

УДК 637.1:679.077.2:658.8:664-021.414
DOI <https://doi.org/10.32782/tnv-tech.2025.1.48>

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПОДОБАНЬ РЕСПОНДЕНТІВ ЩОДО НОВИХ МОЛОЧНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ХЛОПЦІВ-СПОРТСМЕНІВ

Свайкін О. О. – аспірант кафедри технології молока, олійно-жирових продуктів та індустрії краси Одеського національного технічного університету
ORCID ID: 0009-0008-5178-6572
Researcher ID: MFK-2749-2025

Буштець Д. М. – аспірант кафедри технології молока, олійно-жирових продуктів та індустрії краси Одеського національного технічного університету
ORCID ID: 0009-0002-3828-4742
Researcher ID: MGA-0072-2025

Зростаюча обізнаність про здоровий спосіб життя, необхідність збалансованого харчування та фізичної активності, а також збільшення кількості людей середнього та старшого віку, які займаються спортом, є ключовими чинниками розвитку індустрії спортивного харчування. Україна має потенціал для нарощування виробництва та розширення асортименту спортивного харчування, оскільки продукція вітчизняних виробників представлена в обмеженій кількості й поки що не користується високою довірою споживачів. Вихід на ринок якісного та доступнішого національного продукту сприятиме зміцненню конкурентних позицій країни як на внутрішньому, так і на світовому ринку спортивного харчування.

У роботі представлено аналіз вподобань респондентів – хлопців-спортсменів – з метою визначення перспектив щодо розроблення нових молочних продуктів з підвищеним вмістом білків для спортивного харчування. Визначено на основі опитування респондентів, що перспективними до розроблення для харчування хлопців-спортсменів є два продукти: сухий молочний продукт з підвищеним вмістом білка зі смаковими наповнювачами «Банан» та «Шоколад»; протеїновий глазурований батончик зі смаковими наповнювачами «Кокос», «Мигдаль», «Фісташка», «Арахіс» або «Фундук».

У якості сировини для сухого продукту рекомендовано використання сухого незбираного молока, сухих концентратів сироваткових білків, отриманих ультрафільтрацією, казеїнатів натрію або концентратів рослинних білків – гарбузового, конопляного тощо (для вегетаріанців). Для протеїнового глазурованого батончика за основну сировину рекомендовано використання біфідо-сиру кисломолочного та/або альбумінового сиру. У якості білкових добавок рекомендовано використання сухих концентратів сироваткових білків, отриманих ультрафільтрацією, або концентратів рослинних білків – гарбузового, конопляного тощо.

Усі цільові продукти рекомендовано збагачувати пробіотиками.

Ключові слова: спортивне харчування, маркетингове дослідження, респондент, сухий молочний продукт, протеїновий глазурований батончик, білкова основа, концентрат сироваткових білків, отриманих ультрафільтрацією, казеїнат харчовий, концентрат рослинних білків.

Svaykin O. O., Bushtets D. M. Marketing research on respondents' preferences for new dairy products for male athletes

The growing emphasis on a healthy lifestyle, the necessity of a balanced diet combined with physical activity, and the rising participation of middle-aged and older individuals in sports are key drivers of the sports nutrition industry's growth. Ukraine has significant potential to expand its sports nutrition production and diversify its product offerings, as domestic manufacturers currently have a limited presence and have yet to gain strong consumer trust. Introducing a high-quality, cost-effective national product to the market could enhance the country's competitive standing in both the domestic and global sports nutrition sectors.

This paper presents an analysis of male athletes' preferences to assess the prospects for developing new high-protein dairy products for sports nutrition. Based on survey results, two

promising products were identified for athletic nutrition: a dry dairy product with high protein content available in "Banana" and "Chocolate" flavors, and a protein-glazed bar with flavors such as "Coconut," "Almond," "Pistachio," "Peanut," or "Hazelnut."

For the dry product, recommended raw materials include whole milk powder, dry whey protein concentrates obtained through ultrafiltration, sodium caseinates, or plant-based protein concentrates such as pumpkin or hemp (suitable for vegetarians). In the case of the protein-glazed bar, bifido-cheese from fermented milk and/or albumin cheese should serve as the primary raw material. Additionally, protein fortification should involve dry whey protein concentrates obtained via ultrafiltration or plant-based protein concentrates like pumpkin or hemp.

All proposed products are recommended to be enriched with probiotics.

