

Шапран Євген Миколайович, доктор технічних наук, професор кафедри підприємництва, торгівлі і логістики, ORCID ID: 0000-0002-9236-0905

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
вул. Кирпичова, 2, Харків, Україна, 61002*

Гапоненко Ольга Євгенівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі і логістики, ORCID ID: 0000-0003-4672-3311

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
вул. Кирпичова, 2, Харків, Україна, 61002*

Степурина Світлана Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі і логістики, ORCID ID: 0000-0002-2352-1525

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
вул. Кирпичова, 2, Харків, Україна, 61002*

ПРІОРИТЕТНІ ОЗНАКИ ЯКОСТІ, БЕЗПЕЧНОСТІ ТА ЕКОЛОГІЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ У СПОЖИВЧОМУ ВИБОРІ: ТРАНСКОРДОННЕ ПОРІВНЯННЯ

***Анотація.** У статті ідентифіковано пріоритетні ознаки якості, безпеки та екологічності харчових продуктів у споживчому виборі та обґрунтовано доцільність оцінювання якості через сукупність ознак продукту. Показано, що традиційний фокус на загальних товарознавчих показниках є недостатнім для пояснення відмінностей у споживчих пріоритетах і не забезпечує належної доказовості для управлінських рішень у системі контролю якості. Здійснено транскордонне зіставлення профілів споживчого сприйняття, що дало змогу виявити домінування сенсорних ознак у структурі вибору та водночас підвищену увагу до ознак складу й безпеки, які слугують інструментом мінімізації ризиків. Обґрунтовано зростання значущості екологічних атрибутів у споживчих рішеннях і показано, що пріоритети найчастіше концентруються навколо параметрів упаковки, походження продукції та умов виробництва. Окремо акцентовано роль довіри до джерел інформації як критичного чинника для характеристик, які не можуть бути перевірені безпосередньо під час купівлі, та доведено доцільність посилення простежуваності й верифікації заявлених властивостей харчових продуктів. Практичне значення дослідження полягає у формуванні рекомендацій для підприємств аграрного сектору і торгівлі та органів державного контролю щодо вдосконалення комунікації ознак якості, підвищення прозорості контролю та зміцнення довіри до української продукції на ринку ЄС. Перспективи подальших досліджень пов'язані з поглибленням порівняльного аналізу, сегментацією споживачів та апробацією можливостей використання узагальнених індикаторів сприйняття якості в інструментах управлінської діагностики та нефінансовій звітності.*

***Ключові слова:** харчові продукти, споживче сприйняття, ознаки якості, безпека, екологічність, державний контроль, конкурентоспроможність.*

Shapran Yevhen, Doctor of Technical Sciences, Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics, ORCID ID: 0000-0002-9236-0905

*National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»
2, Kirpychova St., Kharkiv, Ukraine, 61002*

Haponenko Olha, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics, ORCID ID: 0000-0003-4672-3311

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

2, Kirpychova St., Kharkiv, Ukraine, 61002

Stepurina Svitlana, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics, ORCID ID: 0000-0002-2352-1525

National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

2, Kirpychova St., Kharkiv, Ukraine, 61002

PRIORITY CUES FOR QUALITY, SAFETY AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY OF FOOD PRODUCTS IN CONSUMER CHOICE: A CROSS-BORDER COMPARISON

Abstract. *The article identifies priority cues of quality, safety, and environmental sustainability of food products in consumer choice and substantiates the feasibility of assessing quality through a set of product cues. It is shown that the traditional focus on general commodity indicators is insufficient to explain differences in consumer priorities and does not provide adequate evidence for management decisions in the quality control system. A cross-border comparison of consumer perception profiles has been conducted, which allowed identifying the dominance of sensory cues in the choice structure and, at the same time, increased attention to composition and safety cues, which serve as a tool for risk minimization. The increasing importance of environmental attributes in consumer decisions has been substantiated, and it is shown that priorities are most often concentrated around packaging parameters, product origin, and production conditions. Special emphasis is placed on the role of trust in information sources as a critical factor for characteristics that cannot be verified directly during purchase, and the feasibility of enhancing traceability and verification of declared food product properties is proven. The practical significance of the study lies in the formation of recommendations for enterprises in the agricultural sector and trade, as well as state control bodies, regarding the improvement of quality cues communication, increasing control transparency, and strengthening trust in Ukrainian products on the EU market. Prospects for further research are related to deepening comparative analysis, consumer segmentation, and testing the possibilities of using generalized indicators of quality perception in management diagnostics tools and non-financial reporting.*

Keywords: *food products, consumer perception, quality cues, safety, environmental sustainability, state control, competitiveness.*

Постановка проблеми. Споживче сприйняття якості харчових продуктів формується як результат інтерпретації ознак якості, якими споживач керується під час їх вибору. У товарознавчих і маркетингових дослідженнях такі ознаки традиційно групують на сенсорні, здоров'язберігаючі та екологічні, оскільки саме вони визначають уявлення споживача про якість, безпечність і корисність продукту в умовах інформаційної асиметрії між виробником і покупцем. Наразі значна частина характеристик не може бути перевірена безпосередньо під час

купівлі, що підвищує роль маркування, походження, формальних підтверджень і довіри до джерел інформації.

