

МАРКЕТИНГ

DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2026-93-26>
УДК 658.62:005.52]:006

Бабух І.Б.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8274-5716>

Кніжницька К.С.

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-8772-9163>

Babukh Iona, Knizhnytska Kristina

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТОВАРОЗНАВСТВА В ТЕОРЕТИЧНОМУ І ПРАКТИЧНОМУ ВИМІРАХ

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF COMMODITY SCIENCE: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS

У статті проаналізовано сучасні тенденції розвитку товарознавства в теоретичному та практичному вимірах. Підкреслено трансформацію традиційного підходу до дослідження товарів у комплексну науку, яка інтегрує технологічні, маркетингові, соціальні й екологічні аспекти. Особлива увага приділяється контролю якості, експертизі продукції, ідентифікації товарів та застосуванню інноваційних і цифрових технологій, таких як блокчейн та смарт-маркування. Висвітлено питання розвитку упаковки та використання біорозкладних матеріалів. Виокремлено роль товарознавства як стратегічного інструменту, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукції, впровадженню сталого розвитку та формуванню соціально відповідального бізнесу. Особливо розглянуто вплив цифровізації та новітніх технологій на ефективність товарознавчих процесів, а також акцентовано на необхідності інтеграції екологічних і соціальних принципів у сучасну практику виробництва та реалізації товарів.

Ключові слова: *товарознавство, контроль якості, експертиза продукції, ідентифікація товарів, інноваційні технології, цифровізація, блокчейн, смарт-маркування, упаковка, сталий розвиток.*

The article examines current trends in the development of commodity science in theoretical and practical dimensions, emphasizing the transformation of the traditional approach to product studies into a comprehensive scientific discipline. It is highlighted that modern commodity science integrates technological, marketing, social, and environmental aspects of enterprise activity, which makes it possible to assess not only the physical and functional characteristics of products but also their compliance with market demands and socio-economic conditions. Particular attention is paid to issues of quality control, product expertise, and product identification, which ensure the prevention of falsification and counterfeiting. In the context of digitalization and the implementation of advanced technologies, the role of blockchain systems, smart labeling, and the Internet of Things is significantly increasing in tracking product movement, monitoring storage and transportation conditions, and enhancing the transparency and reliability of supply chains. The paper highlights the development of packaging and containers, including the use of biodegradable materials, composite solutions, and innovative packaging technologies that ensure the preservation of consumer properties of products, logistics efficiency, and presentation functions in the market. Practical areas of activity of commodity specialists in production and trade are considered, including technological, organizational-managerial, and marketing components, which form a comprehensive approach to quality management and product competitiveness. The role of commodity science as a strategic tool for the development of modern business is emphasized, capable of integrating innovations, digital technologies, environmental, and social principles into production and distribution processes. Modern commodity science functions not only as a scientific discipline but also as a key element in the formation of socially responsible and sustainable business that takes into account the social and environmental consequences of production and consumption. The authors emphasize that the development of commodity science contributes to increasing product competitiveness, optimizing business processes, effectively implementing innovations, and forming new

market niches, while simultaneously fostering a society capable of adapting to contemporary challenges of globalization, digitalization, and socio-environmental change.

Keywords: *commodity science, quality control, product expertise, product identification, innovative technologies, digitalization, blockchain, smart labeling, packaging, sustainable development.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах товарознавство як наука та практична діяльність, що охоплює виробництво, реалізацію та вивчення товарів, їхніх характеристик і методів просування, зазнає суттєвих трансформацій. Традиційний підхід, який здебільшого фокусувався на технічних характеристиках продукції та здійснював поверхневий опис товарів, поступово перетворюється на прикладну дисципліну, що активно інтегрує інноваційні технології та реагує на соціально-економічні зміни. Сучасне товарознавство розвивається під впливом цифровізації, комп'ютеризації та новітніх інформаційних технологій, що дозволяє більш комплексно оцінювати якість товарів, їх довговічність, технологічність, а також ефективність методів зберігання і транспортування. Залишається актуальною проблематика забезпечення високої якості продукції, удосконалення таро- й упаковочних матеріалів, а також надійної ідентифікації товарів для запобігання фальсифікації та контрафакту.

