

DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY

УДК 658.62:005.52]:006
JEL D51, M31

DOI: 10.26906/EiR.2025.2(97).3784

КЛЮЧОВІ СИСТЕМНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ТОВАРОЗНАВСТВА ЯК НАУКИ

Бабух Ілона Борисівна*, кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

*ORCID 0000-0001-8274-5716

© Бабух І.Б., 2025

Стаття отримана редакцією 26.05.2025 р.
The article was received by editorial board on 26.05.2025

Вступ. Сучасне товарознавство відіграє винятково важливу роль не лише в економіці, а й у забезпеченні життєдіяльності всіх сфер суспільства. Сучасну цивілізацію нерідко характеризують як «суспільство споживання», маючи на увазі всеосяжний процес виробництва, розподілу та споживання матеріальних благ і послуг. У цьому контексті особливого значення набуває забезпечення якості, безпечності й ефективності товарів, що становить предмет наукового дослідження і практичного застосування товарознавства. Сьогоднішній споживач дедалі краще обізнаний із властивостями продукції, яку він споживає, усвідомлює її вплив на якість життя та стан здоров'я. Це зумовлює зростання суспільної цінності товарознавства як науки, яка постійно розвивається та зберігає свою актуальність в умовах динамічного трансформування споживчих пріоритетів і технологічного прогресу. Теорія та практика товарознавства охоплюють не лише аспекти, пов'язані з безпосереднім виробництвом товарів, але й забезпечують виконання комплексу функцій, що супроводжують їх обіг. Зокрема, йдеться про питання, пов'язані зі зберіганням, транспортуванням, пакуванням продукції, організацією процесів збуту, а також функціонуванням оптової та роздрібною торгівлі.

Сучасний науково-технічний прогрес суттєво впливає на формування нових підходів у товарознавстві як науці та практиці. Цифровізація трансформує не лише технологічні процеси, впровадження новітньої техніки, нових матеріалів і сировини, але й змінює ринкові стратегії, що стосуються купівлі-продажу товарів, організації виробничих і торговельних процесів, а також сприяє появі нових ринків збуту. Ці зміни посилюють актуальність досліджень у сфері товарознавства як у теоретико-методологічному, так і в практично-аналітичному аспектах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку товарознавства присвячено численні наукові праці як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників, серед яких слід відзначити Т. Агарвала, Васаві Даді [3], Т. М. Артюх, А. А. Дубініна [5], Г. М. Завадських [6], В. М. Загородню, О. І. Хоменка та інших. Їхні наукові здобутки охоплюють як теоретико-методологічні основи товарознавства, так і практичні аспекти розвитку цієї галузі, зокрема у сфері продовольчих і непродовольчих товарів.

Водночас, у межах академічних досліджень, товарознавство як самостійна наукова дисципліна потребує чіткого визначення ключових, системних для нього як науки напрямків і проблем розвитку, які безпосередньо зумовлені впливом сучасних інноваційних процесів – насамперед цифровізації суспільства, впровадження штучного інтелекту й інших інформаційних технологій. Ці трансформації не лише змінюють методологічний апарат науки, а й формують нові виклики і можливості для вдосконалення системи контролю якості, безпеки та ефективності товарів, що є визначальними

факторами конкурентоспроможності на сучасному ринку. Відтак, інтеграція інноваційних технологій у товарознавчу практику відкриває нові горизонти для наукових досліджень, стимулює розробку нових методів аналізу й оцінки продукції, а також сприяє розвитку комплексних підходів до управління товарними потоками в умовах глобалізованої економіки.

Незважаючи на значний прогрес у розвитку товарознавства як науки, низка ключових проблем залишається недостатньо дослідженою, що гальмує повноцінне формування та функціонування сучасної дисципліни. Зокрема, в умовах швидкої цифровізації та впровадження штучного інтелекту традиційні теоретико-методологічні підходи часто не враховують нових викликів, пов'язаних із трансформацією процесів виробництва, збуту та контролю якості товарів. Відсутність єдиних стандартів і адаптованих методик для оцінки продукції у нових ринкових умовах створює суттєві перешкоди для ефективного розвитку товарознавства. Саме ці та інші невирішені аспекти мають системний характер та становлять критичну частину загальної проблематики, яка потребує пріоритетної уваги у наукових дослідженнях і практичних розробках.

