

РЫНОК КИНОЛОГИЧЕСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ В БЕЛАРУСИ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

М.А. Никольский*

Аннотация. Представлена характеристика белорусского рынка кинологических товаров и услуг. Рассмотрены особенности оптовой и розничной торговли такими товарами. Дана оценка развитию кинологических услуг на национальном рынке. Выделены факторы, влияющие на развитие рынка кинологических товаров и услуг.

Ключевые слова: рынок кинологических товаров, кинологические услуги, оптовая и розничная торговля, производство товаров.

JEL-классификация: M21, G12, L81, L84.

DOI: 10.46782/1818-4510-2025-1-138-145

Материал поступил 25.11.2024 г.

В Республике Беларусь активно развивается рынок кинологических товаров и услуг. Согласно данным открытых источников информации жилищно-эксплуатационных служб и Минского городского исполнительного комитета, в областных центрах в настоящее время зарегистрировано более 36 000 собак. При этом не учитываются собаки, которые содержатся в частных домах, что не требует регистрации (за исключением особо опасных пород). В табл. 1 представлены данные о регистрации собак.

Таблица 1
Количество зарегистрированных собак,
2021–2023 гг.

Областной центр	2021	2022	2023
Брест	6193	5765	5950
Витебск	4030	3940	3940
Гомель	3900	3900	4021
Гродно	5789	6476	6395
Минск	8341	10 488	10 188
Могилев	3253	3253	3527
Всего	33 527	35 844	36 044

Источник. Авторская разработка на основе: URL: <https://minsk.gov.by/ru/news/2022/06/05/1369/>

По статистике Международной кинологической федерации владельцами породных и беспородных собак в Республике Беларусь в 2020 г. являлись 59 355 чел., а в 2022 г. уже 65 500 чел.¹ В 2020 г. из-за пандемии белорусские заводчики собак вынуждены были сосредоточиться на внутреннем рынке, продажи пометов за границу заметно сократились и в стране стало больше владельцев породистых животных². В 2023 г. в Белорусском кинологическом объединении было оформлено 1860 пометов (рождено 4850 щенков)³. Большое количество рожденных щенков осталось в стране, так как из-за санкционных ограничений многие страны ЕС не стали признавать оформленные в Беларуси родословные. Количество потенциальных потребителей кинологических товаров составляло не менее 60 тыс. в 2021 г. и не менее 70 тыс. – в 2024 г. По разным оценкам, владельцами различных животных в целом являются около 10% жителей Беларуси⁴.

¹ URL: <https://fci.be/en/statistics/ByNCO.aspx?iso=BY>

² URL: <https://1vet.by/?vetcliniki>

³ URL: <https://bcu-upo.org/sostav-bko/komissii>

⁴ <https://zooinform.ru/business/articles/zoomagaziny-belarusi-i-distributory-malenkij-rynok-s-bolshimivozmozhnostyami/>

* Никольский Максим Александрович (maxnikolsky007@gmail.com), Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь); <https://orcid.org/0009-0004-2025-1509>

Для цитирования: Никольский М.А. 2025. Рынок кинологических товаров и услуг в Беларуси: особенности и перспективы. *Белорусский экономический журнал*. № 1. С. 138–145. DOI: 10.46782/1818-4510-2025-1-138-145

Современное состояние белорусского рынка кинологических товаров

Белорусский рынок кинологических товаров характеризуется небольшой емкостью и территориальной компактностью. Примерно 80% товаров (в денежном и натуральном выражении) завозится с востока, еще около 15–17% – с запада, оставшаяся часть – собственного производства. Согласно оценке аналитической компании NielsenIQ, объем продаж кормов для собак в 2022 г. оценивался примерно в 150 млн руб.⁵ Рынок Беларуси тесно связан с Российской Федерацией. Страны входят в Таможенный союз, что способствует тесному сотрудничеству и активной торговле.