В Україні проблема якості та безпечності харчових продуктів набуває додаткової гостроти внаслідок поєднання економічної кризи, воєнного стану, інфляційного тиску та логістичних ризиків, що впливають і на пропозицію, і на поведінку споживачів. За наявними оцінками, близько 48 % споживачів здійснюють закупівлі на локальних ринках, а 45-52 % сімейного бюджету домогосподарств спрямовується на харчування, що підсилює чутливість населення до якості, безпечності та співвідношення «ціна-цінність». Одночасно протягом 2020-2025 років фіксується зростання сегмента ринку органічної продукції майже на 25 %, проте рівень її невідповідності показникам якості все ще сягає 8 %, що актуалізує питання довіри до заявлених характеристик та ефективності контролю.

На тлі активізації транскордонних досліджень, які враховують адаптацію споживчої поведінки населення в сучасних умовах, порівняльні оцінки споживчого сприйняття якості та безпечності харчових продуктів між Україною та європейськими державами все ще залишаються обмеженими. Наявна інформація часто має фрагментарний характер і зосереджується переважно на загальних товарознавчих показниках, без системного аналізу того, які саме ознаки якості споживачі використовують найчастіше та як відрізняються профілі пріоритетів у різних країнах. Невирішеність цієї проблеми знижує аналітичну цінність звітних матеріалів і ускладнює обґрунтування управлінських рішень у сфері товарної політики, контролю якості та комунікацій із ринком.

Актуальність дослідження також зумовлена тим, що якість і безпечність харчових продуктів дедалі більше розглядаються як складова соціальної відповідальності держави та бізнес-сектору щодо збереження здоров'я населення. Саме тому науково-практичного значення набуває узагальнення споживчого сприйняття якості, безпечності та екологічності харчових продуктів у транскордонному вимірі як підґрунтя для вдосконалення національної системи

контролю та підвищення конкурентоспроможності української продукції на європейському ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика вивчення споживчого сприйняття якості та безпечності харчових продуктів перебуває у полі зору багатьох провідних науковців і ґрунтується на підходах до оцінювання якості через сукупність параметрів продукту, які в науковій літературі описують як ознаки, атрибути або характеристики. Як зазначають А. Kramer, В.А. Twigg і P.J. Molnár [1, 2], якість харчових продуктів слід розглядати як сукупність взаємопов'язаних атрибутів – фізичних властивостей, хімічного складу, сенсорних характеристик, мікробіологічних і токсикологічних забруднювачів, строку придатності, а також параметрів упаковки та маркування. Ці атрибути перебувають у динамічній взаємодії, визначають споживчі характеристики продукту та впливають на рішення споживача щодо його купівлі.

На думку V. A. Zeithaml [3], сприйняття якості розглядається як «судження споживача про загальну перевагу або досконалість продукту». Характеристики продукту, які споживачі використовують для визначення якості харчових продуктів, є не лише численними, а й динамічними – вони змінюються залежно від інтересів, занепокоєнь, потреб або рівня споживчих знань. Останніми роками споживачі почали надавати більшого значення аспектам сталого розвитку під час ухвалення рішень про купівлю харчових продуктів. М. R. Darby та Е. Karni [4] розширили цю логіку, увівши поняття «довірчих характеристик» («credence qualities»). Вони визначили їх як такі властивості продукту, які споживач не може достовірно перевірити під час звичайного використання або споживання, тому оцінювання цих характеристик можливе лише за наявності додаткової інформації та зовнішніх підтверджень (маркування, сертифікації, простежуваності тощо). Прикладом є заяви про відсутність негативного впливу на довкілля органічної продукції, які потребують підтвердження, і не можуть бути встановлені безпосередньо споживачем. Подальші роботи розвинули цю теорію. Зокрема, G. T. Ford, D. B. Smith, J. L. Swasy [5] показали, що здатність споживача оцінити достовірні властивості продуктів залежить від його експертності. Вчені J. C. Olson

