

В статье рассматриваются тенденции развития современного рынка спортивного питания, представлены данные маркетинговых исследований потребительских предпочтений в отношении выбора спортивного питания, проведен анализ состояния белорусского рынка спортивного питания.

Ключевые слова: спортивное питание, потребительские предпочтения, ассортимент.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА СПОРТИВНОГО ПИТАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию», г. Минск, Республика Беларусь

*В. В. Шилов, кандидат биологических наук, начальник отдела питания;
А. А. Журня, научный сотрудник отдела питания, аспирант*

В настоящее время во всем мире наблюдается популяризация здорового образа жизни и, как следствие, растет интерес к спортивному питанию. Наиболее развит американский рынок спортивного питания (США, Канада), на долю которого приходится порядка 80% продаж мирового рынка. Соединенные Штаты являются также и мировым лидером по производству продуктов спортивного питания. Другим крупным рынком спортивного питания считается Австралия и Новая Зеландия, рынок которой насыщен товарами из США. На третьей позиции находится существенно отстающий от вышеназванных рынок спортивного питания стран Европы, основные бренды сосредоточены в Германии. Лишь несколько европейских производителей, имеющих мировое признание, способны конкурировать с американскими производителями по объему продаж. В некоторых странах до настоящего времени ряд продуктов спортивного питания находится под запретом. Рынок спортивного питания Российской Федерации занимает 3% мирового рынка и его объем в 2015 году составил 830 миллионов долларов [2, 4].

В целом объем мирового рынка спортивного питания в 2016 году составил 26,6 миллиардов долларов и ежегодно растет в среднем на 8,3%. По данным маркетингового агентства Allied Market Research (США), к 2021 объем рынка спортивного питания достигнет 44 миллиардов долларов. В настоящее время ведущими компаниями на мировом рынке спортивного питания являются: PepsiCo Inc., Glanbia Plc., GNC Holdings, The Coca-Cola Company, MaxiNutrition (GSK), Universal Nutrition, Clif Bar & Company [3].

Интенсивное развитие профессионального и любительского спорта наблюдается в последние десятилетия и в Республике Беларусь. Приняты законодательные акты и обеспечено участие государства в развитии и финансировании физической культуры и спорта, строительстве и содержании спортивных сооружений, оздоровительных центров, спортивных клубов, подготовке специалистов в области физической культуры и спорта, спортсменов высокого класса. По данным Министерства спорта и туризма, на конец 2016 года количество физкультурно-спортивных сооружений в республике составило 23278 единиц, а численность людей занимающихся физкультурой и спортом – 1982127 человек [1].

Популяризация активного образа жизни и рост доли населения регулярно занимающегося спортом, способствует формированию и развитию белорусского рынка спортивного питания, который на данный момент существенно уступает рынкам вышеназванных стран, представлен в основном продукцией дальнего и ближнего зарубежья и недостаточно насыщен продукцией отечественных производителей.

Следует отметить, что в последние годы рынок спортивного питания претерпевает серьезные изменения. Он неуклонно превращается из рынка специализированных продуктов для определенных категорий потребителей в рынок традиционных продуктов для всех. Продукты питания,

которые ранее были предназначены и доступны только для спортсменов, попали в широкую продажу и стали доступны каждому желающему.

Научно обоснованное питание сегодня является жизненно важной и неотъемлемой частью профессионального спорта. В настоящее время достижение высоких спортивных результатов невозможно без очень больших физических и нервно-психических нагрузок, которым подвергаются спортсмены во время тренировок и соревнований. Для компенсации энергозатрат и активации анаболических процессов и процессов восстановления работоспособности спортсменов необходимо снабжение организма адекватным количеством энергии и незаменимых компонентов питания. Правильное питание, разработанное с учетом новых исследований диетологии о взаимосвязях между питанием и физическими возможностями человеческого организма, необходимо не только для спортсменов-профессионалов, но и для людей, ведущих здоровый и активный образ жизни. Оно позволяет обезопасить организм от возможного дефицита необходимых микронутриентов, повысить адаптационные возможности и восстановить организм после тяжелых физических нагрузок [5].