Мировые тренды зооиндустрии попадают в Беларусь с некоторым запаздыванием. Западные регионы Беларуси чаще всего демонстрируют зависимость от зоотрендов Польши и Литвы, а восточные – от России⁶. Премиумизация, как общемировой тренд, мотивировала белорусский рынок на развитие сегмента дорогих зоотоваров. Пока еще не все владельцы собак готовы покупать современные дорогие товары для ухода за животными, поэтому последние в зоомагазинах представлены в небольшом количестве (витамины, лакомства и пеленки, корма и наполнители премиум качества). И все же спрос на такую продукцию хотя и медленно, но растет.

Розничный бизнес активно укрупняется, развитие сетей происходит как в масштабах страны, так и на региональном уровне. Значительно увеличилась в общем объеме продаж доля e-commerce, сервис в этом сегменте улучшился. Некоторые организации пошли по пути разделения бизнеса. В 2018 г. одна из крупных белорусских компаний, занимавшаяся одновременно оптовой и розничной торговлей, была преобразована в две новые: ООО «Ветторгпартнер» – занялось оптом, а СЗАО «Ветсервис-Плюс» – розницей.

За 2020–2022 гг. на рынке появилось много новых брендов во всех товарных категориях, особенно в кормовой группе. Увели-

чилась доля товаров белорусского и российского производства. После февраля 2022 г. некоторые товары для собак стали дефицитными, а часть зарубежных брендов, поставлявшихся из России, и вовсе ушла с белорусского рынка на неопределенный срок. Возникли сложности с поставками аксессуаров и некормовых товаров. В таких условиях основным конкурентным преимуществом для белорусских продавцов стало наличие товара. Дистрибьюторы вынуждены были внимательно планировать ассортимент и постоянно искать альтернативные источники поставок, усложнение импорта привело к повышению цен на товары.

В целом условия работы с зарубежными компаниями для белорусских компаний стали более жесткими или вовсе прекратились. Финансовое, коммерческое и маркетинговое планирование на стратегическом уровне сделалось практически невозможным.

Статистика расходов владельцев животных

Аналитическим центром НАФИ в России был проведен опрос владельцев животных. Это был спецпроект под названием «Траты россиян на домашних животных», проведенный в мае 2023 г. В результате исследования было установлено, что владельцы домашних животных в среднем тратят на своих питомцев 3 тыс. руб. в месяц (39 тыс. руб. в год). С 2019 г. эти расходы выросли почти в 1,5 раза, самая крупная статья расходов – это корма (77%). Доля тех, кто покупает своим питомцам лакомства, корм и пищевые добавки, сократилась на 3 п. п. (с 80% в 2019 г. до 77% в 2023 г.). Следует отметить, что исходя из данных торговых и кинологических организаций, аналогичная тенденция характерна и для белорусских владельцев животных. В табл. 2 и 3 представлены полученные на основе опроса более детальные данные.

Средние затраты россиян на содержание домашнего животного за месяц составили в 2019 г. 2444 руб., а в 2023 г. – 3293 руб.⁷

⁵ URL: <https://zooinform.ru/business/articles/zoomagaziny-belarusi-i-distributory-malenkij-rynok-s-bolshimivozmozhnostyami/>

⁶ URL: <https://zooinform.ru/business/articles/zoomagaziny-belarusi-i-distributory-malenkij-rynok-s-bolshimivozmozhnostyami/>

⁷ URL: <https://nafi.ru/analytics/traty-rossiyan-na-domashnikh-zhivotnykh-vyrosli-na-10-tysyach-rublej-v-god/>

Таблица 2
Расходы на содержание домашнего животного за месяц

Сумма расходов, росс. руб.	Удельный вес, %	
	2019 г.	2023 г.
До 2000, в том числе:	58	46
До 500	18	10
От 501 до 1000	20	16
От 1001 до 2000	20	20
Свыше 2000, в том числе:	24	36
От 2001 до 5000	18	27
Свыше 5000	6	9
Затрудняюсь ответить	18	18

