

УДК 658.8:339.13

JEL M10, M31, L81

DOI 10.31375/2226-1915-2026-1-49-59

## ТОВАРОЗНАВСТВО ТА КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВЗАЄМОДІЇ

**Н.Є. Каличева**

д.е.н., професор, професор кафедри «Економіка  
та управління виробничим і комерційним бізнесом»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3523-1071>

*kalycheva.natash@ukr.net*

**Б.Б. Остапюк**

к.е.н., ст. викладач кафедри «Економіка  
та управління виробничим і комерційним бізнесом»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7237-7040>

*eoup@kart.edu.ua*

*Український державний університет залізничного транспорту, Харків, Україна*

**Анотація.** У статті розглянуто сутність і сучасні напрями розвитку товарознавства як наукової основи комерційної діяльності підприємств. Обґрунтовано, що товарознавство досліджує товари на всіх етапах життєвого циклу – від виробництва до споживання – та забезпечує формування і оцінку їх якості, аналіз асортименту, збереження продукції під час транспортування і зберігання, а також відповідність установленим стандартам. Показано, що в умовах глобалізації, цифровізації економіки та зростання вимог споживачів товарознавство динамічно трансформується, інтегруючи інноваційні підходи й міждисциплінарні знання. Виокремлено ключові сучасні тенденції розвитку товарознавства, зокрема діджиталізацію процесів оцінювання якості із застосуванням інформаційних технологій, штучного інтелекту та Інтернету речей; глобалізацію ринків і стандартизацію вимог до продукції; посилення орієнтації на споживача та концепцію «товар як досвід»; зростання ролі екологічності й принципів сталого розвитку; інновації в матеріалознавстві та дизайні; посилення етичних і правових вимог до виробників. Доведено тісний взаємозв'язок товарознавства з комерційною діяльністю, як бачимо аналіз ринку, формування асортименту, ціноутворення, управління запасами та організацію збуту. Підкреслено, що інтеграція товарознавчих знань у комерційні стратегії сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, зростанню прибутковості, зміцненню репутації та більш повному задоволенню потреб споживачів.

**Ключові слова:** товарознавство, комерційна діяльність, управління, інтеграція товарознавчих знань; конкурентоспроможність, ринкова ефективність.

© Каличева Н.Є., Остапюк Б.Б., 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

UDC 658.8:339.13

JEL M10, M31, L81

DOI 10.31375/2226-1915-2026-1-49-59

**COMMERCIAL SCIENCE AND COMMERCIAL ACTIVITY:  
THE ORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF INTERACTION**

**Natalia Kalycheva**

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economics  
and Management of Production and Commercial Business

**Borus Ostapyuk**

Candidate of Economics, Senior Lecturer in Economics  
and Management of Production and Commercial Business

*Ukrainian State University of Railway Transport, Kharkiv, Ukraine*

**Abstract.** *The article explores the interaction between commodity science and commercial activities, emphasizing their critical role in ensuring the efficiency and competitiveness of modern enterprises. Commodity science is examined as a multidisciplinary field that studies products throughout their life cycle – from production to consumption – focusing on quality assessment, consumer properties, assortment analysis, storage and transportation conditions, compliance with standards, and innovative approaches in materials and design. The study highlights current trends shaping commodity science, including digitalization, the adoption of Internet of Things (IoT) technologies, artificial intelligence and machine learning for automated quality control, globalization of markets, standardization according to international norms (ISO, ASTM, EN), and integration into transnational supply chains. The article also emphasizes the growing importance of consumer-oriented approaches, such as user experience (UX), personalization, and the transformation of the product concept from a simple commodity to a comprehensive consumer experience. Sustainability and environmental considerations are increasingly incorporated into product evaluation through eco-certification, life cycle assessment, and recyclable or reusable materials. Furthermore, ethical and legal requirements, including consumer protection, transparency of information, and social responsibility in production processes, are identified as essential elements of modern commodity science and its practical application in commercial activities. Commercial activities are presented as a set of operations aimed at purchasing and selling goods or services for profit, including market and demand analysis, assortment formation, procurement and sales organization, pricing, and inventory management. The study demonstrates that effective commercial management heavily depends on in-depth knowledge of product characteristics, quality, and consumer preferences. Integrating commodity science into commercial decision-making supports optimal assortment planning, risk reduction, cost efficiency, and strategic pricing, while simultaneously enhancing consumer trust and market reputation. The findings indicate that a well-coordinated interaction between commodity science and commercial activities contributes to higher competitiveness, improved customer satisfaction, increased profitability, and sustainable development of enterprises. The research highlights that the*