Особливу увагу нині приділяють здатності товарознавчих систем оперативно адаптуватися до мінливих потреб споживачів і ринкових викликів, що визначає їхню ключову роль у сучасному бізнесі. Важливим є також інтегрування інноваційних рішень, екологічних стандартів і принципів сталого розвитку, які дедалі більше стають домінуючими чинниками у виробництві й просуванні товарів. Таким чином, сучасні тенденції розвитку товарознавства вимагають комплексного підходу, що поєднує теоретичні знання та практичні навички, орієнтовані на ефективне задоволення потреб ринку та забезпечення конкурентоспроможності продукції в умовах динамічного економічного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У контексті сучасних тенденцій розвитку товарознавства особливу увагу приділяють проблемам якості товарів і послуг та запобіганню їх фальсифікації. Ця проблематика є предметом уваги численних науковців, серед яких В. Л. Дикань [5], Г. М. Завадських [7], А. А. Дубініна [6], І. О. Дудра, В. М. Завгородня, Т. Ю. Мельник [8], Л. О. Назаренко [9], О. Ф. Оснач [10] та інші. Дослідження підтверджують, що організація постійного контролю на всіх етапах виробництва і реалізації товарів дозволяє значно знизити ризики підробок і неякісної продукції. Крім того, споживчі характеристики й якість товарів залишаються ключовими чинниками формування їхньої ринкової конкурентоспроможності. Сучасні підходи до това-

рознавства передбачають інтеграцію інноваційних методів контролю якості, вдосконалення систем ідентифікації продукції та використання цифрових технологій у відстеженні товарних ланцюгів. Такі заходи сприяють підвищенню надійності, прозорості й ефективності товарознавчих практик, що відповідає потребам сучасного ринку та забезпечує стабільну конкурентну позицію підприємств.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значний прогрес у розвитку сучасного товарознавства, низка проблем залишається недостатньо дослідженою та потребує подальшого наукового осмислення. Зокрема, не до кінця опрацьовані методики комплексної оцінки впливу інноваційних технологій, цифровізації та блокчейн-систем на ефективність контролю якості та відстеження продукції в реальному часі. Недостатньо вивченими залишаються інтеграційні підходи, що поєднують технічні, маркетингові та соціально-екологічні аспекти товарознавства в єдину систему управління якістю і конкурентоспроможністю продукції. Також потребує глибшого дослідження проблема адаптації сучасних систем товарознавства до швидкозмінного ринку, включаючи прогнозування споживчих уподобань у різних соціальних і культурних контекстах, а також формування відповідальних стратегій сталого розвитку. Не отримали достатнього наукового обґрунтування методи оцінки ефективності біорозкладних матеріалів та інноваційної упаковки у довгостроковій перспективі, їхній вплив на екологічну безпеку й економічну доцільність виробництва.

Крім того, залишається відкритим питання вдосконалення систем ідентифікації товарів та боротьби з фальсифікацією, що потребує розробки нових алгоритмів та інтеграції цифрових технологій для підвищення прозорості ланцюгів постачання. Водночас, недостатньо вивчено роль товарознавства як інструменту стратегічного управління бізнес-процесами у поєднанні з соціально-екологічними аспектами виробництва і споживання. Ці аспекти формують поле для подальших наукових досліджень, спрямованих на створення комплексної моделі сучасного товарознавства, здатної адаптуватися до динамічних змін ринку та забезпечувати стійкий розвиток бізнесу.

Метою статті є комплексний аналіз сучасних тенденцій розвитку товарознавства як науки і практики, що інтегрує інноваційні технології, екологічні стандарти та маркетингові інструменти для підви-

щення якості продукції, її конкурентоспроможності та відповідності потребам споживачів.

Виклад основного матеріалу. Сучасне товарознавство розглядає підприємство не лише як виробника продукції, а й як систему, здатну прогнозувати вплив товарів на смаки й уподобання споживачів у різних соціальних і культурних контекстах. Поряд із цим предметом дослідження стають маркетингові аспекти, включаючи аналіз ринків, їхнє сегментування, просування продукції та стимулювання попиту. У прикладному вимірі товарознавство зосереджує увагу на визначенні корисних і споживчих властивостей продукції, а також на факторах, що безпосередньо впливають на її якість.

