

Состояние и перспективы развития рынка продуктов спортивного питания в России и за рубежом

УДК 339.146(100)
ББК 65.422.5(0)
Н-632

Мария Андреевна НИКОЛАЕВА,
доктор технических наук, профессор,
Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ, кафедра международной коммерции – профессор,
E-mail: man1408@mail.ru,

Максим Сергеевич ХУДЯКОВ,
ООО «БЭЙС КЕЙТЕРИНГ» – управляющий,
E-mail: buldog-omsk@rambler.ru,

Ольга Дмитриевна ХУДЯКОВА,
кандидат технических наук, доцент,
Омский государственный технический университет,
кафедра «Биотехнология, технология общественного питания
и товароведение» – доцент, E-mail: xod-55@yandex.ru

Аннотация

В статье рассматривается влияние активного образа жизни на развитие рынка продуктов спортивного питания, как в России, так и за рубежом; основные зарубежные и отечественные производители спортивного питания, представляющие свою продукцию на российском рынке; факторы, оказывающие влияние на развитие мирового рынка продуктов спортивного питания, такие как: увеличение числа клубов здоровья и фитнес - центров, урбанизация, рост числа обычных потребителей, употребляющих ПСП, рост располагаемого дохода в развивающихся странах; основные проблемы развития российского рынка; цены на основные ПСП в разных городах мира, а также основные тенденции и перспективы развития мирового и отечественного рынка продуктов спортивного питания.

Ключевые слова: рынок, спорт, спортивное питание, цена, факторы развития, производители спортивного питания; тенденции развития.

State and development prospects of the sport food market in Russia and abroad

Maria Andreevna NIKOLAEVA,
Doctor of Technical Sciences, Professor, Russian Academy of National Economy and Public
Administration under the President of the Russian Federation, Department of International
Commerce – Professor, E-mail: man1408@mail.ru,

Maxim Sergeevich KHUDYAKOV,
BASIC CATERING Ltd - manager, E-mail: buldog-omsk@rambler.ru

Olga Dmitrievna KHUDYAKOVA,
Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Omsk State Technical University, Department
of “Biotechnology, catering technology and commodity research” – Associate Professor,
E-mail: xod-55@yandex.ru



Abstract

The article considers an active lifestyle impact on the development of the sport food market both in Russia and abroad, international and national key manufacturers of sports nutrition products represented on the Russian market as well as the factors affecting the development of the world sport food market and the prospects of its development, such as: an increased number of health clubs and fitness centers, urbanization, the growing number of common consumers using sport food, disposable income growth in developing countries; main problems of the Russian market development; prices for key sport food items in various cities of the world as well as the main trends and prospects for the development of the world and domestic sport food market.

Keywords: market, sport, sport food, sport food manufacturers, price, development factors, development trends.

В настоящее время наряду с продуктами массового потребления, все больше внимания уделяется продуктам специализированного назначения, то есть продуктам с заданными потребительскими свойствами, предназначенными для различных категорий населения (детей, беременных женщин, пожилых людей, спортсменов и других групп населения).

Спортивное питание, как самостоятельное направление развития пищевых технологий, сформировалось относительно недавно. Развитие данного направления обусловлено социальной политикой государства, направленной на укрепление здоровья нации, в том числе за счет развития физической культуры и спорта и пропаганды здорового образа жизни.

Продукты спортивного питания – подгруппа специализированных пищевых продуктов, предназначенных для быстрого восстановления гомеостаза организма спортсменов перед или после интенсивных тренировок, или соревнований. Их доступность определяется ассортиментной (физическая доступность) и ценовой политиками (экономическая доступность) организаций, производящих и реализующих продукты спортивного питания. Во всех странах наблюдается рост потребления продуктов спортивного питания.

Рынок спортивного питания сегментируется на основе типа продукта, пользователя, канала распределения и географии. По типу продукта он делится на сегменты – 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 и другие добавки.

Изо-напитки – это негазированные напитки, содержащие электролиты, аминокислоты и другие ингредиенты, которые пополняют уровень воды в организме. Этот сегмент продемонстрировал заметный рост, связанный с маркетинговой политикой, используемой производителями, и их ориентацией на выпуск инновационных продуктов.

Спортивные добавки продаются в виде капсул, напитков и порошков. К основным категориям добавок относятся средства для увеличения массы тела, наращивания мышц, а также усилители производительности и заменители пищи. Порошки – заменители пищи, все чаще используются женщинами для снижения веса или управления весом. Увеличение числа клубов и фитнес-центров создало огромный рыночный потенциал для роста этих продуктов. Протеиновые и углеводные батончики представлены лучше на рынках развитых стран по сравнению с развивающимися регионами. Соя и сыворотка являются основными источниками белка, используемыми в питательных батончиках. Производители представляют на рынке различные пищевые батончики, исходя из потребительских предпочтений.