С одной стороны, спортивное питание – это обычная пища в очень концентрированном виде, а с другой – средство, состав которого точно выверен и научно обоснован физиологами и диетологами.

Спортивные продукты можно классифицировать по назначению и по составу.

В зависимости от назначения спортивное питание подразделяется на следующие группы: для наращивания мышц; для снижения веса; для быстрого восстановления после тяжелых физических нагрузок; для предохранения мышц и суставов от повреждений; для общего укрепления организма.

По составу выделяют следующие группы спортивного питания: углеводы (смесь углеводов различной степени растворимости); протеины (белковые вещества); чистые аминокислоты; гейнеры (смешанные в соотношении 1:3 белково-углеводные смеси); витаминно-минеральные комплексы (непрямые регуляторы обменных процессов, опосредованные протекторов нервной и иммунной систем).

Для определения основных приоритетов при выборе спортивного питания РУП «Научно – практический центр НАН Беларуси по продовольствию» были проведены исследования потребительских предпочтений. Целевая выборка составила 320 человек. Опрос проводился методом интервьюирования и анкетирования в местах продажи спортивного питания в г. Минске. Возраст большинства респондентов составил от 21 до 40 лет. Основными покупателями являются: молодые люди в возрасте 21- 25 лет – 41%, от 26 до 30 лет – 37%, старше 30 лет – 12 %, младше 21 года – 10%. Необходимо отметить, что 75% потребителей спортивного питания – мужчины, 25% – женщины. По данным исследований, около 75 % потребителей спортивного питания, занимаются бодибилдингом, оставшаяся часть – фитнесом. Более трети всех опрошенных, употребляют спортивное питание на протяжении срока, не превышающего 1 год. Чуть меньше потребителей используют спортивное питание в течении 1-3 лет. В большинстве своем респонденты являются опытными спортсменами, стаж занятий которых превышает 3 года.

Основную долю среди потребителей спортивного питания составляют респонденты, регулярно его употребляющие, – 56%. Нерегулярно, периодически потребляют спортивное питание 26 % опрошенных, в период подготовки к соревнованиям – 16 % . Другие варианты несистематического потребления отметили 2% участников опроса.

В результате исследования было установлено, что наибольшим спросом на рынке спортивного питания пользуется протеин – 59%, далее идут витамины и минералы – 50%, аминокислоты – 48%, креатин – 38%, энергетики – 30%, гейнеры – 18%.

Учитывая достаточно высокую стоимость продукции, важно было выяснить какую сумму из своего бюджета готовы выделить потребители на спортивное питание. Наиболее активными покупателями спортивного питания являются группы населения с высоким устойчивым и средним уровнем дохода. Средняя величина оптимальных, по мнению потребителей, затрат на спортивное питание составляет от 50 до 100 рублей в месяц. Под оптимальными понимаются затраты, необходимые для достижения оптимальных спортивных результатов. Средние необходимые затраты на спортивное питание в группе регулярных потребителей выше аналогичного показателя в группе нерегулярных потребителей на 15%.

Выбор потребителями того или иного продукта преимущественно зависит от того, с какой целью он употребляется. Основными причинами употребления спортивного питания выступают следующие:

- ♦ повышение эффективности тренировок;
- ♦ поддержание спортивной формы;
- ♦ восстановление организма после физических нагрузок;
- ♦ наращивание мышечной массы;
- ♦ укрепление здоровья, иммунитета;
- ♦ употребление с целью похудеть.

В свою очередь, основными причинами отказа от потребления спортивного питания среди населения являются: недоверие к товару, опасение контрафактной продукции и отсутствие торговых точек по продаже спортивного питания.

Основными факторами, влияющими на выбор спортивного питания, являются: торговая марка и эффективность питания, на последнее место респонденты поставили цену. Это обусловлено тем, что атлеты не хотят рисковать своим здоровьем за счет экономии на цене товара, покупая спортивное питание только проверенных и известных зарубежных брендов.

В ходе опроса более 80% респондентов отметили, что основным источником информации о данной продукции являются интернет-сайты. При выборе спортивных продуктов потребители ориентируются на рекомендации тренера, интернет-сайтов, рекламу в СМИ, советы других потребителей.

