

УДК 330.341.42

В. В. Колесник

ООО НПО «ЛАТТА», Красноярск, e-mail: kolesnik@latta-bio.ru

Д. С. Гуц

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», Красноярск,

e-mail: edu@sfu-kras.ru

Е. В. Щербенко

ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», Красноярск,

e-mail: sherbenko.e@mail.ru

РЕСУРСЫ СИБИРИ В ФОРМИРОВАНИИ СЕКМЕНТОВ ПРОДУКТОВ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЫНКА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО АДАПТИВНОГО СПОРТИВНОГО ПИТАНИЯ)

Ключевые слова: рынок спортивного питания, адаптивное питание, сегменты рынка спортивного питания, факторы развития рынка спортивного питания, ресурсы производства спортивно-го питания.

В публикации дано описание рынка продуктов спортивного питания, их роль для различных потребительских категорий, как для спортсменов, так и сторонников здорового образа жизни. Акцентировано внимание на вопросах этического и юридического характера, связанного с применением синтезированных стимуляторов, применяемых в спорте высших достижений. Обозначена проблема применения допингов, наносящих вред здоровью спортсменов, как фактор необходимости альтернативных предложений на рынке. Рассмотрена возможность создания новой рыночной категории продуктов спортивного питания на основе активных природных компонентов с использованием биоресурсов Сибирского региона. Дана оценка преимуществ по использованию естественных растительных стимуляторов для повышения показателей спортсменов под контролем медицинских специалистов. Приведен пример их успешного применения без последствий для здоровья спортсменов, формирующий положительный имидж спорта высших достижений на международном уровне. Раскрыты факторы формирования рынка специализированного спортивного питания и стимулирующих компонентов питания спортсменов. Описана сегментация рынка спортивного питания по продукту и потребителям. Дан анализ географии, структуры и основных тенденции российского и мирового рынков продуктов спортивного питания (ПСП). Проявлены тренды формирования спроса на ПСП новых сегментов потребителей ПСП помимо основной целевой аудитории спортсменов. Показана важность комплексного подхода к совершенствованию рынка спортивного питания. Аргументирована необходимость проведения дальнейших исследований в разработке нового сегмента рынка продуктов специализированного спортивного питания на основе природных стимуляторов, не входящего в запретный список WADA.

V. V. Kolesnik

ООО NPO «LATTA», Krasnoyarsk, e-mail: kolesnik@latta-bio.ru

D. S. Guts

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, e-mail: edu@sfu-kras.ru

E. V. Shcherbenko

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, e-mail: sherbenko.e@mail.ru

SIBERIAN RESOURCES IN THE FORMATION OF NEW GENERATION PRODUCT SEGMENTS (ON THE EXAMPLE OF THE MARKET OF SPECIALIZED ADAPTIVE SPORTS NUTRITION)

Keywords: sports nutrition market, adaptive nutrition, sports nutrition market segments, sports nutrition market development factors, sports nutrition production resources.

The publication describes the market of sports nutrition products, their role for various consumer categories, both for athletes and supporters of a healthy lifestyle. The article focuses on the ethical and legal issues related to the use of synthesized stimulants used in high-performance sports. The problem of the use of doping that harms the health of athletes is identified as a factor of the need for alternative offers on the market. The possibility of creating a new market category of sports nutrition products based on active natural

components using bioreources of the Siberian region is considered. The advantages of using natural plant stimulants to improve the performance of athletes under the supervision of medical specialists are evaluated. An example of their successful application without consequences for the health of athletes is given, which forms a positive image of high-performance sports at the international level. The factors of formation of the market of specialized sports nutrition and stimulating components of athletes' nutrition are revealed. The segmentation of the sports nutrition market by product and consumers is described. The analysis of the geography, structure and main trends of the Russian and world markets of sports nutrition products (PSP) is given. Trends in the formation of demand for PSP of new segments of PSP consumers in addition to the main target audience of athletes are revealed. The importance of a comprehensive approach to improving the sports nutrition market is shown. The need for further research in the development of a new market segment of specialized sports nutrition products based on natural stimulants, which is not included in the WADA prohibited list, is argued.

Введение

Спортивное питание, это питание, предназначенное для обеспечения повышенной потребности спортсменов в энергии, пищевых и биологически активных веществах за счет полноценных рационов питания и включения в них специализированных пищевых продуктов. Рационы такого питания формируются с учетом спортивной специализации, фазы спортивного цикла, физического статуса, состояния адаптационного потенциала, возрастно-половых особенностей, состояния здоровья, индивидуальных пищевых предпочтений и индивидуальных особенностей здоровья и климатогеографических условий [1].

