

## ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ МАЙОНЕЗУ

Анненкова Н.Б. – кандидат техн. наук  
ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”  
Попова Я.А.  
ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”

**Анотація:** Досліджено ринок майонезу та виявлено доцільність розширення асортименту пісних майонезів, за рахунок розробки нових видів збагачених біологічно цінними добавками рослинного походження.

**Ключові слова:** майонез, ринок, соуси, попит, потенційні споживачі, респонденти, маркетингові дослідження.

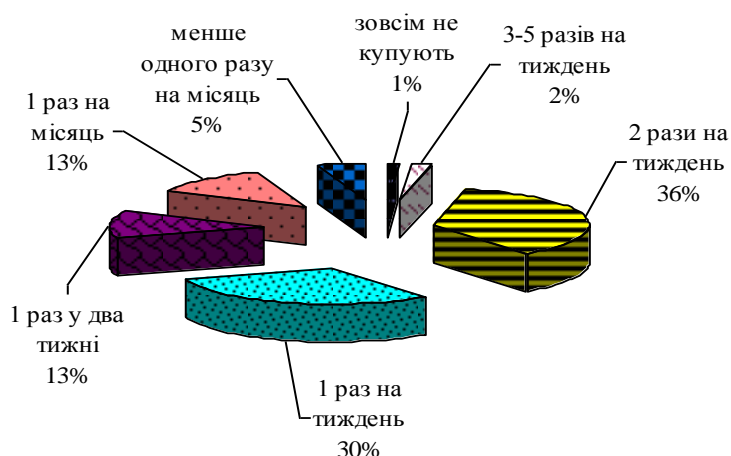
Майонез – найбільш поширений, виготовлений у промислових умовах, соус. Його споживання в нашій країні досягає 3 кг на людину у рік [1]. Багатокомпонентний склад майонезів надає безліч можливостей моделювання широкого асортименту соусів для задоволення смаків різних верств населення. Враховуючи, що майонез відноситься до повсякденних харчових продуктів і міцно зайняв місце в споживчому кошику українців, дослідження ринку та виявлення уподобань, щодо вживання цього продукту має *важливе* значення.

Дослідженнями у сфері виробництва, експорту-імпорту, споживання, динаміки цін майонезу активно займається Агентство Промислових Новин, аналітики „Экономических известий” [1,2]. Вони свідчать про те, що на тлі зниження споживання майонезу в Україні зростає попит на кетчуп та гірчицю. У 2010 році продаж майонезу на ринку України скоротився на 12,8%, а сегмент „кетчуп, гірчиця і томатні соуси” підвищив рівень продаж на 15,5%. Це пов’язують з поширенням думки, що майонез – висококалорійний та шкідливий продукт.

Метою нашої роботи було дослідження ринку майонезу в Україні та виявлення уподобань споживачів.

Дослідження проводились протягом 2010-2011 років. Встановлено, що значну частку ринку майонезу в Україні – 37,2% займає торгова марка (далі ТМ) Торчин (виробник ВАТ „Волиньхолдінг”). Дещо меншу частку ринку займають майонези ТМ Чумак (ЗАТ „Чумак”), Щедро (ТОВ „Агрокосм”), Оліс (ТОВ, ОЛІС ЛТД ТОВ), %: 15,7, 15, 14,2, відповідно. Незначна частка ринку представлена ТМ МакМай (ТОВ „Прайм-Продукт”) – 6,3%, ТМ Верес (ТОВ „Агроекопродукт”) – 5,1%, Calve (ТОВ „Юнілевер СНГ”/ Росія) – 4,9% і найменша частка 1,6% – інші. Серед широкого вибору торгових марок в основному традиційні рецептурні компоненти: яйця, сухе молоко, гірчиця, рослинні олії, оцет, з різним вмістом жиру. Таких майонезів – 78%, без додавання яєць – 21% і майонезів рослинного походження – 1%.

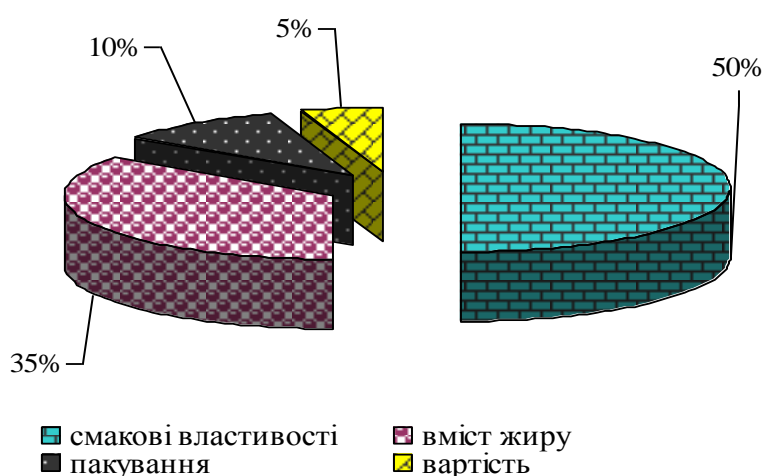
Вивчення попиту потенційних споживачів майонезу та аналіз споживчих переваг проводили на основі опитування, у якому приймали участь близько 500 осіб віком старше 18 років, різної статі, роду занять, матеріального і сімейного стану. Респонденти здебільшого, 73%, мешканці м. Луганська. Отримана інформація розглядалася як у генеральній вибірці, так і у розподілених групах за віком, сімейним станом, освітою, регулярністю споживання майонезу. Перше запитання анкети було спрямоване на визначення інтенсивності купівлі майонезу (рис. 1).