Источник. URL: <https://nafi.ru/analytics/traty-rossiyan-na-domashnikh-zhivotnykh-vyrosli-na-10-tysyach-rublej-v-god/>

Таблица 3
Товары и услуги, оплаченные в течение года*

Наименование товаров и услуг	Удельный вес, %	
	2019 г.	2023 г.
Питание, специальные корма и добавки	80	77
Профилактические ветеринарные услуги	29	40
Лечение животных (срочная ветеринарная помощь)	16	18
Груминг	6	15
Услуги кинолога или зоопсихолога	2	8
Транспорт (платная перевозка животных)	18	24
Услуги выгула	3	9
Передержка (содержание в гостиницах для животных)	2	8

* Сумма может составлять более 100%, так как у респондентов была возможность выбрать несколько вариантов ответов.

Источник. URL: <https://nafi.ru/analytics/traty-rossiyan-na-domashnikh-zhivotnykh-vyrosli-na-10-tysyach-rublej-v-god/>

Оптовая и розничная торговля кинологаическими товарами в Беларуси

Кинологаическими товарами в Беларуси торгует около тысячи магазинов, из них в Минске – более 460. Примерно треть торговых объектов принадлежит крупнейшим сетям: Zoobazar, ZOOмаркет и Доктор Вет. Удельный вес их суммарного объема продаж на рынке эксперты оценивают примерно в 30–40%.

Zoobazar и ZOOмаркет – предприятия, возникшие в результате разделения круп-

ной компании в 2011 г. Из 23 существовавших тогда торговых объектов в формате «магазин у дома» 10 торговых точек вместе с интернет-подразделением стали основной сети ZOOмаркет. Из остальных магазинов была создана сеть Zoobazar, в состав которой входит уже более 200 торговых точек по всей территории республики, при этом 85 из них находится в Минске. В настоящее время ZOOмаркет насчитывает около 100 торговых точек и связанный с ними интернет-магазин «E-zoo», который является лидером в продажах.

Доктор Вет – крупная сеть в республике, насчитывает около 60 торговых точек. Компания открывает зоомагазины-ветеринарные аптеки в торговых центрах. Особенности сети – продавцы имеют ветеринарное образование, в ней продаются бюджетные товары, в отличие от Zoobazar и ZOOмаркет.

Следует также отметить предприятия, работающие на региональном уровне. В Минске это зоомагазины «Стрелка» (23 торговые точки); в Витебске – «Кот и Пес» (22 ветклиники и зоомагазина), «Зоолавка» (20 торговых точек) и «Хамелеон» (15 магазинов); в Бресте – «Доктор Хвостов» (эта сеть из 19 магазинов выросла из оптового бизнеса «Альпака-Бел»). Среди прочих можно выделить могилевскую сеть «Какаду» и гродненскую «Зоосферу».

Сегодня ни одна из оптовых организаций не поставляет в Беларусь полную ассортиментную группу товаров. Практически все торговые марки на рынке разделены между основными игроками. Кто-то лидер в дистрибуции кормов, а кто-то – в сегменте наполнителей или ветеринарных препаратов.

Крупнейшими оптовыми поставщиками в Беларусь товаров для собак являются организации: «РусканБел» (Royal Canin), «Алиди-вест» (Purina), «Ветторгпартнер» (Hill's), «ТИАН групп», «Альпака-Бел» и «ТриолБел». Лидером рынка кормов в стране эксперты считают торговую марку Royal Canin. Отпускные цены на товары у «РусканБел» на национальном рынке ниже, чем в России.

«Ветторгпартнер» – один из крупнейших оптовиков. Компания на рынке с 2018 г,

имеет более 100 поставщиков, заключила эксклюзивные контракты с Hill's, Gheda, JRS, Nederma, BEEZTEES, использует более 5 тыс. м² складских помещений. Она является лидером по продаже ветеринарных препаратов для мелких собак в Беларуси, сотрудничает с российскими компаниями «Апиценна», «АВЗ», «Астрафарм», «VEDA», а также зарубежными предприятиями «MSD Animal Health», «Elanco», «KRKA», «Zoetis». Занимаемая ею доля продаж на рынке ветеринарных препаратов в Беларуси оценивается в 75–80%.

