

2. Рівень безробіття в Україні (2000-2021). МінФін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/> (дата звернення: 10.04.2025).
3. Кількість зареєстрованих безробітних (2024). МінФін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/unemploy/register/2024/> (дата звернення: 10.04.2025).
4. Кочума І. Ю. Стан зайнятості та безробіття в Україні на сучасному етапі. *Фінансовий простір*. 2013. № 3. С. 119–126
5. Гаман О., Темченко О. АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ БЕЗРОБІТТЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЯВИЩА РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50.
6. Президент України підписав закон про спрощення процедур надання допомоги з безробіття | Міністерство економіки України. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail/96219511-20de-4b92-8df1-6d4c385e79f5?lang=uk-> (дата звернення: 11.04.2025).
7. У 2025 році ми розширюємо програми зайнятості та підтримки бізнесу, – Юлія Свириденко на зустрічі з працівниками Державної служби зайнятості | Міністерство економіки України. URL: <https://me.gov.ua/News/Detail/59ebc44a-13ef-4427-aa09-e60a9192e55a?lang=uk> (дата звернення: 11.04.2025).

**Волеваха А.С.,**  
*студентка ОПП «Маркетинг», 3 курс,*  
*Національний університет «Києво-Могилянська академія»*  
Науковий керівник: Палієнко Т.П.,  
PhD з економіки, старший викладач

## **ТРАНСФОРМАЦІЯ СПОЖИВЧИХ УПОДОБАНЬ МОЛОДІ ЩОДО ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ**

Повномасштабне військове вторгнення російської федерації в Україну в 2022 році спричинило істотні трансформації у споживчій поведінці населення, зокрема молоді. У нових соціально-економічних умовах значно зросла увага до якості, безпечності, надійності та країни походження харчової продукції. Європейські товари, які асоціюються з високими стандартами виробництва, екологічністю та стабільністю, стали більш доступними та почали сприйматися молодим поколінням як більш привабливі та відповідні сучасним ціннісним орієнтирам. На цьому тлі спостерігається зростання частки імпортової продукції з країн Європейського Союзу на українському ринку, що супроводжується переосмисленням споживчих пріоритетів молоді. Зміни охоплюють не лише продуктові категорії, а й критерії вибору, включаючи естетичні, етичні та функціональні характеристики продукції, що актуалізує тему дослідження.

Основи вивчення мотивації споживачів та їх уподобань у маркетингу були закладені Ф. Котлером та М. Окландером. На їхню думку, мотивація споживача — це потреба, яка досягла такого рівня інтенсивності, що стимулює людину до дій, спрямованих на її задоволення. [1]. В українському академічному дискурсі споживчі уподобання визначаються як система сталих або змінних орієнтирів вибору товарів, які базуються на особистих смаках, доходах, рівні довіри до брендів і впливі інформаційного середовища [2]. У міжнародній економічній науці (зокрема в межах теорії корисності) під споживчими уподобаннями розуміють суб'єктивні смаки індивідів, що визначають їхній вибір між альтернативними товарами і вимірюються поняттям граничної корисності [3]. Таким чином, міжнародний підхід є більш формалізованим і спрямованим на моделювання поведінки споживача з точки зору раціонального вибору, тоді як національний акцентує увагу на соціально-психологічних та культурних аспектах формування попиту. У цьому дослідженні ці підходи розглядаються як комплементарні, що дозволяє комплексно аналізувати трансформації споживчих уподобань молоді в Україні на тлі змін у харчовій пропозиції, зумовлених зростанням частки імпортованих продуктів харчування з країн ЄС у 2021–2024 роках.

Аналіз товарної структури імпорту харчової продукції з країн Європейського Союзу до України у 2021–2024 роках дозволяє простежити як загальну тенденцію до зростання обсягів ввезення, так і внутрішню диференціацію за окремими категоріями продукції. Імпорт продовольчих товарів із країн ЄС відіграє важливу роль у формуванні споживчого ринку в умовах воєнного часу, обмежених внутрішніх виробничих можливостей та зростаючих очікувань з боку споживачів, особливо молоді, щодо якості, безпечності та асортименту харчової продукції.

У таблиці 1 наведено обсяги імпорту за основними позиціями згідно з УКТ ЗЕД, що є офіційною товарною номенклатурою Митного тарифу України, а також динаміку змін у порівнянні з попередніми роками. Особливу увагу приділено готовій харчовій продукції як узагальненій категорії (група IV) та підкатегоріям, що становлять вагому частку в структурі імпорту.