За последнее столетие развития спорта и сферы подготовки спортсменов значительно расширилось общественное осознание того, как и почему различные продукты питания и пищевые добавки могут помочь спортсменам в улучшении их физических и спортивных показателей [2].

Структуру рынка спортивного питания формирует сложная совокупность отраслей, связанных с научно-исследовательскими разработками, производством, продажами продуктов с заданными потребительскими свойствами, предназначенными, как для спортсменов, так и для других групп населения. Развитие данного направления обусловлено не только развитием сфер физической культуры и спорта, но и стремлением общества к формированию здорового образа жизни. Структуру спроса на продукты спортивного питания формируют разные типы потребителей, формируя базовые условия развития различных производств и отраслей инфраструктуры сопровождающей развитие исследуемого рынка.

Статья обобщает результаты исследования, целью которого был определен анализ тенденций и факторов развития рынка продуктов спортивного питания и формирова-

ния его новых потребительских сегментов для обоснования перспектив производства продукции спортивного питания с использованием биоресурсов сибирского региона.

Материал и методы исследования

В основе теоретической и методологической базы исследования лежат труды отечественных и зарубежных авторов, данные исследований и статистические обзоры аналитических агентств, эмпирические данные исследовательской базы предприятия – одного из субъектов исследуемого рынка. В процессе написания работы использованы методы эмпирического и теоретического исследования: системный, обобщения, группировки и другие.

Результаты исследования и их обсуждения

Поставленная авторами цель изучения рынка спортивного питания – рынка пищевой специализированной продукции определила ряд исследовательских направлений, общие результаты которых определяют основные характеристики его структуры.

Основными видами продуктов спортивного питания являются протеиновые порошки, изотонические сухие смеси, креатин, ВСАА, порошковые добавки, протеины на основе RTD, ИЗО и другие спортивные напитки, углеводные напитки, белковые батончики, углеводные / энергетические батончики, другие добавки.

Спрос на продукты спортивного питания предъявляют спортсмены и культуристы (основные потребители), люди, занимающиеся спортом не на профессиональной основе, а также потребители, совсем не увлекающиеся спортивными занятиями, но преследующие цели повышения энергетического состояния организма. Следует отметить, что общий тренд на здоровый образ жизни и правильное питание увеличивает число

людей разных возрастных групп, занимающихся спортом и предъявляющих спрос на продукты такого рода, что ускоряет рост индустрии спортивного питания.

Ключевыми производителями рынка продуктов спортивного питания следует назвать такие транснациональные компании как Coca-Cola Company, Abbott Nutrition Inc., PepsiCo Inc., Glanbia Plc., Reckitt Benckiser Group plc, Yakult Honsha Co Ltd, Post Holdings, Inc., GNC Holdings, Clif Bar & Company, и Otsuka Pharmaceuticals Co., Ltd и другие. Каждая из этих компаний в борьбе за долю рынка реализует различные стратегии роста, в перечне которых развитие продукта, горизонтальная и вертикальная интеграция, партнерский маркетинг и пр. Основными каналами распределения продуктов спортивного питания являются специализированные магазины, маркетплейсы, фитнес-заведения (спортзалы и клубы здоровья), аптеки, медицинские центры, различные форматы предприятий розничной торговли.

Основными рынками по объему потребления продуктов спортивного питания Европы являются Великобритания, Германия, Франция, в совокупности на их долю приходится более 60% от общего объема европейского рынка. Италия и Испания лидируют в Европе по потреблению спортивных напитков и протеинов. Высокими темпами развивается рынок спортивного питания в Азиатско-Тихоокеанском регионе (Япония, Китай, Южная Корея). В Южной Америке наблюдается рост потребления продуктов спортивного питания в Бразилии, Перу и Колумбии [3].