*synergy of high-quality products, innovative approaches, and professional commercial management creates additional value for consumers and strengthens the long-term resilience of businesses in dynamic market conditions. Consequently, the study underlines the pivotal role of commodity science as a scientific foundation for commercial strategies and sustainable enterprise development, ensuring efficient trade operations, quality assurance, and effective response to evolving market demands.*

**Keywords:** *commodity science, commercial activity, management, integration of commodity knowledge; competitiveness, market efficiency*

**Постановка проблеми.** Сучасний розвиток товарознавства значною мірою визначається глобальними змінами в економіці, інноваціях, поведінці споживачів і вирішенню питань екологічної відповідальності [1].

В умовах трансформації ринкових відносин успішна комерційна діяльність підприємств неможлива без ґрунтовних знань у сфері товарознавства. Адже товарознавство є науковою дисципліною, що зосереджується на вивченні властивостей товарів, їхньої якості, споживчих характеристик і методів оцінювання. Ця галузь охоплює широкий спектр знань: від технологічних процесів виробництва й конструктивних особливостей до маркетингових та економічних аспектів товарів.

Усі ці чинники мають безпосередній вплив на формування комерційних рішень, а також на рівень конкурентоспроможності підприємства.

**Огляд останніх досліджень та публікацій.** Питання розвитку товарознавства та його взаємодії з комерційною сферою отримує значну увагу у працях різних науковців, серед них варто виділити роботи Борисенка О., Васюти В., Пузака В., Чернеги І.І., Завадських Г., Сатирі Л.М., Сінгаєвського І. О. та інших [2-8]. Наведені автори підкреслюють значущість товарознавства як основи

для створення конкурентних переваг підприємств і акцентують увагу на необхідності його адаптації до актуальних економічних умов.

Аналіз наукової літератури демонструє, що сучасне товарознавство характеризується багатимірністю, еволюцією під впливом глобалізації, цифровізації, інтеграції в європейські процеси та зростаючих вимог до якості й безпечності продукції. Також воно еволюціонує у напрямках інноваційності, орієнтації на споживача, забезпечення безпечності та інтеграції з комерційною діяльністю, що визначає його важливу роль у забезпеченні ефективної роботи підприємств.

Проте, попри тісний взаємозв'язок між товарознавством та комерційною діяльністю, однією з ключових проблем залишається недостатнє включення знань з товарознавства у процес ухвалення управлінських рішень у сфері комерції. Це призводить до того, що залишається невирішеною проблема взаємодії товарознавчих показників із комерційними цілями підприємства та обмежуються можливості підвищення конкурентоспроможності, оптимізації витрат і забезпечення сталого розвитку в умовах сучасного ринку.

**Завдання дослідження.** Метою дослідження є вивчення ролі товарознавства як наукової основи комер-

ційної діяльності в сучасних умовах господарювання.

**Основний матеріал дослідження.** Товарознавство є наукою, що досліджує товари на всіх етапах їх життєвого циклу – від виробництва до споживання. Основними його завданнями є [1]:

- оцінка та формування якості товарів;
- аналіз асортименту та споживчих властивостей;
- забезпечення збереження продукції під час транспортування і зберігання;
- визначення відповідності товарів установленим стандартам і технічним вимогам.

Глибокі знання в цій галузі дозволяють мінімізувати втрати, підвищити ефективність обслуговування клієнтів і покращити управління товарними ресурсами [9].