Эти продукты распространяются через многочисленные розничные каналы, такие как крупные магазины розницы и магазины массового ассортимента, небольшие магазины розничной торговли, специализированные магазины и различные интернет-магазины. Кроме того, они распространяются через фитнес-заведения, такие как спортзалы и клубы здоровья.

Увеличение числа клубов здоровья и фитнес-центров, быстрая урбанизация, растущая осведомленность о здоровом образе жизни, рост дохода среди клиентов среднего класса и внедрение новых ингредиентов в продукты спортивного питания, являются ключевыми факторами, оказывающими влияние на рост мирового рынка ПСП.

В последние годы наблюдается постоянный рост количества клубов здоровья и фитнес-центров вследствие увеличения проблем со здоровьем и изменения образа жизни в развивающихся странах. Повышение информированности о здоровье и необходимость адекватного питания для его поддержания способствуют спросу на эти продукты. Увеличение числа людей среднего возраста и геронтологической группы, занимающихся спортом, еще больше подстегнул рост рынка спортивного питания.

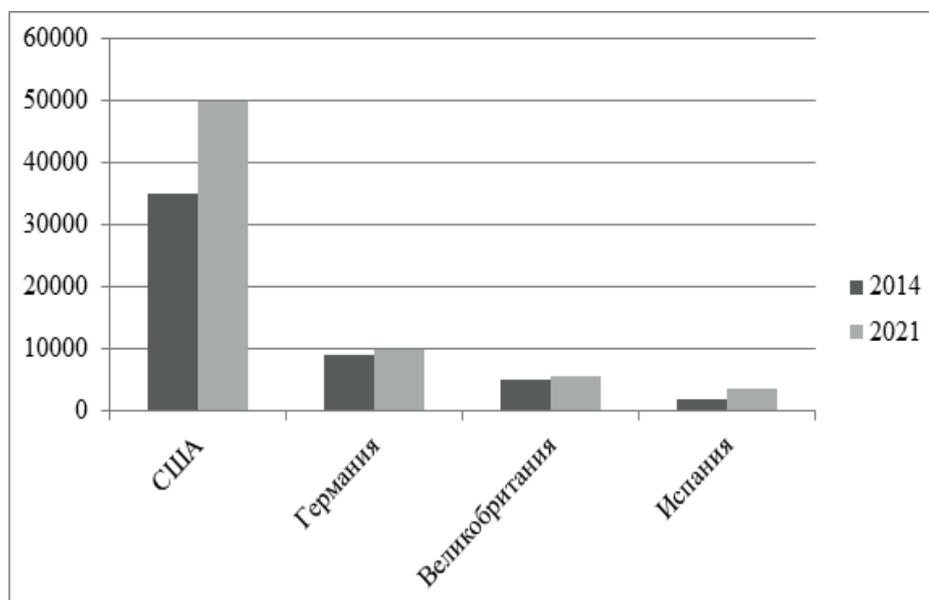
В ближайшие годы предполагается, что число потребителей продуктов спортивного питания будет возрастать, в том числе и за счет роста спортивных учреждений разного типа, пропагандирующих эти продукты как средство улучшения здоровья и повышения спортивных результатов спортсменов. К числу таких учреждений относятся клубы здоровья. Данные о предполагаемом росте клубов здоровья в ряде зарубежных стран к 2021 году по сравнению с 2014 годом представлены на рисунке 1.

Как видно из данных рисунка 1, наибольшее количество клубов здоровья отмечается в США. В европейских странах число таких клубов значительно меньше. Самый высокий рост числа клубов здоровья прогнозируется в США, что позволяет предположить возможный рост спроса на продукты спортивного питания на американском рынке. Однако это потребует от производителей таких продуктов значительных маркетинговых усилий.



Рисунок 1

Прогнозируемое увеличение числа клубов здоровья в 2021 году по сравнению с 2014 годом¹



Большинство клубов здоровья продают белковые добавки, питательные батончики, энергетические напитки и аналогичные продукты спортивного питания. Некоторые клубы здоровья нанимают диетологов, чтобы помочь потребителям в выборе этих продуктов. Кроме того, рост популярности и спроса на продукты спортивного питания объясняется растущим числом медицинских центров и фитнес-клубов по всему миру, поскольку они функционируют как первичные каналы распространения этих продуктов.

