



**МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА.
ТОВАРОЗНАВСТВО**

Конспект лекцій

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітніх програм «Товарознавство та експертиза в митній справі»
та «Митна справа та торгівля»
спеціальності D7 Торгівля
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
денної та заочної форм навчання

**Луцьк
2026**

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій ЛНТУ _____ Директор бібліотеки ЛНТУ

Рекомендовано до друку вченою радою факультету митної справи, матеріалів, технологій та гостинності Луцького національного технічного університету, Протокол № _____ від _____ 2026 р.

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри товарознавства та експертизи в митній справі ЛНТУ, Протокол № _____ від _____ 2026 р.

Укладачі: _____ Передрій О.І., кандидат технічних наук, доцент кафедри товарознавства та експертизи в митній справі ЛНТУ;
_____ Ярошевич Т.С., кандидат технічних наук, доцент кафедри товарознавства та експертизи в митній справі ЛНТУ;

Рецензент: _____ Дзюбинський А.В., кандидат економічних наук, доцент кафедри товарознавства та експертизи в митній справі ЛНТУ

Відповідальний за випуск _____ Пахолук О.В., кандидат технічних наук, завідувачка кафедри товарознавства та експертизи в митній справі ЛНТУ

Міждисциплінарна курсова робота. Товарознавство [текст]: конспект лекцій до виконання курсової роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітніх програм «Товарознавство та експертиза в митній справі» та «Митна справа та торгівля» спеціальності D7 Торгівля галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» денної та заочної форм навчання/ уклад. О.І. Передрій, Т.С. Ярошевич – Луцьк: ЛНТУ, 2026. – 102 с.

Призначено для студентів спеціальності D7 Торгівля освітніх програм «Товарознавство та експертиза в митній справі» та «Митна справа та торгівля» денної та заочної форм навчання

ЗМІСТ

Тема 1. Курсова робота як форма міждисциплінарного науково-практичного дослідження: цілі, функції та вимоги до результатів.	4
Тема 2. Методологічні засади формування мети, завдань, об'єкта, предмета та структури товарознавчого дослідження.	11
Тема 3. Наукові, нормативні та аналітичні джерела у товарознавчих дослідженнях	17
Тема 4. Методи опрацювання та критичного аналізу джерел інформації у курсовій роботі	25
Тема 5. Система методів товарознавчого дослідження: вибір і обґрунтування методів відповідно до мети роботи	31
Тема 6. Штучний інтелект у науково-дослідній діяльності: можливості використання та обмеження в курсовій роботі з товарознавства	37
Тема 7. Академічна доброчесність у товарознавчих дослідженнях: методологічні та етичні засади самостійної роботи.	40
Тема 8. Методи оцінювання якості товарів у межах курсової роботи: характеристика, умови застосування, достовірність результатів.	45
Тема 9. Методика розрахунку комплексного показника якості товарів та її використання у товарознавчому аналізі.	53
Тема 10. Методи аналізу ринку товарів: асортиментна структура, попит, пропозиція, конкурентне середовище	60
Тема 11. Методика аналізу діяльності торговельного / виробничого підприємства	68
Тема 12. Аналітичне узагальнення результатів товарознавчого дослідження: інтерпретація, систематизація та наукові висновки.	76
Тема 13. Методологія формування практичних рекомендацій за результатами товарознавчого дослідження.	85
Тема 14. Наукова аргументація та логіка захисту результатів курсової роботи з товарознавства.	94
Список використаних джерел	102

ТЕМА 1

КУРСОВА РОБОТА ЯК ФОРМА МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО НАУКОВО-ПРАКТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ: ЦІЛІ, ФУНКЦІЇ ТА ВИМОГИ ДО РЕЗУЛЬТАТІВ

1.1. Місце курсової роботи в системі підготовки фахівців з товарознавства та митної експертизи.

1.2. Міждисциплінарний характер курсової роботи та його відображення у змісті дослідження.

1.3. Вимоги до результатів курсової роботи відповідно до програмних результатів навчання.

Курсова робота є однією з форм самостійної навчально-дослідницької діяльності здобувача вищої освіти. Її особливість полягає у поєднанні теоретичного опрацювання проблеми з практичним дослідженням конкретного об'єкта. На відміну від реферату, основним завданням якого є узагальнення інформації з певного питання, курсова робота передбачає постановку дослідницької проблеми, визначення мети і завдань, обґрунтування методів, опрацювання інформаційної бази, проведення власного аналізу та формулювання результатів.

У системі підготовки фахівців з товарознавства та митної експертизи курсова робота має особливе значення, оскільки товар є складним об'єктом професійної діяльності. Його характеристика не обмежується визначенням назви або призначення. Товарознавчий аналіз охоплює походження та склад товару, його споживні властивості, показники якості, асортимент, пакування, маркування, умови транспортування і зберігання, особливості реалізації та інші характеристики. У разі переміщення товару через митний кордон до цього додаються питання його ідентифікації, класифікації, визначення походження, документального супроводу та митного регулювання.

Тому курсова робота в межах дисципліни «Міждисциплінарна курсова робота. Товарознавство» розглядається як модель комплексного професійного дослідження. У ній знання, отримані під час вивчення різних дисциплін, об'єднуються навколо конкретного товару, товарної групи або проблеми.

Основною особливістю такого дослідження є перехід від засвоєння готових знань до їх самостійного застосування. Результатом має бути не механічне відтворення інформації, а обґрунтований висновок, отриманий на основі наукових, нормативних, статистичних та емпіричних даних.

Завдання курсової роботи:

- систематизація та поглиблення теоретичних знань з товарознавства;
- застосування міждисциплінарного підходу до аналізу товарів та визначення їх якості;
- формування навичок класифікації та ідентифікації товарів; оцінювання якості, безпечності та споживчих властивостей продукції;
- аналіз нормативно-технічної та супровідної документації;
- дослідження асортименту і факторів його формування;
- розвиток умінь аналітичної обробки інформації та формулювання висновків;
- набуття досвіду підготовки та оформлення курсової роботи.

По завершенні вивчення освітньої компоненти здобувачі освіти повинні **знати:**

- споживчі властивості товарів різних груп та фактори, які впливають на формування споживчих властивостей;
- класифікацію та асортимент основних груп товарів та продукції;
- вимоги до якості споживчих товарів;
- вимоги нормативно-правових актів, стандартів і технічної документації щодо якості та безпечності товарів;
- методи товарознавчого аналізу, оцінювання якості та ідентифікації продукції;

вміти: застосовувати теоретичні знання для комплексного товарознавчого аналізу конкретних товарів та визначення комплексного показника якості;

- визначати показники якості, безпечності та споживчої цінності товарів;
- працювати з нормативною, довідковою та аналітичною інформацією, обґрунтовуючи професійні висновки;
- орієнтуватися у відповідні законодавчій та нормативно-технічній документації;
- оцінювати характеристики товарів з використанням сучасних методів дослідження.
- самостійно виконувати та оформлювати міждисциплінарну курсову роботу з дотриманням вимог академічної доброчесності.

1.1. Місце курсової роботи в системі підготовки фахівців з товарознавства та митної експертизи

Підготовка фахівця з товарознавства та митної експертизи передбачає формування системи знань про товари, їх властивості, якість, асортимент, способи ідентифікації, експертизу, маркування, пакування, умови зберігання та переміщення. Одночасно формуються знання у сфері торгівлі, економіки, нормативно-правового регулювання та митної справи.

На початкових етапах навчання ці знання переважно засвоюються в межах окремих дисциплін. Наприклад, товарознавчі дисципліни формують уявлення про споживні властивості та якість продукції, дисципліни митного спрямування — про порядок переміщення товарів через митний кордон, нормативно-правові дисципліни — про вимоги законодавства, а економічні та маркетингові дисципліни — про функціонування товарного ринку.

Курсова робота створює можливість об'єднати ці знання в межах одного дослідження. Саме тому її можна розглядати як перехідну форму між навчальною діяльністю та професійною дослідницькою практикою.

Професійна діяльність товарознавця рідко обмежується виконанням одного ізольованого завдання. Наприклад, під час оцінювання якості товару необхідно не лише знати його властивості, а й визначити критерії оцінювання, знайти нормативні вимоги, правильно відібрати інформацію, застосувати відповідні методи та інтерпретувати отримані результати. У митній сфері характеристика товару може бути необхідною для його правильної ідентифікації та класифікації. Під час роботи у сфері торгівлі товарознавча інформація використовується для формування асортименту, контролю якості, організації зберігання та оцінювання товарної пропозиції.

Таким чином, курсова робота дозволяє перевірити не окреме знання, а здатність використовувати комплекс професійних знань для вирішення конкретного завдання.

Важливою характеристикою курсової роботи є її дослідницька спрямованість. У процесі виконання роботи студент переходить від готової інформації до самостійного її опрацювання. Визначається проблема, формулюється мета, конкретизуються завдання, добираються джерела, обираються методи, аналізуються дані, формулюються результати.

Курсова робота виконує кілька функцій у професійній підготовці.

Передусім вона має навчальну функцію, оскільки забезпечує поглиблення та систематизацію знань з конкретної проблеми. Під час дослідження певної товарної групи теоретичні положення набувають практичного змісту.

Важливою є дослідницька функція, пов'язана з формуванням умінь самостійно працювати з інформацією, визначати проблему, обирати методи та аналізувати результати.

Практична функція полягає у спрямованості дослідження на вирішення конкретного професійного завдання. Результатом може бути порівняльне оцінювання товарів, аналіз асортименту, оцінювання маркування, характеристика якості, дослідження способів ідентифікації, аналіз ринку або митних аспектів товару.

Контрольна функція пов'язана з оцінюванням рівня сформованості професійних знань та умінь.

Нарешті, курсова робота виконує інтеграційну функцію, оскільки об'єднує знання, отримані під час вивчення різних дисциплін.

Отже, місце курсової роботи у підготовці фахівця визначається не лише її навчальним значенням. Вона формує здатність застосовувати професійні знання комплексно, що є необхідною умовою подальшої самостійної діяльності.

1.2. Міждисциплінарний характер курсової роботи та його відображення у змісті дослідження

Міждисциплінарність є однією з основних характеристик курсової роботи з товарознавства. Її зміст полягає у використанні взаємопов'язаних знань, методів і підходів різних навчальних дисциплін для дослідження одного об'єкта або вирішення однієї проблеми.

Товар є багатофункціональним об'єктом дослідження. Його характеристики формуються під впливом технологічних, економічних, соціальних, правових та інших чинників. Відповідно, комплексне товарознавче дослідження часто потребує використання знань із кількох професійних сфер.

Наприклад, дослідження харчового продукту може передбачати характеристику його сировини та складу, споживних властивостей, показників якості, пакування і маркування. Одночасно виникає необхідність аналізу нормативних вимог до безпечності та інформації про продукт, а в разі імпорту — особливостей митного регулювання.

Міждисциплінарний характер особливо добре простежується на прикладі дослідження імпортного товару. Для його товарознавчої характеристики необхідно встановити призначення, склад, матеріали, конструкцію або інші ідентифікаційні ознаки. Для митної класифікації ці характеристики можуть мати визначальне значення. Водночас для аналізу ринку можуть знадобитися статистичні та економічні дані, а для оцінювання відповідності — нормативно-правові та технічні документи.

Таким чином, різні дисципліни не просто представлені в курсовій роботі окремими фрагментами. Вони взаємодіють у процесі вирішення єдиної дослідницької проблеми.

Саме це є принциповою відмінністю міждисциплінарного дослідження від механічного об'єднання інформації.

Важливо при цьому уникати надмірного розширення теми. Міждисциплінарність не означає необхідності включення до курсової роботи всіх можливих аспектів. Вона передбачає вибір саме тих знань і методів, які реально потрібні для досягнення мети.

Тому економічний, маркетинговий, правовий або митний аспект включається до дослідження не формально, а тоді, коли він допомагає пояснити властивості товару, його рух на ринку, відповідність вимогам або особливості професійної роботи з ним.

У цьому полягає принцип змістової доцільності міждисциплінарного підходу.

1.3. Вимоги до результатів курсової роботи відповідно до програмних результатів навчання

Курсова робота є одним із засобів перевірки того, наскільки сформовані результати навчання, передбачені освітньою програмою. Тому її результатом має бути не лише правильно оформлений текст, а демонстрація здатності застосовувати набуті знання у процесі самостійного дослідження.

Для фахівця з товарознавства та митної експертизи особливе значення мають уміння аналізувати професійну інформацію, характеризувати товари, оцінювати їх властивості та якість, використовувати нормативні документи, працювати зі статистичними й аналітичними даними, застосовувати відповідні методи дослідження та формулювати обґрунтовані висновки.

Саме тому результат курсової роботи повинен мати конкретний зміст. Наприклад, якщо темою є товарознавче оцінювання якості, результатом може бути порівняльна характеристика досліджуваних зразків за визначеними показниками. Якщо досліджується асортимент, результатом може бути характеристика його структури, широти, глибини, повноти, насиченості або інших показників, що відповідають меті дослідження. Якщо предметом роботи є маркування, результатом може бути оцінювання повноти та відповідності інформації встановленим вимогам. Якщо досліджується фальсифікація, результатом може бути систематизація характерних способів фальсифікації та обґрунтування ознак, за якими можлива ідентифікація товару. Якщо тема пов'язана з митною справою, результатом може бути товарознавче обґрунтування характеристик, що мають значення для митної класифікації, визначення походження або інших митних процедур. Отже, результат залежить від характеру теми та поставлених завдань.

Важливо розрізняти опис процесу дослідження та його результат. Формулювання «проаналізовано асортимент», «досліджено маркування», «проведено оцінювання якості» характеризують виконані дії. Вони не розкривають, що саме отримано.

Науково-практичний результат повинен містити конкретну інформацію, отриману в процесі дослідження. Наприклад, не просто «проведено аналіз маркування двох зразків майонезу», а конкретна характеристика виявлених відмінностей між ними за визначеними критеріями. Не просто «досліджено

асортимент магазину», а характеристика структури асортименту, виявлених переваг та недостатньо представлених позицій. Не просто «проведено порівняння двох товарів», а аргументований висновок за системою визначених показників. Це означає, що результат курсової роботи повинен бути перевіраним і обґрунтованим.

Обґрунтування може спиратися на різні види інформації. Нормативна вимога підтверджується нормативним документом. Наукове положення — науковою публікацією. Статистичний показник — офіційними статистичними даними. Результат власного дослідження — описом використаної методики та отриманими даними.

Особливе значення має відповідність результатів меті та завданням курсової роботи. Кожне поставлене завдання повинно отримати відповідь у відповідному розділі або підрозділі, а результати його виконання — відображення у висновках. Наприклад, якщо серед завдань передбачено охарактеризувати асортимент, проаналізувати маркування та провести порівняльне оцінювання якості двох зразків, висновки повинні містити окремі результати щодо кожного з цих напрямів.

Таким чином, формується логічний ланцюг: завдання → дослідження → результат → висновок. Саме такий зв'язок дозволяє оцінити повноту виконання курсової роботи.

Науково-практичний характер курсової роботи передбачає достовірність використаної інформації та отриманих результатів. Достовірність означає відповідність наведених у роботі даних реальним джерелам або фактично проведеним дослідженням. Не допускається створення вигаданих статистичних показників, результатів лабораторних досліджень, опитувань або експертних оцінок. Якщо досліджувалося два конкретні зразки товару, результати стосуються саме цих зразків. Їх не можна автоматично поширювати на всю товарну групу без достатніх підстав. Якщо використовуються статистичні дані за певний період, необхідно чітко зазначати цей період. Дані минулих років не можуть без пояснення характеризувати сучасний стан ринку. Якщо висновок сформульований на основі нормативного документа, необхідно використовувати актуальну редакцію відповідного документа.

Таким чином, масштаб висновку повинен відповідати масштабу та характеру проведеного дослідження.

Ще однією вимогою до результатів є їх практична спрямованість. Практична значущість не обов'язково означає розроблення складної технології або нового методу. Для курсової роботи практичним результатом може бути система критеріїв оцінювання товару, порівняльна характеристика зразків, аналіз асортименту конкретного підприємства, оцінювання маркування,

систематизація ознак фальсифікації, характеристика митних аспектів певного товару тощо. Наприклад, результати порівняльного товарознавчого оцінювання можуть бути використані для характеристики переваг та відмінностей конкретних товарів. Аналіз асортименту може стати основою для пропозицій щодо його оптимізації. Аналіз маркування може бути корисним для контролю повноти інформації про товар. Товарознавча характеристика імпортової продукції може використовуватися для обґрунтування її митної ідентифікації. Практичне значення повинно безпосередньо впливати з проведеного дослідження, а не формулюватися як загальна декларація.

Окремою вимогою до курсової роботи є дотримання принципів академічної доброчесності. Йдеться не лише про недопущення текстових запозичень без посилань, а й про достовірне представлення джерел, даних і результатів. Курсова робота повинна чітко розмежовувати інформацію, отриману з літературних, нормативних, статистичних та інших джерел, і результати власного дослідження.

Отже, курсова робота в системі підготовки фахівців з товарознавства та митної експертизи є формою самостійного науково-практичного дослідження. Її основне завдання полягає в інтеграції теоретичних знань і практичних умінь для вирішення конкретної професійної проблеми.

Міждисциплінарний характер курсової роботи проявляється у поєднанні товарознавчих, митних, нормативно-правових, економічних, статистичних та інших знань відповідно до змісту конкретної теми. При цьому міждисциплінарність не зводиться до механічного включення матеріалу з різних дисциплін. Вона передбачає їх змістовний взаємозв'язок у процесі дослідження одного об'єкта або проблеми.

Основним результатом курсової роботи є не обсяг опрацьованого матеріалу, а обґрунтований результат дослідження, який відповідає поставленій меті та завданням. Він може бути представлений у формі порівняльного оцінювання товарів, характеристики їх якості, аналізу асортименту, дослідження маркування, систематизації ознак ідентифікації чи фальсифікації, аналізу ринку або обґрунтування митних характеристик товару.

Література:

1. Кудла М.В., Коблик В.О. Основи наукових досліджень : навчальний посібник. Умань : Видавець М.М. Сочінський, 2021. 185.
2. Теоретичні основи товарознавства / Т. М. Чорна. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2021. – 598 с.

ТЕМА 2

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МЕТИ, ЗАВДАНЬ, ОБ'ЄКТА, ПРЕДМЕТА ТА СТРУКТУРИ ТОВАРОЗНАВЧОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1.Логіка формування мети та завдань курсової роботи з товарознавства.

2.2.Визначення об'єкта і предмета дослідження у товарознавчих і експертних роботах.

2.3. Побудова структури курсової роботи та забезпечення її наукової цілісності.

Товарознавче дослідження як форма навчально-наукової діяльності студентів спеціальності Торгівля має комплексний характер і поєднує теоретичні засади з практичною орієнтацією. Воно спрямоване не лише на засвоєння базових знань про товари, але й на формування професійних компетентностей, пов'язаних з оцінюванням їх якості, ідентифікацією, визначенням відповідності нормативним вимогам та аналізом особливостей їх обігу у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Методологічна основа такого дослідження передбачає чітке та обґрунтоване визначення його ключових елементів — мети, завдань, об'єкта, предмета та структури. Від правильності їх формування залежить логічність викладу матеріалу, наукова обґрунтованість результатів і загальна якість курсової роботи.

2.1. Формування мети та завдань курсової роботи з товарознавства

Формування мети дослідження є вихідним етапом організації наукової роботи. Саме мета задає загальний вектор дослідження, визначає його спрямованість і зміст. У товарознавчих роботах мета, як правило, має прикладний характер і пов'язана з аналізом асортименту, оцінкою якості товарів або проведенням експертного дослідження.

Мета повинна бути сформульована таким чином, щоб вона відображала кінцевий результат, якого прагне досягти студент. Важливо, щоб вона не була надто загальною або декларативною, а містила конкретизацію об'єкта впливу і характеру дослідження. Наприклад, формулювання мети через дієслова «дослідити», «оцінити», «обґрунтувати» або «розробити» дозволяє надати їй чіткої наукової спрямованості.

Для товарознавчих робіт характерною є орієнтація мети на:

- оцінювання якості товарів;
- дослідження їх асортименту;

– аналіз факторів, що впливають на формування споживчих властивостей;

– проведення експертизи або ідентифікації товарів у митній практиці.

Приклад формулювання мети: «Метою роботи є дослідження асортименту та оцінка якості кави, що імпортується в Україну», «Метою роботи є дослідження аспектів формування асортименту меблевих товарів торговельного підприємства», «Мета дослідження – комплексне товарознавче оцінювання якості музичних інструментів. На прикладі скрипок».

Мета повинна бути: конкретною; досяжною; науково обґрунтованою; узгодженою з темою роботи.

У логічному продовженні мети формуються завдання дослідження. Вони деталізують шлях досягнення поставленої мети і відображають послідовність наукових дій. Завдання виступають своєрідною «дорожньою картою» дослідження, яка визначає його внутрішню структуру та зміст кожного розділу.

На відміну від мети, яка має узагальнений характер, завдання є більш конкретними і спрямованими на окремі аспекти дослідження. У товарознавчих роботах вони, як правило, охоплюють як теоретичні, так і практичні компоненти. Це означає, що частина завдань спрямована на аналіз наукових підходів до досліджуваної проблеми, тоді як інша частина — на проведення безпосереднього дослідження товарів, оцінювання їх якості або виконання експертних процедур.

