

УДК 339.13:637.181
JEL L19, L66

ТЕНДЕНЦІЇ ТА МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ РИНКУ РОСЛИННИХ АНАЛОГІВ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Ярослава Ларіна¹, Діана Файвішенко²

¹ Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,
03057, Україна, Київ, просп. Перемоги 54/1,
e-mail: larin_sla@ukr.net; ORCID: 0000-0002-2712-7824

² Державний торговельно-економічний університет,
02156, Україна, Київ, вул. Кіото 19,
e-mail: d.fayvishenko@knute.edu.ua; ORCID: 0000-0001-7880-9801

Анотація. Метою статті є характеристика поточного стану та визначення перспектив розвитку ринку рослинних аналогів молочних продуктів. У статті вирішено завдання визначення трендів світового та вітчизняного ринку рослинних аналогів молочних продуктів, споживчих переваг щодо таких продуктів та ключових напрямів маркетингової діяльності. У дослідженні використано методи системного аналізу, узагальнення, порівняння, SWOT-аналіз. Результати досліджень виявили значні перспективи розвитку ринку рослинних аналогів молочної продукції у світі та в Україні. Досліджено споживчі переваги, ідентифіковано основні причини вибору споживачами рослинних замінників молочних продуктів, до яких належать піклування про здоров'я, зростання сегменту вегетаріанців/веганів, турбота про тварин та ін. Подано рекомендації щодо застосування маркетингового інструментарію з виведення на ринок і просування рослинних аналогів молочних продуктів, що стосуються їх якісних характеристик, сегментації ринку, позиціонування, формування асортименту та ціноутворення.

Ключові слова: рослинні аналоги молочних продуктів, ринок, тенденції, споживачі переваги, альтернативне молоко, маркетинг.

Постановка проблеми. Молочні продукти традиційно вважаються важливою частиною раціону людини, містять вітаміни і мікроелементи, вважаються корисними більшістю фахівців з якості харчових продуктів і дієтології. Проте в останні роки спостерігається динаміка щорічного скорочення обсягів їх виробництва. Натомість набув значного поширення тренд щодо збільшення споживання продуктів рослинного походження замість тваринних. Це пов'язано з тим, що такі продукти краще засвоюються і не містять шкідливих гормонів і антибіотиків. Крім того, останнім часом зростає частка людей з непереносимістю лактози та алергією на молоко, що спричиняє зміну

раціону харчування на користь рослинних продуктів. Тому асортимент молочних продуктів зростає за рахунок продуктів для особливих груп, зокрема аналогів або заміників молока чи альтернативних молочних продуктів. Ще однією причиною вибору рослинних аналогів молока є турбота про благополуччя с.г. тварин. Тому закономірно, що зі зростанням популярності «рослинного молока» і негативним сприйняттям споживачами промислового тваринництва підприємці у світі інвестують в нові альтернативні продукти.

В Україні також спостерігається тенденція збільшення заміщення тваринних продуктів рослинними. Проте обсяги пропозиції таких продуктів суттєво відстають від потреб споживачів, і більша частина пропонованих товарів імпортована. Виникає необхідність забезпечення ринку продукцією з рослинної сировини вітчизняного походження, тому вивчення потреб споживачів і особливостей маркетингу щодо цих товарів є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Оскільки рослинні аналоги молока та інших продуктів рослинного походження є досить новими товарними групами на споживчому ринку, його аналіз поки що є недостатньо повним. Незважаючи на зміну структури споживчих потреб і появу нових цільових сегментів, майже відсутні систематизовані підходи щодо аналізу ринку рослинних аналогів молочної продукції, у наукових статтях розглядаються лише окремі аспекти функціонування цього ринку. У цьому контексті можна згадати праці О. Борисенко та О. Романенко [1], Ю. Мотузки та А. Кошельник [2], присвячені розвитку світового ринку аналогів молочних продуктів. У працях Deep N Yadav, Sangita Bansal, Arvind K Jaiswal and Ranjeet Singh [15], Swati Sethi, S.K. Tyagi, Rahul K. Anurag [16] зроблено акцент на покращенні якості таких продуктів. У той же час залишаються невирішеними питання, пов'язані з чинниками формування попиту і пропозиції на цьому ринку, маркетинговими характеристиками таких продуктів, вибором маркетингових заходів, що враховують сучасні потреби споживачів щодо зміни раціону харчування, можливості розширення ресурсної бази для їх виготовлення.