Согласно анализу тенденций изменений в индексе массы тела (ИМТ), опубликованном в «TheLancet», одном из ведущих международных журналов общей медицины, произошло значительное увеличение количества людей с ожирением во всем мире, увеличившись с 105 миллионов в 1975 году до 641 млн в 2014 году. В Северной Америке население имеет самый высокий ИМТ (рост с 59 в 2010 году до 61,3 в 2014 году).

Урбанизация является одним из основных факторов, которые подпитывают спрос на спортивные продукты питания во всем мире. Она характеризуется изменением образа жизни, увеличением числа работающих женщин и потребления готовых продуктов и фаст-фуда. Эти факторы приводят к увеличению потребления

нездоровой пищи, что может привести к еще большему ожирению. Это побуждает людей вести более здоровый образ жизни.

В то же время указанные факторы обуславливают необходимость повышения осведомленности о здоровом питании, что в свою очередь стимулирует рынок продуктов спортивного питания. Поэтому, чтобы оставаться здоровым, потребители обращают внимание на продукты спортивного питания.

Спортсмены и культуристы являются основными потребителями продуктов спортивного питания. Тем не менее, рынок получает выгоду и от роста числа обычных потребителей. Изменение образа жизни и рост располагаемого дохода в развивающихся странах являются движущими факторами рынка. Более того, повышение осведомленности о преимуществах продуктов питания на основе белка и активного образа жизни ускорило рост индустрии спортивного питания.

Контрафактная продукция по низким ценам является одним из факторов, который сдерживает рост рынка. Такие продукты чаще всего не соответствуют требованиям, предъявляемым к качеству и безопасности продуктов спортивного питания. Высокий уровень контрабандной и контрафактной продукции влияет на продажи известных компаний и осложняет их позицию на рынке.

Ключевые компании – производители на рынке продуктов спортивного питания – The 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. Они используют различные стратегии роста, чтобы захватить большую долю на рынке и увеличить свою клиентскую базу. Запуск продуктов, партнерские отношения и приобретения – это основные стратегии развития, принятые этими компаниями для укрепления их позиций на рынке. PepsiCo изменила состав своих продуктов спортивного питания с целью уменьшения содержания жира, соли и сахара².

Географически глобальный рынок ПСП охватывает 4 основных региона: Азиатско-Тихоокеанский регион, Европа, Северная Америка и остальная часть мира. На долю Северной Америки приходится 52% рынка спортивного питания, на Европу 32%, на остальные регионы 16%.

Прогнозируется, что в период до 2020 года самыми быстрыми темпами будет развиваться Азиатско-Тихоокеанский рынок, где для этого есть все предпосылки, но и где больше всего доля контрафактной продукции и существует проблема безопасности ПСП. Некоторые из них содержат амфетаминоподобные соединения и недопустимые уровни массовой доли свинца, кадмия, мышьяка и ртути, которые вызывают серьезные последствия для здоровья.

Чтобы преуспеть в Азии, как и на любом другом глобальном рынке спортивного питания, важно определить целевого потребителя и создать соответствующий продукт с заданными потребительскими свойствами, которые обеспечат ему потребительские предпочтения. Многие крупные компании в Китае и Японии, про-



изводящие ПДП, все чаще спонсируют спортивные мероприятия и предлагают новаторские продукты для питания спортсменов.

Спорт является неотъемлемой частью японской культуры. Традиционные виды спорта, такие как боевое искусство и сумо, являются известными и существуют наряду с такими западными видами спорта, как футбол и бейсбол. Популярность этих видов спорта привела к заметному проникновению в страну продуктов спортивного питания. Японский рынок входит в число ведущих рынков продуктов спортивного питания в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Среди имеющихся на этом рынке продуктов спортивного питания, наиболее популярны напитки.

Олимпийские игры в Пекине в 2008 году ознаменовали начало активного участия населения страны в фитнес спорте, что поддерживается правительством, которое поставило задачу увеличить к 2025 году число людей, занимающихся в фитнес клубах, до полмиллиарда человек. Подавляющее большинство респондентов в Китае (93,8%) считают участие в спорте важным способом улучшения физической формы, а также формой отдыха и социального взаимодействия. Хотя азиатский рынок неоднородный, аналогичные тенденции наблюдаются и в других странах региона – Сингапуре, Южной Корее. Предстоящие в этих странах Олимпийские игры являются мощным стимулом для развития рынка продуктов спортивного питания и увеличения продаж известных брендов.

