК ПРОДУКТІВ ЕНТЕРАЛЬНОГО ХАРЧУВАННЯ: СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Досліджено сучасний стан ринку продуктів для ентерального харчування та визначено основні тенденції його розвитку. Актуальність дослідження обумовлена зростанням попиту на спеціалізовані харчові продукти, необхідністю забезпечення їхньої якості, безпеки та відповідності заявленим характеристикам для задоволення потреб специфічних груп споживачів. Гіпотеза дослідження полягає в тому, що ринок продуктів для ентерального харчування демонструє стійке зростання, що супроводжується диверсифікацією асортименту, вдосконаленням технологій виробництва та посиленням вимог до якості продукції. Методологія дослідження містить комплексний аналіз вторинних даних: звітів провідних міжнародних маркетингових агентств, нормативно-правових актів щодо якості та безпеки харчових продуктів, а також огляд і систематизацію наукових публікацій у галузі товарознавства, харчових технологій та ринкових досліджень. Отримані результати свідчать про значне зростання обсягів ринку, розширення асортименту завдяки спеціалізованим та функціональним формулам, а також посиленню уваги до питань контролю якості та сертифікації. Визначено, що ключовими тенденціями є розвиток органічних та рослинних продуктів для ентерального харчування, впровадження інноваційних пакувальних рішень, а також посилення вимог до маркування та інформації для споживача, що сприяє підвищенню довіри та раціональному вибору.

Ключові слова: ринок продуктів для ентерального харчування, якість, безпека, стандартизація, функціональні продукти.

JEL Classification: L66, Q13, M31, O13.

MARKET OF ENTERAL NUTRITION PRODUCTS: STATE AND DEVELOPMENT TRENDS

The article investigates the current state of the enteral nutrition products market and identifies its main development trends. The study's relevance stems from rising demand for specialized food products and the need to ensure their quality, safety, and compliance with declared characteristics to meet the needs of specific consumer groups. The research hypothesis is that the enteral nutrition market is experiencing steady growth, accompanied by product-range diversification, improved production technologies, and stricter quality requirements. The methodology involved a comprehensive analysis of secondary data: reports from leading international marketing agencies, food-safety and quality regulations, and a review and systematization of scientific publications in commodity science, food technology, and market research. The findings indicate a significant increase in market volume, an expanded assortment due to specialized and functional formulas, and heightened attention to quality control and certification. Key trends include the rise of organic and plant-based enteral nutrition products, the introduction of innovative packaging solutions, and stricter labeling and consumer-information requirements, all of which foster greater trust and more rational consumer choices.

Keywords: enteral nutrition products market, quality, safety, standardization, functional products.



Copyright © 2025, Автор (и). Це стаття відкритого доступу, яка розповсюджується на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution License 4.0 \(CC-BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Міжнародна ліцензія

Вступ

У сучасному світі, де зростає увага до безпечності та якості харчових продуктів, а також до задоволення специфічних дієтичних потреб населення, продукти для ентерального харчування набувають особливого значення. З товарознавчої точки зору, ентеральне харчування є складною категорією спеціалізованих харчових продуктів, що вимагають ретельного контролю на всіх етапах життєвого циклу – від розроблення рецептури та виробництва до пакування, зберігання та реалізації. Актуальність дослідження ринку продуктів для ентерального харчування обумовлена необхідністю забезпечення їхньої відповідності високим стандартам якості та безпечності, адаптації асортименту до мінливих потреб споживачів та ефективного управління ринковими процесами.

Результати аналізу останніх досліджень і публікацій свідчать про значний інтерес до спеціалізованих харчових продуктів. Зокрема, Слободянюк & Федів (2024) розглядають проблеми ентерального харчування та позиціонування продуктів для нього, Млинка & Паска (2024) висвітлюють дослідження харчової та енергетичної цінності сумішей для ентерального харчування, що також стосується потенціалу продуктів для ентерального харчування. У публікації Антюшка (2025) проаналізовано асортимент продуктів для ентерального харчування, що є важливим для розуміння динаміки ринку ентерального харчування. Проте комплексний товарознавчий аналіз ринку продуктів для ентерального харчування, що охоплює питання якості, стандартизації, класифікації та споживчих властивостей, залишається недостатньо висвітленим. Невирішеною раніше частиною загальної проблеми, якій присвячено цю статтю, є систематизація товарознавчих характеристик продуктів для ентерального харчування, виявлення ключових факторів, що впливають на їхню якість та конкурентоспроможність, а також прогнозування тенденцій розвитку ринку з урахуванням вимог до товарознавчої експертизи.