Постановка завдання (формулювання цілей статті). Метою статті є надання характеристики поточного стану та визначення перспектив розвитку ринку рослинних аналогів молочних продуктів. Завдання, які були вирішені, наступні: оцінити динаміку розвитку та визначити тренди світового та вітчизняного ринку рослинних аналогів молока і молочної продукції, визначити споживчі переваги щодо таких продуктів, запропонувати ключові напрями маркетингової діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Збалансоване харчування є складовою здорового способу життя сучасного споживача. Наразі у світі існує тенденція поступової заміни у раціоні споживання продуктів тваринного походження рослинними аналогами. Деякі дієтологи вважають, що такі рослинні харчові продукти краще засвоюються і не містять шкідливих гормонів та антибіотиків, на відміну від харчових продуктів тваринного походження.

Останнім часом зростає частка споживачів з непереносимістю лактози та алергією на молоко, які замінюють продукти з вмістом лактози або молочними білками на

аналоги рослинного походження. З цієї точки зору, асортимент харчових продуктів у світі розширюється за рахунок продуктів, орієнтованих на особливі групи населення, зокрема альтернативних продуктів харчування: рослинних аналогів молока та молочних продуктів, м'яса тощо.

Фактично на ринок рослинних аналогів молока зараз припадає близько 10% загального ринку молока, і зростаюча кількість споживачів «рослинного молока» має більший вибір, ніж будь-коли раніше [3]. Найпопулярнішим рослинним аналогом молока у світі натеper є мигдалеве молоко (займає до 2/3 світового ринку), за ним наступне за обсягами споживання вівсяне молоко (зростання відбувається найшвидшими темпами) та соєве молоко [4; 5]. Однак цей ринок наповнений інноваціями і сприйнятливий до інновацій: нові харчові продукти, які виступають аналогами звичайного молока (іноді їх називають «альт-молоко»), виготовляються з більшої кількості сирих інгредієнтів, ніж будь-коли раніше, також на основі гороху та ячменю; напої на основі цих культур є одними з останніх «новачків» на цьому ринку [5].

Натеper зростає частка споживачів, які принципово вимагають використовувати аналоги рослинного походження замість тваринних продуктів, а отже, відбувається пришвидшення розвитку ринку альтернативних продуктів.

Загалом, актуальним є тренд щодо споживання альтернативних продуктів і цей ринок перебуває лише на старті свого розвитку, однак багато світових виробників застосовують особливі рослинні рецептури у процесі виробництва продукції [1, с. 65]. За прогнозами американських аналітичних компаній, через 25 років частка продуктів рослинного походження перевищить продукти тваринного походження на 20%, ця тенденція отримала назву «сила рослин». [6]. Агенція Global News Wire повідомила про те, що ринок альтернативної молочної продукції з середньорічним темпом зростання в 11,2% до 2027 року досягне 44,89 млрд. доларів [7]. Вивчення споживачів, що орієнтовані на здоровий спосіб життя і відповідне харчування й надають перевагу натуральним продуктам, показало, що більшість з них (а саме 43%) вживає рослинні аналоги молока [7].

До причин популярності рослинного молока у світі можна віднести: зростання кількості та відносної частки споживачів, що орієнтовані переважно на рослинні компоненти дієти через здоров'я та/або моральні мотиви, підвищення рівня непереносимості лактози в багатьох країнах проблеми забруднення навколишнього середовища (рис. 1). Так, прихильники рослинних дієт стверджують, що виробництво рослинних аналогів молока створює менші викиди в повітря парникових газів, ніж виробництво традиційного молока [3].

Слід зазначити, що певна частина причин, які наведені на рисунку, значною мірою пояснюється впливом медіа, блогерів та рухів захисників тварин на маркетингові стратегії виробників, відповідно, на зміну сприйняття і поведінки споживачів.

Асортимент продуктів рослинного походження досить широкий і представлений кондитерськими та хлібобулочними виробами, соусами, рослинними заміниками м'яса. За оцінкою Future Market Insight найбільшу частину цього ринку становлять рослинні аналоги молока (що часто також називають «альтернативне молоко»). Їх

обсяги продажів на ринку альтернативної їжі становили у 2020 році 1,8 млрд доларів [9]. Друге місце займають аналоги молочних продуктів: йогурти, вершки, морозиво тощо (0,9 млрд дол. США). Значну частку займають і рослинні аналоги м'яса (0,7 млрд дол. США). Інші продукти харчування лише надходять на ринок, і їх частка відносно невелика (0,3 млрд доларів на готові страви; 0,1 млрд доларів – тофу та темпе; 0,01 млрд доларів – аналоги яєць і майонезу) [9].