Особливостями сучасного товарознавства є його швидкий розвиток та здатність адаптуватися до умов глобалізації, цифровізації економіки та підвищених вимог споживачів. Так, основними тенденціями товарознавства у нинішніх умовах є:

1. *Діджиталізація та інновації в оцінюванні якості*, що реалізується через:

- використання спеціалізованого програмного забезпечення і мобільних додатків для перевірки параметрів продукції, збору даних і їхньої аналітики;
- впровадження технології Інтернету речей (IoT), яка дозволяє за допомогою датчиків і розумних пристроїв контролювати стан товару під час транспортування чи зберігання в реальному часі;

- застосування штучного інтелекту та машинного навчання для автоматизації оцінювання якісних характеристик, прогнозування можливих дефектів і вдосконалення процедур контролю.

Наведені технології забезпечують високу точність експертиз, знижують ризики помилок людського фактору і скорочують час перевірки [10].

2. *Глобалізація ринків і стандартизація*. Глобальні ринки висувають нові вимоги до товарознавства, зокрема:

- уніфікація стандартів: міжнародні норми (ISO, ASTM, EN) стають основою для оцінки продукції, що сприяє узгодженню вимог у різних країнах;
- транснаціональні ланцюги постачання: товари часто проходять кілька етапів виробництва в різних країнах, що вимагає застосування універсальних методів контролю якості.

Наведені чинники стимулюють розвиток нових підходів до сертифікації, стандартизації та формування єдиних практик між державами [11; 12].

3. *Орієнтація на споживача*. Сучасне товарознавство все більше орієнтується на потреби та очікування споживачі шляхом:

- аналізу споживчої поведінки: дослідження очікувань, уподобань та реакцій користувачів на продукцію;
- застосування підходу user experience (UX): оцінка не тільки технічних характеристик товару, але й ергономічності, естетичного задоволення та емоційного впливу;
- персоналізації: виробництво товарів і послуг дедалі більше зосе-

реджується на індивідуальних потребах споживача.

Вище зазначені складові трансформують поняття від простого «товару як продукту» до комплексного підходу «товар як досвід».

4. *Екологічність і сталій розвиток.* Сьогодні екологічні аспекти стають невіддільною частиною сучасної оцінки товарів, що проявляється через:

- еко-сертифікацію: маркування продукції eco-labeling, отримання сертифікатів сталого виробництва, оцінка вуглецевого сліду;

- оцінку життєвого циклу: аналіз впливу товару на довкілля на всіх етапах – від виробництва до його утилізації;

- утилізацію та переробку: важливість вибору матеріалів, які можна легко утилізувати або повторно використовувати, істотно зростає.

Зауважимо, що екологічні тенденції задають нові стандарти якості і висувають додаткові вимоги до виробників.

5. *Інновації в матеріалознавстві та дизайні.* Розвиток сучасного товарознавства тісно пов'язаний із прогресом у створенні нових матеріалів, а саме застосування:

- нанотехнологій: використання матеріалів із покращеними властивостями, такими як міцність, легкість чи багаторівнева функціональність;

- біо- та композитних матеріалів: зниження використання токсичних компонентів та підвищення енергоефективності продукції;

- функціонального дизайну: поєднання ергономіки, практичності та естетики в створенні товарів.

Різні інноваційні рішення дозволяють виготовляти продукцію, яка відповідає зростаючим вимогам сучасного ринку.

6. *Етичні та правові вимоги.* Товарознавство поступово інтегрується в правове поле, охоплюючи наступні аспекти:

- захист споживчих прав: дотримання законодавчих норм щодо безпеки товарів, коректності маркування та обґрунтованості реклами;

- прозорість даних: забезпечення достовірної інформації на етикетках, відкритості щодо походження матеріалів і виробничих умов;

- соціальна відповідальність: врахування етичних аспектів у виробничих процесах, зокрема дотримання прав працівників і підтримка принципів справедливої торгівлі.

Дотримання наведених вимог сприяє зміцненню довіри між виробниками та споживачами, що є основою комерційної діяльності.

