

УДК 338.518:620.2

[https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2\(8\)-60-69](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2(8)-60-69)

**Чернега Інна Іванівна** доктор економічних наук, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Уманський національний університет садівництва, вул. Інституцька, 1, м. Умань, 20300, тел.: (097) 927-91-09, <https://orcid.org/0000-0001-5573-8617>

**Уланчук Володимир Семенович** доктор економічних наук, професор кафедри обліку і оподаткування, Уманський національний університет садівництва, вул. Інституцька, 1, м. Умань, 20300, тел.: (067) 75-44-035, <https://orcid.org/0000-0002-7398-2290>

**Соколюк Сергій Юрійович** доктор економічних наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Уманський національний університет садівництва, вул. Інституцька, 1, м. Умань, 20300, тел.: (067)1097168, <https://orcid.org/0000-0003-0362-7493>

**Жарун Олена Володимирівна** кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, Уманський національний університет садівництва, вул. Інституцька, 1, м. Умань, 20300, тел.: (097)4693284, <https://orcid.org/0000-0002-2114-6960>

## **РОЗВИТОК ТОВАРОЗНАВСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**Анотація.** Досліджено основні напрямки розвитку товарознавства в сучасних умовах. В даний час на ринку значно збільшився обсяг споживчих товарів. Широта асортименту товарів, барвисте їх оформлення, різноманіття форм, наявність різних маркувальних позначень змусили фахівців торгівлі ретельніше вивчати споживчі властивості товару. Автори наголошують, що зі зміною економічно-соціальних умов деякі проблеми знову стають актуальними. Це спричиняє появу нових вимог до якості товарів, їх пакування, до ідентифікації для розкриття або попередження фальсифікації. Товарознавство в сучасних умовах повинно бути прикладною наукою, а не академічною. Визначено сутність товарознавства як науки, окреслено його основні цілі й завдання на сучасному етапі розвитку ринкової економіки. Товарознавство являє собою науку, яка систематично вивчає різні стадії життєвого циклу товарів, метод розуміння їх споживчої вартості, класифікації



товарів, попит на виробництво, обіг і споживання. Саме товарознавство дає розуміння про усі ті зміни, які відбуваються в товарі на усіх етапах його руху, дозволяє прогнозувати його конкурентоспроможність. Товарознавство як наука про товар велику увагу приділяє питанню якості. За однаковим призначенням різні товари можуть по-різному задовольняти потреби споживачів. Саме тому важливим є вивчення споживчих характеристик товарів. Для визначення споживчих характеристик товарів необхідно використовувати товарну експертизу. Основною метою експертизи є отримання достовірної інформації про об'єкт. Важливим є процес ідентифікації товарів для виявлення або попередження фальсифікації. Ідентифікація товару є важливою дією для оцінювання якості й визначення того, чи відповідає він стандартам або вимогам, зазначеним у нормативних чи інших документах. Актуальним на сьогодні є питання відповідності вимогам тари та упаковки. Автори наголошують на тому, що упаковка необхідна не лише для надання естетичного вигляду товару, але й для його захисту при транспортуванні та збереженні. Наразі болочим є питання сортування та переробки пластикових контейнерів та упаковки.

**Ключові слова:** товарознавство, якість, упаковка, ідентифікація, фальсифікація.

**Cherneha Inna Ivanivna** Doctor of Economics, Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities, Uman National University of Horticulture, Instytutaska St., 1, Uman, 20300, tel.: (097) 927-91-09, <https://orcid.org/0000-0001-5573-8617>

**Ulanchuk Volodymyr Semenovich** Doctor of Economics, Professor of the Department of Accounting and Taxation, Uman National University of Horticulture, Instytutaska St., 1, Uman, 20300, tel.: (067) 75-44-035, <https://orcid.org/0000-0002-7398-2290>

**Sokoliuk Serhii Yuriiovych** Doctor of Economics, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities, Uman National University of Horticulture, Instytutaska St., 1, Uman, 20300, tel.: (067) 1097168, <https://orcid.org/0000-0003-0362-7493>