Таблиця 1

**Динаміка імпорту харчової продукції з країн ЄС до України, 2021-2024 рр.**

Код і назва товарів згідно з УКТ ЗЕД	Імпорт/Imports 2021 р		Імпорт/Imports 2022		Імпорт/Imports 2023		Імпорт/Imports 2024	
	тис. дол. США/thsd. USD	у % до 2020/in % to 2020	тис. дол. США/thsd. USD	у % до 2021/in % to 2021	тис.дол. США / thsd. USD	у % до 2022 / in % to 2022	тис.дол. США / thsd. USD	у % до 2023 / in % to 2023
<b>Готові харчові продукти</b>	<b>2263244,2</b>	<b>121,0</b>	<b>1745120,6</b>	<b>77,1</b>	<b>2247547,2</b>	<b>128,8</b>	<b>2501625,3</b>	<b>111,3</b>
16 продукти з м'яса, риби	80921,4	123,8	86767,6	107,2	86527,2	99,7	94021,6	108,7
17 цукор і кондитерські вироби з цукру	80702,2	179,6	43816,8	54,3	62119,9	141,8	66664,2	107,3
18 какао та продукти з нього	259502,7	114,2	158760,8	61,2	213455,0	134,5	289123,9	135,4
19 готові продукти із зерна	248900,7	120,0	206602,1	83,0	233486,4	113,0	258092,1	110,5
20 продукти переробки овочів	131607,6	121,2	138994,8	105,6	165410,3	119,0	163185,0	98,7
21 різні харчові продукти	386183,7	119,2	289405,1	74,9	342892,9	118,5	404978,7	118,1
22 алкогольні і безалкогольні напої та оцет	410855,5	122,5	307698,8	74,9	436363,8	141,8	484132,6	110,9
23 залишки і відходи харчової промисловості	287107,9	123,1	290327,6	101,1	351568,4	121,1	356462,2	101,4
24 тютюн і промислові замітники тютюну	377462,6	116,4	222746,9	59,0	355723,3	159,7	384964,9	108,2

Джерело: створено автором на основі [4]

Окремі підкатегорії демонструють різну динаміку змін. Імпорт м'ясної та рибної продукції (група 16) залишався відносно стабільним із незначним спадом у 2023 році (–0,3 %) і зростанням у 2024-му (+8,7%), що свідчить про стійкий попит на білкові продукти попри воєнні виклики. Натомість цукор і кондитерські вироби (група 17) зазнали суттєвого падіння у 2022 році (–45,7%), з подальшим зростанням у 2023–2024 роках (+41,8 % та +7,3 %), однак загальний рівень імпорту досі не досягнув показників 2021 року. Це може свідчити про зниження інтересу до солодоців на фоні популяризації здорового харчування серед молоді.

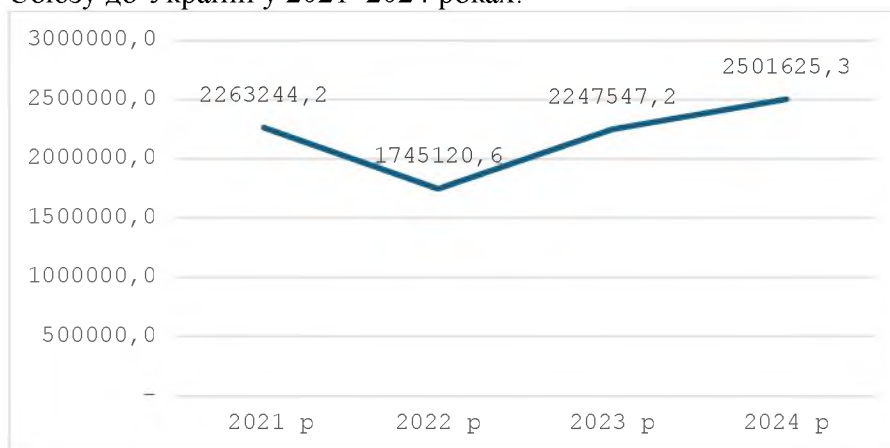
Стабільне зростання демонструють какао-продукти (група 18), які з 2022 до 2024 року збільшилися більш ніж на 80% — показник сталого попиту на якісні десертні товари. Готові зернові продукти (група 19) також зростають поступово, що свідчить про стабільну присутність у споживчому кошику. Продукти переробки овочів (група 20) після росту у 2022–2023 роках у 2024-му трохи зменшилися (–1,3%), що може вказувати на насичення ринку або посилення конкуренції з боку внутрішніх виробників.

Вагоме зростання демонструють універсальні харчові продукти (група 21) та алкогольні й безалкогольні напої (група 22), імпорт яких у 2023–2024 роках суттєво зріс (+41,8% і +10,9%), що, ймовірно, пов'язано з інтеграцією європейських брендів у молодіжну культуру споживання. Залишки харчової промисловості (група 23), що використовуються у вторинному виробництві, зростають щороку, вказуючи на розвиток ресурсоефективних практик.

