

# РИНКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

УДК 658.62:664.871 (477) DOI: [https://doi.org/10.31617/tr.knute.2019\(32\)03](https://doi.org/10.31617/tr.knute.2019(32)03)

**Тетяна БОЖКО** к. т. н., доцент кафедри товарознавства,  
управління безпечністю та якістю  
Київського національного  
торговельно-економічного університету  
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
*E-mail: tatjana\_bozhko@ukr.net*  
ORCID: 0000-0002-2261-4527

**Раїса ДОНЧЕВСЬКА** к. т. н., доцент кафедри товарознавства,  
управління безпечністю та якістю  
Київського національного  
торговельно-економічного університету  
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
*E-mail: raisa-lioness@ukr.net*  
ORCID: 0000-0002-5075-5407

**Наталія ШАПОВАЛОВА** к. т. н., доцент кафедри товарознавства,  
управління безпечністю та якістю  
Київського національного  
торговельно-економічного університету  
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна  
*E-mail: shapovalova\_nat77@ukr.net*  
ORCID: 0000-0002-9143-8600

## РИНОК СОУСНОЇ ПРОДУКЦІЇ: ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

*Проаналізовано стан та тенденції розвитку ринку соусної продукції в Україні. Представлено основних українських товаровиробників. Визначено співвідношення та структуру експорту й імпорту на ринку соусів. Виявлено проблеми вітчизняних виробників соусної продукції.*

*Ключові слова:* майонез, соуси, кетчуп, ринок, експорт, імпорт.

*Божко Т., Дончевская Р., Шаповалова Н. Рынок соусной продукции: детерминанты развития в Украине. Проанализированы состояние и тенденции развития рынка соусной продукции в Украине. Представлены основные украинские производители. Определены соотношение и структура экспорта и импорта на рынке соусов. Выявлены проблемы отечественных производителей соусной продукции.*

*Ключевые слова:* майонез, соусы, кетчуп, рынок, экспорт, импорт.

**Постановка проблеми.** Ринок соусної продукції в Україні має різноманітний за складом та смаковими властивостями асортимент. Проте потреби сучасного споживача стрімко зростають. Оператори ринку постійно переглядають пропозицію, реагуючи на нові потреби та зміну попиту населення.

© Тетяна Божко, Раїса Дончевська, Наталія Шаповалова, 2019

Ставлення споживачів до різних видів соусів діаметрально протилежне: наприклад, у прихильників здорового способу життя майонез асоціюється зі шкідливою для здоров'я їжею. Проте ця група харчових продуктів залишається у повсякденному вжитку серед людей старшого покоління.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Провідними вітчизняними та закордонними науковцями проведено дослідження щодо розробок і впровадження нових видів продуктів соусної групи, збагачених різними компонентами підвищеної біологічної цінності, з метою покращення їхнього нутрієнтного складу та задоволення потреб сучасних споживачів. Рудавською Г. Б. та Жукевич О. М. розроблено сметанно-рослинні соуси з хрінном і гірчицею та доведено, що комбінування молочної, яєчної й рослинної сировини дає змогу надати готовим продуктам високих органолептичних властивостей та харчової цінності [1]. Белінською А. П. обґрунтовано склад та технологію купажованої олії, збалансованої за вмістом і співвідношенням ПНЖК  $\omega$ -3 та  $\omega$ -6 груп, збагаченої  $\beta$ -каротином, стабілізованої від окиснювального псування природними антиоксидантами. Крім того, за результатами досліджень запропоновано технологію виробництва майонезу на її основі [2]. Пешук Л. В. і Радзівською І. Г. розроблено майонези, в рецептурах яких за жирову основу використано купажі кунжутної, оливкової, соєвої та соняшникової олій, а яєчний порошок замінено на соняшникові фосфоліпіди [3].

Шляхи підвищення біологічної цінності соусної продукції розглянуто також у працях інших науковців [4–7].

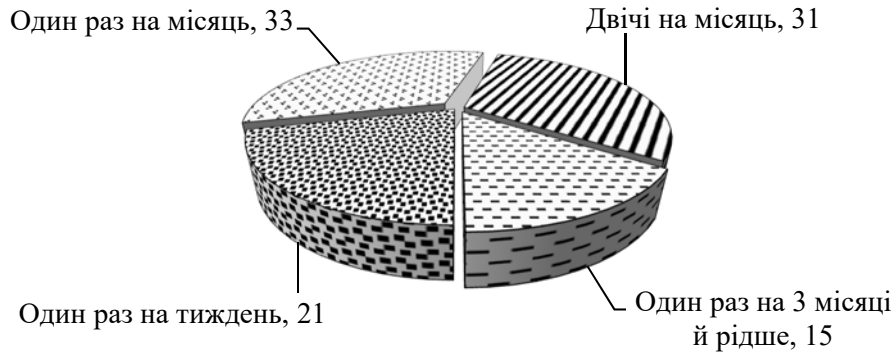
Подальших досліджень й аналізу потребує сучасний стан ринку соусної продукції в контексті розвитку економіки України в умовах глобалізації виробничих процесів.

*Метою статті* є аналіз проблем та визначення перспектив розвитку виробництва соусної продукції, яка реалізується на ринку України.

**Матеріали та методи.** У процесі дослідження використано методи аналізу й синтезу, наукового узагальнення та порівняння даних наукових джерел (монографії, статті вітчизняних і закордонних вчених), а також відкритих джерел міжнародної статистичної інформації, офіційних даних Державної служби статистики України та Державної фіскальної служби України.