Метою статті є комплексний аналіз сучасного стану ринку продуктів для ентерального харчування та визначення ключових тенденцій його розвитку на глобальному та національному рівнях. Для досягнення цієї мети поставлено такі завдання:

- проаналізувати поточний обсяг, структуру і динаміку світового та українського ринку продуктів для ентерального харчування;
- виявити та систематизувати основні фактори, що впливають на якість, безпечність та конкурентоспроможність продуктів для ентерального харчування;
- окреслити провідні технологічні та продуктові тенденції, що формують майбутнє ринку ентерального харчування.

Гіпотеза дослідження полягає в тому, що ринок ентерального харчування демонструє стійке зростання, обумовлене не лише медичними потребами, але й інноваціями у складі продуктів (наприклад, розвиток функціональних інгредієнтів, органічних та рослинних сумішей), розширенням сфер застосування (зокрема, зростання сегмента побутового ентерального харчування) та інтеграцією цифрових рішень

для моніторингу та підтримки споживачів, що призводить до більшої персоналізації та доступності харчування.

Інформаційною базою дослідження слугували дані провідних міжнародних аналітичних компаній *Fortune Business Insights*, *Grand View Research*, *The Insight Partners*, офіційні статистичні дані, нормативно-правові акти України та міжнародні стандарти, а також наукові статті та монографії у галузі товарознавства, харчових технологій та ринкових досліджень. Інформацію оброблено шляхом застосування методів системного підходу, порівняльного та статистичного аналізу, узагальнення та прогнозування. Обмеження дослідження полягають у відносній закритості деяких комерційних даних щодо обсягів ринку в окремих регіонах, зокрема в Україні, що вимагає використання експертних оцінок та аналізу вторинних джерел. Покроковий алгоритм перевірки заявленої гіпотези містив: збір та систематизацію даних про обсяги та структуру ринку; виявлення факторів впливу на якість та споживчі властивості продуктів; прогнозування динаміки ринку на основі виявлених тенденцій.

1. Обсяг, структура, динаміка світового та українського ринку продуктів для ентерального харчування

У 2023 р. світовий ринок харчових продуктів для спеціальних медичних цілей становив понад 14 млрд дол. США. Прогнозується, що до 2030 р. цей обсяг перевищить 19.5 млрд дол. США при середньорічному темпі зростання (*CAGR*) близько 5.8%, щодо ентерального харчування, то світовий ринок оцінювався приблизно в 7 млрд дол. США, що становить близько 50% загального ринку продуктів для спеціальних медичних цілей.

Згідно з дослідженням *Globe Newswire* 2024 у глобальній структурі споживання продуктів для спеціальних медичних цілей домінують продукти, призначені для повноцінного харчування. Їхня частка в загальній структурі споживання протягом останніх років становить близько 65% (рис. 1) (Prytul'ska & Antiushko, 2024).

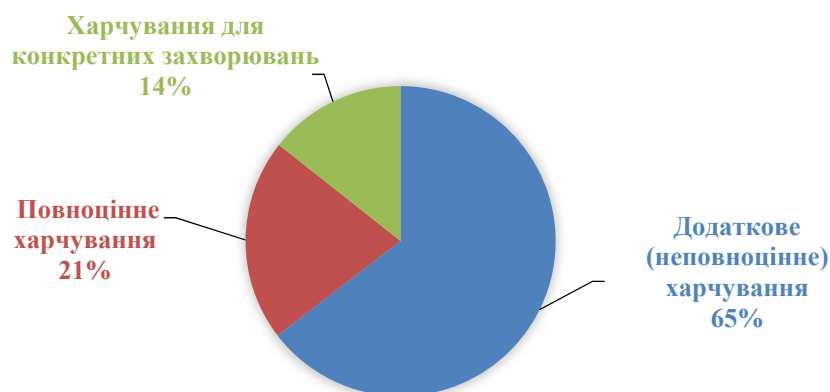


Рис. 1. Частка основних типів харчових продуктів для спеціальних медичних цілей на глобальному ринку в 2023 р.