Особливу увагу слід приділяти узгодженості між метою та завданнями. Кожне завдання повинно логічно впливати з мети і бути необхідним для її досягнення. Якщо певне завдання не має прямого зв'язку з метою, воно є зайвим і порушує цілісність дослідження. Водночас відсутність важливих завдань призводить до неповного розкриття теми.

Типова структура завдань у товарознавчій роботі:

1. Проаналізувати теоретичні основи формування асортименту певної групи товарів.
2. Визначити основні класифікаційні ознаки для товарної групи.
3. Визначити основні споживні властивості та показники якості товарної групи.
4. Дослідити чинники, що впливають на якість товару.
5. Охарактеризувати сучасний стан ринку.
6. Провести оцінку якості конкретних зразків.
7. Визначити відповідність товару нормативним документам.
8. Розробити рекомендації щодо підвищення якості або вдосконалення асортименту.

Таким чином, правильне формування мети і завдань забезпечує логічну завершеність дослідження, визначає його структуру і створює основу для формування обґрунтованих висновків.

2.2. Визначення об'єкта і предмета дослідження у товарознавчих і експертних роботах

Однією з ключових методологічних вимог до наукового дослідження є чітке розмежування об'єкта і предмета. Ці категорії взаємопов'язані, але виконують різні функції у структурі наукового пізнання.

Об'єкт дослідження слід розуміти як широку сферу або явище, в межах якого виникає досліджувана проблема. У товарознавстві об'єктом найчастіше виступають певні групи товарів або процеси, пов'язані з їх виробництвом, обігом і споживанням. Це можуть бути як конкретні види продукції, так і більш узагальнені категорії, наприклад, ринок певного товару чи система контролю його якості.

На відміну від об'єкта, предмет дослідження має більш вузький і конкретний характер. Він відображає ті аспекти об'єкта, які безпосередньо підлягають аналізу. Предметом можуть бути властивості товару, показники його якості, методи оцінювання, фактори, що впливають на формування споживчих характеристик, або особливості проведення експертизи.

Розмежування цих понять має принципове значення, оскільки дозволяє уникнути розмитості дослідження. Якщо об'єкт визначає загальну сферу дослідження, то предмет конкретизує, що саме в цій сфері буде вивчатися. Таким чином, предмет є логічним уточненням об'єкта.

У товарознавстві об'єктами можуть бути:

- товарні групи (наприклад, молочні продукти, текстиль, електроніка);
- процеси формування якості;
- обіг товарів у митній сфері;
- системи контролю якості.

Предмет дослідження — це конкретні властивості, характеристики або аспекти об'єкта, які безпосередньо вивчаються.

У товарознавчих роботах предметом можуть бути:

- фізико-хімічні показники якості;
- органолептичні характеристики;
- показники безпечності;
- методи експертизи;
- фактори, що впливають на якість.

Приклад: «Об'єктом дослідження шоколадна продукція, що реалізується на ринку України. Предметом дослідження є показники якості шоколаду».

Для студентів спеціальності «Товарознавство та експертиза в митній справі» особливо важливо враховувати прикладний характер досліджень. У цьому контексті об'єкт часто пов'язаний із товарними потоками, що перетинають митний кордон, тоді як предмет може охоплювати процедури їх ідентифікації, визначення коду за УКТ ЗЕД, оцінювання якості або встановлення відповідності нормативним вимогам.

Крім того, предмет дослідження у таких роботах нерідко включає аналіз ризиків, пов'язаних із фальсифікацією товарів, порушенням правил маркування або невідповідністю стандартам. Це підкреслює практичну значущість товарознавчих досліджень у сфері митної діяльності.

Отже, чітке визначення об'єкта і предмета дослідження не лише забезпечує його наукову точність, але й сприяє більш глибокому розумінню досліджуваної проблеми та формуванню обґрунтованих висновків.

2.3. Побудова структури курсової роботи та забезпечення її наукової цілісності

Структура курсової роботи є відображенням логіки наукового дослідження. Вона повинна бути чіткою, послідовною і внутрішньо узгодженою. Структура курсової роботи визначає послідовність розкриття теми та забезпечує логічний зв'язок між теоретичними положеннями, методами дослідження, практичними результатами й висновками. Правильно побудована структура не є формальним поділом тексту на розділи та підрозділи. Вона відображає логіку наукового дослідження і дає змогу простежити шлях від постановки проблеми до отримання та обґрунтування результатів.

Наукова цілісність курсової роботи означає узгодженість усіх її основних елементів: теми, мети, завдань, об'єкта, предмета, структури, методів, змісту дослідження та висновків. Кожен наступний елемент має логічно впливати з попереднього, а всі разом — відповідати заявленій темі.

Курсова робота повинна мати чітку, логічно вибудовану структуру. Вона зазвичай включає:

Вступ: у вступі обов'язково зазначаються:

- актуальність теми;
- мета і завдання;
- об'єкт і предмет;
- методи дослідження;
- практичне значення.

Основна частина (2–3 розділи):

Розділ 1. Теоретичні основи:

- аналіз літературних джерел;
- характеристику товарної групи;

- класифікацію товарів;
- фактори формування якості.

Розділ 2. Аналітична частина:

- аналіз ринку;
- дослідження асортименту;
- оцінку конкурентного середовища;
- аналіз нормативної бази.

Розділ 3. Практична частина:

- проведення товарознавчого оцінювання якості товарів;
- застосування методів ідентифікації;
- оформлення результатів дослідження.

Висновки

Список використаних джерел

Додатки (за потреби)

Вступ виконує функцію методологічного обґрунтування дослідження. Саме тут формулюються основні його елементи: актуальність теми, мета, завдання, об'єкт і предмет, а також визначаються методи дослідження. Особливого значення набуває обґрунтування актуальності, яке повинно відображати сучасні виклики у сфері товарознавства та митної експертизи, зокрема пов'язані з глобалізацією ринків і зростанням обсягів міжнародної торгівлі.

Основна частина курсової роботи розкриває зміст дослідження і зазвичай поділяється на кілька розділів. Перший розділ має теоретичний характер і присвячений аналізу наукових підходів до досліджуваної проблеми, характеристиці товарної групи, а також визначенню факторів, що впливають на якість продукції. Другий розділ, як правило, містить аналітичний матеріал, пов'язаний із дослідженням ринку, аналізом асортименту або вивченням нормативної бази. Третій розділ має практичну спрямованість і передбачає проведення товарознавчої експертизи, оцінювання якості товарів або застосування методів їх ідентифікації. Назви розділів і підрозділів мають бути конкретними та відображати їх реальний зміст. Загальні назви на кшталт «Теоретична частина», «Практична частина», «Основні питання» не дають достатнього уявлення про зміст дослідження. Підрозділи мають логічно розкривати зміст відповідного розділу. Якщо розділ присвячений товарознавчій характеристиці продукції, підрозділи можуть послідовно охоплювати класифікацію, асортимент, споживні властивості, вимоги до якості, маркування та пакування.

Водночас надмірне дроблення тексту ускладнює сприйняття. Підрозділ доцільний тоді, коли він має самостійне змістове навантаження і необхідний для розкриття поставленого завдання.

Особливістю курсових робіт для зазначеної спеціальності є значна роль практичного компонента. Саме він дозволяє студентам продемонструвати здатність застосовувати теоретичні знання у реальних або наближених до реальних умовах митної діяльності.

Висновки є завершальним елементом роботи і повинні узагальнювати результати проведеного дослідження. Вони мають бути логічно пов'язаними із завданнями, сформульованими у вступі, і відображати ступінь досягнення поставленої мети. Важливо, щоб висновки не повторювали текст основної частини, а містили узагальнення, оцінки та практичні рекомендації.

Наукова цілісність курсової роботи забезпечується узгодженістю всіх її структурних елементів. Це означає, що тема, мета, завдання, зміст розділів і висновки повинні утворювати єдину логічну систему. Порухення цього принципу призводить до фрагментарності дослідження і знижує його наукову цінність.

Значну роль відіграє також дотримання принципів академічної доброчесності, точності термінології та обґрунтованості висновків. Усі твердження мають базуватися на перевірених джерелах або результатах власного дослідження, що особливо важливо для товарознавчих експертиз.

Методологічні засади формування мети, завдань, об'єкта, предмета та структури дослідження є ключовими елементами наукової підготовки студентів спеціальності «Товарознавство та експертиза в митній справі». Вони забезпечують не лише правильну організацію курсової роботи, але й формують навички наукового мислення, необхідні для майбутньої професійної діяльності.

Чіткість формулювань, логічність побудови та практична спрямованість дослідження дозволяють досягти високого рівня наукової обґрунтованості і зробити результати роботи корисними для вирішення реальних завдань у сфері товарознавства та митної експертизи.

Наукова цілісність забезпечується узгодженістю теми, мети, завдань, об'єкта, предмета, методів, змісту розділів, результатів і висновків. Для товарознавчої курсової роботи особливо важливо, щоб структура забезпечувала послідовний перехід від характеристики товару та нормативних вимог до визначення критеріїв оцінювання, проведення дослідження та аналізу отриманих результатів.

Література:

1. Кудла М.В., Коблик В.О. Основи наукових досліджень : навчальний посібник. Умань : Видавець М.М. Сочінський, 2021. 185.
2. Теоретичні основи товарознавства / Т. М. Чорна. – Ірпінь : Університет ДФС України, 2021. – 598 с.

ТЕМА 3

НАУКОВІ, НОРМАТИВНІ ТА АНАЛІТИЧНІ ДЖЕРЕЛА У ТОВАРОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

3.1. Види джерел інформації у товарознавстві та митній справі.

3.2. Роль нормативно-правових і технічних документів у курсовій роботі.

3.3. Використання статистичних та аналітичних матеріалів у дослідженні товарів і ринків.

Інформаційна база товарознавчої курсової роботи повинна формуватися цілеспрямовано та відповідати змісту дослідження. Наукові публікації забезпечують теоретичне та методичне обґрунтування, нормативно-правові й технічні документи визначають вимоги до товару та критерії його оцінювання, статистичні матеріали характеризують кількісні параметри та динаміку ринку, аналітичні джерела допомагають зрозуміти сучасні тенденції, а результати власного дослідження забезпечують практичну частину роботи.

Для товарознавця принципово важливим є не просто знайти інформацію, а встановити її походження, достовірність, актуальність і відповідність конкретному завданню дослідження. Особливо це стосується нормативних та статистичних даних, оскільки помилка у виборі нормативного документа або періоду статистики може вплинути на правильність усієї роботи.

Якісна курсова робота формується тоді, коли різні джерела не дублюють одне одного, а взаємодіють: наукова інформація пояснює, нормативна встановлює вимоги, статистична характеризує ринок, а власне товарознавче дослідження дає можливість отримати та обґрунтувати конкретний результат. Саме такий підхід перетворює курсову роботу з описового тексту на повноцінне дослідження товару.

3.1. Види джерел інформації у товарознавстві та митній справі

Перш ніж розпочати пошук літератури для курсової роботи, необхідно визначити, що саме розуміють під джерелами інформації. У широкому значенні це документи, матеріали, дані та інші інформаційні ресурси, які містять відомості про об'єкт дослідження та можуть бути використані для його наукового обґрунтування.

Для товарознавчого дослідження особливо важливим є поєднання кількох типів інформації. Це пояснюється тим, що жодне окреме джерело, як правило, не може повністю охарактеризувати товар.

Наприклад, якщо курсова робота присвячена товарознавчому оцінюванню якості вафель, наукова стаття може містити інформацію про сучасні підходи до оцінювання якості, підручник — характеристику споживних властивостей,

стандарт — нормативні вимоги до продукції, інформація виробника — склад і характеристики конкретного зразка, а результати власного дослідження — фактичні значення показників якості. Лише сукупність цих джерел дає можливість сформулювати повноцінне дослідження.

Умовно інформаційну базу товарознавчої курсової роботи можна поділити на наукові, нормативно-правові, технічні, статистичні, аналітичні та інформаційні джерела, а також матеріали власного дослідження.

Наукові джерела формують теоретичну основу роботи. До них належать монографії, наукові статті, дисертації, матеріали наукових конференцій, навчальні та навчально-методичні видання. Вони дають можливість з'ясувати сучасний стан наукового вивчення певної проблеми, ознайомитися з підходами різних дослідників, методами оцінювання властивостей товарів, способами ідентифікації, методиками визначення показників якості.

Для курсової роботи важливо не просто накопичити якомога більше наукових публікацій. Значно важливіше, щоб вони були релевантними темі та безпосередньо використовувалися в тексті. Якщо студент досліджує фальсифікацію майонезу, джерела мають стосуватися саме складу, властивостей, способів ідентифікації та фальсифікації цієї продукції. Загальні публікації про харчові продукти можуть використовуватися лише для формування ширшого теоретичного контексту.

Особливу увагу необхідно приділяти сучасності наукових джерел. Товарознавство розвивається разом із технологіями виробництва, системами управління якістю, вимогами до безпечності продукції, електронною торгівлею та змінами споживчої поведінки. Тому під час підготовки курсової роботи доцільно використовувати актуальні публікації останніх років, доповнюючи їх фундаментальними працями, якщо вони мають методологічне або історичне значення.

Наступну групу становлять нормативно-правові джерела. Їх значення у товарознавстві надзвичайно велике, оскільки саме вони визначають правові вимоги до виробництва, обігу, безпечності, маркування, пакування, транспортування, зберігання та реалізації багатьох товарів.

Наприклад, якщо студент аналізує маркування харчового продукту, недостатньо описати інформацію, нанесену на етикетку. Необхідно визначити, які відомості є обов'язковими відповідно до законодавства, а які можуть наноситися додатково. Якщо досліджується товар, що переміщується через митний кордон, необхідно враховувати нормативні положення, пов'язані з його класифікацією, митним оформленням, походженням, обмеженнями або спеціальними вимогами.

Окремою групою є технічні нормативні документи — стандарти, технічні

умови та інші документи, що встановлюють вимоги до продукції або методів її дослідження. Для товаровознавця вони мають практичне значення, оскільки дозволяють зіставити фактичні характеристики товару з установленими вимогами.

Наприклад, під час оцінювання якості харчового продукту студент може визначати органолептичні, фізико-хімічні або інші показники. Саме нормативний документ допомагає зрозуміти, які показники необхідно оцінювати, яким має бути їх нормативне значення та яким методом вони визначаються.

Важливо розрізняти поняття «стандарт» і «наукове джерело». Наукова стаття може містити результати дослідження певного показника, але вона не замінює нормативний документ, якщо студенту необхідно визначити нормативну вимогу. І навпаки, стандарт не пояснює повною мірою наукові причини формування певної властивості товару. Саме тому ці джерела повинні доповнювати одне одного.

Для товаровознавчих досліджень важливими є також статистичні джерела. Вони дозволяють перейти від характеристики окремого товару до оцінювання процесів, що відбуваються на ринку.

Наприклад, якщо тема курсової роботи стосується асортименту молочної продукції, студент може досліджувати конкретні зразки товарів, але для характеристики ринку доцільно використати статистичні дані щодо виробництва, імпорту, експорту або споживання відповідної продукції. Це дозволяє пояснити, наскільки досліджувана товарна група представлена на ринку та які тенденції її розвитку.

Статистична інформація має особливу цінність тому, що дає змогу працювати не лише з описовими твердженнями, а й із кількісними показниками. Водночас студент повинен завжди звертати увагу на період, за який наведено статистику, одиниці вимірювання, територію дослідження та методику формування показника.

Ще одну важливу групу становлять аналітичні джерела. До них належать галузеві огляди, звіти дослідницьких організацій, аналітичні матеріали, маркетингові дослідження, огляди ринків. Вони можуть містити інформацію про структуру ринку, основних учасників, споживчі тенденції, зміни асортименту, популярність окремих категорій товарів.

Проте аналітичні матеріали необхідно використовувати критично. Не кожен матеріал, опублікований на комерційному сайті, є надійним джерелом наукової інформації. Потрібно з'ясувати, хто здійснював дослідження, за який період отримано дані, яка методика використовувалася та наскільки результати можна поширювати на весь ринок.

Для товарознавця важливим джерелом інформації є також безпосередньо товар та його інформаційні елементи. Етикетка, упаковка, маркування, інструкція, технічна документація виробника, фотографії товару, результати органолептичного оцінювання, вимірювань або лабораторних досліджень можуть бути первинною інформацією дослідження.

Саме тут проявляється специфіка товарознавчої курсової роботи. Студент не повинен обмежуватися аналізом того, що вже написали інші автори. Якщо робота передбачає власне товарознавче оцінювання, необхідно сформулювати власну емпіричну базу: відібрати зразки, визначити критерії оцінювання, провести порівняння та обґрунтувати отримані результати.

Наприклад, у роботі з оцінювання якості двох зразків оливкової олії наукові джерела необхідні для обґрунтування показників якості та методики, нормативні документи — для визначення вимог, маркування — для характеристики конкретних зразків, а результати власного порівняння — для формування практичної частини дослідження.

Таким чином, різні види джерел виконують різні функції. Наукові джерела відповідають переважно на питання «що відомо про проблему?», нормативні — «які вимоги встановлено?», статистичні — «які кількісні процеси відбуваються?», аналітичні — «які тенденції спостерігаються?», а власні дослідження — «що отримано безпосередньо під час проведення дослідження?».

3.2. Роль нормативно-правових і технічних документів у курсовій роботі

Нормативно-правові та технічні документи займають особливе місце в товарознавчому дослідженні, оскільки забезпечують нормативну основу для оцінювання товару. У курсовій роботі студент може висловлювати власні судження щодо якості, асортименту, маркування або безпечності продукції, однак такі судження повинні мати обґрунтування. Якщо, наприклад, студент стверджує, що маркування товару є неповним, необхідно показати, яка саме інформація повинна бути зазначена відповідно до чинних вимог. Якщо робиться висновок про невідповідність певного показника якості, потрібно зазначити нормативну вимогу, з якою порівнюється фактичне значення.

Отже, нормативний документ у товарознавчій роботі виконує роль критерію порівняння.

Тут важливо розуміти різницю між описом і оцінюванням. Фраза «на упаковці зазначено назву продукту, склад, масу та інформацію про виробника» є описом. Вона фіксує факт. Натомість твердження «маркування відповідає встановленим вимогам» уже є оцінкою, яка потребує нормативного обґрунтування.

Цей принцип необхідно застосовувати протягом усієї курсової роботи.

Нормативна база може використовуватися для характеристики асортименту, якості, безпечності, маркування, пакування, транспортування, зберігання, методів контролю та митного оформлення товарів.

Особливо важливою є нормативна база для курсових робіт, у яких присутня митна складова. Товар у митній справі розглядається не лише як споживчий об'єкт, а й як об'єкт зовнішньоекономічної операції. Для його переміщення через митний кордон можуть мати значення код товару, країна походження, митна вартість, режим переміщення, необхідні дозвільні документи, заборони та обмеження.

Тому в міждисциплінарній курсовій роботі з товарознавства та митної справи нормативні джерела доцільно розглядати у взаємозв'язку з товарознавчою характеристикою. Наприклад, визначення коду товару за УКТ ЗЕД не повинно здійснюватися лише за його комерційною назвою. Для правильної класифікації необхідно знати склад, матеріал, функціональне призначення, конструктивні особливості, спосіб виготовлення та інші характеристики. Отже, митна класифікація безпосередньо пов'язана з товарознавчими знаннями.

У цьому полягає одна з ключових особливостей міждисциплінарного характеру курсової роботи: товарознавча характеристика стає основою для вирішення окремих митних питань, а митна інформація, своєю чергою, розширює практичне значення товарознавчого дослідження.

Під час використання нормативних документів необхідно обов'язково перевіряти їх актуальність. Законодавство, стандарти, технічні регламенти та митні правила можуть змінюватися. Використання документа, який втратив чинність, без відповідного пояснення може призвести до неправильних висновків.

Тому перед включенням нормативного документа до курсової роботи студент повинен з'ясувати: чи є документ чинним; на яку продукцію або ситуацію він поширюється; які саме положення необхідні для дослідження; чи не були внесені зміни; чи відповідає документ періоду, який аналізується.

Особливої уваги потребує використання стандартів. У курсовій роботі стандарт не повинен бути наведений лише для збільшення кількості джерел. Необхідно показати, для чого саме він використовується.

Наприклад, стандарт може бути джерелом вимог до органолептичних показників, фізико-хімічних характеристик, пакування або маркування. Якщо ж студент лише згадує стандарт у списку використаних джерел, але в тексті роботи його положення не застосовує, його присутність не має практичного значення.

Так само недоцільно механічно переносити до курсової роботи великі фрагменти нормативних документів. Завдання студента полягає не в копіюванні нормативного тексту, а в його інтерпретації стосовно конкретного об'єкта дослідження. Наприклад, замість великого цитування нормативного документа доцільно пояснити, які саме вимоги мають значення для досліджуваного товару, а потім порівняти їх із характеристиками конкретного зразка.