Российский рынок продуктов спортивного питания в настоящее время также активно развивается (оценка Всемирной Федерации индустрии спортивных товаров – WFSGI). Структуру предложения на отечественном рынке продуктов спортивного питания формирует продукция зарубежных производителей, однако, прослеживается тенденция роста доли российских компаний-производителей. Так еще в 2013 году на 96% этот рынок был представлен импортной продукцией. В 2014 доля импорта продукции спортивного питания снизилась до 88,2%, в 2015 году – до 55,3%, и в 2020 году ввиду ограничений на ввоз, связанных с COVID-19, тенденции по формированию структуры предложения на исследуемом рынке сохраняет продукция отечественного производства [4]. Однако, актуальными пробле-

мами российского рынка продукции спортивного питания является высокая сырьевая импортозависимость, а также, как отмечают специалисты, значимый объем фальсифицированной, контрафактной и контрабандной продукции [3,5]. Исследования показали, что, несмотря на активное развитие отечественного производства продуктов спортивного питания, большая часть потребителей предпочитает продукцию известных зарубежных брендов. Причиной этого является недобросовестность отдельных производителей, которые зачастую заменяют качественную сыворотку в протеинах глютенем или соевым белком, либо закупают самое дешевое сырье. И, как показали исследования, многие потребители, изначально переориентировались на отечественную продукцию, не удовлетворенные качеством продукции спортивного питания отечественного производства, вернулись к покупкам импортных товаров с помощью интернет-торговли.

По прогнозам аналитиков, объем мирового рынка спортивного питания в ближайшее десятилетие будет расти – и если в 2015 году он составлял порядка 22 млрд долл., то к 2024 году прогнозируется его рост на 73,6% (около 38 млрд долл.) [3]. Сообразно мировым тенденциям, в нашей стране ежегодно увеличивается число людей, занимающихся спортом и ведущих активный образ жизни. Доля людей, систематически занимающихся физкультурой и спортом, в целом по России – 27,5%, самый низкий показатель по регионам в Магаданской области – 19,3% [9]. Количество спортивных залов на территории России приближается к 100 тыс. Ежегодно в нашей стране увеличивается число клубов здоровья и фитнес-центров и, как следствие, – рост числа потребителей продуктов спортивного питания.

Анализ мотивов покупки спортивного питания российскими потребителями показал, что основным мотивом приобретения является наличие недомогания, связанного со слабой спортивной подготовкой – 38%, менее значимыми мотивами являются общее укрепление здоровья – 24% и профилактики заболеваний 19% [7]. Общее количество опрошенных, ответивших на вопросы предлагавшейся анкеты, в Москве и Ставрополе составило 593 человека при примерно равном представительстве респондентов из этих регионов. Задачей группы вопросов в предлагавшейся анке-

те было формирование демографического и социального профиля участников опроса, а также оценка спортивной активности опрошенных. В результате опроса выявлено, что большинство составляют молодые люди в возрасте до 20 лет (28%) или немногим старше – от 20 до 28 лет (33%). Вместе они представляют почти 2/3 всех участников опроса. Это объективно отражает повышенный интерес к спорту именно среди данной возрастной категории людей. Подавляющее большинство респондентов (78%) рассматривает себя в качестве любителей, т. е. занимающихся спортом ради достижения хорошей физической формы и собственного здоровья. И только для сравнительно небольшого числа участников опроса спорт является сферой профессиональной деятельности – соответственно в качестве спортсмена (12%) или тренера (10%) [6].

Развитие технологий, появление новых категорий потребителей (приверженцы ЗОЖ, спортсмены-любители, спортсмены спорта высших достижений) стимулирует дифференциацию предложения продукции спортивного питания, для удовлетворения нужд каждой из категорий потребителей. Так, например, такой значимый сегмент потребителей продукции спортивного питания как профессиональные спортсмены (спорт высших достижений) тесно связан со спортивной медициной и фармакологией. Поддержка состояния здоровья спортсмена в тренировочном и соревновательном периоде в той или иной мере связана с применением веществ, стимулирующих его адаптационный потенциал в условиях повышенных физических и психоэмоциональных нагрузок.

Такого рода вещества, так называемых спортивных допингов, в основной своей массе, имеет синтезированное происхождение, что дает негативные пролонгированные последствия для спортсменов, не проходит бесследно для их здоровья и требует длительной реабилитации. Спорт относится к сферам массового внимания, зрелищных мероприятий, привлекает к себе внимание широкой аудитории, является профессией людей, заточенных на победу, и сопряжен с получением гонораров и призовых, поэтому специалисты убеждены, проблема допинга в спорте будет существовать. Активно развивается международное сотрудничество по борьбе с допингом, совершенствуются методики по педагогико-психологическим

и медико-биологическим проблемам физической культуры и спорта. Систематизируются методы совершенствования законодательства о спорте, борьба с политизацией спорта, развития спорта как профилактики вредных привычек, совершенствования системы подготовки кадров, повышения эффективности борьбы с употреблением допинга, защиты прав спортсменов на международном уровне, развития спорта как средства воспитания детей и др., актуализируется проблема становления спортивного медицинского права [8].