**Zharun Olena Volodymyrivna** PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities, Uman National University of Horticulture, Instytutaska St., 1, Uman, 20300, tel.: (097) 4693284, <https://orcid.org/0000-0002-2114-6960>

## **DEVELOPMENT OF COMMODITY RESEARCH IN MODERN CONDITIONS**

**Abstract.** The article examines the main directions of development of commodity science in modern conditions. Currently, the volume of consumer goods on the market has increased significantly. The breadth of the assortment of goods, their colorful design, a variety of forms, the presence of various markings forced trade specialists to study the consumer properties of the goods more carefully. The authors note the fact that with the change in economic and social conditions, some problems become urgent again. This leads to the emergence of new requirements for the quality of goods, their packaging, identification for disclosure or prevention of counterfeiting. In modern conditions, merchandising should be an applied science, not an academic one. The article defines the essence of commodity science as a science, outlines its main goals and objectives at the present stage of development of a market economy. Commodity science is a science that systematically studies different stages of the life cycle of goods, a method for understanding their use value, classification of goods, demand for production, turnover and consumption. Commodity science gives an understanding of all those changes that occur in a product at all stages of its movement, allows you to predict its competitiveness. Commodity science as a science about a commodity pays great attention to the issue of quality. Various goods having the same purpose, can meet the needs of consumers in different ways. That is why it is important to study the consumer characteristics of goods. To determine the consumer characteristics of goods, you need to use commodity expertise. The main purpose of the examination is to obtain reliable information about the object. The process of identifying goods is important to detect or prevent counterfeiting. Product identification is an important step in assessing quality and determining whether the product meets the standards or requirements specified in regulatory or other documents. Today, the issue of compliance with the requirements of containers and packaging is relevant. The authors note that packaging is necessary not only to give an aesthetic appearance to the product, but also to protect it during transportation and storage. Nowadays, the problem of sorting and recycling plastic containers and packaging is a painful one.

**Keywords:** commodity research, quality, packaging, identification, falsification.

**Постановка проблеми.** Товарознавство як наука на сучасному етапі розвитку, безумовно, не повинно стояти на місці. У століття комп'ютеризації та нанотехнологій товарознавство повинно бути не академічною наукою, а прикладною. Зі зміною соціально-економічних умов певні проблеми знову стають злободенними та вимагають нових підходів. До таких проблем



належать перш за все якість товарів, їх тара й упаковка, а також ідентифікація для виявлення або попередження фальсифікації.

Сьогодні багато споживачів дуже ретельно відносяться до вибору харчових продуктів. Це є результатом підвищення рівня світогляду та ретельності ставлення до власного фізичного і психологічного здоров'я кожної окремої людини. Також важливою темою останніх десятиліть є підтримка екології разом із підвищенням продуктивності виробництва якісних продуктів харчування, а отже товарознавство кожного року зазнає змін, модифікується під нову реальність.

Розвиток товарознавства сприяє забезпеченню ефективного управління процесами, що діють на підприємствах, пов'язаних з харчовими продуктами. Якість продукції, відповідно, безпосередньо залежить від ефективності цих операцій в процесі створення виробів. Для успішного виробництва та «доставки» харчових продуктів до споживачів продавцям необхідно враховувати всі фактори ризику і впливу на якість продукції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Наразі одним із головних напрямків розвитку товарознавства є вивчення проблеми якості товарів (послуг) та виявлення випадків фальсифікації [1]. Питанням, що досліджує товарознавство, присвячені роботи багатьох учених, таких, як О. Ф. Оснач, І. О. Дудра, М. П. Зрезарцев, А. А. Дубініна, І. В. Сироман, В. М. Завгородня, В. О. Назаренко. Проведення постійного контролю за якістю товару на всіх стадіях виробництва, що реалізується, зупинить незаконну діяльність фальсифікаторів [3]. Саме споживчі властивості та якість товару, в першу чергу, зумовлюють конкурентоспроможність продукції [4].