Метою дослідження є визначення ключових системних проблем у розвитку товарознавства як науки й аналіз ефективних шляхів розв'язання цих проблем, які виникають у процесі трансформації даної дисципліни в сучасну академічно-прикладну науку.

Основний матеріал і результати. У сучасній науковій літературі товарознавство часто розглядають виключно як прикладну дисципліну. Проте такий підхід, на наш погляд, є недостатньо коректним, оскільки значна частина знань у товарознавстві має теоретико-методологічний характер і становить академічну основу цієї науки. Беззаперечно, товарознавство є системною мультидисциплінарною галуззю, що інтегрує досягнення як природничих, так і соціально-економічних наук [1; 4].

Теоретико-методологічний фундамент товарознавства має включати не лише соціально-економічні та гуманітарні аспекти, але й базуватися на надбаннях хімії, фізики, біології, які відіграють важливу роль у дослідженні таких ключових питань, як хімічний склад продукції, її фізичні властивості та біологічна безпека. Знання у сфері товарознавства відіграють важливу роль для виробників, сприяючи оптимізації виробничих процесів та вибору найбільш якісних і відповідних матеріалів для виготовлення продукції. Значний негативний вплив на економіку мають підробки та фальсифікації товарів, і саме товарознавство виступає ключовим інструментом у виявленні таких порушень, що сприяє підтриманню етичних стандартів у бізнесі та захисту прав споживачів. Крім того, сучасний науково-технічний прогрес висуває підвищені вимоги до фахових знань у товарознавстві, адже нові продукти мають відповідати критеріям безпеки, екологічної чистоти та підвищеної ефективності.

Отже, товарознавство, будучи мультидисциплінарною науковою галуззю, охоплює дослідження технологічних процесів виготовлення товарів, їх хімічних, фізичних та інших властивостей з особливим акцентом на вплив цих характеристик на здоров'я людини та стан навколишнього середовища. Водночас, ця наука орієнтована на соціальний аспект, зосереджуючись на вивченні споживчих смаків і уподобань, маркетингових стратегій, проблем товарного обігу та ринкових процесів, а також на аналізі соціологічних аспектів поведінки споживача. При цьому її ядро – постійне вдосконалення методів оцінки якості та безпеки товарів сприяє підвищенню довіри споживачів і зміцненню конкурентоспроможності продукції на внутрішніх і міжнародних ринках.

Товарознавство, як синтетична наукова дисципліна та важливий практичний інструмент функціонування сучасної економіки, вивчає якість, безпеку й ефективність товарів, а також їх стандартизацію, сертифікацію та маркування. Аналіз технологічних вимог і проблем у цій сфері дозволяє розробляти оптимальні економічні характеристики продукції, включно з ціновою політикою та конкурентоспроможністю на ринку, а також здійснювати комплексний аналіз витрат виробництва. Водночас ці знання слугують основою для формування найбільш ефективних виробничих стратегій і маркетингових підходів до збуту та стимулювання реалізації товарів [8].

Сучасна товарознавча практика потребує виокремлення низки ключових системних проблем, які є визначальними аспектами науки товарознавства в економіці. Серед них – технологічні виклики, екологічні проблеми, недостатній рівень обізнаності споживачів, маркетингові труднощі, пов'язані з просуванням продукції та стимулюванням збуту, а також зростаюча глобальна конкуренція. Окрім цього, відзначається недостатня дослідженість багатьох питань товарознавства. Втім, найсуттєвішою проблемою цієї науки традиційно вважають відсутність єдиних стандартів, що ускладнює ефективне регулювання якості та безпеки товарів на ринку (рис. 1).



Рис. 1. Ключові бар'єри на шляху розвитку сучасного товарознавства

Джерело: побудовано за [4]

Відсутність чітко визначених стандартів якості та безпеки товарів або їх нормативна неузгодженість становить одну з ключових проблем сучасного товарознавства. Ця проблема є особливо критичною для галузей, що спираються на системну класифікацію, уніфікований опис та ідентифікацію товарної продукції. Як наука, товарознавство виконує фундаментальну функцію – систематизує, описує та класифікує товари за їх фізико-хімічними, біологічними, споживчими та іншими властивостями. Однак за відсутності прозорих, загальноприйнятих і функціональних стандартів ускладнюється міжгалузева взаємодія, координація дій між компаніями, державними структурами та регуляторами.

