

Сігасва Т.Є.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій
*Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця*

Sigaieva Tetiana

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
at the Department of Management, Logistics and Innovation
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ТОВАРОЗНАВСТВІ В УМОВАХ ВІЙНИ.

CURRENT TRENDS IN COMMODITY RESEARCH IN TIMES OF WAR

У статті висвітлено вплив війни в Україні на товарознавчі процеси, зокрема на характеристики товарів, їх оцінку та зміни у споживчих уподобаннях. Автори аналізують наслідки війни для виробничих та постачальницьких ланцюгів, зокрема обмеження імпорту, зростання вартості товарів і необхідність пошуку нових шляхів забезпечення попиту. В умовах війни акцент робиться на товарах, які відповідають вимогам безпеки, надійності та довговічності. Окремо розглядаються зміни в методах оцінки якості товарів та роль внутрішнього виробництва, яке стало важливим фактором стабільності на ринку. Аналізуються також нові потреби споживачів, зокрема попит на товари першої необхідності та продукцію, здатну витримати екстремальні умови. У статті підкреслюється необхідність адаптації товарознавства до нових економічних реалій, розвиток інноваційних технологій та використання нових моделей виробництва, що дозволяють підприємствам швидше адаптуватися до змін і забезпечити споживачів товарами високої якості в умовах економічної нестабільності та кризових ситуацій.

Ключові слова: ринок, товарознавство, тенденція, зміни, адаптація.

In the article, the concept of the impact of the ongoing war in Ukraine on commodity science is discussed in detail, focusing on the changing characteristics of goods, their evaluation, and shifts in consumer preferences. The study analyzes how the war has disrupted traditional supply chains, led to the reduction of imports, and caused price hikes, forcing businesses to adapt and search for alternative ways to ensure the stability of demand. The conflict has also brought forth new consumer priorities, including safety, reliability, and durability of products. The article highlights the significant changes in quality control methods, which have become more stringent to guarantee product safety and suitability in crisis conditions. The author explores how the shift in demand for essential goods has accelerated, with an emphasis on products necessary for survival and those that can function in extreme conditions. As Ukraine's internal production gains more prominence due to the disruption of international supply lines, the article outlines the emerging trends in domestic manufacturing, which has become vital for the economy's stability. Additionally, the paper discusses the modification of evaluation methods, emphasizing the necessity for goods to meet new consumer expectations, particularly in terms of resilience and long shelf life. Special attention is given to the growing need for energy-efficient products, long-lasting goods, and those that offer self-sufficiency, such as solar panels, generators, and mobile power sources. In parallel, the article notes the increasing consumer preference for functional, reliable, and repairable products, reflecting the economic uncertainties and the need for rational consumption. The article concludes by pointing out that Ukrainian companies, despite the challenging environment, have shown resilience and capacity for adaptation, with a focus on ensuring high-quality goods that meet new market demands. In the long run, the article stresses the importance of continuously improving commodity science to respond to the ever-changing conditions brought about by the war, fostering technological innovations, and bolstering domestic production to maintain economic stability and consumer satisfaction.

Keywords: market, commodity research, trend, change, adaptation.

Постановка проблеми. Війна в Україні, що триває з 2014 року і досягла критичної точки у 2022 році, має величезний вплив на всі аспекти економіки, в тому числі й на товарознавство. Війна призводить до змін у характеристиках товарів, їх оцінці, а також на поведінці споживачів і підприємств. Товарознавство, яке є однією з основних дисциплін у галузі економіки і

бізнесу, забезпечує вивчення різноманітних товарів, їх якості, споживчих властивостей і способів оцінки. Однак у контексті війни це поняття значно розширюється і потребує адаптації до нових економічних і соціальних умов.

