

УДК 339.13: 636.085/.087(477)
DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.195.55-61>

Сергійчук С.І.
кандидат економічних наук
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Sergiychuk Sergiy
PhD in Econ.Sc.
Admiral Makarov National University of Shipbuilding
<https://orcid.org/0000-0003-4977-9484>

Молочан Г.Г.
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Molochan Hryhorii
Admiral Makarov National University of Shipbuilding

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ КОРМІВ ДЛЯ ДОМАШНІХ ТВАРИН В УКРАЇНІ

Досліджено сучасні виклики і перспективи для розвитку ринку кормів для домашніх тварин в Україні під час війни. Головні проблеми, це порушення логістики, постачання та труднощі із доставкою сировини та готової продукції, обмежена доступність іноземної сировини, зниження купівельної спроможності населення. Проаналізовано загальну динаміку продажів на ринку кормів України для котів та собак, що показало стійке зростання продажів кормів до 2021 року. Однак, далі спостерігається різке уповільнення темпів зростання завдяки повномасштабній війні в Україні. Сформовані основні тренди, які спостерігаються: зростання відповідальності власників домашніх улюбленців і формування культури ставлення до тварин; вітчизняний ринок кормів мало чим відрізняється від ринків країн Східної Європи; люди хочуть купувати продукт у зручній упаковці; продажі перетекли в онлайн через руйнування інфраструктури і мереж магазинів.

***Ключові слова:** ринок кормів для домашніх тварин, динаміка продаж на ринку кормів, тренди ринку кормів, бренд «Кормотех».*

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE PET FOOD MARKET IN UKRAINE

The article examines current challenges and prospects for the development of the pet food market in Ukraine during the war. The main problems of the market include: disruption of logistics, supply and difficulties with the delivery of raw materials and finished products; limited availability of foreign raw materials, on which most feed producers depend; reduced purchasing power of the population, which forces some consumers to switch to more affordable feed or even to alternative types of pet food. Rising prices due to economic instability and declining incomes put additional pressure on the market, limiting growth opportunities.

The general dynamics of sales in the Ukrainian cat and dog food market was analyzed, which showed a steady increase in sales of pet food in Ukraine from 2018 to 2021. However, starting in 2022, there was a sharp slowdown in growth rates, and in 2023, a slight decline was even recorded. This indicates that the full-scale war in Ukraine has had a significant impact on the pet food market.

The reasons for the growth of the feed market in Ukraine in 2024 and the main trends observed are the growing responsibility of pet owners and the formation of a culture of attitude towards animals, which is not only to provide them with quality food; the domestic feed market is not much different from the markets of Eastern Europe and already has about 100 different brands; people want to buy the product in convenient packaging, which makes adjustments to the usual strategies of manufacturers; in Ukraine, sales have somewhat shifted to online shopping. In 2023, we see a positive trend in online sales, which is one third higher than last year. In 2023, online sales reached 4434 tons and UAH 331 million excluding VAT. In general, online channels are growing faster than physical channels year after year, and this trend has continued.

Ukrainian companies should focus on is expanding the range of pet food in the middle price category, as 75% of respondents choose a product based primarily on its price. Given the growing demand for pet food produced by Ukrainian producers globally, and the fact that every tenth ton is exported abroad, we believe that Ukrainian companies should increase the supply of all types of pet food to international markets and consider entering new markets, particularly in Northern Europe.

Keywords: pet food market, sales dynamics in the pet food market, trends in the pet food market, «Kormotech» brand.
JEL Code: L 13, M3

Постановка проблеми. Ринок кормів для домашніх тварин в Україні під час війни стикається з низкою серйозних проблем, які впливають на його розвиток. Одна з головних проблем – порушення логістики та постачання. Бойові дії в різних регіонах призводять до труднощів із доставкою сировини та готової продукції, а також ускладнюють роботу підприємств, які виробляють корми. Через зруйновані транспортні маршрути та інфраструктуру зростають витрати на логістику, що впливає на собівартість і ціну кінцевого продукту для споживачів. Іншою серйозною проблемою є обмежена доступність іноземної сировини, від якої залежить велика частина виробників кормів. Імпорتنі постачання зазнають значних перешкод, що змушує локальних виробників шукати заміщення імпортних компонентів. Це не лише впливає на якість продукції, але й створює додаткові труднощі з оновленням рецептур, адаптацією виробничих процесів і відповідністю продуктів до стандартів. Така ситуація також підвищує залежність виробників від місцевих постачальників, які не завжди здатні забезпечити необхідні обсяги та якість сировини.