**Результати дослідження.** Сучасний український ринок соусної продукції є доволі насичений, проте не має чіткої структури за сегментами. Існує декілька категорій соусів: за ДСТУ 4561:2006, вони поділяються на столові та десертні [8]; за класифікацією проф. Б. М. Маккенна, – на холодні (кетчуп, томатний соус, гірчиця тощо), гарячі (споживаються у розігрітому вигляді й не потребують додаткового приготування), дресинги (салатні заправки, соуси на жировій основі тощо) [9]. За класифікацією маркетингової компанії "Синергія", є соуси солодкі фруктові та гострі закусові. Останні поділяють на білі (майонез і соуси на майонезній основі), червоні (кетчупи й соуси на томатній основі), гірчичні та соєві [10].

Попит на соусну продукцію має сезонний характер і змінюється залежно від смакових уподобань споживачів. Взимку він зростає на майонези, влітку – на майонезні та томатні соуси, кетчупи. Понад 95 % дорослого населення України споживають різноманітні соуси, найпопулярнішими з яких є майонез і кетчуп [11]. Дані щодо частоти придбання кетчупів та інших соусів споживачами України наведено на *рис. 1*.



*Рис. 1.* Частота купівлі соусів дорослим населенням України, %

*Джерело:* розроблено авторами за [12].

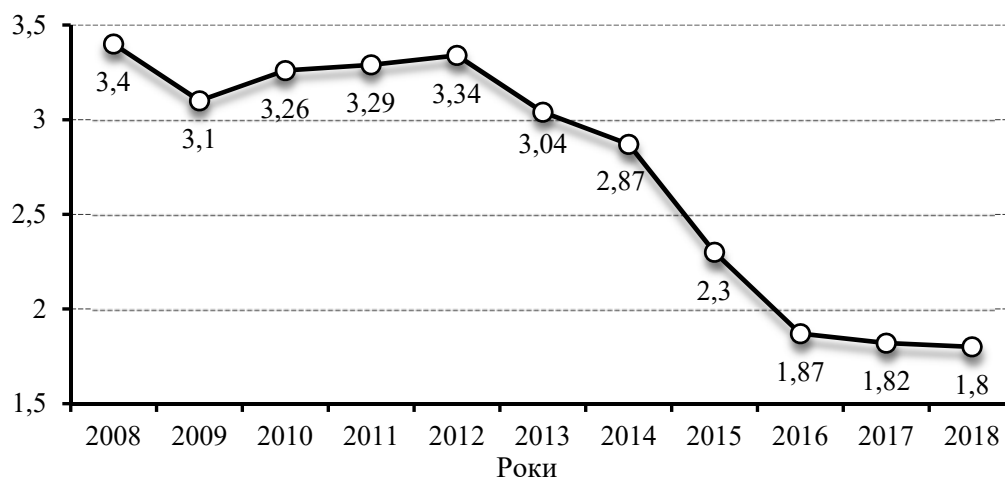
Основними чинниками високого рівня споживання соусів є доступна ціна, можливість поліпшення смакових властивостей готових страв, а також тривалий строк зберігання [13]. Рівень їх споживання прив'язаний до інших продуктів, оскільки вони не є самостійними стравами. Відповідно, при зменшенні споживання м'ясних, рибних, макаронних та інших продуктів зменшується і споживання соусів.

Найбільш поширеним, виготовленим у промислових умовах, соусом є *майонез*. Його споживання в нашій країні сягає 2 кг на людину за рік. Враховуючи, що майонез належить до повсякденних харчових продуктів і впевнено посів місце в споживчому кошику українців, важливого значення набуває виявлення уподобань щодо вживання цього продукту [11; 13].

За показником жирності найбільший попит дотепер мали майонези з вмістом жиру більш як 50 %. Представниками цієї групи майонезів відповідно до наявної асортиментної групи є "Столичний", "Український" (вміст рослинної олії – 60 %), "Провансаль" (67 %), "Європейський" (72 %). Повнота асортименту цього виду майонезів найбільша, їхня питома вага – 31.5 % загального обсягу виробництва. Випуск майонезів з вмістом жиру не більше ніж 50 % становить 68.5 % загального обсягу продажу. Причиною такого розподілу попиту є тенденція до споживання менш калорійних харчових продуктів [8; 9; 14].

Попит на майонезну продукцію з різноманітними добавками (овочеві наповнювачі, прянощі, ароматичні речовини) на українському ринку становить лише 14 % загального попиту на неї. Проте з кожним роком його обсяги зростають в середньому на 1.3 % [14].

Динаміку споживання майонезної продукції на душу населення за період 2008–2018 рр. представлено на *рис. 2*.



*Рис. 2.* Динаміка споживання майонезної продукції на душу населення в 2008–2018 рр., кг/рік

*Джерело:* розроблено авторами за [13; 15].

За даними *рис. 2*, можна стверджувати, що впродовж останніх 7 років спостерігається зниження обсягів споживання майонезної продукції на душу населення. Одним із факторів зменшення попиту на неї є низька платоспроможність споживачів стосовно придбання продуктів, що відповідають екологічним стандартам, споживачі шукають шляхи для зміни свого раціону. Наприклад, все частіше обирають майонезну продукцію з меншою калорійністю, легкі соуси або зовсім відмовляються від їх споживання. Інший фактор – розвиток популярності закладів швидкого харчування в Україні і, як наслідок, зростання попиту на нові, незвичні смаки соусної продукції.

Ринок майонезів, кетчупів та інших соусів України є висококонкурентним. Варто зазначити, що основна конкуренція відбувається тільки між вітчизняними виробниками, оскільки закордонна продукція займає незначну частку ринку. Отже, основне завдання як для тих, що вже є на ринку, так і для нових підприємств – це пошук вільних або швидкозростаючих ніш для просування своєї продукції. Водночас великі підприємства за допомогою реклами та маркетингу можуть фактично створювати нові ніші, розробляючи "новинки", тоді як для дрібних підприємств просування нового продукту ускладнене [12].

