

Головні тренди розвитку ринку кормів для домашніх тварин у світі та в Україні

Кобилух Оксана Ярославівна¹

Опубліковано	Секція	УДК
29.12.2023	Економіка	338.45

DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.10441147>

Ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

Анотація. Стаття присвячена дослідженню ринку кормів для домашніх тварин у світі та в Україні та ідентифікації основних аспектів, які чинять вагомий вплив на його стан і динаміку. Проаналізовано ємність та динаміку світового виробництва кормів для домашніх тварин, а також наведено дані, які характеризують українську petfood індустрію. Визначено, що однією з актуальних тенденцій на ринку є зміна споживацьких пріоритетів, конкретно перехід споживачів від покупки кормів преміум-сегменту до медіум-сегменту. Підкреслено, що протягом останніх років відбувалося істотне зростання як у світовій petfood індустрії, так і в Україні. Водночас, за останні два роки спостерігається деякий спад на вітчизняному ринку кормів для домашніх тварин через економічні та політичні фактори. Розглянуто лідерів серед вітчизняних виробників кормів для домашніх тварин, шляхи забезпечення їх конкурентоспроможних позицій на ринку. Представлено основні аспекти діяльності ряду вітчизняних виробників кормів для домашніх тварин у період війни та перспективи розвитку ринку. Наведено окремі аспекти прогнозу розвитку ринку кормів для домашніх тварин.

Ключові слова: корм, домашні тварини, виробництво, прогноз, корм, уподобання споживачів, розвиток.

Main trends in the development of the pet feed market in the world and in Ukraine

Annotation. The article is devoted to researching the pet food market in the world and in Ukraine and identifying the main aspects that have a significant impact on its condition and dynamics. The capacity and dynamics of global pet food production are analysed, and data characterizing the Ukrainian petfood industry are also given. It was determined that one of the current trends in the market is a change in consumer priorities, specifically the transition consumers from buying feed from the premium segment to the medium segment. It is emphasized that in recent years there has been significant growth both in the global petfood industry and in Ukraine. At the same time, there has been some decline in the domestic pet food market over the past two years due to economic and political factors. Leaders among domestic manufacturers of pet food, ways to ensure their competitive positions in the market are considered. The main aspects of the activity of a number of domestic manufacturers of pet food

¹ старший викладач, національний університет «Львівська політехніка», ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1286-1839>

during the war and the prospects for market development are presented. Certain aspects of the pet food market development forecast are given.

Keywords: pet food, pets, production, forecast, feed, consumer preferences, development.

Вступ

Постановка проблеми. Сучасному стану розвитку економіки притаманно посилення конкурентної боротьби, динамічні зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищах підприємств, зміни уподобань та вимог споживачів щодо характеристик продукції та послуг, що вимагає визначення підприємствами власних конкурентних переваг. Визначення власних конкурентних переваг дозволяє забезпечити унікальність та стійкість продукції до викликів зовнішнього середовища і задовольняти специфічні вимоги клієнтів. Виняткової уваги вимагає процес формування конкурентних переваг на основі урахування зміни уподобань споживачів та постійного моніторингу кон'юнктури ринку, визначення позицій конкурентів на ньому.

Розвиток українського ринку кормів для домашніх тварин за останнє десятиліття відображає складну динаміку цієї галузі. Зауважується, що ринок кормів для домашніх тварин виявив, як і певний ріст, обумовлений збільшенням обсягів споживання, так і тенденцію до деякого спаду, яка спровокована економічними і політичними факторами, але насамперед військовим вторгненням РФ.

Важливо відзначити, що зміни у споживчих уподобаннях в українському суспільстві мають великий вплив на цей ринок. Підвищений інтерес до якісних та різноманітних видів кормів для домашніх тварин спричиняє зростання популярності промислового petfood, що відзначається нестандартними смаковими якостями та постійними інноваціями. Незважаючи на всі зміни, які принесли останні кілька років, багато тих самих тенденцій залишаються домінуючими в промисловості кормів для домашніх тварин. Переплетені тенденції преміалізації та гуманізації ще більше посилюються під час тривалої пандемії COVID-19. Прискорився й перехід до електронної комерції. Зріс попит на натуральні інгредієнти з харчовою цінністю та ін.

У той же час, ринок також піддавався впливу економічних змін і нестабільності в країні, що призвело у певній мірі до зниження споживчого попиту. Інфляція, коливання валютних курсів, висока вартість газу, подорожчання електроенергії для підприємств, підвищення тарифів на перевезення, і різкі зміни в економічному середовищі загалом істотно вплинули на витратну складову підприємств petfood індустрії.