Компания «ТИАН Групп», созданная в 2007 году, сотрудничает с «TRIXIE», «COLLAR», «SAVIC», «CELPAP», «GIGWI» и «Мираторг». Является посредником в отношении некоторых белорусских зоокомпаний при поставках товаров для собак в gros-сери-сегмент.

«Альпака-Бел» – мультибрендовый дистрибьютор зоотоваров, находится в г. Бресте, работает с 2004 г. и продвигает продукцию российских компаний «Велкорма», «Mealberry», «Экопром» и «Лидинг».

«ТриолБел» работает на рынке с 2016 г., является официальным представителем ассоциации предпринимателей зообизнеса «Триол» в Республике Беларусь. Портфель компании включает порядка 3 тыс. ассортиментных позиций, за исключением ветеринарного направления. Основными брендами компании являются: «Brit», «Cat Step», «Triol», «Darsi», «Molina» и «Hagen». Компания располагает 2500 м² складских помещений.

Оптовая компания «ВетМедиаСервис» работает на рынке с 2009 г., реализует медикаменты и расходные материалы для ветеринарных клиник (в ассортименте более 10 тысяч наименований), имеет собственное производство и склад в 2000 м² в Витебске.

В числе достаточно крупных оптовых компаний можно выделить: «Трибьют» – импортер продуктов «Versele-Laga»; «СанаВиСервис» – дистрибьютор ветеринарных препаратов для продуктивных животных; «Зоотерра плюс» – продвигает бренд «Natural Protection» и др.

Особенностью белорусского оптового рынка является то, что корма некоторых популярных брендов (например, Monge,

Bosch, Happy Dog, Josera, Farmina) в страну привозят небольшие компании. В сетевых магазинах этих брендов практически нет, они реализуются в небольших магазинах и через интернет-сайты.

Производство кормов в Беларуси

В Беларуси небольшое количество производителей занимается изготовлением кормов, специализированных предприятий практически нет. Как и в России, влажные корма для собак производят на мясокомбинатах, которые выпускают продукты для людей. Изготовлением сухих кормов занимаются только ОАО «Жабинковский комбикормовый завод» и частное предприятие «Пэтс Фуд», которое работает с 2016 г. в г. Гродно и владеет собственной торговой маркой «Pets Brunch» (в России «Landor»).

В ассортименте компании «Пэтс Фуд» продукты премиального и суперпремиального класса для собак. На заводе используется как сухое сырье, так и сырое мясо (до 30% в составе корма). В линейках «суперпремиум» ингредиенты животного происхождения составляют от 40 до 48%. В настоящее время мощности завода полностью не загружены, предприятие имеет возможность увеличить выпуск продукции на 10–15%.

На «Жабинковском комбикормовом заводе» продукты для собак изготавливают на отдельной линии. Рецепты кормов разработаны при участии Витебской ветеринарной академии и компании «Petfood Specialities». Для собак продукция выпускается под брендами «Petboom», «РЭКС» и «ONLY» базового, среднего и премиального класса. Продукция широко представлена в розничных магазинах, экспортируется в Россию, а также поставляется в силовые структуры Беларуси. Планируется производство лечебного и ветеринарного питания. В производстве сухих кормов используются американские технологии⁸.

Одним из крупнейших мясоперерабатывающих заводов Беларуси является ООО «Квинфуд». Предприятие изготавливает консервированный корм для собак в жестяных банках и ламистерях под брендом

⁸ URL: <https://zooinform.ru/business/v-belarusi-narashhivajut-proizvodstvo-kormov-dlya-sobak-i-koshek/>

«PROPS». В производстве используются натуральные мясные ингредиенты, продукция реализуется как в Беларуси, так и в России.