Джерело: Prytul'ska & Antiushko, 2024.

У 2023 р. український ринок продуктів для спеціальних медичних цілей становив приблизно 0.1% світового обсягу, що свідчить про його незначний масштаб порівняно з глобальними показниками, проте, незважаючи на невелику частку, український ринок має значний потенціал для зростання, особливо за умови підвищення доходів населення та розвитку вітчизняного виробництва.

Світовий ринок продуктів для ентерального харчування демонструє стабільну та позитивну динаміку зростання, що відображає не лише медичні потреби, але й розвиток технологій виробництва та зростаючі вимоги до якості та безпечності спеціалізованих харчових продуктів. За даними *Business Insight Limited* (2025), обсяг ринку продуктів для ентерального харчування в США у 2023 р. оцінювався в 2.84 млрд дол. США. Прогнозується, що ринок зросте з 2.98 млрд дол. США у 2024 р. до 4.86 млрд дол. США до 2032 р., демонструючи (*CAGR*) середньорічний темп зростання на рівні 6.3% протягом прогнозованого періоду (рис.2). Зростання обумовлене розширенням асортименту, вдосконаленням рецептур та пакувальних рішень, що підвищують споживчі властивості продуктів.

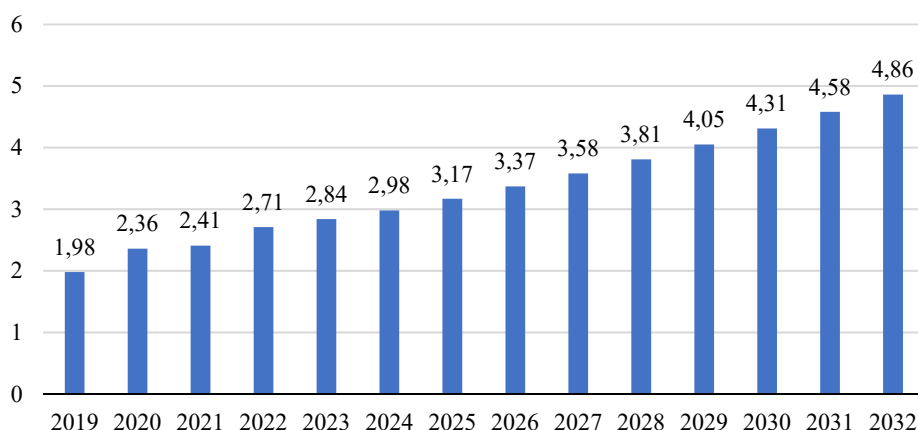


Рис. 2. Прогнозування зростання ринку продуктів для ентерального харчування в США у 2019–2032 рр. (млрд дол. США)

Джерело: побудовано автором за даними дослідження *Business Insight Limited* (2025).

Виробництвом продуктів для ентерального харчування займаються понад 50 компаній, провідними з яких є:

- США: *Abbott Laboratories Inc.*, *American HomePatient Inc.*, *H. J. Heinz Company*, *Hospira Inc.*, *Mead Johnson & Company*;
- Японія – *Ajinomoto Co. Inc.*;
- Німеччина – *B. Braun Melsungen AG*, *Fresenius Kabi AG*;
- Франція – *Groupe Danone*;
- Нідерланди – *Danone Baby and Medical Nutrition B.V.*;
- Швейцарія – *DSM Nutritional Products Lonza Ltd.*, *Nestle Nutrition* тощо (Притульська & Кучинська, 2014).

Визначення оптимальних продуктів для ентерального харчування ґрунтується на комплексному аналізі стану споживача, що містить глибину нутритивного дефіциту, специфіку та серйозність основного захворювання, а також рівень збереження функціональної активності травної системи. Сучасний світовий ринок пропонує надзвичайно широкий асортимент сумішей для ентерального харчування, які, відповідно до їхнього призначення, класифікуються на стандартні, елементні (мономерні) та напівелементні (олігомерні), модульні компоненти, а також спеціалізовані та імунотропні формули.