Відзначимо, що комерційна діяльність – це комплекс операцій, пов'язаних із купівлею-продажем товарів чи послуг для отримання прибутку. Вона охоплює такі аспекти [1]:

- аналіз ринку та попиту;
- формування асортименту;
- організація закупівель і продажів;

- ціноутворення;
- управління запасами.

Ефективність даної діяльності великою мірою визначається правильним вибором товарів, їхньою якістю та здатністю задовольнити потреби споживачів.

В нинішніх ринкових умовах товарознавство виступає науковою основою для здійснення комерційної діяльності, забезпечуючи професій-

ний підхід до управління товарними потоками: від етапу закупівель до реалізації кінцевому споживачеві (рисунок). Воно забезпечує інформацію про властивості продукції, яка потрібна для прийняття обґрунтова-

них рішень у сфері продажу. Наприклад, розуміння якісних характеристик і термінів придатності допомагає оптимізувати запаси та зменшити ризик втрат [13; 14].

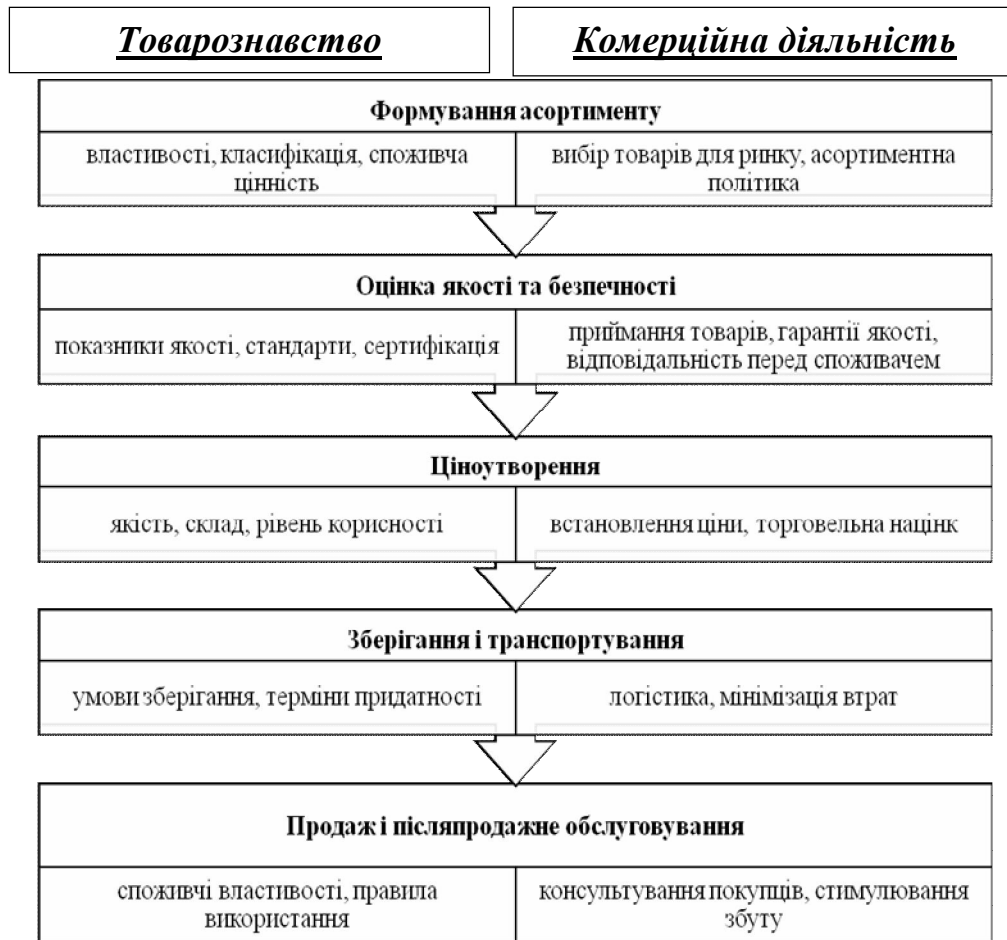


Рис. Основні напрями взаємозв'язку товарознавства та комерційної діяльності

Джерело: сформовано автором на основі [2; 7; 8; 9]

Крім того, товарознавчі аспекти впливають на розробку цінової політики, вибір методів просування на ринок і вибудовування збутових каналів [16].