З початком активних бойових дій з'являються нові виклики, з якими раніше не стикалися ні виробники, ні

споживачі. Зміни в ланцюгах постачання, скорочення імпорту, а також підвищення вартості товарів змушують підприємства шукати нові шляхи для збереження конкурентоспроможності та задоволення потреб споживачів. Війна змінює не тільки виробництво товарів, але й сама природа споживчих уподобань, адже на перший план виходять питання безпеки, надійності та доступності продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення товарознавства в контексті війни та економічних криз є важливою темою багатьох наукових робіт останніх років. Останні дослідження українських та зарубіжних вчених: А.М. Лялюк А.М.Т. Агарвал, М.С. Бардаш, В.Л. Дікань [3], Р.С. Мор, Н.С. Рам, показують, як глобальні кризові ситуації змінюють звичайні економічні процеси, зокрема і процеси, що стосуються товарознавства. Криза, спричинена пандемією COVID-19, уже призвела до змін у світових ланцюгах постачання та змушує підприємства шукати нові шляхи оптимізації виробничих процесів. Проте війна в Україні стала особливим випадком, оскільки вона не тільки порушила звичайний товарообіг, але й спричинила масові зміни в економічній поведінці, як з боку підприємств, так і з боку споживачів. Зокрема, аналіз публікацій і досліджень за останні роки показує, що основними напрямками, на які звертають увагу сучасні вчені, це зміни в структурі товарних ланцюгів та логістиці, також багато уваги приділено підвищенню попиту на товари першої необхідності та споживчі зміни і адаптація до нових умов.

Однак дослідження, яке безпосередньо стосувалося б українського контексту, зокрема впливу війни на товарознавчі процеси, є досить обмеженими. Багато досліджень зосереджено на загальних економічних впливах, а питання щодо товарознавства як науки і практики залишаються недостатньо дослідженими. Потребує додаткового аналізу вплив війни на вимоги до якості товарів, зміни в споживчих вподобаннях та розвиток нових методів оцінки товарів, які можуть стати ефективними в умовах нестабільності та кризи.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є питання впливу війни в Україні на товарознавчі процеси, особливо з точки зору зміни товарних характеристик, оцінки товарів, а також на тенденції споживчого попиту в сучасних умовах. Завдання полягає у вивченні нових умов, що виникли під впливом вій-

ськового конфлікту, і формулюванні напрямів, в яких товарознавство повинно адаптуватися до сучасних реалій. В статті розглянуто питання щодо основних зміни в якості товарів і вимогах до них також досліджено вплив війни на методи оцінки товарів та їх сертифікації. Визначено нові тенденції в товарознавстві, які виникають під час кризової ситуації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з основних проблем, з якими зіткнулися українці в умовах війни, є суттєве обмеження доступу до товарів з-за кордону. Блокування портів, руйнування інфраструктури та ускладнення логістичних процесів призвели до різкого скорочення імпорту товарів. Це змусило підприємства, що раніше залежали від зовнішніх поставальників, шукати альтернативи в ланцюгах поставок. Було визначено, що в умовах війни значно зросла роль внутрішнього виробництва, яке було змушене адаптуватися до нових реалій. При цьому багато компаній почали диверсифікувати джерела постачання та шукати нові шляхи для забезпечення стабільності в тяжкі часи.

Споживчі властивості товарів стали важливим критерієм при виборі товарів у період війни. Від споживачів все більше вимагалось не тільки якісних товарів, але й товарів, які б відповідали вимогам безпеки, були зручними та практичними. Поява нових типів товарів, які сприяють виживанню в умовах війни, таких як компактні набори для самооборони, мобільні зарядні пристрої, продукти для екстрених ситуацій, стала відповіддю на зміни в попиті. Ці зміни відображають адаптацію споживачів до воєнних реалій і формують нові тенденції на ринку (табл. 1).

Основною причиною у зміні споживчих уподобань є нестабільність економічної ситуації, що змушує людей запасатися базовими товарами. Також через зниження купівельної спроможності, споживачі віддають перевагу першочерговим потребам. Споживачі прагнуть до зниження довгострокових витрат, обираючи якісні та енергоощадні продукти [1, с. 382].