Загалом, ринок кормів для домашніх тварин в Україні є складним і динамічним, і для ефективного планування розвитку галузі необхідно уважно аналізувати всі фактори, які б враховували як позитивні, так і негативні тенденції на ринку, що відповідно і обумовлює дану тематику дослідження.

Розвиток світового та українського ринку кормів для домашніх тварин привертає увагу багатьох дослідників та вчених, серед яких можна назвати Браїлко А.С., Боровіков О.А., Мухін В.А., Косар, Н., Кузьо, Н., Косар, О., Сидорук П.В., Дудла І.О., Юхновець М.М., Сумський Н.А., Воронецька І.С., Кравчук П. І., Спринчук Н.А., Корнійчук Г.В. та інших. Ґрунтовні дослідження дають змогу з різних сторін оцінити стан та рівень розвитку ринку кормів для домашніх тварин, а також проаналізували проблеми, що з'являються. Останні публікації по ринку кормів для домашніх тварин в практичному аспекті свідчать про те, що виробники все більше звертають увагу на такі тенденції, як зростання попиту на натуральні складові, зменшення попиту на корми преміум-сегменту та зростання популярності онлайн замовлень [1, 2].

Але, незважаючи на плідний доробок у зазначеному напрямі, перспективи розвитку світового та українського ринку кормів для домашніх тварин з урахуванням

темтів зростання попиту та виникнення нових уподобань споживачів залишається актуальною і зумовлює необхідність проведення поглиблених досліджень.

Метою даної статті є дослідити нові тренди на ринку кормів для домашніх тварин та подальший їх вплив на діяльність виробників petfood індустрії України. Незважаючи на виклики та глобальні події за останні три роки, які вплинули на всі сфери бізнесу, у 2022 році багато компаній продовжували розвиватися. Це підкреслює стійкість кормів для домашніх тварин як споживчого ринку та вимагає дослідження конкурентних переваг операторів ринку.

Результати

Світове виробництво кормів для домашніх тварин зростає. За 2022 р. його обсяг, за даними Pet Food Processing «Прогноз світового ринку кормів для домашніх тварин у 2023 році», збільшився на 7% і сягнув 35,3 млн. тон.

У грошах динаміка ще потужніша - 16%. Міжнародні бренди фіксують двозначне зростання продажів. За оцінкою експертів, обсяг ринку збільшиться з \$366,13 млрд. у 2022 р. до \$398,07 млрд. у 2023 році за сукупного річного темпу зростання (CAGR) у 8,7%. У 2020 р. експерти оцінювали світовий ринок кормів для домашніх тварин на рівні \$ 87,08 млрд. [3].

В Європі й Північній Америці ринки протягом останніх двох років зростають на 4–5%, а в Азії - до 8–10%. Очікується, що в прогнозованому періоді ринки, що розвиваються, продовжать зростати дещо швидше, ніж розвинені.

Експерти вбачають, що збільшенню ринку кормів для домашніх тварин сприяє стабільне економічне зростання, прогнозоване в багатьох розвинених країнах і країнах, що розвиваються.

Експерти прогнозують, що до 2027 р. обсяг ринку кормів для домашніх тварин досягне вже \$534,36 млрд. за середньорічного зростання на 7,6%.

Світовому ринку раціонів для домашніх тварин властиві фрагментарність та велика кількість компаній-виробників. Кількість виробників кормів для домашніх тварин у світі складає до 1500 компаній, переважна більшість яких у США. При цьому відмічається така тенденція - чим більш розвинутий ринок, тим більш потужна конкуренція. Проте лідерство на ринку утримують кілька виробників кормів для домашніх тварин - Mars Petcare Inc., Nestle Purina Petcare, J. M. Smucker, Hill's Pet Nutrition - їх продукція користується попитом в усьому світі [3, 4]. ТОП-10 компаній, які отримали у 2022р. максимальний дохід від продажу кормів для домашніх тварин, за даними PetfoodIndustry.com представлено у табл. 1.

Варто вказати на зміни у ТОП-10, які відбулися у 2022р. Так, із першої десятки лідерів вибули дві компанії - Agrolimen SA (Іспанія), дохід якої зменшився з \$900 млн. у 2021 р. до \$753 млн. у 2022 р. та Unicharm Corp. (Японія), отриманої дохід якої скоротився з \$822 млн. у 2021р. до \$784 млн. у 2022 р. [4].