В Южной Америке наблюдается рост потребления ПСП в Бразилии, где потребители всех возрастов инвестируют в свое здоровье и здоровье близких. Здесь наиболее популярны сывороточные белковые препараты. Тенденции в спортивном питании Бразилии обусловлены ростом доходов населения, увеличением числа бесплатных посещений спортивных клубов, рекомендациями персональных тренеров. Аналогичные тенденции прослеживаются в Перу и Колумбии.

В Европе ведущими потребителями ПСП считаются Великобритания, Германия, Франция, в совокупности на их долю приходилось более 60% от общего объема европейского рынка продуктов спортивного питания.

В 2015 году британские потребители потратили на ПСП 66 миллионов фунтов стерлингов, что на 27% больше, чем в 2013 году. Согласно отраслевым источникам, в 2015 году более 13% населения Великобритании были зарегистрированы в частных клубах здоровья и фитнеса. Основными потребителями ПСП являются молодые люди в возрасте от 16 до 24 лет. Если раньше ПСП использовали, в основном, культуристы и олимпийские спортсмены, то теперь они присутствуют в рационе 42% мужчин данной возрастной категории. Прогнозируется увеличение числа потребителей ПСП для увеличения и поддержания мышечной массы в возрастной категории 25-45 лет.

Италия и Испания, где ожидается рост продаж через онлайн – розничную торговлю, лидируют в Европе по потреблению спортивных напитков и протеинов. Ожидается, что в 2021 году рынок ПСП в Европе заработает 10429 миллионов долларов³.

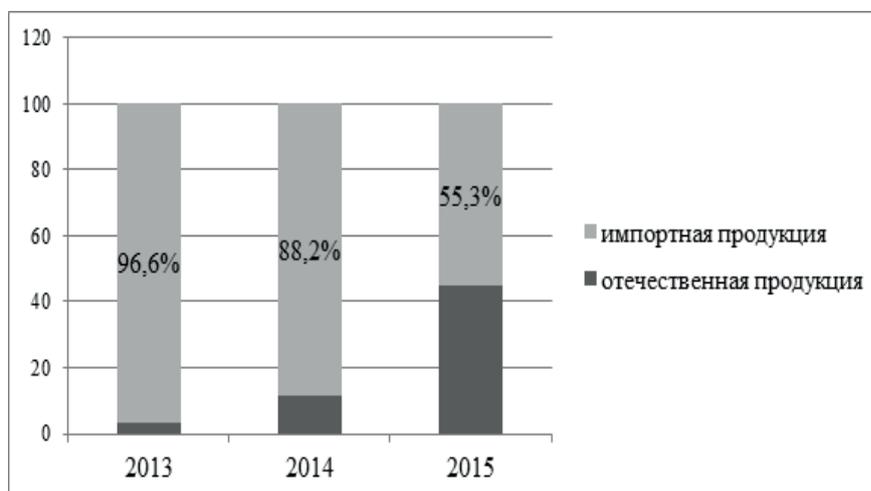
Российский рынок продуктов спортивного питания согласно оценкам Всемирной Федерации индустрии спортивных товаров (WFSGI) на сегодняшний день является перспективным. Вместе с тем, на него негативно влияет недостаточность отечественного производства ПСП, сокращение импорта из США, ЕС, Канады и других государств, вследствие введения санкций, и снижение реальных доходов населения в условиях кризиса. Российские компании сумели правильно оценить сложившуюся конъюнктуру рынка и наращивают объемы производства доступной для потребителей продукции. В 2014 году объем выпуска продуктов спортивного питания отечественными производителями увеличился почти в три раза, и эта тенденция продолжается и в настоящее время. В 2015 году доля российской продукции уже составляла 44,7% общего объема. Однако сырьевые ингредиенты для производства, преимущественно импортные.

Данные о структуре отечественных и импортных ПСП на российском рынке спортивного питания в период 2013 – 2015 г.г. приведены на рисунке 2.

Анализ данных рисунка 2 свидетельствует о том, что на российском рынке в 2013 году преобладали импортные ПСП (96%). Доля отечественных продуктов была очень низка. В 2014 году доля импорта ПСП снизилась до 88,2%, а в 2015 году – до 55,3%, что является положительной тенденцией и достижением российских производителей. Однако актуальными проблемами российского рынка ПСП остаются высокая сырьевая импортозависимость, низкое качество продукции и повышенная доля фальсифицированной, контрафактной и контрабандной продукции.