Уміння грамотно поєднувати знання у сфері товарознавства з ефективним управлінням комерційною діяльністю відіграє ключову роль у роботі сучасних підприємств і

значно впливає на їхні результати. Така синергія забезпечує:

– зростання конкурентоспроможності компанії, оскільки глибоке розуміння характеристик, якості та асортименту товарів дозволяє створювати привабливі пропозиції й успішно конкурувати на ринку;

– краще задоволення потреб клієнтів, адже врахування якісних властивостей продукції, її безпечності, функціональності та відповідності очікуванням споживачів сприяє підвищенню рівня споживчої цінності;

– зростання прибутковості підприємства через раціональне формування асортименту, оптимальне ціноутворення та мінімізацію витрат, зокрема за рахунок зниження частки браку і повернення неякісної продукції;

– зміцнення позитивної репутації на ринку завдяки стабільно високій якості товарів, достовірній інформації про них і високому рівню сервісу, що формує довіру клієнтів і бізнес-партнерів [17].

Отже, інтеграція товарознавчих знань із комерційними стратегіями суттєво сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Поєднання високої якості продукції з ефективним підходом до ведення бізнесу створює додаткову цінність для споживачів.

Підприємства, які успішно застосовують ці знання у своїй діяльності, мають здатність оперативного реагувати на коливання попиту, впроваджувати інновації та формувати довготривалі взаємини зі своїми клієнтами.

Дана інтеграція є ключовою основою стійкого розвитку підприємств. Вона сприяє підвищенню при-

бутковості, посиленню ринкової репутації та забезпечує ефективне задоволення потреб споживачів у динамічних умовах сучасної економіки.

**Висновки.** Сьогодні товарознавство динамічно змінюється під впливом новітніх цифрових технологій, глобалізації ринків, зростаючої уваги до потреб споживача, екологічних викликів і питань етики.

Воно вже виходить за межі звичних лабораторних досліджень, перетворюючись на міждисциплінарну галузь знань, яка об'єднує технічні, економічні та соціальні напрями.

Основна мета розвитку товарознавства не лише у забезпеченні якості й безпеки продукції, а й у сприянні сталому розвитку суспільства загалом.

Товарознавство та комерційна діяльність тісно взаємопов'язані й гармонійно доповнюють одне одного. Товарознавство створює наукове підґрунтя для ухвалення ефективних комерційних рішень, тоді як комерційна діяльність застосовує ці знання в практичних умовах.

Їхнє збалансоване поєднання виступає ключовою умовою успішної роботи підприємств у сучасному ринковому середовищі.

