

2. Sunol H. WarehouseTechnology: 7 Important Technologies in 2021.CyzerWarehouseTechnology. URL : <https://articles.cyzer.com/warehouse-technology-7-important-technologies-in-2021>

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

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТОВАРІВ

Будь-який товар має безліч властивостей. Властивостями товару називають його об'єктивні особливості, які виявляються на кожній стадії життєвого циклу товару. Номенклатура споживчих властивостей для конкретного товару може включати десятки найменувань. Залежно від функціонального призначення товару вона може відрізнятися. Вибір номенклатури цих властивостей для конкретних товарів є важливим завданням товарознавства. У процесі споживання товару його споживчі властивості можуть робити позитивний чи негативний вплив на людину і навколишнє середовище. Відповідно виділяються позитивні і негативні властивості товару. Наприклад, до позитивних можна віднести теплозахисні властивості зимового одягу, а до негативних - його забруднення.

Споживна властивість товару – це властивість товару, яка обумовлює його корисність і здатність задовольняти потреби споживачів і яка виявляється у процесі споживання.

Натуральні властивості товарів за природою розподіляють на властивості складу і будови, хімічні, фізичні, фізико-хімічні та біологічні властивості.

До фізичних властивостей відносяться-механічні (міцність, деформація, твердість, тощо), термічні (теплоємність, теплопровідність, вогнестійкість й ін.), оптичні (колір, блиск, прозорість, тощо), акустичні (тембр, висота звуку, звуковий тиск та ін.), електричні, а також загальні фізичні властивості (маса, щільність, пористість).

Хімічні властивості характеризують відношення товарів до дії різних хімічних речовин і агресивних середовищ. Ці властивості залежать від хімічного складу і змісту матеріалів. Найбільш важливими з них є водостійкість, кислотостійкість, лугостійкість, відношення до дії органічних розчинників, світла, погодних умов.

Фізико-хімічні властивості поєднують властивості, прояв яких

супроводжується фізичними і хімічними явищами одночасно. Найважливішими фізико-хімічними властивостями є сорбційні, тобто здатність поглинати і виділяти гази, воду і розчинені в ній речовини, адгезійні, тобто властивості злипання або склеювання, властивості проникності (повітряно -, паро -, водо- і пило проникнення).

Біологічні властивості характеризують стійкість товарів до дії мікроорганізмів (бактерії, цвілеві грибки, дріжджі), комах (міль, таргани й ін.) і гризунів (миші, пацюки). Процеси гниття, пліснявіння товарів спричинюються відповідними видами мікроорганізмів.

Залежно від характеру впливу на споживчу вартість виділяють функціональні, ергономічні, естетичні властивості товару, а також його надійність і безпеку. Функціональні властивості мають три групи показників: досконалість виконання основної функції, універсальність застосування та досконалість виконання допоміжних операцій.

Ергономічні властивості забезпечують зручність і комфорт при користуванні товаром, створюють оптимальні умови для людини в процесі праці і відпочинку, знижують стомлюваність, підвищують продуктивність праці. Ергономічні властивості поділяються на такі групи: гігієнічні, антропометричні, фізіологічні, психофізіологічні та психологічні.

Естетичні властивості товарів забезпечують задоволення духовних потреб людини. Властивості зовнішнього вигляду товару не ізольовані один від одного і його естетична цінність створюється їх сукупністю, взаємозв'язком і єдністю, вигляду називається художньою композицією. Естетичні властивості товарів повинні відповідати суспільним і особистим ідеалам, вимогам моди, стилю і смакам споживачів. Ці властивості формуються в процесі художнього конструювання виробів. Показники естетичних властивостей поділяються на чотири групи: інформаційна виразність, раціональність форми, цілісність композиції, досконалість виробничого виконання і стабільність товарного виду. До групи показників інформаційної виразності відносяться знаковість, оригінальність, виразність стилю і відповідність моді.

Безпека товару характеризує ступінь захищеності людини і навколишнього природного середовища від впливу небезпечних і шкідливих факторів, які виникають при його споживанні. Безпека товарів для здоров'я людини проявляється в їх здатності запобігати травматизму споживачів, у відсутності шкідливих для організму людини речовин, у тому числі токсичних, які спричиняють отруєння, канцерогенних, які зумовлюють злоякісні новоутворення, алергійних, які викликають підвищення або зниження чутливості організму, мутагенних, які спричиняють стійкі зміни спадкоємних ознак.