Key words: sports nutrition, marketing research, respondent, dry dairy product, protein glazed bar, protein base, whey protein concentrate obtained by ultrafiltration, food caseinate, vegetable protein concentrate.

Вступ. Зростаюча обізнаність про здоровий спосіб життя, необхідність збалансованого харчування та фізичної активності, а також збільшення кількості людей середнього та старшого віку, які займаються спортом, є ключовими чинниками розвитку індустрії спортивного харчування [1]. Правильне харчування відіграє центральну роль у веденні здорового способу життя. Важливо не лише вживати натуральні та поживні продукти, а й коригувати раціон таким чином, щоб він сприяв досягненню кращих фізичних результатів [1, 2].

Станом на 2020 рік ринок спортивного харчування оцінювався в 19,96 мільярдів доларів США. Очікується, що з 2021 по 2026 рік він демонструватиме швидке зростання із середньорічним темпом у 12,22% [2].

Постановка проблеми. У 2020–2021 роках ринок спортивного харчування розвивався під впливом двох основних трендів: профілактика захворювань («to prevent») та принцип «їжа як ліки». Споживачі віддавали перевагу продуктам, що зміцнюють імунітет та містять вітаміни. Попит на органічну та здорову продукцію різко зріс: за даними Deloitte, споживання товарів із позначкою «Екологічно чистий продукт» збільшилося на 27% [3].

За географічним розподілом найбільшу частку ринку спортивного харчування займає Північна Америка (52%), за нею слідує Європа (32%), а інші регіони сумарно становлять 16%. У Європі провідними споживачами є Великобританія, Німеччина та Франція, на які припадає понад 60% європейського ринку. У Німеччині близько 40% населення активно займається спортом, а в США – майже 60%, що робить американський ринок найбільш розвиненим у цій сфері. Водночас найшвидші темпи зростання демонструє Азіатсько-Тихоокеанський регіон [1, 2].

Ринок спортивного харчування є висококонкурентним. Серед провідних компаній виділяються The Coca-Cola Company, Abbott Nutrition Inc., PepsiCo Inc., Glanbia Plc., Reckitt Benckiser Group plc., Yakult Honsha Co. Ltd., Post Holdings, Inc. та Otsuka Pharmaceuticals Co., Ltd. Вони застосовують різні стратегії розширення, включаючи випуск нових продуктів, партнерства, злиття і поглинання, що допомагає їм зміцнювати свої позиції [2].

Мета дослідження. Метою представленого наукового дослідження стало обґрунтування вибору цільових молочних продуктів з підвищеним вмістом білка для харчування хлопців-спортсменів на основі маркетингового дослідження вподобань цільової групи респондентів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні є значний потенціал для розвитку власного виробництва спортивного харчування, оскільки частка вітчизняної продукції поки що невелика та не має високого рівня довіри серед споживачів. Запровадження якісних та доступних за ціною вітчизняних продуктів може

покращити конкурентоспроможність України як на локальному, так і на міжнародних ринках [2].

Станом на сьогодні понад 1 мільйон українців (2,4% населення) користуються фітнес-послугами, а річний оборот ринку становить приблизно 201,8 мільйона доларів. Разом із розвитком сфери фітнесу та спорту динамічно зростає й ринок спортивного харчування, демонструючи позитивні тенденції навіть у складних економічних умовах. Тому розроблення технологій та рецептур нових вітчизняних продуктів для харчування спортсменів є актуальним завданням сьогодення [3].

Найбільшим попитом серед хлопців-спортсменів сьогодні користуються сухі молочні коктейлі та протеїнові батончики. Проведене фахівцями кафедри Технології молока, олійно-жирових продуктів та індустрії краси Одеського національного університету харчових технологій маркетингове опитування дівчат-спортсменів [4] свідчить, що перспективними до розроблення продуктами для їх харчування є йогуртовий десерт з підвищеним вмістом білка, якому віддали перевагу понад 50% дівчат-спортсменів, на другому місці – протеїнові батончики, яким віддали перевагу 21,7% респондентів.

