

УДК 636.04..636.085.3

JEL M31, L81, L66, O33

DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-8273/2026-14-3>

Бербер А.І.

аспірантка,

Одеський національний економічний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8805-2304>

Anastasiya Berber

Odesa National Economic University

## РОЗВИТОК РИНКУ ЗООТОВАРІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙ 2019–2026 РОКІВ

### DEVELOPMENT OF THE PET CARE MARKET IN UKRAINE UNDER THE CONDITIONS OF TRANSFORMATION IN 2019–2026

**Анотація.** У статті досліджено особливості розвитку ринку зоотоварів України у 2019–2026 рр. та визначено ключові структурні трансформації, що відбулися під впливом соціально-економічних, технологічних, пандемічних і безпекових чинників. Обґрунтовано сутність ринку зоотоварів як системи економічних відносин між виробниками, імпортерами, дистриб'юторами, торговельними підприємствами та власниками непродуктивних тварин. Систематизовано основні сегменти ринку, серед яких корми, ветеринарні товари, засоби догляду, аксесуари, наповнювачі та товари для дозвілля. Проаналізовано особливості розвитку ринку у допандемічний період, під час пандемії COVID-19 та після початку повномасштабної війни. Встановлено посилення ролі українських виробників, цифрових каналів збуту, омніканальної торгівлі, преміалізації та спеціалізованого харчування. Визначено перспективні напрями розвитку галузі до 2030 року.

**Ключові слова:** ринок зоотоварів, непродуктивних тварин, корми для тварин, цифровізація, гуманізація непродуктивних тварин, електронна комерція, Україна.

**Abstract.** Between 2019 and 2026, the Ukrainian pet product market underwent significant structural transformation under the influence of pet humanization, changing consumer behavior, digitalization, the COVID-19 pandemic, economic instability, and the full-scale war. The study aims to identify the main structural and dynamic changes in the market, determine the factors influencing its development, assess changes in market segments and distribution channels, and outline development prospects through 2030. **Methods.** The research is based on the analysis and synthesis of secondary statistical, analytical, and corporate data. Structural, comparative, dynamic, and trend analysis were used to examine market segments, development stages, distribution channels, competitive changes, digitalization, and European integration. **Results.** The Ukrainian pet product market is a diversified system comprising pet food, veterinary medicines, hygiene and grooming products, accessories, litter, toys, and other specialized goods. Pet food remains the dominant segment, while demand for treats, specialized nutrition, functional products, and animal healthcare is increasing. The market demonstrated considerable resilience to external shocks. During the COVID-19 pandemic, stockpiling and changing purchasing behavior supported demand, while restrictions accelerated e-commerce development. The full-scale war disrupted logistics, production, and retail infrastructure and reduced purchasing power; nevertheless, demand for essential food and healthcare products remained stable. Domestic producers strengthened their market position, while exports became increasingly important. Kormotech illustrates the internationalization of Ukrainian pet food production. Current trends include premiumization alongside demand for affordable products, growing interest in pet health and functional nutrition, omnichannel retail development, e-commerce expansion, and stronger local brands. **Conclusion.** By 2026, the Ukrainian pet product market had become more diversified, professional, and digitally integrated. Its development through 2030 will depend on product innovation, affordable quality, specialized nutrition, omnichannel sales, supply-chain resilience, stronger domestic production, export expansion, and alignment with European standards.

**Keywords:** pet care market, Ukraine, pet food, domestic animals, digitalisation, pet humanisation, e-commerce, market transformation.

**Постановка проблеми.** Світова індустрія товарів для непродуктивних тварин протягом останніх десятиліть демонструє стійку тенденцію до розширення та структурної трансформації, що супроводжується зростанням асортименту, професіоналізацією догляду, зміною споживчої поведінки та розвитком спеціалізованої торговельної інфраструктури. В Україні ці процеси відбуваються під впливом як глобальних тенденцій, так і специфічних соціально-економічних та інституційних умов. Дослідження українського ринку кормів для непродуктивних тварин свідчать про поступове зростання його місткості, розвиток виробництва, імпорту,

експорту та каналів збуту, а також підвищення ролі спеціалізованого харчування [3, с. 55–61; 14].