Рис. 1. Причини вживання споживачами у світі харчових продуктів рослинного походження, % [8]

Найбільший ринок рослинних аналогів молочної продукції сформувався у США та Канаді, оскільки споживачі були налаштовані пробувати такі напої та інші «альтернативні продукти». З 2014 року обсяги продажів аналогів рослинного молока зросли на 28% у Європі, на 35% – у США, на 19% – в країнах Азії, на 21% – у Латинській Америці [3]. Рослинні заміники традиційного молока у світі з невеликого нішевого сегменту перетворилися на повноцінну товарну категорію, що викликає стурбованість у виробників продукції тваринництва і змушує їх переглядати власні стратегії.

Переходу у раціоні на подібні рослинні альтернативи часто сприяють прихильники здорового способу життя і спорту, які вважають, що молоко спричиняє проблеми травлення, а також зростаюча кількість представників вегетаріанського та веганського напрямів. Важливою рушійною силою розвитку і кількісного зростання цього сегменту є також рух захисту тварин.

Основними постачальниками на ринку альтернативних молочних продуктів є «The Hain Celestial Group», «Alpro», «Organic Valley Family of Farms», Joya, Ecomilk, «SunOpta», «OATLY», «Califia Farms», «Eden Foods», «Danone», «Earth's Own Food Company», ADM, Vitasoy International Holdings Limited, The Hain Celestial Group Inc., Living Harvest Foods Inc., Freedom Foods Group Ltd, Blue Diamond Growers, CP Kelco, SunOpta Inc., Ripple Foods, і Melt Organic, інші гравці [10], що посідають вагомі позиції в галузі та мають сильні операційні й фінансові можливості. Щоб отримати значну частку

ринку на світовому ринку молочних альтернатив, ключові гравці зараз зосереджуються на впровадженні інноваційних продуктів, злиттях і поглинаннях, останніх розробках, спільних підприємствах, співпраці та партнерстві [10]. Компанія «WhiteWaves Food» провела процедуру злиття з «Danone», а отже, логічно «Danone» має збільшити обсяги продажів такої продукції.

Попит на рослинну молочну продукцію ураховує особливості цільового сегменту [11] і трансформується у відповідні стратегії ринкової поведінки компаній: одні з них починають інвестувати у виробництво аналогів молочної продукції, інші знижують обсяги інвестицій у галузь тваринництва. Наприклад, у Великій Британії біля 1000 молочних ферм закрилися у 2013–2016 рр., оскільки попит на коров'яче молоко значно впав. Згідно з даними Good Food Institute, у I кв. 2020 р. у виробництво альтернативного білка, у т.ч. аналогів молока було вкладено більше інвестицій, аніж за весь 2019 рік. Цього ж року компанії США з виробництва м'яса, яєць та молочної продукції рослинного походження отримали інвестиції на суму 747 млн.дол. США, що є найбільшим обсягом вкладень за всю історію існування галузі. Так, під час пандемії Ковід-19 в Північній Америці обсяги продажу рослинного сиру зросли на 95% порівняно з тим же періодом 2019 року [5].

У 2018 р. майже 3000 кафе та продуктових магазинів у США потерпали від дефіциту «рослинного» молока, виробленого шведською компанією Oatly з вівсяного молока через її величезну популярність. Лише у 2016-2018 рр. виробництво продукції компанії зросло на 1250% [5].

Проте надалі ріст споживання альтернативних молочних продуктів може дещо сповільнитися, і у кінцевому рахунку, за попередніми оцінками експертів ринку, вийде на деякий стабільний відсоток. Так, за даними голандської компанії ING, обсяги продажу рослинних аналогів молочної продукції у 2022 році зросли на 33% у натуральному вираженні, до 2025 року частка молочних альтернатив збільшиться до 4,1% [12]. Але така динаміка пояснюється не тільки і не стільки підвищеною зацікавленістю у цих продуктах, як ефектом низької бази порівняння. Адже навіть на фоні суттєвого щорічного збільшення обсягів споживання частка цих продуктів складає біля 2,5% ринку молочних продуктів загалом [12]. У 2023 році найімовірніше, відбудеться уповільнення темпів зростання аналогів молочних продуктів рослинного походження. Це буде пов'язано з тим, що споживачі-новатори з високим рівнем достатку і так додали до свого раціону модні рослинні аналоги молочної продукції, а консервативна більшість буде насамперед стурбована питанням пошуку та купівлі традиційних продуктів для всієї родини, зі справедливого, на їхню думку, співвідношенню ціна-якість.