Развитие кинологических услуг в Беларуси

Кинологические услуги включают социализацию собак, груминг, подготовку к выставкам (хендлинг), ветеринарные услуги, консультации по уходу и содержанию животных, клубную деятельность (оформление документов и племенная работа). Профессиональные кинологи помогают в решении проблем поведения, обучают командам и развивают навыки послушания у собак. Кроме того, кинологические услуги способствуют развитию спорта с собаками, такого, как фристайл, аджилити, дог-фризби и другие. Все более востребованными становятся груминг-салоны и гостиничные услуги (Frątczak-Rudnicka, 2015).

Рынок груминг-услуг достаточно молодой. Первый салон «4 лапы» открылся в Минске в 2008 г. В 2010 г. в центре Минска по договору франшизы начал работу салон «Милорд». В 2016 г. в столице насчитывалось 15 салонов, в других крупных городах – три. В начале 2024 г. в Минске и Минской области работало 69 груминг-салонов и частных кабинетов, в областных центрах – 48, а всего в стране – более 140.

Гостиница для животных – капитальное строение (здание, сооружение или изолированное помещение), предназначенное для осуществления деятельности по содержанию животных, переданных их владельцами в указанных целях на определенное время⁹. В Республике Беларусь насчитывается 24 гостиницы для собак. «Дружок» – единственная сеть государственных гостиниц для животных в Минске.

Данный бизнес имеет сезонность, спрос на услуги резко возрастает в летний период (сезон отпусков) и длительные праздники. В соответствии с п. 2 и 3 главы 6 ст. 30 Закона от 01.04.2024 г. № 361-З «Об ответственном обращении с животными», с 1 января 2026 г. размещать гостини-

цы для животных можно будет только в нежилых помещениях, что существенно повлияет на этот бизнес.

Первая негосударственная ветеринарная клиника «Доктор Вет» открылась в Минске в 1997 г. Сегодня она состоит из двух больших ветеринарных центров и нескольких ветеринарных кабинетов в Минске. При каждой клинике есть ветеринарные аптеки и зоомагазины. Сеть «Альфа-Вет» работает с 2008 г, сегодня она состоит из трех клиник. Ветеринарные центры доктора Базылевского работают в Беларуси с 2008 г. В сеть входят восемь клиник полного цикла, ведущих прием в круглосуточном режиме, и ветеринарная школа. С 2019 г. они оказывают услугу МРТ для животных. Хорошо оснащена оборудованием основанная в 2012 г. ветеринарная клиника «Сас Энимал Сервис» в Минске.

На ветеринарном рынке Беларуси спрос значительно превышает предложение, ветеринарный рынок республики освоен примерно на 40%. Качество услуг клиник в областных центрах ниже, чем в столице. В маленьких городах клиник для животных нет, поэтому владельцы животных вынуждены обращаться за помощью в столичные или областные клиники. Владельцы собак наносят визиты к ветеринару в среднем два раза в год, не учитывая экстренных случаев, связанных с травмами.

Одна из причин недостатка клиник – проблема с кадрами. Например, в Витебской ветеринарной академии очень мало выпускников со свободным распределением. Поэтому те, кто учился за счет бюджетных средств, обязаны после окончания вуза отработать по распределению в сельском хозяйстве.

Общая численность ветеринарных клиник и ветеринарных станций насчитывает 258 учреждений по данным «Зооветеринарного портала Беларуси»¹⁰.

Рост рынка сдерживался инфляцией, снижением доходов потребителей, удорожанием импортных ветеринарных препаратов. За 2018–2022 гг. объем ветеринарного рынка Беларуси увеличился в 1,6 раза, что обусловлено эффектом низкой базы¹¹.

⁹ Закон Республики Беларусь от 1 апреля 2024 г. № 361-З.

¹⁰ URL: <https://1vet.by/?vetcliniki>

¹¹ URL: <https://marketing.rbc.ru/research/50511/>

Емкость белорусского рынка ветеринарных услуг для собак в 2024 г. составила 3,62 млн руб. (без учета срочной ветеринарной помощи и плановых операций).