Споживачі адаптуються до нових умов і обирають більш функціональні та надійні товари. Тренд свідчить про більш раціональний підхід до витрат та зменшення частки імпульсивних покупок.

На тлі війни особливу популярність здобули продукти, що мають тривалий термін зберігання, а також товари, які можна використовувати в польових умовах або при обмежених ресурсах. Незважаючи на склад-

Таблиця 1

Зміни в споживчих уподобаннях в Україні під час війни (2022–2023 роки)

Категорія споживчих уподобань	Зміна попиту	Основні наслідки
Товари першої необхідності (продукти харчування, засоби гігієни)	+18 – 22%	Зростання попиту на базові продукти через нестабільність та зміну пріоритетів споживачів.
Товари з підвищеними вимогами до якості (енергоефективність, довговічність)	+15 – 20%	Підвищений інтерес до надійних товарів, що економлять ресурси та забезпечують автономність.
Автономні джерела енергії (сонячні панелі, генератори, акумулятори)	+60%	Різке зростання попиту через часті відключення електроенергії та необхідність резервного живлення.
Побутова техніка (холодильники, пральні машини, мультиварки та інша дрібна техніка)	+10 – 15%	Активізація покупок надійних пристроїв, що забезпечують комфорт у умовах обмежених ресурсів.

Джерело: узагальнено авторами на основі [2; 5]

нощі, деякі українські виробники змогли значно збільшити випуск продукції, що дозволило компенсувати дефіцит імпортованих товарів і забезпечити потреби внутрішнього ринку. Це важливий аспект, який свідчить про здатність української економіки адаптуватися до екстремальних умов і використовувати можливості для розвитку національного виробництва.

Проте підприємства України продовжують відновлюватись та невпинно працювати, показуючи значний потенціал, доказом цього є статистична інформація обсягу реалізації продукції за 2010–2023 роки (рис. 1).

З наведеної діаграми можна зробити висновок, що обсяг реалізованої продукції стрімко зростає до 2021 року, що свідчить про позитивну динаміку розвитку галузі. Показники 2020 року перевищили 2019 рік, це в свою чергу демонструє стійкість галузі до кризових явищ, викликаних пандемією COVID-19. Можливо, це пов'язано зі збільшенням попиту на певні види харчової продукції в умовах карантину. Спад обсягів реалізації у 2022 році є прямим наслідком повномасштабного вторгнення Росії. Варто відзначити, що виробництво харчової продукції є критично важливим для країни, тому навіть в умовах війни, воно продовжує працювати. Перевищення показників 2023 року над 2022 роком свідчить про швидку адаптацію підприємств України до воєнного положення.

Споживчі властивості товарів стали важливим критерієм при виборі товарів у період війни. Від споживачів все більше вимагалося не тільки якісних товарів, але й товарів, які б відповідали вимогам безпеки, були зручними та практичними. Поява нових типів товарів, які сприяють виживанню в умовах війни, таких як компактні набори для самооборони, мобільні зарядні пристрої, продукти для екстрених ситуацій, стала відповіддю на зміни в попиті.

На тлі війни особливу популярність здобули продукти, що мають тривалий термін зберігання, а також товари, які можна використовувати в польових умовах або при обмежених ресурсах. Окрім того, споживачі почали все більше звертати увагу на надійність і міцність товарів, здатність до ремонту та тривалості використання, що ставало надзвичайно важливим фактором у виборі товарів для повсякденного використання.

В умовах війни підприємства та виробники товарів стикнулися з необхідністю адаптувати технологічні процеси до нових умов. Зокрема, виникла потреба в упровадженні нових методів контролю якості товарів, удосконаленні технологій упаковки та зберігання, а також розвитку нових інструментів для моніторингу та забезпечення безперервного постачання.