і J. Jacoby [6] розрізняли внутрішні ознаки товару, тобто невід'ємні властивості самого продукту – колір, форма, смакові якості та зовнішні ознаки – цінник, бренд, упаковка тощо. Встановлено, що споживачі часто більше довіряють внутрішнім ознакам – смаку, свіжості, кольору, ніж зовнішнім – маркуванню, ціні, упаковці під час оцінки харчових продуктів. Так, J.-В.Е.М. Steenkamp [7] запропонував розмежовувати «сигнали якості» як те, що споживач може спостерігати та власне «атрибути якості» – те, чого прагне споживач. Оскільки більшість атрибутів можна перевірити лише після придбання або споживання продуктів, тому покупці здебільшого покладаються на сигнали якості перед покупкою. У зв'язку з цим, у межах моделі інтегральної якості харчових продуктів (Total Food Quality Model) К. Grunert [8] розглядає якість по всьому ланцюгу «від ферми до столу», що пояснює механізм формування очікувань та споживчої оцінки якості на різних етапах.

В останні десятиліття спостерігається зростання уваги до сталості, екологічності та безпечності як складових якості. Зокрема, під впливом занепокоєння станом довкілля і здоров'я, у свідомості європейських споживачів якість дедалі більше асоціюється з методами виробництва (фермерське, органічне), відсутністю шкідливих домішок та впливом продукту на здоров'я. Як наслідок, такі атрибути, як харчова безпека, екологічність виробництва, упаковка, процес виготовлення та поживна цінність, стали невід'ємною частиною оцінки якості і дедалі частіше включаються в наукові аналізи. Новітні європейські емпіричні дослідження підтверджують важливість зазначених підходів. Так, D. C. Petrescu, I. Vermeir, R.M. Petrescu-Mag [9] провели крос-національне опитування споживачів і встановили, що свіжість і смак є ключовими сигналами якості при виборі харчових продуктів. При цьому споживачі Східної Європи зазвичай використовують більшу кількість різних сигналів якості, ніж західноєвропейські, що автори пов'язують із відмінностями у споживчій культурі та доступності інформації. Інше дослідження G. Mascarello, A. Pinto, N. Parise, S. Crovato, L. Ravarotto [10], присвячене профілюванню італійських споживачів, також показало домінування сенсорних характеристик (органолептичних ознак) у

структурі споживчих рішень щодо якості харчових продуктів. В їх роботі виділено дві групи споживачів за пріоритетами: одна орієнтується переважно на смак і зовнішній вигляд, тоді як інша додатково зважає на марку та цінові сигнали. Загалом, проведені дослідження підтверджують висновок V. A. Zeithaml [3] про те, що споживачі судять про якість продукту в цілому, спираючись на набір доступних ознак, серед яких першорядне значення мають відчутні властивості товару. Це узгоджується і з висновками J.-В.Е.М. Steenkampa [7], який відзначав еволюцію споживчих вимог та динаміку поведінки покупців продовольчих товарів під впливом якості.

В українському контексті актуальні наукові публікації свідчать про посилення уваги до якості та безпечності харчових продуктів на тлі викликів сьогодення. Звіти міжнародних організацій та держаних органів вказують на існуючі проблеми. За даними Міжнародної фінансової корпорації (IFC – International Finance Corporation) та Держпродспоживслужби [11, 12], в Україні фіксуються системні порушення безпечності харчових продуктів (перевищення норм вмісту мікотоксинів, пестицидів тощо). Це стимулює науковців до детального вивчення споживчого сприйняття якості. Так, С. М. Кваша, О. М. Павленко, В. Л. Вакуленко [13] проаналізували сучасний стан виробництва і споживання продуктів харчування в Україні, приділивши увагу продовольчій безпеці та якості на внутрішньому ринку. Вони дослідили зміни у структурі споживчого кошика українців і показали, що за 2015-2020 роки відбувалося скорочення споживання базових продуктів, погіршення ланцюгів постачання та, як наслідок, виник «негативний стан продовольчої безпеки» країни. Це опосередковано підкреслює значущість контролю якості та довіри споживачів до харчових продуктів у сучасних умовах. Інші українські дослідники зосереджуються на правових і поведінкових аспектах забезпечення якості. Зокрема, О. В. Запотоцька [14] дослідила механізми державного регулювання у сфері безпечності та якості харчових продуктів, приділяючи увагу удосконаленню дозвільних процедур і нагляду. Вона акцентує увагу на необхідності ефективного впровадження норм закону «Про основні принципи та вимоги до безпечності та

якості харчових продуктів» та контролю за маркуванням і використанням харчових добавок як засобах захисту споживача. У цілому українські науковці констатують, що споживачі стають більш вимогливими до гарантій якості. Результати опитувань фіксують зростання інтересу до інформації на етикетках, екологічних сертифікатів, місця походження продуктів тощо. Вітчизняні дослідження відзначають, що під впливом резонансних скандалів довіра до офіційних маркувань була частково підірвана, тому формування прозорої системи інформування, наприклад, через QR-коди для простежуваності, є перспективним інструментом підвищення довіри споживачів. Таким чином, аналіз сучасних публікацій як європейських, так і українських авторів показує єдність тенденцій: сенсорні характеристики якості залишаються визначальними для споживачів, однак атрибути безпечності, здоров'язбереження та екологічності набувають все більшого значення в оцінці харчових продуктів. Це слугує методологічною базою для подальшого дослідження споживчого сприйняття якості та підтверджує важливість інтеграції зазначених характеристик у практику маркетингу та державного контролю.