Варто зазначити, що підприємства з виробництва і реалізації кормів для домашніх тварин, як і весь український бізнес, відчувають низку безпрецедентних проблем: «руйнування інфраструктури (мостів, доріг, складів, виробничих потужностей та інших об'єктів критичної інфраструктури), що ускладнює логістику бізнесу та розриває ланцюги постачань; мільйони українців були змушені покинути свої домівки та шукати прихистку в більш безпечних регіонах країни або за кордоном, що призвело до дефіциту робочої сили в деяких галузях, а також до зростання соціальних та економічних проблем; значне скорочення споживчого та інвестиційного попиту, що негативно вплинуло на доходи та рентабельність багатьох підприємств; перебої в постачанні, руйнування виробничих потужностей та інфляційний тиск призвели до значного зростання цін на товари та послуги, що негативно впливає на бюджети підприємств та домогосподарств; ускладнення доступу до кредитів та інвестицій для багатьох українських підприємств, що обмежує їхні можливості для відновлення та розвитку; деякі галузі та підприємства втрачають свою актуальність, тоді як інші, навпаки, стають більш затребуваними. Все це потребує від бізнесу швидкої адаптації та переорієнтації» [3].

З перелічених проблем, самою значною є зниження купівельної спроможності населення, що змушує деяких споживачів переходити на більш доступні корми або навіть на альтернативні види харчування для домашніх тварин. Зростання цін через економічну нестабільність і зниження доходів населення ставить додатковий тиск на ринок, обмежуючи можливості зростання. Водночас для багатьох споживачів корми преміум-класу стали менш доступними, що позначається на загальному попиті та обсягах продажів у сегменті. Усі ці фактори створюють складні умови для розвитку ринку,

що вимагає від компаній гнучкості, здатності адаптуватися до нових викликів і зосереджуватися на підтримці якості продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-практичним проблемам і дослідженню перспектив розвитку ринку кормів для домашніх тварин присвячено роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Зокрема, цими питаннями займалися: Боровіков, О. А., Браїлко, А. С., & Мухін, В. А., Кобилух О., Косар Н., & Заяць, П., Кузьо Н.С. & Кузьо О.І., та інші. Так Мамчин М.М. у 2019 році [1, с. 207], вважав, що вітчизняним виробникам є необхідним використання сучасних маркетингових інструментів, які переконують покупців у тому, що українські продукти для тварин є високоякісними та не поступаються відомим іноземним брендам. Сіренко С.О. у 2018 році [2, с. 216] вважав, що ринок кормів для домашніх тварин в Україні існує близько 20 років, тому за обсягами він суттєво відстає від лідируючих світових ринків, проте обсяги реалізації кормів для домашніх тварин в Україні мають тенденцію до зростання. На даному ринку спостерігається жорстка конкуренція, проте вітчизняні виробники знаходять можливості успішного просування кормів для домашніх тварин на українському ринку.

Разом з тим, на сьогоднішній день в умовах 2,5 років повномасштабної війни в Україні дослідження тенденцій на ринку кормів для тварин стають критично важливими для адаптації бізнесу до нових викликів і умов. Війна впливає на купівельну спроможність населення, логістичні ланцюги постачання, а також на пріоритети споживачів щодо вибору продуктів для своїх домашніх улюбленців. Детальне вивчення поточних змін у потребах, поведінці та можливостях споживачів допоможе компаніям приймати обґрунтовані рішення стосовно асортименту, ціноутворення та маркетингових стратегій.

Мета статті; дослідити сучасні виклики і перспективи для розвитку ринку кормів для домашніх тварин в Україні. Для досягнення поставленої мети сформувані та вирішені наступні завдання:

- проаналізовано загальну динаміку продажів на ринку кормів України для котів та собак в натуральних і фінансових одиницях
- визначено причин зростання ринку кормів в Україні у 2024 році та сформувані основні тренди, які спостерігаються;
- узагальнено ключові напрям над якими компаніям варто зосередитися – це розширення асортименту кормів для домашніх тварин середньої цінової категорії.

Виклад основних результатів дослідження. Ринок кормів для домашніх тварин в Україні почав формуватися відносно недавно. І тому, за своєю структурою і обсягами він суттєво відстає від відповідних ринків країн ЄС і США, однак обсяги реалізації кормів для домашніх тварин в Україні мають сталу тенденцію до зростання [1, с. 207].

До ринку сухих кормів для домашніх тварин входять корми для собак, кішок, декоративних птахів, гризунів (щури, хом'яки, шиншили та інші) і акваріумних рибок. Корм для котів і собак поділяється на різні категорії залежно від віку, породи, способу життя та стану здоров'я тварини. На основі проведеного дослідження Сіренко С.О. підкреслимо, що серед українців, на перше запитання «У вас є домашні тварини?» ствердно відповіли лише 60%. Найбільше серед них було власників кішок 45%, вони пояснюють це тим, що за кішками доглядати набагато легше ніж за собаками, власників яких – 35%. 10% респондентів є власниками хом'ячків, ще 7% – папуг. Інші не такі популярні види тримають 3% опитаних [2, с. 215].