**Мета статті** - визначення сучасних тенденції розвитку товарознавства не тільки як академічної науки, але й як прикладної. Відповідно до вищесказаного метою статті є огляд теоретичних підходів до визначення вимог до якості товарів, процесів їх ідентифікації для виявлення або попередження фальсифікації, а також розгляд та оцінка нових можливостей сучасних засобів пакування.

**Виклад основного матеріалу.** Відомо, що в товарознавстві, як науковій дисципліні, що розкриває основні характеристики товарів та фактори, що їх забезпечують, на даний час існує низка проблем та можливих ризиків в разі їх не вирішення [1]. Однією з головних проблем наукового товарознавства є слабка доказовість ідентифікаційної та кваліметричної бази та недостатня достовірність переліку ідентифікуючих показників, у тому числі наведених у нормативній документації – технічних регламентах (ТР).

Більшість регламентованих ТР показників та їх значень для цілей ідентифікації піддаються фальсифікації (наприклад, масова частка жиру та білка – регламентовані значення, які легко фальсифікуються за рахунок олії та



соевого білка). У ряді випадків методи визначення ідентифікуючих показників або відсутні, або не є стандартними (наприклад, метод визначення сухого молока, що додається в питне молоко). Крім того, в багатьох дослідних лабораторіях відсутнє сучасне обладнання для вимірювань (наприклад, визначення ГМО-джерел). Якщо зазначена проблема не буде вирішена, можливі такі ризики: дискредитація процедури ідентифікації, недостовірність її результатів; збільшення кількості фальсифікованих, зокрема контрафактних, товарів, що можуть реалізовуватися в торгівлі [2].

Щоб запобігти цим ризикам, для товарів кожного виду потрібно визначити мінімально необхідний перелік ідентифікуючих показників, які важко чи економічно недоцільно фальсифікувати. Поряд з визначенням показників, що ідентифікують за допомогою складних і дорогих вимірювальних методів, слід здійснювати пошук або розробку недорогих експрес-методів. Прикладом такого експрес-методу є визначення крохмалю по йодкрохмальній пробі в молочних продуктах – кисломолочних напоях, сметані, сирі, згущеному молоці тощо.

Таким чином, аналізуючи проблеми наукового товарознавства приходимо до висновків неминучості виникнення ризиків, якщо ці проблеми не будуть вирішені. Для запобігання ризикам або пом'якшення їх наслідків належить визначити пріоритетні напрямки розвитку наукових досліджень у галузі товарознавства [3].

До пріоритетних напрямів розвитку наукових досліджень у галузі товарознавства відносяться:

- формування та оцінка покращених споживних властивостей інноваційних споживних товарів, у тому числі продуктів функціонального та спеціалізованого призначення;
- ідентифікація та виявлення фальсифікації продовольчих товарів;
- забезпечення безпечності споживчих товарів та зберігання товарів шляхом розробки інноваційних технологій зберігання;
- оцінка конкурентоспроможності товарів та ефективності товарознавчих методів її забезпечення;
- визначення товарних втрат та встановлення причин їх виникнення;
- вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на збереження продовольчих або непродовольчих товарів;
- порівняльна характеристика споживчих властивостей вітчизняних та імпортованих товарів різних торгових марок.

Проведення наукових товарознавчих досліджень має здійснюватися на інтегрованій основі з використанням підходів та методів з інших суміжних галузей знань – маркетингу, логістики, економіки, соціології, математики, стандартизації, метрології та ін. Крім того, потрібно використовувати



комплексний та системний підходи, що забезпечить необхідні інновації та дасть науково-технологічний, економічний та соціальний ефект. Соціально-економічна значущість товарознавства як науки повинна визначатися насамперед ефектами, які приносить її кінцевий продукт – інноваційні продукти та/або технології.

Отже, виявлення актуальних проблем – перший крок на шляху їх вирішення; встановлення можливих ризиків, що виникають від невирішених проблем, це другий крок; визначення стратегічних завдань та пріоритетних напрямків – третій крок.

