

ГОЛЮК

Вікторія Ярославівна
V_Goliuk@ukr.net

УДК 339.37

МЕГЕЛЬ

Христина Олександрівна
megel1013@gmail.comСУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ
СОУСІВCURRENT STATE AND DEVELOPMENT
PROSPECTS OF UKRAINIAN SAUCE
MARKETк.е.н., доцент, Національний
технічний університет
України "Київський
політехнічний інститут імені
Ігоря Сікорського"DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2021.4\(3\).2](https://doi.org/10.37634/efp.2021.4(3).2)студентка, Національний
технічний університет України
"Київський політехнічний
інститут імені Ігоря
Сікорського"**HOLIUK Viktoriia** – PhD in Economics, Associate Professor, National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"**MEHEL Khrystyna** – student, National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Особливе місце в харчовій промисловості посідають соуси, адже вони займають вагомую частку в раціоні багатьох українців. У статті проаналізовано сучасний стан ринку соусної продукції в Україні та визначено перспективи його розвитку. Проаналізовано конкурентне середовище пропонуваного ринку. Досліджено динаміку виробництва та реалізації продукції, експорту та імпорту соусів. Охарактеризовано особливості попиту на заданому ринку. Визначено основні тенденції та перспективні шляхи розвитку ринку соусної продукції України.

* * *

Sauces play an important role in the food industry, as they occupy a significant part in the diet of many Ukrainians.

The purpose of the paper is to research current state and development prospective of state of the sauce market in Ukraine.

The study has brought the following results. The study analyzes the current state of the sauce market in Ukraine and identifies prospects of its development. In particular, it was found that the market is saturated and characterized by fierce competition. Peculiarities of demand for sauce products in Ukraine are analyzed, in particular: frequency of purchases, seasonality, dependence on demand for other products. The commodity structure of the market of sauce products of Ukraine is analyzed. It is determined that in Ukraine, in contrast to Western countries, consumption amounts of complex sauces are inferior to mono sauces – mayonnaise and ketchup. The main development trends of the sauce products market in Ukraine are indicated: growth in demand for organic products, decrease in the share of fat and high-calorie products, growth in demand for new exotic sauces. The competitive environment of the market of sauce products of Ukraine is analyzed. It is determined that the main market share belongs to large producers who have a developed distribution network and offer consumers a wide range of products and low prices. The dynamics of production and sale of products, export and import of sauces is studied. It is determined that the share of imports in the domestic market is small, as domestic consumers prefer cheap domestic products. It is substantiated that Ukraine occupies an important place among exporters of sauce products and its export volumes are growing. Perspective ways of development of the sauce products market in Ukraine are defined.

The sauce products market in Ukraine is characterized by saturation, high competition, seasonality and growing demand for organic, low-calorie and exotic products, that forces producers to diversify the product structure and expand sales in foreign markets.

Ключові слова: соусна продукція, конкурентоспроможність, асортимент, ринок, експорт, імпорт

Keywords: sauce products, competitiveness, assortment, market, export, import

ВСТУП

Харчова промисловість є для України однією зі стратегічно важливих галузей. Якість та доступність харчової продукції впливають на рівень продовольчої безпеки держави та є індикаторами соціальної стабільності. Сучасний ринок соусів в Україні характеризується дисбалансом між попитом та пропозицією соусної продукції. Потреби споживачів стрімко зростають і виробникам необхідно швидко реагувати на зміни у попиті. З огляду на це виникає необхідність аналізу сучасного стану ринку соусної продукції та дослідження тенденцій його розвитку задля підвищення конкурентоспроможності та ефективного функціонування вітчизняних підприємств не лише на українському, а й закордонному ринку.

Проблематика пошуку шляхів ефективного розвитку харчової промисловості, зокрема ринку соусної

продукції, є предметом дослідження багатьох вітчизняних та закордонних вчених. Розв'язання проблеми розширення асортименту соусної продукції та усунення негативних тенденцій на ринку соусів присвячені роботи О.М. Артемова, Т.В. Божко, Г.Б. Рудавської, Б.М. МакКенна та ін.