Серед українських споживачів швидко зростає попит на альтернативне молоко (рослинні аналоги молока), зокрема, в супермаркетах представлено вівсяне, мигдальне, кокосове, гречане молоко. Зараз все більше українців намагаються дотримуватися принципів здорового харчування, постити за мотивами віри, або відмовляться за ідейними переконаннями від продуктів тваринного походження. Згідно з дослідженням Київського міжнародного інституту соціології та UA Plant-Based, понад 65% українців готові перейти на споживання продуктів рослинного походження [13].

Аналізуючи обсяги виробництва рослинних аналогів молока в Україні в останні п'ять-шість років, можна стверджувати, що наявна тенденція до зростання споживчого попиту на ці продукти починаючи з 2017 р. У відповідь на запити ринку у 2018-му стартувала з лінійкою «альтернативних молочних продуктів» компанія «Люстдорф», яка до 2020 року залишалася єдиним українським виробником і дистриб'ютором альтернативних молочних продуктів. Було запущено рослинну альтернативу традиційному молоку під назвою Ideal Nemoloko. Основними перевагами цих продуктів є [14]:

- ціна, оскільки вітчизняні рослинні напої дешевші за іноземні аналоги,;
- продукт, сертифікований знаком «V-Label Vegan» веганів ЄС, що є додатковою перевагою в довірі споживачів-вегетаріанців та веганів, адже для них важливо, що продукт 100% рослинний і з натуральними інгредієнтами;
- смаки вівса та гречки сприймаються позитивно, оскільки є традиційними в Україні.

Проте більшу частину внутрішнього ринку рослинних заміників молока до 2020 року все ж займали продукти іноземного походження [2, с. 42]. У подальшому різке збільшення обсягу виробництва «альтернативного молока» відбулося в 2020 році, після освоєння цього виробничого напрямку компанією «Вітмарк Україна» у відповідь на ріст попиту у окремих сегментах. Компанія, яка виробляє соки, напої та дитяче харчування, запустила виробництво рослинних аналогів молока, було відкрито завод вартістю 5 млн євро в Одеській області. «Вітмарк Україна» виробляє рослинне молоко під брендом Vega Milk, яке має 11 різних смаків. Вона зосереджена переважно на вівсяному та гречаному молоці, оскільки інгредієнти для рисового та мигдалевого молока потрібно імпортувати. Крім простого рослинного аналогу молока, компанія також пропонує молоко зі смаком шоколаду та полуниці.

Рослинні аналоги молока, що пропонуються українським споживачам, являють собою водну емульсію витяжки з горіхів, злаків, насіння і проростків деяких культур, змішаною з водою в певних пропорціях. [2, с. 42]. Таке «молоко» позиціонується на ринку як замітник традиційному молоку для веганів, людей з непереносимістю лактози і прихильників здорового харчування. Проте воно містить глютен та не підходить для людей, що мають алергію на горіхи. Найбільший попит українці демонструють на соєве та вівсяне молоко – воно містить найменше алергенів. Ключовими каналами збуту «рослинного» молока в Україні є супермаркети і інтернет-магазини. Слід зазначити про присутність на ринку виробників, які реалізують свої товари тільки через інтернет-магазини («Зелена корова»). Динамічно також розвивається реалізація через ресторани й кафе. Експорт рослинного молока з України поки що відсутній. З імпортних продуктів-рослинних аналогів молока на ринку України наявні товари компаній Alpro, Joia, Ecomilk, Soya та інших.

Фахівці Future Market Insight вважають перспективним напрямом досліджень для лідерів ринку зниження кількості алергенів у напоях, зокрема в соєвому, завдяки чому планується збільшити цільову групу споживачів [9].

Ринок рослинних аналогів молока в Україні стрімко розширюється. Спостерігається тенденція до зростання споживчого попиту на них, хоча цей сегмент продуктів

харчування ще недостатньо популярний. В останні два роки українці почали споживати в 14 разів більше рослинного молока: при цьому домінує вівсяне й соєве [13]. Це відкриває можливості для подальшого розвитку та виведення на ринок нових продуктів. Так, наприкінці 2021 року компанія Лютсдорф випустила лінійку вівсяних «йогуртів» з 4 смаками, серед яких є «чистий» вівсяний йогурт, що виготовлений лише з вівсяної основи та заквашувальної культури, а також зі смаками полуниці, вишні, з манго та куркумою [14]. За технологією до вівсяної основи додано заквашувальну культуру, що не містить продуктів тваринного походження. Питні вівсяні «йогурти» ТМ «Green Smile» ще мають на 15% менше калорій (в порівнянні з традиційними йогуртами), не містять лактозу, ГМО, холестерин, що створює додаткові переваги для споживачів різних сегментів. Продукція містить знак V-Label, і це означає, що вона цілком підходить і для веганів [14].