Рисунок 2

Структура рынка спортивного питания по происхождению в натуральном выражении в 2013-2015 гг.⁴

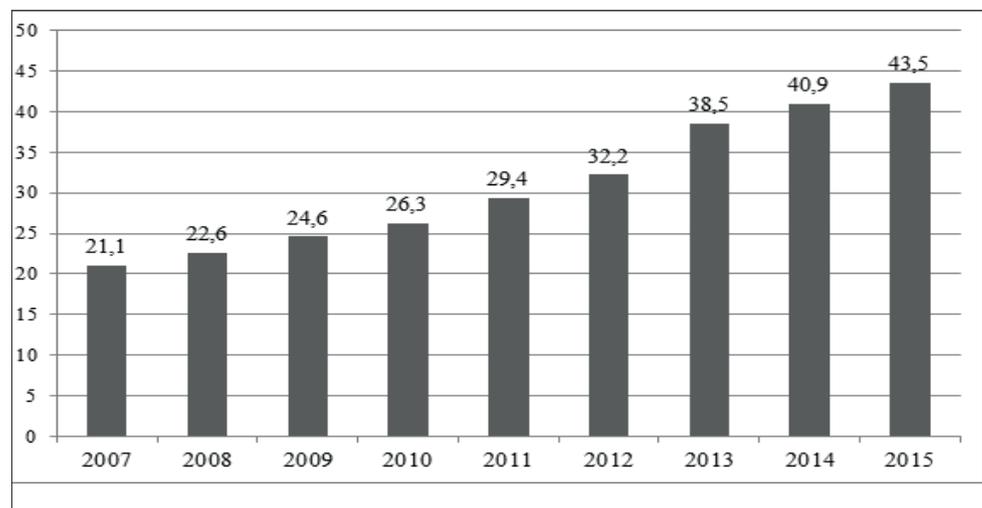


Динамика развития рынка продуктов спортивного питания напрямую зависит от популярности активного образа жизни и общей численности населения, регулярно занимающегося фитнесом и спортом. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики РФ количество спортивных залов на территории России в 2015 году составляло 72 тыс. шт.

По данным Министерства спорта РФ, численность занимающихся спортом в России в 2015 году составила 43,5 млн человек (см. рисунок 3). Количество занимающихся спортом людей в 2015 увеличилось на 6,4% по сравнению с предыдущим годом. В целом данный показатель вырос с 2007 по 2015 года в 2,1 раза. Это напрямую связано с активной позицией государства в области спорта, в том числе с ростом количества спортивных залов. При этом стоит отметить, что доля сельского населения, занимающегося спортом в РФ в 2015 году, составила 28,3% от общего числа.

Рисунок 3

Численность занимающихся спортом в РФ, млн чел.⁵



Наибольшее количество занимающихся спортом в Российской Федерации приходится на Южный федеральный округ – 4,9 млн чел., что составляет 37,4% от общей численности населения в данном федеральном округе.

На втором месте по спортивной активности населения идет Приволжский федеральный округ – 33,4% (9,2 млн чел.) и замыкает тройку лидеров Центральный федеральный округ – 32,2% (11,6 млн чел.). Наименьшая доля занимающихся спортом приходится на Крымский федеральный округ – всего 12,4% от общего числа населения данного округа.

Структура потребления спортивного питания по федеральным округам несколько иная: на первом месте находится Центральный федеральный округ – 28,2%, на втором Приволжский – 20,1%, на третьем – Сибирский федеральный округ – 12,4%.

В целом от общей численности населения в РФ систематически занимаются спортом 36,8% россиян (59,1 млн. человек, по данным 2017 года). Данный показатель меньше, чем, например, в Германии (40%) и в США (60%).

Наиболее популярным видом спорта является легкая атлетика – ей занимались в 2015 году 1503,9 тыс. чел. Прирост за 3 года составил 21,8%. На втором месте идет фитнес-аэробика, которой в 2015 году занимались 1064,1 тыс. чел⁶. При этом интерес к данному виду спорта за последние 3 года вырос более чем в 1,5 раза, или на 66,8%. Активное занятие населения разными видами спорта способствовало росту потребности в спортивном питании.

Среди производителей продуктов спортивного питания следует отметить немецкую фирму «Multipower», имеющую много приверженцев среди российских потребителей. Использовать ее продукцию могут люди, занимающиеся бегом, бодибилдингом, боевыми искусствами, велоспортом, триатлоном, фитнесом, футболом и хоккеем.