Это сложный вопрос в мире спорта, который заслуживает серьезного внимания. Необходимость ограничения использования допингов актуализирует исследования и разработки в области создания специализированных продуктов спортивного питания нового поколения, которые по своим физико-химическим характеристикам адаптированы физиологии человека, организм которого испытывает предельные нагрузки тренировок и соревнований.

Все большую актуальность приобретает использование биологически активных добавок в рационе спортсменов для их более эффективного восстановления после физических нагрузок, – это демонстрируют отечественные и зарубежные исследования. Актуальность использования БАД в дополнение к основному рациону питания обусловлена постоянно возрастающими по интенсивности физическими нагрузками в спорте высших достижений. Опрос 348 профессиональных спортсменов 15–18 лет из Сербии, Германии, Японии и Хорватии показал, что 82,2% из них используют спортивные продукты и диетические добавки, при этом 60,6% респондентов составили лица мужского пола. Больше число опрошенных спортсменов употребляет белковые добавки – 54,5%. Основной причиной, мотивирующей спортсменов к использованию добавок, является повышение спортивных результатов – 35,4%. Очевидно, что без наращивания тренировочных нагрузок достижение высокого спортивного результата на сегодняшний день уже не представляется возможным [10]. При признании обществом, как пользы, так и вреда для человеческого организма использования синтезированных допингов, технологический прогресс создает условия и предпосылки использования биоресурсов в производстве так называемых природных допингов – носителей высоких

природных энергий, работающих на уровне клетки ДНК человека, по эффективности не уступающих и даже превосходящих своих синтезированных «одноклассников».

Особый класс лекарственных растений с адаптогенным действием способен влиять и на физическую выносливость, и на умственную работоспособность. Исследования показывают их активирующие действие на кору головного мозга, вызывающие выраженный психостимулирующий эффект характеризующийся улучшением памяти и концентрацией внимания. Адаптогены применяются для борьбы с переутомлением и повышением физической выносливости, устойчивости тканей к кислородному голоданию и стимулированию сердечной деятельности

Выполняя функции естественных стимуляторов, биологически активные компоненты способствуют сохранению здоровья и улучшению функциональной подготовленности спортсменов в любом периоде тренировок: при сгонке массы тела, дегидратации, нарушении обменных процессов, снижении иммунитета, десинхронозе, для повышения адаптации. Природные соединения действуют на клеточном уровне, предотвращая срыв адаптивных механизмов в организме спортсмена.

Красноярский край, один из крупнейших регионов России, Территория лесного фонда края составляет 158,7 млн. га. Общий запас насаждений насчитывает 11,7 млрд. кубометров – это 34% запасов регионов Сибирского федерального округа и 14,2% от общероссийского запаса леса. Является территорией, которая формирует огромный потенциал поставок ценнейшего биоресурса – диких таежных растений [11]. Богатая разнообразность и уникальные свойства природных адаптогенов (родиола розовая, лимонник китайский, элеутерококк, женьшень и пр.), создают предпосылки по их использованию для формирования новых категорий продуктов на рынке спортивного питания.

Ценные свойства дикорастущей флоры, произрастающей на малонарушенных территориях бореальной тайги Красноярского края, обусловлены богатой минерализацией почв, климатическими особенностями, ресурсом чистой пресной воды, ограничением транспортной доступности и удаленности техногенных факторов от экосистем.

Учитывая оторванность от природных сырьевых ресурсов большинства производителей продуктов спортивного питания, их традиционную технологическую направленность на использование синтезированных компонентов у природных стимуляторов есть неоспоримые рыночные преимущества и перспективы. Пример китайской спортивной медицины и фармацевтики, во многом определивших результаты атлетов из Китая на Пекинской Олимпиаде 2008 формирует новое видение и тенденции к развитию направления спортивной медицины, основанной на использовании активных растительных биоконпонентов. Развитие технологий с использованием биоресурсов сибирского региона, и в частности технологии сохранения структуры живой клетки растений [12], которая решает проблему адаптации организма атлетов к пиковым нагрузкам без вреда для их психоэмоционального и физического здоровья, формируют предпосылки для развития нового сегмента продуктов спортивного питания – адаптивного специализированного питания для спортсменов.