Респонденти переважно обирають рослинні аналоги молока за смаком продукту. Це означає, що виробники повинні розширювати асортиментну лінію, експериментуючи з різними смаками, щоб залучити потенційних споживачів, які шукають інновацій та експериментів у харчуванні. Так, напої на основі кокоса є одним з найбільш швидкозростаючих сегментів, за прогнозами, зростуть на 8,6% в період з 2020 по 2027 рік. У всіх видах «рослинного молока» прості смаки домінують у продажах, що становить 71,1% від загальної вартості [10]. Таким чином, сьогодні інноваційні ідеї та цікаві стартапи у сфері виробництва молочних альтернатив є одними з найбільш перспективних у харчовій галузі.

Додатковою перевагою вітчизняного виробництва аналогів молочної продукції можна вважати достатню кількість і доступність сировини – адже в Україні представлена чимала кількість рослин, з яких можна виготовляти дану продукцію. Наприклад, переваги випуску рослинного молока з насіння конопель полягають у його невисокій собівартості та доступності на вітчизняному сировинному ринку.

Крім того, виробники рослинних аналогів молока мають звертати увагу на покращення якісного складу. Як показують дослідження, такі замітники молока мають репутацію «здорових» харчових продуктів, але вони надзвичайно відрізняються за своїми профілями харчування, деякі з дуже низьким вмістом білка та мінералів. Якщо ці продукти позиціонують як замітники коров'ячого молока, вміст і якість білка, а також збагачення має бути розглянуто виробниками. На думку Deep N. Yadav, Sangita Bansal, Arvind K. Jaiswal and Ranjeet Singh [15], слід звернути увагу на можливі шляхи покращення поживних властивостей рослинних заміників молока, ...використання ферментів, відбір сировини на основі якості білків та більш ефективного вилучення білка з матеріалу і рецептури вищих білкових продуктів. Це збільшить витрати виробників, та певною мірою вплив продуктів на навколишнє середовище. У праці Swati Sethi, S.K. Tyagi, Rahul K. Anurag [16] досліджуються нові технології нетермічної обробки, такі як обробка надвисокою температурою, гомогенізація надвисоким тиском, обробка імпульсним електричним полем, – для вирішення проблем, пов'язаних із збільшенням терміну зберігання, стабільністю емульсії, харчовою повноцінністю та сенсорною прийнятністю кінцевого продукту.

Чинники впливу маркетингового середовища на розвиток ринку рослинних аналогів молочних продуктів було згруповано нами і на основі перехресної матриці SWOT запропоновано варіанти розвитку ринку (рис. 2).

	<p><i>Можливості</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зростання самосвідомості споживачів щодо здоров'я 2. Підвищення обізнаності щодо поживних переваг РАМП 3. Зростання кількості споживачів, які стежать за калоріями 4. Зростання кількості споживачів з непереносимістю лактози та алергією на молоко 5. Посилення рухів на захист тварин 6. Достатня місткість ринку 7. Високий потенціал росту ринку 8. Орієнтація на зовнішній ринок 	<p><i>Загрози</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Генетично модифікована соя 2. Обмежена обізнаність потенційних споживачів щодо РАМП 3. Відсутність пільг при здійсненні інноваційної діяльності 4. Спад в економіці країни 5. Нестабільність норми прибутку в галузі 6. Зниження рівня доходів споживачів
<p><i>Сильні сторони</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дієтичні переваги рослинних аналогів молочних продуктів (РАМП) 2. Висока енергетична цінність, покращують смакові якості їжі 3. Позитивне сприйняття споживачами РАМП 4. Схильність до впровадження інновацій суб'єктами ринку 5. Розуміння потреб споживачів 6. Новітні технології виробництва 7. Відносно висока галузева норма прибутку 	<p>Забезпечення й підтвердження високого рівня якості продукції. Розширення асортиментної лінійки, розробка різних смаків, щоб залучити потенційних споживачів, які експериментують у харчуванні. Новітні технології та методи покращення РАМП, видалення інгібіторів, збільшений термін придатності та збагачення продуктів, допоможуть зростанню бізнесу. Вибір маркетингових стратегій з орієнтацією на цільові сегменти з позитивним сприйняттям РАМП. Обґрунтоване позиціонування. Розвиток торгової марки</p>	<p>Перегляд цінової стратегії виробників і продавців на ринку РАМП, більш активне застосування методів стимулювання збуту. Посилена та відповідальне інформування споживачів про переваги молочних альтернатив та складу продукту за допомогою сайтів, сторінок у соціальних мережах, консультування</p>
<p><i>Слабкі сторони</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Високий рівень конкуренції 2. Висока вартість розробки РАМП 3. Коливання цін на сировину. 4. Перехресне забруднення РАМП 5. Ускладнений вихід на зовнішній ринок 6. Висока залежність від доступу до окремих видів сировини та її якості 7. Високий рівень цін порівняно з традиційними молочними продуктами 	<p>Значні інвестиції в дослідження та розробки, зроблені провідними гравцями ринку через надзвичайну конкуренцію, забезпечать сильну ринкову позицію бізнесу. Побудова системи стратегій на основі проведення регулярних маркетингових досліджень та моніторингу цін на традиційні та альтернативні продукти</p>	<p>Чітко визначені стратегічні цілі та стратегія охоплення ринку. Спрямованість на ринкові сегменти з конкретними характеристиками (рівень доходу, традиції споживання). Необхідність диферсифікації напрямів діяльності</p>