Актуальність дослідження зумовлена тим, що період 2019–2026 рр. охоплює кілька принципово різних етапів функціонування українського ринку. У 2019–2020 рр. спостерігалися розширення спеціалізованої торгівлі та активізація електронної комерції. Пандемія COVID-19 у 2020–2021 рр. стала каталізатором цифровізації торгівлі, поширення онлайн-каналів продажу та зміни моделей споживчої поведінки [1, с. 40–48; 15]. З 2022 р. визначальним фактором розвитку стала повномасштабна війна, яка

спричинила порушення логістичних ланцюгів, труднощі з постачанням, міграцію населення, зниження купівельної спроможності та необхідність адаптації виробничих і торговельних підприємств. Унаслідок цього темпи розвитку ринку сповільнилися, водночас зросла роль онлайн-продажів як адаптаційного каналу збуту [3, с. 55–61].

Попри значні зовнішні виклики, український ринок товарів для непродуктивних тварин продемонстрував значну стійкість. За оцінками Euromonitor, у 2026 р. його характерними рисами є поєднання попиту на преміальні та доступні товари, преміалізація харчування, ласощів і wellness-продуктів, посилення уваги до здоров'я тварин, розвиток омніканальної торгівлі та зростання ролі електронної комерції [8]. Конкурентне середовище також трансформується: вітчизняні виробники, зокрема Kormotech, посилюють позиції завдяки розширенню асортименту, продуктивним інноваціям та розвитку експорту. Дослідження структурних і динамічних трансформацій українського ринку зоотоварів у 2019–2026 рр. має теоретичне та практичне значення. Його результати дають змогу визначити перспективні напрями розвитку підприємств, удосконалення асортиментної політики, каналів збуту та підвищення конкурентоспроможності української продукції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням аналізу ринку товарів для непродуктивних тварин присвячено низку праць вітчизняних науковців. У своїх дослідженнях С. О. Сіренко та М. М. Мамчин аналізують стан українського ринку кормів для домашніх тварин, характеризують основних його учасників, а також наводять результати досліджень споживчих переваг і потреб покупців кормів для собак і котів [5, с. 213–217; 2, с. 202–207]. Зокрема, М. М. Мамчин розглядає основних учасників ринку та результати опитування споживачів щодо способів придбання кормів і популярності торгових марок [2, с. 202–207]. Праця М. С. Хіміч та І. І. Білошицької присвячена аналізу вітчизняного ринку кормів для непродуктивних тварин, зокрема його структури та особливостей розвитку [7, с. 302–307, 8]. Окремий напрям дослідження становлять публікації в мережі Інтернет, присвячені українським виробникам товарів для тварин, виробництву одягу для тварин та асортименту іграшок для них [4]. Саме такі інтернет-джерела наведені у статті О. Сім'ячко як джерела інформації про відповідні сегменти ринку товарів для домашніх тварин.

Проблематика розвитку ринку зоотоварів досліджується міжнародними аналітичними компаніями, галузевими організаціями та виробниками. Значний масив інформації щодо структури, динаміки, каналів збуту та споживчої поведінки містять дослідження Euromonitor International. Актуальний звіт «Pet Care in Ukraine» охоплює категорії кормів для собак і котів, інших кормів та товарів для домашніх тварин, а також містить історичні та прогнозні показники ринку [11]. Зокрема, дослідження охоплює аналіз попиту та пропозиції, ринкових часток компаній і брендів, каналів розподілу, розвитку електронної комерції, а також прогнозування основних тенденцій на п'ятирічну перспективу [11].

Важливим джерелом міжнародного порівняння є FEDIAF, яка систематизує дані щодо кількості непродуктивних тварин, обсягів продажу кормів та осно-

вних тенденцій європейської індустрії. За актуальними галузевими показниками FEDIAF, у Європі близько 140 млн домогосподарств утримують домашніх тварин, а річний обсяг продажів кормів становить близько 29,4 млрд євро [9].

Окремий напрям досліджень стосується діяльності українських виробників. Показовим є розвиток Kormotech, який у 2024 р. увійшов до ТОП-50 світових виробників кормів для домашніх тварин за версією Petfood Industry та розширив присутність до 44 країн світу [11]. Фінансова звітність компанії також демонструє позитивну динаміку доходів. За даними фінансової звітності ТОВ «Кормотех», у 2023 р. дохід підприємства становив 4,4786 млрд грн [12, 13]. Офіційні матеріали компанії додатково свідчать, що у 2023 р. оборот Kormotech становив 152 млн дол. США, обсяг продажів досяг 77,4 тис. тонн, а частка продажів за межами України зросла до 31% [10].