Метою статті є ідентифікація пріоритетних ознак якості, безпечності та екологічності харчових продуктів у споживчому виборі, а також транскордонне порівняння профілів споживчого сприйняття за цими ознаками з подальшим обґрунтуванням практичних рекомендацій для вітчизняних підприємств аграрного сектору і торгівлі та органів державного контролю щодо підвищення конкурентоспроможності й експортного потенціалу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для досягнення поставленої мети було адаптовано анкету D. C. Petrescu, I. Vermeir, R. M. Petrescu-Mag [9], у якій автори використовують термін «quality cues» («сигнали якості»), маючи на увазі перелік характеристик, на підставі яких споживачі оцінюють якість харчових продуктів під час вибору. У подальшому зазначені 59 сигналів якості будемо позначати як ознаки якості харчових продуктів, оцінені за семибальною шкалою частоти використання. З метою підвищення інтерпретації результатів і

забезпечення логічної структури аналізу масив із 59 ознак якості було згруповано за змістовими блоками і подано у табл. 1.

Анкета містила відкриті запитання щодо пріоритетів здоров'язберігаючих та екологічних характеристик, а також блоки, спрямовані на оцінювання загальної уваги до якості, рівня довіри до джерел інформації та сприйняття впливу харчових продуктів на здоров'я людини. Загальний обсяг вибірки становив 797 респондентів, з яких 441 особа представляла Бельгію та 356 – Україну [9]. Адаптація інструментарію до українського контексту здійснювалася з використанням офіційних даних Держстату України та матеріалів Держпродспоживслужби [12, 15].

Таблиця 1 – Групування 59 ознак якості харчових продуктів

Блок ознак якості, кількість	Перелік ознак
1. Сенсорні або органолептичні (4)	зовнішній вигляд; запах; смак; свіжість
2. Практичність і використання (6)	кількість, обсяг; термін придатності; тип обробки, переробки; простота приготування; інструкція з приготування; інструкція зі зберігання
3. Харчова цінність і нутрієнтний профіль (7)	вміст жирів; вміст солі; вміст цукру; калорійність; вітаміни та мінерали; вміст клітковини; вміст білків
4. Склад, безпечність і технологічні ризики (9)	склад (перелік інгредієнтів); наявність барвників; наявність консервантів; наявність підсилювачів смаку; інші хімічні добавки; наявність ГМО; використання клонованих тварин (походження сировини); алергени; гігієнічні стандарти (обробка, зберігання, викладка)
5. Походження та автентичність (8)	країна походження; локальний продукт (місцевого походження); «вироблено в ЄС»; продукт «з гір» (походження з гірських регіонів); традиційний продукт; натуральний продукт; продукт із диких тварин або рослин (сировина дикого походження); продукт вільного вихулу (тварини мають можливість вільно пересуватися на відкритому повітрі)
6. Виробник, ринкові та інформаційні (7)	назва виробника; назва імпортера; бренд (торгова марка); новинка на ринку; популярність; знайомість, звичність для споживача; доступність на ринку (легко знайти у продажу)
7. Сертифікації та знаки довіри (5)	сертифікаційне маркування «органічний продукт»; сертифікаційне маркування ISO; сертифікація PDO, PGI, TSG: захищена назва походження (PDO – Protected Designation of Origin), захищене географічне позначення (PGI – Protected Geographical Indication), гарантована традиційна особливість (TSG – Traditional Speciality Guaranteed); сертифікація «чесна торгівля» (Fair Trade); сертифікація Альянсу дощових лісів і вуглецевий слід (Rainforest Alliance / Carbon Footprint)

Блок ознак якості, кількість	Перелік ознак
8. Еколого-соціальні та етичні (10)	інформація про соціальну справедливість (умови праці, оплата, недопущення дитячої праці тощо); інформація про вирубку, відновлення лісів; інформація про використання добрив і пестицидів; інформація про забруднення від виробництва; інформація про добробут тварин; інформація про використання ресурсів у виробництві, транспортуванні (вода, енергія тощо); інформація про придатність упаковки до перероблення та про кількість використаної упаковки; інформація про втрату біорізноманіття; інформація про обсяг відходів на етапах виробництва, логістики, зберігання та споживання; матеріал упаковки
9. Цільові (спеціальні) (2)	продукт для дітей; продукт для людей з діабетом
10. Економічні (1)	ціна

Для обробки результатів застосовано методи дескриптивної статистики, непараметричні критерії Манна-Уїтні, а також багатофакторний регресійний аналіз, у якому незалежними змінними виступали увага до якості, відсотки міських жителів та осіб жіночої статі, а також суб'єктивна оцінка впливу їжі на здоров'я людини. Соціально-демографічні характеристики вибірки і результати моделювання уваги споживачів до якості і безпечності харчових продуктів наведено у табл. 2.