Висока конкуренція на ринку спричиняє зростання часток ринку великих підприємств і витіснення слабших конкурентів. Це пов'язано з тим, що витрати на виробництво та реалізацію продукції збільшуються, рентабельність бізнесу знижується і на ринку залишаються лише компанії, здатні забезпечити великі обсяги виробництва і реалізації, запропонувати споживачам унікальний продукт.

Структуру виробництва майонезу та соусної продукції в Україні за 2018 р. представлено на *рис. 3*.

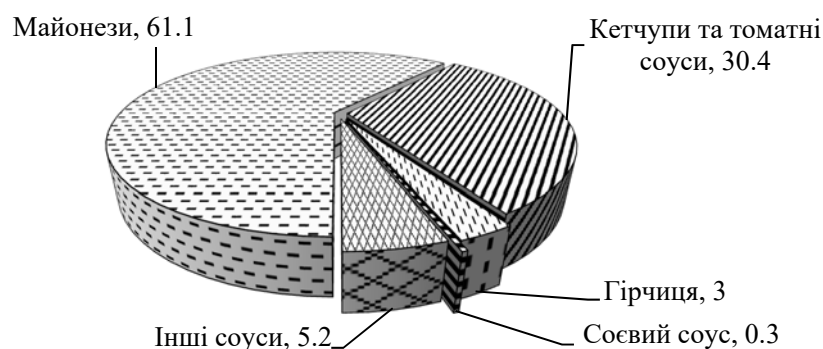


Рис. 3. Структура виробництва соусної продукції в Україні за 2018 р., %

Джерело: розроблено авторами за [11].

Найбільшу частку ринку займають майонезні соуси. Тенденція переваги цієї продукції над іншими соусами притаманна не тільки 2018 р., а й минулим рокам. Наприклад, у 2017 р. ринкова частка майонезу становила 62.4 %, 2016 р. – 63.2, 2015 р. – 62.7 %.

Друге місце посідає виробництво кетчупів та томатних соусів, третє – гірчиці, інші соуси мають менший попит.

Аналіз динаміки виробництва майонезної продукції в Україні за період 2008–2018 рр. (рис. 4) дає підстави для висновків, що, *по-перше*, цей ринок в Україні розвивався у декілька етапів, і, *по-друге*, останнім часом спостерігається тенденція до зниження виробництва [11; 13; 15; 16].

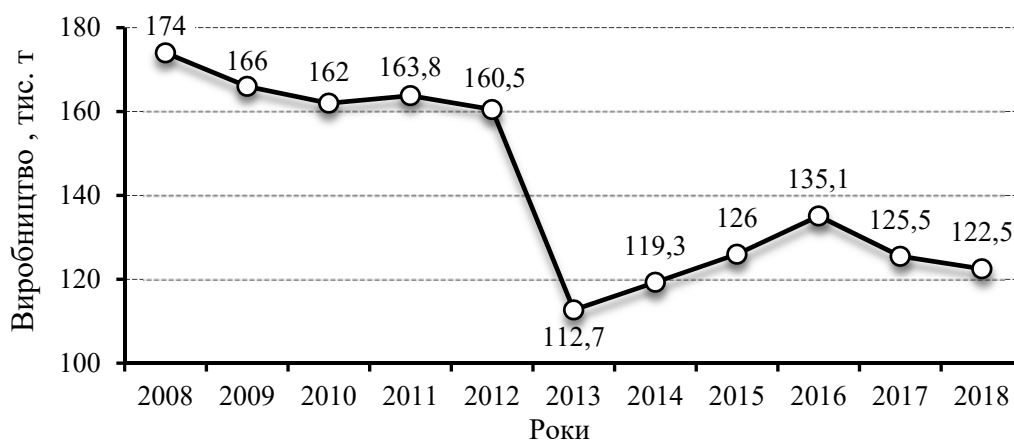


Рис. 4. Динаміка виробництва майонезної продукції в Україні у 2007–2018 рр.

Джерело: розроблено авторами за [11; 13; 15; 16].

У період 2008–2012 рр. виробництво майонезів коливалося незначною мірою, а в 2013 р. різко зменшилося майже на третину. Це пов'язано з подорожчанням сировини, девальвацією гривні та загальною економічною ситуацією у світі. У 2013–2016 рр. спостерігалось нарощення обсягів виробництва майонезної продукції в Україні, проте

починаючи з 2016 р. проявляється тенденція до їх зниження. Це пояснюється зростанням кількості торговельних мереж, де реалізують цю продукцію, рекламними та маркетинговими стратегіями, зацікавленістю споживачів у нових видах майонезних соусів [16].

Якщо простежити динаміку кількості підприємств, які виготовляють майонезну продукцію в Україні, можна помітити досить значне її зменшення: у 2011 р. їх кількість становила 87, у 2015 р. – 74, а у 2017 р. – 64 підприємства, що на 25.3 % менше, ніж у 2015 р. Така тенденція пов'язана не лише зі станом економіки в країні, а й із політичною ситуацією на сході України [10].

Загалом, усіх виробників майонезної продукції на вітчизняному ринку умовно можна поділити на три групи:

*олійно-жирові комбінати* працюють з радянських часів, обладнання на них є зношеним, проте їхні торгові марки давно відомі споживачам. Це ПрАТ "Волиньхолдинг", ПрАТ "Львівський жировий комбінат", ПрАТ "Харківський жировий комбінат", ПрАТ "Чумак", ТОВ "Оліс", вони утримують 62.3 % усього українського ринку;

*нові компанії* з агресивною політикою: ПП "Віктор і К", ТОВ "ТК "Урожай", ТОВ "Прайм-Продукт", які займають 26.7 % ринку та досить швидко завоювали прихильність споживачів;

*дрібні регіональні фірми*, які не мають власних торгових марок. Ця група охоплює 11 % ринку майонезу, до неї належать: ТОВ "Ровекс", ТОВ "Кристал". Кількість підприємств групи щороку зменшується через високу конкуренцію на ринку [13; 16].

