

інфраструктури виробництва на окупованих територіях та в регіонах активних боїв; замінування сільськогосподарських земель; масові обстріли та руйнування об'єктів інфраструктури, неможливість проведення робіт у в районах активних бойових дій, часткова тимчасова окупація регіонів та ін. Проте незважаючи на усі ці проблеми український аграрний бізнес продовжує розвиватись та адаптовується до існуючих реалій та таким чином відкриває для себе нові перспективи для розвитку.

Використані джерела:

1. Каракуц А., Гордійчук Д., Щедрін. Ю. Аграрний бізнес, металурги, ІТ, хімія та інші: як справи в гігантів української економіки. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/6/687837/#1> .

2. Аграрний бізнес під час війни: труднощі та перспективи. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/agrarnyj-biznes-pid-chas-vijny-trudnoshhi-ta-perspektyvu/#4>. (дата звернення 29.09.2022р.)

3. Бізнес зустрівся з Нацрадою з відновлення України від наслідків війни. URL: <https://eba.com.ua/biznes-zustrivsvya-z-natsradoyu-z-vidnovlennya-ukrayiny-vid-naslidkiv-vijny/>;

4. Особливості функціонування аграрного сектора економіки України в умовах війни. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/osoblyvosti-funktsionuvannya-ahrarnoho-sektora-ekonomiky-ukrayiny-v-umovakh>(дата звернення 05.10.2022р.)

Захарчук Ангеліна

Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри
підприємництва і торгівлі ЗУНУ Волошин Р.В.)

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТОВАРОЗНАВСТВА В БІЗНЕСІ

Товарознавство є однією з наук, що найбільшою мірою соціально затребувана саме на сучасному етапі створення бізнесу. Для акцентування позицій наукового товарознавства є необхідність розглянути основні напрямки його застосування.. Однією з важливих складових товарознавства є розробка заходів щодо забезпечення якості товарів (нових та традиційного асортименту):

– пошук та дослідження нових сировинних компонентів, встановлення шляхів їх застосування в харчових системах;

- визначення ступеня відповідності специфіці товару певних пакувальних матеріалів;
- розробка причинно - наслідкових залежностей факторів, які формують якість товарів;
- прогнозування її під час всього процесу товаропросування, щореалізує правоспоживача на гарантовану якість. Дослідження якості товарів, яке може здійснюватися шляхом.

Проведення комплексних товарознавчих експертиз, дозволяє встановити основні позитивні та негативні аспекти товару, в тому числі ці, що не очікуються або ж не властиві іншим товарам[1].

Однією найгострішою потребою сьогодення є організація широко-масштабних заходів щодо створення сучасних норм товарів. Враховуючи біринкові перетворення, певної раціоналізації потребують існуючі класифікації груп товарів з урахуванням реального асортименту, змін і доповнень в стандартах, внесені за останні роки. Самі стандарти і товари також повинні бути переглянуті в аспекті актуалізації виходячи із набутого до практичного досвіду, сучасних уявлень науки про харчування та безпеки тощо.

Неприпустимим є те що ігнорування компетентності науковців-товарознавців при розробці законодавчої бази товарів. Підтвердженням є очевидні для більшості спеціалістів недоліки нових законів.

Неоціненним значенням також може стати перспективний внесок товарознавства у реалізацію з одного з основних прав споживачів - права на інформацію. Добутки товарознавства можуть бути направлені на:

- раціоналізацію інформації на упакованні товарів;
- розробку змісту інформаційного забезпечення просування товарів (анотації, листівки, буклети тощо);
- інформування споживачів - через засоби масової інформації;
- висвітлення позитивних і негативних аспектів товарів;
- акцентування проблем, пов'язані з товаром;
- роз'яснювання специфічних ознак сучасного товарного ринку;
- формування громадської думки що до підтримання українського товаровиробника.

Реклама, один із ефективних засобів забезпечення «успіху» товарів на ринку які теж потребують втручання товарознавців в питанні:

- розробки змісту реклами на товар для максимізації ступеня захисту з прав споживачів;
- експертизи змісту з існуючої та нової реклами на відповідність чинним нормам за споживацьким вимогам.

Отож , хотілося б зазначити актуальні та соціальні затребуваність товарознавства, як науки, звернути увагу на небувалий за всю історію його розвитку інтеграційний характер сучасного етапу як (необхідність широкомасштабного співробітництва з державними і недержавними органами у справах захист прав споживачів, Держстандартом, МОЗ України, Митним комітетом та іншими); зазначити життєво важливу для країни в міжнародній співпраці потребу за конsumerськими напрямками; наголосити на освітянській до споживача функції сучасного товарознавства.

Використані джерела:

1. Роль і значення товарознавства у вирішенні соціально-економічних завдань. URL:<https://studfile.net/preview/5593556/page:17/>

2. Офіленко Н.О. Маркування товарів в Україні і за кордоном : навчально-методичний посібник. ВНЗ Укоопспілки ПУЕТ. 2019. 50 с. URL : <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/7210/1/%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%96%D0%B2.docx>

3. Про впровадження штрихового кодування товарів : Постанова Кабінету Міністрів України від 29.05.1996 № 574 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/574-96-%D0%BF>.

Кокоцька Ліана

Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри
підприємництва і торгівлі ЗУНУ Сп'як Г.І.)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ФІРМИ

В економічній літературі існують різні підходи до визначення сутності потенціалу фірми, що зумовлено багатоаспектністю даної економічної категорії. Вивчення сутності і структури потенціалу фірми сьогоднішній день залишається актуальним завданням наукових досліджень і є необхідною передумовою формування стратегії чи де-кількох альтернативних стратегій розвитку підприємства.

Напевне найбільш вживаним в контексті теоретичних досліджень і практики діяльності підприємств в Україні та світі є ресурсний підхід до визначення даної категорії. Дуже часто у спеціальній літературі в даному