Проте сучасний стан ринку соусів потребує подальших досліджень у контексті розвитку національної економіки в умовах конкурентного середовища та глобалізації виробничих процесів.

МЕТА статті – аналіз та дослідження наявних тенденцій та поточного стану вітчизняного ринку соусної продукції, а також визначення перспектив його розвитку з урахуванням конкурентного середовища, у якому діють суб'єкти господарювання.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною базою дослідження виступили загальнонаукові методи, такі як: абстрактно-логічний метод для узагальнення інформації про сучасні тренди розвитку ринку соусної продукції, методи індукції та дедукції для здійснення умовиводів на основі проаналізованої теоретичної бази, зокрема у дослідженні конкурентного середовища на ринку, статистичний аналіз на основі офіційних даних Державної служби статистики України.

РЕЗУЛЬТАТИ

Харчова промисловість належить до стратегічно важливих галузей України, яка забезпечує потреби споживачів не лише на вітчизняному ринку, а й займає вагомий частку в експорті продукції на світовому ринку. Серед готової продукції в харчовій промисловості важливе місце займає соусна продукція, яка є частиною раціону харчування українців та використовується як у домашній кулінарії, так і в закладах харчування.

Ринок соусної продукції на даному етапі розвитку є дуже насиченим. Попит на дану продукцію має сезонний характер та варіюється залежно від уподобань споживачів. На ринку спостерігається закономірність

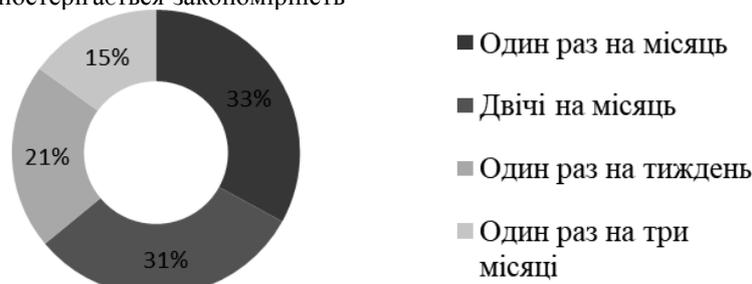


Рис. 1. Частота споживання соусів, % від споживачів віком 18–60 років [розроблено авторами на основі [1]]

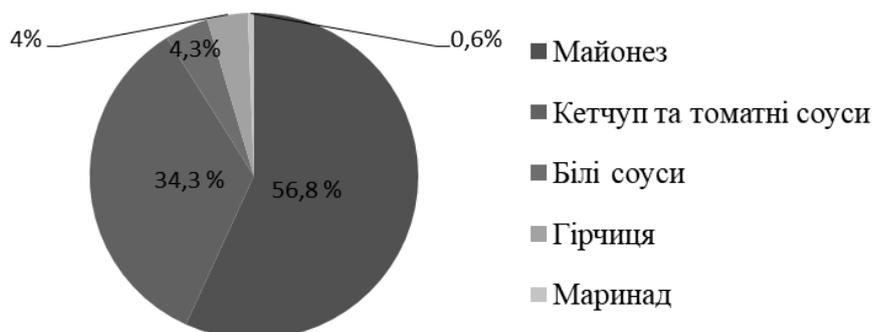


Рис. 2. Структура ринку соусної продукції в Україні у 2019 р. [розроблено авторами на основі [2]]

Нині спостерігається тенденція до підвищення попиту на органічні та натуральні продукти, особливо це помітно серед молодого й дорослого населення у всьому світі. Ці переконання серед споживачів, які шукають продукцію з екологічною етикеткою, а також занепокоєння стосовно безпечності харчових продуктів призводять до зміни уподобань з придбання соусів. Передбачається, що швидка урбанізація разом з інтересом споживачів до культури різноманітних кухонь сприятиме зростанню попиту на соуси. Окрім цього, суттєве збільшення обсягів інновацій та випуску нових продуктів сприяє зростанню галузі загалом.