Виклад основного матеріалу. Маркетингове дослідження вподобань хлопців-спортсменів було проведено у Google-формі. Була розроблена спеціальна анкета для опитування хлопців-спортсменів. Респонденти – хлопці-спортсмени у кількості 60 осіб – пройшли анкетування, результати якого представлені нижче. Більшість респондентів була віком від 18 до 23 років (43,3% опитаних), 23,3% представлених респондентами 11–17 років, 16,7%, 10,0% та 6,7% респондентів мали вік 24–30, 31–35 та 41–50 років (рис. 1). Основна частина респондентів (46,7%) займаються спортом 3–5 раз на тиждень, постійними тренуваннями займаються лише 16,7%, а 36,7% – 1–2 рази на тиждень (рис. 2). Більшість опитаних віддають перевагу заняттям у спортзалі (29,6%) – змішані+силові+кардіо, єдиноборствам (25,9%) та бігу (14,8%).

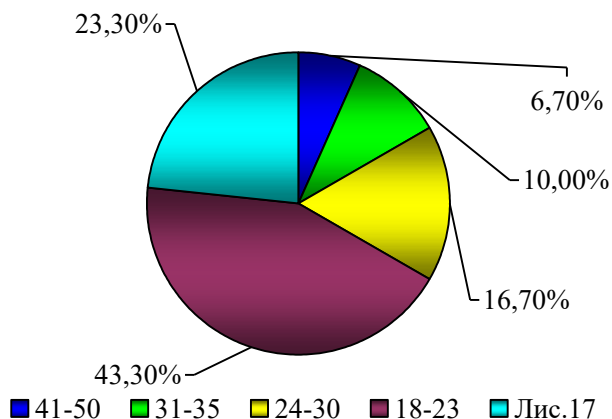


Рис. 1. Належність опитаних респондентів до вікової категорії

Третина опитаних вживають білкові продукти «Протеїн» (52,4%), ВСАА (28,6%) та «Гейнер» (9,5%) (рис. 3) для набору м'язової маси, 56,7% – для підтримання форми і лише 10,0% – для схуднення; 86,7% респондентів віддають

перевагу тваринним білкам і лише 13,3% – рослинним. Понад 3/4 опитаних хлопців-спортсменів постійно вживають молочну продукцію, взагалі не вживають лише 3,3%, 6,7% вживають лише кисломолочні продукти.

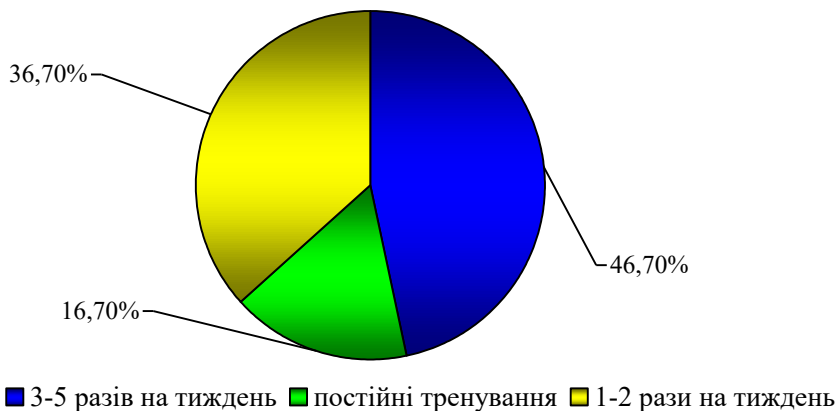


Рис. 2. Рівень фізичної активності опитаних респондентів – хлопців-спортсменів

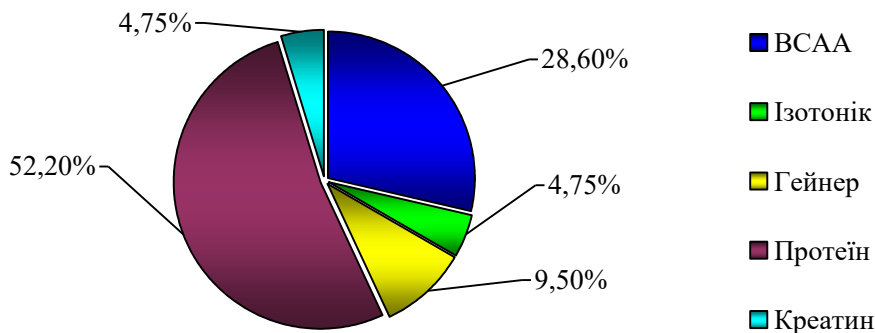


Рис. 3. Види білкових добавок, які вживають респонденти

Опитані респонденти зазначили недоліки білкових продуктів, які вони вживають: смак – 50,0%; консистенція та запах – по 18,8%; післясмак та необхідність приготування – лише по 6,3% – рис. 4.