Імпорт тютюну та його замінників (група 24) після різкого спаду у 2022 році (–41%) повністю відновився й перевищив рівень 2021-го, що може свідчити про переорієнтацію брендів, зміну структури попиту або появу нових ніш.

Загалом, відновлення імпорту після 2022 року супроводжується переорієнтацією молодих споживачів на більш складну, якісну, часто брендовану продукцію з Європи. Структура імпорту свідчить про зміну харчових звичок молоді, їхню увагу до якості, функціональності та відповідності сучасним цінностям споживання.

На рисунку 1 представлено динаміку імпорту готової харчової продукції з країн Європейського Союзу до України у 2021–2024 роках.



**Рис. 1. Динаміка обсягу імпорту готової харчової продукції з ЄС до України, 2021–2024 рр., тис. дол. США**

*Джерело: створено автором на основі [4]*

Як видно з рисунка, після суттєвого зниження імпорту у 2022 році, яке зумовлене наслідками повномасштабного вторгнення, вже з 2023 року спостерігається поступове зростання обсягів постачання готових харчових товарів з ЄС, що триває у 2024 році.

З метою поглибленого аналізу динаміки імпорту готової харчової продукції з країн Європейського Союзу до України у 2021–2024 роках було здійснено власні розрахунки абсолютного приросту та темпів зростання на основі офіційної статистичної інформації (табл. 2).

На основі власних розрахунків виявлено загальну тенденцію до поступового зростання обсягів ввезення, наприклад загальна категорія готових харчових продуктів демонструє приріст у 238,4 млн дол. США, що відповідає темпу зростання +10,53% за чотири роки. Це свідчить про стабілізацію імпортних поставок після провалу у 2022 році, а також про збереження високого попиту на європейську продукцію серед українських споживачів навіть попри складні воєнні умови. Найвищі темпи зростання зафіксовано у таких товарних категоріях: залишки і відходи харчової промисловості (+24,16%), продукти переробки овочів (+23,99%), алкогольні та безалкогольні напої і оцет (+17,84%) та продукти з м'яса і риби (+16,19%). Такі показники свідчать про зміщення споживчого попиту в бік більш обробленої, зручної у використанні та функціональної продукції, що асоціюється з європейською якістю та комфортом споживання.

**Динаміка приросту та темпу росту готової харчової продукції з ЄС до України, 2021-2024 рр.**

Код і назва товарів згідно з УКТ ЗЕД	Власні розрахунки динаміки МТ 2021 та 2024 років	
	Приріст імпорту готової харчової продукції з ЄС до України в 2021-2024 роках, тис. дол. США	Темп росту імпорту готової харчової продукції з ЄС до України в 2021-2024 роках, %
Готові харчові продукти	238381,1	10,53%
16 продукти з м'яса, риби	13100,1	16,19%
17 цукор і кондитерські вироби з цукру	-14038,1	-17,39%
18 какао та продукти з нього	29621,3	11,41%
19 готові продукти із зерна	9191,4	3,69%
20 продукти переробки овочів	31577,5	23,99%
21 різні харчові продукти	18795,0	4,87%
22 алкогольні і безалкогольні напої та оцет	73277,1	17,84%
23 залишки і відходи харчової промисловості	69354,4	24,16%
24 тютюн і промислові заміники тютюну	7502,3	1,99%

*Джерело: розраховано автором на основі [4]*

Водночас негативна динаміка спостерігається лише в одній категорії – цукор і кондитерські вироби з цукру, імпорт яких зменшився на 14,0 млн дол. США (–17,39 %) у порівнянні з 2021 роком, що є наслідком зміни харчових звичок, посилення уваги до здорового способу життя, а також часткової заміни таких товарів на продукцію внутрішнього виробництва.

Особливо важливо підкреслити, що зростання імпорту відбулося на тлі зменшення загальної кількості споживачів в Україні, що пов'язано з масштабною міграцією населення за кордон, втратами через воєнні дії та загальним скороченням платоспроможного населення. Це свідчить не лише про стабільність попиту на певні категорії європейських харчових товарів, а й про зміну якісного складу споживання, зокрема серед молоді, яка частіше орієнтується на продукцію з вищою доданою вартістю, сучасним дизайном, європейським походженням та функціональними характеристиками. Таким чином, структура імпорту у 2024 році відображає не просто відновлення довоєнного рівня постачань, а трансформацію самого характеру споживання в умовах нової соціальної реальності.