Більшість доступних досліджень концентрується або на окремих товарних категоріях, або на діяльності конкретних підприємств. Недостатньо систематизованими залишаються комплексні оцінки структурної трансформації українського ринку в умовах послідовної дії пандемії, війни, цифровізації, зміни споживчих моделей та європейської інтеграції. Невирішеною залишається проблема комплексної оцінки трансформацій українського ринку зоотоварів у довгостроковій перспективі. Зокрема, потребують систематизації зміни структури попиту, роль професійних кормів, розвиток преміального та економічного сегментів, зміна каналів реалізації, посилення позицій українських виробників і вплив нормативної гармонізації з Європейським Союзом. Особливої уваги потребує розмежування номінального зростання вартості ринку та реального зростання споживання. В умовах високої інфляції збільшення продажів у грошовому вимірі не завжди означає аналогічне збільшення фізичних обсягів реалізації. Тому оцінювання динаміки повинно враховувати як вартісні, так і натуральні показники.

**Мета статті.** Метою статті є визначення основних структурних і динамічних трансформацій ринку зоотоварів України у 2019–2026 рр., систематизація факторів його розвитку, оцінювання змін основних товарних сегментів і каналів реалізації, а також визначення перспективних напрямів розвитку ринку до 2030 року.

**Методи дослідження.** Методологічну основу дослідження становлять системний, структурний, порівняльний та динамічний підходи. Системний підхід використано для визначення ринку зоотоварів як сукупності взаємопов'язаних суб'єктів, товарних сегментів та каналів реалізації. Структурний аналіз застосовано для дослідження складу ринку та ролі окремих категорій продукції, зокрема кормів для собак і котів, з урахуванням особливостей товарної та конкурентної структури ринку [3]. Порівняльний метод використано для зіставлення різних етапів розвитку ринку та виявлення змін у його функціонуванні. Динамічний аналіз дозволив визначити основні трансформації ринку у 2019–2026 рр. з урахуванням довоєнних тенденцій, наслідків повномасштабної війни та сучасних змін у споживчій поведінці [3, с. 55–61]. Методи узагальнення та синтезу застосовано для формування висновків і визначення перспективних напрямів розвитку ринку.

Інформаційну базу дослідження становлять аналітичні матеріали Euromonitor International, зокрема дослідження Pet Care in Ukraine, що містить інформацію про обсяги ринку, його структуру, провідні компанії, бренди та канали реалізації [8]. Важливим джерелом статистичної інформації є матеріали FEDIAF, які містять дані про чисельність непродуктивних тварин та основні показники європейського ринку кормів, зокрема щодо України [9]. Для характеристики позицій вітчизняних виробників використано корпоративні звіти та аналітичні матеріали Kormotech, що містять інформацію про обсяги виробництва і реалізації, частку компанії на українському ринку, асортимент та експортну діяльність. Також використано нормативно-правові акти України, статистичні матеріали, наукові публікації та інші галузеві джерела [12, 13].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Формування структури ринку зоотоварів відбувається під впливом комплексу економічних, соціально-демографічних і технологічних чинників, серед яких визначальними є видовий склад непродуктивних тварин, рівень доходів населення, особливості споживчої поведінки власників тварин, рівень розвитку торговельної інфраструктури та конкурентне середовище, сформоване діяльністю вітчизняних і міжнародних виробників [3].

Функціонування ринку забезпечується взаємодією кількох основних груп суб'єктів господарювання. До них належать виробники зоотоварів, які здійснюють розроблення та виробництво кормів, ветеринарно-гігієнічної продукції, засобів догляду, аксесуарів та інших товарів для декоративних тварин. Імпортери, що забезпечують постачання продукції міжнародних брендів на внутрішній ринок, дистриб'ютори й торговельні мережі, які виконують функції логістичного забезпечення та організації каналів збуту, спеціалізовані зоомагазини, ветеринарні аптеки, мережеві роздрібні оператори, маркетплейси та інтернет-магазини, через які здійснюється реалізація продукції кінцевим споживачам [22; 6]. Завершальною ланкою ринкової системи є власники непродуктивних тварин, які формують споживчий попит та визначають напрями розвитку окремих сегментів ринку [21, с. 57–58].

Однією з характерних тенденцій розвитку українського ринку зоотоварів є його поступова професіоналізація, що проявляється у зміні критеріїв вибору продукції споживачами. Зростає відповідальність власників непродуктивних тварин та увага до їхнього харчування і добробуту [21, с. 55–58]. Якщо на початкових етапах розвитку ринку домінуючим фактором купівельної поведінки була ціна, то на сучасному етапі дедалі більшого значення набувають якість продукції, її безпечність, збалансований склад, функціональні властивості, відповідність фізіологічним потребам тварин, а також рекомендації ветеринарних лікарів і фахівців із харчування тварин [21, с. 57–58; 4]. Зазначені тенденції сприяють зростанню попиту на продукцію преміального та суперпреміального сегментів, лікувальній й функціональній корми, а також спеціалізовані засоби догляду [24].