З прикладної точки зору товарознавство охоплює такі галузі, як контроль і оцінка якості, а також ті умови зберігання і транспортування товарів, за яких їх корисні властивості не втрачаються. З теоретичної точки зору в товарознавстві приділено особливу увагу класифікації та стандартизації товару. Товарознавство має власні методи, такі як, зокрема, моніторинг, експеримент, аналіз, синтез, порівняння, вимір, реєстрація. Застосування того чи іншого методу обумовлено або досягненням конкретної практичної мети (ідентифікація товарної інформації, отримання фактичних даних про властивості товару), або необхідністю підготовки теоретичної бази в певній галузі. Багато методів, які використовуються, є високотехнологічними.

Сьогодні в обов'язки товарознавця входять не тільки забезпечення руху товару, але й виконання послуг, що стосуються закупівлі, збуту, зберігання, пакування товарів, а також інших послуг як роздрібною, так і оптовою торгівлю.

Про реальне призначення товарознавства в сучасній економіці можна судити про те місце, яке зараз займають фахівці в цій науці, товарознавці. Їх посадові обов'язки, як правило, більшою мірою визначаються стратегіями того структурного підрозділу, в якому вони працюють. Виділяють три основних напрями товарознавчої діяльності, а саме технологічне (технологія просування), організаційно-управлінське (стимулювання збуту, визначення попиту та ринку збуту, організація закупівель), маркетингове. Отже, як на виробництві, так і в торгівлі затребувані товарознавці цих категорій, а саме товарознавці-технологи (інженери), товарознавці-менеджери і товарознавці-маркетологи. Крім того, деякі види маркетингової діяльності виконують товарознавці.

Проте, на відміну від маркетингу, товарознавство більше пов'язано з функціями, які вимагають досконалого знання споживчих властивостей товарів. Для визначення тих чи інших споживчих властивостей товарів необхідно використовувати експертизу товару, яка передбачає оцінку ключових його характеристик, а також їх змін, що виникають в процесі руху товару. Експертиза товару проводиться з метою отримання незалежних компетентних висновків. Таким чином, в результаті експертизи на підставі



виявлених значень характеристик товару робиться висновок про їх відповідність вже наявним вимогам, а також товарної інформації. Слід зазначити, що згадані вимоги можуть визначатися не тільки нормативними документами, але й самими експертами.

Ключовими характеристиками товарів вважаються асортиментні, якісні, кількісні, вартісні характеристики. Саме вони аналізуються під час експертизи. Експертиза товару здебільшого спрямована на експертизу споживчих товарів. Проте якщо проводиться комплексна експертна оцінка, то об'єктом товарної експертизи може стати сировина, документи, технологічні процеси, зберігання і транспортування або післяпродажне обслуговування. Незважаючи на те, що оцінці можуть підлягати одиничні екземпляри товару, все ж таки більш часто експертизу проводять для пакувальних одиниць і товарних партій. Це обумовлено тим, що для них характерна спільність ознак, таких як одночасність виготовлення, спільність сировини та виробництва, єдині транспортні засоби.

Для експертизи товару характерні як об'єктивні методи, так і евристичні. Об'єктивні методи вимагають складних вимірювальних приладів. Водночас органолептичні методи передбачають використання лише органів почуттів. Для цієї групи методів характерні швидкість і відсутність дорогого устаткування. Недоліком органолептичних методів вважається суб'єктивність. Призначенням соціологічних методів є установка споживчої оцінки товару.

Товарну експертизу можуть проводити як фізичні, так і юридичні особи. Щоб стати експертами, фізичним особам потрібно отримати статус кандидата в експерти, а потім пройти атестацію або сертифікацію в певній системі або експертній організації. Як експерти можуть бути також залучені висококваліфіковані фахівці з галузі науки, технології, техніки, торгівлі або громадського харчування. Такі фахівці вважаються незалежними експертами.

В результаті суцільного або вибіркового контролю якості продукції виявляються придатна продукція та брак. Придатна продукція (товар) – це товар, що відповідає всім встановленим вимогам. Браком вважається продукція, передача якої споживачу не допускається через наявність дефектів, які не допускаються нормативними документами. Для деяких груп і видів продукції передбачено розподіл за сортами, групами складності, марками, номерами тощо.