Таблиця 2 – Результати моделювання уваги споживачів до якості та безпечності харчових продуктів

Показник вибірки	Бельгія	Україна	Середнє значення показника
Жінки, %	64	62	63
Міські жителі, %	51	55	53
Оцінка уваги до якості і безпечності продуктів, балів	5,5 ± 1,0	6,1 ± 0,8	5,8

Як видно з даних таблиці 2, вибірка є збалансованою за основними соціально-демографічними показниками. Частка жінок становить 62 % при дещо вищому показнику міських жителів (55 %) в українській підвибірці. За результатами досліджень було встановлено важливу відмінність щодо рівня загальної уваги до якості харчових продуктів, який в Україні був статистично вищим – 6,1 бали проти 5,5 у Бельгії.

Отримані результати свідчать, що українські споживачі в середньому демонструють вищу концентрацію оцінок у верхньому діапазоні шкали, що може пояснюватись недосконалістю системи контролю якості продукції в державі і чутливістю до безпечності харчових продуктів. Слід відзначити, що респонденти обох країн найчастіше називали такі ознаки якості: зовнішній вигляд, ціну, перелік інгредієнтів, країну походження та свіжість. При цьому частка українських споживачів, які звертали увагу на ці ознаки, є дещо вищою, що підтверджує загальну тенденцію до зростання суб'єктивної уваги до якості. Для більш детального аналізу порівняльні результати оцінювання споживачами топ-10 ознак якості та безпечності продуктів харчування за семибальною шкалою (від 0 до 7) наведено у таблиці 3.

Таблиця 3 – Результати оцінювання споживчого сприйняття ознак якості та безпечності харчових продуктів

Ознаки якості та безпечності харчових продуктів	Середнє значення, балів	Бельгія, балів	Україна, балів	Значення критерію Манна-Уїтні
Свіжість	5,8	5,8	5,9	0,03
Смак	5,7	5,4	6,0	0,001
Зовнішній вигляд	5,6	5,3	5,9	0,002
Ціна	5,4	5,4	5,5	0,12
Запах	5,4	4,9	5,9	< 0,001
Перелік інгредієнтів	5,3	5,1	5,5	0,01
Термін придатності	5,2	4,8	5,7	< 0,001
Локальний продукт	5,2	5,3	5,4	0,21
Матеріал упаковки	5,0	5,0	5,1	0,34
Органічний продукт	4,9	5,1	4,7	0,05

Ці дані (табл. 3) свідчать про домінування в обох країнах сенсорних ознак якості, зокрема свіжості, смаку та зовнішнього вигляду продуктів харчування. Порівняння вибірок показує, що українські споживачі за низкою показників демонструють вищі оцінки, однак статистична значущість цих відмінностей є неоднорідною. За критерієм Манна-Уїтні статистично значущі відмінності встановлено для смаку ($p = 0,001$), зовнішнього вигляду ($p = 0,002$), запаху ($p < 0,001$), терміну придатності ($p < 0,001$) та інформації про інгредієнти ($p = 0,01$),

тоді як за ціною ($p = 0,12$), локальним походженням ($p = 0,21$) та упаковкою ($p = 0,34$) відмінності не досягають рівня статистичної значущості.

Отримані результати добре узгоджуються з положеннями теорії використання сигналів (ознак) якості та підтверджують зсув у бік більш інтенсивного використання сенсорних та екологічних характеристик у сучасних ринкових умовах. При цьому додатковий аналіз показав, що найбільш значущими для респондентів є інформація про харчову цінність, перелік інгредієнтів і наявність добавок. Частка споживачів, які орієнтувалися на ці ознаки, становить 32 %, 27 % і 30 % відповідно. Результати регресійного аналізу також свідчать, що увага до якості є ключовим фактором використання здоров'язберігаючих ознак, оскільки варіації відповідних параметрів змінювались від 13 до 17 %. Для українських споживачів також характерне зростання майже на 20 % інтересу до пробіотиків і вітамінізованих продуктів, що відображає зміну пріоритетів у бік профілактики захворювань.