Для ринку соусної продукції в Україні характерна

частіших покупок майонезу взимку, а кетчупів та соусів на томатній основі – влітку.

Соусна продукція не належить до товарів першої необхідності. Аналізуючи як часто українські споживачі купують соуси, отримано такі результати: 21 % – один раз на тиждень, 33 % – один раз на місяць, 31 % – двічі на місяць, 15 % – один раз на 3 місяці та рідше. Дані з частоти придбання соусів споживачами України наведено на рис. 1.

До основних мотивів купівлі соусів можна віднести підсилення смаку та доповнення до готових страв, довготривалий термін зберігання, і доступність ціни однієї одиниці продукції. Оскільки це не основний продукт, то відповідно рівень споживання прив'язується до іншої продукції. І за умови падіння попиту на м'ясні, макаронні чи рибні страви, попит на соуси також падає.

На рис. 2 наведено структуру соусів у 2019 р., де можна помітити, що переважає продукція на майонезній основі та майонез, і становить більшу частину всієї наявної продукції – 56,8 %, наступна категорія – кетчупи, яка займає 34,3 %. Білі соуси та гірчиця займають приблизно однакові частки та в сумі становлять 8,9 %.

жорстка конкуренція, оскільки ринок є насиченим. Виробники всіма можливими шляхами намагаються розширити асортимент продукції та захопити якомога більшу частку клієнтів. На ринку соусної продукції успішність виходу нової лінійки товарів та продажу залежить від безперервного моніторингу та відстеження споживчих уподобань.

Загалом, вітчизняні виробники повністю задовольняють потреби споживачів на внутрішньому ринку. Лише незначна частина продукції преміум-класу імпортується в Україну. Обсяги виробництва та реалізації соусної продукції в Україні за період 2014–2020 рр. наведено на рис. 3.

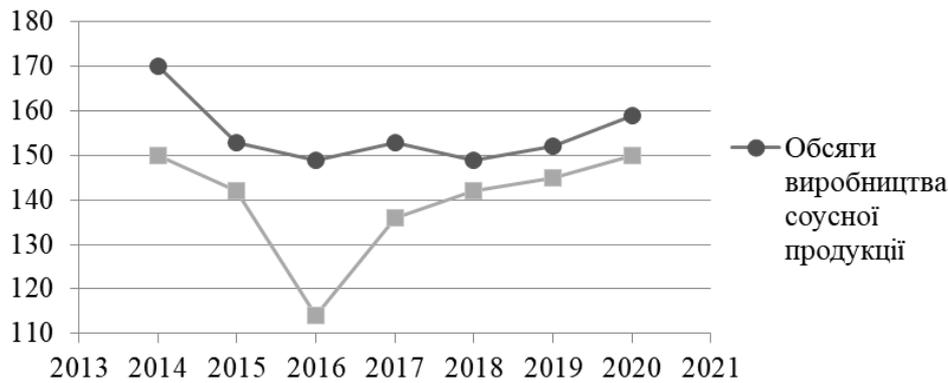


Рис. 3. Обсяги виробництва та реалізації соусної продукції, тис. т [розроблено авторами на основі [2]]

Аналіз даних обсягів виробництва та реалізації соусної продукції свідчить про те, що після 2015 р. відбулось різке падіння попиту на соусну продукцію і відповідно зменшились обсяги виробництва, у період із 2018 р. виробництво та реалізація соусів має незначні коливання, а останніми роками намітилася тенденція до зростання.

Аналіз товарної структури ринку соусної продукції свідчить про те, що останнім часом спостерігається зниження попиту на традиційну соусну продукцію, а саме майонези та висококалорійні соуси. У світі проявляється орієнтація споживачів на здорове харчування та інтерес до нових смаків, а також споживання екологічно чистої продукції. Українські підприємства намагаються слідувати даним тенденціям випускаючи нові смаки. Але на відміну від західних країн за обсягом споживання в Україні складні соуси поступаються моно соусам – майонезу та кетчупу.