3.3. Використання статистичних та аналітичних матеріалів у дослідженні товарів і ринків

Товарознавче дослідження часто потребує аналізу не лише самого товару, а й середовища, у якому він виробляється, переміщується та реалізується. Саме тому важливе місце в курсовій роботі посідають статистичні та аналітичні матеріали. Якщо досліджується конкретний товар, студент повинен розрізняти характеристику товару та характеристику ринку товару.

Характеристика товару відповідає на питання: якими є його споживні властивості, склад, сировина, якість, пакування, маркування, асортиментні ознаки, умови зберігання тощо. Характеристика ринку відповідає на інші питання: скільки такого товару виробляється, як змінюється його імпорт та експорт, які тенденції споживання, як змінюється асортимент, які сегменти представлені на ринку, які чинники впливають на його розвиток.

Ці два рівні дослідження взаємопов'язані. Наприклад, зміна споживчого попиту може спричинити появу нових видів товарів, зміну рецептури, упаковки або позиціонування продукції. Своєю чергою, технологічні інновації можуть формувати нові товарні пропозиції та змінювати структуру ринку. Статистичні матеріали дають можливість кількісно описати такі процеси.

У курсовій роботі можуть використовуватися дані про обсяги виробництва, імпорту та експорту, кількість підприємств, обсяги реалізації, динаміку цін, структуру товарного ринку, зовнішньоторговельні операції та інші показники. Вибір конкретних показників залежить від теми дослідження.

Наприклад, у роботі про імпорт рослинного м'яса доцільно проаналізувати динаміку імпорту відповідної продукції, основні країни-постачальники, зміни асортименту та присутність відповідних товарів на українському ринку. У роботі про пакувальні матеріали може бути доречним аналіз тенденцій використання екологічних видів упаковки. У дослідженні товарів для тварин — аналіз структури асортименту та ринкових тенденцій відповідного сегмента.

При цьому статистичні дані необхідно використовувати не заради самих цифр, а для відповіді на конкретне дослідницьке питання.

Наприклад, таблиця, у якій наведено обсяги імпорту за п'ять років, сама по собі ще не є аналізом. Аналіз починається тоді, коли студент визначає динаміку

показника, порівнює періоди, розраховує абсолютні або відносні зміни та пояснює можливі причини виявленої тенденції на основі надійних джерел.

Водночас необхідно чітко розрізнити факт і його інтерпретацію. Якщо статистичні дані свідчать про зростання імпорту певної товарної групи, студент може констатувати це як факт. Але пояснення причин такого зростання потребує додаткового обґрунтування. Не можна автоматично стверджувати, що імпорт зріс саме через зміну споживчих переваг, якщо відповідні дані цього не підтверджують.

Аналітичні матеріали можуть допомогти пояснити виявлені тенденції. Наприклад, галузевий звіт може містити результати дослідження поведінки споживачів, інформацію про нові формати продукції або оцінку розвитку певного сегмента ринку.

Водночас студент повинен оцінювати надійність аналітичного джерела. Якщо на сайті торговельної компанії наведено твердження про «найпопулярніший товар на ринку», це ще не означає, що воно підтверджене репрезентативним дослідженням. У науковій роботі необхідно розуміти походження інформації та межі її застосування.

Особливу увагу слід звертати на період статистичних даних. Наприклад, дані за 2019 рік не можуть автоматично характеризувати сучасний стан ринку. Якщо тема курсової роботи передбачає аналіз сучасного ринку, необхідно використовувати максимально актуальні доступні дані та чітко зазначати, за який період вони наведені.

Також важливо правильно визначати одиниці вимірювання. Обсяги виробництва можуть подаватися в тоннах, тисячах тонн, літрах, штуках або грошовому вираженні. Дані в різних одиницях не можна безпосередньо порівнювати без відповідного перерахунку.

Під час роботи зі статистикою студент повинен також звертати увагу на методику формування показника. Наприклад, дані про обсяг ринку, обсяг роздрібного продажу та обсяг імпорту характеризують різні явища. Їх не можна використовувати як взаємозамінні поняття.

У товарознавчій курсовій роботі статистичний матеріал найчастіше доцільно представляти у вигляді таблиць і діаграм. Таблиця забезпечує точність представлення числових даних, а графічне зображення дозволяє швидше побачити динаміку або структуру показника.

Однак таблиця або рисунок не повинні існувати без пояснення. Після кожного важливого статистичного матеріалу необхідно сформулювати короткий аналітичний висновок: що саме змінилося, у якому напрямі, наскільки суттєво та яке значення це має для досліджуваного товару або ринку.

Наприклад, якщо в таблиці наведено частки різних видів упаковки на ринку, після таблиці студент має не повторювати всі наведені цифри словами, а виділити основну тенденцію та пов'язати її з темою роботи.

Статистичні та аналітичні матеріали особливо корисні у вступі та аналітичній частині курсової роботи. Вони допомагають обґрунтувати актуальність теми, охарактеризувати сучасний стан ринку, визначити проблеми та аргументувати необхідність проведення власного товарознавчого дослідження. Наприклад, якщо студент пише роботу про ідентифікацію та фальсифікацію певної групи товарів, статистична інформація може показати масштаби або динаміку ринку, наукові джерела — сучасні способи ідентифікації, нормативні документи — вимоги до товару, а власне дослідження — можливості практичного застосування відповідних методів.

Під час підготовки курсової роботи студент стикається з великою кількістю інформації, особливо під час пошуку в Інтернеті. Одна й та сама інформація може бути представлена науковою установою, державним органом, виробником, торговельною компанією, журналістським ресурсом або невідомим автором. Тому сам факт наявності інформації в Інтернеті не робить її науково достовірною.

Перед використанням джерела доцільно поставити декілька простих запитань: хто є автором інформації; де її опубліковано; коли її опубліковано; на які дані вона спирається; чи можна перевірити наведені відомості; чи відповідає інформація темі дослідження?

Для нормативної інформації додатково необхідно перевірити чинність документа. Для статистичних матеріалів — період, одиниці вимірювання та методику отримання даних. Для наукових публікацій — автора, назву видання, рік публікації та науковий контекст.

Особливо обережно потрібно працювати з матеріалами, створеними за допомогою штучного інтелекту. ШІ може допомогти сформулювати пошукові запити, знайти можливі напрями дослідження, пояснити складне поняття або допомогти структурувати матеріал. Проте він не може бути заміною первинним науковим, нормативним чи статистичним джерелам. Будь-яке джерело, запропоноване штучним інтелектом, необхідно самостійно перевірити за оригіналом. Особливо це стосується назв статей, авторів, DOI, стандартів, законів, статистичних показників та посилань.

Таким чином, інформаційна база курсової роботи повинна бути не випадковим набором джерел, а системою взаємопов'язаної інформації, яка забезпечує теоретичне обґрунтування, нормативну коректність та практичну доказовість проведеного дослідження.

ТЕМА 4

МЕТОДИ ОПРАЦЮВАННЯ ТА КРИТИЧНОГО АНАЛІЗУ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ У КУРСОВІЙ РОБОТІ

- 2.1. Критерії відбору та оцінювання наукових і нормативних джерел.
 - 2.2. Методи аналізу, порівняння та узагальнення інформації з різних джерел.
 - 2.3. Систематизація джерел і формування огляду літератури у курсовій роботі.
 - 2.4. Оформлення списку використаних джерел та посилань
-

4.1. Критерії відбору та оцінювання наукових і нормативних джерел

Першим етапом роботи з інформацією є визначення того, чи може конкретне джерело бути використане у курсовій роботі. Основним критерієм є *відповідність джерела темі та завданням дослідження*. Наприклад, для курсової роботи з товарознавчого оцінювання якості вафель доцільними будуть джерела про споживні властивості борошняних кондитерських виробів, показники якості, дефекти, методи дослідження, вимоги до маркування та безпечності. Натомість загальна стаття про розвиток харчової промисловості може мати лише допоміжне значення і не повинна становити основу теоретичного розділу.

Другим важливим критерієм є *актуальність*. У сучасному товарознавстві вимоги до продукції, нормативна база, структура ринків, технології виробництва та підходи до оцінювання якості змінюються. Тому під час підготовки курсової роботи перевагу доцільно надавати сучасним науковим публікаціям та чинним нормативним документам. При цьому старіші джерела не обов'язково виключаються. Якщо певна наукова праця містить фундаментальне визначення, методику або теоретичний підхід, вона може зберігати наукову цінність незалежно від року видання.

Особливого значення набуває *авторитетність джерела*. Для наукової статті важливими є відомості про автора, назву видання, рік публікації, наукову установу або видавця, а за наявності — DOI чи інший постійний ідентифікатор. Для нормативного документа необхідно перевіряти його офіційність і чинність. Необхідно розрізняти нормативний документ, який встановлює обов'язкові вимоги, та інформаційний матеріал, який лише описує певне питання.

Наприклад, якщо в роботі аналізується маркування харчового продукту, інформація з офіційного нормативного документа має інший статус, ніж

твердження з рекламної статті виробника. Перше джерело може бути використане для характеристики встановлених вимог, тоді як друге — переважно для опису конкретного товару або практики його представлення на ринку.

Ще один критерій — *достовірність інформації*. Особливо важливою є перевірка даних, які містять конкретні числові показники, результати досліджень, статистику або нормативні вимоги. Один із способів такої перевірки полягає у зіставленні інформації з кількома незалежними джерелами. Якщо одна й та сама характеристика товару подається по-різному, необхідно з'ясувати причину розбіжності, а не автоматично обирати один із варіантів.

Для оцінювання джерела корисно використовувати сукупність запитань: хто є автором або установою-джерелом інформації; коли опубліковано матеріал; для якої мети він створений; на яких даних ґрунтуються наведені положення; чи можна перевірити інформацію; наскільки вона відповідає темі курсової роботи; чи є документ чинним на момент проведення дослідження.

Таким чином, відбір джерел є своєрідним «фільтром» між інформацією, доступною в інформаційному просторі, та інформацією, яка потрапляє до наукового дослідження.

4.2. Методи аналізу, порівняння та узагальнення інформації з різних джерел

Опрацювання джерел передбачає не тільки їх читання, а й застосування певних методів аналізу інформації. Найпростішим є аналіз, тобто поділ інформації на окремі положення, характеристики або показники для їх детального розгляду. Наприклад, під час дослідження якості майонезу інформацію з джерел можна розподілити за такими напрямками: сировина, рецептура, органолептичні показники, фізико-хімічні показники, харчова цінність, маркування, можливі способи фальсифікації та методи її виявлення. Такий підхід дозволяє не змішувати різні аспекти проблеми і поступово формувати цілісну характеристику товару.

Наступним методом є порівняння. Воно дає можливість виявити спільні та відмінні положення різних авторів або нормативних документів. Наприклад, кілька науковців можуть по-різному класифікувати споживні властивості певного товару. У такому випадку завдання курсової роботи полягає не в механічному виборі одного визначення, а в аналізі підходів і визначенні того, який із них найбільше відповідає меті конкретного дослідження.

Порівняння особливо важливе під час роботи з нормативними документами. Наприклад, вимоги до маркування товару можуть бути представлені в законодавчих актах, технічних регламентах і стандартах. Їх

зіставлення дозволяє визначити, які вимоги є загальними, які стосуються певної категорії продукції, а які характеризують конкретний показник.

Важливим методом є узагальнення — об'єднання окремих положень різних джерел у більш загальний висновок. Наприклад, якщо кілька наукових праць розглядають якість товару через органолептичні, фізико-хімічні та безпекові характеристики, після їх опрацювання можна сформувати узагальнену модель показників, яка буде використана у подальшому дослідженні.

У товарознавчих роботах доцільним є також класифікаційний підхід, коли інформація групується за певною ознакою. Наприклад, джерела щодо пакувальних матеріалів можна систематизувати за матеріалом упаковки, призначенням, можливістю перероблення, рівнем бар'єрних властивостей або сферою використання.

Окреме значення має критичний аналіз. Він передбачає оцінювання не тільки того, що зазначено в джерелі, а й того, наскільки це положення можна застосувати до конкретної ситуації. Наукове твердження не повинно автоматично переноситися в курсову роботу без урахування його контексту. Наприклад, автор статті може характеризувати певний пакувальний матеріал як екологічно безпечний. Для товарознавчого дослідження цього твердження недостатньо. Необхідно з'ясувати, за якими критеріями автор визначає екологічність: походження сировини, можливість повторного використання, біорозкладність, можливість перероблення, рівень споживання ресурсів чи інші характеристики. Такий підхід перетворює просте використання інформації на її наукове опрацювання.

Особливо важливим є розмежування факту, думки автора та результату дослідження. Наприклад, нормативний документ містить встановлену вимогу; наукова стаття може містити результати експерименту; автор огляду може висловлювати власну інтерпретацію. У тексті курсової роботи ці види інформації не повинні подаватися як рівнозначні.

Отже, основна логіка опрацювання джерел може бути представлена послідовністю: аналіз → порівняння → критичне оцінювання → узагальнення → використання у власному дослідженні.

Саме останній етап є принциповим. Джерела не повинні замінювати власне дослідження. Їх призначення полягає у формуванні теоретичної та нормативної основи, обґрунтуванні методів, поясненні отриманих результатів і зіставленні власних результатів із науковими положеннями.

4.3. Систематизація джерел і формування огляду літератури у курсовій роботі

Після пошуку та первинного відбору джерел виникає необхідність їх систематизувати. Систематизація означає впорядкування інформації за певною

логікою, яка відповідає темі та структурі курсової роботи. Найпростішим способом є поділ джерел за їх призначенням. В окремі групи можуть бути віднесені наукові статті, монографії, підручники, нормативно-правові акти, стандарти, статистичні матеріали, аналітичні звіти, офіційні вебресурси та інформаційні матеріали виробників. Проте для написання курсової роботи такого механічного поділу недостатньо. Важливо встановити, для чого саме кожне джерело використовується.

Огляд літератури — це не послідовний переказ змісту всіх опрацьованих джерел. Його завдання полягає у характеристиці того, як певна проблема представлена в науковій та нормативній літературі, які аспекти досліджені достатньо, які підходи існують і які питання потребують подальшого розгляду в межах конкретної курсової роботи. Недостатній варіант огляду має вигляд послідовності: один автор пише одне, другий — інше, третій — ще щось. Такий текст нагадує анотований список літератури, але не є повноцінним аналітичним оглядом.

Більш змістовний огляд будується за проблемним принципом. Спочатку визначається певний аспект досліджуваної проблеми, далі зіставляються підходи різних авторів, після чого формується узагальнення, яке має значення для подальшої роботи.

Важливим правилом є відповідність між посиланнями в тексті та списком використаних джерел. Якщо джерело наведене у списку, воно має бути використане в роботі. І навпаки, кожне суттєве запозичене положення, факт, статистичний показник або наукове твердження повинно мати відповідне посилання.

Під час роботи з електронними ресурсами необхідно зберігати точні бібліографічні дані вже на етапі пошуку: автора, назву, назву видання або установи, рік, номер випуску, сторінки, DOI або URL, а для нормативних документів — повну назву та відомості про чинність. Це значно спрощує остаточне оформлення списку використаних джерел.

Опрацювання джерел у курсовій роботі є послідовним дослідницьким процесом, у якому пошук інформації поєднується з її оцінюванням, аналізом, порівнянням та узагальненням. Основними критеріями відбору є відповідність темі, актуальність, авторитетність, достовірність і можливість перевірки інформації. Наукові та нормативні джерела мають різне функціональне призначення, тому їх не можна використовувати як взаємозамінні.

Критичне опрацювання джерел дозволяє перейти від простого відтворення чужої інформації до її осмисленого використання у власному дослідженні. Систематизація джерел за змістовими напрямками створює основу для логічного

огляду літератури, а порівняння різних наукових підходів допомагає обґрунтувати методи, показники та напрями товарознавчого дослідження.

У курсовій роботі джерела виконують не лише інформаційну, а й доказову функцію: вони підтверджують теоретичні положення, нормативні вимоги, статистичні дані та методичні підходи. Водночас кінцевою метою роботи з джерелами є не їх накопичення, а формування обґрунтованої інформаційної бази для проведення власного дослідження та отримання змістовних результатів.

3.4. Оформлення списку використаних джерел та посилань

Оформлення джерел є важливою складовою наукової роботи і повинно відповідати встановленим стандартам (зокрема ДСТУ 8302:2015). Правильне бібліографічне оформлення забезпечує ідентифікацію джерела та демонструє рівень академічної культури автора.

Нижче наведено зразки оформлення найбільш поширених типів джерел.

Книга (до трьох авторів)

Прізвище, ініціали автора(ів). Назва книги : підзаголовок (за наявності). Місце видання : Видавництво, рік. Кількість сторінок.

Приклад:

Іванов І. І., Петренко П. П. Товарознавство продовольчих товарів. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 320 с.

Книга (чотири і більше авторів)

Назва книги / за ред. Ініціали, прізвище редактора. Місце видання : Видавництво, рік. Кількість сторінок.

Приклад:

Товарознавство непродовольчих товарів / за ред. О. В. Сидоренка. Харків : Факт, 2019. 450 с.

Стаття у науковому збірнику або журналі

Прізвище, ініціали автора. Назва статті // Назва видання. Рік. № (або том, випуск). Сторінки.

Приклад:

Ковальчук О. М. Оцінка якості імпортованих харчових продуктів // Вісник товарознавства. 2021. № 2. С. 45–52.

Матеріали конференції

Прізвище, ініціали автора. Назва доповіді // Назва конференції : збірник матеріалів. Місце проведення, дата. Місце видання : Видавництво, рік. Сторінки.

Приклад:

Мельник Л. С. Проблеми ідентифікації товарів при митному контролі // Актуальні проблеми товарознавства : матеріали міжнародної науково-

практичної конференції. Київ, 15–16 квітня 2022 р. Київ : КНТЕУ, 2022. С. 112–115.

Закон України

Назва закону : дата прийняття, номер // Назва офіційного видання. Рік. №. Стаття.

Приклад:

Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // Відомості Верховної Ради України. 1991. № 30. Ст. 379.

Стандарт (ДСТУ, ISO тощо)

Позначення стандарту. Назва стандарту. Місце видання : Орган, що видав, рік. Кількість сторінок.

Приклад:

ДСТУ 4518:2008. Продукти харчові. Маркування для споживачів. Київ : Держспоживстандарт України, 2009. 24 с.

Пояснення до оформлення

Усі джерела у списку повинні бути оформлені в єдиному стилі та містити повний набір бібліографічних елементів. Послідовність і точність подання інформації мають принципове значення. Для електронних ресурсів додатково зазначається URL-адреса та дата звернення.

Особливу увагу слід приділяти відповідності між посиланнями у тексті та списком використаних джерел. Кожне джерело, на яке є посилання, повинно бути включене до списку, і навпаки.

Підбір і правильне оформлення літературних джерел є невід’ємною частиною якісного наукового дослідження. Вони забезпечують теоретичну обґрунтованість роботи, підтверджують достовірність отриманих результатів і демонструють рівень наукової підготовки студента.

Оволодіння навичками роботи з джерелами, їх критичного аналізу та коректного оформлення є необхідною умовою формування професійної компетентності майбутнього фахівця у сфері товарознавства та митної експертизи.

Література:

1. Наукові дослідження в економіці [Електронний ресурс] : уклад.: Трофименко О.О., Шевчук О.А., Фартушний І.Д. – Електрон. текст. дані (1 файл). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. – 192 с

ТЕМА 5

СИСТЕМА МЕТОДІВ ТОВАРОЗНАВЧОГО ДОСЛІДЖЕННЯ: ВИБІР І ОБҐРУНТУВАННЯ МЕТОДІВ ВІДПОВІДНО ДО МЕТИ РОБОТИ

5.1. Класифікація методів товарознавчих досліджень.

5.2. Критерії вибору методів відповідно до об'єкта і предмета дослідження.

5.3. Обґрунтування доцільності застосування методів у курсовій роботі.

Метод дослідження є одним із центральних елементів товарознавчої курсової роботи, оскільки саме за допомогою певної сукупності методів отримується, аналізується та оцінюється інформація про товар. Вибір методів не може бути випадковим або формальним. Він має визначатися метою роботи, поставленими завданнями, особливостями об'єкта і предмета дослідження, доступною інформацією та характером результатів, які необхідно отримати.

У товарознавстві дослідження товару може передбачати його класифікацію, ідентифікацію, оцінювання якості, визначення споживних властивостей, дослідження асортименту, аналіз маркування, встановлення відповідності нормативним вимогам, виявлення ознак фальсифікації тощо. Для вирішення таких різних завдань одного універсального методу не існує. Тому товарознавче дослідження зазвичай ґрунтується на поєднанні кількох методів, кожен із яких виконує певну функцію.

Важливо розрізняти метод, методику та інструмент дослідження. Метод визначає загальний спосіб отримання або опрацювання інформації; методика конкретизує послідовність проведення дослідження; інструмент є засобом практичної реалізації методики. Наприклад, органолептичний метод може реалізовуватися за конкретною методикою оцінювання зовнішнього вигляду, кольору, запаху, смаку та консистенції товару.

5.1. Класифікація методів товарознавчих досліджень

Методи товарознавчих досліджень можна класифікувати за різними ознаками. Для курсової роботи найбільш практичним є поділ методів за способом отримання та опрацювання інформації.

До основних груп належать теоретичні, емпіричні, органолептичні, вимірювальні, експертні, соціологічні та статистичні методи.