Значною мірою проблема стандартів впливає і на міжнародну торгівлю: у глобалізованій економіці точність, однозначність та універсальність характеристик товарів є передумовою ефективної комерційної взаємодії, укладення контрактів і дотримання вимог міжнародного права та регуляторних норм. Для України, як відкритої й експортоорієнтованої економіки, питання впровадження гармонізованих із міжнародними нормами стандартів товарів є надзвичайно актуальним. Їх розроблення та імплементація створюють передумови для уніфікації товарної класифікації, полегшення експортно-імпортних операцій, а також підвищення довіри до української продукції на світовому ринку [2].

Однією з ключових проблем, що стримують розвиток сучасного товарознавства, є технологічні виклики, зумовлені стрімкою трансформацією виробничих процесів і засобів ідентифікації товарів. Широке впровадження новітніх виробничих технологій, модернізація технологічних циклів та поява інноваційних рішень, зокрема в галузі автоматизації, штучного інтелекту й машинного навчання, створюють як нові можливості, так і складнощі для товарознавчої науки. З одного боку, такі інструменти значно спрощують і прискорюють процеси класифікації, верифікації та контролю якості товарів. З іншого – постає необхідність адаптації існуючих теоретико-методологічних засад товарознавства до нових цифрових реалій, зокрема через переосмислення традиційних моделей ідентифікації, опису та стандартизації продукції. Особливої актуальності набувають питання інтеграції інтелектуальних систем в аналітичну практику, що вимагає формування нових компетенцій у фахівців та розробки уніфікованих підходів до цифрового супроводу товарів у логістичних і торговельних ланцюгах [9].

До ключових технологічних аспектів сучасного товарознавства також належить стандартизація даних і розвиток інформаційних систем, які забезпечують ефективний обмін інформацією між усіма учасниками товарного ланцюга – від виробника до кінцевого споживача. Відсутність єдиного інформаційного стандарту у сфері товарознавства значно ускладнює процеси уніфікації даних, перешкоджає впровадженню прозорих логістичних схем і гальмує цифрову трансформацію галузі.

В умовах цифрової економіки пріоритетного значення набувають питання інформаційної безпеки та захисту персональних і комерційних даних, що циркулюють у товаропровідних системах. Сучасні рішення вимагають інтеграції товарознавчих платформ з іншими високотехнологічними системами – зокрема, блокчейн-технологіями, хмарними обчисленнями, інструментами великих даних (Big Data), машинного навчання й аналітики в реальному часі. Такі технологічні синергії відкривають нові горизонти для відстеження походження товарів, забезпечення їх автентичності, формування цифрових паспортів продукції та розбудови довіри між контрагентами на глобальному ринку. Проте

для повноцінного використання цих можливостей товарознавство як наука має бути адаптоване до міждисциплінарного контексту, інтегруючи до свого методологічного апарату знання з інформатики, кібербезпеки, економіки платформи та логістики.

З ключових проблем у розвитку сучасного товарознавства як науки є і недостатня увага до екологічної складової виробництва та споживання товарів. Ігнорування екологічних аспектів у межах наукового дискурсу та практики товарознавства суперечить засадам сталого економічного розвитку й сприяє зростанню рівня забруднення довкілля, посиленню проблем управління відходами, нераціонального використання ресурсів, а також низького рівня енергоефективності в усьому товарному ланцюгу. Екологічний вимір товарознавства охоплює, зокрема, питання сталого використання сировинних ресурсів. У багатьох галузях виробництва зберігається тенденція до надмірного споживання природних ресурсів, що веде до деградації екосистем, зниження біорізноманіття та погіршення екологічної стійкості регіонів. Важливою складовою наукового аналізу у цій сфері є також вивчення екологічних наслідків відходів виробництва, споживання та утилізації продукції, які можуть мати тривалий негативний вплив на довкілля.

Окрему увагу слід приділити екологічним критеріям вибору матеріалів та енергоефективності виробничих і логістичних процесів. Зокрема, виробництво, транспортування та утилізація товарів часто супроводжуються значними енергетичними витратами, що не лише збільшує вуглецевий слід, а й ставить під сумнів ефективність життєвого циклу продукції з позицій екологічної доцільності. Таким чином, інтеграція екологічних підходів у наукове поле товарознавства є необхідною умовою його сучасної трансформації як прикладної мультидисциплінарної галузі знань.