Зростання кількості екологічно чистих продуктів на ринку кормів для домашніх тварин відображає зростаючу екологічну свідомість споживачів. Інновації в технологічному розвитку, такі як наука про харчування з використанням штучного інтелекту та автоматизовані

годівниці, покращують догляд за домашніми улюбленицями.

Більшість власників домашніх тварин все частіше обирають спеціалізовані корми замість звичайної їжі. Готовий корм не тільки економить час, але й містить широкий спектр корисних інгредієнтів та вітамінів, що дозволяє забезпечити повноцінний раціон для тварин. Результати дослідження Мамчин М.М. свідчать, що 69% респондентів вважають, що найважливішим фактором для здійснення покупки є склад продукту. Другу за значимістю позицію займає ціна – 13% респондентів, що вказує на те, що ціна вже не є визначальним фактором у виборі корму, який прослідковувався в попередні роки [1, с. 206].

Оцінюючи динаміку ринку можемо зробити висновок про стійке зростання продажів кормів для домашніх тварин в Україні в період з 2018 по 2021 рік (рис. 1).

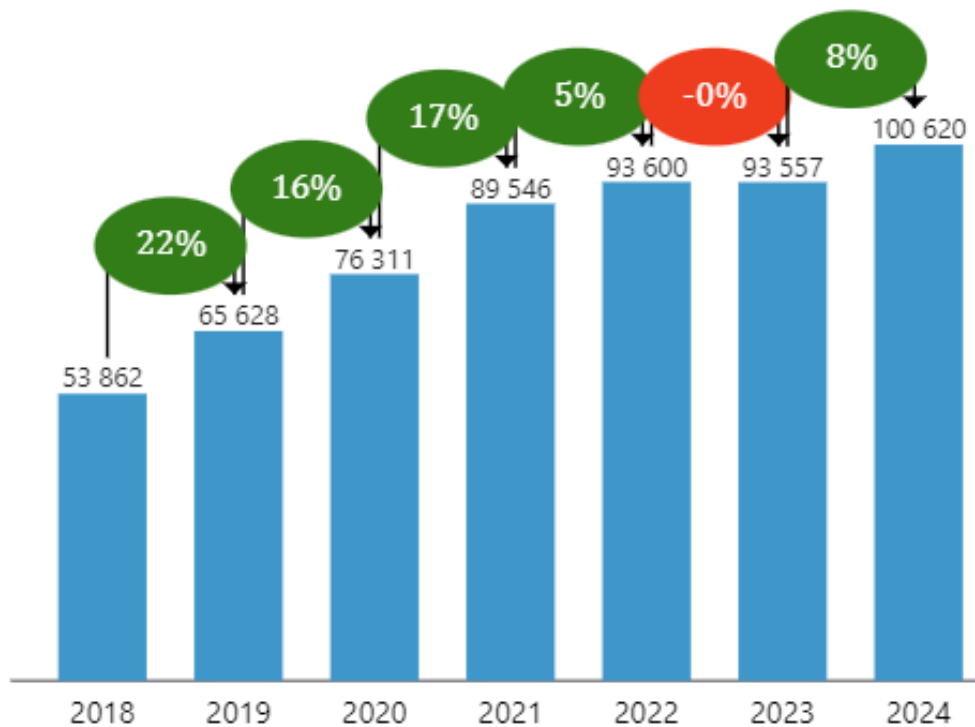


Рис. 1. Загальна динаміка продажів на ринку кормів України для котів та собак (по рокам в тонах)
Джерело: сформовано авторами на основі даних ТОВ «Кормотех» [2]

Починаючи з 2022 року, спостерігається різке уповільнення темпів зростання, а в 2023 році навіть фіксується незначне падіння. Це свідчить про те, що повномасштабна війна в Україні суттєво вплинула на ринок кормів для домашніх тварин. До початку війни ринок демонстрував стійку тенденцію до зростання, що свідчить про підвищення свідомості власників тварин щодо важливості правильного харчування, а також про загальний тренд на гуманізацію ставлення до домашніх тварин.

З початком повномасштабної війни темпи зростання різко сповільнилися. На нашу думку це пов'язано з низкою факторів, таких як:

- зменшення купівельної спроможності

населення, війна призвела до економічної кризи, що змусило багатьох людей скоротити свої витрати, в тому числі на домашніх тварин;

- проблеми з логістикою, ускладнення з доставкою товарів, руйнування інфраструктури та дефіцит деяких товарів також вплинули на доступність кормів для тварин;

- вимушена евакуація, багато українців були змушені залишити свої домівки, що призвело до тимчасової розлуки з домашніми тваринами або навіть відмови від них;

- незначне падіння в 2023 році, незважаючи на деяке відновлення економіки, ринок кормів для домашніх тварин не зміг повністю відновитися до

довоєнних показників. Це може бути пов'язано з тривалими наслідками війни, такими як безробіття, еміграція та зниження рівня життя.