Науково-дослідна діяльність у цій галузі не припиняється, що приводить до появи нових поживних композицій, особливо тих, що мають вузькоспрямовану дію. Такі продукти розробляються з метою не лише усунення недостатності харчування, але й для цілеспрямованої корекції метаболічних порушень, характерних для певних захворювань та патологічних станів. Постійне розширення лінійки продуктів для ентерального харчування та вдосконалення їхніх якісних характеристик є прямим наслідком визнання їхньої ключової ролі в лікувально-профілактичному процесі.

Аналізуючи глобальну структуру споживання продуктів для ентерального харчування, слід підкреслити їхнє беззаперечне домінування (понад 60%) за обсягами виробництва, продажів та кінцевого споживання. Це становище пояснюється тим, що в таких економічно розвинених країнах, як держави Західної Європи, США, Канада та Австралія, продукти ентерального харчування здобувають все більшу прихильність навіть серед здорових верств населення. Це обумовлено їх оптимально збалансованим складом, високою концентрацією енергії та білка, а також клінічно підтвердженою позитивною дією на людський організм.

Ключовими сировинними інгредієнтами у виробництві функціональних продуктів для нутритивної підтримки є спеціально підготовлена та очищена вода, білкові концентрати, отримані з молочної сироватки, моносахариди (глюкоза, фруктоза), поліненасичені жирні кислоти (омега-3, омега-6, омега-9), повний спектр замінних та незамінних амінокислот, дієтична клітковина, фітоекстракти з лікарських рослин, а також збагачувальні вітамінно-мінеральні премікси. Саме таке поєднання компонентів забезпечує потужний та спрямований функціональний вплив на організм.

Структура світового ринку ентерального харчування з товарознавчої точки зору може бути проаналізована за кількома критеріями. За типом продукту виділяють:

- стандартні полімерні формули: повноцінні збалансовані суміші для широкого кола пацієнтів, що не мають специфічних метаболічних порушень. Їх якість оцінюється за вмістом макро- та мікронутрієнтів, осмолярністю та консистенцією (Prytulska et al., 2024);
- спеціалізовані (*disease-specific*) формули: розроблені для пацієнтів з конкретними захворюваннями (діабет, ниркова/печінкова недостатність,

онкологічні захворювання). Їхня товарознавча цінність полягає в адаптованому складі, що враховує особливості метаболізму та потреби в певних нутрієнтах (Doley, 2022);

- модульні продукти: окремі компоненти (білки, жири, вуглеводи, вітаміни, мінерали), що дають змогу індивідуально коригувати склад харчування. Їхня якість визначається чистотою, біодоступністю та сумісністю з іншими компонентами (Doley, 2022).

За формою випуску переважають готові до вживання рідкі суміші (у пляшках, пакетах), що забезпечують зручність використання, стерильність та тривалий термін зберігання. Порошкові форми, хоча і вимагають розведення, є більш економічними та мають довший термін придатності. Пакування відіграє ключову роль у збереженні якості та безпечності продуктів для ентерального харчування (Davis & Miller, 2021).

Український ринок продуктів для ентерального харчування, хоча і є меншим за обсягом, демонструє зростання попиту. Так, за показниками 2024 р., його обсяг становив близько 3.5 млн дол. США (Market Data Forecast, 2025). На ринку представлені як імпорتنі продукти відомих світових брендів (Nutricia, Fresenius Kabi, Nestlé Health Science), що відповідають міжнародним стандартам якості, так і вітчизняні аналоги (ПП "Голден-Фарм", ТОВ з П "Нутриція Україна", ТОВ "Юрія-Фарм", ТОВ "Нестле Україна", ТОВ "Дельта Медікел"). Якість вітчизняних продуктів для ентерального харчування постійно вдосконалюється, проте вони можуть мати певні відмінності у складі та пакуванні порівняно з імпортними. Основними каналами реалізації є медичні установи, аптечні мережі та спеціалізовані інтернет-магазини, що вимагає дотримання умов зберігання та транспортування.