З метою кількісного узагальнення відмінностей між країнами додатково розраховано індикатори (середні значення) для трьох укрупнених вимірів на підставі показників, наведених у таблиці 3. Сенсорний вимір (свіжість, смак, зовнішній вигляд, запах) становив у Бельгії 5,35 бали, тоді як в Україні – 5,93 бали, що відображає більш виражену опору українських споживачів на органолептичні ознаки як швидкі критерії оцінювання якості. Вимір «контроль складу та безпечності» (перелік інгредієнтів, термін придатності) був вищим в Україні (5,6 бали) порівняно з Бельгією (4,95 бали), що узгоджується з більшою чутливістю споживачів до ризиків і прагнення до формалізованої верифікації якості. Екологічний вимір (локальність, матеріал упаковки, органічність) загалом є співставним за рівнем (Бельгія – 5,13 бали, Україна – 5,07 бали), однак має різний внутрішній акцент: у Бельгії вищою є значущість органічного походження продукту, тоді як в Україні – локальне походження та матеріали упаковки. Отримані узагальнення дають підстави інтерпретувати транскордонні відмінності не як розрізнені коливання окремих ознак якості, а як відмінні профілі їх використання. В українській вибірці більш виражені сенсорна опора та прагнення

контролю складу і строків придатності, тоді як для частини еко-атрибутів відмінності є або незначущими, або проявляються за окремими компонентами, наприклад, органічне походження продукту.

Для формування практичних рекомендацій вітчизняним підприємствам аграрного сектору і торгівлі щодо підвищення конкурентоспроможності та експортного потенціалу на ринку ЄС додатково проаналізовано пріоритетність екологічних ознак якості у споживчому виборі респондентів Бельгії та України. Оцінювання здійснювалося за чотирма узагальненими групами еко-атрибутів: екологічні характеристики упаковки, походження продукції, екологічність та використання добрив і пестицидів у виробництві. Порівняльні результати наведено у таблиці 4.

Таблиця 4 – Оцінювання споживчого сприйняття екологічних ознак якості харчових продуктів

Екологічні ознаки якості харчових продуктів	Частка споживачів, які визначили відповідну екологічну ознаку як пріоритетну, %		Середнє значення показника, %
	Бельгія	Україна	
1. Екологічні характеристики упаковки: матеріал, придатність до перероблення	38,5	40	39,3
2. Походження продукції: країна, локальність виробництва, «вироблено в ЄС»	27,1	29	28,1
3. Екологічність виробництва: ресурси, викиди, відходи, біорізноманіття тварин	21,1	22	21,6
4. Використання добрив і пестицидів у виробництві	15,8	17	16,4

За даними табл. 4 видно, що в обох країнах найчастіше як пріоритетні екологічні ознаки якості респонденти визначають екологічні характеристики упаковки, походження продукції та екологічність виробництва. Найменшу частку пріоритетів у вибірках має ознака використання добрив і пестицидів у виробництві. Загалом подібність ранжування ознак між країнами свідчить про формування сталого запиту на екологічні атрибути харчових продуктів, з акцентом на упаковці та походженні.

В проведених дослідженнях окрему увагу було приділено аналізу рівня довіри до джерел інформації. Було встановлено, що респонденти найбільше покладаються на власну оцінку якості, тоді як довіра до етикеток та продавців була істотно нижчою за критерієм Манна-Уїтні. В українському контексті зниження довіри додатково посилювалося через резонансні випадки порушень якості харчових продуктів, що негативно впливає на сприйняття офіційних джерел інформації. Отримані результати узгоджуються з попередніми дослідженнями [1, 10, 14], підтверджуючи домінування сенсорних сигналів якості. Водночас українські споживачі демонстрували підвищену чутливість до безпеки та локального походження продуктів, що зумовлено кризовими умовами та зниженим рівнем інституційної довіри до офіційних звітних документів. Тому запровадження у нефінансову звітність підприємств цифрових інструментів простежуваності може зменшити інформаційну невизначеність респондентів.

Висновки. Проведене дослідження засвідчило, що сенсорні ознаки якості залишаються визначальними у споживчому виборі як в європейських країнах, так і в Україні. Також встановлено, що результати порівняльного аналізу за критерієм Манна-Уїтні свідчать про наявність статистично значущих міжвибіркових відмінностей за низкою показників, що дозволяє обґрунтовано зіставляти споживче сприйняття якості, безпеки та екологічності харчових продуктів у транскордонному вимірі. При цьому аналіз здоров'язберігаючих та екологічних ознак показав, що найбільш значущими для респондентів є інформація про харчову цінність, перелік інгредієнтів та наявність добавок. Щодо екологічних характеристик відзначаються: екологічні характеристики упаковки (матеріал, придатність до перероблення), походження продукції та екологічність умов виробництва.