Важливою особливістю функціонування українського ринку зоотоварів є його інтегрованість у світову індустрію товарів для непродуктивних тварин. Розвиток внутрішнього ринку значною мірою відбувається

під впливом глобальних тенденцій, пов'язаних із гуманізацією ставлення до тварин, підвищенням вимог до якості продукції, поширенням принципів відповідального утримання тварин та розвитком цифрових каналів торгівлі. Українські споживачі поступово переймають моделі споживчої поведінки, характерні для економічно розвинених країн Європи та Північної Америки, де непродуктивні тварини розглядаються як повноправні члени сім'ї [8]. Наслідком цього є збільшення уваги домогосподарств до якісного харчування, ветеринарного обслуговування, профілактики захворювань, засобів догляду та інших товарів, спрямованих на забезпечення здоров'я і добробуту непродуктивних тварин. Сучасний ринок зоотоварів України характеризується поступовим переходом від моделі цінової конкуренції до моделі конкуренції, заснованої на якості продукції, інноваційності, сервісному супроводі та задоволенні спеціалізованих потреб споживачів. Зазначені тенденції створюють передумови для подальшого розвитку галузі, розширення асортименту продукції, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників та інтеграції українського ринку до європейського й світового економічного простору [3].

Аналіз основних сегментів ринку зоотоварів України свідчить, що його структура є диверсифікованою та охоплює широкий спектр товарних категорій, які задовольняють потреби непродуктивних тварин на різних етапах їхнього утримання. Провідне місце займає сегмент кормів для домашніх тварин, який є найбільш містким, динамічним та конкурентним завдяки присутності як міжнародних корпорацій, так і вітчизняних виробників. Водночас зростає значення сегментів ветеринарних препаратів, засобів догляду, аксесуарів, наповнювачів для туалетів та товарів для дозвілля, що пов'язано зі зміною споживчих уподобань і поширенням концепції гуманізації домашніх тварин. Загалом розвиток усіх сегментів свідчить про поступове наближення українського ринку зоотоварів до світових тенденцій, розширення асортименту продукції, підвищення вимог до її якості та значний потенціал подальшого зростання.

У 2019–2021 рр. український ринок перебував у фазі структурного зростання. Основними чинниками були збільшення попиту на промислові корми, розширення спеціалізованої торгівлі, розвиток міжнародних і локальних брендів та поступова професіоналізація утримання домашніх тварин [3, с. 55–58]. У цей період посилювалася конкуренція між міжнародними виробниками та українськими компаніями. Одним із ключових локальних виробників став Kormotech, який одночасно розширював внутрішню присутність та експорт. Компанія відкрила власне виробництво в Литві у 2020 р., що стало важливим етапом її міжнародної експансії. За даними Kormotech, у 2020 р. український ринок кормів для котів і собак зріс на 18,2% у грошовому вираженні та на 28,2% у натуральному вираженні, а експортна географія компанії розширилася до 37 країн. Поступово змінювалися критерії вибору кормів поряд із ціною дедалі важливішими ставали склад, харчова цінність, функціональні характеристики та відповідність потребам конкретної тварини [12; 13].

Пандемія COVID-19 стала першим масштабним кризовим фактором досліджуваного періоду. Каран-