Однією з ключових системних проблем у теорії та практиці товарознавства є низький рівень обізнаності споживачів щодо якості, безпечності та характеристик товарів. Така ситуація істотно ускладнює ефективне функціонування ринку, знижує довіру до нових товарів та стримує інноваційну активність виробників. Досвід свідчить, що значна частина споживачів не володіє базовими знаннями про технічні параметри, склад продукції, її відповідність стандартам якості й безпеки. Відсутність такої інформації перешкоджає усвідомленому вибору товарів і, відповідно, підвищує ризики для здоров'я та безпеки кінцевих користувачів. Крім того, недостатній рівень споживчої освіченості створює сприятливе підґрунтя для маніпуляцій з боку недобросовісних виробників або продавців, які можуть навмисно поширювати недостовірну інформацію про властивості товарів, їхню безпечність чи відповідність стандартам [7]. Унаслідок цього споживачі опиняються в умовах інформаційної асиметрії, що негативно впливає на функціонування ринку, знижує загальний рівень споживчого захисту та уповільнює розвиток товарознавства як науки, орієнтованої на формування прозорих і безпечних споживчих практик.

У цілому проблема низької освіченості споживачів на перший погляд хоч і знаходиться поза межами науки товарознавства, проте, на наш погляд, вона прямо і безпосередньо заходить у сферу товарознавства, адже забезпечення доступу споживачів до достовірної інформації про товари, їх склад, якість і безпеку, розбудова стандартів у сфері інформування споживачів мають бути актуальними для теорії і практики товарознавства.

Знання про властивості товарів, а особливо про їх просування до кінцевого споживача, є важливою складовою маркетингової науки. Водночас товарознавство, як синтетична міждисциплінарна наука, нерідко перетинається з проблематикою маркетингової політики підприємств. Предметна сфера маркетингу значною мірою охоплює аспекти, пов'язані з формуванням товарної політики, позиціонуванням товару на ринку, розробкою стратегій просування та стимулювання збуту. Товарознавство тісно взаємодіє з маркетингом, теорією ринків і соціологією споживчої поведінки, оскільки вивчає не лише фізико-хімічні характеристики товарів, але й соціально-економічні фактори, що визначають споживчі переваги, очікування, смаки та потреби. У цьому контексті воно виступає важливим інструментом для забезпечення ефективної ринкової орієнтації продукції. Крім того, сучасне товарознавство передбачає глибоке розуміння процесів позиціонування товару, чіткого визначення його унікальних властивостей та формування конкурентних переваг.

Серед проблем, тісно пов'язаних із маркетинговими аспектами товарознавства, слід виділити питання, що стосуються упаковки та дизайну товарів. Саме належне оформлення продукції, її естетична привабливість і функціональність упаковки відіграють важливу роль у забезпеченні відповідності товару очікуванням та потребам споживачів, а також у формуванні його конкурентоспроможності на ринку.

Розробка ефективних маркетингових стратегій, організація якісної рекламної кампанії та побудова результативної комунікації зі споживачами також належать до сфери актуальних проблем товарознавства, оскільки безпосередньо впливають на просування продукції та формування попиту. Ще одним важливим аспектом, що об'єднує товарознавство й маркетинг, є управління брендом. Створення сильного бренду, підтримка його репутації та забезпечення відмінностей від конкурентів формують лояльність споживачів і сприяють зміцненню товарних позицій на ринку. Відповідно між товарознавством і маркетингом існує тісний взаємозв'язок, де маркетингові стратегії, методи просування і реалізації продукції є невід'ємною частиною проблемного поля товарознавства.

Ще однією важливою проблемою розвитку товарознавства як науки є недостатній рівень аналітичного забезпечення та слабка емпірична дослідженість предметної області. Відсутність системної наукової аналітики призводить до обмеженого впливу товарознавства на забезпечення якості та безпеки продукції, оскільки бракує об'єктивної, верифікованої інформації про властивості товарів, потенційні ризики їх використання та довгострокові наслідки для споживачів і довкілля. Крім того, дефіцит наукових досліджень у цій сфері уповільнює інноваційні процеси, стримує розвиток новітніх матеріалів, технологій виробництва, методів тестування та контролю якості. Це, у свою чергу, ускладнює оптимізацію виробничих процесів, знижує загальну ефективність економічної діяльності підприємств та призводить до втрати конкурентних переваг на внутрішньому і зовнішньому ринках [6].