Останніми роками наукою створюються матеріали, призначені для виготовлення спеціальних захисних етикеток, особливих і унікальних для кожного виду продукту.

Залежно від порядку проведення заходів ідентифікацію товарів поділяють на два рівні, а саме первинну та вторинну ідентифікацію. Для більш



узагальненого уявлення про методи виявлення фальсифікації товарів та їх використання на етапі ідентифікації (як початковому етапі процедури) нами наведено послідовність дій з ідентифікації товарів із застосуванням методологічного підходу до використання наявних методів її проведення (табл. 1).

Таблиця 1

**Послідовність проведення ідентифікації з урахуванням методологічного підходу до використання наявних методів**

Дія/етап	Методи	Використовувані ресурси
<p><b>Первинна ідентифікація.</b></p> <p>Використовуються прості методи, що не вимагають акредитованої вимірювальної лабораторії:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) виділяються значимі ознаки на підставі вивчення товарно-супровідних документів;</li> <li>2) виділяються ознаки, характерні для товарів, змінених із застосуванням відомих методів фальсифікації;</li> <li>3) виділяються ознаки змін властивостей товару, найбільш вигідні для фальсифікатора;</li> <li>4) вибираються співпадаючі ознаки за трьома попередніми пунктами.</li> </ol> <p>Якщо документація на вироби відсутня або для здійснення повноцінної первинної ідентифікації інформації недостатньо, робиться припущення про можливість фальсифікації товару на основі акту вилучення товару або власного досвіду експерта.</p>	<p>Маркувальний; Документальний; Органолептичний</p>	<p>Супровідні матеріали: товарно-транспортна накладна; податкова накладна; рахунок-фактура і чеки; доручення; сертифікати якості, походження або відповідності; паспорт на виріб; упаковка; акт вилучення; нормативна документація.</p>
		<p>Органолептичні показники якості</p>
<p><b>Вторинна ідентифікація.</b></p> <p>Із співпадаючих ідентифікуючих ознак вибирається визначальний, найбільш значимий і залежно від вимог до швидкості і вартості проведення аналізу той або інший метод дослідження. Проводиться вимір ідентифікуючих показників якості товару. Досліджені показники підтверджують або спростовують припущення первинної експертизи. Якщо результати вторинної ідентифікації підтверджують припущення первинною, то формується ідентифікаційне укладення. Якщо спростовують, то необхідно повернутися на етап первинної експертизи, виділити інші ознаки і знову провести дослідження. Цей цикл може повторюватися кілька разів.</p> <p>Відбуваються отримання достовірних результатів вторинної ідентифікації, формування ідентифікаційного укладення.</p>	<p>Вимірювальні</p>	<p>Фізичні, хімічні, фізико-хімічні, мікробіологічні показники якості</p>
	<p>Аналітичний</p>	<p>Вимірювальні акредитовані лабораторії</p> <p>Усі результати щодо проведеної ідентифікації</p>



Таким чином, розробка, вдосконалення й правильний підбір методів ідентифікації повинні стати надійним бар'єром для зменшення поширення фальсифікації товарів на споживчому ринку.

Перспективними напрямками подальших досліджень є вивчення та вдосконалення методів боротьби з фальсифікацією товарів, захисту добросовісних виробників якісної та безпечної продукції, істотного підвищення рівня їх конкурентоспроможності.

Важливо пам'ятати, що універсальною основою для створення системи управління якістю в будь-якій організації, незалежно від сфери діяльності, застосовуваних технологій, кваліфікації та кількості працівників, а також інших особливостей є стандарти ISO серії 9000 [4]. Але універсальність стандартів має і приховану сторону. Це інколи не дозволяє врахувати особливості деяких галузей промисловості, де, як у сфері харчових продуктів є високі вимоги до якості, безпеки, екологічності.