За умови стабілізації ситуації в країні та відновлення економіки можна очікувати поступового відновлення ринку кормів для домашніх тварин. Війна може призвести до зміни споживчих пріоритетів. Можливо, спостерігатиметься зростання попиту на більш бюджетні корми або корми вітчизняного виробництва. Конкуренція на ринку може загостритися, що призведе до зміни розподілу ринкової частки між різними гравцями.

Війна в Україні мала значний негативний вплив на ринок кормів для домашніх тварин. Однак, враховуючи любов українців до своїх вихованців, можна очікувати, що ринок поступово відновиться. Для успішної роботи на цьому ринку виробникам та дистриб'юторам необхідно адаптуватися до нових умов, розробляти гнучкі стратегії та шукати нові можливості.

На рис. 2 можна спостерігати загальну тенденцію зростання продажів кормів для домашніх тварин в Україні протягом аналізованого періоду. Однак, це зростання не є рівномірним і супроводжується значними

коливаннями.

Спостерігаються чіткі сезонні піки продажів, особливо наприкінці року та перед святами. Це свідчить про те, що споживачі часто купують корми для своїх улюбленців як подарунки або готуються до святкових заходів. Між піковими періодами спостерігаються спади продажів, що може бути пов'язано з сезонними факторами, змінами в економічній ситуації або іншими зовнішніми впливами. Незважаючи на коливання, загальна тенденція продажів є позитивною, що свідчить про зростання популярності домашніх тварин та підвищення свідомості власників щодо правильного харчування своїх вихованців. Можливі причини коливань: сезонні фактори, такі як свята, відпустки, зміна погоди, можуть значно впливати на споживчу поведінку; зміни в доходах населення, інфляція, економічні кризи можуть призводити до коливань попиту на корми для домашніх тварин; активні маркетингові кампанії виробників можуть стимулювати попит і призводити до короточасних сплесків продажів; зміни в конкурентному середовищі, поява нових брендів або спеціальних пропозицій можуть впливати на вибір споживачів.

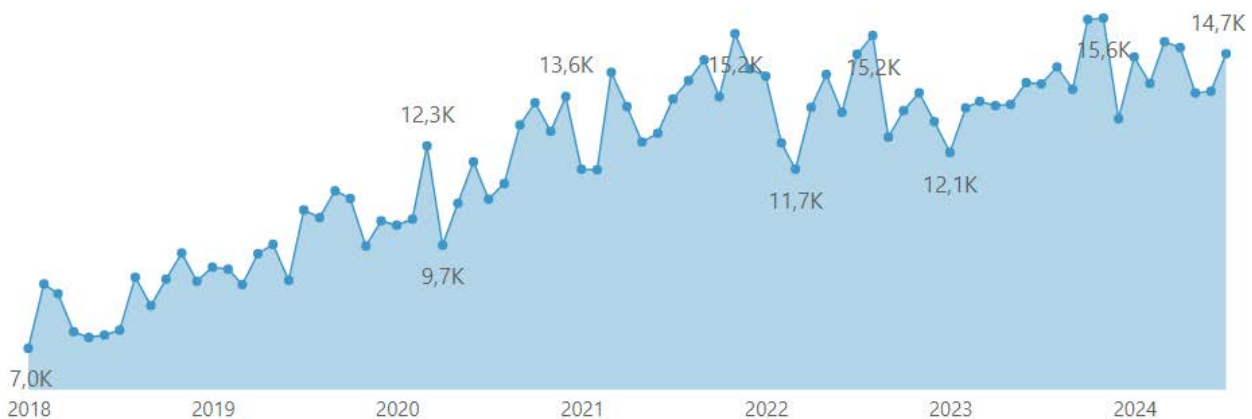


Рис. 2. Загальна динаміка продажів на ринку кормів України для котів та собак (помісячно в тонах)

Джерело: сформовано авторами на основі даних ТОВ «Кормотех» [2]

Ринок кормів для домашніх тварин в Україні у фінансовому вираженні демонструє стійку тенденцію до зростання. На рис. 3 спостерігаємо значно вищий рівень продажів порівняно з попередніми даними. Це свідчить про стрімкий розвиток ринку кормів для домашніх тварин в Україні, а сезонність є одним з ключових факторів, що впливають на динаміку продажів (рис. 4).

На відміну від натуральних обсягів, де спостерігалися значні коливання, новий графік демонструє більш стабільне зростання продажів. Це може свідчити про зрілість ринку та його стійкість до зовнішніх факторів. Швидкість зростання продажів є досить високою, що вказує на значний потенціал ринку. Нові дані не підтверджують наявності яскраво виражених сезонних коливань. Це може бути пов'язано з загальним зростанням попиту на корми для домашніх тварин протягом року.