До ключових завдань належать контроль та оцінка якості товарів, забезпечення належних умов їх зберігання та транспортування, що забезпечує збереження фізичних і функціональних характеристик продукції. У теоретичному аспекті сучасне товарознавство акцентує значення класифікації та стандартизації товарів. Саме ці напрямки стають фундаментальними для розвитку національної системи товарознавства, оскільки вони визначають методологічну базу для оцінки якості продукції, її ідентифікації та відповідності нормативним вимогам. Відповідно інтеграція прикладних і теоретичних аспектів створює комплексну модель товарознавства, здатну відповідати викликам сучасного ринку та забезпечувати конкурентоспроможність продукції [4; 7].

У професійній діяльності товарознавця поєднуються забезпечення руху товарів із виконанням широкого спектра послуг, пов'язаних із закупівлею, збутом, зберіганням і пакуванням продукції, що охоплює як роздрібну, так і оптову торгівлю. Практичне товарознавство виділяє три основні напрями діяльності:

– технологічний напрям передбачає організацію та контроль процесів виробництва і просування товарів, включаючи розробку оптимальних умов зберігання, пакування та транспортування продукції. Наприклад, інженер-технолог може визначати матеріали тари, що забезпечують збереження якісних властивостей харчових продуктів під час транспортування;

– організаційно-управлінський напрям охоплює планування й організацію закупівель, стимулювання збуту, координацію логістики та управління запасами. Товарознавець-менеджер у цьому випадку відповідає за своєчасне поповнення товарних запасів, оптимізацію складських процесів і забезпечення безперервного руху продукції від виробника до кінцевого споживача;

– маркетинговий напрям спрямований на вивчення попиту, розробку ефективних каналів збуту й організацію комунікацій зі споживачами. Товарознавець-маркетолог аналізує ринкові тенденції,

сегментує споживачів за потребами та перевагами, розробляє рекламні стратегії та просування продукції в онлайн- і офлайн-середовищі [5].

Сучасне виробництво і торгівля потребують інтегрованої роботи фахівців різних профілів, які взаємодіють у межах товарознавчих процесів. Така синергія забезпечує підвищення якості продукції, оптимізацію логістичних і маркетингових процесів, формує ефективні ланцюги постачання та сприяє задоволенню мінливих потреб споживачів у конкурентному середовищі.

Товарознавство та маркетинг мають спільну сферу дослідження, проте відмінність полягає в акценті на специфічних функціях товарознавства, які потребують глибокого знання споживчих властивостей товарів та їхніх технічних характеристик. Для цього широко застосовується експертиза продукції, що дозволяє отримати незалежну й об'єктивну оцінку не лише ключових параметрів товару, але й змін, які відбуваються під час його руху по ланцюгах постачання. При проведенні експертизи аналізуються асортиментні, вартісні, якісні та кількісні характеристики товарів, що виступають як ключові показники їх конкурентоспроможності. Об'єктом експертизи часто є не лише сам товар і сировина для його виробництва, а й супровідна документація, технологічні процеси, умови зберігання і транспортування, навіть післяпродажне обслуговування [9].

Сучасне значення експертизи, особливо для торговельних організацій, полягає в тому, що вона ефективно сприяє підвищенню якості товарів та вдосконаленню їх асортименту. Експертиза виступає специфічним видом професійної діяльності, що передбачає застосування спеціалізованих методів аналізу й оцінки споживчих властивостей продукції. Як будь-яка системна діяльність, експертиза має чітко визначені структурні компоненти – об'єкт, суб'єкт, методи, критерії, процедуру та результат. Саме завдяки такій структурі забезпечується надійність і об'єктивність висновків щодо якості товарів, їх відповідності нормативним стандартам і потребам споживачів. Сьогодні можна впевнено стверджувати, що експертиза, як особлива професійна діяльність товарознавця, яка здійснюється протягом багатьох років, не втратила своєї актуальності. Вона продовжує залишатися ключовим інструментом забезпечення конкурентоспроможності продукції та формування ефективної системи управління якістю, і її роль у майбутньому буде тільки зростати в умовах динамічного розвитку ринку та впровадження інноваційних технологій.

Ще одним ключовим аспектом товарознавства є контроль якості продукції на підприємствах. Завдяки систематичному контролю на всіх етапах виробничого процесу відстежується дотримання

технологічних вимог, виявляються відхилення від нормативно-технічних стандартів та дефекти продукції. Такий контроль є критично важливим не лише на виробництві, а й у точках продажу, оскільки він безпосередньо пов'язаний із запобіганням фальсифікації товарів. В умовах сучасного ринку особливу увагу приділяють ідентифікації продукції як початковому етапу у виявленні підробок. Розробка, удосконалення та правильний вибір методів ідентифікації виступають надійним бар'єром для зменшення випадків фальсифікації товарів і підвищення безпеки споживчого ринку. Ефективна система контролю та ідентифікації дозволяє гарантувати споживачам достовірну інформацію про продукцію, підтримувати репутацію виробника та забезпечувати конкурентоспроможність товарів на ринку [3].