2. Ключові фактори, що впливають на якість та конкурентоспроможність продуктів для ентерального харчування

Якість та конкурентоспроможність продуктів для ентерального харчування визначаються комплексом взаємопов'язаних факторів, що охоплюють увесь життєвий цикл продукту.

2.1. Фактори, що впливають на якість та безпечність

Використання високоякісної сировини (білкові ізоляти, вуглеводи, жири, вітамінно-мінеральні комплекси) є фундаментальним для забезпечення нутритивної цінності та безпечності кінцевого продукту. Контроль походження та сертифікація сировини є обов'язковими.

Такі сучасні технології виробництва, як ультрапастеризація, асептичне пакування, мікрокапсулювання інгредієнтів дають змогу зберегти біологічну цінність нутрієнтів, забезпечити мікробіологічну безпечність та подовжити термін зберігання. Дотримання стандартів GMP (Good Manufacturing Practice) є критично важливим.

Оптимальне співвідношення макро- та мікронутрієнтів, наявність функціональних інгредієнтів (харчові волокна, пробіотики, пребіотики,

антиоксиданти) визначають клінічну ефективність та товарознавчу цінність продукту.

Пакування та зберігання: герметичне, світлонепроникне пакування, що забезпечує захист від окислення та контамінації є запорукою збереження якості продукту протягом усього терміну придатності. Дотримання температурних режимів зберігання та транспортування є обов'язковим.

Система контролю якості: впровадження систем управління якістю (ISO 9001, HACCP) на всіх етапах виробництва та дистрибуції забезпечує постійний моніторинг показників якості та безпечності продукції.

2.2. Драйвери зростання ринку

Збільшення кількості пацієнтів з онкологічними захворюваннями, неврологічними розладами (інсульт, деменція), хворобою Крона та виразковим колітом, муковісцидозом, а також пацієнтів з дисфагією, що є наслідком різних патологій, безпосередньо стимулює попит на продукти ентерального харчування. За даними ВООЗ (2020), неінфекційні захворювання є провідною причиною смертності та інвалідності у світі, що обумовлює постійну потребу в нутритивній підтримці.

Збільшення частки людей старшої вікової групи у світовій популяції є значним драйвером. Літні люди частіше страждають від хронічних захворювань, мальнутриції, саркопенії та мають підвищені потреби в нутритивній підтримці, що часто реалізується через продукти ентерального харчування (Johnson & Williams, 2019).

Дослідження та розробки у сфері нутриціології приводять до появи нових, більш ефективних та безпечних формул. Це стосується розроблення спеціалізованих сумішей для конкретних захворювань, збагачених пробіотиками, пребіотиками, омега-3 жирними кислотами та іншими функціональними інгредієнтами, що покращують клінічні результати та переносимість.

Підвищення обізнаності медичних працівників та пацієнтів щодо переваг ентерального харчування як ефективного методу нутритивної підтримки сприяє його ширшому застосуванню. Освітні програми та настанови від професійних асоціацій (наприклад, ESPEN, ASPEN) відіграють ключову роль у цьому процесі.

Зростання популярності побутового використання ентерального харчування дає змогу споживачам отримувати необхідне харчування поза стаціонаром, що покращує якість їхнього життя, знижує ризик внутрішньо лікарняних інфекцій та зменшує навантаження на систему охорони здоров'я. Цей сегмент ринку активно підтримується розвитком спеціалізованих сервісів та обладнання (Romano, 2023).

2.3. Фактори конкурентоспроможності та виклики ринку

Дотримання національних та міжнародних стандартів (наприклад, ДСТУ, Codex Alimentarius, вимоги ЄС) є базовою умовою для виходу продукту на ринок та забезпечення його конкурентоспроможності.

Широкий асортимент продуктів, що відповідають різноманітним потребам споживачів (за віком, станом здоров'я, дієтичними обмеженнями), підвищує привабливість бренду. Наявність нішевих продуктів (органічних, без алергенів) надає можливість займати нові сегменти ринку.

Ергономічне пакування, легкість відкриття, точне дозування, можливість зберігання після відкриття – все це впливає на споживчу привабливість продукту.