Отечественный рынок спортивного питания находится в стадии развития и в основном сосредоточен в г. Минске. Так, если в 2009 году в столице функционировало 2 магазина спортивного питания, то на сегодняшний день в Минске работают уже 5 специализированных магазинов спортивного питания: «Физкульт», «Спортайм», «Окфитспорт», «Спортфою», «Фитмаркет», а в сети – десятки интернет-магазинов, самым крупным, из которых является «Спорт сервис». Ассортимент данных магазинов представлен в основном американскими и европейскими брендами (XXI Power, MD (Muscular Development), Shaper, Lady Fitness, Artlab, Junior, Strimex, Scitec Nutrition и др.) и лишь незначительную долю рынка занимает продукция российского и белорусского производства (рис. 1). Линейка зарубежных спортивных продуктов включает в себя: протеины, аминокислоты, гейнеры, витамины, жиросжигатели, напитки, средства для суставов, взрывные формулы, питание для мужчин, питание для женщин, батончики и др.

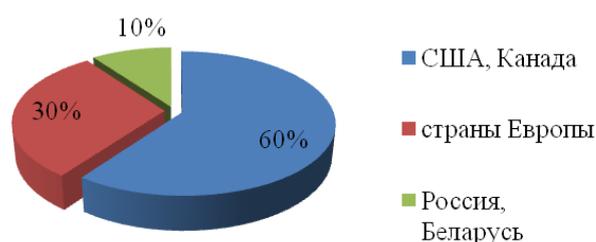


Рис. 1. Страны-производители спортивного питания, представленного на рынке Республики Беларусь

Замещение зарубежного спортивного питания отечественным – одна из важных задач государственной политики. Это весьма трудная задача, потому что спортивное питание – это высокотехнологичный пищевой продукт. Производством и реализацией продукции спортивного питания в Республике Беларусь занимается лишь несколько предприятий (ОАО «Березовский сыродельный комбинат», ОАО «Щучинский масложирзавод», ООО «Беллакт», ООО «Биофон», СООО «Миконик Технолоджис», НП ЗАО «Малкут», ООО «ИзоЛайф экспорт»). Ассортимент выпускаемой ими продукции включает в себя протеины (концентрат сывороточного белка), гейнеры, витаминно-минеральные комплексы, креатин, стероидные гормоны растительного происхождения, спортивные напитки. Цена белорусской продукции значительно ниже зарубежной. Однако, по опросам людей, занимающихся фитнесом и спортом, спрос на нее не высок. По мнению потребителей спортивного питания, это объясняется следующими факторами: низ-

кой чистой нутриентной составляющей продуктов, плохой растворимостью, неудовлетворительными вкусовыми качествами; нехарактерными включениями, наличием в составе продуктов, содержащих протеин обычного сухого молока.

Главными тенденциями развития рынка спортивного питания в Беларуси можно считать появление новых продуктов, оказывающих более эффективное специфическое воздействие, а также активное завоевание новых потребителей. Специалистами РУП «Научно-практический центр НАН Беларуси по продовольствию» активно ведутся исследования в данном направлении: разработаны изотонические спортивные напитки (концентрированные и сухие), предназначенные для восполнения потери жидкости и солей в организме, нормализации осмотического давления плазмы крови и восполнения энергетических запасов после интенсивных физических нагрузок; протеиновые мучные изделия (блинные смеси и макароны), предназначенные для поддержания, роста и восстановления мышечной массы; сухие смеси для приготовления белковых коктейлей на основе изолятов и гидролизатов протеинов, обладающие повышенной биологической ценностью и способные в кратчайшие сроки предотвратить потерю белка в мышцах при интенсивных тренировках и повысить устойчивость к статическим и динамическим нагрузкам; молочные коктейли с использованием сухого козьего молока, содержащего человеческий лактоферрин, предназначенные для повышения оксигенации крови и оптимизированной транспортировки кислорода в органы и ткани, увеличения силы и выносливости организма, повышения неспецифического гуморального иммунитета, предотвращения перекисного окисления липидов клеточной мембраны, нормализации работы желудочно-кишечной системы (рис. 2).