Таким чином, інтеграція товарознавства і комерційної діяльності забезпечує досягнення високої якості та конкурентоспроможності продукції, задоволення потреб споживачів і підвищення ефективності торговельних операцій. Їх гармонійна взаємодія є важливою умовою розвитку сучасного бізнесу.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. 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.
2. Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Тенденції розвитку товарознавства в сучасних умовах. *Економіка і суспільство*. 2017. №13. С.381-387. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/13\\_ukr/62.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/62.pdf)
3. Васюта В., Пузак В., Лашко І. Основні напрямки розвитку сучасного товарознавства. *Галицький економічний вісник*. 2022. № 1. С. 152–157.
4. 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).
5. Васюта В.Б., Зельов Р.Я., Омеляненко К.С. Безпека товарів народного споживання як головна проблема сучасного товарознавства. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2022. No 1. С. 178-184. DOI: <https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2022-302-1-30>.
6. Завадських Г.М. Ключові аспекти забезпечення якості та безпечності продуктів харчування в Україні в умовах євроінтеграції. Інновації управління продуктивністю та поліпшення якості зерна пшениці озимої, присвячена пам'яті професора Г.П. Жемелі: матеріали Всеук. наук.-практ. інтернет-конф. (Полтава, 30 вересня.2021). Полтава: ПДАУ, 2021.С. 159-162.
7. Сатир Л.М., Кепко В.М., Стаднік Л.І., Шевченко А.О. Комерційна діяльність у системі бізнес-аналітичного забезпечення розвитку ринкової інфраструктури на основі здійснення оптової та роздрібної торгівлі. *Агросвіт*. 2020. № 16. С. 3-8. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.16.3
8. Сінгаєвський І.О., Бозуленко О.Я. Пріоритетні напрями розвитку товарознавства як наукової дисципліни/ Європейський вибір економічного поступу регіону : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 26-27 трав. 2016 р., м. Чернівці. ЧТЕІ КНТЕУ, 2016. С. 268-271. URL: <http://chite.edu.ua/ua/content/download/subsection/nauka/26-27.05.2016.pdf>.
9. Сурай А.С. Бізнес-середовище – пріоритетна складова і тригер розвитку регіонів України. *Менеджер*. 2018. № 2 (79). С. 105-113.
10. Babukh I.B. Commodity science as a science and educational discipline: principles of buildings and development directions. *Економіка і суспільство*. 2017.№2. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/12\\_ukr/67.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/12_ukr/67.pdf).
11. Давиденко Г. Теоретичний аспект впливу стандартів на міжнародну торгівлю. *Інноваційна економіка*. 2018. № 9-10. С. 5-10.
12. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / І.М. Копич, О.О. Нестуля [та ін.]; за ред. В.В. Апопія, П.Ю. Балабана. Львів : «Новий Світ – 2000», 2014. 565 с.

13. Beverelli C., M. Fiorini, and B. Hoekman. Services Trade Restrictiveness and Manufacturing Productivity: The Role of Institutions. *Journal of International Economics*. 2021. № 104 (1). pp. 166-182.
14. Borchert I., B. Gootiiz, and A. Mattoo. Policy Barriers to International Trade in Services: Evidence from a New Database. *World Bank Economic Review*. 2023. № 28 (1). pp. 162-188.
15. Portinaro Eugenio, Piuliti Pablj, Ballarini Enriko [et al]. Volutazione dellattivitа antiossidante di estratto di rosmarino nella produzione del grissino. *Tecn. molit.* 2012. No 1. P. 22-29.
16. Гаврилюк І. Розвиток міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45) DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-53>.
17. Гуцул І., Крисовата К., Титор В. Актуальні тенденції митно-тарифного регулювання зовнішньої торгівлі України. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-65>.

### REFERENCES

1. Dykan, V.L., Kahramanian, A.O., Kalycheva, N.Ye., & et al. (2018). Tovaroznavstvo ta komertsiiina diialnist [Commodity science and commercial activity]. Kharkiv: UkrDUZT [in Ukrainian].
2. 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. Retrieved from: [https://economyandsociety.in.ua/journals/13\\_ukr/62.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/62.pdf) [in Ukrainian].
3. Vasiuta, V., Puzak, V., & Lashko, I. (2022). Osnovni napriamky rozvytku suchasnoho tovaroznavstva [Main directions of development of modern commodity science]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk – Galician Economic Bulletin.*, no. 1, P. 152-157 [in Ukrainian].
4. 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 suchasni nauki - Current issues in modern science*, no. 2(8), P. 60-69. Retrieved from: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2\(8\)-60-69](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-2(8)-60-69) [in Ukrainian].
5. Vasiuta, V.B., Zelov, R.Ya., & Omelianenko, K.S. (2022). Bezpeka tovariv narodnoho spozhyvannia yak holovna problema suchasnoho tovaroznavstva [Safety of consumer goods as the main problem of modern commodity science]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky – Bulletin of Khmelnytsky National University. Series: Economic Sciences*, no. 1, P. 178-184. Retrieved from: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-302-1-30> [in Ukrainian].