Загалом, в Україні соусну продукцію виробляють більше 200 підприємств. Але великих виробників на ринку, обсяги виробництва яких перевищують 1 тис. т на рік продукції, близько 10 підприємств, а решта – середні й малі, які не складають конкуренції основним гравцям на ринку [3].

Аналіз конкурентів є невід’ємною складовою визначення конкурентоспроможності компаній на ринку та формуванні тактики боротьби. До трійки лідерів на ринку соусної продукції в Україні входить ПрАТ «Волиньхолдінг» (ТМ «Торчин»), ПрАТ «Чумак» (ТМ «Чумак»), та ПрАТ «Львівський жирковий комбі-

нат» (ТМ «Щедро»), які забезпечують понад 50 % від загального обсягу виробництва та реалізації продукції. Головними гравцями на ринку соусної продукції в Україні є два підприємства – ПрАТ «Волиньхолдінг» та ПрАТ «Чумак». Оцінювання торгових марок згідно з рейтинговою оцінкою споживачів наведено на рис. 4.

Провідні національні товаровиробники соусної продукції мають великі виробничі потужності та дистрибуторські можливості. Безумовно ринок соусної продукції є висококонкурентним. Такий рівень конкуренції сприяє збільшенню частки великих гравців на ринку, які витісняють слабких конкурентів. Це відбувається шляхом використання ефекту масштабу, збільшення рентабельності виробництва (сучасна рентабельність виробництва в середньому складає 8 %), і відповідно такі масштабні компанії можуть запропонувати споживачам широкий асортимент продукції (нині це понад 30 позицій) та унікальні цінові пропозиції. Жорстка конкуренція стимулює товаровиробників уважно ставитись до якості виготовленої продукції і за цих обставин зберігати конкурентоспроможну ціну [5]. Нині ефективний вихід нових учасників на ринок соусної продукції можливий лише за умови знаходження вільної ніші.

На українському ринку соусної продукції спостерігається тенденція нарощення обсягів зовнішньоекономічних операцій, Україна є доволі значним експортером соусів. Динаміка здійснення експорту та імпорту соусної продукції у 2015–2020 рр. в Україні наведено на рис. 5.

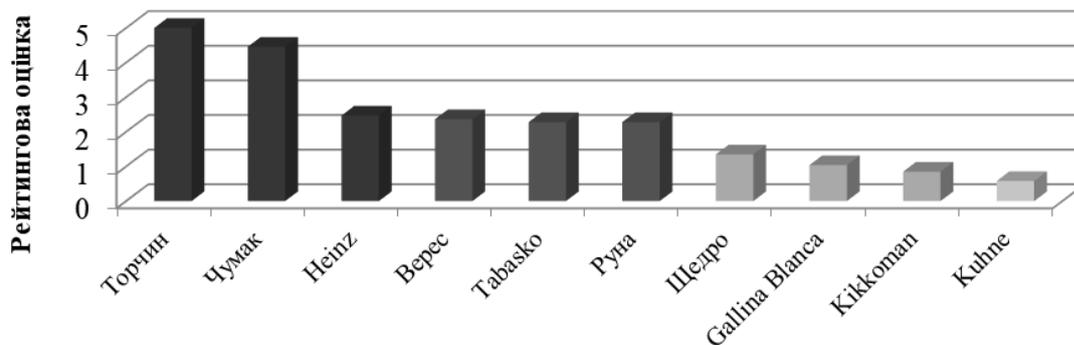


Рис. 4. Рейтингова оцінка споживачами торгових марок соусів [розроблено авторами на основі [4]]