Таблиця 1

## Основні сегменти ринку зоотоварів України

| Сегмент ринку                                | Основні категорії продукції                                                                                                         | Особливості та тенденції розвитку                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Корми для непродуктивних тварин              | Сухі корми, вологі корми, лікувально-профілактичні раціони, корми преміум- і суперпреміумкласу, ласощі, функціональні добавки       | Український ринок кормів для непродуктивних тварин характеризується тенденцією до розвитку, однак його функціонування зазнає впливу воєнних дій, логістичних труднощів, обмеження доступності імпортової сировини та зниження купівельної спроможності населення. Дослідники відзначають зростання відповідальності власників непродуктивних тварин та формування культури ставлення до них. Важливою характеристикою сегмента є висока конкуренція між міжнародними та українськими виробниками, зокрема Kormotech. |
| Ветеринарні препарати та засоби для здоров'я | Лікарські засоби, вітамінно-мінеральні комплекси, протипаразитарні препарати, засоби для підтримки імунітету, стоматологічні засоби | Розвиток цього сегмента пов'язаний із формуванням відповідального ставлення власників до здоров'я непродуктивних тварин та поширенням культури догляду. Загальна тенденція до гуманізації ставлення до тварин сприяє розширенню попиту не лише на базові товари, а й на продукцію, спрямовану на підтримання здоров'я та благополуччя тварин.                                                                                                                                                                        |
| Аксесуари для непродуктивних тварин          | Нашийники, повідці, переноски, лежанки, клітки, миски, кігтеточки, засоби безпеки та транспортування                                | Попит на аксесуари формується під впливом гуманізації непродуктивних тварин та прагнення власників забезпечувати їм комфортні умови утримання. Сучасний асортимент зоотоварів включає переноски, лежанки, дряпки, клітки, аксесуари для прогулянок і транспортування та інші товари для повсякденного догляду. Розширення асортименту та поява функціональних товарів є одним із напрямів розвитку сучасного ринку зоотоварів.                                                                                       |
| Засоби догляду та гігієни                    | Шампуні, кондиціонери, засоби для догляду за шерстю, гігієнічні серветки, зубні засоби, косметика для тварин                        | Розвиток сегмента пов'язаний із поширенням комплексного підходу до утримання непродуктивних тварин. До цієї групи належать засоби для догляду за шерстю, шампуні, щітки, гребінці, спреї та інші гігієнічні товари. Підвищення уваги власників до здоров'я та благополуччя тварин сприяє розширенню асортименту спеціалізованих засобів догляду.                                                                                                                                                                     |
| Наповнювачі для туалетів                     | Бентонітові, силікагелеві, деревні, рослинні та біорозкладні наповнювачі                                                            | Найбільш поширеним напрямом є наповнювачі для котятих туалетів. На українському ринку представлені бентонітові, силікагелеві, деревні, мінеральні, кукурудзяні та соєві (тофу) види наповнювачів. Розширення асортименту за рахунок рослинних і біорозкладних матеріалів відповідає загальній тенденції до розвитку екологічних товарів для непродуктивних тварин.                                                                                                                                                   |
| Іграшки, одяг та товари для розваг           | Інтерактивні іграшки, одяг для тварин, аксесуари для прогулянок, товари для тренування та розвитку                                  | Сегмент розвивається під впливом гуманізації домашніх тварин і сприйняття їх як повноцінних членів сім'ї. Асортимент охоплює іграшки, товари для активності, тренування, прогулянок та інші засоби забезпечення дозвілля тварин. Зростання уваги до благополуччя домашніх улюбленців стимулює розвиток товарів, орієнтованих не лише на задоволення базових потреб, а й на комфорт, активність та поведінковий розвиток.                                                                                             |

Джерело: сформовано автором на основі [3, с. 55–61; 2, с. 202–207; 16]

тинні обмеження спричинили зміни у каналах реалізації та споживчій поведінці. На початковому етапі пандемії частина споживачів формувала запаси кормів та інших товарів першої необхідності для непродуктивних тварин. Водночас обмеження роботи офлайн-магазинів стимулювали розвиток електронної комерції. Пандемія також прискорила цифровізацію маркетингу та взаємодії зі споживачами. Виробники й продавці активніше використовували цифрові канали комунікації та дистанційні способи продажу. У результаті COVID-19 не спричинив довгострокової втрати попиту на базові зоотовари, але прискорив структурну перебудову ринку, передусім у частині каналів збуту.

Повномасштабне вторгнення Росії у 2022 р. стало найбільш масштабним фактором трансформації українського ринку зоотоварів. Перший етап характеризувався порушенням логістики, скороченням доходів населення, міграцією домогосподарств, руйнуванням частини торговельної інфраструктури та зростанням собівартості виробництва [3, с. 58–60; 4]. Одночасно

виник додатковий соціальний попит на товари для тварин через збільшення кількості евакуйованих домашніх тварин, діяльність притулків та волонтерських організацій. Важливою тенденцією стало посилення ролі українського виробництва. Зміна логістичних маршрутів і необхідність забезпечення стабільних поставок стимулювали підприємства розвивати альтернативні канали постачання та виробничі потужності. Діяльність Kormotech демонструє здатність українського виробничого сектору адаптуватися до воєнних умов. У 2023 р. компанія завершила рік з оборотом 152 млн дол. США, збільшила частку продажів за межами України до 31% та розширила присутність до 42 країн. У 2024 р. Kormotech продовжив міжнародну експансію та розширив географію присутності до 44 країн [13]. Війна не лише сформувала ризики, а й прискорила переорієнтацію українського ринку зоотоварів на локальне виробництво, експорт та підвищення стійкості ланцюгів постачання. Після найбільш гострої фази адаптації ринок почав демонструвати ознаки ста-

білізації. За даними Kormotech, у 2024 р. український ринок кормів для котів і собак зріс приблизно на 8%, що свідчить про поступове відновлення споживчої активності та адаптацію учасників ринку до нових економічних умов.