Побажання респондентів щодо виду нового продукту, який планується до розробки, розподілилися наступним чином (рис. 5): сухий продукт для відновлення з підвищеним вмістом білка – 41,4%; протеїновий батончик – 34,5%; йогуртовий десерт з підвищеним вмістом білка – 17,2%; пастоподібний білковий продукт – 6,9%.

Лише 6,7% опитаних зазначили, що новий продукт не повинен містити смакові наповнювачі, усі інші респонденти запропонували до розробки продукт з солодкими наповнювачами. У якості підсолоджувача 40,0% опитаних обрали фруктозу, 32,5% – мед, 15,0% – цукор, 12,5% – стевію.

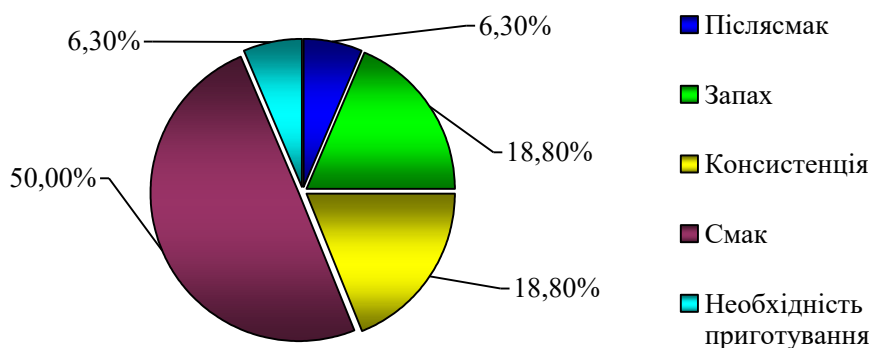


Рис. 4. Недоліки спортивних добавок, відзначені респондентами

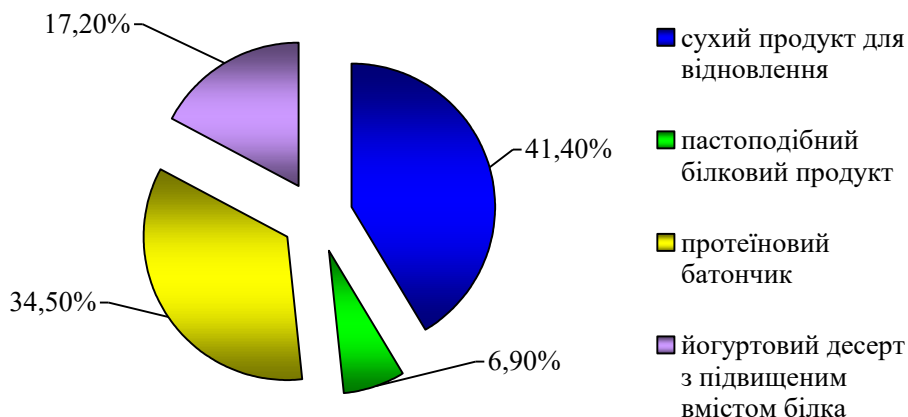


Рис. 5. Результати опитування респондентів щодо розробки нового продукту для харчування хлопців-спортсменів

Серед смакових наповнювачів, обраних респондентами для сухого продукту, позицію лідера займає «банан» (15,6%), 11,9%, 11,1% та 11,1% голосів отримали «лісові ягоди», «шоколад» та «малина» відповідно (рис. 6).

При виборі смакових наповнювачів для протеїнового батончика та йогуртового десерту респонденти обрали «кокос», «мигдаль», «фісташку», «арахіс» та «фундук» (рис. 7).

Отже, за результатами проведених досліджень до розроблення пропонується два продукти:

- сухий продукт для відновлення з підвищеним вмістом білка зі смаковим наповнювачем «Банан» або «Шоколад», оскільки наповнювачі «Лісова ягода» та «Малина» мають підвищену кислотність і при відновленні продукту можуть викликати істину коагуляцію білків у ньому;
- протеїновий глазуrowаний батончик зі смаковим наповнювачем «Кокос», «Мигдаль», «Фісташка», «Арахіс» або «Фундук».