В умовах сучасного ринку особливу увагу в товарознавстві приділяють застосуванню тари й упаковки, для яких висувається широкий спектр технічних, функціональних і споживчих вимог. З розвитком виробничих технологій і впровадженням новітніх матеріалів значно зросла різноманітність пакувальної продукції, що потребує систематизації та класифікації в межах товарознавства.

Сучасна тара й упаковка класифікуються за різними критеріями: за матеріалом виготовлення (скло, метал, пластик, картон, композитні матеріали), за призначенням (зберігання, транспортування, презентація товару), за способами виготовлення (штамування, лиття, термоформування) та експлуатаційними характеристиками (герметичність, міцність, бар'єрні властивості) [8]. Наприклад, скляна та металеві упаковки широко використовуються для харчової продукції, забезпечуючи її тривале зберігання, тоді як композитні та пластикові пакувальні матеріали дозволяють створювати легкі та економічні рішення для масового ринку.

З точки зору товарознавства, правильний підбір тари й упаковки забезпечує збереження споживчих властивостей продукції, захист від механічних пошкоджень і впливу зовнішнього середовища, а також спрощує логістику та контроль якості. З позицій маркетингу, упаковка виконує додаткові функції презентації та комунікації зі споживачем – привабливий дизайн, інформативність етикеток і можливості брендування підвищують конкурентоспроможність товару та стимулюють попит [2].

Наведені тенденції розвитку прикладних аспектів товарознавства в сучасних умовах є безумовно важливими, проте вони не вичерпують весь спектр його наукового розвитку. У межах вивчення методологічних основ товарознавства особливу увагу слід приділяти інноваціям у виробництві та реалізації товарів, а також сучасним екологічним трендам, со-

ціальним аспектам і ролі товарознавства в системі сучасного бізнесу.

Інновації виступають визначальною тенденцією у виробництві та реалізації товарів, що зумовлює необхідність постійної уваги з боку товарознавчої науки. Сучасна цифровізація відкриває нові можливості для контролю й управління якістю продукції. Зокрема, технології блокчейн дозволяють відстежувати походження товарів, забезпечуючи споживачам достовірну інформацію про якість продукції та гарантують прозорість ланцюгів постачання. Крім того, застосування систем Інтернету речей та смарт-маркування дозволяє моніторити умови зберігання і транспортування продукції в реальному часі, що підвищує безпеку та збереження споживчих властивостей товарів.

Глобальна доктрина сталого розвитку вимагає виробництва та реалізації продукції з урахуванням економічних, соціальних та екологічних аспектів. У цьому контексті значну актуальність набувають екологічні тренди, що глибоко впливають на розвиток товарознавства. Наприклад, фахівці активно впроваджують біорозкладні матеріали для пакування, розробляють методи багаторазового використання тари, а також технології переробки відходів, що дозволяють мінімізувати негативний вплив на довкілля. Інноваційні рішення, такі як композитні матеріали, еко-плівки та безпечні бар'єрні покриття, одночасно підвищують якість товару та відповідають екологічним стандартам. Товарознавство стає ключовим інструментом формування продукції, яка відповідає очікуванням сучасних споживачів і створює нові ринкові ніші. Фахівці галузі аналізують взаємозв'язок технологічних, екологічних і соціальних аспектів виробництва, розробляють стратегії впровадження інновацій та контролюють їх ефективність. Сьогодні товарознавство інтегрує технології, цифрові інструменти та принципи сталого розвитку, формуючи комплексний підхід до управління якістю продукції і забезпечення її конкурентоспроможності на ринку.

Сучасне товарознавство виступає не просто науковою дисципліною, що досліджує властивості продукції та закономірності її виробництва й реалізації. Воно безпосередньо інтегрується в операційні та стратегічні моделі сучасного бізнесу, забезпечуючи зв'язок між виробництвом, розподілом і кінцевим споживанням, при цьому враховуючи соціальні, екологічні й економічні аспекти діяльності підприємств [11]. Такий підхід перетворює товарознавство на комплексну науку, що поєднує технічні знання про продукцію з аналізом бізнес-процесів і соціально-економічних наслідків їх реалізації.

