

СПОРТИВНОЕ ПИТАНИЕ: ВЗГЛЯД ФАРМАЦЕВТА

Момотов Р. А., Рахимова Л. Ю.,
Научный руководитель: Яковлев И. Б.

ГБОУ ВО «ПЕРМСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ
АКАДЕМИЯ» МЗ РФ, кафедра фармакологии
г. Пермь

Ключевые слова: спортивное питание, товары аптечного ассортимента, польза-риск, фармацевтическое консультирование

Резюме: в статье приведены информационные потребности, систематизирован рынок продуктов спортивного питания, представлены клинико-фармакологические подходы к оценке польза-риск, предложен алгоритм фармацевтического консультирования при отпуске этих продуктов и прототип калькулятора как системы помощи принятия решений.

Resume: the article presents information needs, systematizes the market of sports nutrition products, presents clinical and pharmacological approaches to the assessment of the benefit-risk, suggests an algorithm for pharmaceutical counseling when selling these products and a prototype calculator as a decision-making help system.

Актуальность. В последнее время происходит заметное увеличение ассортимента и потребления специализированных продуктов спортивного питания, которое до сих пор не сопровождается появлением соответствующей актуальной и достоверной информации как для специалистов, так и для потребителей. Есть основания рассматривать такие продукты в качестве нутрицевтиков и парафармацевтиков, и соответственно, применять к их оценке методы, доказавшие свою эффективность в фармации. Аптечные организации заинтересованы в этом сегменте рынка, потребители продуктов спортивного питания вправе знать достоверную информацию о потенциальной пользе и возможном риске, а специалисты обязаны быть компетентными при консультировании покупателей.

Цель: поиск профессиональных решений для удовлетворения информационных потребностей различных категорий населения.

Задачи:

1. исследовать рынок спортивного питания;
2. проанализировать качество и объем доступной информации об этих продуктах;
4. проанализировать информационные потребности;
5. систематизировать продукты спортивного питания;
6. предложить профессиональные фармацевтические методы выбора и отпуска продуктов спортивного питания.

Материал и методы. Обзор печатных изданий и электронных ресурсов; анкетирование, однофакторный анализ, контент анализ, компьютерное моделирование.

Результаты и обсуждение. В социологическом исследовании приняли участие 40 человек в возрасте от 17 до 35 лет. Анкетирование проводили в фитнес клубах и во время массовых спортивных мероприятий.

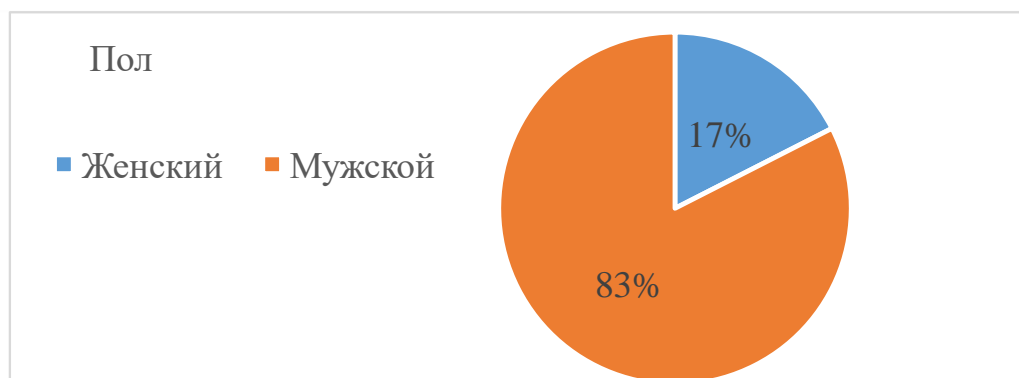


Рис. 1 - Гендерное распределение респондентов.

Анализ анкет позволил выявить наиболее популярные у респондентов группы спортивного питания: Протеин – 28%, Креатин -27%, Гейнер – 10%, ВССА – 28%, Другое - 7 %. Кроме того, анализ показал, что 36,6 % респондентов используют эти продукты для наращивания мышечной массы, 46,3% - для увеличения силовых показателей, 17,1% - для «сушки».

Было установлено, что размер среднемесячных расходов на спортивное питание распределился среди респондентов следующим образом:

- От 500 руб. до 1000 руб. - 22%
- От 1000 руб. до 3000 руб. - 58%
- От 3000 руб. до 5000 руб. - 10%
- От 5000 руб. до 8000 руб. - 10%

По результатам анкетирования обнаружено различное представление об эффективности действия спортивного питания. Исследование показало, что 47% опрошенных считают спортивное питание абсолютно эффективным, 41,2 % - частично эффективным, 11,8% - неэффективным. И, главное, анкетирование показало, что 66,7% опрошенных нуждаются в достоверной информации о спортивном питании. Полученные результаты позволяют сделать вывод, что большинство потребителей не удовлетворены своей информированностью и испытывают потребность в профессиональном консультировании.

В результате систематизации продуктов и показаний к их применению были выделены несколько категорий в зависимости от целей, значимых для потребителей (табл. 1). [адаптировано по 2].

Таблица 1. Целевое назначение продуктов спортивного питания.