Достаточно востребованы услуги хендлинга – подготовки собаки к показу на выставке. Спрос на услуги хендлинг-залов продолжает расти, особенно в осенне-зимний период. В хендлинг-залах помимо ринговой дрессуры проводятся занятия по социализации, дрессировка, обучение, а также соревнования по аджилити, ноузорку и другим видам дрессировок.

На рынке Беларуси действует 10 официально зарегистрированных хендлинг-залов. Наиболее просторные, с несколькими хендлинг-зонами, находятся в Минске – КЦ «ХеппиДог», КЦ «ДогКлуб», «Дог-центр S5».

Активная работа кинологических сообществ направлена на популяризацию кинологии, что поддерживает довольно высокий спрос на породистых собак. Старейшие кинологические клубы Беларуси имеют многолетнюю историю, а некоторые из них существуют с начала 1990 годов. Всего в Беларуси более 30 клубов, и каждый из них проводит по несколько выставок ежегодно. В 2024 г. состоялось 72 выставки республиканского и регионального уровней.

Особенности торговли кинологическими товарами и услугами

Кинологические товары – это продукция, предназначенная для ухода за собаками, их обучения, дрессировки, содержания и развлечений – от игрушек и аксессуаров до специализированного оборудования и инструментов. В мире очень популярны маркетплейсы, особенно среди людей в возрасте до 45 лет, которые активно пользуются сетью Интернет и совершают там свои покупки. Например, в США поколения людей «миллениум» и «X» составляют преобладающее большинство владельцев собак – более 67% согласно исследованию «Common Thread Collective»¹². Люди в возрасте 18–34 лет склонны тратить большие суммы денег на домашних животных по сравнению со старшим поколением. Такой вывод

опубликован «Morgan Stanley» в результате проведенного исследования¹³. У потребителей из промышленно развитых стран отмечается рост расходов на домашних животных, они стали проводить с ними больше времени (Kylkilahti, 2016; Maharaj, Kazanjian, Borgen, 2018).

На белорусском рынке производителей кинологических товаров для содержания и дрессировки можно выделить ряд предприятий. ЧТУП «ГЮ-ВАС» осуществляет свою деятельность с 2008 года. Специализацией предприятия является производство белорусской качественной одежды и мебели (лежаки, домики, вольеры, клетки) для собак. С момента открытия «ГЮ-ВАС» значительно расширил ассортимент производимых зоотоваров, реализуемых как на рынке Республики Беларусь, так и в странах ближнего зарубежья. СООО «Волшебный остров» производит мягкие игрушки для собак, а СООО «ПП Полесье» – миски.

Более 80% ассортиментной группы товаров для собак (от средств для кормления до специализированных товаров) импортируется. Товары завозят в нашу страну из Китая, Италии, России, Индии, Малайзии и других стран. На нашем рынке представлено большое количество брендов, в том числе: «Mr. Kranch», «Beeztees», «Ferplast» и «Joyser».

Крупнейшими импортерами являются ООО «ВАЛТА БР», ООО «Ветторгпартнер», ООО «ВВП-ЗооВет», ЧУП «РусканБел», ООО «Алиди-Вест», ООО «ХДПЛ БЕЛ».

К основным группам кинологических товаров относятся:

- амуниция (намордники, ошейники, поводки);
- основные средства для кормления и питья (миски);
- дополнительные средства для кормления и питья (подставки, кормушки);
- специализированное оборудование (переноски, лежаки; вольеры);
- средства игры и поощрений (игрушки);
- одежда для собак;
- сухие и влажные корма, лакомства и консервы.

¹² URL: <https://commonthreadco.com/blogs/coach-corner/pet-industry-trends-growth-ecommerce-marketing>

¹³ URL: <https://www.morganstanley.com/what-we-do/research>

В табл. 4 представлены данные о годовом потреблении кинологических товаров и услуг в стоимостном выражении.