Рис. 2. SWOT-аналіз перспектив розвитку ринку рослинних аналогів молочних продуктів
Сформовано авторами

Виробники рослинних аналогів молока повинні уважно враховувати витрати виробництва та ціни інших виробників. Як показують результати досліджень, зниження ціни збільшує продажі цього товару, оскільки попит на ці продукти є достатньо еластичним. Експерти зазначають, що розвиток ринку рослинних аналогів молока в Україні стримує вища ціна на цей продукт порівняно з традиційним молоком. Тому при формуванні маркетингової цінової політики потрібно встановлювати обґрунтовану ціну, орієнтовану на цінність продукту для споживача, застосовувати цінові форми стимулювання збуту.

Запорукою успішного виведення і подальшого просування цієї групи товарів на ринку є глибока, обґрунтована за критеріями сегментація ринку з подальшим вибором стратегії позиціонування за якістю або за цільовою аудиторією.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Світовий ринок «альтернативної молочної продукції» знаходиться на етапі стрімкого зростання. Рослинні аналоги молочних продуктів виділяють в окрему товарну категорію в розвинених країнах, і така практика досить поширена і в Україні. Асортимент цієї продукції широкий і представлений напоями (аналоги молока), йогуртами, морозивом, сметаною, сиром тощо. В Україні також наявна тенденція до збільшення споживчого попиту на аналоги рослинного молока, що стрімко зростає в останні 2-3 роки. Тому є потенційні можливості для подальших розробок і виведення на ринок інноваційних продуктів цієї товарної групи.

Рослинні аналоги молочних продуктів – це відносно новий напрям, який дозволить формувати товарну пропозицію для специфічних цільових сегментів, диверсифікувати у разі потреби молочну галузь та у перспективі виходити з цією продукцією на міжнародні ринки. Виробники рослинних аналогів молочних продуктів в перспективі зможуть скласти вагому конкуренцію традиційним виробникам молока. Однак поки що їх вплив на ринок мінімальний через досить високий рівень цін та недостатню увагу виробників і продавців до використання сучасного маркетингового інструментарію.

У стратегічному аспекті це стосується насамперед забезпечення високих параметрів якості альтернативних продуктів (порівняних з традиційною молочною продукцією), формування маркетингових стратегій і програм, глибокої сегментації ринку, виявлення нових цільових сегментів, правильного позиціонування. У тактичному плані необхідно звертати увагу на формування цікавих асортиментних пропозицій, своєчасне виведення новинок на ринок, обґрунтовану цінову політику, організацію розподілу і просування відповідно до визначених цільових сегментів.