Рис. 2. Новые виды спортивного питания

Для производства конкурентоспособного спортивного питания, помимо сырья и технологий, в ближайшее время планируется тестирование составов спортсменами и прочие мероприятия, чтобы быстро создать аналоги и инновационные продукты достойного качества.

Успешное импортозамещение сегмента спортивного питания в нашей стране возможно только при улучшении качества производимой продукции. Это предусматривает особые требования к качеству исходного сырья, что непременно приведет к существенному удорожанию готовой продукции. Поэтому для продвижения отечественных продуктов на рынке спортивного питания, насыщенном популярными иностранными брендами, необходимо принятие и ряда организационных решений, в том числе и на правительственном уровне.

Объемы продаж спортивного питания будут непрерывно расти, поскольку постоянно увеличивается число фитнес-клубов, а также повышается культура потребления спортивного питания. Чтобы превратить потенциальных потребителей в реальных, необходимо также направлять усилия на информирование населения о качестве и преимуществах отечественного спортивного питания, бороться с общепринятым мнением о его вредности и повышать его культуру потребления.

Таким образом, для развития отечественного рынка спортивного питания целесообразно организовать производство аналогов спортивного питания известных зарубежных брендов, как это уже реализовано в фармацевтике, а также инновационных продуктов с использованием отечественного сырья на основе современных пищевых технологий и биотехнологий с целью их продвижения на внутренний рынок и рынок стран Таможенного союза.

ЛИТЕРАТУРА

1. Министерство спорта и туризма РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mst.by>. – Дата доступа: 24.03.2017.
2. Худяков, М. С. Рынок спортивного питания / М. С. Худяков // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2015. – №1. – С. 89-91.
3. Upadhyay, S. Sports Nutrition Market Report / S. Upadhyay // Allied Market Research. – 2016. – 187 P.
4. Анализ рынка спортивного питания в России // Discovery Research Group. – 2016. – 39 с.
5. Спортивное питание / Н. С. Тарасова [и др.] // Педагогика, психология и медико-биологические проблемы физического воспитания и спорта. – 2009. – №5. – С.254.

Рукопись статьи поступила в редакцию 24.04.2017

V. V. Shylau, A. A. Zhurnia

STATUS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE SPORTS FOOD MARKET OF THE REPUBLIC OF BELARUS

Due to growth of popularity of a healthy lifestyle and increase in number of the people who are regularly playing sports the attention of consumers to products of sports and functional food has considerably increased. In article tendencies of the modern market of sports food are considered, data of market researches of consumer preferences concerning the choice of sports food are submitted.

Keywords: sports food, consumer preferences, range.

УДК [663/664+637/1/5]:005.936.43

В статье представлен анализ действующих на территории Республики Беларусь требований к зерну, поставляемому на продовольственные цели. Приведен обзор регламентируемых показателей качества и безопасности и методов их определения для злаковых и зернобобовых культур.

Ключевые слова: зерновые культуры, злаковые культуры, зернобобовые культуры, показатели качества, показатели безопасности.

ТРЕБОВАНИЯ К ПОКАЗАТЕЛЯМ КАЧЕСТВА И БЕЗОПАСНОСТИ ЗЕРНОВЫХ КУЛЬТУР

РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию», г. Минск, Республика Беларусь

И. М. Почицкая, кандидат сельскохозяйственных наук, начальник Республиканского контрольно-испытательного комплекса по качеству и безопасности продуктов питания;

Н. В. Комарова, кандидат технических наук, заведующий лабораторией физико-химических исследований Республиканского контрольно-испытательного комплекса по качеству и безопасности продуктов питания;

Е. И. Коваленко, инженер-химик 2 категории лаборатории физико-химических исследований Республиканского контрольно-испытательного комплекса по качеству и безопасности продуктов питания

На протяжении многих лет продукты переработки зерновых культур являются рационаобразующим элементом питания человека. Широкий ассортимент зерновых продуктов способствует полноценному, сбалансированному и рациональному питанию. Важность зерновых продук-