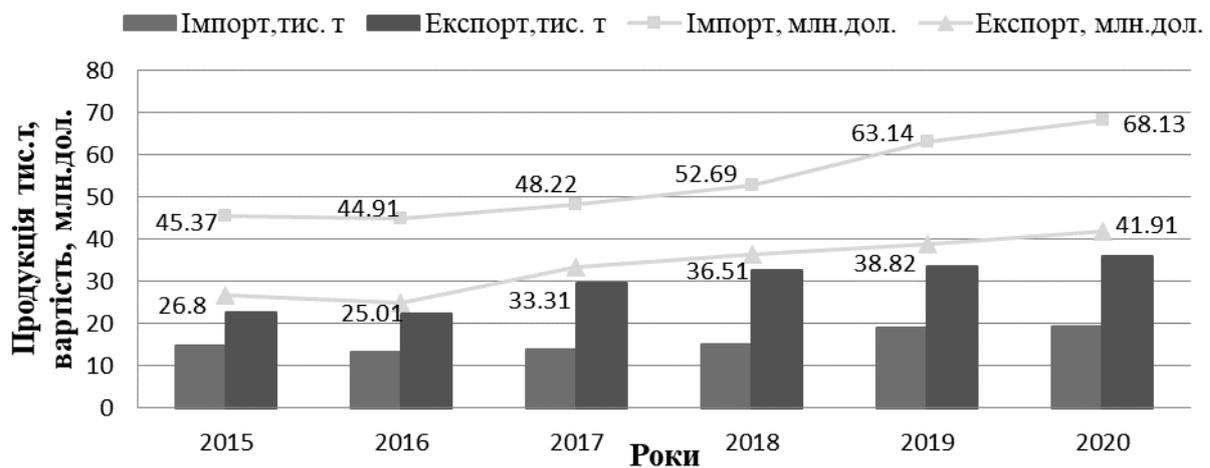


Рис. 5. Структура експорту та імпорту соусної продукції, 2015–2020 рр. [розроблено авторами на основі [6,7]]

Аналізуючи статистичні дані про обсяги імпорту та експорту соусної продукції можна зробити висновки, що експорт та імпорт в Україні мають майже однакову тенденцію: починаючи з 2015 р., показники дещо збільшуються. Можна спостерігати, що у 2020 р. обсяг експорту зріс на 1,02% порівняно з 2019 р., а імпорт – на 0,2%. У 2020 р. з України експортовано соусної продукції вартістю 41,91 млн дол. США [6, 7]. Загалом Україна експортує соусну продукцію переважно в країни ближнього зарубіжжя, а саме до Білорусі – 17,6%, Німеччини – 15,9%, Молдови – 12,3%. Поміж інших експортерів – Грузія, Литва та Іран [8]. Основними підприємствами, які експортують соусну продукцію є ПрАТ «Чумак», ПрАТ «Волиньхолдінг», ТОВ «Техноком» тощо.

Українські споживачі надають перевагу вітчизняній соусній продукції насамперед внаслідок її цінової доступності. Головними зовнішніми постачальниками соусної продукції на український ринок за підсумками 2019 р. є Німеччина, Польща та Австрія, частка експорту від загального обсягу становить 29,2%, 19,4% та 8,63% відповідно [8]. Імпортована продукція представлена в преміум-сегменті ринку, й утримується на ринку внаслідок ексклюзивних рецептів приготування та етнічних смаків. Європейський ринок соусної продукції дуже різноманітний, який поєднує в собі кардинально різні смаки та уподобання споживачів. Проте помітно, що люди обирають нові смакові профілі та слідують здоровому харчуванню. І попит на дану продукцію зростає через екстравагантність міжнародних традиційних кухонь та зумовлений міжнародним туризмом.

На жаль, у період пандемії COVID-19 розпочалась кризова ситуація для підприємств України, особливо зазнали збитків малі підприємства, які опинились на межі закриття чи припинення виробництва. Попри це усе ж ринок соусної продукції має високий потенціал розвитку. Драйверами збільшення обсягів ринку соусів є підвищення загального рівня доходів населення, розвиток туристичної та готельно-ресторанної галузей, а також, розширення ринків збуту.