Теоретичні методи застосовуються на етапі опрацювання наукової та нормативної інформації. До них належать аналіз, синтез, порівняння, узагальнення, класифікація, систематизація та абстрагування. Вони дають змогу сформулювати теоретичну основу дослідження, визначити основні характеристики

товару, систематизувати підходи різних авторів і сформулювати критерії подальшого оцінювання.

Наприклад, під час дослідження асортименту косметичних товарів за допомогою аналізу виділяються окремі характеристики продукції, а за допомогою класифікації товари групуються за призначенням, видом, складом або іншими ознаками.

Емпіричні методи пов'язані з безпосереднім отриманням інформації про об'єкт дослідження. Вони передбачають спостереження, опис, вимірювання, експеримент та інші форми практичного вивчення товару.

Особливе місце у товарознавстві займають **органолептичні методи**. Вони ґрунтуються на сприйнятті властивостей товару за допомогою органів чуття. За їх допомогою оцінюють зовнішній вигляд, форму, колір, запах, смак, консистенцію, характер поверхні та інші властивості залежно від виду продукції.

Органолептичний метод особливо важливий для харчових продуктів. Наприклад, під час оцінювання якості вафель можуть аналізуватися форма, поверхня, колір, смак, запах і структура. Для косметичних товарів можуть оцінюватися консистенція, колір, запах, однорідність, зручність нанесення та інші характеристики.

Вимірювальні методи ґрунтуються на використанні приладів, лабораторного обладнання або стандартизованих процедур для визначення кількісних і якісних показників. До них можуть належати визначення маси, вологості, кислотності, масової частки жиру, міцності, розмірів, температури та інших характеристик.

У курсовій роботі вимірювальні методи мають особливе значення тоді, коли необхідно отримати об'єктивні числові результати, які можна порівнювати між собою або зі встановленими нормативними вимогами.

Експертні методи передбачають отримання оцінки фахівців, які мають необхідні знання та досвід. Вони використовуються у випадках, коли властивість товару складно або недоцільно оцінювати виключно інструментальними методами.

Експертні оцінки можуть застосовуватися, наприклад, під час визначення значущості окремих показників якості, формування вагових коефіцієнтів або комплексного оцінювання споживних властивостей.

Соціологічні методи дають можливість досліджувати ставлення споживачів до товарів. До них належать анкетування, опитування, інтерв'ю та інші способи отримання інформації від споживачів.

Наприклад, під час дослідження маркування дитячих іграшок соціологічний метод може використовуватися для визначення того, наскільки

споживачі звертають увагу на попереджувальну інформацію, чи розуміють позначення безпечності та які форми подання інформації сприймають краще.

Статистичні методи застосовуються для кількісного опрацювання отриманих даних. Вони дають змогу розраховувати середні значення, відносні величини, структуру показників, відхилення, динаміку та інші характеристики.

У товарознавчих дослідженнях статистичні методи можуть використовуватися як для аналізу результатів власних досліджень, так і для опрацювання інформації про ринок, асортимент, виробництво, імпорт та експорт товарів.

Окрему групу становлять *методи оцінювання якості*. Залежно від завдань можуть застосовуватися диференційний, комплексний, інтегральний, експертний, кваліметричний та інші підходи.

Диференційне оцінювання передбачає аналіз окремих показників якості. Комплексне оцінювання дає змогу отримати узагальнену характеристику за сукупністю показників. Кваліметричні підходи пов'язують окремі властивості товару з узагальненою кількісною оцінкою його якості.

Таким чином, система методів товарознавчого дослідження є багаторівневою. Теоретичні методи забезпечують опрацювання інформації, емпіричні — отримання даних про товар, спеціальні методи — оцінювання конкретних властивостей, а статистичні — кількісне узагальнення результатів.

5.2. Критерії вибору методів відповідно до об'єкта і предмета дослідження

Вибір методу безпосередньо залежить від того, **що саме досліджується**. Саме тому важливо розрізняти об'єкт і предмет дослідження.

Об'єктом товарознавчої курсової роботи може бути певний товар, група товарів, асортимент підприємства, процес формування асортименту, пакування, маркування або інша товарознавча система. Предметом є конкретні властивості, характеристики, показники, процеси чи відносини, які досліджуються в межах цього об'єкта.

Наприклад, у роботі «Товарознавче оцінювання якості вафель» об'єктом можуть бути зразки вафель різних виробників, а предметом — їх органолептичні та фізико-хімічні показники якості.

У такому випадку методи повинні забезпечувати саме дослідження цих показників. Органолептичний метод буде необхідним для оцінювання зовнішнього вигляду, кольору, смаку, запаху та консистенції. Вимірювальні або лабораторні методи можуть бути використані для визначення конкретних фізико-хімічних показників. Порівняння та статистичне опрацювання потрібні для зіставлення результатів між зразками.

Інший приклад — курсова робота «Формування асортименту товарів для тварин». Якщо об'єктом є асортимент конкретного магазину, предметом можуть бути його широта, глибина, повнота, структура, оновлюваність і гармонійність. Тут переважатимуть методи аналізу асортименту, класифікації, групування, порівняння та статистичного опрацювання.

Для роботи з теми «Ідентифікація та фальсифікація майонезів» набір методів буде іншим. Необхідними можуть бути аналіз нормативних вимог, органолептична оцінка, аналіз маркування, порівняння фактичних характеристик із нормативними або заявленими, а за можливості — спеціальні методи ідентифікації.

Отже, один і той самий метод не має однакової цінності для всіх досліджень. Його доцільність визначається тим, яку інформацію необхідно отримати.

Під час вибору методів важливо враховувати кілька критеріїв.

Першим є *відповідність меті та завданням роботи*. Метод повинен забезпечувати отримання інформації, необхідної для виконання конкретного завдання.

Другим є *відповідність об'єкту та предмету дослідження*. Метод має бути придатним для вивчення саме тих властивостей або характеристик, які визначені предметом.

Третім є *інформативність* методу. Доцільно обирати такі методи, які дають змогу отримати достатню для дослідження інформацію.

Четвертим є *об'єктивність* результатів. Якщо певний показник можна достовірно визначити вимірювальним методом, суб'єктивна оцінка не завжди буде достатньою.

П'ятим є *відтворюваність* результатів, тобто можливість отримати порівнювані результати за повторного проведення дослідження за аналогічних умов.

Важливим критерієм є також *доступність*. У студентській курсовій роботі метод має бути не лише теоретично придатним, а й реально здійсненим з урахуванням доступного обладнання, зразків товарів, часу та інформаційної бази.

Наприклад, недоцільно включати до курсової роботи складний лабораторний метод лише для того, щоб розширити перелік методів, якщо відповідне дослідження фактично не проводилося. У такому випадку метод може бути охарактеризований теоретично, але не повинен подаватися як використаний під час власного дослідження.

5.3. Обґрунтування доцільності застосування методів у курсовій роботі

У курсовій роботі недостатньо просто зазначити перелік використаних методів. Необхідно показати, для чого кожен метод застосований і який результат він забезпечує.

Формальне зазначення у вступі: «у роботі використано методи аналізу, порівняння, узагальнення та статистичний метод» — не розкриває їхнього реального значення.

Більш обґрунтованим є пояснення функції кожного методу. Наприклад: аналіз і систематизацію використано для опрацювання наукових та нормативних джерел; порівняння — для зіставлення асортиментних і якісних характеристик досліджуваних товарів; органолептичний метод — для оцінювання відповідних споживчих властивостей; комплексний метод — для отримання узагальненої оцінки якості; статистичні методи — для кількісного опрацювання отриманих результатів.

Таким чином, методи повинні бути пов'язані не лише з темою, а й із конкретними завданнями курсової роботи.

Завдання дослідження	Доцільний метод	Результат
Проаналізувати асортимент товарів	Аналіз, класифікація, групування	Структура та характеристика асортименту
Оцінити органолептичні властивості	Органолептичний метод	Оцінка окремих властивостей товару
Порівняти зразки	Порівняння	Виявлення відмінностей між зразками
Оцінити якість за сукупністю показників	Комплексний або кваліметричний метод	Узагальнена оцінка якості
Дослідити думку споживачів	Анкетування, опитування	Структура споживчих оцінок
Опрацювати результати	Статистичні методи	Кількісне узагальнення результатів

Такий зв'язок можна розглядати як методичний каркас практичної частини курсової роботи.

Особливо важливо не змішувати поняття «метод згаданий» і «метод застосований». Якщо в роботі зазначено експертний метод, повинна бути зрозумілою процедура експертного оцінювання: хто або яка група експертів здійснювала оцінювання, що саме оцінювалося, за якою шкалою або критеріями та як отриманий результат використано в дослідженні.

Аналогічно, якщо заявлено соціологічний метод, має бути визначено, що саме досліджувалося, яким способом отримано відповіді, скільки респондентів охоплено дослідженням та як результати опрацьовано.

Для комплексного оцінювання необхідно показати систему показників, принцип їх об'єднання та спосіб отримання узагальненого результату. Саме тому вибір методу пов'язаний із подальшою структурою всієї практичної частини.

Обґрунтування методів також повинно враховувати масштаб курсової роботи. Студентське дослідження не має відтворювати повномасштабне лабораторне або маркетингове дослідження промислового підприємства. Методи добираються відповідно до поставленої мети, реальних можливостей проведення дослідження та вимог до курсової роботи.

Водночас обмеженість ресурсів не означає відмову від наукового підходу. Якщо лабораторне визначення певного показника неможливе, може бути проведений аналіз маркування, нормативних вимог, даних виробника, органолептичне оцінювання або порівняльний аналіз — за умови, що саме такі методи відповідають поставленому завданню.

Важливо також розмежовувати методи дослідження власне товару та методи опрацювання інформації. Наприклад, аналіз літератури, порівняння та узагальнення можуть застосовуватися протягом усієї роботи, тоді як органолептичне оцінювання, вимірювання або експертна оцінка — безпосередньо під час дослідження конкретних зразків.

У результаті система методів курсової роботи повинна утворювати не випадковий перелік, а логічно пов'язану сукупність. Один метод забезпечує отримання первинної інформації, інший дає змогу її порівняти, третій — кількісно опрацювати, а комплекс методів — сформулювати обґрунтований результат.

Література:

1. Кваліметрія : опорний конспект лекцій [Електронний ресурс] /Укладачі : Д. М. Одарченко, Є. Б. Соколова – Електрон. дані. – Х. : ХДУХТ, 2020

ТЕМА 6

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У НАУКОВО-ДОСЛІДНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТА ОБМЕЖЕННЯ В КУРСОВІЙ РОБОТІ З ТОВАРОЗНАВСТВА

6.1. Основні напрями використання інструментів штучного інтелекту у навчально-науковій роботі.

6.2. Межі допустимого використання ШІ при виконанні курсової роботи.

6.3. Ризики порушення академічної доброчесності під час застосування ШІ.

Сучасний етап розвитку науки і освіти характеризується активним впровадженням цифрових технологій, серед яких особливе місце займають системи штучного інтелекту. Вони суттєво трансформують підходи до пошуку, обробки та аналізу інформації, відкриваючи нові можливості для студентської науково-дослідної діяльності. Для здобувачів освіти за спеціальністю «Товарознавство та експертиза в митній справі» використання таких інструментів є особливо актуальним, оскільки їх професійна діяльність безпосередньо пов'язана з аналізом великих обсягів інформації, оцінкою якості товарів та прийняттям експертних рішень.

Разом із тим, застосування штучного інтелекту в освітньому процесі потребує чіткого розуміння меж його використання, а також усвідомлення ризиків, пов'язаних із порушенням принципів академічної доброчесності. У межах цієї лекції розглянемо основні напрями використання інструментів штучного інтелекту у науковій роботі, окреслимо допустимі межі їх застосування та проаналізуємо потенційні ризики.

6. 1. Основні напрями використання інструментів штучного інтелекту у навчально-науковій роботі

Інструменти штучного інтелекту дедалі ширше інтегруються у процес підготовки курсових робіт, виконуючи допоміжну, аналітичну та організаційну функції. Їх використання сприяє оптимізації часу, підвищенню ефективності обробки інформації та розширенню можливостей дослідження.

Передусім, штучний інтелект активно застосовується на етапі пошуку та систематизації інформації. Сучасні інтелектуальні системи здатні швидко аналізувати великі масиви наукових джерел, виокремлювати релевантні матеріали та узагальнювати ключові ідеї. Це особливо важливо для товарознавчих досліджень, де необхідно враховувати широкий спектр джерел — від нормативних документів до результатів експертних досліджень.

Другим важливим напрямом є допомога у структуризації наукового тексту. Штучний інтелект може пропонувати логічну побудову роботи, формулювати

заголовки розділів, допомагати у редагуванні тексту, покращенні його стилістики та усуненні мовних помилок. У контексті підготовки курсової роботи це сприяє формуванню академічного стилю викладу та підвищенню загальної якості тексту.

Окрему увагу слід приділити використанню штучного інтелекту для аналітичної обробки даних. У товарознавстві це може включати аналіз асортименту, порівняння характеристик товарів, виявлення тенденцій ринку або оцінювання якості продукції за певними показниками. Такі інструменти дозволяють більш глибоко дослідити об'єкт і отримати обґрунтовані результати.

Водночас штучний інтелект може використовуватися як інструмент підтримки навчального процесу. Він допомагає студентам краще зрозуміти складні теоретичні концепції, отримати пояснення до окремих аспектів дослідження та сформулювати цілісне уявлення про тему роботи. Це особливо актуально на початкових етапах підготовки курсової роботи, коли формується загальне бачення дослідження.

Таким чином, штучний інтелект виступає як універсальний допоміжний інструмент, який розширює можливості студента у здійсненні наукового дослідження, однак не замінює його самостійну роботу.

6.2. Межі допустимого використання штучного інтелекту при виконанні курсової роботи

Попри значні переваги, використання штучного інтелекту в навчально-науковій діяльності має чітко визначені межі. Основним принципом є те, що результати курсової роботи повинні бути продуктом самостійної діяльності студента.

Допустимим є використання штучного інтелекту як допоміжного інструменту. Це означає, що студент може застосовувати його для пошуку інформації, уточнення понять, редагування тексту або формування загальної структури роботи. У таких випадках штучний інтелект виконує функцію інтелектуального асистента, який сприяє організації дослідження.

Водночас недопустимим є використання штучного інтелекту для повної генерації тексту курсової роботи з подальшим представленням його як власного. Така практика суперечить принципам академічної доброчесності, оскільки фактично означає привласнення чужого інтелектуального продукту.

Особливої уваги потребує використання штучного інтелекту у практичній частині роботи. У товарознавчих дослідженнях, пов'язаних з експертизою товарів, студент повинен самостійно виконувати розрахунки, проводити аналіз результатів і формулювати висновки. Використання автоматично згенерованих

даних або висновків без їх перевірки є неприпустимим, оскільки це може призвести до помилкових результатів.

Важливо також враховувати, що штучний інтелект не завжди забезпечує достовірність інформації. Тому будь-які дані, отримані за його допомогою, повинні бути перевірені за допомогою наукових джерел або нормативних документів. Це особливо актуально для спеціальності, пов'язаної з митною діяльністю, де точність інформації має принципове значення.

Отже, межі використання штучного інтелекту визначаються необхідністю збереження самостійності дослідження, достовірності результатів і відповідності академічним стандартам.

6.3. Ризики порушення академічної доброчесності під час застосування штучного інтелекту

Застосування штучного інтелекту у навчальній діяльності пов'язане з низкою ризиків, які можуть призвести до порушення академічної доброчесності. Найбільш поширеним серед них є ризик плагіату, що виникає у випадку використання згенерованого тексту без належного осмислення і авторської переробки.

Однією з ключових проблем є те, що текст, створений штучним інтелектом, може виглядати оригінальним, але при цьому не відображати індивідуального внеску студента. У такому випадку порушується принцип самостійності виконання роботи, який є базовим для будь-якого виду навчально-наукової діяльності.

Іншим важливим ризиком є використання недостовірної або неперевіреної інформації. Штучний інтелект може генерувати дані, які не мають підтвердження у наукових джерелах або містять помилки. У сфері товарознавства це може призвести до неправильних висновків щодо якості товарів, їх класифікації або відповідності стандартам.

Також існує ризик формування поверхневого підходу до навчання. Надмірна залежність від штучного інтелекту може знижувати рівень критичного мислення, аналітичних навичок і здатності до самостійного дослідження. У результаті студент може втратити важливі професійні компетентності, необхідні для майбутньої діяльності.

Крім того, використання штучного інтелекту без належного розуміння принципів його роботи може призвести до некоректного застосування результатів. Це особливо небезпечно у випадках, коли результати дослідження мають практичне значення, наприклад, при проведенні товарознавчої експертизи або оцінюванні якості продукції.

Уникнення зазначених ризиків можливе лише за умови дотримання принципів академічної доброчесності, відповідального ставлення до

використання цифрових інструментів і усвідомлення власної відповідальності за результати дослідження.

Штучний інтелект є потужним інструментом, який відкриває нові можливості для здійснення науково-дослідної діяльності студентів. Його використання у процесі підготовки курсових робіт з товарознавства дозволяє підвищити ефективність роботи, покращити якість аналізу та оптимізувати процес обробки інформації.

Водночас ефективність застосування штучного інтелекту безпосередньо залежить від усвідомлення меж його використання. Він повинен залишатися допоміжним засобом, а не заміною самостійної наукової діяльності студента. Дотримання принципів академічної доброчесності, критичне ставлення до отриманої інформації та відповідальність за результати дослідження є ключовими умовами його коректного використання.

Таким чином, інтеграція штучного інтелекту у навчально-наукову діяльність повинна здійснюватися на засадах балансу між технологічними можливостями та академічними цінностями, що забезпечує формування висококваліфікованого фахівця у сфері товарознавства та митної експертизи.

Література:

1.Малицька, І.Д., Пінчук, О.П. (2024) Відповідальне та етичне використання штучного інтелекту в дослідницькій і публікаційній діяльності Інформаційні технології і засоби навчання, 2 (100). стор. 180-198

ТЕМА 7

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ У ТОВАРОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ЕТИЧНІ ЗАСАДИ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

7.1. Принципи академічної доброчесності та їх реалізація у курсовій роботі.

7.2. Плагіат, самоплагіат та інші порушення: сутність і наслідки.

7.3. Коректне цитування та оформлення посилань у науковому тексті.

Академічна доброчесність є фундаментальною складовою сучасної вищої освіти та наукової діяльності. Вона визначає стандарти поведінки учасників освітнього процесу та забезпечує довіру до результатів наукових досліджень. Для студентів спеціальності «Товарознавство та експертиза в митній справі» дотримання принципів академічної доброчесності має особливе значення, оскільки їхня майбутня професійна діяльність пов'язана з прийняттям відповідальних експертних рішень, що повинні ґрунтуватися на об'єктивності, точності та чесності.

У процесі виконання курсових робіт питання академічної доброчесності виходять за межі формальних вимог і стають важливою складовою формування професійної етики. У цій лекції розглянемо основні принципи академічної доброчесності, типові порушення та правила коректного цитування у науковому тексті.

7.1. Принципи академічної доброчесності та їх реалізація у курсовій роботі

Академічна доброчесність базується на системі принципів, які визначають етичні та методологічні стандарти наукової діяльності. Серед них ключове місце займають чесність, самостійність, відповідальність, об'єктивність і повага до інтелектуальної власності.

Чесність передбачає відмову від будь-яких форм обману, включаючи використання чужих ідей без належного посилання або представлення результатів, отриманих іншими особами, як власних. У контексті курсової роботи це означає, що студент повинен самостійно виконувати дослідження, формулювати висновки та не допускати спотворення інформації.

Принцип самостійності є одним із ключових у навчально-науковій діяльності. Він передбачає, що студент особисто здійснює пошук, аналіз та інтерпретацію інформації. Навіть за умови використання сучасних цифрових

інструментів, зокрема систем штучного інтелекту, остаточні результати роботи повинні бути результатом інтелектуальної діяльності самого студента.

Відповідальність полягає у готовності нести наслідки за результати своєї роботи. Це означає, що студент повинен перевіряти достовірність використаних даних, коректність розрахунків і обґрунтованість висновків. У товарознавчих дослідженнях це особливо важливо, оскільки результати можуть мати практичне значення для оцінювання якості товарів або прийняття управлінських рішень.

Об'єктивність передбачає неупереджений підхід до дослідження, який виключає свідоме викривлення результатів або їх підлаштування під очікуваний результат. У процесі товарознавчої експертизи це означає необхідність дотримання встановлених методик і стандартів.

Повага до інтелектуальної власності означає визнання авторства інших дослідників і коректне використання їхніх напрацювань. У курсовій роботі це реалізується через правильне цитування джерел і оформлення посилань.

Реалізація цих принципів у курсовій роботі забезпечує її наукову цінність, підвищує рівень довіри до результатів і сприяє формуванню професійної етики майбутнього фахівця.

7.2. Плагіат, самоплагіат та інші порушення: сутність і наслідки

Порушення академічної доброчесності можуть набувати різних форм, серед яких найбільш поширеними є плагіат, самоплагіат, фабрикація та фальсифікація даних.