Таблица 4

Потребление кинологических товаров и услуг

Показатель	Годовое потребление в ценах 2024 г., млн руб.
Амуниция	4,88
Средства для кормления и питья	1,62
Дополнительные средства для кормления и питья	4,12
Специализированное оборудование	12,99
Средства игры и поощрений	1,18
Одежда (для собак)	1,15
Лакомства и влажные корма	41,81
Сухие корма	112,85
Груминг	10,32
Ветеринарные услуги	3,62
Хендлинг (дрессировка)	0,95
Выставочная деятельность	0,90
Клубная деятельность	0,72
Зоогостиницы, киперинг	0,23
Итого	197,32

Источник. Авторская разработка на основе данных белорусских производителей кинологических товаров: URL: <https://guvas.by/>; URL: <https://petsfriend.by/>; URL: <https://bcu-upo.org/>; URL: <https://garfield.by/catalog/dogs.html>

Общая емкость рынка кинологических товаров и услуг составляет 197,32 млн руб./год. В целом, данный рынок имеет значительный потенциал для развития. Количество собак в стране, для которых приобретаются товары и услуги, имеет тенденцию роста. В настоящее время растет интерес российских компаний к импорту товаров для собак из Беларуси, увеличились запросы на отечественные и импортные корма от маркетплейсов.

К основным факторам, влияющим на развитие рынка кинологических товаров и услуг, следует отнести: рост популярности собак как домашних животных, развитие культуры ответственного собаководства, растущий интерес к кинологическому спорту и активному отдыху с собаками. Для успешного развития рынка кинологических товаров и услуг необходимо расширение ассортимента предлагаемых товаров и услуг, повышение их качества и доступности, а также развитие системы профессионального обучения и повышения квалификации специалистов в области кинологии.

Таким образом, белорусский рынок кинологических товаров и услуг в своем развитии повторяет, за некоторым исключением, основные тенденции российского рынка. В Беларуси достаточно ресурсов и возможностей для увеличения производства кинологических товаров и оказания услуг. Необходимо снижать импорт и расширять ассортимент производимой отечественной продукции в условиях растущего спроса.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ
(REFERENCES)**

Frątczak-Rudnicka B. 2015. Two Billion on a Leash. *Marketing w Praktyce*. No 3. PP. 9–11.

Gromek N., Perek-Biaias J. 2022. Why is Pet Goods Consumption Imperceptible for Economists? A Scoping Review. *SN Bus Econ*. Vol. 2. No 11. P. 172 DOI: 10.1007/s43546-022-00349-5

Kylkilahti E., Syrjälä H., Autio J., Kuismin A., Autio M. 2016. Understanding co-Consumption Between Consumers and their Pets. *International Journal of Consumer Studies*. Vol. 40. No 1. PP. 125–131.

Maharaj N., Kazanjian A., Borgen W. 2018. Investing in human – Animal Bonds: What is the Psychological Return on Such Investment? *Loisir et Société/Society and Leisure*. Vol. 41. No 3. PP. 393–407.

MARKET OF CANINE GOODS AND SERVICES IN BELARUS: PECULIARITIES AND PROSPECTS

Maxim Nikolsky¹ (<https://orcid.org/0009-0004-2025-1509>)

¹ Belarusian State University (Minsk, Belarus).

Corresponding author: Maxim Nikolsky (maxnikolsky007@gmail.com).

ABSTRACT. The article characterizes the Belarusian market for canine goods and services. It examines the peculiarities of wholesale and retail trade in these products and assesses the development of canine services in the national market. Additionally, the factors influencing the development of the market for canine goods and services are highlighted.

KEYWORDS: canine goods market, canine services, wholesale and retail trade, product development.

JEL-code: M21, G12, L81, L84.

DOI: 10.46782/1818-4510-2025-1-138-145

Received 25.11.2024

In citation: Nikolsky M.A. 2025. Market of Canine Goods and Services in Belarus: Peculiarities and Prospects. *Belorusskiy ekonomicheskiy zhurnal*. No 1. PP. 138–145. DOI: 10.46782/1818-4510-2025-1-138-145 (In Russ.)