Серед проблем, що призупиняють сучасний розвиток товарознавства можна виділити такі: по-перше, відбувається девальвація національної валюти, наслідком чого є падіння попиту від платоспроможного населення, а також підвищення цін на імпортовану продукцію; по-друге, як вказувалося раніше, існує тенденція до зростання тарифів на паливо та енергію, що спричиняє підвищення вартості продукції національних виробників. Останній факт також негативно впливає на бюджет пересічних українців, оскільки збільшення вартості комунальних послуг змушує домогосподарства змінювати структуру споживання у бік скорочення кількості та зниження якості покупок або взагалі відмовлятися від деяких з них. Перелічені фактори погіршують динаміку роздрібною торгівлі, стримують повернення обігових коштів, сприяють формуванню небажаних запасів продукції тощо. На основі аналізу зарубіжного досвіду можна дійти висновку про те, що саме динаміка процесів купівлі-продажу може надати поштовх для виходу країни з кризового стану, створити підґрунтя для ефективного розвитку товарознавства у майбутньому. Отже, сьогодні слід сконцентрувати увагу на одній з головних проблем торговельного бізнесу, а саме на створенні умов для досягнення балансу інтересів з боку продавців, покупців і виробників продукції [5, с. 803].

**Висновки.** Сучасні підприємства різних галузей виробництва різних видів харчових продуктів змушені функціонувати в умовах високого рівня складності та динамізму соціально-економічного середовища. У ринкових умовах стабільна та успішна діяльність підприємства визначається низкою факторів, основним з яких є здатність задовольнити потреби споживача в якісній та безпечній продукції. Утриматися на ринку можна лише за наявності реальних високоорганізованих конкурентних переваг. Для цього потрібна досконала організація роботи підприємства та орієнтація на товарознавчі



доктрини. Для їх створення використовувалися різноманітні системи управління та стандарти, які постійно зростають і охоплюють різні сфери діяльності компанії. Таким чином, товарознавство є ефективним інструментом оптимізації діяльності компаній з виробництва та реалізації харчових продуктів відповідно до сучасних вимог, що стають надалі жорсткішими в умовах конкуренції та розвитку суспільства.

#### **Література:**

1. Борисенко О. С., Фісун Ю. В. Тенденції розвитку товарознавства в сучасних умовах. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 381–387.
2. Дубініна А. А., Овчиннікова І. Ф., Дубініна С. О. та ін. *Методи визначення фальсифікації товарів: підручник*. К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2010. 272 с.
3. Назаренко В. О., Юдічева О. П., Жук В. А. *Формування якості товарів: навчальний посібник. Частина 1*. К.: Центр учбової літератури. 2012. 386 с.
4. ISO 9001:2015. Системи управління якістю. [Стандарт востаннє переглядався та підтверджувався у 2021 році].
5. Бровкіна Ю. О. Тенденції та перспективи роздрібної торгівлі в Україні. *Молодий вчений*. 2017. № 10. С. 802–806.

#### **References:**

1. Borysenko, O.S., Fisun Yu.V. (2017). Tendentsiyi rozvytku tovaroznavstva v suchasnykh umovakh [Trends in the development of commodity science in modern conditions.]. *Ekonomika i suspil'stvo - Economy and society*, 13, 381–387. [In Ukrainian].
2. Dubinina, A.A., Ovchynnikova, I.F., Dubinina, S.O. ta in.(2010). *Metody vyznachennya fal'syifikatsiyi tovariv [Methods for determining the falsification of goods]*. K.: “Vydavnychy dim “Profesional” [In Ukrainian].
3. Nazarenko, V.O., Yudicheva, O.P., Zhuk, V.A. (2012). *Formuvannya yakosti tovariv [Formation of the quality of goods]*. K.: Tsentr uchbovoyi literatury [In Ukrainian].
4. *Systemy upravlinnia yakistiu. Vymohy [Quality Management Systems. Requirements]*. (2016). *DSTU ISO 9001-2015*. Kyiv: Derzhstandart Ukraine [in Ukrainian].
5. Brovkina Yu. O. (2017) Tendentsii ta perspektyvy rozdribnoi torhivli v Ukraini [Trends and prospects of retail trade in Ukraine]. *Molodyi vchenyi - Young scientist*, 10, 802–806. [In Ukrainian].