Залежно від природи товару розрізняють електричну, хімічну, механічну, термічну, раціональну і біологічну безпеку.

До специфічних товарів світового ринку відносять результати інноваційної діяльності, що є об'єктом ліцензійних операцій і неліцензійного продажу ноу-хау. Такий товар, як технологія необхідно розглядати з врахуванням: споживній вартості, інтелектуальної праці по його створенню і процесу споживання технологічних знань.

Технологічні знання є нематеріальним продуктом, його корисність не визначається формою матеріального носія (технічною документацією, досвідом і т. д.). Вона полягає у створенні умов для підвищення ефективності виробництва випуску нових видів продукції і прискорення її реалізації. Будь-яке нове технічне рішення, що відноситься до виробництва, є унікальним. Тому кожен технічний товар не можна безпосередньо пов'язувати з іншим товаром, хоча останній може відноситися до тієї ж галузі виробництва. Порівнювати технології можна тільки через корисний ефект від їх використання.

Праця по створенню нових технологій, як один з видів наукової праці, носить творчий характер. Специфіка споживної вартості і праці по створенню технологій зумовлює особливості споживання цього товару. Технологічні знання використовуються у виробничому процесі, проте характер їх споживання обумовлює те, що праця по створенню технологічних знань не переноситься на продукт підприємства, який створиться за допомогою цих знань.

Основою властивостей товарів є натуральні властивості.

Натуральні властивості – це притаманні речам та товарам природні, або набуті в процесі виробництва властивості, що проявляються за законами природи у природних відношеннях і визначаються методами природознавчих наук. Економічним мотивом підвищення якості товарів є розвиток суспільних потреб. Науково-технічний прогрес у суспільстві стимулює необхідність заміни застарілих технологій, обладнання, товарів на більш досконалі та якісні, а це більшою мірою задовольнить потреби людей та сприятиме підвищенню ефективності суспільного виробництва.

Натуральні властивості товарів за природою розподіляють на властивості складу і будови, хімічні, фізичні, фізико-хімічні та біологічні властивості

Натуральні властивості, залежно від природи, поділяються на: геометричні, фізичні, хімічні, фізико-хімічні і біологічні.

До геометричних властивостей відносяться показники довжини, ширини, висоти, площі, товщини та об'єм і конфігурація;

До фізичних відносяться – маса, питома вага, густина, механічні властивості, термічні, оптичні, електричні, акустичні і гідродинамічні та

аеродинамічні властивості;

До хімічних відносяться стійкість матеріалів до кислот, газів, окислювачів, відновлювачів, корозостійкість, стійкість до дії світла

До фізико-хімічних відносяться сорбційність, вологість матеріалів та виробів, вологозв'язуюча та волого утримуюча здатність, наявність вільної та зв'язаної вологи в них, проникність до вологи, пари, повітря і паропроникливість;

Біологічні властивості відображають стійкість до дій мікроорганізмів, комах та гризунів.

Сенсорні (органолептичні) властивості – відображають смак, аромат, зовнішній вигляд і вигляд на розрізі, а також консистенцію.

Використані джерела:

1. Мельник Т. Ю. Товарознавство : підруч. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.

2. Сирохман І. В. Товарознавство харчових продуктів. М'ясо свійських тварин і птиці : навч.-метод. посіб. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2020. 423 с.

3. Сіренко С. О., Трішкіна Н. І. Товарознавство. Непродовольчі товари : навч. посіб. для студентів товарознав. освіт. програм ВНЗ. Хмельницький : Цюпак А. А. [вид.], 2021. 560 с.

4. Чорна Т. М. Теоретичні основи товарознавства : навч. посіб. Університет державної фіскальної служби України. Ірпінь : Ун-т ДФС України, 2021. 597 с.

Боцян Христина

Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: к.е.н., старший викладач кафедри
підприємництва і торгівлі ЗУНУ Оприсок М.Д.)

УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Український бізнес знаходиться на стадії адаптації до умов роботи у воєнний час. Створення власного бізнесу – досить трудомісткий процес, особливо якщо цим створенням доводиться займатися вперше.

Малий бізнес є найбільш динамічною складовою ринкової економіки, яка сприяє розвитку інноваційних процесів, зміцненню економічного стану регіонів, збільшенню кількості робочих місць, зростанню конкуренції, наповненню ринку товарами і послугами, які мають значний попит у споживачів.