У 2017 р. основними виробниками майонезної продукції були: ПрАТ "Волиньхолдинг" (ТМ "Торчин"), ПрАТ "Чумак" (ТМ "Чумак"), ПрАТ "Львівський жировий комбінат" (ТМ "Щедро"), ПП "Віктор і К" (ТМ "Королівський смак"), ТОВ "ТК "Урожай" (ТМ "Славолія"). Їхніми конкурентами на вітчизняному ринку майонезу і соусів виступають компанія "ЛТД Оліс" (ТМ "Оліс"), ПрАТ "Київський маргариновий завод" (ТМ "Олком"), ТОВ "Прайм-Продукт" (ТМ "МакМай"), ТОВ "Дельта" (ТМ "Гуляй-поле"), ТОВ "Форес" (ТМ "Форес") (рис. 5) [13; 16].

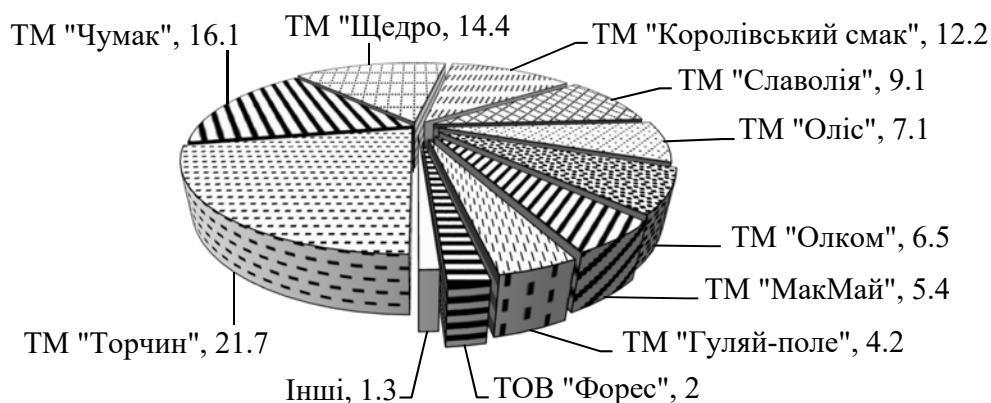


Рис. 5. Основні виробники майонезної продукції в Україні у 2017 р., %

Джерело: розроблено авторами за [16].

Характеристика асортименту соусної продукції провідних вітчизняних виробників та її роздрібних цін на листопад 2019 р. представлено в таблиці.

### Асортимент і діапазон цін соусної продукції провідних торгових марок

Торгова марка	Продукція / роздрібна ціна за 100 г			
	майонез	кетчуп	соус	гірчиця
"Торчин"	"Європейський", "Домашній"/ 6.75–7.10 грн	"До шашлику", "Лагідний", "Золотий", "Чилі", "З паприкою", "З часником"/ 4.80–5.60 грн	"Делікатесний", "Класичний", "Папрік", "Тартар", "Часниковий", "Грибний", "Сацебелі", "Мехікано", "Чилі", "Азіатський"/ 9.00–10.50 грн	"Міцна", "З хрінном", "Козацька"/ 8.00–9.40 грн
"Чумаць"	"Справжній", "Апетитний", "Провансаль", "Легкий справжній", "Пісний", "Оливковий", "Вершковий", "Салатний"/ 4.70–7.70 грн	"Light з екстрактом листя стеви", "Red hot з гострим перцем халапеньо", "З жовтих херсонських томатів", "Лагідний", "Лагідний для дітей", "До шашлику", "Томатний", "Гриль", "Чилі" / 4.38–4.65 грн	"Херсонський", "Томатний фірмовий", "Кухарський класичний", "Кухарський з овочами", "Кухарський з прянощами", "Сирний", "Тартар", "Базиліката", "Французький з гірчицею", "Техаський барбекю", "Карпатський з грибами", "Айолі з часником", "Сацебелі", "Грузинський", "Болгарський з солодким перцем", "Козацький з хрінном"/ 9.15–10.00 грн	—
"Щедро"	"Домашній для дітей", "Львівський Преміум", "Провансаль", "Салатний", "Сирний"/ 4.15–6.00 грн	"Шашличний" "Лагідний", "Черрі", "Барбекю", "Томатний для дітей", "Чилі"/ 5.05–5.35 грн	"Краснодарський", "Херсонський", "До пельменів", "Табаско", "Аджика домашня"/ 7.50–10.00 грн	"Діжонська лагідна", "Медова", "Французька" "Гостра домашня", "Українська з хрінном"/ 8.00–8.60 грн
"Королівський смак"	"Імператорський", "Королівський", "Провансаль", "Святковий", "Чудовий", "Весняний", "Лагідний", "Європейський на перепелиних яйцях"/ 6.80–7.65 грн	"Томатний", "До шашлику", "Лагідний", "Чилі", "Барбекю"/ 4.00–4.45 грн	"Сацебелі", "Шашличний", "Гострий", "Український", "Краснодарський"/ 8.70–9.40 грн	"Королівська", "Французька", "Пікантна з хрінном"/ 5.40–6.30 грн

Джерело: розроблено авторами за [17–20].

ПрАТ "Волиньхолдинг" – компанія, яка належить міжнародній корпорації "Нестле" та впевнено утримує лідерство на вітчизняному ринку кетчупу і майонезів. Серед представлених брендів близько 25 % майонезу і 70 % кетчупу, що споживає населення України, припадає

на ТМ "Торчин". Під цією маркою виробляється 10 найрізноманітніших видів соусів, до того ж, "Мехікано", "Чилі" та "Азіатський" не виготовляються іншими виробниками.