У багатьох країнах, включаючи Україну, системи відшкодування витрат на продукти ентерального харчування є недостатньо розвиненими або відсутніми, що обмежує доступність цього виду харчування для широких верств населення.

Чітке та достовірне маркування, наявність детальної інформації про склад, спосіб застосування, показання та протипоказання, а також освітні програми для споживачів підвищують довіру та сприяють раціональному вибору.

3. Основні тенденції розвитку продуктів для ентерального харчування

Ринок продуктів для ентерального харчування характеризується динамічним розвитком, що відображає як актуальні клінічні потреби, так і загальні тенденції в харчовій промисловості та товарознавстві. Однією з ключових тенденцій є постійне розширення асортименту та збагачення продуктів функціональними інгредієнтами, що не лише відповідає медичним запитам, але й суттєво підвищує товарознавчу цінність продукції. У цьому контексті розробляються спеціалізовані формули, збагачені пробіотиками та пребіотиками для оптимізації кишкової мікрофлори та покращання травних процесів, що особливо важливо для пацієнтів із розладами шлунково-кишкового тракту (Johnson & Williams, 2019).

Іншими важливими функціональними компонентами є омега-3 жирні кислоти, що відомі своєю протизапальною дією та здатністю підтримувати імунну систему, а також такі антиоксиданти, як вітаміни С, Е та селен, які захищають клітини від окисного стресу. Включення харчових волокон спрямоване на нормалізацію моторної функції кишківника та профілактику закрепів, такі модифікації призводять до створення продуктів із покращеними споживчими властивостями, що можна класифікувати як функціональні харчові продукти.

Паралельно спостерігається зростання попиту на органічні та рослинні альтернативи в сегменті ентерального харчування, що є відображенням глобальних споживчих трендів. Для товарознавства це означає необхідність для виробників забезпечувати сертифікацію органічної продукції, що передбачає дотримання строгих стандартів на всіх етапах, від вирощування сировини до виробництва готового продукту,

підтверджене відповідними документами. Активно ведеться розроблення та впровадження таких рослинних джерел білка, як ізоляти та концентрати з гороху, рису, сої та коноплі, що є альтернативою традиційним молочним білкам. Це дає змогу розширити коло потенційних споживачів, включаючи осіб з веганськими переконаннями та пацієнтів з алергією на білки коров'ячого молока. При цьому критично важливим є забезпечення повноцінності складу рослинних формул, які повинні бути ретельно збалансовані для задоволення потреб організму в усіх незамінних амінокислотах та мікронутрієнтах.

Інновації у пакуванні також відіграють значну роль, оскільки пакування є невід'ємною частиною продукту, що безпосередньо впливає на його якість, безпечність та споживчу привабливість. Сучасні тенденції свідчать про широке застосування асептичного пакування, яке забезпечує стерильність продукту без використання консервантів та тривале зберігання при кімнатній температурі. У відповідь на екологічні виклики, виробники все частіше використовують біорозкладні матеріали, перероблений пластик або оптимізують дизайн для зменшення загальної кількості пакувального матеріалу, що також позитивно впливає на імідж бренду. Розвивається і функціональне пакування, яке може включати зручні кришки, спеціальні адаптери для зондового введення, індикатори температури або терміну придатності.

Інноваційні пакувальні рішення є важливим фактором конкурентоспроможності, оскільки підвищують зручність для кінцевого споживача та гарантують збереження якості продукту протягом усього терміну зберігання.

Зростаюча складність формул ентерального харчування та їхнє специфічне призначення для різних категорій споживачів обумовлюють посилення вимог до маркування та повноти інформації, що надається. Сучасні тенденції у цій сфері передбачають максимальну деталізацію складу, з повним переліком усіх інгредієнтів, включаючи функціональні добавки та потенційні алергени. Обов'язковим є надання розгорнутої інформації про нутритивну цінність продукту, зокрема вміст білків, жирів, вуглеводів, вітамінів та мінералів на рекомендовану порцію. Маркування повинно містити чіткі показання та протипоказання до застосування, вказуючи, для яких груп пацієнтів призначений продукт та які існують обмеження щодо його використання. Також необхідні детальні інструкції із застосування, що містять рекомендації щодо приготування, а також умов зберігання продукту до та після відкриття пакування. Все частіше для надання споживачам доступу до розширеної інформації, відеоінструкцій та консультаційних сервісів використовують QR-коди та онлайн-ресурси. Такі заходи сприяють підвищенню прозорості ринку, ефективному захисту прав споживачів та забезпеченню обґрунтованого і раціонального вибору продуктів для ентерального харчування.