У якості сировини для сухого молочного продукту доцільно використовувати сухий концентрат сироваткових білків, отриманих ультрафільтрацією, або казеїнат натрію, а також їх суміші з молоком сухим незбираним (або знежиреним) [6,

7]; для сухого продукту, призначеного для харчування спортсменів-вегетаріанців, доцільно використовувати концентрати рослинних білків – гарбузового, конопляного тощо. Наповнювачі «банан» та «шоколад» рекомендовано вносити у сухому вигляді у підготовлену основу. Може бути розглянутий варіант сухого продукту із суміші молочної сировини та білкових рослинних концентратів. Усі сухі продукти для хлопців-спортсменів доцільно збагачувати пробіотиками – ліофільно висушеними культурами біфідо- та/або лактобактерій [7].

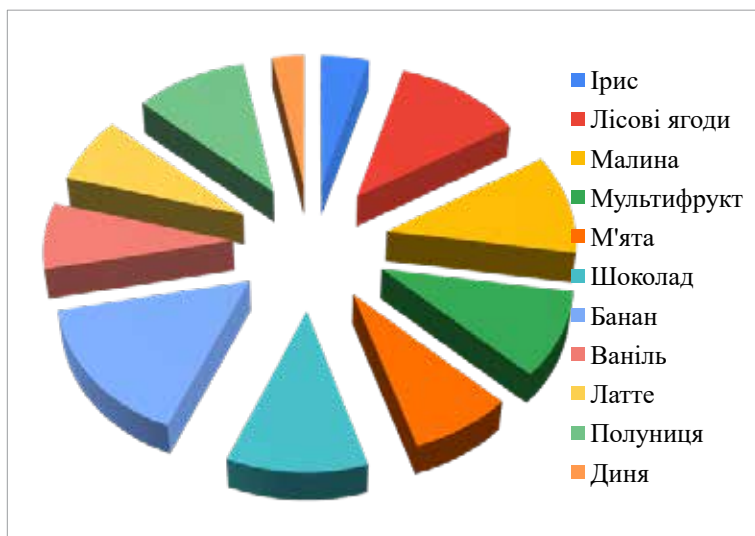


Рис. 6. Бажані смакові наповнювачі для сухого продукту, відзначені респондентами – хлопцями-спортсменами

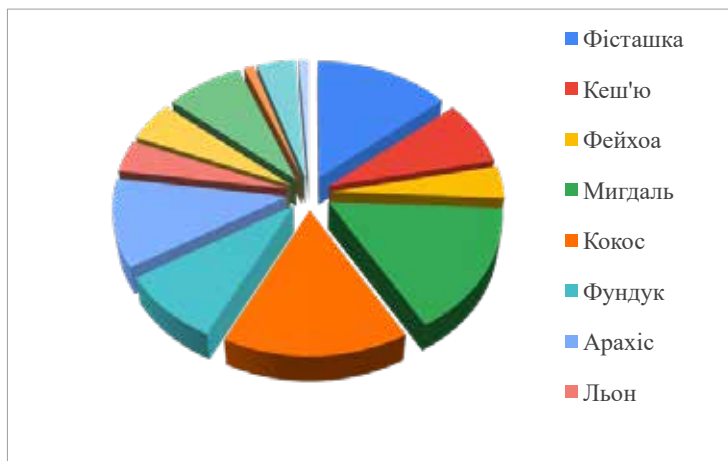


Рис. 7. Бажані смакові наповнювачі для протеїнового батончика, відзначені респондентами

Для протеїнового глазурованого батончика за основну сировину доцільно використовувати біфідо-сир кисломолочний або альбуміновий сир, ферментований пробіотиками. У якості білкових добавок до протеїнового глазурованого батончика рекомендовано використовувати сухі концентрати сироваткових білків, отриманих ультрафільтрацією, або концентрати рослинних білків – гарбузового, конопляного тощо [5–7]. У якості смакових наповнювачів для протеїнового глазурованого батончика доцільно використовувати «кокос», «мигдаль», «фісташку», «арахіс» та «фундук».

Висновки.

1. За результатами маркетингових досліджень вподобань респондентів – хлопців-спортсменів – до розроблення пропонується два продукти: сухий продукт для відновлення з підвищеним вмістом білка зі смаковим наповнювачем «Банан» або «Шоколад»; протеїновий глазурований батончик зі смаковим наповнювачем «Кокос», «Мигдаль», «Фісташка», «Арахіс» або «Фундук».