До можливих причин зростання ринку кормів в Україні можемо віднести:

- збільшення кількості домашніх тварин або вуличних тварин за якими почали доглядати, як за домашніми;
- зростання свідомості власників тварин щодо важливості правильного харчування;
- розвиток ритейлу та онлайн-торгівлі;
- збільшення асортименту кормів та поява нових брендів.
- підвищення купівельної спроможності населення.

Ринок кормів для домашніх тварин в Україні демонструє стійкий і динамічний розвиток. Для більш детального розуміння тенденцій та розробки ефективних маркетингових стратегій необхідно проводити більш глибокий аналіз, враховуючи різноманітні фактори, що впливають на ринок.

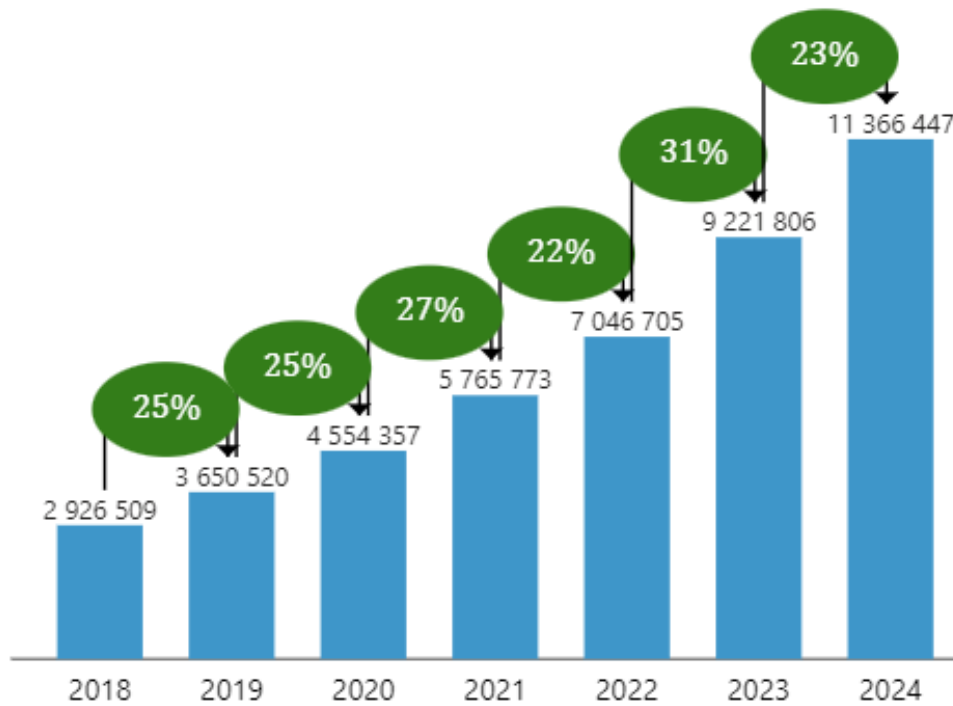


Рис. 3. Загальна динаміка продажів на ринку кормів України для котів та собак (по рокам в тис. грн)
Джерело: сформовано авторами на основі даних ТОВ «Кормотех» [2]

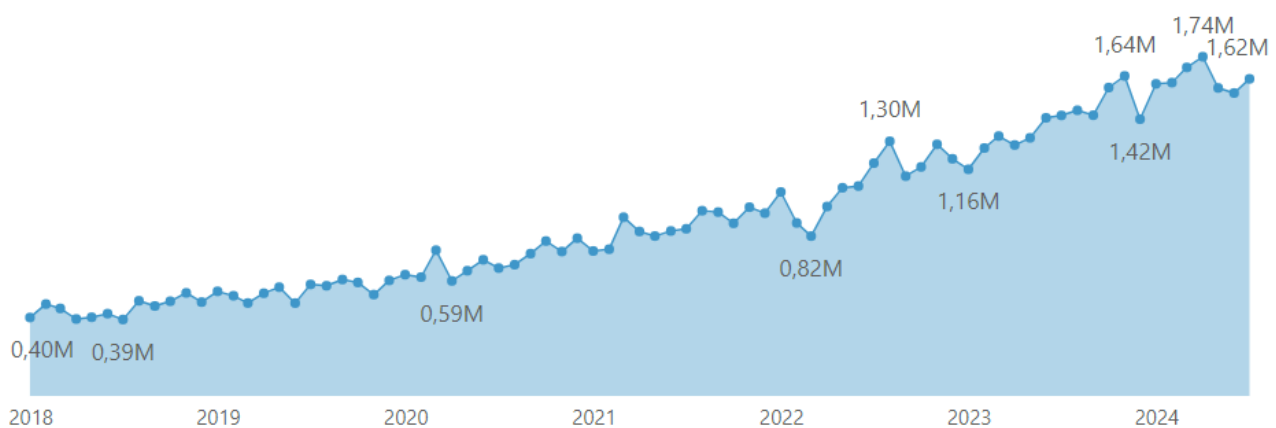


Рис. 4. Загальна динаміка продажів на ринку кормів України для котів та собак (помісячно в тис. грн)
Джерело: сформовано авторами на основі даних ТОВ «Кормотех» [2]