Группа	Рост мышц	Развитие силы	Развитие выносливости	Снижение веса
Протеин	+++	++	++	+++
Гейнер	+++	++	++	-
ВССА	+++	++	++	++
Креатин	+++	+++	-	-
Жиросжигатели	-	-	-	+++
L-карнитин	-	-	++	+++
+++/++/+ высокая, средняя, низкая необходимость; - нет необходимости				

Другим вариантом систематизации стала попытка применить категории, принятые в медицине, основанной на доказательствах, к оценке эффективности продуктов спортивного питания. Это позволило на представить весь ассортимент с использованием источников [2] в виде следующих групп:

- А. С доказанной эффективностью. Добавки, которые обеспечивают спортсмена необходимым количеством калорий и/или показывают себя эффективными и безопасными в большинстве проведенных исследований. Пример: креатин моногидрат, протеин, гейнер.

- В. Недостаточно эффективные. Добавки, базовые исследования которых подтверждают теоретическое обоснование. Однако требуется дальнейшее исследование их влияния на тренировочный процесс и/или спортивные показатели. Пример: ВСАА, арахидоновая кислота.

- С. Малоизученные. Добавки, заявленные свойства которых имеют разумное теоретическое обоснование, но не подтверждены значимыми исследованиями. Пример: альфа – кетоглутарат, D- аспарагиновая кислота.

- D. Неэффективные. Добавки, заявленные свойства которых научно не обоснованы, и/или опровергнуты в результате проведенных исследований. Пример: аргинин, изофлавоны, буферный креатин.

Результаты изучения состава, энергетической ценности, стоимости, противопоказаний и побочных эффектов позволили систематизировать всю информацию о представленных на рынке продуктах спортивного питания в виде таблиц в формате MS Excel, что сделало выбор нагляднее и удобнее. Фрагмент этой систематизации представлен в таблице 2.

Таблица 2. Систематизация продуктов спортивного питания по составу и другим характеристикам (фрагмент).

группа	название продукта	производитель	страна	форма выпуска	состав на порцию			
					размер порции, г	белки, г	жиры, г	углеводы, г
Сывороточный протеин	100% Whey Gold Standard	Optimum Nutrition	ША	порошок	30,4	24	1	3
	100% Pure Platinum Whey	SAN	ША	порошок	29,9	23	1,6	2,2
	100% Prostar	<u>Ultimate Nutrition</u>	ША	порошок	30	25	1	2

	Whey Protein							
	Elite Whey Protein	Dymatize	ША	порошок	32,4	24	1,5	2
	ISO-100	Dymatize	ША	порошок	29,2	25	0	0
	Zero Carb	VPX	ША	порошок	23,5	20	0	0
	Iso Sensation	Ultimate Nutrition	ША	порошок	32	30	0	1
	Varcil R2	Nanox	ельгия	порошок	28	24,1	0,4	0,4

Адаптация типового алгоритма фармацевтического консультирования [1] применительно к исследованным продуктам позволила предложить к обсуждению и использованию следующий алгоритм информирования потребителя:



Рис. 2 - Алгоритм консультирования потребителей продуктов спортивного питания.

Все полученные результаты были использованы для компьютерного моделирования и разработки работающего прототипа калькулятора «Спортпит», который позволяет быстро получить исчерпывающую информацию о выбранных

продуктах, о результате их комбинированного применения и о соответствии суточным потребностям.

	Витамин А	Витамин D	Витамин E	Витамин K	Витамин B1	Витамин B2	Витамин B3	Витамин B5	Витамин B6	Витамин B9	Витамин B12	Витамин C	Витамин H
суточная норма	0,9	0,01	15	0,12	1,5	1,8	20	5	2	0,4	0,003	90	0,05
Суммарное содержание													
Превышение нормы													
Выделить/снять													
Креатин Cell-Tech	0	0	0	0	0	0	0	0	10,500	0	0,000400	250	0
BCAA Gaspari Nutrition	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0
BCAA Xtend	0	0	0	0	0	0	0	0	640	0	0	0	0
BCAA Intra Fuel	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0
Гейнер Serious Mass	3	0,01000	60	0	0,4500	8	100	50	10	0,800	0,0200	120	0,600
Гейнер Pro Gainer	0,36000	0	10,500	0	0,7200	1,2600	8	2	0,800	0,16000	0,001200	63	0,0200
Гейнер Super Mass	1,152000	0	28	0	1,200	0,400	30	16	3,000	0	0,003600	104	0
Гейнер Up Your Mass	1,080000	0,012000	18	0	1,800	2,1600	24	6	2,400	0,48000	0,003600	108	0,0600
Витамины Animal Pak	1,782000	0,017000	1500	0	76	76	82	76	72	0,4000	0,006000	1000	0,300
Витамины Dualtabs	1,800000	0,01000	99,900	0,05000	75	75	100	150	75	0,400	0,100	1000	0,300

Рис. 3 - Прототип калькулятора «Спортпит» как системы поддержки принятия решений.

Выводы: 1. Растущий рынок продуктов спортивного питания, по нашему мнению, может быть изучен и упорядочен с помощью фармацевтических методов; 2. К рынку продуктов спортивного питания могут быть применены соответствующие алгоритмы и системы поддержки принятия решений для оказания более качественной помощи потребителям, для более полного удовлетворения их потребностей.

Литература

1. Зупанец И.А., Черных В.П., Москаленко В.Ф. и др.; под ред. В.П. Черных, И.А. Зупанца, В.А. Усенко. Фармацевтическая опека: Практик. руководство для провизоров и семейных врачей/— Х.: Золотые страницы, 2002. — 264 с.
2. Энциклопедия бодибилдинга. – Режим доступа: www.sportwiki.ru
3. Journal of the International Society of Sports Nutrition. – Режим доступа: <https://jissn.biomedcentral.com/>