Отримані дані дають змогу пов'язати товарознавчі параметри продуктів харчування з їх потенційним впливом на здоров'я людей та екологію, а також окреслити ризики для підприємств аграрного сектору і торгівлі під час прийняття обґрунтованих управлінських рішень з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності, експортних можливостей та сталого розвитку. Крім

того, сформовано підґрунтя для використання товарознавчих показників якості та безпечності не лише у внутрішньому контролі підприємств, а й на загальнодержавному рівні для формування рекомендацій Міністерству економіки, довкілля та сільського господарства України і Держпродспоживслужбі. У зв'язку з цим може бути посилено якість державних програм сталого розвитку агропродовольчого сектору, освітніх ініціатив для споживачів, а також моніторинг якості продукції, що потенційно сприятиме зростанню довіри до українських товарів на європейському ринку. Окремо перспективним є впровадження цифрових інструментів простежуваності (зокрема QR-кодів) як елементу підвищення прозорості та довіри до заявлених характеристик продукції.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з лонгітюдним аналізом і сегментацією споживачів за регіонами і видами продукції. Оскільки узагальнені показники споживчого сприйняття якості, безпечності та екологічності можуть бути використані як індикатори для порівняльного аналізу та управлінської діагностики, тому доцільно апробувати можливості їх застосування у нефінансовій звітності підприємств. Практична цінність таких досліджень полягатиме у можливості зміцнення доказової бази екологічних і соціальних показників, а також підвищення довіри до якості та безпечності української продукції на ринках країн ЄС.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Kramer A., Twigg B.A. Measure of Frozen Food Quality and Quality Changes. In: Tressler D.K., Van Arsdel W.B., Copley M.J. (eds). *The Freezing Preservation of Foods*. 4th ed.: *Factors Affecting Quality in Frozen Foods*. Westport, CT: AVI Publishing Company; 1968. Vol. 2. P. 52–82. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6982126/#B43-ijerph-17-00169>.
2. Molnár P.J. A Model for Overall Description of Food Quality. *Food Quality and Preference*. 1995. № 6 (3). P. 185-190. DOI: [https://doi.org/10.1016/0950-3293\(94\)00037-V](https://doi.org/10.1016/0950-3293(94)00037-V).
3. Zeithaml V.A. Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*. 1988. № 52 (3). P. 2–22. DOI: <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>.
4. Darby M.R., Karni E. Free Competition and the Optimal Amount of Fraud. *Journal of Law and Economics*. 1973. Vol. 16 (1). P. 67-88. DOI: <https://doi.org/10.1086/466756>.
5. Ford G.T., Smith D.B., Swasy J.L. An Empirical Test of the Search, Experience and Credence Attributes Framework. *Advances in Consumer Research*. 1988. Vol. 15. P. 239–244. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6982126/#B43-ijerph-17-00169>.

6. Olson J.C., Jacoby J. Cue Utilization in the Quality Perception Process. In: Venkatesan M. (ed.). *Proceedings of the Third Annual Conference of the Association for Consumer Research*. 1972. P. 167–179. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6982126/#B43-ijerph-17-00169>.
7. J.-B.E.M. Steenkamp. Conceptual Model of the Quality Perception Process. *Journal of Business Research*. 1990. № 21 (4). P. 309–333. DOI: [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(90\)90019-A](https://doi.org/10.1016/0148-2963(90)90019-A).
8. Grunert K.G. Food Quality and Safety: Consumer Perception and Demand. *European Review of Agricultural Economics*. 2005. № 32 (3). P. 369–391. DOI: <https://doi.org/10.1093/eurrag/jbi011>.
9. Petrescu D.C., Vermeir I., Petrescu-Mag R.M. Consumer Understanding of Food Quality, Healthiness, and Environmental Impact: A Cross-National Perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2020. № 17 (1), 169. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph17010169>.
10. Mascarello G., Pinto A., Parise N., Crovato S., Ravarotto L. The Perception of Food Quality. Profiling Italian Consumers. *Appetite*. 2015. № 89. P. 175–182. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.02.014>.
11. IFC. Оцінка системи безпечності харчових продуктів в Україні. 2023. URL: <https://dps.gov.ua/storage/app/sites/12/uploaded-files/ifc-otsinka-sistemi-bezpechnosti-kharchovikh-produktiv-v-ukraini.pdf>.
12. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. Звіт про діяльність за 2023 рік. Київ: Держпродспоживслужба, 2023. URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/17-civik-2018/zvit2023/zvit_prodspojyv_2023.pdf.
13. Кваша С.М., Павленко О.М., Вакуленко В.Л. Стан виробництва та споживання харчових продуктів в Україні в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. С. 61–68. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-15>.
14. Запотоцька О.В. Публічне адміністрування у сфері безпечності та якості харчової продукції: дисертація на здобуття наукового ступеня доктора юридичних наук. Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ. Дніпро, 2019. 487 с. URL: <https://dduvs.edu.ua/wp-content/uploads/files/Structure/science/rada/dissertations/26/5.pdf>.
15. Державна служба статистики України. Статистика споживання продуктів. 2024–2025. Київ: Держстат України, 2025. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.