Поміж останніх новинок, які з'явилися в асортиментному переліку підприємства, можна назвати майонезний соус "З часником", що додає чудового смаку не лише салатам, але й готовим стравам, а також салатні заправки "З травами" та "Гірчично-медова".

ПрАТ "Волиньхолдінг" імпортує свою продукцію до США, Ізраїлю, Болгарії, Польщі, Латвії тощо [17].

ПрАТ "Чумак" засновано як україно-шведську компанію *South Food Inc.* З 1997 р. воно співпрацює з *McDonald's* Україна і сьогодні постачає для цієї компанії більш ніж 10 видів продукції. Асортимент ТМ "Чумак" представлений 9 найменуваннями майонезів, 8 – кетчупів і 16 – соусів, серед яких можна окремо виділити майонез "Пісний", кетчупи "Light з екстрактом листя стевії", "Red hot з гострим перцем халапеньо", "З жовтих херсонських томатів" та "Лагідний для дітей". Значна кількість соусів цієї торгової марки вирізняється також унікальними властивостями та смаками, а саме: "Техаський барбекю", "Айолі з часником", "Базиліката", "Козацький з хрінном" та ін.

Свою продукцію компанія постачає до країн ЄС, зокрема Чехії, Угорщини, Польщі та ін. У Прибалтиці кетчупи компанії "Чумак" входять до трійки лідерів продажів [18].

ТМ "Щедро" створено у 2005 р. Продукція виготовляється на Львівському та Запорізькому жиркомбінатах. Її асортимент представлений 5–6 назвами майонезів, кетчупів, соусів, гірчиці. Нещодавно Львівський жиркомбінат розробив майонез "Львівський Преміум" з жирністю 80 %. Виготовлений на рідких яєчних жовтках він має густу консистенцію і насичений смак. Крім того, асортимент ТМ "Щедро" був розширений новинкою – майонезом *Original*, що виготовлений на основі органічної олії соняшникової (67 %) з використанням жовтка яєчного ферментованого (2.2 %) без додавання штучних ароматизаторів, барвників і консервантів. Вперше на українському ринку цією компанією представлено майонез "Домашній для дітей", який є повністю натуральним продуктом, не містить крохмалю, барвників, консервантів, стабілізаторів. Нові соуси "До пельменів", "Табаско", "Аджика домашня" та широкий асортимент гірчиці також є фірмовою візитівкою компанії. Продукцію під ТМ "Щедро" експортують до Німеччини, Угорщини, Румунії, Ізраїлю, Казахстану і Туркменістану [19].

У 1992 р. засновано компанію "Віктор і К", а ТМ "Королівський смак" зареєстрували у 2002 р. Компанія виготовляє досить широкий асортимент майонезів, серед яких ексклюзивним є "Європейський на перепелиних яйцях", кетчупів, аджики, соусів, гірчиці [20].

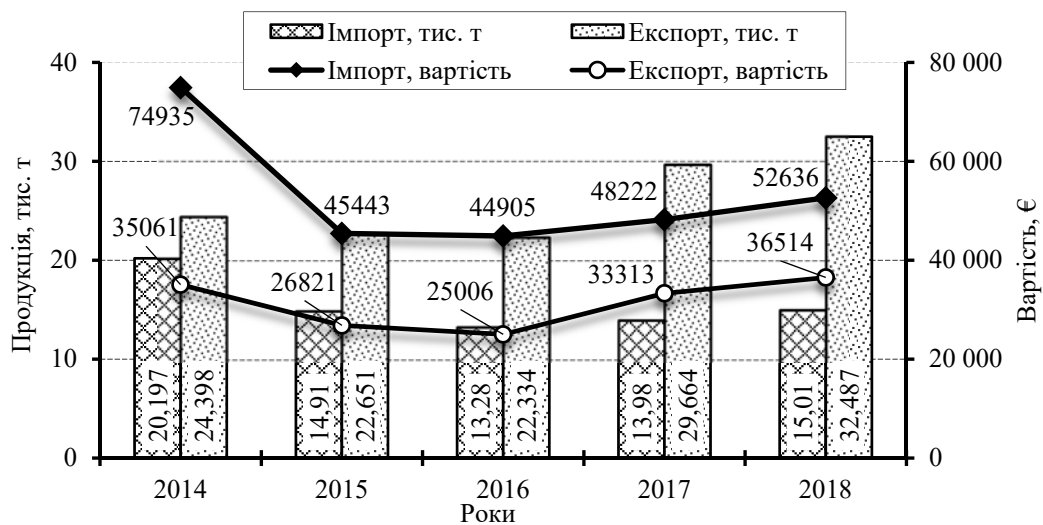
Аналізуючи роздрібні ціни на соусну продукцію провідних вітчизняних виробників, варто зазначити, що ціна за 100 г майонезу і кетчупу коливається в межах 21–22 %. Досить значні коливання



роздрібних цін у мережах "Ашан" і "Новус" виявлені на соуси й гірчицю – відповідно 28.6 і 42.6 %. Основними факторами, що впливають на вартість соусної продукції, є жирність продукту, використання додаткових сировинних компонентів, вид пакування.

Як вже зазначалося, рівень конкуренції на вітчизняному ринку майонезів і соусів високий, тому його оператори постійно переглядають пропозицію й оптимізують асортимент, реагуючи на нові потреби і зміну попиту споживачів.

Крім забезпечення внутрішніх потреб, українські виробники також експортують свою продукцію за кордон. Динаміку експорту та імпорту соусів у 2014–2018 рр. в Україні наведено на *рис. 6* [12; 21].



*Рис. 6.* Структура імпорту та експорту готових соусів у 2014–2018 рр.

*Джерело:* розроблено авторами за [12; 21].