Актуальна оцінка Euromonitor за 2026 р. дозволяє виділити кілька ключових тенденцій. Продовжується преміалізація, однак вона відбувається одночасно зі збереженням значного попиту на доступні продукти. Таким чином, споживання стає більш сегментованим. Особливої ваги набувають товари для здоров'я та функціональне харчування. Зростає значення функціональних і натуральних формулювань, спеціалізованих раціонів та продуктів, орієнтованих на здоров'я і добробут тварин. Значну роль відіграє котячий сегмент. Euromonitor характеризує котяче харчування як один із ключових драйверів розвитку українського Pet Care у 2026 р. Посилюється омніканальність, роздрібні оператори поєднують фізичні магазини з електронною комерцією, а онлайн-гравці розширюють фізичну присутність. Зростає конкурентоспроможність локальних виробників. Euromonitor зазначає, що вітчизняні гравці, зокрема Kormotech, посилюють свої позиції завдяки широкому портфелю продукції та продуктовим інноваціям [8].

Перспективи українського ринку до 2030 р. доцільно пов'язувати не лише з кількісним збільшенням продажів, а передусім зі структурною модернізацією. Перспективним напрямом є подальше збільшення ролі професійних кормів та спеціалізованого харчування. Розвиток функціональних продуктів, лікувальних і профілактичних раціонів, ласощів та продуктів із натуральними інгредієнтами. Цифровізація та омніканальна торгівля, продавці поєднуюватимуть фізичні магазини, інтернет-магазини, маркетплейси, цифрові сервіси та програми лояльності. Розвиток українського виробництва та експорту. Приклад Kormotech демонструє, що український виробник може переходити від ролі локального постачальника до міжнародного гравця: у 2024 р. компанія була присутня у 44 країнах світу. П'ятим напрямом є європейська інтеграція. Подальше наближення українського законодавства у сфері безпечності та гігієни кормів до законодавства ЄС створює для виробників додаткові вимоги щодо відповідності продукції, водночас відкриваючи можливість для розширення експорту. Таким чином, до 2030 р. конкурентоспроможність підприємств ринку

визначатиметься здатністю поєднати якість, безпечність, доступність, інноваційність та ефективну цифрову взаємодію зі споживачами.

**Висновки.** У 2019–2026 рр. український ринок зоотоварів пройшов складний етап структурної трансформації. Його розвиток відбувався під впливом глобальної гуманізації ставлення до непродуктивних тварин, зміни споживчих моделей, цифровізації, пандемії COVID-19, повномасштабної війни та євроінтеграційних процесів. Дослідження показало, що ринок є диверсифікованим і включає корми, ветеринарні товари, засоби догляду, аксесуари, наповнювачі та товари для дозвілля. Центральним сегментом залишається індустріальні корми, водночас посилюється роль товарів для здоров'я, функціонального харчування та спеціалізованих продуктів. Пандемія COVID-19 прискорила розвиток електронної комерції та цифрових каналів комунікації. Повномасштабна війна спричинила значні логістичні та економічні ризики, але водночас стимулювала розвиток локального виробництва, альтернативних каналів постачання та експортної орієнтації. Одним із найбільш суттєвих результатів трансформації є посилення позицій українських виробників. Динаміка Kormotech демонструє можливість міжнародної експансії українського pet food-виробництва та формування конкурентоспроможних локальних брендів.

У 2026 р. ринок характеризується поєднанням преміалізації та попиту на доступні товари, розвитком функціонального харчування, посиленням котячого сегмента та переходом до омніканальної моделі торгівлі. Основними стратегічними напрямками розвитку до 2030 р. мають стати підвищення ролі професійних і спеціалізованих кормів, розвиток функціональних продуктів, цифровізація продажів, зміцнення українського виробництва, розширення експорту та подальша гармонізація нормативних вимог із правом Європейського Союзу. Наукова новизна дослідження полягає у систематизації структурно-динамічних трансформацій українського ринку зоотоварів у єдиному часовому контексті 2019–2026 рр. та визначенні взаємозв'язку між кризовими факторами, цифровізацією, локалізацією виробництва та зміною споживчої структури. Практичне значення результатів полягає у можливості їх використання підприємствами ринку зоотоварів під час формування асортиментної, цінової, маркетингової та експортної стратегій, а також у розробленні заходів щодо підвищення стійкості ланцюгів постачання.