Лідерами у рейтингу зростання продаж сьогодні в Україні є корми «преміум»: власники тварин з кожним роком намагаються давати своїм улюбленцям все кращі продукти харчування. При цьому більшість споживачів надає перевагу сухим кормам. Незважаючи на домінування на українському ринку кормів дешевого цінового діапазону (рис. 5), темпи зростання середніх (рис. 6) і дорогих кормів (рис. 7) є вищими, ніж зростання ринку в цілому.

Основними трендами, які спостерігаються на ринку кормів для тварин, є наступні:

Перший тренд – це зростання відповідальності власників домашніх улюбленців і формування культури ставлення до тварин, яка полягає не тільки у забезпеченні їх якісним харчуванням. Змінюється роль

чотирилапого і його місце в сімейній ієрархії. Тварина стає повноцінним членом сім'ї, а власники з господарів тварини перетворюються на його «батьків».

Другий тренд полягає в тому, що за останні роки в Україну прийшли всі основні світові виробники. Тепер вітчизняний ринок кормів мало чим відрізняється від ринків країн Східної Європи: на ньому вже представлено близько 100 різних брендів.

Третій тренд стосується зручності придбання та пакування кормів. Люди хочуть купувати продукт у зручній упаковці, що вносить корективи у звичні стратегії виробників. Компанія «Кормотех» намагається слідувати вподобанням і потребам покупців, пропонуючи різноманітні види упаковок та використовуючи всі можливі канали для збуту своєї продукції.

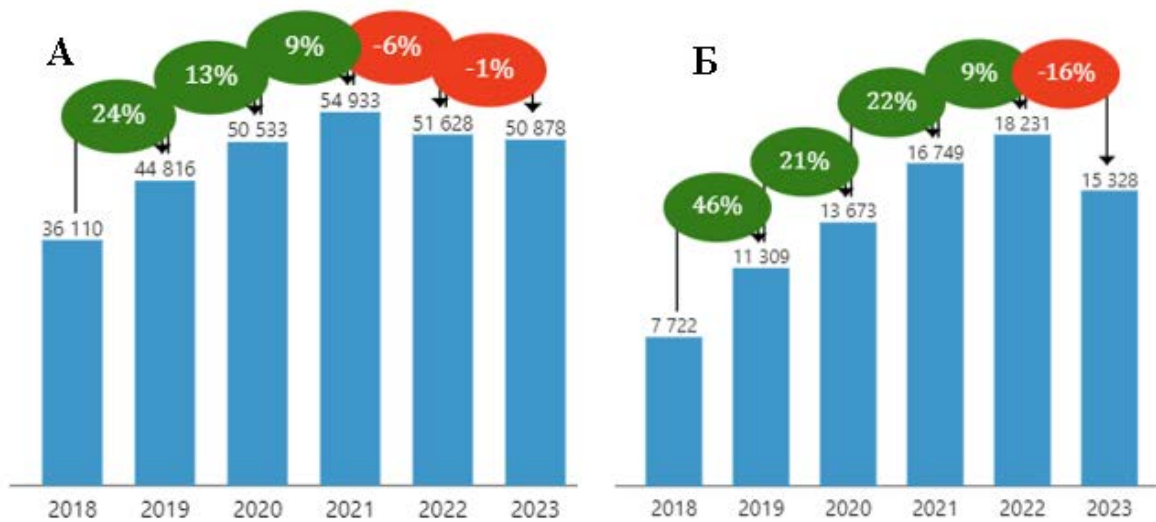


Рис. 5. Динаміку ринку кормів стандарт коти (А) і собаки (Б)
Джерело: сформовано авторами на основі даних ТОВ «Кормотех» [2]