Найбільші світові ринки кормів для домашніх тварин - це США, Німеччина, Франція та Японія, частка продажу на них становить понад 50% усіх світових продажів. За даними PLOS ONE, у світі майже 70% домогосподарств мають домашню тварину. Так, лише у США в 2021р. нараховувалося до 163 млн. домашніх собак та котів. Зростання популяції домашніх тварин, яке відбулося у 2020р., за даними Euromonitor відбувалося в основному (як і більшість зростання світових продажів) на розвинених ринках.

Світовий ринок кормів для домашніх тварин показує тренд до постійного зростання. Свідченням зростання ринку у 2020-2021 рр. є той факт, що він пережив і глобальну пандемію, і подвійну кризу економічних потрясінь. Проводячи під час ізоляції через пандемію більше часу вдома зі своїми домашніми тваринами власники запасалися

кормами для них, в результаті чого, витрати на утримання домашніх тварин зросли у 2020р. до 69,4% (для порівняння у 2011р. вони становили 41,2%).

У цьому сенсі найбільш очікуваним є те, що власники домашніх тварин віддають перевагу іншим варіантам, ніж ті, які вони вибирали в допандемічному світі.

Такі фактори, як більше перебування вдома, зменшення витрат на відпочинок і розваги, підвищення екологічної обізнаності, загальний тренд «сталого розвитку» і турбота про здоров'я та ін. трансформувалися в нові тенденції. Через пандемію багато хто вирішив обзавестися домашньою твариною, при тому значна частина «нових власників» - це мілленіали. Покоління Z - ще один приклад того, як молоді люди обирають домашніх тварин у дуже ранньому віці.

Таблиця 1

ТОП – 10 виробників кормів для кішок та собак у 2021-2022 рр.

№	Компанія	Регіон	Річний дохід \$ млн.		Головний офіс (країна)
			2021	2022	
1	Mars Petcare Inc.	Африка, Близький Схід, Австралія, Азійсько-Тихоокеанський регіон, Західна Європа, Східна Європа, Латинська Америка, Північна Америка	19 085	19 500	США
2	Nestlé Purina PetCare	Африка, Близький Схід, Австралія, Азійсько-Тихоокеанський регіон, Західна Європа, Східна Європа, Латинська Америка, Північна Америка	15 422	19 385	США
3	Hill's Pet Nutrition	Африка, Близький Схід, Австралія, Азійсько-Тихоокеанський регіон, Західна Європа, Східна Європа, Латинська Америка, Північна Америка	2 525	3 713	США
4	J.M. Smucker	Близький Схід, Північна Америка	2 937	2 764	США
5	General Mills	Азійсько-Тихоокеанський регіон, Північна Америка	1 694	2 300	США
6	Diamond Pet Foods	Близький-Схід, Азійсько-Тихоокеанський регіон, Західна Європа, Східна Європа,	1 500	1 500	США

		Латинська Америка, Північна Америка			
7	Simmons Pet Food	Азійсько-Тихоокеанський регіон, Західна Європа, Латинська Америка, Північна Америка	800	1 100	США
8	Alphia	Австралія, Західна Європа, Східна Європа, Латинська Америка, Північна Америка	875	875	США
9	United Petfood	Близький Схід, Азійсько-Тихоокеанський регіон, Західна Європа, Східна Європа	800	800	Бельгія
10	Spectrum Brands/United Pet Group	Австралія, Азійсько-Тихоокеанський регіон, Західна Європа, Східна Європа, Латинська Америка, Північна Америка	951	790	США

Джерело: [3, 4]

Домашні тварини більше не сприймаються як «розвага» і швидко стають членами сім'ї. І подібно до того, як покупка органічних продуктів харчування для дітей не відноситься до категорії «витрат», а радше є інвестицією в їхнє здоров'я, почало сприйматися харчування для домашніх тварин.

За даними аналітиків, у 2022р. 35% власників домашніх тварин витратили більше грошей на їжу, відвідування ветеринара, аксесуари, іграшки та різноманітні товари для догляду, гігієни та благополуччя.

Фінансова компанія Morgan Stanley прогнозує збільшення витрат у галузі кормів для домашніх тварин до трьох разів, досягнувши \$275 млрд. у 2030р. Крім того, нещодавнє опитування Alpha Wise показало, що майже 2/3 молодих людей віком 18-34 років планують завести домашнього улюбленця протягом наступних 5 років, що призведе до збільшення кількості домашніх тварин на 14%.