Плагіат — це привласнення чужих ідей, текстів або результатів дослідження без належного зазначення авторства. Він може бути як прямим, коли текст копіюється без змін, так і прихованим, коли здійснюється незначне редагування або перефразування без посилання на джерело. У будь-якому випадку плагіат є серйозним порушенням, яке підриває довіру до наукової роботи.

Самоплагіат полягає у повторному використанні власних раніше опублікованих або поданих робіт без належного зазначення цього факту. У навчальному процесі це може проявлятися у поданні однієї і тієї ж роботи для різних дисциплін або повторному використанні значних фрагментів попередніх досліджень без їх належного оформлення.

Фабрикація даних означає вигадкування результатів дослідження, які фактично не були отримані. Фальсифікація передбачає свідоме спотворення даних з метою досягнення бажаного результату. У товарознавчих дослідженнях такі порушення є особливо небезпечними, оскільки можуть призвести до неправильних висновків щодо якості товарів або їх безпечності.

Іншими формами порушень є списування, використання сторонньої допомоги без дозволу, а також некоректне використання цифрових інструментів, зокрема штучного інтелекту, коли згенерований текст видається за власний.

Наслідки порушення академічної доброчесності можуть бути як навчальними, так і професійними. На рівні освітнього процесу це може призвести до зниження оцінки, анулювання результатів роботи або навіть відрахування з навчального закладу. У ширшому контексті такі порушення негативно впливають на репутацію фахівця і можуть обмежити його професійні можливості.

Таким чином, дотримання академічної доброчесності є не лише вимогою освітнього процесу, але й важливою умовою формування професійної відповідальності.

7.3. Коректне цитування та оформлення посилань у науковому тексті

Коректне цитування є одним із ключових інструментів забезпечення академічної доброчесності. Воно дозволяє відмежувати власні ідеї автора від запозичених і забезпечує прозорість наукового дослідження.

Цитування передбачає використання фрагментів тексту інших авторів із обов'язковим зазначенням джерела. При цьому важливо не лише правильно оформити посилання, але й зберегти точність переданого змісту. У науковому тексті розрізняють пряме та непряме цитування. Пряме цитування передбачає дослівне відтворення тексту з обов'язковим використанням лапок, тоді як непряме полягає у переказі змісту своїми словами.

У товарознавчих дослідженнях особливу роль відіграє посилання на нормативні документи, стандарти, технічні регламенти та результати експертних досліджень. Це забезпечує обґрунтованість висновків і підвищує їх практичну значущість.

Оформлення посилань повинно відповідати встановленим вимогам, які визначаються стандартами або методичними рекомендаціями закладу освіти. Важливо дотримуватися єдиного стилю оформлення протягом усієї роботи, що забезпечує її структурну цілісність і зручність для сприйняття.

Окрім технічного аспекту, цитування має і методологічне значення. Воно демонструє рівень опрацювання літератури, дозволяє показати різні підходи до вирішення проблеми та обґрунтувати власну позицію автора.

Неправильне або відсутнє цитування призводить до порушення академічної доброчесності, навіть якщо це було зроблено ненавмисно. Тому студент повинен уважно ставитися до використання джерел і ретельно перевіряти оформлення посилань.

Академічна доброчесність є невід’ємною складовою якісного товарознавчого дослідження та важливим елементом професійної підготовки майбутніх фахівців у сфері митної експертизи. Вона забезпечує достовірність результатів, формує довіру до наукової діяльності та сприяє розвитку відповідального ставлення до професії.

Дотримання принципів академічної доброчесності, усвідомлення сутності можливих порушень і володіння навичками коректного цитування є необхідними умовами успішного виконання курсової роботи. Це дозволяє не лише уникнути негативних наслідків, але й сформувати високий рівень наукової культури, що є запорукою професійного успіху у сфері товарознавства та митної діяльності.

Література:

1. Рускуліс Л. Академічна доброчесність : навч-метод. посіб. Миколаїв: Іліон, 2022. 86 с.

ТЕМА 8

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ТОВАРІВ У МЕЖАХ КУРСОВОЇ РОБОТИ: ХАРАКТЕРИСТИКА, УМОВИ ЗАСТОСУВАННЯ, ДОСТОВІРНІСТЬ РЕЗУЛЬТАТІВ

8.1. Сутність і класифікація методів оцінювання якості товарів.

8.2. Умови застосування органолептичних, інструментальних та експертних методів.

8.3. Забезпечення достовірності та відтворюваності результатів оцінювання якості.

8.1. Сутність і класифікація методів оцінювання якості товарів

Оцінювання якості є одним із центральних етапів товарознавчого дослідження, оскільки саме на цьому етапі характеристика властивостей товару переходить у визначення їх відповідності встановленим або обґрунтованим критеріям. У курсовій роботі недостатньо лише описати зовнішній вигляд товару, його склад, споживні властивості чи вимоги нормативних документів. Необхідно визначити, які саме показники характеризують якість об'єкта дослідження, яким способом їх можна оцінити та за якими критеріями здійснюватиметься інтерпретація отриманих результатів.

Поняття «якість товару» охоплює сукупність властивостей продукції, які визначають її здатність задовольняти певні потреби відповідно до призначення та встановлених вимог. Залежно від виду товару такими властивостями можуть бути функціональність, безпечність, надійність, довговічність, естетичність, ергономічність, харчова або біологічна цінність, зручність використання, ремонтпридатність, екологічність та інші характеристики.

Оцінювання якості передбачає не просто опис цих властивостей, а їх цілеспрямоване дослідження. Загальна логіка може бути представлена так:

товар → показники якості → метод визначення → фактичне значення показника → критерій оцінювання → оцінка → висновок.

Наприклад, під час товарознавчого оцінювання вафель недостатньо зазначити, що вони мають приємний запах, хрустку консистенцію та характерний смак. Необхідно визначити, які органолептичні показники підлягають оцінюванню, за якими ознаками їх характеризують і як отримані результати співвідносяться з нормативними або іншими обґрунтованими вимогами. Аналогічно під час дослідження майонезу опис складу та маркування не замінює оцінювання його відповідності встановленим вимогам.

Метод оцінювання якості — це визначений спосіб отримання та інтерпретації інформації про властивості товару з метою формування обґрунтованого судження про його якість. Вибір методу залежить від природи показника, виду товару, мети дослідження, доступності необхідного обладнання, можливості отримання достовірних даних та характеру критеріїв, з якими порівнюються результати.

У товарознавчих дослідженнях застосовується сукупність методів, які можна класифікувати за різними ознаками. За способом отримання інформації найбільш поширеними є органолептичні, інструментальні, експертні та соціологічні методи. У практичному дослідженні вони можуть використовуватися окремо або поєднуватися.

Органолептичні методи ґрунтуються на оцінюванні властивостей товару за допомогою органів чуття. Вони широко застосовуються для визначення зовнішнього вигляду, кольору, запаху, смаку, консистенції, структури, характеру поверхні та інших властивостей, які можуть бути безпосередньо сприйняті людиною.

Інструментальні методи передбачають використання приладів, обладнання або спеціальних засобів вимірювання. Вони дають змогу отримати кількісні значення фізичних, фізико-хімічних, механічних, оптичних та інших показників. Наприклад, для різних товарів можуть визначатися маса, вологість, кислотність, міцність, температура, розміри, густина, показники кольору та інші параметри.

Експертні методи передбачають отримання оцінок від фахівців, які володіють необхідними знаннями та досвідом. Їх застосування є доцільним у випадках, коли властивість складно безпосередньо виміряти або коли необхідно узагальнити професійні судження щодо окремих характеристик товару.

Соціологічні методи пов'язані з отриманням інформації від споживачів. Вони можуть використовуватися для оцінювання споживчого сприйняття товару, його привабливості, зручності використання, очікуваних властивостей, задоволеності покупців тощо. Для курсової роботи такі методи особливо доречні, якщо тема передбачає вивчення споживчих переваг або ставлення покупців до певних властивостей товару.

Окрему групу становлять методи, що характеризують *спосіб узагальнення результатів оцінювання*. У товарознавстві можуть застосовуватися диференційований, комплексний та інтегральний підходи.

Диференційоване оцінювання передбачає розгляд окремих показників якості. У такому випадку кожен показник аналізується самостійно та порівнюється з відповідною вимогою, нормативом, еталонним значенням або іншим критерієм.

Наприклад, під час оцінювання харчового продукту окремо можуть аналізуватися зовнішній вигляд, смак, запах, консистенція, масова частка вологи, кислотність та інші показники. Такий підхід дає змогу визначити конкретні характеристики, за якими товар відповідає або не відповідає встановленим вимогам.

Комплексний підхід передбачає узагальнення інформації про декілька показників якості в одному узагальненому результаті. Такий підхід є корисним, коли завдання курсової роботи полягає не лише у порівнянні окремих характеристик, а й у формуванні загальної оцінки якості досліджуваних зразків.

Методика розрахунку комплексного показника якості, вибір коефіцієнтів вагомості, нормування показників та інтерпретація отриманого узагальненого показника є окремим питанням і розглядатимуться в наступній темі.

Інтегральний підхід застосовується для узагальненої характеристики якості з урахуванням сукупного корисного ефекту товару та витрат, пов'язаних із його використанням. Його застосування має бути обґрунтованим специфікою конкретної курсової роботи, оскільки для звичайного порівняльного товарознавчого дослідження він не завжди є необхідним.

Таким чином, у курсовій роботі метод оцінювання не вибирається формально. Його необхідність повинна впливати з поставленої мети та завдань дослідження.

8.2. Умови застосування органолептичних, інструментальних та експертних методів

Вибір методу оцінювання якості залежить передусім від того, яку властивість необхідно дослідити. Не кожен показник можна достовірно визначити за допомогою одного універсального методу. Наприклад, зовнішній вигляд товару доцільно оцінювати органолептично, тоді як масу, вологість або міцність — відповідними інструментальними методами.

Органолептичне оцінювання

Органолептичні методи мають важливе значення у товарознавстві, оскільки значна частина споживних властивостей товару сприймається безпосередньо органами чуття.

До основних органолептичних показників належать:

- зовнішній вигляд;
- форма;
- колір;
- запах;
- смак;
- консистенція;
- структура;

- стан поверхні;
- характерні особливості товару.

Набір показників залежить від конкретного виду продукції.

Наприклад, для вафель важливими можуть бути правильність форми, стан поверхні, колір, рівномірність випікання, запах, смак, хрусткість та консистенція. Для косметичної продукції можуть оцінюватися однорідність, колір, запах, консистенція, характер нанесення. Для текстильних товарів значення мають колір, фактура, стан поверхні, рівномірність структури, зовнішній вигляд.

Проте органолептичне оцінювання не повинно зводитися до довільного опису. Якщо в курсовій роботі зазначено, що застосовано органолептичний метод, необхідно визначити, що саме оцінюється, за якими ознаками та за якими критеріями.

Особливе значення мають умови проведення оцінювання. На результат можуть впливати освітлення, температура, сторонні запахи, порядок представлення зразків, зовнішній вигляд упаковки, втома експерта або дослідника та інші фактори.

Наприклад, колір харчового продукту може сприйматися по-різному залежно від освітлення. Запах може оцінюватися неправильно за наявності сторонніх ароматів у приміщенні. Консистенція продукту залежить від температури. Тому для отримання порівнюваних результатів бажано забезпечити однакові умови оцінювання всіх досліджуваних зразків.

Якщо застосовується бальна шкала, її необхідно попередньо визначити. Наприклад, п'ятибальна шкала сама по собі ще не є методикою оцінювання. Необхідно встановити, що означає кожен бал і які характеристики відповідають певному рівню оцінки.

Інструментальне оцінювання

Інструментальні методи дають змогу отримувати кількісні значення показників, які складно або неможливо визначити лише органолептично.

Їх використання особливо важливе для показників, що мають встановлені числові нормативи. У різних товарознавчих дослідженнях такими показниками можуть бути маса, вологість, кислотність, міцність, товщина, розміри, температура, густина та інші характеристики.

Основною перевагою інструментальних методів є можливість отримання кількісного результату. Проте наявність числового значення ще не означає автоматичної достовірності дослідження.

На результат можуть впливати справність обладнання, його метрологічні характеристики, правильність налаштування, умови проведення вимірювання, спосіб відбору зразків та дотримання встановленої процедури.

Тому в курсовій роботі доцільно не просто зазначити назву приладу, а пов'язати інструментальний метод із конкретним показником та процедурою його визначення.

Наприклад, якщо визначається масова частка вологи, необхідно вказати, яким методом вона визначається, у яких одиницях подається результат і з якою вимогою або критерієм він порівнюється.

Якщо необхідного обладнання немає, неприпустимо створювати вигадані результати вимірювань. У такій ситуації доцільно обмежитися аналізом наявних достовірних даних або провести доступну частину дослідження іншими методами.

Експертне оцінювання

Експертний метод використовується тоді, коли оцінювання властивості потребує професійного судження або коли її складно безпосередньо виміряти.

Експертне оцінювання може застосовуватися, наприклад, для визначення рівня естетичності, зручності, привабливості дизайну, ступеня відповідності певним характеристикам, а також для формування узагальненої оцінки за групою властивостей.

При цьому експертне оцінювання не означає довільного висловлення думки. Для його використання необхідно визначити критерії, за якими здійснюється оцінка, шкалу або іншу форму вираження результату, а також порядок узагальнення експертних оцінок.

Якщо в курсовій роботі застосовується група експертів, доцільно охарактеризувати її склад, кількість учасників, професійну компетентність та принцип формування підсумкового результату.

Поєднання методів

У багатьох товарознавчих дослідженнях найбільш доцільним є поєднання декількох методів.

Наприклад, під час оцінювання вафель можна поєднати органолептичну оцінку зовнішнього вигляду, кольору, запаху, смаку та консистенції з аналізом інформації на маркуванні та окремих кількісних показників, якщо вони доступні.

Під час дослідження майонезу можна поєднати аналіз маркування та нормативних вимог з органолептичним оцінюванням і аналізом зазначених виробником фізико-хімічних показників.

Під час оцінювання асортименту товарів для тварин можуть поєднуватися аналіз асортиментних показників, порівняння характеристик товарів, експертна оцінка окремих властивостей та соціологічне дослідження споживчих переваг.

Отже, поєднання методів повинно формувати єдину систему дослідження, а не механічний перелік усіх доступних способів оцінювання.

8.3. Забезпечення достовірності та відтворюваності результатів оцінювання якості

Достовірність результатів є принциповою вимогою до товарознавчого дослідження. Навіть правильно вибраний метод не забезпечує достовірності, якщо неправильно сформовано вибірку, не визначено критерії, порушено умови дослідження або результати інтерпретовано без достатніх підстав.

Достовірність оцінювання якості формується сукупністю чинників: правильністю вибору об'єкта, показників, методів, критеріїв, умов дослідження та способів опрацювання отриманих даних.

Першим важливим елементом є *правильний вибір зразків*. Якщо в курсовій роботі досліджуються конкретні товари, необхідно чітко зазначити, які саме зразки були обрані для аналізу. Бажано наводити їх назву, виробника, торговельну марку, масу або об'єм, склад, дату виробництва чи інші характеристики, які дають змогу їх ідентифікувати.

Кількість досліджуваних зразків повинна відповідати меті роботи. Якщо проаналізовано лише два або три товари, висновки мають стосуватися саме досліджених зразків, а не всього ринку відповідної продукції.

Наприклад, порівняння двох марок майонезу дає можливість зробити висновки щодо цих двох зразків. Воно саме по собі не є достатньою підставою для твердження про якість усіх майонезів, представлених на ринку.

Другим чинником є *відповідність методу характеру показника*. Органолептичні характеристики не можна замінювати довільними числовими оцінками без визначеної шкали. Фізико-хімічні показники, для яких потрібні вимірювання, не повинні визначатися лише на підставі візуального спостереження.

Третій чинник — *однаковість умов дослідження*. Порівнювані зразки повинні оцінюватися за максимально однакових умов. Особливо це важливо під час органолептичного оцінювання.

Четвертим чинником є *чіткість критеріїв оцінювання*. Сам факт отримання результату не відповідає на питання про якість товару. Результат необхідно порівняти з певним критерієм.

Такими критеріями можуть бути:

- вимоги нормативних документів;
- положення технічних регламентів;
- вимоги стандартів;
- значення, наведені в технічній документації;
- інформація виробника;
- характеристики еталонного або базового зразка;
- встановлена шкала оцінювання;

- показники товарів-аналогів;
- інші обґрунтовані критерії.

Наприклад, числове значення показника без зазначення нормативної або іншої бази порівняння є лише результатом вимірювання. Для товарознавчої оцінки необхідно визначити, що означає це значення з погляду якості досліджуваного товару.

Важливим поняттям є *відтворюваність результатів*. Вона означає можливість отримання близьких результатів за повторного проведення дослідження за аналогічних умов та з використанням того самого обґрунтованого підходу.

Під час органолептичного оцінювання відтворюваність забезпечується чіткими критеріями, однаковими умовами та стандартизованою шкалою. Під час інструментального вимірювання — дотриманням методики, належним станом обладнання та однаковими умовами проведення вимірювань.

Якщо результати мають числову форму та передбачають кілька вимірювань, доцільним може бути їх статистичне опрацювання. Найпростішим показником є середнє арифметичне значення:

$$\bar{x} = (x_1 + x_2 + \dots + x_n) / n.$$

За необхідності можуть визначатися також показники варіації, наприклад стандартне відхилення або коефіцієнт варіації. Однак статистичне опрацювання повинно відповідати реальному обсягу дослідження. Невелика кількість вимірювань не дає підстав для надмірно широких узагальнень.

Окремої уваги потребує *відповідність висновку фактичним результатам*. Якщо певний показник відповідає нормативній вимозі, це не означає автоматично, що весь товар є бездоганим за всіма характеристиками. Так само невідповідність одному показнику не повинна безпідставно переноситися на всі властивості товару.

Тому висновки в курсовій роботі повинні відповідати рівню проведеного дослідження.

Наприклад:

результат дослідження: зразок має рівномірний колір, характерний запах і приємний смак;

оцінка: за визначеними органолептичними критеріями зразок відповідає встановленим вимогам;

висновок: за дослідженими органолептичними показниками зразок має належний рівень якості.

Така послідовність є коректнішою, ніж твердження про загальну якість товару лише на підставі декількох ознак.

Типові помилки під час оцінювання якості товарів у курсовій роботі

Під час виконання курсової роботи найбільш поширеною проблемою є змішування понять характеристика, вимірювання та оцінювання.

Характеристика відповідає на питання, яким є товар або його властивість.

Вимірювання відповідає на питання, яке фактичне значення має певний показник.

Оцінювання відповідає на питання, як отриманий результат співвідноситься з установленим критерієм.

Наприклад, твердження «вафлі мають золотистий колір» є характеристикою. Значення «масова частка вологи становить 5 %» є результатом вимірювання. Висновок «значення показника відповідає встановленій вимозі» є результатом оцінювання.

До типових помилок належать також використання методу без пояснення його необхідності, відсутність критеріїв оцінювання, довільне виставлення балів, змішування різних шкал, використання вигаданих результатів вимірювань, надмірне узагальнення результатів та невідповідність висновків фактичним даним.

Окремою помилкою є формальне зазначення в методичній частині великої кількості методів, які фактично не використовувалися. Якщо в роботі зазначено органолептичний, експертний, соціологічний, інструментальний, статистичний та інші методи, у змісті дослідження повинні бути відповідні результати їх застосування.

Необхідно також уникати ситуації, коли комплексна або узагальнена оцінка використовується лише для того, щоб отримати одне підсумкове число. Якщо таке число не має зрозумілого методичного обґрунтування, воно не підвищує наукової цінності курсової роботи.

Література:

1. Верхівкер Я.Г., Гарбажий К.С., Луцькова В.А. Товарознавство споживчих товарів. Пакування. Митне оформлення : навчальний посібник. К. : Олді+, 2022. 372 с.
2. Мережко Н. В., Мокроусова О. Р. Товарознавство. Т. 1. Непродовольчі товари : підруч.. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 760 с.
3. Горач О.О., Новікова Н.В. Товарознавство харчових продуктів: навч. посібник. Херсон: ХДАЕУ, 2023. 345 с.

ТЕМА 9

МЕТОДИКА РОЗРАХУНКУ КОМПЛЕКСНОГО ПОКАЗНИКА ЯКОСТІ ТОВАРІВ ТА ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ У ТОВАРОЗНАВЧОМУ АНАЛІЗІ

9.1. Теоретичні підходи до формування системи показників якості.

9.2. Етапи розрахунку комплексного показника якості товарів.

9.3. Інтерпретація результатів і використання комплексного показника у висновках роботи.

9.1. Теоретичні підходи до формування системи показників якості

У товарознавчому дослідженні якість товару розглядається не як одна окрема характеристика, а як сукупність властивостей, які визначають його споживну цінність, функціональну придатність, безпечність, надійність та відповідність установленим вимогам. Саме тому оцінювання якості зазвичай передбачає аналіз декількох показників.

Під час виконання курсової роботи це створює певну методичну проблему. Окремі показники можуть мати різні одиниці вимірювання, різний характер впливу на якість та різну значущість. Один показник може бути виражений у відсотках, інший — у грамах, третій — у балах, четвертий — у міліметрах. Частина показників має позитивний напрям зміни, коли збільшення значення свідчить про кращу властивість, тоді як для інших бажаним є зменшення значення. Крім того, не всі властивості однаково впливають на загальне сприйняття та якість товару.