Кроме того, продукты питания, первоначально предназначавшиеся для спортсменов, находят свое применение для укрепления здоровья и повышения качества жизни широких слоев населения, формируя новые рынки и их сегменты, стимулируя развитие технологий и организационных решений в сферах их производства, логистики и продвижения. Ведущим драйвером этих изменений выделяют возможности современного «цифрового» потребителя, формирующего новое качество своей жизни в цифровом пространстве, а также стремление бизнеса к изучению и применению потребительского опыта для разработки ценностного предложения для потребителей с развитым стремлением к здоровому образу жизни [5].

Выводы

Стремление общества к реализации парадигмы устойчивого развития в отношении сохранения здоровья человека, развития технологий использования биоресурсов территорий проживания (в т.ч. при решении проблемы адаптации организма атлетов к пиковым нагрузкам без вреда для психоэмоционального и физического здоровья), а также стремление широких масс населения к здоровому образу жизни, – формируют предпосылки для развития нового сегмента, – адаптивного

специализированного питания. Данный сегмент характеризуется достаточно высокими конкурентными преимуществами для региональных бизнесов, так как высоки входные барьеры, отмечается закрытость и защищенность технологий и библиотека данных по ак-

тивным стимуляторам дикорастущей флоры Сибири, а также оторванность от уникальной природно-сырьевой базы и технологической направленности большинства крупных мировых производителей продукции спортивного питания.

Библиографический список

1. ГОСТ 34006-2016. Продукция пищевая специализированная. Продукция пищевая для питания спортсменов. Термины и определения (дата введения 2018-07-01). URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200145605>.
2. Красина И.Б., Бродовая Е.В. Современные исследования спортивного питания // Современные проблемы науки и образования. 2017. №5. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=26809>.
3. Николаева М.А., Худяков М.С., Худякова О.Д. Состояние и перспективы развития рынка продуктов спортивного питания в России и за рубежом // Российский внешнеэкономический вестник. 2019. № 6. URL: <https://foodsmi.com/a1161>.
4. Штерман С.В. Научное обоснование состава и формирование потребительских характеристик продуктов интенсивного спортивного питания: автореф. ... дис. д-ра тех. наук. М., 2013. 48 с.
5. Рынок спортивного питания по типам продуктов. Глобальный анализ возможностей и отраслевые прогнозы на 2014-2021 годы // Europe Sports Nutrition Market Global Opportunity Analysis and Industry Forecasts, 2014-2021 Published Date: Oct 2016. P. 24-26.
6. Штерман С.В., Сидоренко М.Ю., Штерман В.С., Свиридов С.Г. Анализ особенностей потребительского поведения и потребительских предпочтений на рынке спортивного питания. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-osobennostey-potrebitelskogo-povedeniya-i-potrebitelskih-predpochteniy-na-rynke-sportivnogo-pitaniya-chast-i/viewer>.
7. Рыжова И.О., Арустамов Э.А., Киреев И.А. Анализ факторов успешной предпринимательской деятельности сетевого магазина спортивного питания компании «5LB» 2019 г. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41419844>.
8. Аникина А.В., Аникин В.Т. Допинг в спорте как исследовательская проблема: обзор российских публикаций. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/doping-v-sporte-kak-issledovatel'skaya-problema-obzor-rossijskih-publikatsiy/viewer>
9. Чумарина В.Ж. Тезисы доклада на заседании секции статистики ЦДУ РАН 19.12.2019 по теме: «Об итогах выборочного наблюдения состояния здоровья населения в 2019 году». URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/23473>.
10. Корнякова В.В., Бадтиева В.А., Баландин М.Ю. Использование биологически активных добавок с антиоксидантными свойствами при физическом утомлении и для повышения работоспособности в спорте. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-biologicheski-aktivnyh-dobavok-s-antioksidantnymi-svoystvami-pri-fizicheskom-utomlenii-i-dlya-povysheniya/viewer>.
11. Куимов В.В., Щербенко Е.В. Продовольственные ресурсы Сибири и региона и перспективы устойчивой работы на глобальных рынках // Журнал Сибирского федерального университета. Серия: Гуманитарные науки. 2017. Т. 10. № 11. С. 1708-1717. URL: <http://journal.sfu-kras.ru/article/67836>.
12. Колесник В.В. Патент RU 2616399 C1 «Способ получения биологически активного продукта адаптивного питания. Биологически активный продукт адаптивного питания». 2017. URL: <https://patenton.ru/patent/RU2616399C1>.