**Рис. 1. Інтенсивність купівлі майонезу, % від числа опитаних**

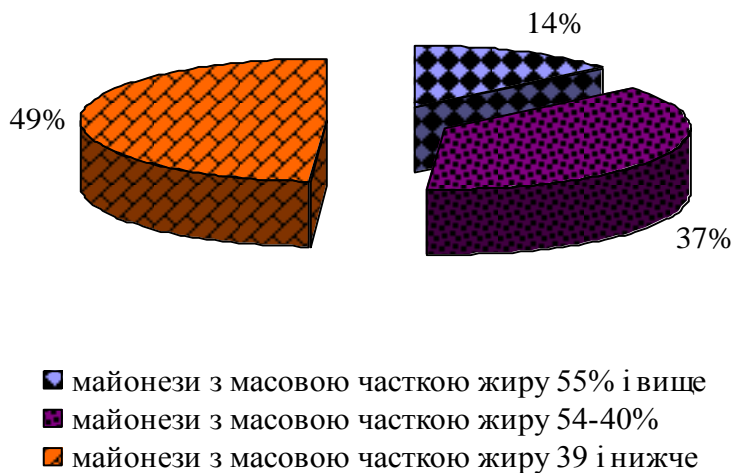
Результати дослідження свідчать про те що не купують майонез взагалі (у %) – 1,0 опитаних, найбільша частка – 36,0 та 30,0 – купують майонез два і один раз на тиждень, відповідно; 13,0 опитаних – один раз у два тижні та один раз на місяць, менше одного разу на місяць – 5,0, три – п’ять разів на тиждень – 2,0.

Основною поведінковою ознакою, яка визначає вибір покупців є смакові властивості і вміст жиру в продукті. Оцінку найбільш важливих критеріїв при купівлі майонезу наведено на рисунку 2.



**Рис. 2. Оцінка критеріїв при купівлі майонезу**

Споживчі уподобання щодо вмісту жиру в майонезах наведені на рис. 3. Лідерство тримають майонези середньої і низької жирності.



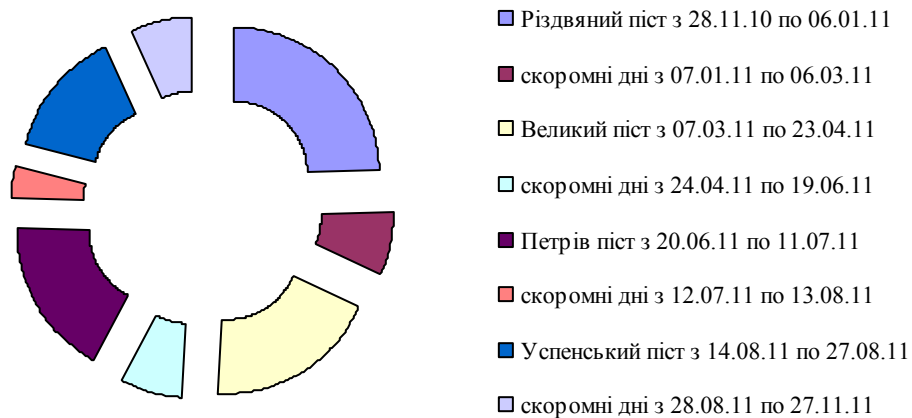
**Рис. 3. Оцінка уподобань споживачів щодо вмісту жиру в майонезі**

Щодо шкідливості, то аналіз літературних джерел свідчить якраз про протилежне – майонез є корисний і біологічно цінний продукт [4,5]. За опитуваннями споживачів було встановлено, що вони вважають майонез шкідливим тільки тоді, якщо у рецептурі забагато індексів „Е”, або ж невідомих компонентів, як то: камеді рожкового дерева, гуару, ксантана та ін.

Таким чином пов'язувати зниження споживання майонезу з такими факторами як висока енергетична цінність та шкідливість продукту не є правильним.