6. Zavadskykh, H.M. (2021). Ključovi aspekty zabezpečennia yakosti ta bezpechnosti produktiv kharchuvannia v Ukraini v umovakh yevrointegratsii [Key aspects of ensuring food quality and safety in Ukraine under European integration]. In *Innovatsii upravlinnia produktyvnosti ta polipshennia yakosti zerna pshenytsi ozymoi* (P. 159-162). Poltava: PDAU [in Ukrainian].
7. Satyr, L.M., Kepko, V.M., Stadnik, L.I., & Shevchenko, A.O. (2020). Komertsiiina diialnist u systemi biznes-analitychnoho zabezpečennia rozvytku rynkovoï infrastruktury [Commercial activity in the system of business-analytical support of market infrastructure development]. *Ahrosvit – Agrosvit*, no.16, P. 3-8. Retrieved from: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2020.16.3> [in Ukrainian].
8. Sinhaievskiy, I.O., & Bozulenko, O.Ya. (2016). Priorytetni napriamy rozvytku tovaroznavstva yak naukovoï dystsypliny [Priority directions of commodity science development as a scientific discipline]. In *Yevropeyskyi vybir ekonomichnogo postupu rehionu* (P. 268-271). Chernivtsi: CHTEI KNTEU. Retrieved from: <http://chite.edu.ua/ua/content/download/subsection/nayka/26-27.05.2016.pdf> [in Ukrainian].
9. Surai, A.S. (2018). Biznes-seredovyshech yak priorytetna skladova rozvytku rehioniv Ukrainy [Business environment as a priority component and trigger for regional development in Ukraine]. *Menedzher – Manager*, no. 2(79), P. 105-113. [in Ukrainian].
10. Babukh, I.B. (2017). Commodity science as a science and educational discipline. [Principles of building and development directions]. *Ekonomika i suspilstvo – Economy and society*, no. 2. Retrieved from: [https://economyand.society.in.ua/journals/12\\_ukr/67.pdf](https://economyand.society.in.ua/journals/12_ukr/67.pdf) [in Ukrainian].
11. Davydenko, H. (2018). Teoretychnyi aspekt vplyvu standartiv na mizhnarodnu torhivliu [Theoretical aspect of the impact of standards on international trade]. *Innovatsiina ekonomika – Innovative economy*, no. 9-10, P. 5-10 [in Ukrainian].
12. Kopych, I. M., Nestulia, O. O., et al. (2014). Vnutrishnia torhivlia Ukrainy: problemy i perspektyvy rozvytku [Internal trade of Ukraine: Problems and prospects of development]. Lviv: Novyi Svit–2000 [in Ukrainian].
13. Beverelli, C., Fiorini, M., & Hoekman, B. (2021). Services trade restrictiveness and manufacturing productivity: The role of institutions. *Journal of International Economics*, no. 104(1), P. 166-182 [in the USA].
14. Borchert, I., Gootiiz, B., & Mattoo, A. (2023). Policy barriers to international trade in services: Evidence from a new database. *World Bank Economic Review*, no. 28(1), P. 162-188 [in the USA].
15. Portinaro, E., Piuliti, P., Ballarini, E., et al. (2012). Valutazione dell'attività antiossidante di estratto di rosmarino nella produzione del grissino. *Tecnica Molitoria*, no. 1, P. 22-29 [in Germany].

16. Havryliuk, I. (2022). Rozvytok mizhnarodnoi torhivli v systemi mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn v Ukraini. [Development of international trade in the system of international economic relations in Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and Society*, no. 45. Retrieved from: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-53> [in Ukrainian].
17. Hutsul, I., Krysovata, K., & Tytor, V. (2022). Aktualni tendentsii mytno-taryfnoho rehuliuвання zovnishnoi torhivli Ukrainy [Current trends in customs and tariff regulation of foreign trade of Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo - Economy and Society*, no. 44. Retrieved from: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-65> [in Ukrainian].

Дата надходження статті: 20.02.2026

Дата прийняття статті: 16.03.2026

Дата публікації статті: 02.04.2026