До основних перспективних шляхів розвитку ринку соусної продукції в Україні можна віднести:

– перехід від виробництва традиційних соусів до розширення асортименту продукції, яка є низькокало-

рійною та до складу якої входять лише натуральні інгредієнти;

– розширення ринків збуту соусної продукції та нарощування експорту продукції з новими смаками з дотриманням міжнародних стандартів якості продукції;

– інтеграція товаровиробників соусної продукції, яка дасть змогу реалізовувати гнучку цінову політику.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз стану ринку соусної продукції в Україні свідчить про жорсткий рівень конкуренції товаровиробників. Вітчизняні підприємства повністю задовольняють потреби споживачів на соусному ринку, що свідчить про насиченість внутрішнього ринку та високий потенціал розвитку в рамках розширення своїх позицій на зовнішніх ринках, у тому числі реалізації стратегій виходу на нові міжнародні ринки. Проте на ринку соусів спостерігається стагнація виробництва майонезів та скорочення попиту на дану продукцію через поширення ідей здорового харчування, і водночас відбувається збільшення попиту на низькокалорійні соуси.

Дослідивши діяльність вітчизняних підприємств на ринку соусної продукції, було визначено, що найпотужнішими гравцями на українському ринку є ПрАТ «Волиньхолдінг», ПрАТ «Чумак» і ТОВ «Щедро». Однак загострення конкуренції вимагає підвищення конкурентоспроможності компаній та розширення ринків збуту продукції. Насиченість вітчизняного ринку соусною продукцією стимулює українських виробників до здійснення експортної діяльності.

Наступні дослідження даної проблематики можуть бути спрямовані на моделювання динаміки обсягів реалізації соусної продукції в Україні та за кордоном.

Список використаних джерел

1. Божко Т., Дончевська Р., Шаповалова Н. Ринок соусної продукції: детермінанти розвитку в Україні. *Товари й ринки*. 2019. № 4. С. 26–39. URL: [http://tr.knute.edu.ua/files/2019/04\(32\)2019/05.pdf](http://tr.knute.edu.ua/files/2019/04(32)2019/05.pdf)
2. Виробництво промислової продукції за видами. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Аналіз харчової галузі. Система YouControl – онлайн-сервіс перевірки компаній. URL: <https://youcontrol.com.ua/>
4. Аналіз ринку майонезів та соусів в Україні 2018 рік. Про консалтинг. URL: <https://pro-consulting.ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-majonezov-i-sousovukrainy-2018-god>

5. Жукевич О., Рудавська Г. Виробництво та споживання соусів в Україні. *Товари й ринки*. 2012. № 1. С. 37–45. URL: <http://tr.knute.edu.ua/files/2012/13/6.pdf>

6. Зовнішня торгівля окремими видами товарів за країнами світу. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

7. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн-контрагентів у 2015–2019 рр. Державна фіскальна служба України. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/f3>

8. Sauces nes, mixed seasoning in Ukraine. The Observatory of Economic Complexity. URL: <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/sauces-nes-mixed-condiments-mixed-seasoning/reporter/ukr>

References:

1. Bozhko T., Donchevska R., Shapovalova N. The market of sauce products: determinants of development in Ukraine. *Goods and markets*. 2019. № 4. pp. 26–39. URL: [http://tr.knute.edu.ua/files/2019/04\(32\)2019/05.pdf](http://tr.knute.edu.ua/files/2019/04(32)2019/05.pdf) (in Ukrainian).

2. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Output of industrial products by types. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian).

3. YouControl system – online company verification service. Analysis of the food industry. URL: <https://youcontrol.com.ua/> (in Ukrainian).

4. Market analysis of mayonnaise and sauces in Ukraine 2018. About consulting. Available at: <https://pro-consulting.ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-majonezov-i-sousov-ukrainy2018-god> (in Ukrainian).

5. Zhukevych O., Rudavska G. (2012). «Production and consumption of sauces in Ukraine». *Goods and markets*. 2012. № 1. pp. 37-45. URL: <http://tr.knute.edu.ua/files/2012/13/6.pdf> (in Ukrainian).

6. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Ukraine's foreign trade in goods with world countries. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian).

7. Ukraine's foreign trade, indicating the main counterparty countries in 2015–2019. State fiscal service of Ukraine. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/f3> (in Ukrainian).

8. Sauces nes, mixed seasoning in Ukraine. The Observatory of Economic Complexity. URL: <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/sauces-nes-mixed-condiments-mixed-seasoning/reporter/ukr>