Експорт й імпорт майонезної продукції в Україні мають майже однакову тенденцію: починаючи з 2014 р. ці показники знижуються, тоді як надалі, за період 2016–2018 рр., темп приросту експорту та імпорту майонезів дещо збільшувався. Так, у 2018 р. обсяг експорту зріс на 9.5 % проти 2017 р., а імпорту – на 8 % [21–23].

За даними Державної фіскальної служби, у 2017 р. обсяги експорту продукції збільшилися на 1.22 % проти 2014 р. У 2018 р., порівнюючи з 2014 р., імпорт показав негативну динаміку – обсяги поставок продукції знизилися на 5.1 тис. т [21].

Україна експортує соусну продукцію переважно до Білорусі, Молдови, РФ, Литви та Грузії. Основними експортерами майонезу є ПрАТ "Чумак" (25 %), ТОВ "Нестле" (21 %), ТОВ "Техноком" (22 %) і ТОВ "Агрокосм" (9 %) [8; 9; 12; 14]. Головні імпортери продукції на український ринок за підсумками 2018 р. – Німеччина, Польща, Австрія; на них припадає відповідно 22.69, 22.5, 15.04 % загального обсягу імпорту соусів [11].

Структуру ринку майонезної продукції за походженням у 2013–2018 рр. представлено на рис. 7.

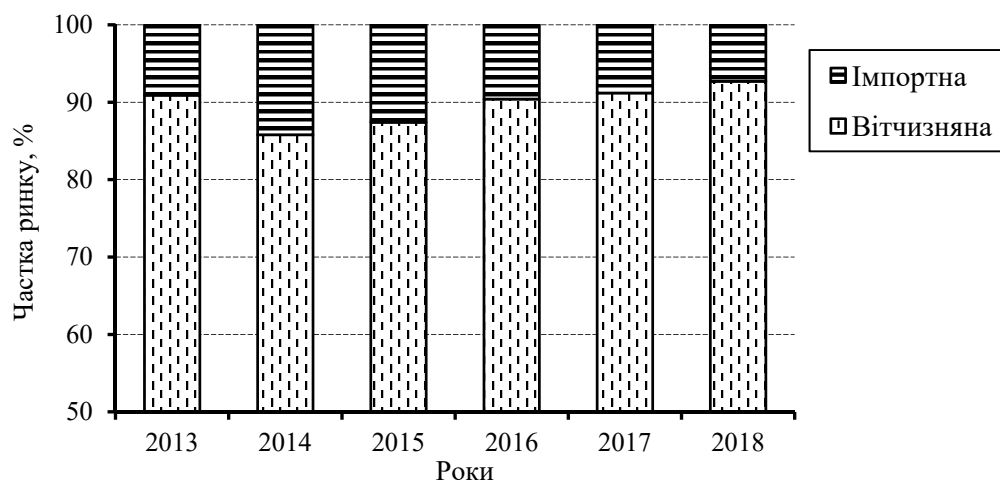


Рис. 7. Структура ринку майонезної продукції в Україні за походженням у 2013–2018 рр.

Джерело: розроблено авторами за [12; 14].

За даними Державної фіскальної служби України, у 2019 р. основними країнами-імпортерами є Німеччина – 28.7 %, Польща – 21.5 % та Австрія – 13.9 % (разом – 64.1 %). Ці країни, порівнюючи, наприклад, з 2015–2016 рр., вже закріпили тенденцію лідерства та збільшують частки своєї продукції на українському ринку [23]. Співпраця України й Австрії активно почала розвиватися з 2015 р., що пов'язано з політичною ситуацією, яка склалася через агресію РФ, що до 2015 р. була одним із головних постачальників майонезної продукції до України. Згідно з отриманими даними, наразі її місце посіла Німеччина, яка протягом останніх 9 років впевнено утримує позиції лідера ринку з часткою в межах 22.36–33.0 %.

Основними країнами – експортерами соусної продукції у 2019 р. залишаються Білорусь – 23 %, РФ – 16 і Молдова – 14.9 (разом – 53.9%) [23].

Проведений аналіз ринку соусної продукції в Україні підтверджує, що в сучасних умовах виробнику неможливо бути успішним в цьому сегменті, обмежуючись випуском традиційних продуктів: їх купують дедалі менше – як через поширення ідеї здорового харчування, так і намагаючись урізноманітнити смакові властивості їжі за допомогою нових соусів. Крім того, зменшується їх експорт до Росії внаслідок погіршення міждержавних відносин. У результаті обсяг виробництва майонезів в Україні зменшується починаючи з 2016 р., а в першому кварталі 2019 р. його падіння прискорилося.

**Висновки.** Зафіксовано високий рівень конкуренції торгових марок соусної продукції на українському ринку. Ефективний вихід нових учасників на цей ринок можливий тільки в разі знаходження вільної або швидкозростаючої ніші.

Основні шляхи до позитивної динаміки виробництва та споживання соусної продукції в Україні – розширення асортименту завдяки "новим видам", підвищення безпечності та якості майонезів і соусної продукції при використанні компонентів натурального походження, поширення тенденції здорового харчування, зміни вподобань споживачів.