Отже, проведене дослідження підтверджує наявність чіткої тенденції до трансформації споживчих уподобань молоді в Україні у бік харчової продукції з країн Європейського Союзу. Зростання обсягів імпорту у 2023–2024 роках, незважаючи на загальне скорочення чисельності споживачів внаслідок воєнних дій, свідчить про зростання значущості таких чинників, як якість, надійність, безпечність та країна походження продукту. Молоді споживачі дедалі частіше віддають перевагу готовій до вживання, функціональній та брендованій продукції, що відповідає сучасним уявленням про зручність, швидкість, мобільність та етичне споживання. У структурі імпорту простежується зростання частки товарів, які поєднують високу технологічність та відповідність стилю життя молодого покоління: йдеться про залишки і відходи харчової промисловості, овочеві напівфабрикати, готові м'ясні вироби та напої. Водночас зменшення обсягів імпорту цукру і кондитерських виробів свідчить про зниження популярності товарів із високим вмістом цукру, зумовлене турботою про здоров'я, а також частковим імпортозаміщенням.

У зв'язку з цим доцільно рекомендувати українським виробникам адаптувати асортимент до очікувань молодіжної аудиторії, зокрема орієнтуватися на продукти з європейським рівнем якості, зручними форматами пакування, функціональним позиціонуванням (здорові перекуси, протеїнові продукти, готові до споживання страви) та чітко сформульованими етичними меседжами (еко, cruelty-free, локальність). Імпортерам і дистриб'юторам варто зосередити

зусилля на просуванні європейських брендів серед молоді шляхом активного використання соціальних мереж, лідерів думок, нативної реклами, а також участі у молодіжних культурних і освітніх ініціативах. Органам державної влади рекомендовано забезпечити сприятливі умови для імпорту стратегічно важливих категорій харчової продукції та водночас стимулювати модернізацію вітчизняного виробництва відповідно до сучасних споживчих вимог.

#### **Список використаних джерел**

1. Окландер М. А., Яшкіна О. І., Чукурна О. П., Кірносова М. В. Маркетингові технології економічного зростання : монографія. Одеса : Астропринт, 2012. 376 с.
2. Сахневич І. С. Поведінка споживача : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 238 с.
3. Kotler P., Keller K. Marketing Management : 15th ed. Harlow : Pearson Education Limited, 2016. 832 p.
4. Товарна структура зовнішньої торгівлі з країнами ЄС у 2024 році. *Державна служба статистики України*. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/tsztt\\_ES/tsztt\\_ES\\_u/arh\\_tsztt\\_es\\_2024\\_u.html](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/tsztt_ES/tsztt_ES_u/arh_tsztt_es_2024_u.html) (дата звернення: 09.04.2025).

**Голопотелюк В.В.,**  
*Студент ОПП «Економіка», 4 курс*  
*Національний університет «Києво-Могилянська академія»*  
Науковий керівник: Палієнко Т.П.,  
PhD з економіки, старший викладач

### **ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ УКРАЇНИ В КРИЗОВИХ УМОВАХ**

Повномасштабна війна, обмеження логістичних маршрутів, руйнування промислових об'єктів та макроекономічна нестабільність істотно змінили структуру зовнішньої торгівлі України. На тлі зниження обсягів товарного експорту та посилення залежності від імпорту, особливо в енергетичному та промисловому секторах, дедалі більшої ваги набуває експорт послуг – зокрема ІТ, транспортних і ділових – як більш гнучкий сегмент, що здатний частково компенсувати втрати у виробничій сфері. Аналіз динаміки та структури експорту послуг дозволяє краще зрозуміти потенціал цієї сфери в умовах обмежених фізичних ресурсів і високих ризиків, а також формувати політику, що сприятиме диверсифікації джерел надходжень і стабілізації зовнішньоекономічної діяльності.

В умовах багаторівневої кризи традиційні механізми підтримки зовнішньої торгівлі втрачають ефективність, що потребує оновлення підходів, зокрема через розвиток сектору послуг як одного з драйверів експортного потенціалу.

Основні завдання полягають у наступному:

- проаналізувати стан зовнішньої торгівлі послугами України у кризовий період;
- визначити основні бар'єри для розвитку експорту послуг;
- виявити можливості адаптації та зростання в нових умовах, розробити рекомендації щодо посилення торговельної спроможності держави через підтримку експортоорієнтованих послуг і нових форм взаємодії з зовнішніми ринками.

Зовнішня торгівля традиційно була одним з основних драйверів економічного зростання України. Проте в умовах війни, деструкції логістики, порушення виробничих ланцюгів та зовнішньополітичної турбулентності її роль та структура істотно змінилися.

Сучасний стан зовнішньої торгівлі України визначається сукупністю як довготривалих, так і кризових чинників. Однією з найгостріших проблем є фізичне руйнування критичної інфраструктури – морських портів, логістичних центрів, елеваторів, залізничних вузлів. Втрата