Багато компаній звернулися до новітніх технологій, таких як автоматизація виробництва, 3D-друк для виробництва деталей, а також роботизація складських і логістичних процесів. Окрім того, підприємства активно використовують інформаційні технології для відстеження ланцюгів постачання та контролю за якістю продукції.

В умовах війни змінилися також підходи до оцінки товарів. Традиційні методи оцінки якості товарів і послуг, які ґрунтуються на стереотипних показниках, такими як ціна, гарантія, термін служби, тепер потребують більш гнучкого підходу. Різні продукти здатні різною мірою задовольняти потреби користувача, тобто мають різну якість. Тому цілком природно, що одним з найважливіших завдань товаровознавства є вивчення споживчих властивостей товарів, виявлення закономірностей формування якості товару на всіх етапах його життєвого циклу особливо в сучасних умовах.

Поява нових критеріїв, таких як стійкість товарів до екстремальних умов, здатність до тривалого зберігання

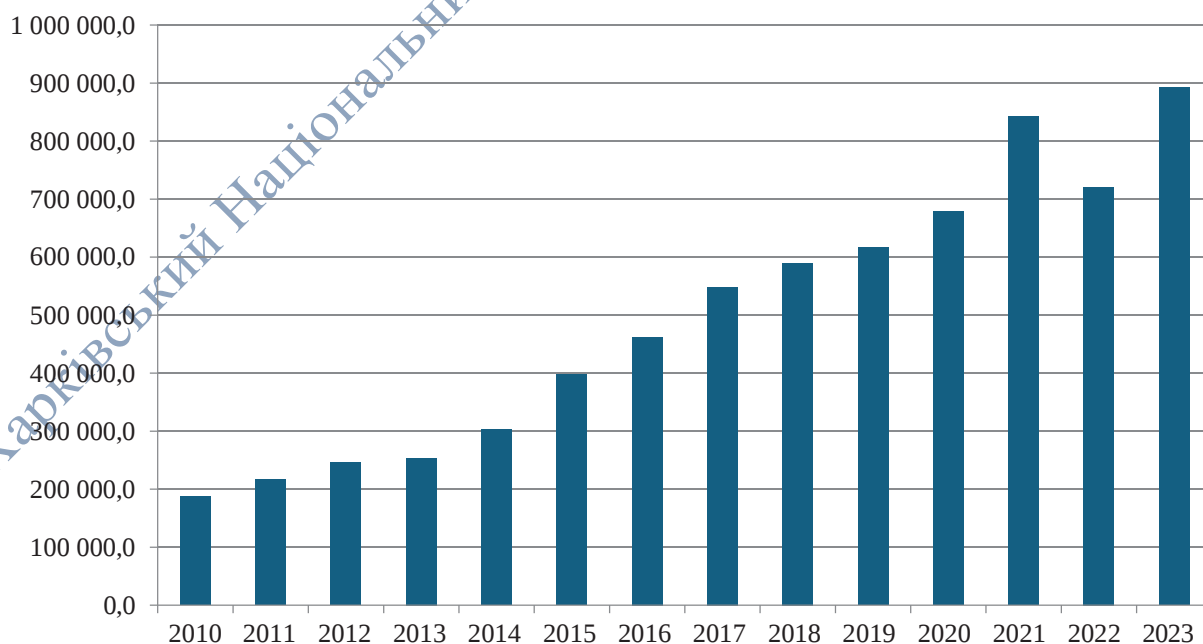


Рис. 1. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств з виробництва харчових продуктів, напоїв у 2010–2023 роках

Джерело: [1; 4]

без втрати якості і здатність забезпечити безпеку, стало важливим фактором у їх оцінці. Підприємствам необхідно адаптувати свої стратегії до цих змін, працюючи над удосконаленням своїх товарних характеристик відповідно до нових вимог [3].