Збільшення обсягу ринку соусів можливе лише за умови підвищення загального рівня доходів українців, розвитку туристичної та готельно-ресторанної галузей економіки, знаходження нових і розширення наявних каналів експорту.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Жукевич О., Рудавська Г. Виробництво та споживання соусів в Україні. *Міжнародн. наук.-практ. журн. "Товари і ринки"*. 2012. № 1. С. 37-45.
2. Белинская А. П. Майонез, сбалансированный по составу полиненасыщенных жирных кислот. *Масложировой комплекс*. 2019. № 1. С. 43-44.
3. Пешук Л. В., Радзівська І. Г. Нові майонези з оптимізованим рецептурним складом. *Продукты & Ингредиенты*. 2012. № 2 (88). С. 50-52.
4. Некрасов П. А., Гудзь О. Н., Торпан Е. Ю. Майонезные соусы повышенной пищевой ценности на основе соевого масла. *Масложировой комплекс*. 2018. № 4. С. 43-45.
5. Киреенко Е. В. Комплексные пищевые добавки для низкокалорийных майонезов. *Масложировая промышленность*. 2007. № 3. С. 20-21.
6. Пономарев П., Родак А. Майонезное изобилие. Пути повышения биологической ценности майонеза. *FOOD UA. Продукты Украины*. 2012. № 1 (32). С. 22-24.
7. Ghazaei S. Mizani M., Piravi-Vanak Z., Alimi M. Particle size and cholesterol content of a mayonnaise formulated by OSA-modified potato starch. *Food Science and Technology*. 2015. N 35 (1). P. 150-156.
8. Соуси салатні. Технічні умови: ДСТУ 4561:2006. Чинний від 2008-01-01. Київ: Держспоживстандарт України, 2008. 19 с.
9. Структура и текстура пищевых продуктов. Продукты эмульсионной природы; под ред. Б. М. Маккенна. СПб.: Профессия, 2009. 480 с.
10. Сами с соусами. *FOOD UA. Продукты Украины*. 2011. № 1. С. 52-61.
11. Соколов А. Простор для творчества. Анализ рынка майонезов и соусов Украины. 2018 год. *FOOD UA. Продукты Украины*. 2018. № 4. С. 26-30.
12. Анализ рынка майонезов и соусов в Украине 2017 г. Про консалтинг. URL: <https://pro-consulting.ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-majonezov-i-sousov-ukrainy-2018-god>.
13. Петрович О. И. Ориентация производства рынка майонезов. *Продукты питания*. 2017. № 14. С. 14-15.
14. Протасова Л. В. Аналіз виробництва майонезу та соусів в Україні. *Міжнародний збірник наукових праць*. Київ, 2017. № 1 (15). С. 229-234.
15. Виробництво основних видів промислової продукції в Україні в 2006-2017 рр. *Державна служба статистики України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

16. Аналіз ринку майонезу України 2016 р. Про консалтинг. URL: <https://proconsulting.ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-mayonezov-i-sousov-ukrainy-2016-god>.
17. Продукція ТМ "Торчин". URL: <https://www.torchyn.ua/product>.
18. Каталог продукції ТМ "Чумаки". URL: <https://chumak.com/novetly>.
19. Продукція ТМ "Щедро". URL: <http://shedro.ua/uk/products/consumers>.
20. Продукція ТМ "Королівський смак". URL: <http://kingsmak.com.ua/ru/catalog>.
21. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн-контрагентів в 2009-2019 рр. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/f3>.
22. Міжнародна торгівля товарами в Україні та Євросоюзі. Аналітика міжнародної торгівлі. URL: <http://edclub.com.ua/analytika/mizhnarodna-torgivlya-tovaramy-v-ukrayini-ta-yevrosoyuzi-u-i-kvartali-2019-roku>.
23. Зовнішня торгівля України товарами з світовими країнами. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

*Стаття надійшла до редакції 15.11.2019.*

***Bozhko T., Donchevska R., Shapovalova N. The market of sauce products: determinants of development in Ukraine.***

**Background.** The Ukrainian market of mayonnaise and sauces is rich in variety of products and taste. In this regard, analyzing the status and prospects of the mayonnaise and mayonnaise sauce market is a topical task.

*The aim* of the work is to analyze the problems and determine the prospects for the development of sauce production, which is sold on the Ukrainian market, in accordance with the preferences of consumers.

**Materials and methods.** Methods of analysis and synthesis, scientific generalization and comparison of data from scientific sources (monographs, articles of domestic and foreign scientists), as well as open sources of international statistical information, official data of the State Statistics Service of Ukraine and the State Fiscal Service of Ukraine were used.

**Results.** Mayonnaise is the leader in the manufacturing of sauce products in Ukraine, accounting for 61.1 % of the total volume of this industry, although its production volumes have been declining recently. The main producers of mayonnaise products are PJSC "Volynholding" ("Torchin"TM), PJSC "Chumak" ("Chumak"TM), PLC "Lviv Zhyrkombinat" ("Shchedro"TM), PE "Victor and K" ("Royal Taste"TM).

The retail price for mayonnaise per 100 g is in the range of 4.15–7.70 UAH, ketchup – 4.38–5.60 UAH, sauces – 7.5–10.5 UAH, mustard – 5.4–9.40 UAH. Ukraine exports ketchup, mayonnaise and sauces to countries such as Belarus, Moldova, the Russian Federation, Lithuania and Georgia. The main importers of products to the Ukrainian market in 2018 were Germany, Poland and Austria.

**Conclusion.** There is a high level of competition of brands of sauce products in the Ukrainian market. Effective entry of new participants into this market is possible only in case of finding a free or fast growing niche.

The main ways to positive dynamics of production and consumption of sauce products in Ukraine are expansion of the range due to the "new types", improving the safety and quality of mayonnaise and sauce products with the use of components of natural origin, the spread of the trend of healthy nutrition, changing consumer preferences.

Increasing the volume of the sauce market – only in case of raising of overall level of income of Ukrainians, the development of tourism and hotel and restaurant industries, finding new and expanding existing export channels.

*Keywords:* mayonnaise, sauces, ketchup, market, export, import.