Список використаних джерел

1. Борисенко О. С., Романенко О. В. Сучасні тенденції розвитку ринку молочної продукції. *Інфраструктура ринку*. 2020. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2020/42_2020_ukr/13.pdf
2. Мотузка Ю., Кошельник А. Ринок аналогів молочних продуктів рослинного походження: світові тренди. *Товари і ринки*. 2019. №3. С. 38-49.
3. Незалежна компанія “Euromonitor International”. URL: <https://www.euromonitor.com>

4. Consumer preferences on the market of plant-based milk analogues *Potravinarstvo Slovak Journal of Food Sciences* Volume 15.131. 2021. 131-142. URL: <https://doi.org/10.5219/1485>
5. Exploring the Growth of Plant-Based Milk URL: <https://www.foodmanufacturing.com/consumer-trends/article/21723117/exploring-the-growth-of-plantbased-milk>
6. Power to the Plants. URL: <https://www.mintel.com/blog/food-market-news/2017-global-food-drink-trends-how-did-we-do-12>.
7. Ринок рослинного молока до 2027 року/ URL: <https://dairynews.today/news/rynok-rastitelnogo-moloka-k-2027-godu-dostignet-44.html>
8. Schmidt S. Infographic on Milk & Dairy Alternatives: Consumer Trends. 2018. URL: <https://blog.marketresearch.com/infographic-milk-and-dairy-alternatives-consumer-trends>.
9. Dairy Alternatives Market: Veganism Will Remain a Significant Impact Factor Fueling the Demand for Non-dairy Products: Global Industry Analysis Opportunity Assessment (2019–2029). URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/dairy-alternatives-market>.
10. Global Dairy Alternatives Market Is Expected to Reach USD 47.95 Billion by 2028: Fior Markets. URL: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2021/11/18/2337552/0/en/Global-Dairy-Alternatives-Market-Is-Expected-to-Reach-USD-47-95-Billion-by-2028-Fior-Markets.html>
11. Consumer insights. July 2018. URL: https://media.ahdb.org.uk/media/Default/Consumer%20and%20Retail%20Insight%20Images/PDF%20articles/ConsumerInsights%20WEB_1653_180725.pdf
12. ЄС. Ринок рослинного молока і м'яса подвоїться за 5 років. URL: <http://milkua.info/uk/post/es-riнок-roslinnogo-moloka-i-masa-podvoitsa-za-5-rokiv>
13. Українці почали пити в 14 разів більше рослинного молока: домінує вівсяне й соєве. URL: <https://newfood.media/2021/06/28/ukraintsi-pochaly-pyty-v-14-raziv-bilshe-roslynnoho-moloka-dominuie-vivsiane-y-soieve/>
14. Сайт компанії Люстдорф. URL: <https://www.loostdorf.com/press-center/nova-un-kalna-l-n-uka-pitnih-v-vsyanih-fermentovanih-produkt-v-v-d-tm-green-smile/>
15. Deep N Yadav, Sangita Bansal, Arvind K Jaiswal and Ranjeet Singh. Plant Based Dairy Analogues: An Emerging Food. *Agricultural research and Technology*. 2017. August 2017. URL: <https://www.researchgate.net/publication/320224389>
16. Swati Sethi, S.K. Tyagi, Rahul K. Anurag. Plant-based milk alternatives an emerging segment of functional beverages: a review. *Journal of food sciences and Technology*. 2016 Sep;53(9): 3408-3423. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/2777447/>

References

1. Borysenko O.S., Romanenko O.V. (2020) Suchasni tendentsii rozvytku rynku molochnoi produktsii [Modern trends in the development of the dairy products market]. *Market infrastructure*. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2020/42_2020_ukr/13.pdf [in Ukrainian]
2. Motuzka Yu., Koshelnyk A. Rynok analogiv molochnykh produktiv roslynnoho pokhodzhennia: svitovi trendy [The market of analogues of plant-based dairy products: global trends]. *Goods and markets*. 2019. #3. P. 38-49. [in Ukrainian]
3. Nezalezna kompaniia [The independent company] «Euromonitor International». URL: <https://www.euromonitor.com>
4. Consumer preferences on the market of plant-based milk analogues *Potravinarstvo Slovak Journal of Food Sciences* Volume 15.131. 2021. 131-142. URL: <https://doi.org/10.5219/1485>