Відповідно, у 2022р. багато виробників кормів для домашніх тварин, зокрема й провідні компанії, виграли від збільшення витрат власників домашніх тварин. Відповідно відбулося й зростання доходу виробників кормів для домашніх тварин.

Згідно з даними TopFood Industry за 2022 рік, 11 із 20 найбільших компаній із виробництва кормів для домашніх тварин, які продемонстрували найбільший приріст у 2022 рік, знаходяться за межами Північної Америки (найрозвиненіший ринок галузі). Трійку лідерів за зростанням доходів у 2022 році складають: німецька Bewital Petfood GmbH & Co. KG. Датська Aller Petfood Group AIS і тайландська Perfect Companion Group Co.

Дохід Bewital Petfood GmbH & Co у 2022 році склав \$149,80 млн. (зростання на 99,7% у порівнянні з 2021р.). Німецька компанія Bewital Petfood виробляє корми преміум-класу для собак і котів, має потужності для сухих і вологих кормів, а також продає корми для собак основних брендів Belcando та Leonardo у 50 країнах світу. Це доволі значне охоплення, але компанія бачить можливості зростання насамперед на внутрішньому ринку, тобто в Німеччині. У 2021р. продажі готових кормів для домашніх тварин у

Німеччині сягнули в офлайн-сегменті €4,035 млрд. (\$4,44 млрд.), а онлайн-продажі досягли €1,203 млрд. (\$1,234 млрд.). Загальний оборот німецької індустрії домашніх тварин у 2022р. склав майже €6,5 млрд. (\$7,15 млрд.) [4].

Стійке зростання, продемонстроване окремими провідними гравцями на ринку кормів для домашніх тварин, пояснюється не лише збільшенням цін.

Незважаючи на пандемію, багато виробників кормів продовжували розширення своїх підприємств та інвестувати в нові, що також сприяло їх зростанню. Так, зростання компанії Simmons, дохід якої зріс на 14%, відбулося в результаті збільшення обсягів виробництва та відкриття нового заводу.

Протягом останніх років значну роль у зростанні найбільших компаній із виробництва кормів для домашніх тварин відіграли злиття та поглинання. Цей тренд, всупереч кризі був і у 2020 р. Напр., стрімке зростання Petline на 119% в період 2019-2020 рр., було пов'язане з придбанням на початку 2020 р. ще одного японського виробника кормів для домашніх тварин компанії Nisshin. Аналогічно, й зростання на 30% групи United Pet Food відбулося за рахунок придбання трьох компаній. У 2020р. Nestlé Purina PetCare на додачу до органічного зростання придбало компанію з виробництва кормів для домашніх тварин Lily's Kitchen. Також, зростання виручки Vafco Group (на 27%), Spectrum Brands (на 9%), Partner in Pet Food (на 7%) частково обґрунтовано придбаннями інших компаній [4].

Окремо слід вказати, на єдину компанію із пострадянського простору, що є в ТОП Euromonitor International – це ТОВ «Кормотех» (Kormotech). Дохід Kormotech за 2022р. зріс на 11,3%, що є свідченням високого потенціалу і конкурентоспроможності ТОВ «Кормотех».

Поруч із загальним зростанням ринку кормів для домашніх тварин окремі компанії показали зростання продажів за рахунок органічного зростання, коли власники домашніх тварин на зрілих ринках витрачають більше. Напр., дохід Freshpet зріс майже на 30% завдяки зростанню домогосподарств та збільшенню кількості їх покупок. Зростання у річному обчисленні на 10% та більше здебільшого в результаті органічного зростання показали: Kormotech, Laroy Group, Perfect Companion Group, General Mills, MPM Products, Sopral Group, Aller Petfood Group, Doggy AB та ін.

За даними Euromonitor International, зростання ринку кормів для домашніх тварин у світовому масштабі склало понад 5% за обсягом та більше 3% за доходом. Також дані Euromonitor свідчать, що у всьому світі Premium-сегмент кормів для домашніх тварин виріс орієнтовно на 9%, а економічний та середньо-ціновий сегменти на 7-8%.

Ринок кормів для домашніх тварин США (найбільший у світі, згідно даних Американської асоціації товарів для домашніх тварин) показав зростання продажу на 10%. Переважна більшість американців (понад 80%) практикують використання готових раціонів для домашніх тварин. Найбільшим географічним сегментом ринку кормів для домашніх тварин - частка якого склала у 2021р. близько 39,2% всього ринку кормів - була Північна Америка.