У методологічному сенсі мета товарознавства виходить за межі традиційного оцінювання харак-

теристик товарів. Воно активно впливає на трансформацію бізнесу, формуючи інструменти для інноваційного розвитку підприємств, оптимізації виробничих і збутових процесів, управління якістю та ризиками. Сучасне товарознавство впливає на філософію бізнесу, зміщуючи її акценти на виробництво соціального капіталу, відповідальне споживання і сталий розвиток, що особливо важливо в умовах глобалізації, цифровізації та зростаючих соціально-екологічних вимог [1].

Товарознавство досліджує не лише закономірності виробництва та продажів для мінімізації втрат і підвищення якості продукції, але й комплексно оцінює бізнес-процеси та їхній соціальний і екологічний вплив. Це дозволяє формувати стратегії, які забезпечують конкурентоспроможність товарів, інноваційність виробництва та дотримання екологічних стандартів. Зокрема, сучасні тенденції включають цифровий контроль якості, застосування блокчейн-технологій для відстеження походження продукції, використання біорозкладних матеріалів для упаковки, впровадження систем багаторазового використання тари та автоматизованих систем управління логістикою і зберіганням.

Таким чином, майбутнє товарознавства як науки і практики полягає у формуванні комплексного підходу до виробництва, розподілу і споживання товарів. Воно стає стратегічним інструментом для розвитку бізнесу, інтегруючи технологічні, екологічні та соціальні аспекти у єдину філософсько-обґрунтовану стратегію. Завдяки цьому товарознавство не лише забезпечує оптимізацію якості та ефективності виробництва, а й сприяє формуванню суспільства, здатного адаптуватися до сучасних викликів, поєднуючи інновації, соціальну відповідальність і сталий розвиток у єдиному комплексі.

Висновки. Сучасне товарознавство розвивається як комплексна наукова дисципліна та практична діяльність, яка інтегрує технологічні, маркетингові, екологічні та соціальні аспекти виробництва й реалізації продукції. Воно виходить за межі традиційного аналізу технічних характеристик товарів, перетворюючись на стратегічний інструмент, здатний забезпечувати конкурентоспроможність підприємств, оптимізацію виробничих і збутових процесів та формування соціально відповідального й екологічно сталого бізнесу. Значущим досягненням сучасного товарознавства є застосування цифрових технологій, систем контролю й експертизи, що дозволяють ефективно відстежувати якість продукції та її походження, підвищуючи прозорість ланцюгів постачання та довіру споживачів. Водночас розвиток інноваційних матеріалів для упаковки та вдосконалення методів зберігання й транспортування сприяє збереженню споживчих властивостей товарів і формує нові ринкові можливості.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому вивченні інтеграції цифрових інструментів і інноваційних технологій у систему контролю якості та експертизи продукції, а також у дослідженні впливу цих технологій на ефективність бізнес-процесів і соціально-екологічні аспекти виробництва. Особлива увага потребує вивчення взаємозв'язку інноваційних рішень, сталого розвитку та формування відповідального споживчого середовища, що дозволить створювати продукцію, яка максимально відповідає очікуванням сучасних споживачів і забезпечує стратегічний розвиток підприємств у конкурентному середовищі. У такому контексті товарознавство стає не лише науковою дисципліною, а й важливим інструментом формування суспільства, здатного адаптуватися до динамічних соціально-економічних викликів.

Список літератури:

1. Бабух І. Б. Ключові системні проблеми формування та розвитку сучасного товарознавства як науки. *Економіка і регіон*. 2025. № 2 (97). С. 28–34.
2. Біловодська О. А., Клісінські Я. С., Молибог М. А. Пакування в процесі інноваційної діяльності як складова управління розподілом товарів. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 4. С. 31–42.
3. Борисенко О. С., Фісун Ю. В. Тенденції розвитку товарознавства в сучасних умовах. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 381–387.
4. Васюта В., Пузак В., Лашко І. Основні напрямки розвитку сучасного товарознавства. *Галицький економічний вісник*. 2022. № 1. С. 152–157.
5. Дикань В. Л., Каграманян А. О., Каличева Н. Є. та ін. Товарознавство та комерційна діяльність : підручник. Харків : УкрДУЗТ, 2018. 362 с.
6. Дубініна А. А., Овчиннікова І. Ф., Дубініна С. О. та ін. Методи визначення фальсифікації товарів : підручник. К. : «Видавничий дім «Професіонал», 2010. 272 с.
7. Завадських Г. М. Основні напрямки і проблеми розвитку сучасного товарознавства. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного*. 2024. № 1 (50). С. 101–111.
8. Мельник Т. Ю. Товарознавство : підручник (для студентів економічних спеціальностей). Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.
9. Назаренко Л. О. Експертиза товарів (Експертиза продовольчих товарів) : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2014. 312 с.