Особливо значущим наслідком слабкої аналітичної бази є уповільнення процесів стандартизації. Як вже зазначалося, саме розробка й імплементація сучасних стандартів якості та безпеки продукції є визначальним чинником для ефективного функціонування товарознавства в умовах глобалізованої економіки. У зв'язку з цим актуальним завданням постає стимулювання наукових досліджень у сфері товарознавства, зокрема через розширення співпраці між вищими навчальними закладами, академічними установами та представниками бізнес-середовища. Така інтеграція сприятиме формуванню інноваційного середовища, забезпеченню належної наукової підтримки товарної політики та підвищенню загального рівня споживчої безпеки.

Сучасне товарознавство як наукова дисципліна не може залишатися осторонь проблем, зумовлених зростанням глобальної конкуренції. Цей процес є наслідком інтенсифікації міжнародної торгівлі, розширення науково-технічного співробітництва між країнами, а також посилення конкуренції між виробниками та постачальниками товарів у світовому масштабі. Одним із ключових аспектів цієї проблематики є зростаючий тиск глобального конкурентного середовища, яке вимагає від виробників постійного вдосконалення якості товарів, підвищення їх інноваційності, а також швидкої адаптації до новітніх технологічних стандартів. В умовах глобалізації компанії змушені впроваджувати передові технології, аби відповідати високим вимогам ринку та зберігати конкурентоспроможність своєї продукції. Значним викликом також є ціновий тиск, обумовлений прагненням конкурентів до зниження вартості товарів. Така тенденція негативно впливає на прибутковість бізнесу, особливо для підприємств, що не мають доступу до масштабного виробництва або дешевших ресурсів. У таких умовах особливої ваги набуває здатність компаній здійснювати глибоку ринкову аналітику, швидко реагувати на коливання попиту, трансформацію споживчих переваг та зміну конкурентного ландшафту.

Глобальна конкуренція охоплює весь спектр міжнародної торгівлі, у межах якої країни та компанії змагаються за частку на світовому ринку експорту й імпорту товарів. Це обумовлює необхідність для виробників дотримуватись міжнародних стандартів якості, безпеки, екологічності й етики виробництва, а також забезпечувати відповідність продукції вимогам світових регуляторних систем. Крім того, в умовах глобалізованого ринку важливого значення набуває маркетингова політика підприємств. Під впливом глобальної конкуренції компанії змушені розробляти високоефективні маркетингові стратегії, орієнтовані не лише на локального, а й на міжнародного споживача. Особливо актуальним стає формування сильного бренду, здатного вирізняти товар серед численних конкурентів, створювати стійку довіру споживачів і забезпечувати довгострокову лояльність до продукції.

Таким чином, з огляду на міждисциплінарний характер товарознавства як науки, актуальним постає необхідність застосування комплексного, системного підходу до виявлення, аналізу та вирішення ключових проблем цієї галузі. Такий підхід має бути спрямований на підвищення якості, безпеки й ефективності товарної продукції, що, у свою чергу, сприятиме зміцненню конкурентоспроможності підприємств і забезпеченню сталого розвитку економіки в цілому.

Висновки. Сучасне товарознавство є складною мультидисциплінарною наукою, що інтегрує досягнення природничих, соціально-економічних і технічних дисциплін. Його розвиток ґрунтується не лише на прикладних, а й на глибоких теоретико-методологічних засадах, які забезпечують надійну основу для дослідження якості, безпеки, ідентифікації та класифікації товарів. У контексті стрімкого науково-технічного прогресу товарознавство стикається з низкою актуальних викликів, зокрема відсутністю уніфікованих стандартів, необхідністю інтеграції цифрових технологій, екологічних принципів та зростаючих вимог споживачів. Значущими залишаються питання адаптації наукових підходів до умов цифрової трансформації, формування єдиних систем стандартизації, забезпечення прозорості інформації про товари, а також впровадження екологічних та енергоефективних рішень. Особлива увага приділяється підвищенню обізнаності споживачів, що сприяє формуванню відповідального споживання та покращенню якості товарного середовища загалом. Отже, товарознавство відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного функціонування економіки, захисті прав споживачів та підвищенні конкурентоспроможності продукції на глобальному ринку. Подальший розвиток галузі має базуватися на інтеграції інноваційних технологій, посиленні міждисциплінарної взаємодії та формуванні цілісної системи знань, здатної відповідати сучасним викликам.