Згідно короткого аналізу проведеного вище, можна зробити висновок, що виробництво кормів для домашніх тварин відноситься до тих галузей, які ефективно працюють за будь-яких умов і за умови спаду в економіці також.

Змінилися в останні роки й основні тренди на світовому ринку кормів для домашніх тварин. Наведемо декілька з них:

- відбулося зростання попиту на натуральні органічні раціони, які домашніми тваринами добре засвоюються та перетравлюються;
- зріс попит і на продукцію місцевого виробництва;

- обсяги продажу спеціалізованих кормів для домашніх тварин і кормів Premium-сегменту вищі у порівнянні із кормами середньої цінової категорії;
- внаслідок існуючої в останні роки загальносвітової тенденції до гуманізації відношення до домашніх тварин, результатом якої стало зростання свідомості власників домашніх тварин щодо здоров'я своїх улюбленців, що в свою чергу призвело до формування попиту на раціони без барвників, цукрів, зерен, інших хімічних добавок [5, 6].
- Також у світі збільшується попит корми для домашніх тварин українського виробництва. В останні роки обсяги експорту українських кормів для домашніх тварин зросли більш ніж утричі і надалі ця тенденція щорічного зростання зберігається. У 2021р. вже кожна десята тонна кормів для домашніх тварин, вироблених в Україні, відправлялася на експорт.

В Україні виробництво кормів для домашніх тварин розпочалося лише 28 років тому, при тому як у США та європейських країнах ця індустрія існує вже понад 160 років. Відповідно український ринок кормів для домашніх тварин доволі відстає від лідируючих світових ринків, але в останні роки в Україні обсяги реалізації раціонів для тварин стабільно демонструють тренд до зростання. Український ринок кормів для домашніх тварин, згідно думки експертів галузі, знаходиться в ТОП-10 швидкозростаючих ринків кормів на восьмій позиції.

Підтвердженням швидких темпів зростання українського ринку кормів для домашніх тварин є наведені нижче цифри:

- на кінець 2015 р. обсяги ринку становили 59 тис. тон, а в абсолютних величинах \$179 млн.;
- на кінець 2016 р. обсяги ринку склали 64 тис. тон, що еквівалентно \$ 223 млн.;
- починаючи з 2015 р. ринок щорічно показує приріст у 15%;
- станом на кінець 2018р. та 2019р. обсяг ринку склав 100,6 тис. т та 164,0 тис. т відповідно;
- ємність вітчизняного ринку за підсумками 2020р. досягла 263,9 тис. т із в середньому щорічним загальним приростом 60 тис. т.;
- на кінець 2021р. обсяг ринку становив понад 300 тис. т., а у грошовому вираженні ринок за 2021р. виріс на 28%;
- на початок 2023 р. за різними оцінками, обсяг ринку склав до \$650 млн. [7, 8].

Отже, можна прийняти за базову цифру ємність ринку кормів для домашніх тварин в Україні на рівні 2022 р. - близько \$650 млн. на рік. Дану величину варто розглядати у порівнянні, так, ринок кормів для домашніх тварин США складає більше \$11 млрд., Польщі - \$1 млрд., а європейський ринок – понад \$22 млрд. на рік. Відповідно, на український ринок приходить менше 1% всього європейського ринку кормів.

Особливістю вітчизняного ринку кормів для домашніх тварин є домінування продукції іноземних транснаціональних виробників з США, Угорщини, Франції і до останнього часу РФ. Значною часткою на ринку кормів представлені і бренди Kormotech (ТОВ «Кормотех») та незначною часткою декілька інших вітчизняних виробників.

В період 2018-2021 рр. продовжувалося активне освоєння українського ринку кормів для домашніх тварин світовими гравцями індустрії petfood. Перша трійка світового рейтингу із загальним оборотом понад \$38 млрд. - Mars Petcare, Nestlé Purina та Hill's Pet Nutrition - працюють в Україні [9]. Представлені у країні й чимало інших світових трендсетерів, проте працюють вони тут здебільшого опосередковано. Зокрема, такі компанії зі світового топ-30, як Diamond Pet Foods, United Petfood, Monge, Vafo Group та інші. І майже всі вони сподіваються на подальший розвиток свого бізнесу в Україні.

У 2021 р. розподіл вітчизняного ринку кормів для домашніх тварин в натуральних величинах мав наступний вигляд – найбільша частка, близько третини ринку, зайнята брендами Kormotech, другу позицію з часткою близько 20% займає Nestle, Mars і Royal Canin займають 13 та 10% відповідно, на інших виробників приходить 15%.