Еще одним ярким представителем западной индустрии спортивного питания на рынке продуктов спортивного питания в России является продукция американской фирмы «Weider». В настоящее время бренд Weider® является синонимом здоровья и фитнеса во всем мире, а представительства расположены более чем 120 странах. В производственной линейке данной компании представлены такие категории спортивного питания как аминокислоты, гейнеры, высокобелковые смеси, креатин, энергетика. Наибольшую долю в производстве продуктов спортивного питания фирмы «Weider» занимают протеины («100% Whey», «Mega Mass 4000», «Dinamic Weight Gainer» и пр.) и энергетика («Amino Spark – Watermelon», «Fat Burners», «High Energy» и пр.)

Крупным производителем спортивного питания является компания «Optimum Nutrition», основанная в 1986 году в США. Фирма «Optimum Nutrition» выпускает два основных бренда – «Optimum Nutrition» и «American Body Building». Компания зарекомендовала себя на мировом рынке как производитель качественного спортивного питания, способного удовлетворить любые потребности потребителей. Так, на протяжении последних 10 лет протеином № 1 в мире остается «100% Whey Gold Standard». Продукцию данной фирмы можно приобрести у официальных представителей в 70 странах мира, в том числе и в России, а также через интернет-магазин.

Среди зарубежных компаний также можно отметить такие, как «Twinlab», «Bio-Engineered Supplements (BSN)», «SAN», «Dymatize Nutrition», «Prolab», «Next Proteins», «Muscle Tech» и многие другие.



Интерес представляют и отечественные производители спортивного питания, одним из представителей которых является ООО «АРТ Современные научные технологии». Данная фирма появилась на потребительском рынке в 1998 году, а с 2002 года ее производство сертифицировано по системе НАССР. В производственном ассортименте присутствуют такие бренды, как «Геркулес» (SuperSet), «Ironman», «XXI Power», «Lady Fitness», «Юниор» (Юный Атлет), «MD», «ARTLAB», «Shaper», «Лидер» (Leader).

Также среди отечественных компаний можно отметить фирму «СуперСет». ООО «СуперСет» с 1994 года является официальным представителем Федерации Бодибилдинга и Фитнеса России (ФБФР). Имеет награды ФБФР «За выдающиеся заслуги». Питание торговой марки «СуперСет» предназначено не только бодибилдерам, но и всем, занимающимся активными видами спорта. В ассортименте компании представлены такие виды спортивного питания, как протеины, гейнеры, аминокислоты, креатин, энергетика, жиросжигатели, а также препараты для суставов и связок.

К числу ведущих российских производителей продуктов спортивного питания можно отнести ООО «Пьюр Протеин», ООО «Р-Лайн», ООО «Геон», ООО «Генетиклаб», ООО «Академия» – все они расположены в Московской области и Санкт-Петербурге.

Рост российской экономики, характерный для периода с 2010 по 2014 гг. был прерван рядом негативных внутренних и внешних событий в конце 2014 года. Внутренние проблемы отечественной экономики, такие как низкая производительность труда, рост бюджетного дефицита субъектов РФ, низкий уровень диверсификации экономики, недостаточный уровень развития институтов и ручное управление ключевыми вопросами мешали стабильному экономическому росту.

Помимо этого, отечественная экономика столкнулась с внешними угрозами: падение мировых цен на нефть и введение санкций оказали негативное влияние на темпы экономического роста и вызвали девальвацию национальной валюты. Подобная ситуация привела к кризисным явлениям в экономике: падению ВВП, инвестиций в основной капитал, реальных доходов населения, оборота розничной торговли в сопоставимых ценах и другим последствиям.

Продолжающееся снижение реальных располагаемых доходов населения стало самым затяжным в новейшей российской истории. В 2018 году этот показатель продемонстрировал сокращение пятый год подряд. В целом за 5 лет реальное падение доходов составило 10,8% от уровня 2013 года⁶.

Замедление потребительской инфляции в 2016–2017 годах способствовало росту реальной заработной платы (+0,8% в 2016 году и +2,9% в 2017 году). Однако увеличение номинальных доходов в эти годы существенно отставало от роста потребительских цен, вследствие чего сохранялась отрицательная динамика реальных располагаемых доходов населения.

По оперативным данным Росстата, в январе 2019 г. реальные располагаемые доходы снизились на 1,3% в годовом выражении на фоне стагнации реальных заработных плат (+0,2%) и ускорения инфляции (+5,0%). Отрицательный вклад в динамику реальных располагаемых доходов населения внесло также сокращение доходов от собственности, в частности снижение доходности банковских депозитов.

В 2018 году среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций в России достигла 43,4 тыс. руб. Ключевыми проинфляционными факторами стали ослабление рубля (в среднем за 2018 год курс рубля составил 62,8 руб./долл. по сравнению с 58,3 руб./долл. в 2017 году), изменение баланса спроса и предложения на отдельных рынках и повышение цен некоторыми производителями в преддверии увеличения ставки НДС до 20%. Падение курса рубля вызвало рост цен на импортные продукты спортивного питания.