2. У якості сировини для сухого продукту рекомендовано використання сухого незбираного молока, сухих концентратів сироваткових білків, отриманих ультрафільтрацією, казеїнатів натрію або концентратів рослинних білків – гарбузового, конопляного тощо (для вегетаріанців). Для протеїнового глазурованого батончика за основну сировину рекомендовано використання біфідо-сиру кисломолочного та/або альбумінового сиру. У якості білкових добавок рекомендовано використання сухих концентратів сироваткових білків, отриманих ультрафільтрацією, або концентратів рослинних білків – гарбузового, конопляного тощо.

3. Цільові продукти рекомендовано збагачувати пробіотиками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Darla Leal An Overview of Sports Nutrition [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.verywellfit.com/fitness-sports-nutrition-4157142By>. Дата звернення 29.10.2024 р.

2. What's Fueling the Sports Nutrition Market? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.foodprocessing.com/articles/2020/sports-nutrition/>. Дата звернення 29.10.2024 р.

3. COVID-19 drives demand for 'everyday' sports nutrition products [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.naturalproductsinsider.com/sports-nutrition/covid-19-drives-demand-everyday-sports-nutrition-products>. Дата звернення 29.10.2024 р.

4. Ткаченко Н.А., Подолян З.С., Чагаровський О.П. Маркетингове дослідження вподобань дівчат-спортсменів при розробці нових білкових продуктів. Scientific Works. 2024. № 87, Том 2. С. 26–32. <https://doi.org/10.15673/swonaft.v87i2.2827>

5. Чагаровський О.П., Ткаченко Н.А., Лисогор Т.А. Хімія молочної сировини: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Одеса: «Сімекс-прінт», 2013. 268 с. ISBN 978-966-2601-44-2.

6. Цісарик О.Й., Хімія і фізика молока: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / О.Й. Цісарик, О.Я. Білик, Л.Я. Мусій, І.М. Сливка. Львів, 2019. 200 с.

7. Дідух Н.А. Наукові основи розробки технологій молочних продуктів функціонального призначення : автореф. дис. ... д-ра техн. наук: спец. 05.18.16 «Технологія продуктів харчування» / Дідух Наталія Андріївна; наук. консультант О.П. Чагаровський; Одес. нац. акад. харч. технологій. Одеса: ОНАХТ, 2008. 37 с.

REFERENCES:

1. Darla Leal An Overview of Sports Nutrition (2020) [Elektronnyy resurs]. Rezhym dostupu: <https://www.verywellfit.com/fitness-sports-nutrition-4157142By>. Data zvernennya 29.10.2024.

2. What's Fueling the Sports Nutrition Market? (2021) [*Elektronnyy resurs*]. Rezhym dostupu: <https://www.foodprocessing.com/articles/2020/sports-nutrition/>. Data zvernennya 29.10.2024.
 3. COVID-19 drives demand for 'everyday' sports nutrition products (2020) [*Elektronnyy resurs*]. Rezhym dostupu: <https://www.naturalproductsinsider.com/sports-nutrition/covid-19-drives-demand-everyday-sports-nutrition-products>. Data zvernennya 29.10.2024.
 4. Tkachenko, N.A., Podolyan, Z.S., Chagarovs'kyj, O.P. (2024) Markety`ngove doslidzhennya vpodoban' divchat-sportsmeniv pry` rozrobci novy`x bilkovy`x produktiv. Scientific Works. 2024. 87(2). 26-32 [in Ukrainian].
 5. Chagarovs'kyj, O.P., Tkachenko, N.A., Ly`sogor, T.A. (2013). Ximiya molochnoyi sy`rovy`ny`: navchal`ny`j posibny`k dlya studentiv vy`shhy`x navchal`ny`x zakladiv. Odesa: «Simeks-print». 268. ISBN 978-966-2601-44-2 [in Ukrainian].
 6. Cisary`k, O.J., Bily`k, O.Ya., Musij, L.Ya., Sly`vka, I.M. (2019). Ximiya i fizy`ka moloka: navch. posib. [dlya stud. vy`shh. navch. zakl.]. L`viv. 200 [in Ukrainian].
 7. Didukh, N.A. (2008). Naukovi osnovy` rozrobky` tehnologij molochny`x produktiv funkcional`nogo pry`znachennya: avtoref. dy`s. ... d-ra techn. nauk: specz. 05.18.16 «Teknologiya produktiv xarchuvannya». Didux Nataliya Andriyivna; nauk. konsul`tant O.P. Chagarovs'kyj; Odes. nacz. akad. xarch. tehnologij. Odesa: ONAXT. 37 [in Ukrainian].
-