Дещо інший розподіл ринку в грошовому вираженні - найбільшу частку займають ТМ Kormotech з часткою 32%, другу позицію (20%) займає компанія Nestle, Mars та Royal Canin утримують 13% та 10% ринку, а інші виробники - 25%, з яких 2% припадають на Private Label Kormotech.

Наведені цифри свідчать, що вітчизняний ринок корму для домашніх тварин наповнюється більш ніж наполовину (62%) за рахунок імпорту, тому на нього значний вплив на ньому чинить зміна курсу валют та законодавче регулювання.

Однак упевнений рух українського ринку petfood, на противагу світовому, віднедавна аномально сповільнився. Споживання промислових кормів домашніми тваринами в Україні з початком війни скорочується. Після стабільного зростання протягом декількох попередніх років у 2022-му тренд змінився на протилежний. Обсяг сукупних продажів у натуральному обчисленні, за однотайними оцінками провідних учасників ринку, скоротився. Хоча глибину освоєння вітчизняного ринку вони оцінюють по-різному - від 1% до 40% у тонах щодо рівня 2021р. І лише через високий рівень інфляції в Україні відбулося зростання petfood-ринку на 1020%, приблизно до позначки \$650 млн.

Скорочення починаючи з 2022р., споживання кормів для домашніх тварин, на думку аналітиків, відбулося внаслідок того, що частина споживачів залишалася на окупованих територіях, а значна кількість виїхала за кордон.

Про сповільнення розвитку petfood-ринку в Україні свідчать також два тренди, які зафіксували протягом 2022 р. у компанії Kormotech. У першому півріччі 2022р. різко зменшилася кількість розплідників для собак і впала кількість в'язок тварин. Скоротилася також кількість відвідувачів ветеринарних клінік. У компанії це пов'язують з війною, а саме з падінням попиту, відсутністю професійних виставок, зменшенням доходу населення та вимушеною масовою міграцією.

За підсумками 2023р. можна вже стверджувати про приріст динаміки продажів на 3,1% в тонах по відношенню до 2022р. [9]. Ця динаміка не враховує некомерційні постачання для гуманітарної допомоги, яка активно надходила в Україну протягом першої половини 2022р. Позитивне зростання експерти пояснюють активним усиновленням тварин українцями, які надають перевагу готовим кормам для своїх улюбленців.

А головними чинниками збільшення у 2023р. обсягів продажу кормів для домашніх тварин у грошовому еквіваленті на 39% стали збільшення собівартості продукції внаслідок подорожчання енергоносіїв, зростання логістичних витрат та девальвація гривні відносно долара та євро.

Враховуючи те, що у 2022р. фіксувалось зростання в кількісному і грошовому еквіваленті на 0,2% та 25% відповідно, можна стверджувати, що ринок не впав, а втримав обсяги продажів.

Імпортний потік pet-кормів в Україну, починаючи з 2020р., зменшується, хоча імпортери й досі залишаються головними постачальниками промислових харчів для домашніх тварин.

За консенсус-оцінками експертів, обсяг імпорту у 2022р. зменшився у тонах на 3%. Для головних споживачів - собак та котів - завезли 117 млн. т. іноземних кормів проти 121 млн. т. у 2021-му. Однак збільшити доходи імпортерам все-таки вдалося - загальна митна вартість завезених кормів для домашніх тварин за 2022 рік збільшилася приблизно на 9% - з \$184,1 млн. до \$200 млн. [9].

Ситуацією скористалися українські виробники і частка кормів для домашніх тварин вітчизняного виробництва за підсумками 2022р. дещо зросла. На думку засновника недавно створеної виробничої компанії Prastik Івана Зубарева, численні місцеві виробники вже формують майже половину українського ринку харчування для домашніх тварин.

Про загально ринковий тренд щодо зростання вітчизняного сегменту свідчать також показники найбільшого українського виробника pet-кормів — Kormotech. У натуральних показниках ТОВ «Кормотех» протягом 2021р. реалізувало понад 62 тис. т кормів для домашніх тварин, що на 17% більше ніж у 2020р. – 53 тис. т.

Дохід компанії Kormotech за 2022р. зріс на 30%, продажі на вітчизняному ринку сягнули 3,14 млрд. грн. Загалом бізнес Kormotech з урахуванням зовнішньо-економічної діяльності компанії зріс на 12%, оборот перетнув позначку \$124 млн. [10].