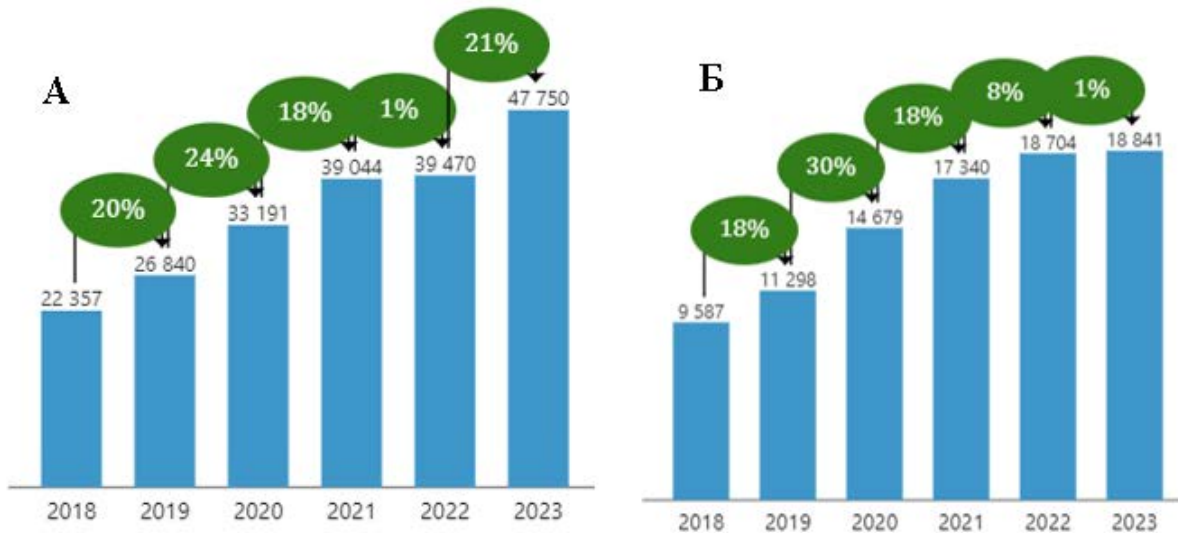


Рис. 6. Динаміку ринку кормів преміум коти (А) і собаки (Б)
Джерело: сформовано авторами на основі даних ТОВ «Кормотех» [2]

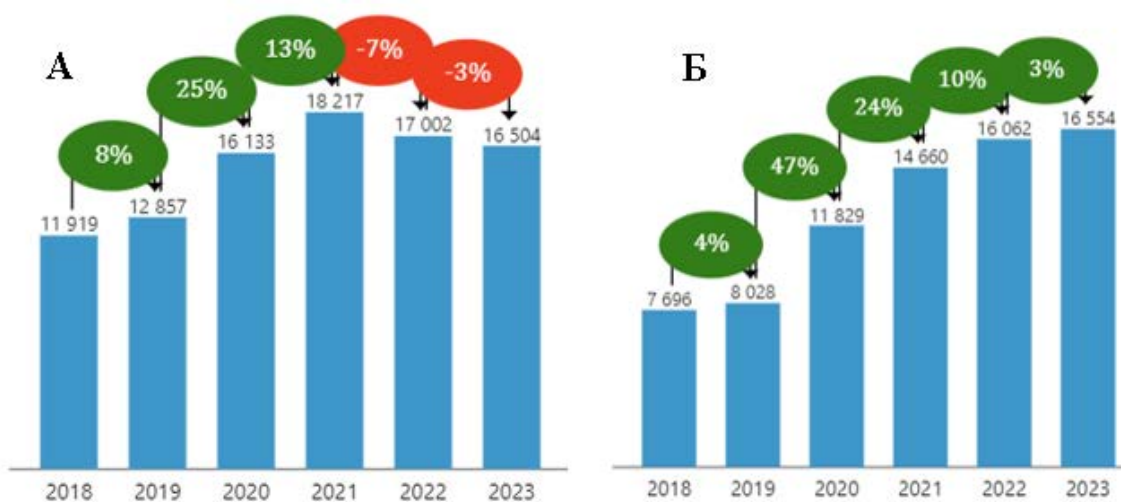


Рис. 7. Динаміку ринку кормів суперпреміум коти (А) і собаки (Б)
Джерело: сформовано авторами на основі даних ТОВ «Кормотех» [2]

В Україні продажі дещо перетекли в онлайн через руйнування інфраструктури і мереж магазинів. У 2023

році бачимо позитивну динаміку Інтернет продажів на третину більше аніж минулого року. У 2023 році

онлайн продажі сягнули 4434 тон та 331 млн грн без ПДВ. Загалом інтернет-канали рік до року ростуть швидше, ніж фізичні, і цей тренд продовжився. Інтернет-магазини, у свою чергу, формують все більше програм лояльності.