#### Бібліографічний список:

1. Купалова Г. І., Артюх Т. М., Бодяковська А. В. Стратегія розвитку електронної комерції в період пандемії COVID-19. *Підприємництво і торгівля*. 2021. № 28. С. 40–48. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-28-06>.
2. Мамчин М. М. Ринок кормів для домашніх тварин в Україні: маркетингові аспекти. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 14. С. 202–207. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journal/14\\_ukr/27.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/27.pdf)
3. Сергійчук С. І., Молочан Г. Г. Перспективи розвитку ринку кормів для домашніх тварин в Україні. *Економічний протип*. 2024. № 195. С. 55–61. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.195.55-61>.
4. Сім'ячко О. Класифікація кормів для домашніх тварин. *Товари і ринки*. 2020. № 4. С. 65–73. URL: <https://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/article/download/1049/1010/1016>
5. Сіренко С. О. Вивчення ринку і формування попиту на ринку кормів для домашніх тварин. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. Вип. 32. С. 213–217. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32\\_2019\\_ukr/33.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/33.pdf)
6. Українська Рада Торгових Центрів. Ринок зоотоварів: що купують та скільки витрачають українці на домашніх улюбленців. 09.09.2025. URL: <https://www.ucsc.org.ua/tynok-zootovariv-shho-kupuyut-ta-skilky-vytrachayut-ukrayinczi-na-domashnih-ulyublencziv/>
7. Хіміч М. С., Білошицька І. І. Аналіз вітчизняного ринку кормів для непродуктивних тварин (собак та кішок). *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького*. 2015. Т. 17, № 1 (61), ч. 2. С. 302–307. URL: <https://ecatalog.lvvet.edu.ua/>

8. Euromonitor International. Pet Care in Ukraine. 2026. Country Report. URL: <https://www.euromonitor.com/pet-care-in-ukraine/report>
9. FEDIAF. Annual Review 2024. European Pet Food Industry. 2024. URL: [https://europeanpetfood.org/wp-content/uploads/2024/06/FEDIAF-Annual-Review-2024\\_Online.pdf](https://europeanpetfood.org/wp-content/uploads/2024/06/FEDIAF-Annual-Review-2024_Online.pdf)
10. Kormotech. Kormotech завершив 2023 рік з оборотом \$152 млн та наростив частку продажів за кордоном до 31%. 21.03.2024. URL: <https://kormotech.com/uk/articles/kormotech-zaversiv-2023-rik-z-oborotom-152-mln-ta-narostiv-castku-prodaziv-za-kordonom-do-31>
11. Kormotech. Тренди petfood ринку: інновації, преміум-продукти та зростаючий попит на снеки. 2024. URL: <https://kormotech.com/uk/articles/trendi-petfood-rinku-innovacii-premium-produkti-ta-zrostaucij-popit-na-sneki>
12. Kormotech. Цінності та історія. Офіційний сайт компанії. URL: <https://kormotech.com/uk/pro-nas/values-and-story>
13. Kormotech. Група компаній Kormotech завершила 2024-й із \$162,7 мільйона обороту. URL: <https://kormotech.com/uk/articles/grupa-kompanij-kormotech-zaversila-2024-j-iz-162-7-mil-jona-dolariv-oborotu>
14. Pro-Consulting. Аналіз ринку корму для домашніх тварин в Україні. 2018–2021 рр. 2022. Аналітичний звіт.
15. Зубенко І., Лихошерстова Ю. Вплив пандемії коронавірусу на ринок електронної комерції в Україні та світі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*. 2022. № 27 (55).
16. Ніколаєва О. Г., Свіщова Є. В., Гладка А. С. Аналіз і прогнозування ринків харчування для домашніх тварин екстраполяційними методами. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Економічна»*. 2024. № 106. С. 26–38. URL: <https://doi.org/10.26565/2319-2379-2024-106-03>.