Общие тенденции развития рынка отразились и на продажах продуктов спортивного питания. С одной стороны, в связи с ростом курса евро и доллара за последние 5 лет в среднем на 10%, произошло падение спроса на зарубежные ПСП за счет роста цен на них. Это стимулировало увеличение производства таких продуктов, особенно протеинов, в России. С другой стороны, потребители, не полностью удовлетворенные качеством ПСП отечественного производства, вернулись к покупкам импортных продуктов спортивного питания с помощью интернет-торговли.

При сравнении цен на разные виды продуктов спортивного питания установлено, что наиболее высокие цены, независимо от места реализации, отмечались для протеинов, а самые низкие – для L-карнитина. Это объясняется тем, что производство протеинов очень затратно, а сырье используется более дорогое. Исследуемые виды ПСП можно проранжировать по уровню максимальных цен в следующем убывающем порядке: протеины, жиросжигатели, гейнеры, ВСАА, креатин, L-карнитин, аминокислоты.

Анализ цен на ПСП в разных городах мира не выявил субъектов с преимущественно высокими или низкими ценами на все виды ПСП (см. таблицу 1). Так, в Стокгольме обнаружены максимальные или близкие к максимальным цены на 4 вида из 7 ПСП (протеины, гейнеры, аминокислоты, креатин), в Лондоне – 3 вида ПСП из 7 (жиросжигатели, ВСАА, L-карнитин).

В Москве установлены самые низкие цены или близкие к ним по 4 из 7 видов ПСП (протеины – близкие цены; аминокислоты, креатин и ВСАА – самые низкие цены).



Цены на продукты спортивного питания⁷

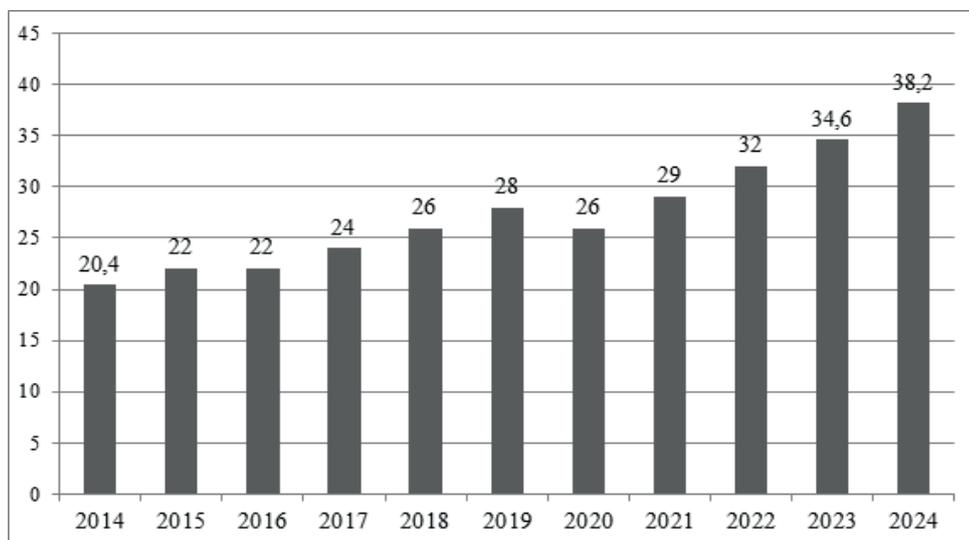
Города	Цены на продукты спортивного питания разных видов (€)						
	протеины	гейнеры	аминокислоты	креатин	ВССА	жирсжигатели	L-карнитин
Берлин	55,15	28,55	21,00	23,45	24,50	22,00	17,65
Лондон	60,83	26,95	22,61	21,91	32,97	33,53	26,67
Мадрид	62,10	31,50	23,20	25,50	24,90	22,50	17,50
Нью-Йорк	56,42	26,15	17,89	20,18	19,72	17,34	12,39
Стокгольм	62,70	31,35	24,86	27,03	25,95	23,24	18,92
Токио	56,83	28,41	20,19	22,43	20,94	19,44	14,21
Москва	56,84	29,95	18,39	16,84	19,69	31,17	14,45

Несмотря на активное развитие отечественного производства продуктов спортивного питания, большая часть его любителей 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.