Наприклад, для харчового продукту смак, запах, консистенція, харчова цінність і певні фізико-хімічні характеристики можуть мати різне значення в загальній оцінці. Для непродуктового товару співвідношення між функціональними, естетичними, ергономічними властивостями та надійністю буде іншим.

У зв'язку з цим виникає необхідність узагальнення результатів оцінювання окремих властивостей. Одним із підходів до такого узагальнення є використання комплексного показника якості.

Комплексний показник якості являє собою узагальнену характеристику рівня якості товару, сформовану на основі сукупності одиничних показників, які попередньо приведені до зіставної форми та враховані відповідно до їх значущості.

Принципова особливість комплексного показника полягає в тому, що він не замінює окремі показники якості, а об'єднує інформацію про них. Тому його

використання не усуває необхідності досліджувати конкретні властивості товару. Навпаки, достовірність комплексної оцінки безпосередньо залежить від того, наскільки правильно сформовано систему вихідних показників.

Логіка комплексного оцінювання може бути представлена як послідовний перехід: *властивості товару → одиничні показники → зіставлення з базовими значеннями → нормування → врахування вагомості → узагальнення → комплексний показник → товарознавська інтерпретація.*

Ця послідовність є принциповою для курсової роботи. Якщо хоча б один її елемент обраний необґрунтовано, кінцевий комплексний показник може не відображати реального співвідношення якості досліджуваних товарів.

Першою теоретичною проблемою є визначення того, які саме показники повинні бути включені до комплексної оцінки. Система показників якості повинна формуватися не шляхом механічного включення всіх доступних характеристик, а відповідно до мети та завдань дослідження.

Якщо курсова робота присвячена товарознавчому оцінюванню якості вафель, система показників повинна відображати ті властивості, які характеризують якість саме цього виду продукції. Це можуть бути органолептичні показники, окремі фізико-хімічні характеристики та інші показники, передбачені методикою конкретного дослідження.

Якщо об'єктом є майонез, система показників буде іншою, оскільки необхідно враховувати особливості емульсійного продукту, його органолептичні та фізико-хімічні властивості, склад, харчову цінність та інші характеристики відповідно до мети дослідження.

Для непродуктивних товарів система показників може включати функціональні, ергономічні, естетичні, надійнісні, безпекові та інші характеристики.

Отже, система показників є специфічною для конкретного товару та конкретної мети дослідження.

Це має важливе значення для курсової роботи. Неможливо використовувати одну й ту саму систему показників для оцінювання, наприклад, вафель, парфумерних товарів, полімерних іграшок та пакувальних матеріалів. Навіть якщо певні показники формально можуть бути присутні в різних системах, їх значення та роль у загальній оцінці можуть відрізнятися.

Система показників повинна бути достатньо повною для характеристики основних властивостей товару, але водночас не повинна бути перевантажена показниками, які не мають істотного значення для мети дослідження. Тому під час її формування необхідно забезпечити репрезентативність — здатність обраної сукупності показників адекватно відображати ті властивості товару, які є предметом оцінювання.

Наприклад, якщо досліджується якість харчового продукту, включення лише естетичних характеристик не забезпечить повноцінної оцінки. Якщо ж до системи включити десятки показників, які не мають відношення до мети роботи або дублюють один одного, комплексна оцінка також втратить зміст.

Особливої уваги потребує питання дублювання. Два показники можуть бути формально різними, але характеризувати близькі за змістом властивості. Якщо обидва вони включаються до комплексної оцінки без належного обґрунтування, одна властивість фактично може отримати надмірний вплив на кінцевий результат. Тому система показників повинна відповідати трьом основним вимогам: релевантність, достатність та відсутність необґрунтованого дублювання.

Ще одним важливим елементом є визначення бази, з якою порівнюються фактичні значення показників. Базове значення може являти собою нормативне, еталонне, оптимальне або інше обґрунтоване значення. Вибір бази визначає зміст подальшого розрахунку. Наприклад, якщо фактичне значення показника становить 0,9 від базового, необхідно розуміти, що саме означає ця величина. Для одних показників це може свідчити про зниження рівня якості, для інших — про позитивну зміну, а для показників з оптимальним значенням просте співвідношення взагалі може бути недостатнім. Тому база порівняння повинна бути не лише числовою, а й методично обґрунтованою.

У курсовій роботі джерелом базових значень можуть бути нормативні документи, стандарти, технічна документація, дані еталонного зразка, характеристики товару-аналога або інша достовірна інформація.

При формуванні комплексного показника необхідно враховувати характер залежності якості від значення конкретного показника. Для одних показників бажаним є збільшення значення. Такі показники характеризують властивості, для яких у межах досліджуваного діапазону більше значення відповідає вищому рівню якості. Для інших показників бажаним є зменшення. Наприклад, певні небажані домішки або показники, перевищення яких погіршує властивості товару, не можуть оцінюватися за принципом «чим більше, тим краще».

Існують також показники, для яких найкращим є не максимальне чи мінімальне, а оптимальне значення або певний діапазон. Тому перед математичним об'єднанням показників необхідно привести їх до єдиної логіки оцінювання. Саме цю функцію виконує нормування.

Нормування як умова зіставності показників. Нормування необхідне тому, що одиничні показники можуть мати різні одиниці вимірювання та різний масштаб. Не можна безпосередньо додавати, наприклад, масову частку вологи, масу продукту та оцінку смаку в балах. Для їх спільного використання

необхідно привести їх до зіставної форми. У найпростішому випадку показник може бути представлений як відношення фактичного значення до базового.

Коефіцієнт вагомості та його роль. Навіть після нормування показників залишається питання їх відносної значущості.

У реальному товарі різні властивості не мають абсолютно однакового значення. Наприклад, для одного виду продукції основне значення може мати функціональність, для іншого — безпечність, для третього — органолептичні характеристики. Для врахування цього застосовують коефіцієнти вагомості.

Коефіцієнт вагомості показує, яку відносну роль певний показник відіграє в загальній системі комплексного оцінювання. Наприклад, значення 0,30 означає, що відповідному показнику надано більшу відносну вагомість, ніж показнику з коефіцієнтом 0,10.

Проте сам по собі коефіцієнт вагомості не є властивістю товару. Він є характеристикою методики оцінювання. Це принципово важливо. Значення показника може змінюватися від одного зразка до іншого, тоді як коефіцієнти вагомості для порівнюваних зразків повинні залишатися однаковими, якщо застосовується одна методика. Визначення вагомості може ґрунтуватися на експертному оцінюванні, нормативних вимогах, аналізі споживної значущості, статистичних підходах або інших методичних засадах.

Найважливішою вимогою є обґрунтованість. Необґрунтоване присвоєння ваг може суттєво змінити кінцевий результат. Тому в курсовій роботі недостатньо просто подати набір коефіцієнтів — необхідно пояснити принцип їх визначення.

9.2. Етапи розрахунку комплексного показника якості товарів

Після формування теоретичної основи можна перейти до математичного узагальнення показників.

Найбільш наочною для курсової роботи є адитивна модель, у якій комплексний показник формується як сума нормованих одиничних показників з урахуванням їх вагомості. Ця модель зручна для навчального товарознавчого дослідження, оскільки дозволяє чітко простежити зв'язок між окремими властивостями та загальною оцінкою.

Однак формула є лише математичним завершенням методики. Її правильне використання передбачає виконання низки попередніх етапів.

На першому етапі визначаються показники, які будуть включені до оцінювання. Їх перелік повинен впливати з мети курсової роботи. Наприклад, якщо досліджується якість харчового продукту, система може охоплювати органолептичні та фізико-хімічні показники. Якщо оцінюється непродовольчий товар — функціональні, ергономічні, естетичні та інші характеристики.

Важливо, щоб усі показники мали фактичне інформаційне забезпечення. Якщо значення показника неможливо отримати шляхом реального дослідження або з достовірного джерела, включати його до розрахунку не слід.

Для кожного досліджуваного зразка визначаються фактичні значення показників. Це можуть бути результати власного дослідження, лабораторних вимірювань, органолептичного оцінювання, експертної оцінки або достовірні дані з нормативної чи технічної документації — залежно від методики конкретної роботи. На цьому етапі всі результати повинні мати чітке джерело походження.

Особливо важливо не змішувати фактичні результати власного дослідження з даними, наведеними виробником або в нормативній документації, без відповідного розмежування.

Наступним етапом є визначення бази порівняння. Для кожного показника необхідно встановити, з яким значенням буде порівнюватися фактичний результат. Якщо база визначена нормативним документом, у роботі необхідно зазначити відповідний документ. Якщо використовується еталонний або аналогічний товар, необхідно пояснити принцип його вибору. База повинна бути однаково застосована до всіх порівнюваних зразків.

Після визначення фактичних і базових значень здійснюється нормування.

Результатом є відносна оцінка (q_i), яка дає можливість порівнювати показники різної природи.

Після нормування визначаються коефіцієнти вагомості. Якщо всі показники визнані однаково значущими, можливе використання однакових коефіцієнтів. Якщо ж їх значущість різна, використовуються диференційовані ваги.

Для кожного дослідження вагомість повинна бути обґрунтована особливостями товару та завданнями оцінювання.

Перевірка математичної та методичної коректності. Після розрахунку необхідно оцінити не лише арифметичну правильність, а й методичну логіку. Перевіряється, чи правильно визначено напрям бажаності, чи коректно виконано нормування, чи відповідають ваги системі показників, чи не дублюються властивості та чи однаково застосована методика до всіх зразків.

Особливо важливо перевірити, чи не призводить прийнята модель до ситуації, коли високі значення одних показників повністю компенсують критично низьке значення іншого показника.

Це одна з принципових особливостей адитивного підходу: у ньому частково слабший результат за одним показником може компенсуватися кращими результатами за іншими. Для багатьох властивостей це є логічним, але

для критичних характеристик, насамперед пов'язаних із безпечністю або обов'язковими вимогами, така компенсація може бути неприйнятною.

Тому комплексний показник не повинен замінювати перевірку обов'язкових вимог.

9.3. Інтерпретація результатів і використання комплексного показника у висновках роботи

Розрахунок комплексного показника не є завершенням товарознавчого аналізу. Основне наукове значення має інтерпретація отриманого результату. Числове значення комплексного показника відповідає на питання про узагальнений рівень досліджених властивостей, але не пояснює автоматично причин такого результату. Тому після розрахунку необхідно повернутися до одиничних показників та встановити, які саме характеристики сформували отриману оцінку.

Наприклад, два товари можуть мати близькі комплексні показники, але отримати їх за рахунок різних властивостей. Один зразок може мати кращі органолептичні характеристики, але поступатися за певним фізико-хімічним показником. Інший може мати протилежне співвідношення. У такому випадку лише комплексне число не дає повної картини. Необхідно проаналізувати структуру результату.

Комплексний показник як інструмент порівняння. Однією з основних сфер використання комплексного показника в курсовій роботі є порівняння декількох товарів. Якщо для всіх зразків використано однакову систему показників, однакову базу, однакове нормування та однакові коефіцієнти вагомості, отримані комплексні показники можна зіставляти.

Наприклад, якщо три зразки отримали відповідно 0,94; 0,89 та 0,92, це означає, що за прийнятою системою оцінювання вони характеризуються різним узагальненим рівнем досліджуваних властивостей.

Однак формулювання висновку повинно бути точним.

Правильніше зазначити: «За прийнятою системою показників найвище значення комплексного показника отримав зразок А».

Натомість твердження: «Зразок А є найякіснішим товаром на ринку» може бути необґрунтованим, якщо досліджено лише декілька зразків і обмежену кількість показників.

Отже, комплексний показник характеризує результат конкретної моделі оцінювання, а не абсолютну якість товару в усіх можливих аспектах.

Комплексний показник має значні можливості, але він не є універсальним інструментом.

Перше обмеження пов'язане із системою показників. Якщо певна властивість не включена до системи, вона не впливає на комплексний результат.

Друге — із коефіцієнтами вагомості. Зміна ваг може змінити результат навіть за однакових вихідних даних.

Третє — із методом нормування. Різні способи приведення показників до зіставної форми можуть давати різні результати.

Четверте — з можливістю компенсації. У разі адитивного розрахунку високі значення одних показників можуть компенсувати низьке значення інших.

Особливо важливо розмежовувати комплексну оцінку та перевірку відповідності нормативним вимогам. Якщо товар має невідповідність за обов'язковим показником безпечності, високі результати за іншими властивостями не повинні нівелювати цю невідповідність.

Наприклад, товар може мати привабливий зовнішній вигляд, високі органолептичні властивості та відповідну харчову цінність, але невідповідність обов'язковій вимозі безпечності залишається самостійним критичним результатом. Отже, комплексний показник доцільно використовувати для узагальненої порівняльної оцінки, але не для «усереднення» критичних порушень. Результат комплексного оцінювання повинен бути безпосередньо пов'язаний із завданнями курсової роботи.

Якщо одним із завдань було провести комплексне оцінювання якості товарів, у висновку необхідно не просто навести отримане число, а пояснити його значення.

Логіка висновку повинна включати:

- що оцінювалося;
- які показники були використані;
- за якою базою здійснювалося порівняння;
- як враховувалася значущість показників;
- які результати отримані;
- які відмінності між зразками виявлено;
- які показники найбільше вплинули на результат;
- що означає отриманий результат для товарознавчої характеристики.

Таким чином, комплексний показник повинен стати не кінцевою цифрою в таблиці, а аргументом у загальному товарознавчому висновку. Такий підхід дозволяє перейти від формального математичного розрахунку до змістовного аналізу якості.

Література:

1. Сенсорний аналіз : навчальний посібник / Н. В. Голембовська [та ін.]. - К. : НУБіП України, 2023. - 321 с.
2. Петрова І.А. Загальні методи визначення якості та безпеки споживчих товарів : навч.-практ. посіб. // І.А. Петрова, С.О. Петров, Л.В. Кричківська. Харків : ФОП Крамаренко Ю.М., 2017. 233 с.

ТЕМА 10

МЕТОДИ АНАЛІЗУ РИНКУ ТОВАРІВ: АСОРТИМЕНТНА СТРУКТУРА, ПОПИТ, ПРОПОЗИЦІЯ, КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ

10.1. Інформаційне забезпечення аналізу ринку товарів.

10.2. Методи аналізу асортиментної структури та споживчого попиту.

10.3. Оцінювання конкурентного середовища на ринку товарів.

10.1. Інформаційне забезпечення аналізу ринку товарів

Аналіз ринку товарів є важливою складовою товарознавчого дослідження, оскільки властивості товару, його якість та споживчі характеристики реалізуються не ізольовано, а в умовах конкретного ринкового середовища. Один і той самий товар може мати різне значення для споживача залежно від рівня доходів населення, структури попиту, наявності товарів-аналогів, цінової ситуації, широти пропозиції, тенденцій моди, сезонності та інших чинників. Тому товарознавча характеристика продукції у курсовій роботі може потребувати не лише опису її властивостей, а й розгляду того, яке місце товар займає на ринку, якими є особливості його пропозиції та наскільки асортимент відповідає потребам споживачів.

Під ринком товарів доцільно розуміти систему економічних відносин між виробниками, продавцями та споживачами, у межах якої формуються попит і пропозиція, здійснюється купівля-продаж товарів, визначаються їхні ціни та відбувається конкурентна взаємодія. Для товарознавця ринок становить особливий інтерес тому, що саме на ньому проявляються споживчі переваги, відбувається оновлення асортименту, змінюються вимоги до якості та з'являються нові товарні пропозиції.

Ринковий аналіз у курсовій роботі має ґрунтуватися на достатній та достовірній інформаційній базі. Якість отриманого результату значною мірою залежить не лише від використаного методу аналізу, а й від того, наскільки правильно підібрано вихідну інформацію. Використання неповних, застарілих або непорівнюваних даних може призвести до неправильного трактування стану ринку.

Інформаційне забезпечення аналізу ринку можна умовно поділити на нормативну, статистичну, наукову, комерційну, маркетингову та первинну інформацію. Нормативні джерела використовуються насамперед для визначення вимог до товарів, їх маркування, безпечності, класифікації, умов обігу та інших

регуляторних аспектів. Статистична інформація характеризує обсяги виробництва, імпорту, експорту, реалізації, споживання, зміни цін та інші кількісні параметри ринку. Наукові публікації дають змогу простежити сучасні підходи до дослідження ринків, поведінки споживачів, асортиментної політики та конкурентних процесів.

Окрему групу становить інформація безпосередньо з ринку. До неї належать дані офіційних сайтів виробників і продавців, електронних торговельних майданчиків, каталогів, інтернет-магазинів, рекламних матеріалів, описів товарів, прайс-листів та інших джерел. Така інформація особливо важлива для аналізу фактичної товарної пропозиції, оскільки дає змогу визначити, які товари реально представлені на ринку, у яких варіантах, фасуваннях, цінових категоріях та під якими торговельними марками.

Для дослідження споживчого попиту можуть використовуватися результати соціологічних і маркетингових досліджень, опитування, анкетування, інтерв'ювання, відгуки споживачів, статистика продажів та інші джерела. При цьому необхідно враховувати, що різні джерела характеризують різні сторони ринку. Наприклад, асортимент інтернет-магазину відображає пропозицію конкретного продавця, але не обов'язково весь асортимент відповідного товарного ринку. Результати опитування характеризують думку певної групи респондентів і не можуть автоматично трактуватися як характеристика всіх споживачів.

Важливим принципом інформаційного забезпечення є зіставність даних. Порівнювати можна лише показники, отримані за сумісними методиками та за однаковими або близькими часовими й територіальними межами. Наприклад, некоректно без відповідного уточнення порівнювати обсяг продажів одного товару за місяць з обсягом продажів іншого товару за рік або зіставляти дані одного регіону з показниками всього національного ринку.

Особливе значення має часовий аспект. Ринок товарів є динамічною системою, тому дані про асортимент, ціни, попит або кількість торговельних марок можуть швидко змінюватися. У курсовій роботі необхідно зазначати період, до якого належать використані дані. Це дає змогу відокремити характеристику поточного стану ринку від історичної інформації та правильно інтерпретувати тенденції.

Під час використання інформації з відкритих джерел необхідно критично оцінювати її походження. Дані виробника можуть бути корисними для характеристики власної продукції, однак вони мають комерційний характер. Дані продавця характеризують його асортимент і умови пропозиції. Наукові джерела дають теоретичне та аналітичне підґрунтя, а статистичні матеріали

забезпечують кількісну основу дослідження. Тому найбільш обґрунтований аналіз передбачає поєднання різних видів інформації.

Таким чином, інформаційне забезпечення аналізу ринку являє собою не просте накопичення відомостей про товар, а формування системи взаємопов'язаних даних, які дають змогу оцінити асортимент, попит, пропозицію та конкурентне середовище. Надійність висновків залежить від актуальності, достовірності, репрезентативності та зіставності використаної інформації.

10.2. Методи аналізу асортиментної структури та споживчого попиту

Асортимент є однією з основних характеристик товарної пропозиції. У товарознавстві асортимент розглядають як сукупність товарів, об'єднаних за певною ознакою та призначених для задоволення відповідних потреб. Аналіз асортименту дає змогу визначити не лише кількість представлених товарів, а й структуру цієї сукупності, співвідношення окремих груп і видів продукції, ступінь різноманітності та відповідність пропозиції потребам ринку.

Для аналізу асортиментної структури використовують систему показників, серед яких особливе значення мають широта, повнота, глибина, насиченість і гармонійність асортименту. Ці характеристики дають змогу розглядати асортимент із різних сторін і не обмежувати його оцінювання лише підрахунком кількості товарних позицій.

Широта асортименту характеризує кількість товарних груп або видів продукції, представлених у межах досліджуваної пропозиції. Наприклад, для магазину товарів для тварин широта може визначатися кількістю основних товарних груп: корми, ласощі, засоби догляду, іграшки, амуніція, одяг та інші товари. Широкий асортимент свідчить про охоплення значної кількості потреб, але сам по собі не означає його високої ефективності.

Повнота характеризує ступінь представлення різновидів товару в межах певної товарної групи. Якщо аналізується група шампунів для волосся, повнота може враховувати наявність шампунів для різних типів волосся та різного функціонального призначення. Глибина асортименту відображає кількість різновидів конкретного товару, наприклад різні торговельні марки, моделі, рецептури, фасування або інші варіанти виконання.

Насиченість асортименту характеризує загальну кількість товарних позицій, представлених у межах досліджуваної асортиментної сукупності. Її аналіз дозволяє визначити масштаб товарної пропозиції. Водночас значна насиченість не завжди означає раціональність асортименту, оскільки велика кількість близьких за властивостями товарів може призводити до дублювання пропозиції.

Гармонійність асортименту характеризує ступінь взаємної відповідності товарних груп за призначенням, каналами реалізації, характером споживання або іншими ознаками. Наприклад, для спеціалізованого магазину гармонійність означає логічне поєднання товарів, орієнтованих на певний сегмент споживачів.