Висновки. Ринок кормів для домашніх тварин в Україні існує вже близько 20 років, і хоча він значно відстає від провідних світових ринків за обсягами, все ж демонструє зростаючу тенденцію у реалізації. На цьому ринку спостерігається серйозна конкуренція, але вітчизняні виробники знаходять шляхи для успішного просування своїх кормів для домашніх тварин. ТОВ «Кормотех» ефективно конкурує з відомими

міжнародними брендами. Проте, за результатами проведеного дослідження, одним із ключових напрямів, над яким компанії варто зосередитися, є розширення асортименту кормів для домашніх тварин середньої цінової категорії, адже 75% респондентів вибирають товар, керуючись насамперед його ціною. З огляду на зростаючий попит на корми для домашніх тварин українських виробників у світі, а також те, що кожна десята тонна експортується за кордон, вважаємо, що ТОВ «Кормотех» слід збільшити обсяги постачання всіх видів кормів на міжнародні ринки, а також розглянути можливість виходу на нові ринки, зокрема у країни Північної Європи.

Список використаних джерел:

1. Мамчин М.М. (2018). Ринок кормів для домашніх тварин в Україні: маркетингові аспекти. Економіка і суспільство, № 14. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/27.pdf
2. Офіційний сайт ТОВ «Кормотех». URL: <http://kormotech.com/ru/>
3. Сергійчук С.І., Сергійчук С.Д. (2024). Сучасні виклики і перспективи для розвитку вітчизняного підприємництва в умовах війни і повоєнного відновлення. Економіка та суспільство, № 63. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4110>
4. Сіренко С.О. (2019). Вивчення ринку і формування попиту на ринку кормів для домашніх тварин. Економіка та управління підприємствами, Вип. 32. С. 213-217. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/33.pdf
5. Кобылюх О.Я. (2023). Головні тренди розвитку ринку кормів для домашніх тварин у світі та в Україні. Академічні візії, № 26. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/821>
6. Косар Н.С., Кузьо Н.Є., Кузьо О.І. (2023). Особливості маркетингової комунікаційної політики вітчизняних виробників кормів для домашніх тварин. Via Economica, Вип. 2. С. 46–53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8559/2023-2-7>
7. Ніколаєва О.Г., Свіщова Є.В., Гладка А.С. (2024). Аналіз і прогнозування ринків харчування для домашніх тварин екстраполяційними методами. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, № 106. С. 26-38. URL: <https://periodicals.karazin.ua/economy/article/download/23980/21753/>
8. Grab, O., Iegorov, B., & Makarynska, A. (2024). Overview of the pet food market in Ukraine. Grain Products and Mixed Fodder's, Vol. 23. No. 4. Pp. 35-40. URL: <https://doi.org/10.15673/gpmf.v23i4.2863>

References:

1. Mamchin M.M. (2018). Rynok kormiv dlia domashnikh tvaryn v Ukraini: marketynhovi aspekty [Pet food market in Ukraine: marketing aspects]. Economy and society, Vol. 14. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/27.pdf. [in Ukrainian].
2. Official website of LLC «Kormotech». URL: <http://kormotech.com/ru/>
3. Serhiichuk S., Serhiychuk D. (2024). Suchasni vyklyky i perspektyvy dlia rozvytku vitchyznianoho pidpriemnytstva v umovakh viiny i povoiennoho vidnovlennia [Current Challenges and Prospects for the Development of Domestic Entrepreneurship in the Context of War and Postwar Reconstruction]. Economy and society, Vol. 63. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4110> [in Ukrainian].
4. Sirenko S.O. (2019). Vyvchennia rynku i formuvannia popytu na rynku kormiv dlia domashnikh tvaryn [Market research and demand generation in the pet food market]. Economics and management of enterprises, Vol. 32. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/33.pdf. [in Ukrainian].
5. Kobylukh O.Y. (2023). Holovni trendy rozvytku rynku kormiv dlia domashnikh tvaryn u sviti ta v Ukraini [Key trends in the pet food market globally and in Ukraine]. Academic visions, No. 26. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/821>. [in Ukrainian].
6. Kosar N.S., Kuzo N.Ie., Kuzo O.I. (2023) Osoblyvosti marketynhovoї komunikatsiinoї polityky vitchyznianykh vyrobnykiv kormiv dlia domashnikh tvaryn [Features of marketing communication policy of domestic pet food manufacturers]. Via Economica, Vol. 2. Pp. 46–53. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8559/2023-2-7>. [in Ukrainian].
7. Nikolayeva O.G., Svishchova E.V., Gladka A.S. (2024). Analiz i prohnozuvannia rynkiv kharchuvannia dlia domashnikh tvaryn ekstrapoliatsiinymy metodamy [Analysis and forecasting of pet food markets using extrapolation methods]. V. N. Karazin Kharkiv National University Bulletin, Vol. 102. No. 106. Pp. 26-38. URL: <https://periodicals.karazin.ua/economy/article/download/23980/21753/>. [in Ukrainian].
8. Grab, O., Iegorov, B., & Makarynska, A. (2024). Overview of the pet food market in Ukraine. Grain Products and Mixed Fodder's, Vol. 23. No. 4. Pp. 35-40. URL: <https://doi.org/10.15673/gpmf.v23i4.2863>