5. Exploring the Growth of Plant-Based Milk URL: <https://www.foodmanufacturing.com/consumer-trends/article/21723117/exploring-the-growth-of-plantbased-milk>
6. Power to the Plants. URL: <https://www.mintel.com/blog/food-market-news/2017-global-food-drink-trends-how-did-we-do-12>.
7. Rynok roslynnoho moloka do 2027 roku [Plant-based milk market till 2027] URL: <https://dairynews.today/news/rynok-rastitelnogo-moloka-k-2027-godu-dostignet-44.html> [in Ukrainian]
8. Schmidt S. (2018) Infographic on Milk & Dairy Alternatives: Consumer Trends. URL: <https://blog.marketresearch.com/infographic-milk-and-dairy-alternatives-consumer-trends>.
9. Dairy Alternatives Market: Veganism Will Remain a Significant Impact Factor Fueling the Demand for Non-dairy Products: Global Industry Analysis Opportunity Assessment (2019–2029). URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/dairy-alternatives-market>.
10. Global Dairy Alternatives Market Is Expected to Reach USD 47.95 Billion by 2028: Fior Markets (2021). URL: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2021/11/18/2337552/0/en/Global-Dairy-Alternatives-Market-Is-Expected-to-Rreach-USD-47-95-Billion-by-2028-Fior-Markets.html>
11. Consumer insights (2018). URL: https://media.ahdb.org.uk/media/Default/Consumer%20and%20Retail%20Insight%20Images/PDF%20articles/ConsumerInsights%20WEB_1653_180725.pdf
12. EU. Rynok roslynnoho moloka i miasa podvoitsya za 5 pokiv. [EU. The vegetable milk and meat market will double during 5 years].URL: <http://milkua.info/uk/post/es-rinok-roslynnoho-moloka-i-masa-podvoitsa-za-5-rokiv>
13. Ukraintsi pochaly pyty v 14 raziv bilshe roslynnoho moloka: dominuie vivsiane y soieve. [Ukrainians began to drink 14 times more vegetable milk: oat and soy dominate]. URL: <https://newfood.media/2021/06/28/ukraintsi-pochaly-pyty-v-14-raziv-bilshe-roslynnoho-moloka-dominuie-vivsiane-y-soieve/> [in Ukrainian]
14. Website of Lustdorf company. URL: <https://www.loostdorf.com/press-center/nova-un-kalna-l-n-yka-pitnih-v-vsyanih-fermentovanih-produkt-v-v-d-tm-green-smile/> [in Ukrainian]
15. Deep N Yadav, Sangita Bansal, Arvind K Jaiswal and Ranjeet Singh. (2017) Plant Based Dairy Analogues: An Emerging Food. *Agricultural research and Technology*. 2017. August 2017. URL: <https://www.researchgate.net/publication/320224389>
16. Swati Sethi , S K Tyagi, Rahul K Anurag. (2016). Plant-based milk alternatives an emerging segment of functional beverages: a review. *Journal of food sciences and Technology*. 2016 Sep. 53(9). 3408-3423. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27777447/>

TRENDS AND MARKETING TOOLS OF THE DEVELOPMENT OF PLANT ANALOGUES OF DAIRY PRODUCTS MARKET

Yaroslava Larina¹, Diana Fayvishenko²

¹ *Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman,
54/1 Prospekt Peremohy, 03057, Ukraine, Kyiv
e-mail: larin_sla@ukr.net; ORCID: 0000-0002-2712-7824*

² *State Trade Economic University, Kioto Str. 19
e-mail: d.fayvishenko@knu.edu.ua; ORCID: 0000-0001-7880-9801*

Abstract. The purpose of study is to determine the prospects for the development of the market of plant analogues of dairy products. The article solves the tasks of determining the trends of the world and domestic market of plant analogues of dairy products, determining consumer preferences for such products and key areas of marketing activity. The research used the methods of system analysis, generalization, comparison, the graphic method, SWOT-analyses. The research results revealed significant prospects for the development of the market of plant analogues of dairy products in the world and in Ukraine. Consumer preferences in this market have been studied, the main reasons for choosing plant-based dairy products by consumers have been identified, which include health care, the growing share of consumers with lactose intolerance and milk allergy, the growth of the vegetarian/vegan segment, concern for the well-being of rural areas, concern for animal welfare etc. Recommendations are provided for the use of marketing tools for market introduction and promotion of plant analogues of dairy products, related to market segmentation, positioning, assortment formation and pricing. On the basis of the SWOT analysis, we have proposed modern technologies for improving plant-based dairy products, such as improved shelf life and enrichment with trace elements, which will help business growth.

Conclusions regarding the need for active use of marketing tools by manufacturers of dairy alternatives were formulated. In the strategic aspect, this primarily concerns ensuring high quality parameters of alternative products (compared to traditional milk), forming marketing strategies and programs, deep segmentation of the market, identifying new target segments, correct positioning and brand development. In the tactical plan, it is necessary to pay attention to the formation of interesting assortment offers, modern introduction of novelties to the market, justified price policy, organization of distribution and promotion in accordance with the defined target segments.

Keywords: plant analogues of dairy products, market, trends, consumer preferences, alternative milk, marketing.

Стаття надійшла до редакції 22.03.2022

Прийнята до друку 23.05.2022