Перспективи подальших досліджень у товарознавстві зосереджуються на впровадженні цифрових технологій, розробці універсальних стандартів, екологічній оцінці товарів, вивченні споживчої поведінки, а також удосконаленні освітніх програм. Важливим залишається врахування впливу глобалізації та геополітичних змін на функціонування товарних ринків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Борисенко О. С., Фісун Ю. В. Тенденції розвитку товарознавства в сучасних умовах. *Економіка і суспільство*. 2017. № 13. С. 381–387.
2. Бровкіна Ю. О. Тенденції та перспективи роздрібної торгівлі в Україні. *Молодий вчений*. 2017. № 10. С. 802–806.
3. Васаві Даді, Сурьядевара Р. Н., Рахул С. М., Тріпті А., Сапна Арора. Їжа та інновації : модернізація операцій ланцюга постачання. *Архів техніки виробництва*. 2021. № 27 (2). С. 75–89.
4. Васюта В., Пузак В., Лашко І. Основні напрямки розвитку сучасного товарознавства. *Галицький економічний вісник*. 2022. № 1. С. 152–157.
5. Дубініна А. А., Овчиннікова І. Ф., Дубініна С. О. та ін. Методи визначення фальсифікації товарів : підручник. Київ : «Видавничий дім «Професіонал», 2010. 272 с.
6. Завадських Г. М. Основні напрямки і проблеми розвитку сучасного товарознавства. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного*. 2024. № 1 (50). С. 101–111.
7. Назаренко В. О., Юдічева О. П., Жук В. А. Формування якості товарів: навчальний посібник. Ч. 1. Київ : Центр учбової літератури. 2012. 386 с.
8. 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. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2\(8\)-60-69](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2(8)-60-69)
9. Язіна В. А., Вишнікіна О. В., Сабіров О. В. Сучасні тенденції розвитку товарознавства харчових продуктів. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. Вип. 67. С. 167–170.

REFERENCES:

1. Borysenko O. S., Fisun Yu. V. (2017). Tendentsii rozvytku tovaroznavstva v suchasnykh umovakh [Trends in the development of commodity science in modern conditions]. *Ekonomika i suspilstvo – Economy and society*, no. 13, pp. 381–387.
2. Brovkina Yu. O. (2017). Tendentsii ta perspektyvy rozdrubnoi torhivli v Ukraini [Trends and prospects of retail trade in Ukraine]. *Molodyi vchenyi – Young scientist*, no. 10, pp. 802–806.
3. Vasavi Dadi, Suriadevara R. N., Rakhul S. M., Tripti A., Sapna Arora (2021). Yizha ta innovatsii: modernizatsiia operatsii lantsiuha postachannia [Food and innovation: modernization of supply chain operations]. *Arkhiv tekhniki vyrobnytstva – Archive of production equipment*, no. 27 (2), pp. 75–89.
4. Vasiuta V., Puzak V., Lashko I. (2022). Osnovni napriamky rozvytku suchasnoho tovaroznavstva [The main directions of development of modern commodity science]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk – Galician Economic Herald*, no. 1, pp. 152–157.
5. Dubinina A. A., Ovchynnikova I. F., Dubinina S. O. ta in. (2010). *Metody vyznachennia falsyfikatsii tovariv : pidruchnyk* [Methods for determining the falsification of goods: textbook]. Kyiv: “Vydavnychiy dim “Profesional” (in Ukrainian)
6. Zavadskykh H. M. (2024). Osnovni napriamky i problemy rozvytku suchasnoho tovaroznavstva [The main directions and problems of the development of modern commodity science]. *Zbirnyk naukovykh prats TDAU imeni Dmytra Motornoho – Collection of scientific works of TSATU named after Dmitry Motorny*, no. 1 (50), pp. 101–111.