Це дозволило компанії утримати позицію абсолютного лідерства в Україні з продаж у натуральних показниках. Сьогодні потужність трьох виробничих підрозділів Kormotech, що виробляють сухі корми і паучі, дорівнює 90 тис. тон на рік і постійно розширюється, адже ринок росте.

Метою стратегії Kormotech на 2018–2023 рр. було увійти в ТОП-50 світових виробників petfood індустрії. За результатами 2021 р. компанія опинилась на 51-му місці, за результатами 2022 – на 55-му. [10].

Амбітна мета стратегії Kormotech на 2024–2028 рр. – увійти в ТОП-30 із понад 3000 виробників у світі. Сьогодні Kormotech – у 20-ці компаній, що найшвидше розвиваються. Щоб досягнути своєї амбітної мети, за найближчі 5 років Kormotech має прирости, як мінімум, втричі.

Незважаючи на те, що український ринок кормів для домашніх тварин намагається існувати в умовах війни, світові споживацькі тренди присутні, хоча й незначною мірою, і на ньому. Серед головних світових споживацьких трендів, які стали рушійною силою зростання світового ринку варто вказати такі:

- піклування про стан екології - перевага надається екологічно чистим продуктам, пакування здійснюється з перероблених матеріалів вторинної сировини;
- покупка кормів з протеїном на основі комах - частка продажів у світі становить вже 4,6% і вона буде тільки зростати в наступні декілька років;
- зростання попиту на веганські корми, а також корми з додаванням CBD.

У стані війни та рецесії економіки ринок України все-таки залишається більш «класичним», але такі тренди як адопція, гуманізація відношення до тварин, активний перехід покупців в e-commerce, є спільними трендами як для України, так і для всього світу.

Окремо представимо тренди українського ринку кормів для домашніх тварин, які мають місце останнім часом:

1. Консолідація бізнесу, яка є стійким і довготривалим трендом. Адже при тому, що на ринку продаються корми більше, ніж 300 брендів, на десять провідних брендів припадає практично дві третіх ринку - 62%, що власне і вказує на достатньо серйозну консолідацію ринку. Чотири виробники, які відіграють основну роль і склали у 2022р. 67% на ринку, а у 2023р. - 70%, це Purina, Kormotech, Royal Canin, Mars.
2. Зростання медіум сегмента коштом преміальних кормів. Починаючи із 2022р. відмічається зниження продажів преміум кормів на користь кормів з медіум-сегменту, а медіум своєю чергою - на економ сегмент. У 2023р. медіум сегмент кормів продовжує рости, при тому не відбувається збільшення частки кормів в сегменті економ. Поточна статистика продажів товарів у грошовому еквіваленті вказує, що 39% охоплює преміум сегмент, 27% - медіум, 34% - економ.

3. Зміна продажів ключових категорій кормів. На ринку України у 2023р. переважає попит саме на корм для котів, продажі якого в кількісному еквіваленті досягають близько 70%, хоча у 2022р. вони впали на 3%. Ключове падіння - на 6,6% за рік - збуту кормів для котів у 2022р. відбулося у категорії «вологі корми», в той час, як сухі корми залишились на рівні 2021р. При цьому, у 2022р. відбувалося зростання продажів кормів для собак на 17%, за рахунок як сухих, так і вологих кормів.
4. Зоороздрібна торгівля, в якій спостерігається одночасно два тренди: вже наявні зоомаркети працюють без позитивних змін у показниках доходу, в той час, як число самих магазинів збільшується, за підрахунками аналітиків, на 150 одиниць щоквартально. Відкривають магазини товарів для домашніх улюбленців як великі мережі зоомаркетів, так і малий та середній бізнес, що вказує на привабливість зооритейлу навіть в такий складний час. В каналі Modern Trade, який передбачає самообслуговування в магазинах, спостерігається стійка зацікавленість до розвитку категорії «зоотовари»: відбувається відкриття власних зоомагазинів такими великими мережами-ритейлерами як Епіцентр (Лапки), Fozzy Group (E-ZOO), Фудком, Таврія. Також відстежуємо потужний розвиток e-commerce напрямку, адже більшість ключових гравців, як національних, так і регіональних, вже відкрили або запланували відкриття власних онлайн-магазинів для продажу продукції для тварин [11].