## REFERENCES

1. Zhukevych, O., & Rudavs'ka, G. (2012). Vyrobnycstvo ta spozhyvannja sousiv v Ukraini [Production and consumption of sauces in Ukraine]. *Mizhnarodnyj naukovopraktychnyj zhurnal "Tovary i rynky" – International scientific and practical journal "Commodities and Markets", 1*, 37-45 [in Ukrainian].
2. Belinskaja, A. P. (2019). Majonez, sbalansirovannyj po sostavu polinenasyshhennyh zhirnyh kislot [Mayonnaise, balanced composition of polyunsaturated fatty acids]. *Maslozhirovoj kompleks – Fat and Oil Complex, 1*, 43-44 [in Russian].
3. Peshuk, L. V., & Radzijevs'ka, I. G. (2012). Novi majonezy z optymizovanim recepturnym skladom [New mayonnaise with optimized recipe composition]. *Produkty & Ingredijenty – Products & Ingredients, 2 (88)*, 50-52 [in Ukrainian].
4. Nekrasov, P. A., Gudz', O. N., & Torpan, E. Ju. (2018). Majoneznye sousy povyshennoj pishhevoj cennosti na osnove soevogo masla [Mayonnaise sauces of high nutritional value based on soybean oil]. *Maslozhirovoj kompleks – Fat and Oil Complex, 4*, 43-45 [in Russian].
5. Kireenko, E. V. (2007). Kompleksnye pishhevye dobavki dlja nizkokalorijnyh majonezov [Complex nutritional supplements for low-calorie mayonnaise]. *Maslozhirovaja promyshlennost' – Oil and fat industry, 3*, 20-21 [in Russian].
6. Ponomarev, P., & Rodak, A. (2012). Majoneznoe izobilie. Puti povyshenija biologicheskoy cennosti majoneza [Mayonnaise abundance. Ways to increase the biological value of mayonnaise]. *FOOD UA. Produkty Ukrainy – FOOD UA. Products of Ukraine, 1 (32)*, 22-24 [in Russian].
7. Ghazaei, S. Mizani, M., Piravi-Vanak, Z., & Alimi, M. (2015). Particle size and cholesterol content of a mayonnaise formulated by OSA-modified potato starch. *Food Science and Technology, 35 (1)*, 150-156 [in English].
8. Sousy salatni. Tehnichni umovy [Salad sauces. Specifications]. (2008). *DSTU 4561:2006 from 1 January 2008*. Kyi'v: Derzhspozhyvstandart Ukrainy [in Ukrainian].
9. Struktura i tekstura pishhevih produktov. Produkty jemul'sionnoj prirody [The structure and texture of food. Products of emulsion nature]. (2009). B. M. Mackenna (Ed.). Saint Petersburg: Professija [in Russian].
10. Sami s sousami [They themselves with sauces]. (2011). *FOOD UA. Produkty Ukrainy – FOOD UA. Products of Ukraine, 1*, 52-61 [in Russian].
11. Sokolov, A. (2018). Prostor dlja tvorcestva. Analiz rynku majonezov i sousov Ukrainy. 2018 god [Open space for creativity. Market analysis of mayonnaise and sauces in Ukraine. The year 2018]. *FOOD UA. Produkty Ukrainy – FOOD UA. Products of Ukraine, 4*, 26-30 [in Russian].
12. Analiz rynku majonezov i sousov v Ukraine 2017 g. Pro konsalting [Market analysis of mayonnaise and sauces in Ukraine 2017. About consulting]. Retrieved from <https://pro-consulting.ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-majonezov-i-sousov-ukrainy-2018-god> [in Russian].
13. Petrovich, O. I. (2017). Orientacija proizvodstva rynku majonezov. *Produkty pitaniya – Food, 14*, 14-15 [in Russian].
14. Protasova, L. V. (2017). Analiz vyrobnycstva majonezu ta sousiv v Ukraini [Analysis of mayonnaise and sauces production in Ukraine]. *Mizhnarodnyj zbirnyk naukovykh prac' – International collection of scientific works, 1 (15)*, 229-234 [in Ukrainian].
15. Vyrobnycstvo osnovnyh vydiv promyslovoi' produkcii v Ukraini v 2006-2017 rr. [Production of basic industrial products in Ukraine in 2006-2017]. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy – State Statistics Service of Ukraine*. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].

16. Analiz rynku majonezu Ukrai'ny 2016 r. Pro konsal'tyng [Mayonnaise market analysis of Ukraine 2016. About consulting]. Retrieved from <https://pro-consulting.ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-mayonezov-i-sousov-ukrainy-2016-god> [in Ukrainian].
17. Produkcija TM "Torchyn" [Products of TM "Torchin"]. Retrieved from <https://www.torchyn.ua/product> [in Ukrainian].
18. Katalog produkcii' TM "Chumak" ["Chumak" TM Product Catalog]. Retrieved from <https://chumak.com/novetly> [in Ukrainian].
19. Produkcija TM "Shhedro" [Products of TM "Shhedro"]. Retrieved from <http://shedro.ua/uk/products/consumers> [in Ukrainian].
20. Produkcija TM "Korolivs'kyj smak" [Products of TM "Royal taste"]. Retrieved from <http://kingsmak.com.ua/ru/catalog> [in Ukrainian].
21. Zovnishnja torgivlja Ukrai'ny iz zaznachennjam osnovnyh krai'n-kontragentiv v 2009-2019 rr. [Ukraine's foreign trade, indicating the main counterparty countries in 2009-2019]. Retrieved from <http://sfs.gov.ua/ms/f3> [in Ukrainian].
22. Mizhnarodna torgivlja tovaramy v Ukrai'ni ta Jevrosojuzi. Analityka mizhnarodnoi' torgivli [International trade in goods in Ukraine and the European Union. International Trade Analytics]. Retrieved from <http://edclub.com.ua/analitika/mizhnarodna-torgivlya-tovaramy-v-ukrayini-ta-yevrosoyuzi-u-i-kvartali-2019-roku> [in Ukrainian].
23. Zovnishnja torgivlja Ukrai'ny tovaramy z svitovymy krai'namy [Ukraine's foreign trade in goods with world countries]. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].