Одним із поширених методів аналізу асортименту є структурний аналіз. Його сутність полягає у визначенні частки окремих товарних груп, видів або різновидів у загальній сукупності. Структуру можна оцінювати за кількістю позицій, обсягом продажів, вартістю реалізації або іншими показниками. При цьому структура за кількістю товарних позицій і структура за обсягом продажів можуть істотно відрізнятися. Наприклад, певна товарна група може становити невелику частину асортименту, але забезпечувати значну частину реалізації.

Для виявлення змін у часі застосовується динамічний аналіз. Він передбачає порівняння показників за декілька періодів та визначення напрямів їх зміни. У товарознавчому дослідженні динаміка може стосуватися кількості товарних позицій, частки окремих груп, обсягів продажів, середньої ціни, кількості торговельних марок або інших показників.

Порівняльний аналіз дає можливість зіставити асортимент різних підприємств, торговельних об'єктів або інтернет-магазинів. У такому випадку визначаються спільні та відмінні товарні групи, кількість позицій, цінові діапазони, торговельні марки, фасування, функціональні характеристики та інші ознаки. Для товарознавчої курсової роботи такий підхід особливо корисний під час дослідження фактичної пропозиції конкретного товару.

Важливим напрямом аналізу ринку є дослідження споживчого попиту. Попит характеризує потребу в товарі, підкріплену можливістю та готовністю його придбати за певних умов. Він залежить від ціни, доходів споживачів, властивостей товару, його якості, торговельної марки, доступності, реклами, сезонності, моди та багатьох інших чинників.

Попит може аналізуватися за обсягом, структурою, динамікою та характером споживчих переваг. Для кількісного аналізу використовують статистику продажів, обсяги реалізації, частоту придбання, середній обсяг покупки та інші показники. Для якісного дослідження важливими є результати опитувань, анкетування та спостережень, які дають можливість з'ясувати мотиви вибору товару, значущість окремих властивостей і ставлення споживачів до торговельних марок.

Одним із методів аналізу споживчих переваг є ранжування. Його використовують для визначення відносної значущості певних властивостей товару. Наприклад, під час дослідження харчової продукції споживачі можуть оцінювати значущість смаку, складу, ціни, упаковки, харчової цінності,

торговельної марки та інших характеристик. Результатом є певна послідовність або структура переваг, яка може бути використана для інтерпретації попиту.

Застосовується також аналіз частоти вибору окремих характеристик. Він дає можливість визначити, які властивості товару найчастіше враховуються споживачами під час придбання. Для товарознавчого дослідження це має особливе значення, оскільки дозволяє пов'язати об'єктивні властивості продукції з їхньою споживчою значущістю.

Для дослідження залежності попиту від ціни та інших чинників можуть використовуватися методи кореляційного та регресійного аналізу. Вони належать до кількісних статистичних методів і дають можливість оцінювати характер взаємозв'язків між показниками. Однак використання таких методів потребує достатньої кількості якісних та зіставних даних. Сам факт одночасної зміни двох показників ще не означає наявності причинно-наслідкового зв'язку між ними.

Окремого значення набуває аналіз сезонності. Для багатьох товарів попит змінюється протягом року. Це характерно для одягу, взуття, туристичних товарів, шкільного приладдя, окремих продуктів харчування, товарів для свят та інших груп. Виявлення сезонних коливань допомагає правильніше інтерпретувати динаміку продажів і не ототожнювати короткострокову зміну попиту з довгостроковою тенденцією.

Таким чином, аналіз асортименту та попиту передбачає поєднання кількісних і якісних методів. Асортимент характеризує структуру пропозиції, тоді як аналіз попиту дає змогу оцінити, наскільки ця пропозиція відповідає реальним або потенційним потребам споживачів. Саме зіставлення пропозиції та попиту створює основу для товарознавчої оцінки раціональності асортименту.

10.3. Оцінювання конкурентного середовища на ринку товарів

Конкурентне середовище є важливою характеристикою ринку, оскільки виробники та продавці одночасно прагнуть задовольнити потреби одних і тих самих або близьких груп споживачів. Конкуренція проявляється у відмінностях асортименту, цінах, якості товарів, споживчих властивостях, рівні сервісу, представленості торговельних марок, способах просування та інших параметрах ринкової пропозиції.

У товарознавчому дослідженні конкурентне середовище доцільно розглядати насамперед через характеристики самого товару та його ринкової пропозиції. Це означає, що увага зосереджується не лише на назвах підприємств-конкурентів, а на тому, за якими товарними параметрами вони конкурують.

Першим етапом такого аналізу є визначення кола конкурентів і товарів-аналогів. До нього можуть входити товари з однаковим призначенням, близькими споживчими властивостями та орієнтацією на одну групу покупців. Водночас товари можуть бути конкурентними навіть за відсутності повної ідентичності. Наприклад, традиційний молочний продукт і його рослинний аналог можуть конкурувати за частину споживчих потреб, хоча належать до різних товарних категорій.

Важливим методом є порівняльний аналіз конкурентних пропозицій. Для цього можуть зіставлятися найменування товарів, торговельні марки, склад, функціональне призначення, якісні характеристики, фасування, маркування, ціна, особливості упаковки, додаткові властивості та інші параметри. Такий аналіз дозволяє визначити, у чому саме полягають відмінності між пропозиціями та які характеристики використовуються виробниками для позиціонування товару.

Особливе значення має аналіз цінового діапазону. Він передбачає визначення мінімального, максимального та середнього рівня цін на товари-аналогі. Однак ціна не повинна розглядатися окремо від характеристик продукції. Вища ціна може бути пов'язана з якістю сировини, складом, функціональними властивостями, торговельною маркою, фасуванням, упаковкою, країною походження або іншими чинниками. Тому товарознавчий аналіз має враховувати співвідношення ціни та споживчих властивостей.

Для характеристики конкурентної структури ринку можуть використовуватися показники частки підприємства або торговельної марки в загальному обсязі реалізації. Частка ринку визначається як відношення обсягу продажів певного учасника до загального обсягу відповідного ринку за той самий період і в тих самих одиницях вимірювання. Цей показник дає можливість охарактеризувати ринкову присутність учасника, але його інтерпретація залежить від правильного визначення меж ринку.

Для аналізу концентрації можуть використовуватися спеціальні індекси, зокрема коефіцієнт концентрації та індекс Герфіндаля—Гіршмана. Їх застосування дає можливість перейти від простого переліку конкурентів до кількісної характеристики структури ринку. Водночас такі показники доцільно використовувати лише за наявності достатньо надійних даних про ринкові частки.

У товарознавчих роботах конкурентне середовище може оцінюватися також за сукупністю товарних параметрів. До них належать якість, функціональні властивості, безпечність, дизайн, упаковка, маркування, асортимент, ціна та інші характеристики, важливі для конкретної товарної

групи. У цьому випадку конкурентний аналіз фактично поєднується з порівняльною товарознавчою оцінкою.

Важливим інструментом є позиціонування товарів за двома або більше параметрами. Наприклад, товари можуть порівнюватися за ціною та функціональними властивостями, ціною та місткістю, рівнем натуральності та ціною, кількістю функцій та ціною. Таке представлення дає змогу виявити групи схожих товарів і відмінності між ними. Однак будь-яке позиціонування залежить від обраних критеріїв, тому воно не може розглядатися як універсальна характеристика конкурентоспроможності.

Для системного аналізу конкурентного середовища може застосовуватися SWOT-аналіз, який передбачає розмежування сильних і слабких сторін товару або підприємства, а також зовнішніх можливостей і загроз. У товарознавчому дослідженні цей інструмент доцільно використовувати обережно, чітко відокремлюючи фактичні характеристики товару від аналітичних припущень. Наприклад, наявність широкого асортименту або певного маркування може бути фактом, тоді як твердження про можливість збільшення ринкової частки є вже аналітичною оцінкою.

Під час конкурентного аналізу важливо враховувати не лише прямих, а й непрямих конкурентів. Прямими є товари, які задовольняють аналогічну потребу та мають близькі характеристики. Непрямими можуть бути товари, що відрізняються за складом, технологією або формою, але здатні задовольнити ту саму потребу споживача. Такий підхід особливо актуальний для сучасних ринків, де традиційні товарні межі поступово розширюються.

Конкурентне середовище також пов'язане з динамікою ринку. Поява нових торговельних марок, зміна асортименту, впровадження нових технологій, зміна вимог до безпечності та маркування, поява нових форматів упаковки або каналів продажу можуть змінювати характер конкуренції. Тому конкурентний аналіз у курсовій роботі має бути прив'язаний до конкретного періоду дослідження.

Важливо розмежовувати поняття «конкурентне середовище», «конкурентоспроможність товару» та «якість товару». Конкурентне середовище характеризує умови взаємодії учасників ринку. Конкурентоспроможність відображає здатність конкретного товару задовольняти потреби споживача порівняно з іншими пропозиціями за певних ринкових умов. Якість характеризує сукупність властивостей товару та ступінь відповідності встановленим або очікуваним вимогам. Ці поняття взаємопов'язані, але не є тотожними.

Результатом аналізу конкурентного середовища у курсовій роботі має бути не механічний рейтинг товарів, а обґрунтована характеристика структури

конкурентних пропозицій, їхніх спільних і відмінних властивостей, цінових параметрів, асортименту та інших чинників, які мають значення для конкретного ринку. Формулювання висновків повинно відповідати використаним даним і методам. Якщо дослідження охоплює лише декілька товарів, результати доцільно трактувати як порівняння досліджуваної вибірки, а не як характеристику всього ринку.

Отже, аналіз ринку товарів у товарознавчій курсовій роботі передбачає комплексне дослідження трьох взаємопов'язаних складових: товарної пропозиції, споживчого попиту та конкурентного середовища. Аналіз асортименту дає характеристику структури пропозиції, дослідження попиту — особливостей споживчого вибору, а конкурентний аналіз — умов, у яких представлені товари взаємодіють між собою за споживача. Поєднання цих напрямів дозволяє перейти від простого опису товару до його розгляду як елемента конкретного товарного ринку.

Для міждисциплінарної курсової роботи особливо важливо зберігати зв'язок між ринковим аналізом і безпосереднім товарознавчим дослідженням. Асортиментні характеристики, споживчі властивості, показники якості, ціна, маркування, упаковка та інші параметри повинні розглядатися не ізольовано, а як взаємопов'язані характеристики товарної пропозиції. Саме такий підхід забезпечує наукову цілісність дослідження та дозволяє обґрунтовано перейти від аналізу ринку до оцінювання конкретних товарів.

Література:

1. Квятко Т. М., Мандич О. В., Сєвідова І. О., Бабко Н. М., Романюк І. А., Вітковський Ю. П., Микитась А. В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.

ТЕМА 11

МЕТОДИКА АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО / ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

11.1. Мета, завдання та інформаційне забезпечення аналізу діяльності підприємства

11.2. Аналіз товарного асортименту, якості продукції та організації товароруху

11.3. Узагальнення результатів аналізу підприємства та їх використання у товарознавчому дослідженні

11.1. Мета, завдання та інформаційне забезпечення аналізу діяльності підприємства

Аналіз діяльності підприємства є важливою складовою міждисциплінарної курсової роботи з товарознавства, оскільки дає змогу розглянути товар не лише як об'єкт дослідження його споживчих властивостей, якості та безпечності, а й у контексті виробництва, закупівлі, зберігання, переміщення та реалізації. Підприємство формує або забезпечує товарну пропозицію, взаємодіє з постачальниками й покупцями, організовує контроль якості та створює умови для збереження властивостей продукції на різних етапах товароруху. Тому дослідження його діяльності допомагає встановити зв'язок між характеристиками товару та умовами, у яких він виробляється або надходить до споживача.

Зміст аналізу залежить від типу підприємства, його спеціалізації, масштабів діяльності та теми курсової роботи. Торговельне підприємство переважно здійснює закупівлю, приймання, зберігання, підготовку до продажу та реалізацію товарів. Виробниче підприємство організовує виготовлення продукції, забезпечення сировиною, технологічні процеси, контроль якості, пакування та відвантаження готових виробів. Водночас діяльність багатьох підприємств поєднує виробничі й торговельні функції, тому під час аналізу необхідно враховувати фактичну структуру їхніх операцій.

Метою аналізу діяльності підприємства у курсовій роботі є формування обґрунтованої характеристики його функціонування та визначення особливостей, які безпосередньо стосуються обраного товарознавчого дослідження. Такий аналіз не повинен перетворюватися на загальний опис історії підприємства або механічне відтворення відомостей із його офіційного

сайту. Кожна характеристика має бути пов'язана з темою роботи й допомагати пояснити досліджувану проблему.

Наприклад, у курсовій роботі, присвяченій товарознавчому оцінюванню якості вафель, важливими можуть бути відомості про виробника, сировину, асортимент, пакування, умови зберігання та інформацію на маркуванні. Якщо досліджується асортимент товарів зоомагазину, основну увагу доцільно зосередити на структурі товарних груп, представленості різних виробників, видах кормів і аксесуарів, цінових категоріях та умовах зберігання. Для роботи, пов'язаної з митними аспектами імпорту товарів, істотними стають відомості про походження продукції, постачальників, товарну номенклатуру, супровідні документи та організацію міжнародного переміщення товарів.

Відповідно до мети визначаються завдання аналізу. До них можуть належати характеристика підприємства та напрямів його діяльності; дослідження структури товарного асортименту; оцінювання показників якості продукції; вивчення організації приймання, зберігання й реалізації товарів; аналіз інформації про постачальників і виробників; визначення чинників, що впливають на збереження якості; узагальнення результатів з погляду теми курсової роботи. Не всі перелічені завдання є обов'язковими для кожного дослідження. Їхній склад визначається метою, об'єктом і предметом роботи, а також доступністю достовірної інформації.

Важливо розмежовувати загальний економічний аналіз підприємства та товарознавчий аналіз його діяльності. Економічний аналіз спрямований на оцінювання фінансових результатів, витрат, продуктивності, рентабельності та інших показників ефективності. Товарознавчий аналіз зосереджується на асортименті, властивостях товарів, якості, безпечності, маркуванні, упаковці, умовах зберігання, транспортування й реалізації. Ці напрями можуть доповнювати один одного, але в курсовій роботі з товарознавства економічні показники необхідно використовувати настільки, наскільки вони допомагають розкрити досліджувану проблему.

Інформаційне забезпечення аналізу формують відомості про підприємство, нормативні документи, внутрішня документація, дані спостережень, результати дослідження асортименту та відкриті інформаційні ресурси. До джерел можуть належати офіційний сайт підприємства, каталоги продукції, прайс-листи, електронні торговельні майданчики, документи щодо характеристик товарів, технічні умови, стандарти, технічні регламенти, статистичні матеріали та наукові публікації.

Для торговельного підприємства важливими джерелами можуть бути асортиментний перелік, каталог товарів, інформація про постачальників, дані щодо надходження та реалізації продукції, результати інвентаризації, відомості

про умови зберігання та порядок приймання товарів. Для виробничого підприємства значення мають специфікації сировини, технічна документація, рецептури, технологічні інструкції, документи контролю якості, інформація про готову продукцію, упаковку та маркування. Доступ до таких матеріалів залежить від можливостей дослідника та готовності підприємства надати відповідні відомості.

У разі використання відкритих джерел необхідно враховувати межі їхньої інформативності. Офіційний сайт може містити загальну характеристику діяльності, проте не розкривати фактичних обсягів продажів або внутрішніх процедур контролю якості. Каталог виробника характеризує заявлений асортимент, але не обов'язково підтверджує наявність усіх позицій у конкретному торговельному об'єкті. Фотографії товарів дозволяють дослідити окремі елементи маркування та упаковки, однак не дають підстав робити висновки про всі показники якості продукції.

Достовірність інформації залежить від походження даних, часу їх отримання, повноти та можливості перевірки. Якщо підприємство не надало фінансової звітності або внутрішніх документів, не можна вигадувати відповідні показники чи подавати припущення як факти. У такому разі дослідження доцільно обмежити доступними характеристиками, наприклад фактичним асортиментом, інформацією про товари, результатами спостереження або порівняння відкритих даних.

У курсовій роботі важливо також визначити межі аналізу. Якщо дослідження охоплює один магазин, його результати характеризують саме цей торговельний об'єкт у визначений період, а не весь ринок. Якщо розглядається продукція конкретного виробника, висновки стосуються досліджених товарів і доступної інформації про виробничу діяльність. Чітке визначення меж дослідження забезпечує коректність висновків і запобігає необґрунтованим узагальненням.

Отже, мета аналізу діяльності підприємства в товарознавчій курсовій роботі полягає не в максимально повному описі всіх напрямів його роботи, а у виявленні тих характеристик, які допомагають розкрити тему дослідження. Раціонально сформована інформаційна база та правильно визначені завдання створюють основу для подальшого аналізу асортименту, якості продукції й організації товароруху.

11.2. Аналіз товарного асортименту, якості продукції та організації товароруху

Товарний асортимент є однією з основних характеристик діяльності торговельного підприємства, а для виробничого підприємства — важливим результатом виробничої та асортиментної політики. Його структура відображає

спрямованість діяльності, орієнтацію на певні групи споживачів і здатність задовольняти різноманітні потреби. Тому аналіз асортименту є важливою складовою товарознавчого дослідження незалежно від того, чи йдеться про підприємство роздрібної торгівлі, оптову компанію або виробника продукції.

Під час аналізу асортименту передусім визначають товарні групи, підгрупи, види та різновиди продукції. Групування здійснюють за призначенням товарів, споживчими властивостями, сировиною, конструкцією, технологією виготовлення, ціною категорією або іншими ознаками, які відповідають меті дослідження. Наприклад, асортимент косметичних товарів може бути структурований за призначенням, видом продукції, типом шкіри, виробником і ціновим сегментом. Для продовольчих товарів важливими можуть бути вид продукції, склад, спосіб оброблення, фасування, торговельна марка та строк придатності.

Кількісна характеристика асортименту передбачає визначення кількості товарних груп і позицій. Проте абсолютна кількість найменувань не розкриває повністю структури пропозиції. Для цього використовують відносні показники, що характеризують частку окремої групи в загальній кількості позицій або в обсязі реалізації. Структурний аналіз дозволяє визначити, які групи займають найбільше місце в асортименті та як співвідносяться між собою різні види продукції.

Якщо дослідження передбачає оцінювання змін асортименту, застосовують порівняння даних за різні періоди. Це дає змогу виявити появу нових товарів, вилучення окремих позицій, зміну кількості різновидів і перерозподіл часток між товарними групами. Такі зміни можуть бути пов'язані із сезонністю, оновленням пропозиції виробником, зміною попиту, логістичними обмеженнями або рішеннями підприємства щодо закупівель і реалізації. Якщо причини змін не підтверджені відповідними даними, їх потрібно подавати як можливі пояснення, а не як установлені факти.

Для оцінювання асортименту використовують показники широти, повноти, глибини, насиченості та гармонійності. Широта відображає кількість представлених товарних груп, повнота — ступінь наявності передбачених різновидів у межах певної групи, глибина — кількість різновидів окремого товару, насиченість — загальну кількість товарних позицій у досліджуваній сукупності, а гармонійність — ступінь узгодженості асортиментних груп за призначенням та іншими ознаками. Вибір конкретних показників залежить від характеру підприємства й мети дослідження.

Асортимент торговельного підприємства необхідно розглядати у зв'язку з попитом і характером споживання. Значна кількість товарних позицій сама по собі не гарантує раціональності пропозиції. У певній товарній групі можуть

бути представлені численні близькі за властивостями товари, тоді як інші потреби споживачів залишатимуться недостатньо охопленими. Водночас обмежений асортимент спеціалізованого магазину може бути виправданим, якщо він відповідає його концепції та цільовій аудиторії.

На виробничому підприємстві аналіз асортименту має інший акцент. Він передбачає вивчення номенклатури продукції, її різновидів, моделей, рецептур, типорозмірів, фасувань і призначення. Додатково можуть аналізуватися зміни структури виробництва, співвідношення основних і допоміжних видів продукції, наявність товарів різних цінових категорій та відповідність асортименту потребам ринку. У межах курсової роботи ці характеристики доцільно пов'язувати з властивостями готової продукції та вимогами до її якості.

Іншим важливим напрямом є аналіз якості товарів або продукції підприємства. Якість характеризує сукупність властивостей товару, які визначають його придатність задовольняти відповідні потреби. Для різних товарних груп система показників якості буде відрізнятися. Під час дослідження харчових продуктів можуть враховуватися органолептичні, фізико-хімічні, мікробіологічні та інші показники, передбачені для відповідного виду продукції. Для одягу важливими є властивості матеріалів, якість виготовлення, міцність, зносостійкість і відповідність маркування. Для побутової техніки досліджують функціональні характеристики, надійність, безпечність, енергоефективність та інші властивості відповідно до виду товару.

Під час аналізу якості необхідно розмежовувати заявлені характеристики продукції та результати фактичного дослідження. Інформація на маркуванні відображає відомості, які виробник надає споживачеві, але не замінює вимірювання або випробування. Відповідність продукції нормативним вимогам може підтверджуватися документами та результатами контролю, якщо вони доступні й стосуються саме досліджуваного товару. Якщо курсова робота передбачає органолептичне оцінювання зразків, висновки мають ґрунтуватися на фактично проведеному дослідженні за визначеними критеріями.