Висновки

Проведене дослідження підтвердило гіпотезу про стійке зростання ринку продуктів для ентерального харчування, обумовлене не лише медичними потребами, але й інноваціями у складі продуктів, розширенням сфер застосування та інтеграцією цифрових рішень. Ринок демонструє значну динаміку, що відображається у зростанні обсягів, диверсифікації асортименту та посиленні уваги до якості та безпечності продукції.

Ключові тенденції, що формують майбутнє ринку ентерального харчування, містять: поглиблену персоналізацію та спеціалізацію формул, що відповідають індивідуальним потребам споживачів та забезпечують їхню високу товарознавчу цінність; зростаючий попит на органічні та рослинні альтернативи, які вимагають відповідної сертифікації та контролю якості; інновації в пакуванні, що підвищують зручність використання та збереження якості продукту; посилення вимог до маркування та інформації для споживача, що сприяє підвищенню довіри та раціональному вибору.

Внесок проведеного дослідження у вирішення важливої наукової та практичної проблеми полягає у наданні всебічного огляду сучасного стану ринку та окресленні перспективних напрямків його розвитку, що може слугувати основою для розроблення нових продуктів, оптимізації систем контролю якості та формування ефективних маркетингових стратегій.

Перспективи подальших розвідок за цим напрямом можуть містити: детальний аналіз впливу національних та міжнародних регуляторних актів на якість та доступність продуктів для ентерального харчування в Україні; дослідження споживчих переваг щодо пакування та маркування продуктів для ентерального харчування; розроблення методик товарознавчої експертизи нових видів продуктів для ентерального харчування, а також оцінку економічної ефективності впровадження інноваційних технологій у виробництво спеціалізованих харчових продуктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ / REFERENCE

Batista de Lima, M. E., & Eleuteri, S. (2021). Increasing Patient Motivation and Adherence to Nutritional Care: The Importance to Overcome Psychological Barriers. In: Geirsdóttir, Ó.G., Bell, J. J. (Eds) Interdisciplinary Nutritional Management and Care for Older Adults. Perspectives in Nursing Management and Care for Older Adults. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-63892-4_10

Doley, J. (2022). Enteral Nutrition Overview. *Nutrients*, 14(11), 2180. <https://doi.org/10.3390/nu14112180>

Grand View Research (2024). Europe Medical Foods Market Size, Share & Trends Analysis Report By Route Of Administration, By Product Type, By Application, By Sales Channel, By Country, And Segment Forecasts, 2022 – 2030. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/europe-medical-foods-market-report>

Johnson, R., & Williams, S. (2019). Nutritional challenges in the elderly population: Implications for enteral feeding. *Geriatric Medicine Review*, 12(4), 210–225. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022316622025147>

Market Data Forecast. (2025). Europe Enteral Feeding Devices Market Research Report – Segmented By Product Type, Stage, Application, End-User & Country (UK, France, Spain, Germany, Italy, Russia, Sweden, Denmark, Switzerland, Netherlands, Turkey, Czech Republic and Rest of Europe) – Industry Analysis, Size, Share, Trends and Growth Forecast (2024 to 2029). <https://www.marketdataforecast.com/market-reports/europe-enteral-feeding-devices-market>

Prytulska, N., & Antiushko, D. (2024). Market analysis of food products for special medical purposes. *International Scientific-Practical Journal Commodities And Markets*, 50(2), 51–64. <https://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/article/view/2103/1914>

Prytulska, N., Antiushko, D., Ladyka, V., & Samilyk, M. (2024). Food production: innovative technological solutions. Kharkiv: Technology Center PC. <https://doi.org/10.15587/978-617-7319-99-2>