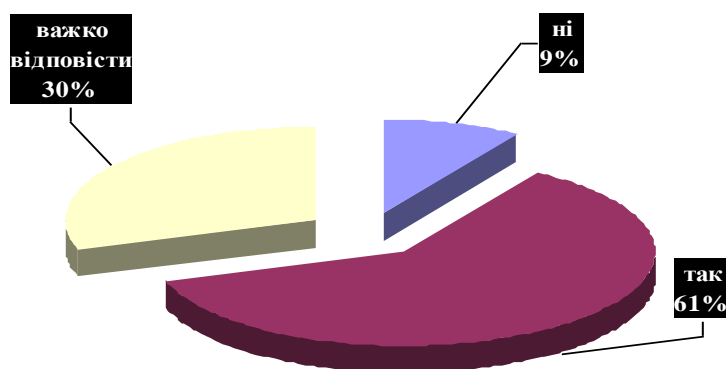
З метою встановлення у яку пору року знижується споживання майонезу, нами проведено дослідження у різних містах України – Києві, Одесі, Донецьку, Харкові, Дніпропетровську, Луганську. Було виявлено, що найчастіше споживання майонезу падає у період православних постів. У цей же період підвищується споживання гірчиці, хрону, томатних соусів, кетчупів. За даними соціологічних досліджень в Україні 68% православних [3], з яких третя частка не вживають продуктів тваринного походження у піст, а то і взагалі. За 2009-11 рр. кількість людей які тримають піст, або ж перестали вживати продукти тваринного походження зросла на 20%. Тобто на сьогоднішній день біля 30% населення України дотримуються посту. Кількість пісних днів може сягати двохсот на рік. Разом з цим, за проведеними нами дослідженнями частка майонезів виготовлених на сировині рослинного походження становить  $\approx 1,0$  %. Такі майонези виявлені в асортименті ТМ „Верес”, „Форес”, „Чумак”. За проведеними дослідженнями попит на ці майонези у період посту підвищується майже у тричі.

Як видно з наведених даних (рис. 4). найвищий попит на пісний майонез відзначався у Різдвяний піст, а найнижчий – в Успенський. Це пов'язано не тільки з порою року, а й з тим, що Успенський піст є більш суворим і у цей час не бажано вживати навіть рослинні олії.



**Рис. 4. Дослідження змін попиту на пісний майонез протягом 2011 року**

Рисунок 5 відображає відповіді респондентів стосовно того чи будуть вони купувати пісні низькокалорійні майонези підвищеної біологічної цінності, виготовлені цілком із натуральної сировини, а саме на основі насіння льону [6]. Відповіді респондентів свідчать про те, що 61% опитаних безумовно будуть купувати новий майонез, 9% респондентів категорично відмовились від купівлі, а 30% опитаних вагались з відповіддю, але відзначали, що остаточне рішення прийматимуть після появи на ринку нового майонезу.



**Рис. 5. Відповіді респондентів щодо купівлі пісних майонезів**

Ми провели опитування серед православних віруючих, які дотримуються посту (опитано біля 300 чоловік старше 18 років) і виявили,

що не всі освідомлені з приводу того, що є майонези, які не містять продуктів тваринного походження, а ті, хто знають і вживають такі майонези висловили побажання щодо підвищення їх смакових властивостей, та біологічної цінності. Стосовно купівлі майонезу виготовленого на основі насіння льону з додаванням хрону та мигдалевих горіхів [6], 98% опитаних православних віруючих висловили позитивні побажання щодо появи такого майонезу та ін. пісних біологічно збагачених продуктів на ринку України.

Таким чином, проведені маркетингові дослідження свідчать про доцільність розширення асортименту пісних майонезів, за рахунок розробки нових видів збагачених біологічно цінними добавками рослинного походження.

#### Література.

1. Аналитический материал [А № 30] Рынок майонеза Украины : анализ тенденций и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrfood.com.ua/commerce/aenvelope.php?loc=3&letter=30>.
2. Анализ: Рынок майонеза в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mayak.zp.ua/news/483-analiz-rinok-maioneza-v-ukraine.html>
3. Мониторинг СМИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pravoslavie.ru/smi/>
4. Богатырёв А. Н. Качество и культура питания / А. Н. Богатырёв // Пищевая промышленность. – 2006. – № 7. – С. 70-71.
5. Скурихин И. М. Все о пище с точки зрения химика: Справ. Издание / И. М. Скурихин, А. П. Нечаев. – М. : Высшая школа, 1991. – 288 с.
6. Рудавська Г.Б. Майонезний соус з використанням насіння льону / Г.Б. Рудавська, Н.Б. Анненкова // Продовольча індустрія. – № 5. – С. 40-43.

**Анотація:** Досліджено ринок майонезу та виявлено доцільність розширення асортименту пісних майонезів, за рахунок розробки нових видів збагачених біологічно цінними добавками рослинного походження.

**Ключові слова:** майонез, ринок, соуси, попит, потенційні споживачі, респонденти, маркетингові дослідження.

**Annotation:** *The market of mayonnaise was investigational and Possibility is educed of expansion of assortment by the production of new vegetable mayonnaises kinds with biologically valuable vegetable additions*

**Keywords:** *mayonnaise, market, sauces, demand, potential consumers, респонденти, marketing researches.*

**Аннотация:** Проведены исследования рынка майонеза и установлена целесообразность расширения ассортимента постных майонезов, за счет раработки новых видов обогащенных биологически ценными растительными добавками.

**Ключевые слова:** майонез, рынок, соусы, спрос, потенциальные потребители, респонденти, маркетинговые исследования.