Данные об объемах мирового рынка ПСП представлены на рисунке 4. Данные за 2019-2024 гг. являются прогнозируемыми. 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.).

Рисунок 4

Динамика продаж на мировом рынке спортивного питания, млрд долл.⁸



По оценкам специалистов, при условии роста реальных доходов населения, в России также ожидается рост спроса на продукты спортивного питания в 2019-2024 годах и увеличение их производства отечественными производителями.

ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ Europe Sports Nutrition Market Global Opportunity Analysis and Industry Forecasts, 2014-2021 Published Date: Oct 2016. – 24-26 p.

² Sports Nutrition Market by Type (Protein Powder, Iso Drink Powder, Creatine, BCAA, Supplement Powder, RTD Protein Drinks, Iso & Other Sports Drinks, Carbohydrate Drinks, Protein Bars, Carbohydrate/Energy Bars), Distribution Channel (Large Retail & Mass Merchandisers, Small Retail, Drug & Specialty Stores, Fitness Institutions, Online) – Global Opportunity Analysis and Industry Forecasts, 2014 – 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.alliedmarketresearch.com/sports-nutrition-market>

³ Europe Sports Nutrition Market Global Opportunity Analysis and Industry Forecasts, 2014-2021 Published Date: Oct 2016. -7p.

⁴ Единая межведомственная информационно-статистическая система: официальные статистические показатели –[Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.fedstat.ru/indicators/start.do/>

⁵ Министерство спорта Российской Федерации. Статистическая информация: Показатели развития ФКС (2007-2016). –Режим доступа: <https://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/>



⁶ Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики: динамика доходов населения, выпуск №46, февраль 2019. – 20с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ac.gov.ru/publications/>

⁷ Николаева, М.А. Анализ мировых цен на продукты спортивного питания / М.А. Николаева, М.А. Голубцов // Сборник материалов научно-практической конференции «Вопросы продовольственного обеспечения в XXI веке» – М.: МГУПП, 2016. – С.153

⁸ Источник: Sports Nutrition Market To 2024: In-Depth Market View, Key Product Categories & Technologies, Product Pipeline, Top Players & Company Share, Competitive Dynamics, End Market Mix, Technology Outlook, Growth Drivers & Restraints, Major Trends And Issues, Commercial & M&A Insights, Segment Forecast, Key Conclusions & Sector Outlook [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.alliedmarketresearch.com/sports-nutrition-market>

БИБЛИОГРАФИЯ:

Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики: динамика доходов населения, выпуск №46, февраль 2019. – 20с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ac.gov.ru/publications/> (Bulletin on the current trends of the Russian economy: the dynamics of incomes of the population, Issue No. 46, February 2019. - 20p. [Electronic resource]. - Access mode: <http://ac.gov.ru/publications/>)

Единая межведомственная информационно-статистическая система: официальные статистические показатели – [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.fedstat.ru/indicators/start.do/> (Unified interagency information and statistical system: official statistical indicators - [Electronic resource]. - Access Mode: <http://www.fedstat.ru/indicators/start.do/>)

Министерство спорта Российской Федерации. Статистическая информация: Показатели развития ФКС (2007-2016). - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/> (The Ministry of Sports of the Russian Federation. Statistical Information: FKS Development Indicators (2007-2016). -[Electronic resource]. –Access Mode:[tps://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/](https://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/))

Николаева, М.А. Анализ мировых цен на продукты спортивного питания / М.А. Николаева, М.А. Голубцов // Сборник материалов научно-практической конференции «Вопросы продовольственного обеспечения в XXI веке» – М.: МГУПП, 2016. – 324 с. (Nikolaeva, M.A. Analysis of world prices for sport food / M.A. Nikolaeva, M.A. Golubtsov // Collected materials of the scientific and practical conference «Food security issues in the XXI century»– Moscow: MGUPP, 2016). -324p.

Allied Market Research company: «Sports Nutrition Market by Type (Protein Powder, Iso Drink Powder, Creatine, BCAA, Supplement Powder, RTD Protein Drinks, Iso & Other Sports Drinks, Carbohydrate Drinks, Protein Bars, Carbohydrate/Energy Bars), Distribution Channel (Large Retail & Mass Merchandisers, Small Retail, Drug & Specialty Stores, Fitness Institutions, Online) – Global Opportunity Analysis and Industry Forecasts, 2014 – 2021» [Electronic resource]. - Access mode:<http://www.alliedmarketresearch.com/sports-nutrition-market>.

Europe Sports Nutrition Market Global Opportunity Analysis and Industry Forecasts, 2014-2021 Published Date: Oct 2016 No of Pages: 147.