10. Оснач О. Ф. Товарознавство : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 219 с.

11. Чернега І. І., Уланчук В. С., Соколюк С. Ю. Жарун О. В. Розвиток товарознавства в сучасних умовах. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 2 (8). С. 60–69.

References:

1. Babukh I. B. (2025) Kliuchovi systemni problemy formuvannia ta rozvytku suchasnoho tovaroznavstva yak nauky [Key systemic problems in the formation and development of modern commodity science as a discipline]. *Ekonomika i rehion – Economy and Region*, no. 2 (97), pp. 28–34.

2. Bilovodska O. A., Klisinski Ya. S., Molyboh M. A. (2016) Pakuvannia v protsesi innovatsiinoi diialnosti yak skladova upravlinnia rozpodilom tovariv [Packaging in the process of innovative activity as a component of goods distribution management]. *Marketynh i menedzhment innovatsii – Marketing and Innovation Management*, no. 4, pp. 31–42.

3. Borysenko O. S., Fisun Yu. V. (2017) Tendentsii rozvytku tovaroznavstva v suchasnykh umovakh [Trends in the development of commodity science under contemporary conditions]. *Ekonomika i suspilstvo – Economics and Society*, no. 13, pp. 381–387.

4. Vasiuta V., Puzak V., Lashko I. (2022) Osnovni napriamky rozvytku suchasnoho tovaroznavstva [Key directions in the development of modern commodity science]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk – Galician Economic Bulletin*, no. 1, pp. 152–157.

5. Dykan V. L., Kahramanian A. O., Kalycheva N. Ye. ta in. (2018) *Tovaroznnavstvo ta komertsiiina diialnist : pidruchnyk* [Commodity science and commercial activity : Textbook]. Kharkiv : UkrDUZT, 362 p. (in Ukrainian).

6. Dubinina A. A., Ovchynnikova I. F., Dubinina S. O. ta in. (2010) *Metody vyznachennia falsyfykatsii tovariv : pidruchnyk* [Methods for Determining Product Counterfeiting : Textbook]. K. : “Vydavnychiy dim “Profesional”, 272 p. (in Ukrainian).

7. Zavadskykh H. M. (2024) Osnovni napriamky i problemy rozvytku suchasnoho tovaroznavstva [Main Directions and Problems of Modern Commodity Science Development]. *Zbirnyk naukovykh prats TDATU imeni Dmytra Motornoho – Scientific Proceedings of Dmytro Motornyi Tavria State Agrotechnological University*, no. 1 (50), pp. 101–111.

8. Melnyk T. Yu. (2020) *Tovaroznnavstvo : pidruchnyk (dlia studentiv ekonomichnykh spetsialnostei)* [Commodity Science : Textbook (for Students of Economic Specialties)]. Zhytomyr : Derzhavnyi universytet “Zhytomyrska politekhnika”, 364 p. (in Ukrainian).

9. Nazarenko L. O. (2014) *Ekspertyza tovariv (Ekspertyza prodovolchyykh tovariv) : navch. posib.* [Product Expertise (Food Product Expertise) : Educational Manual]. K. : Tsentr uchbovoi literatury, 312 p. (in Ukrainian).

10. Osnach O. F. (2017) *Tovaroznnavstvo : navchalnyi posibnyk* [Commodity Science : Educational Manual]. Kyiv : Tsentr navchalnoi literatury, 219 p. (in Ukrainian).

11. Cherniha I. I., Ulanчук V. S., Sokoliuk S. Yu. Zharun O. V. (2023) Rozvytok tovaroznavstva v suchasnykh umovakh [Development of Commodity Science in Modern Conditions]. *Aktualni pytannia u suchasni nauki – Current Issues in Modern Science*, no. 2 (8), pp. 60–69.

Дата надходження статті: 21.01.2026

Дата прийняття статті: 09.02.2026

Дата публікації статті: 25.02.2026