7. Nazarenko V. O., Yudicheva O. P., Zhuk V. A. (2012). *Formuvannia yakosti tovariv: navchalnyi posibnyk* [Formation of quality of goods: a textbook]. Ch. 1. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury. (in Ukrainian)
8. Cherneha I. I., Ulanchuk V. S., Sokoliuk S. Yu. Zharun O. V. (2023). Rozvytok tovaroznavstva v suchasnykh umovakh [Development of commodity science in modern conditions]. *Aktualni pytannia u suchasnii nauksi – Topical issues in modern science*, no. 2 (8), pp. 60–69. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2\(8\)-60-69](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2(8)-60-69)
9. Yazina V. A., Vyshnikina O. V., Sabirov O. V. (2022). Suchasni tendentsii rozvytku tovaroznavstva kharchovykh produktiv [Modern trends in the development of commodity science of food products]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy – Economics and enterprise management*, vol. 67, pp. 167–170.

УДК 658.62:005.52]:006

JEL D51, M31

Бабух Ілона Борисівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. **Ключові системні проблеми формування та розвитку сучасного товарознавства як науки.**

У статті розглядаються актуальні проблеми сучасного товарознавства як мультидисциплінарної наукової галузі, що інтегрує досягнення природничих і соціально-економічних наук. Визначено, що товарознавство забезпечує системний підхід до оцінки якості, безпеки, споживчих властивостей, екологічності продукції та її просування до споживача. Особливу увагу приділено викликам: відсутності уніфікованих стандартів, цифровим трансформаціям, екологічним загрозам, низькій споживчій обізнаності, глобалізованим ринкам. Обґрунтовано важливість розвитку компетенцій фахівців, впровадження цифрових технологій (блокчейн, штучний інтелект, Big Data) і підвищення прозорості. Доведено стратегічну роль товарознавства у формуванні конкурентоспроможного, сталого й інноваційного середовища. Наголошено на потребі оновлення методології класифікації та ідентифікації товарів, гармонізації стандартів і розвитку споживчої освіти.

Ключові слова: товар, товарознавство, якість продукції, стандартизація, цифрові технології, блокчейн, штучний інтелект, Big Data, екологічна безпека, споживча обізнаність, інновації, сталий розвиток.

UDC 658.62:005.52]:006

JEL D51, M31

Iлона Babukh, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor at Department of Marketing, Innovation and Regional Development, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. **Key systemic problems in the formation and development of modern commodity studies as a science.**

The article comprehensively analyzes contemporary issues in commodity studies as a multidisciplinary scientific field that combines applied and theoretical knowledge from the natural, technical, and social sciences. It is emphasized that commodity studies play an important role in ensuring a systematic approach to assessing the quality, safety, consumer characteristics, and environmental safety of goods, which is the basis for the effective functioning of modern markets. Particular attention is paid to a number of key systemic challenges facing the industry: the lack of unified and up-to-date quality standards, which complicates the classification and identification of goods; rapid technological and digital transformations which are changing traditional approaches to quality control, logistics, and consumer interaction; environmental threats caused by growing demands for sustainable production and consumption; reduced consumer awareness, which exacerbates the problem of information asymmetry between producers, sellers, and end consumers, as well as market globalization. The article analyzes current trends in the implementation of digital technologies in commodity studies, in particular the use of blockchain to ensure supply chain transparency, the application of artificial intelligence to automate quality control, and the analysis of large volumes of data (Big Data) to predict consumer trends. It has been shown that the integration of such technologies contributes to improving the efficiency of commodity flow management, reducing the risk of counterfeiting, and improving consumer confidence. It has been proven that modern commodity studies go beyond the traditional expert and analytical functions, becoming a strategic factor in the formation of a sustainable, innovative, and competitive commodity market. Emphasis was placed on the need to review existing methodological approaches to the classification and identification of goods, taking into account digital and environmental challenges. The study resulted in recommendations for strengthening interdisciplinary cooperation in commodity studies, introducing innovative technologies, and developing the regulatory framework, which will create conditions for the sustainable development of the commodity market in the context of modern global challenges.

Key words: product, commodity research, product quality, standardization, digital technologies, blockchain, artificial intelligence, Big Data, environmental security, consumer awareness, innovation, sustainable development.