Romano, M., Bobo, E., & Matthewson, A. (2023). Home enteral nutrition. In *Outpatient Nutrition Care: GI, Metabolic and Home Nutrition Support* (pp. 268-297). CRC Press. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.1201/9780429322570-18/home-enteral-nutrition-michelle-romano-elizabeth-bobo-angela-matthewson>

U.S. Enteral Nutrition Products Market Size, Share & Industry Analysis, By Product Type (Oral Feeding Products and Tube Feeding Products), By Form (Powder and Liquid), By Age Group (Pediatrics and Adults), By Indication (Oncology, Gastrointestinal Disorder, Neurology, and Others), By End User (Hospitals, Specialty Clinics, Long-term Care Centers, Homecare Settings, and Others), and Country Forecast, 2024–2032. <https://www.fortunebusinessinsights.com/u-s-enteral-nutrition-products-market-110143>

Антиушко, Д. (2025). Асортимент продуктів для ентерального харчування: систематика та торговельне позиціонування. *Міжнародний науково-практичний журнал "Товари і ринки"*, 53(1), 126–140. <https://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/article/view/2247/2101>

Antiushko, D. (2025). Assortment of enteral nutrition products: systematics and trade positioning *International scientific-practical journal "Commodities and markets"*, 53(1), 126–140. <https://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/article/view/2247/2101>

Дослідження виявило дуже високу поширеність неінфекційних захворювань, їх поведінкових і біологічних факторів ризику в Україні. <https://phc.org.ua/news/doslidzhennya-steps-viyavilo-duzhe-visoku>

Млинко, О., & Паска, М. Дослідження харчової та енергетичної цінності сумішей для ентерального харчування, 139. https://www.ldufk.edu.ua/wp-content/uploads/2024/06/innovacziyi_gostynnist_turyzm.pdf#page=139

Mlynko, O., & Paska, M. (2024). Doslidzhennia kharchovoi ta enerhetychnoi tsinnosti sumishei dlia enternalnoho kharchuvannia [Study of the nutritional and energy value of enteral nutrition mixtures]. (p. 139). https://www.ldufk.edu.ua/wp-content/uploads/2024/06/innovacziyi_gostynnist_turyzm.pdf#page=139

Прийтутьська, Н., & Кучинська, А. (2014). Ринок продуктів нутритивної підтримки. *Товари і ринки*, (1), 5–14. <https://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/issue/view/150/177>

Prytulska, N., & Kuchynska, A. (2014). The market for nutritional support products. *International scientific-practical journal "Commodities and markets"*, (1), 5–14. <https://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/issue/view/150/177>

Федів, Н. Д., & Слободянюк, Н. М. (2024). Проблема ентерального харчування та позиціонування продуктів для нього. Національний університет біоресурсів та природокористування України Факультет харчових технологій та управління якістю продукції АПК, 439. <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/45707/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%8C%202024.pdf#page=458>

Fediv, N. D., & Slobodianyuk, N. M. (2024). Problema enternalnoho kharchuvannia ta pozytsionuvannia produktiv dlia nioho. The problem of enteral nutrition and product positioning for it]. National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Faculty of Food Technologies and Quality Management of Agricultural Products (p. 439). <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/45707/1/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%8C%202024.pdf#page=458>

Конфлікт інтересів: Автор заявляє, що не має фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не має відносин із державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору. З огляду на те, що автор працює в установі, яка є видавцем журналу, що може зумовити потенційний конфлікт або підозру в упередженості, остаточне рішення про публікацію цієї статті (включно з вибором рецензентів та редакторів) приймалося тими членами редколегії, які не пов'язані з цією установою.

Автор не отримував прямого фінансування для цього дослідження.

Базаров, А. (2025). Ринок продуктів ентерального харчування: стан і тенденції розвитку. *Міжнародний науково-практичний журнал "Товари і ринки"*, 2(54), 58–68. [https://doi.org/10.31617/2.2025\(54\)04](https://doi.org/10.31617/2.2025(54)04)

Надійшла до редакції 19.05.2025.

Прийнято до друку 29.05.2025.

Публікація онлайн 11.06.2025.