

## **ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОГО СТАНУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ТОВАРІВ ДЛЯ ДОГЛЯДУ ЗА ДОМАШНІМИ УЛЮБЛЕНЦЯМИ**

Аналіз конкурентів ринку в маркетингу - це обов'язковий перший крок перед розробкою маркетингової стратегії товару. Він включає в себе докладне вивчення діяльності основних гравців галузі, аналіз цін, реклами, асортименту конкурентів. Правильний аналіз і оцінка конкурентного середовища підприємства дозволяє створити стійку конкурентну перевагу продукту, вибрати правильні канали комунікації і знизити операційні ризики.

Перш, ніж діяти на ринку, підприємцю необхідно мати по можливості повне уявлення не тільки про те, що відбувається у внутрішньому середовищі, а й у зовнішній. Повна достовірна інформація про ринки, на яких діє фірма, прямих конкурентів і зовнішні чинники є невід'ємною частиною ефективного планування і управління. Аналіз ринку є найважливішим компонентом маркетингового підходу компанії. Аналіз галузі необхідний для отримання даних про стан та обсяги виробництва, динаміки пропозиції товарів або послуг, труднощі розвитку даної галузі і впливають на неї факторів. Мета такого вивчення – отримання загального уявлення про ринок пропозиції продукції і використання даних для прийняття подальших рішень.[1]

Український ринок товарів для тварин приваблює як міжнародних, так і місцевих гравців тим, що він стійкий до економічних потрясінь. На домашніх вихованців, як і на дітях, намагаються не економити. Ставлення українців до домашніх тварин в цілому стало більш відповідальним і емоційним, ніж 20 років тому. А саме, змінилося сприйняття домашніх тварин, відтепер власник - це вже і не pet owner (господар), а pet parent – батьки.

В основному, власники тварин купують корм, який складає 75-80% від загального обсягу продажів. Але в категорію товарів для тварин також входять

одяг і аксесуари, електронні прилади, корми, ліки, засоби для догляду та безпосередньо самі тварини. [2]

Зоотовари є товаром індивідуального вибору і якщо споживача щось не задовольняє, то він з легкістю переключається на товари конкурентів, при чому ринок дозволяє.

Основними брендами-гравцями на ринку є:

1. ЛавГав (Україна).
2. TRIXIE (Німеччина).
3. GentlePes (Україна)).
4. Pet Nova (Польща).
5. Чистопес (Україна).

Кожна ТМ, наведена у табл. 1.1, має певні переваги та недоліки, що виділяють їх та віддаляють від своїх конкурентів.

Таблиця 1.1

Переваги та недоліки ТМ конкурентів

| Бренди-конкуренти | Переваги                                                                                                                                                   | Недоліки                                                                                                |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ЛавГав            | Варіант Економ.<br>Зроблено в Україні<br>Доступна ціна – 0,4 коп/пакет                                                                                     | Мала доля ринку.<br>Відома у вузьких колах.<br>Обмежений асортимент                                     |
| GentlePes         | Інноваційні технології<br>виробництва.<br>Зроблено в Україні<br>Сертифікати якості                                                                         | Висока вартість – 3<br>грн/пакет<br>Обмежений асортимент<br>Мала доля ринку.<br>Відома у вузьких колах. |
| TRIXIE            | Соціальна відповідальність<br>(участь у благодійності).<br>Репутація на ринку.<br>Обізнаність споживачів.<br>Широка лінійка товарів.<br>Старожил на ринку. | Ціна вище середнього –<br>0,71 коп/пакет                                                                |

|          |                                                                                  |                                                                                                            |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pet Nova | Ароматизовані<br>Відбір високоякісних матеріалів<br>від європейських виробників. | Висока вартість – 1,06<br>грн/пакет<br>Обмежений асортимент<br>Мала доля ринку.<br>Відома у вузьких колах. |
| Чистопес | Зроблено в Україні<br>Доступна ціна – 0,5 коп/пакет                              | Обмежений асортимент<br>Мала доля ринку.<br>Відома у вузьких колах.                                        |

Як бачимо, на ринку українські виробники складають гідну конкуренцію імпортним брендам. Але робота з потенційними споживачами є дуже важливою для успішної інтеграції продуктів. Зоотовари не є продуктом імпульсивної покупки, правильніше сказати, є товарами щоденного вжитку.[3]

Всі бренди-конкуренти представлені на полицях відомих маркет-плейсів таких як ROZETKA, Prom, Епіцентр, невеликих зоомагазинів та інші.

Канали збуту продукції у конкурентів та нашої ТМ практично не відрізняються. Поріг доступу до дистрибутивних каналів невисокий, що дозволяє легко завойовувати полиці нових торгових точок.

Ринок домашніх тварин стійкий до змін економічної ситуації і має тенденцію до постійного розвитку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бізнес-план організації виробництва пластикової тари [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://reff.net.ua/47001-Biznes-plan-organizacii-proizvodstva-plastikovoiy-tary-upakovki-v-Ly-ubercan-Moskovskoiy-oblasti.html>
2. Собаки проти котів: кого українці люблять більше [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-47269777>
3. СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ КОРМІВ ДЛЯ ДОМАШНІХ ТВАРИН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sworld.com.ua/konfer48/24.pdf>