REFERENCES:

1. Kramer A., Twigg B.A. Measure of Frozen Food Quality and Quality Changes. In: Tressler D.K., Van Arsdel W.B., Copley M.J. (eds). *The Freezing Preservation of Foods*. 4th ed.: *Factors Affecting Quality in Frozen Foods*. Westport, CT: AVI Publishing Company; 1968. Vol. 2. P. 52–82. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6982126/#B43-ijerph-17-00169>.
2. Molnár P.J. A Model for Overall Description of Food Quality. *Food Quality and Preference*. 1995. № 6 (3). P. 185–190. DOI: [https://doi.org/10.1016/0950-3293\(94\)00037-V](https://doi.org/10.1016/0950-3293(94)00037-V).
3. Zeithaml V. A. Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*. 1988. № 52 (3). P. 2–22. DOI: <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>.
4. Darby M. R., Karni E. Free Competition and the Optimal Amount of Fraud. *Journal of Law and Economics*. 1973. Vol. 16 (1). P. 67–88. DOI: <https://doi.org/10.1086/466756>.
5. Ford G. T., Smith D. B., Swasy J. L. An Empirical Test of the Search, Experience and Credence Attributes Framework. *Advances in Consumer Research*. 1988. Vol. 15. P. 239–244. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6982126/#B43-ijerph-17-00169>.
6. Olson J. C., Jacoby J. Cue Utilization in the Quality Perception Process. In: Venkatesan M. (ed.). *Proceedings of the Third Annual Conference of the Association for Consumer Research*. 1972. P. 167–179. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6982126/#B43-ijerph-17-00169>.
7. J.-B.E.M. Steenkamp. Conceptual Model of the Quality Perception Process. *Journal of Business Research*. 1990. № 21 (4). P. 309–333. DOI: [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(90\)90019-A](https://doi.org/10.1016/0148-2963(90)90019-A).

8. Grunert K. G. Food Quality and Safety: Consumer Perception and Demand. *European Review of Agricultural Economics*, 2005. № 32 (3). P. 369–391. DOI: <https://doi.org/10.1093/eurrag/jbi011>.
9. Petrescu D. C., Vermeir I., Petrescu-Mag R. M. Consumer Understanding of Food Quality, Healthiness, and Environmental Impact: A Cross-National Perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2020. № 17 (1), 169. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph17010169>.
10. Mascarello G., Pinto A., Parise N., Crovato S., Ravarotto L. The Perception of Food Quality. Profiling Italian Consumers. *Appetite*, 2015. № 89. P. 175–182. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.02.014>.
11. IFC. Otsinka systemy bezpechnosti kharchovykh produktiv v Ukraini, 2023. URL: <https://dpss.gov.ua/storage/app/sites/12/uploaded-files/ifc-otsinka-sistemi-bezpechnosti-kharchovikh-produktiv-v-ukraini.pdf>.
12. Derzhavna sluzhba Ukrainy z pytan bezpechnosti kharchovykh produktiv ta zakhystu spozhyvachiv. Zvit pro diialnist za 2023 rik. Kyiv: Derzhprodspozhyvsluzhba, 2023. URL: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/17-civik-2018/zvit2023/zvit_prodspojyv_2023.pdf.
13. Kvasha S.M., Pavlenko O.M., Vakulenko V.L. Stan vyrobnytstva ta spozhyvannia kharchovykh produktiv v Ukraini v umovakh sohodennia. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2023. № 58. С. 61-68. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-15>.
14. Zapototska O. V. Publichne administruvannia u sferi bezpechnosti ta yakosti kharchovoi produktsii: dysertatsiia na zdobuttia naukovooho stupenia doktora yurydychnykh nauk. Dnipropetrovskyi derzhavnyi universytet vnutrishnikh sprav. Dnipro, 2019. 487 с. URL: <https://dduvs.edu.ua/wp-content/uploads/files/Structure/science/rada/dissertations/26/5.pdf>.
15. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Statystyka spozhyvannia produktiv. 2024–2025. Kyiv: Derzhstat Ukrainy, 2025. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.

Стаття надійшла до редакції: 18.10.2025; рецензування: 28.10.2025;

прийнята до публікації 02.11.2025. Автори прочитали і дали згоду рукопису.

The article was submitted on 18.10.2025; revised on 28.10.2025; and accepted for publication on 02.11.2025. The authors read and approved the final version of the manuscript.