Висновки. Війна в Україні має глибокий вплив на товарознавчі процеси, спричиняючи суттєві зміни як у характеристиках товарів, так і в потребах споживачів. У нових реаліях важливими стають товари, які відповідають вимогам безпеки, надійності, довговічності та економічної доцільності. Підприємства змушені адаптувати свої виробничі процеси, інтегруючи інноваційні технології, що дозволяють оперативно реагувати на зміни в попиті та гарантувати високий рівень якості продукції.

У перспективі можна очікувати подальшу адаптацію товарознавства до умов війни, що включає розви-

ток нових методів і підходів до оцінки якості товарів, а також удосконалення систем сертифікації. Оскільки вимоги до товарів змінюються під впливом війни та економічної нестабільності, виникає необхідність у постійному вдосконаленні підходів до їх оцінки. Особливо важливим є посилення уваги до розвитку внутрішнього виробництва, яке дозволить зменшити залежність від імпорту і забезпечити стабільність ринку. Зростання інноваційних технологій, нових моделей виробництва і вдосконалення логістики сприятимуть швидкому реагуванню підприємств на зміни в економічному середовищі та забезпеченню споживачів високоякісною продукцією в умовах кризи. Розвиток цих напрямків дасть можливість зміцнити економіку країни і підтримати потреби споживачів навіть у найбільш складні часи.

Список використаних джерел:

1. Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Тенденції розвитку товарознавства в сучасних умовах. *Журнал Економіка і суспільство*. 2017. Випуск №13. С. 381–387. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/62.pdf
2. Гнучка упаковка як спосіб платити менше. Які нові правила диктує нам ринок? URL: <https://technologia.com.ua/blog/gnuchka-upakovka-yak-sposib-platiti-menshe-yaki-novi-pravila-diktue-nam-rinok/>
3. Дикань В. Л., Каграманян А. О., Каличева Н. Є. та ін. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник / за ред. В. Л. Диканя. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.
4. ДСТУ 4518-2008 Національний стандарт України Продукти харчові Маркування для споживачів Загальні правила URL: https://ksv.do.am/GOST/DSTY_ALL/DSTY1/dstu_4518-2008.pdf
5. Національний стандарт України. Непродовольчі товари. Споживче маркування товарів легкої промисловості Загальні правила. URL: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=97175

References:

1. Borysenko O. S., Fisun Yu. V. (2017). Tendentsiyi rozvytku tovaroznavstva v suchasnykh umovakh [Trends in the development of commodity research in modern conditions.]. *Ekonomika i suspil'stvo*, no.13. pp. 381–387. Available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/62.pdf (in Ukrainian)
2. Hnuchka upakovka yak sposib platyty menshe. Yaki novi pravyla dyktuye nam rynek? Available at: <https://technologia.com.ua/blog/gnuchka-upakovka-yak-sposib-platiti-menshe-yaki-novi-pravila-diktue-nam-rinok/> (in Ukrainian)
3. Dykan' V. L., Kahramanyan A. O., Kalycheva N. Ye. ta in. (2018). *Tovaroznastvo ta komertsiyna diyal'nist* [Commodity Research and Commercial Activity]: *Pidruchnyk*. Kharkiv: UkrDUZT. 362 p. (In Ukrainian)
4. DSTU 4518-2008 Natsionalnyi standart Ukrainy Produkty kharchovi Markuvannia dlia spozhyvachiv Zahalni pravyl [DSTU 4518-2008 National Standard of Ukraine Food Products Labelling for Consumers General rules]. Available at: https://ksv.do.am/GOST/DSTY_ALL/DSTY1/dstu_4518-2008.pdf. (in Ukrainian)
5. Natsionalnyi standart Ukrainy. Neprodovolchi tovary. Spozhyvche markuvannia tovariv lehkoï promyslovosti Zahalni pravyla markuvannia tovariv lehkoï promyslovosti Zahalni pravyla [Natsionalnyi standart Ukrainy. Neprodovolchi tovary. Spozhyvche markuvannia tovariv lehkoï promyslovosti Zahalni pravyla]. Available at: https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=97175 (in Ukrainian)