Безперечно, війна в країні може вносити корективи в прогнози. Проте, виходячи із світових тенденцій та кон'юнктури українського ринку у 2022р. можна навести прогноз на короткотривалу перспективу. Падіння ринку найближчим часом не відбудеться, а навпаки буде незначне, на рівні 1-2% в натуральних одиницях, та не менше, ніж на 20% в грошовому еквіваленті, зростання обсягів продажу. Й надалі буде зменшення частки преміум-кормів на користь медіуму, а якщо економічний стан погіршиться - то і на користь економ-сегменту.

Висновки

Світовий ринок кормів для домашніх тварин показує тренд до постійного зростання, свідченням чого є той факт, що він пережив і глобальну пандемію, і подвійну кризу економічних потрясінь. Збільшенню ринку кормів для домашніх тварин сприяє стабільне економічне зростання, прогнозоване в багатьох розвинених країнах і країнах, що розвиваються. Ринки, що розвиваються, продовжать зростати дещо швидше, ніж розвинені.

Збережуться і буде дедалі більше впливати на petfood індустрію такі тренди: попит на натуральні органічні раціони, які добре засвоюються і перетравлюються домашніми тваринами; формування попиту на раціони без барвників, цукрів, зерен, інших хімічних добавок; обсяги продажу спеціалізованих кормів та кормів преміум-сегменту будуть вищі ніж у медіум-сегменті; зростання попиту на корми місцевого виробника.

На вітчизняному ринку petfood станом на 2023р. представлені корми для домашніх тварин декількох сотень брендів, більша половина яких представлені торговими марками чотирьох провідних гравців - Kormotech, Mars Україна, Royal Canin та Purina.

Групу найпопулярніших брендів кормів сформували Club4Paws, Friskies та Royal Canin, до яких наближаються за обсягами продажу бренди кормів Brit, Josera, ProPlan, Savory, Carpathian Pet Food та ін. Й надалі буде зменшення частки преміум-кормів на користь медіуму, а якщо економічний стан погіршиться - то і на користь економ-сегменту. Перевагу у придбанні кормів для котів українські споживачі почали надавати сухим кормам. Подальший розвиток e-commerce напрямку та відкриття власних зоомагазинів такими великими мережами-ритейлерами. Більш довгострокові прогнози

складно робити, враховуючи потужний вплив військових дій на економіку країни та конкретно на зооринок.

Список використаних джерел

1. Косар, Н., Кузьо, Н., Косар, О. Особливості маркетингової комунікаційної політики вітчизняних виробників кормів для домашніх тварин. *Via Economica*, 2023. (2), 46-53.
2. Дудла, І. О., & Юхновець, М. М. Дослідження та оцінка українського ринку зоотоварів. Програми комітет, 367.
3. PETFOODindustry. Top 101 pet food companies in 2021/ https://www.petfoodindustry-digital.com/petfoodindustry/library/page/june_2022/12/
4. PETFOODindustry. Top 106 pet food companies in 2022/ https://www.petfoodindustry-digital.com/petfoodindustry/june_2023/MobilePagedReplica.action?oly_enc_id=1450E0979723B2F&pm=2&folio=12#pg16
5. Tim Wall. 5 trends shape the global pet food industry in 2022. <https://www.petfoodindustry.com/news-newsletters/pet-food-news/article/15468927/5-trends-shape-the-global-pet-food-industry-in-2022>
6. Pet Food Industry Trends in 2022. <https://en.allpetfood.net/entrada/pet-food-industry-trends-in-2022--53692>
7. Кормова база: ринок кормів для хатніх тварин відновлюється і має потенціал росту вже у цьому році. <https://delo.ua/business/kormova-baza-rinok-kormiv-dlya-xatnix-tvarin-vidnovlyujetsya-i-maje-potencial-rostu-vze-u-cyomu-roci-413138/>
8. За підсумками 2022 року в Україні зріс попит на корми для домашніх тварин. У кількісному вираженні – на 0,2%, у грошовому — на 25%. <https://biz.nv.ua/ukr/markets/korm-dlya-kotiv-i-sobak-yakim-brendam-naybilshe-doviryayut-ukrajinci-50337495.html>
9. Стан зооринку в Україні: Що змінила війна? <https://biz.nv.ua/ukr/experts/rinok-zootovariv-zminivsia-v-ukrajini-chi-vitrimayut-virobniki-tisk-viyni-ostanni-novini-50337052.html>
10. 20 фактів про Кормотех: як український виробник їжі для котів і собак змінив ринок®. <https://life.pravda.com.ua/society/2023/10/12/257009/>
11. Новини ринку кормів для домашніх тварин. <https://zoobonus.ua/news/novini-rinku-kormiv-dlya-domashnih-tvarin>