### References:

1. Kupalova, H. I., Artiukh, T. M., & Bodiakovska, A. V. (2021). Stratehiia rozvytku elektronnoi komertsii v period pandemii COVID-19 [E-commerce development strategy during the COVID-19 pandemic]. *Pidpryemnytstvo i torhivlia*, 28, 40–48. URL: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-28-06>.
2. Mamchyn, M. M. (2018). Rynok kormiv dlia domashnikh tvaryn v Ukraini: marketynhovi aspekty [The pet food market in Ukraine: Marketing aspects]. *Ekonomika i suspilstvo*, 14, 202–207. Available at: [http://economyandsociety.in.ua/journal/14\\_ukr/27.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/14_ukr/27.pdf)
3. Serhiichuk, S. I., & Molochan, H. H. (2024). Perspektyvy rozvytku rynku kormiv dlia domashnikh tvaryn v Ukraini [Prospects for the development of the pet food market in Ukraine]. *Ekonomichnyi prostir*, 195, 55–61. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.195.55-61>.
4. Simiachko, O. (2020). Klasyfikatsiia kormiv dlia domashnikh tvaryn [Classification of pet food]. *Tovary i rynky*, 4, 65–73. Available at: <https://journals.knute.edu.ua/commodities-and-markets/article/download/1049/1010/10>
5. Sirenko, S. O. (2019). Vyvchennia rynku i formuvannia popytu na rynku kormiv dlia domashnikh tvaryn [Market research and demand formation in the pet food market]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpryemstvamy*, 32, 213–217. Available at: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32\\_2019\\_ukr/33.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/33.pdf)
6. Ukrainian Council of Shopping Centers. (2025, September 9). Rynok zootovariv: shcho kupuiut ta skilky vytrachaiut ukrainsi na domashnikh uliublentsiv [Pet products market: What Ukrainians buy and how much they spend on pets]. Available at: <https://www.ucsc.org.ua/rynok-zootovariv-shho-kupuyut-ta-skilky-vytrachayut-ukrayinczi-na-domashnih-ulyublencziv/>
7. Khimych, M. S., & Biloshytska, I. I. (2015). Analiz vitchyznianoho rynku kormiv dlia neproduktyvnykh tvaryn (sobak ta kishok) [Analysis of the domestic market of feed for non-productive animals (dogs and cats)]. *Naukovyi visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu veterynarnoi medytsyny ta biotekhnolohii imeni S. Z. Gzhytskoho*, 17(1 (61)), part 2, 302–307. Available at: <https://ecatalog.lvvet.edu.ua/>
8. Euromonitor International. (2026). *Pet Care in Ukraine*. Country Report. Available at: <https://www.euromonitor.com/pet-care-in-ukraine/report>
9. FEDIAF. (2024). *Annual Review 2024. European Pet Food Industry*. Available at: [https://europeanpetfood.org/wp-content/uploads/2024/06/FEDIAF-Annual-Review-2024\\_Online.pdf](https://europeanpetfood.org/wp-content/uploads/2024/06/FEDIAF-Annual-Review-2024_Online.pdf)
10. Kormotech. (2024, March 21). Kormotech zavershyv 2023 rik z oborotom \$152 mln ta narostyv chastku prodazhiv za kordonom do 31% [Kormotech finished 2023 with a turnover of \$152 million and increased the share of foreign sales to 31%]. Available at: <https://kormotech.com/uk/articles/kormotech-zaversiv-2023-rik-z-oborotom-152-mln-ta-narostiv-castku-prodaziv-za-kordonom-do-31>
11. Kormotech. (2024). Trendy petfood rynku: innovatsii, premium-produkty ta zrostaichy popyt na sneky [Pet food market trends: Innovations, premium products and growing demand for snacks]. Available at: <https://kormotech.com/uk/articles/trendi-petfood-rinku-innovacii-premium-produkti-ta-zrostaucij-popit-na-sneki>
12. Kormotech. (2026). Tsinnosti ta istoriia [Values and history]. Available at: <https://kormotech.com/uk/pro-nas/values-and-story>
13. Kormotech. (2025). Hrupa kompanii Kormotech zavershyla 2024-i iz \$162.7 miliona oborotu [Kormotech group of companies finished 2024 with a turnover of \$162.7 million]. Available at: <https://kormotech.com/uk/articles/grupa-kompanij-kormotech-zaversila-2024-j-iz-162-7-mil-jona-dolariv-oborotu>
14. Pro-Consulting. (2022). Analiz rynku kormu dlia domashnikh tvaryn v Ukraini. 2018–2021 rr. [Analysis of the pet food market in Ukraine, 2018–2021]. Analytical report.
15. Zubenko, I., & Lykosherstova, Yu. (2022). Vplyv pandemii koronavirusu na rynek elektronnoi komertsii v Ukraini ta sviti [The impact of the coronavirus pandemic on the e-commerce market in Ukraine and worldwide]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia". Seriia "Ekonomika"*, 27 (55).
16. Nikolaieva, O. H., Svishchova, Ye. V., & Hladka, A. S. (2024). Analiz i prohnozuvannia rynkiv kharchuvannia dlia domashnikh tvaryn ekstrapoliatsiinymy metodamy [Analysis and forecasting of pet food markets using extrapolation methods]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriia "Ekonomichna"*, 106, 26–38. DOI: <https://doi.org/10.26565/2319-2379-2024-106-03>.

Дата надходження статті: 26.07.2026

Дата прийняття статті до публікації: 21.09.2026

Дата публікації статті: 30.09.2026