Важливе значення має аналіз інформації про якість, яку підприємство отримує під час приймання, зберігання та реалізації товарів. У торговельній діяльності це може бути перевірка кількості та комплектності, цілісності упаковки, відповідності маркування, строків придатності, супровідних документів і зовнішнього стану продукції. Для виробничого підприємства істотними є вхідний контроль сировини, контроль технологічних операцій, перевірка готової продукції та оцінювання її відповідності встановленим вимогам. Реальний обсяг такого контролю залежить від специфіки підприємства й застосовуваних процедур.

Якість товару тісно пов'язана з умовами зберігання та транспортування. Неправильний температурний режим, підвищена вологість, дія світла, механічні пошкодження, порушення герметичності упаковки або недотримання товарного сусідства можуть спричинити зміну властивостей продукції. Для продовольчих товарів особливо важливими є температурні умови, строки придатності, санітарний стан приміщень і транспортних засобів. Для текстильних виробів, косметики, електроніки та інших груп значущими є власні чинники ризику, що залежать від властивостей товару.

Організація товароруху становить ще один напрям аналізу діяльності підприємства. Товарорух охоплює переміщення продукції від виробника або постачальника до кінцевого споживача та включає закупівлю, транспортування, приймання, зберігання, підготовку до реалізації й продаж. На кожному етапі можуть виникати ризики, що впливають на кількість, якість, безпечність і товарний вигляд продукції.

Для торговельного підприємства аналіз товароруху передбачає характеристику каналів постачання, періодичності надходження товарів, організації складських процесів, умов викладки та реалізації. Для виробничого підприємства важливими є постачання сировини, внутрішнє переміщення матеріалів, зберігання напівфабрикатів, пакування готової продукції та її відвантаження. У курсовій роботі необхідно виділяти лише ті етапи, які мають безпосереднє значення для досліджуваного товару.

У разі міжнародного постачання товарів до аналізу можуть включатися характеристики зовнішньоекономічних операцій, документи на продукцію, відомості про країну походження, умови транспортування, вимоги до маркування та інші аспекти, пов'язані з митним оформленням. Для освітніх програм «Товарознавство та експертиза в митній справі» та «Митна справа та торгівля» такий напрям має особливе значення, оскільки дозволяє поєднати дослідження властивостей товару з умовами його переміщення через митний кордон і дотриманням установлених вимог.

Отже, аналіз асортименту, якості продукції та товароруху дає змогу охарактеризувати не лише склад товарної пропозиції, а й умови формування та збереження споживчих властивостей товарів. Поєднання цих напрямів допомагає визначити чинники, які впливають на доступність продукції, її відповідність вимогам, збереження якості та можливість задоволення споживчого попиту.

11.3. Узагальнення результатів аналізу підприємства та їх використання у товарознавчому дослідженні

Результати аналізу діяльності підприємства мають практичну й дослідницьку цінність лише тоді, коли вони безпосередньо пов'язані з метою

курсової роботи. Тому завершальним етапом аналізу є узагальнення отриманої інформації, визначення суттєвих характеристик підприємства та встановлення їхнього значення для досліджуваної товарознавчої проблеми.

Узагальнення передбачає систематизацію результатів за основними напрямками: характеристика підприємства, асортиментна структура, якість продукції, організація товароруку та інші аспекти, передбачені метою дослідження. Інформація може подаватися в тексті, таблицях, діаграмах або схемах. Табличне представлення доцільне для зіставлення кількісних показників, характеристик товарних груп і властивостей продукції. Діаграми допомагають візуально відобразити структуру асортименту або співвідношення окремих показників. Текст використовується для пояснення виявлених закономірностей та їхнього значення.

Важливо розрізняти подання результатів і їх інтерпретацію. Наприклад, зазначення кількості товарних позицій у кожній групі є описом результату. Визначення груп, які займають найбільшу частку асортименту, характеризує його структуру. Пояснення того, як ця структура співвідноситься з призначенням торговельного об'єкта або досліджуваною споживчою потребою, становить наступний аналітичний рівень. При цьому пояснення має спиратися на доступні дані, а не лише на припущення автора.

У курсовій роботі результати аналізу підприємства можуть виконувати кілька функцій. По-перше, вони створюють загальний контекст для дослідження товару. По-друге, допомагають обґрунтувати вибір об'єкта або зразків для порівняльного оцінювання. По-третє, дають змогу визначити чинники, які можуть впливати на якість і споживчі властивості продукції. По-четверте, формують основу для практичних висновків щодо асортименту, умов зберігання, інформаційного забезпечення та організації реалізації товарів.

Наприклад, якщо курсова робота присвячена порівняльному товарознавчому оцінюванню екологічних пакувальних матеріалів для харчових продуктів, характеристика підприємства може містити відомості про асортимент пакування, його призначення, матеріали виготовлення, типи упаковки та доступну інформацію про виробників. Ці дані допомагають обґрунтувати вибір зразків, але не замінюють їхнього безпосереднього оцінювання за визначеними показниками.

Для курсової роботи з аналізу асортименту торговельного підприємства результати можуть бути використані для визначення структури товарної пропозиції, виявлення недостатньо представлених груп, порівняння цінових категорій або характеристики різноманітності продукції. Проте висновок про відповідність асортименту попиту потребує додаткових даних про споживчі переваги, продажі або результати опитування. Без такої інформації можна

охарактеризувати структуру пропозиції, але не повною мірою оцінити її відповідність реальному попиту.

У дослідженнях, пов'язаних із митною справою та торгівлею, аналіз підприємства може бути використаний для пояснення особливостей постачання імпортованих товарів, вимог до товаросупровідної документації, умов транспортування та зберігання, а також значення інформації про походження і характеристики продукції. При цьому необхідно чітко відокремлювати товарознавчі висновки від правових або митно-процедурних висновків: кожен із цих напрямів має ґрунтуватися на відповідних джерелах і методах.

Практичне значення аналізу полягає в можливості визначити напрями вдосконалення діяльності підприємства, які мають обґрунтування в межах проведеного дослідження. Такими напрямками можуть бути уточнення структури асортименту, поліпшення інформаційного представлення товарів, удосконалення контролю під час приймання, дотримання умов зберігання, оптимізація викладки або підвищення повноти інформації про продукцію. Пропозиції повинні відповідати виявленим проблемам і не виходити за межі наявних доказів.

Необхідно також враховувати обмеження дослідження. Якщо аналіз проводився на основі відкритих джерел, обмеженого асортименту або невеликої кількості зразків, це впливає на можливість узагальнення результатів. У такому разі висновки формулюються щодо конкретного підприємства, вибраного періоду або досліджуваної сукупності товарів. Такий підхід не зменшує наукової цінності роботи, а забезпечує коректність інтерпретації отриманих результатів.

У структурі курсової роботи аналіз діяльності підприємства має бути логічно пов'язаний із теоретичною частиною та практичним дослідженням. Теоретичний розділ визначає поняття, вимоги, критерії та методи аналізу. Характеристика підприємства створює інформаційний контекст. Практичний розділ містить безпосереднє дослідження товарів або асортименту, а заключні висновки узагальнюють результати відповідно до поставлених завдань. Така послідовність забезпечує цілісність курсової роботи й запобігає появі розрізнених описових фрагментів.

Отже, аналіз діяльності торговельного або виробничого підприємства є не самостійним описовим елементом, а складовою товарознавчого дослідження. Його зміст визначається темою, метою та завданнями роботи. Найбільшу цінність становлять ті результати, які допомагають пояснити структуру асортименту, характеристики продукції, умови збереження її якості, особливості постачання й реалізації та обґрунтувати висновки щодо конкретного об'єкта дослідження.

ТЕМА 12

АНАЛІТИЧНЕ УЗАГАЛЬНЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ТОВАРОЗНАВЧОГО ДОСЛІДЖЕННЯ: ІНТЕРПРЕТАЦІЯ, СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ТА НАУКОВІ ВИСНОВКИ

12.1. Логіка аналітичного узагальнення результатів дослідження.

12.2. Методи систематизації та порівняння отриманих даних.

12.3. Формування науково обґрунтованих висновків у курсовій роботі.

12.1. Логіка аналітичного узагальнення результатів дослідження

Товарознавче дослідження передбачає не лише збирання інформації, проведення спостережень, вимірювань, порівнянь і розрахунків, а й аналітичне опрацювання отриманих результатів. Саме на етапі узагальнення окремі відомості набувають цілісного змісту, пов'язуються з метою дослідження та стають основою для науково обґрунтованих висновків. Без належного аналітичного опрацювання навіть значний обсяг фактичного матеріалу може залишитися простим набором описів, таблиць і числових показників.

Аналітичне узагальнення результатів дослідження — це процес системного опрацювання отриманих даних, визначення їхніх взаємозв'язків, виявлення закономірностей і відмінностей, пояснення виявлених результатів та встановлення їхнього значення для розв'язання дослідницьких завдань. У товарознавстві цей процес охоплює інтерпретацію властивостей товарів, оцінювання якості, зіставлення фактичних характеристик із нормативними вимогами або характеристиками товарів-аналогів, аналіз асортименту та визначення чинників, що впливають на споживчі властивості продукції.

Необхідність аналітичного узагальнення зумовлена тим, що первинні результати самі по собі не завжди дають змогу відповісти на дослідницьке питання. Наприклад, визначення маси нетто кількох упаковок харчового продукту надає інформацію про фактичні значення цього показника, але не пояснює, чи відповідають вони заявленим характеристикам. Для цього потрібно зіставити результати з інформацією на маркуванні, врахувати точність вимірювання, умови проведення дослідження та критерії оцінювання. Отже, аналітичне узагальнення передбачає перехід від фіксації факту до його обґрунтованого пояснення.

Логіка узагальнення визначається загальною структурою дослідження. На початковому етапі формулюються проблема, мета та завдання, які визначають,

які саме результати необхідно отримати. Далі обираються об'єкт і предмет дослідження, формуються система показників і критеріїв, визначаються методи збирання та опрацювання інформації. Отримані дані систематизуються, порівнюються й інтерпретуються, після чого формулюються висновки щодо виконання поставлених завдань.

Таким чином, аналітичне узагальнення має забезпечувати послідовний зв'язок між початковим задумом дослідження та його кінцевими результатами. Якщо метою курсової роботи є порівняльне товарознавче оцінювання якості певної продукції, узагальнення повинно охоплювати результати порівняння досліджуваних зразків за обраними показниками. Якщо досліджується асортимент торговельного підприємства, основними результатами будуть структура товарної пропозиції, співвідношення груп, різноманітність асортименту та інші характеристики, передбачені метою роботи. Висновки, які не пов'язані з поставленими завданнями, порушують логічну цілісність дослідження.

Важливим складником аналітичного узагальнення є інтерпретація результатів. Інтерпретація передбачає пояснення змісту отриманих даних, їхнього значення та можливих наслідків у межах досліджуваної проблеми. Вона відрізняється від простого опису тим, що встановлює зв'язок між фактичними показниками, критеріями оцінювання та властивостями досліджуваного об'єкта.

Наприклад, під час оцінювання якості упаковки недостатньо лише зазначити, що на поверхні одного зі зразків виявлено деформацію. Аналітичне пояснення має враховувати, який саме елемент упаковки пошкоджений, чи впливає дефект на її цілісність, захисні властивості, інформаційне оформлення або зручність використання. Водночас не можна автоматично стверджувати, що деформація виникла під час транспортування, якщо походження дефекту не досліджувалося. Таким чином, інтерпретація потребує розмежування безпосередньо спостережуваних фактів і пояснень, які потребують додаткового підтвердження.

Результати дослідження можуть мати кількісний і якісний характер. Кількісні результати представлені числовими значеннями показників, частками, середніми величинами, відхиленнями, коефіцієнтами та іншими розрахунковими характеристиками. Якісні результати відображають властивості об'єкта, характер виявлених відмінностей, відповідність визначеним критеріям, особливості маркування, упаковки або організації товароруку. У багатьох товарознавчих дослідженнях ці види результатів доповнюють один одного.

Важливо також розрізняти результат дослідження та його пояснення. Наприклад, виявлена різниця в ціні між двома товарами є фактичним результатом порівняння. Висновок про те, що ця різниця зумовлена

відмінностями у складі, упаковці або споживчих властивостях, потребує додаткових даних. Якщо відповідні чинники не досліджувалися, коректніше зазначити, що цінова відмінність супроводжується певними товарними характеристиками, але наявна інформація не дає змоги однозначно визначити причину різниці.

Аналітичне узагальнення передбачає врахування меж дослідження. Кількість досліджених зразків, спосіб їх відбору, доступність нормативної та комерційної інформації, використані методи й умови проведення оцінювання визначають, наскільки широко можна поширювати отримані результати. Якщо досліджено три зразки продукції, висновки безпосередньо стосуються цих зразків. Для поширення висновків на всю продукцію певного виробника або на ринок загалом необхідні відповідні підстави.

Окреме значення має критичне ставлення до неочікуваних результатів. Якщо певний показник істотно відрізняється від інших, це не обов'язково означає помилку або наявність дефекту. Необхідно перевірити правильність запису даних, одиниці вимірювання, методику визначення показника, умови дослідження та характеристики самого товару. Якщо відмінність підтверджується, її потрібно врахувати під час подальшого аналізу. Такий підхід сприяє об'єктивності дослідження та запобігає необґрунтованому відкиданню незручних результатів.

Узагальнення має завершуватися визначенням того, які результати отримано, які дослідницькі завдання виконано, що саме підтверджують зібрані дані та які питання залишаються поза межами проведеного дослідження. Це дає змогу сформулювати логічний перехід від практичної частини курсової роботи до висновків і забезпечити відповідність кінцевих тверджень фактичному змісту дослідження.

12.2. Методи систематизації та порівняння отриманих даних

Систематизація результатів є необхідною умовою їх подальшого аналізу. У процесі товарознавчого дослідження інформація може надходити з різних джерел і мати різну форму: числові значення, описи властивостей, дані маркування, результати органолептичного оцінювання, характеристики упаковки, нормативні вимоги, відомості про асортимент або результати спостережень за діяльністю підприємства. Без упорядкування такі дані складно зіставляти й використовувати для формування узагальнених висновків.

Систематизація результатів дослідження — це впорядкування отриманих відомостей за визначеними ознаками, які забезпечують їхню логічну структуру, зіставність і можливість подальшого аналізу. Основою систематизації є мета дослідження та обрана система показників. Інформацію групують не випадково,

а відповідно до того, які характеристики необхідно дослідити та які зв'язки між ними мають значення для вирішення поставленого завдання.

Одним із поширених способів систематизації є групування даних. Воно передбачає об'єднання результатів за спільними ознаками. У товарознавстві такими ознаками можуть бути вид товару, виробник, торговельна марка, призначення, матеріал, склад, тип упаковки, цінова категорія, результати оцінювання якості або відповідність певним вимогам. Наприклад, під час аналізу асортименту магазину товари можна згрупувати за товарними групами, а в межах кожної групи — за виробниками, видами продукції або ціновими сегментами.

Групування дозволяє виявити структуру досліджуваної сукупності та полегшує порівняння її складових. Водночас результат залежить від правильності вибору групувальної ознаки. Якщо однакові товари класифікуються за різними принципами, порівняння може бути некоректним. Тому в межах одного дослідження потрібно послідовно застосовувати визначені правила класифікації.

Важливим методом є табличне представлення результатів. Таблиці забезпечують компактне розміщення інформації та дають змогу одночасно зіставляти кілька показників. У товарознавчих роботах таблиці використовують для порівняння властивостей зразків, характеристик упаковки, даних маркування, цін, асортиментних позицій, фактичних і нормативних значень показників якості. Правильно сформована таблиця повинна мати зрозумілу назву, чітко визначені показники, однакові одиниці вимірювання та зрозумілі позначення.

Наприклад, у порівняльному дослідженні харчових продуктів доцільно відображати найменування зразка, виробника, склад, масу нетто, енергетичну цінність, умови зберігання, особливості маркування та результати оцінювання за визначеними критеріями. Така таблиця дозволяє виявити спільні й відмінні характеристики товарів. Проте сама таблиця ще не є повноцінним аналізом: після неї необхідно пояснити, які відмінності є найбільш значущими для мети дослідження.

Для систематизації числових даних можуть застосовуватися розрахункові показники. До них належать абсолютні та відносні величини, частки, середні значення, темпи зміни, коефіцієнти й інші характеристики, вибір яких залежить від дослідницького завдання. Абсолютні величини відображають фактичний обсяг або значення показника, а відносні дають змогу визначити співвідношення між окремими величинами. Наприклад, кількість товарних позицій у групі характеризує її абсолютний розмір, тоді як частка цієї групи в загальному асортименті показує її структурне значення.

Середні величини можуть використовуватися для узагальнення кількісних даних, якщо їх застосування є методично виправданим. Наприклад, середня ціна досліджуваних товарів може допомогти охарактеризувати вибірку. Однак середнє значення не завжди відображає типовий рівень, особливо якщо в сукупності присутні товари з істотно різними цінами. У таких випадках доцільно враховувати діапазон значень, медіану або структуру цінових груп. Вибір показника має відповідати характеру даних і змісту дослідницького питання.

Порівняння є одним із базових методів товарознавчого аналізу. Його сутність полягає у встановленні подібності та відмінностей між об'єктами за визначеними ознаками. Порівнювати можна товари одного виду різних виробників, окремі зразки продукції, фактичні показники якості з нормативними вимогами, характеристики товару до та після зберігання, а також асортимент підприємств за однаковими критеріями.

Об'єктивність порівняння залежить від правильного вибору бази зіставлення. Порівнювані товари повинні мати достатньо спільних характеристик, щоб зіставлення було змістовним. Якщо товари відрізняються за призначенням, складом або функціональними властивостями, пряме порівняння окремих показників може бути некоректним. Наприклад, різні формати упаковки можуть мати різну масу нетто, тому зіставлення лише загальної ціни без урахування кількості продукції не дає повного уявлення про цінові відмінності.

Під час порівняння фактичних показників із нормативними необхідно враховувати сферу застосування документа, відповідний вид продукції, визначений метод випробування, одиниці вимірювання та допустимі межі значень. Нормативні вимоги не можна замінювати довільно обраними критеріями. Якщо для певного показника встановлено допустимий діапазон, оцінювання має враховувати саме цей діапазон, а не принцип, за яким більше або менше значення автоматично вважається кращим.

Порівняння також може бути якісним. Воно використовується тоді, коли результати характеризуються описовими ознаками: наявністю або відсутністю певного елемента маркування, цілісністю упаковки, особливостями конструкції, зручністю використання або характером органолептичних властивостей. Для підвищення об'єктивності такі ознаки доцільно описувати через чітко визначені критерії, а не через загальні суб'єктивні оцінки.

Для представлення структури та динаміки даних використовують графічні методи. Стопчикові діаграми зручні для порівняння кількісних показників, кругові — для відображення структури сукупності за частками, лінійні графіки — для показу змін у часі. Графічне представлення допомагає швидко виявити

тенденції, але не замінює аналізу причин і значення виявлених відмінностей. Вибір типу діаграми має відповідати природі даних, а підписи, одиниці вимірювання та період дослідження повинні бути зрозумілими.

У складніших дослідженнях можуть застосовуватися статистичні методи, зокрема аналіз розподілу значень, оцінювання варіації, кореляційний аналіз або інші способи кількісного опрацювання інформації. Їх використання виправдане за наявності достатнього обсягу даних і розуміння методичних передумов. Застосування складних розрахунків без відповідної інформаційної бази не підвищує наукової якості роботи. Навпаки, необґрунтоване використання статистичних методів може створювати враження точності, якої фактично не забезпечують вихідні дані.

Особливої уваги потребує систематизація різнорідних результатів. Наприклад, під час комплексного товарознавчого дослідження можуть одночасно аналізуватися кількісні показники якості, відомості маркування, характеристики упаковки та цінові параметри. Ці дані не завжди можна безпосередньо об'єднати в один показник. Спочатку потрібно визначити їхнє призначення, критерії оцінювання та взаємозв'язок із метою дослідження. Лише після цього можна вирішувати, чи доцільне узагальнення за допомогою комплексного показника або достатньо окремого аналізу кожної характеристики.

Систематизація також передбачає перевірку повноти й внутрішньої узгодженості даних. Необхідно з'ясувати, чи всі досліджувані зразки оцінювалися за однаковими критеріями, чи не змішані різні одиниці вимірювання, чи правильно перенесені числові значення, чи мають порівнювані показники однаковий зміст. Виявлені пропуски або невідповідності потрібно уточнювати, а якщо це неможливо — зазначати як обмеження дослідження.

Отже, методи систематизації та порівняння забезпечують упорядкування дослідницьких матеріалів і створюють основу для їх інтерпретації. Вибір конкретного методу залежить від характеру інформації, кількості досліджуваних об'єктів, мети роботи та необхідної глибини аналізу. Найважливішою вимогою залишається змістова відповідність методу дослідницькому завданню й достовірність отриманих результатів.

12.3. Формування науково обґрунтованих висновків у курсовій роботі

Висновки є завершальним елементом курсової роботи, у якому відображаються основні результати проведеного дослідження та визначається ступінь виконання поставлених завдань. Їхнє призначення полягає не в повторенні змісту розділів, а в стислому й послідовному узагальненні того, що отримано в результаті опрацювання джерел, застосування методів і проведення практичного дослідження.

Науково обґрунтований висновок повинен спиратися на фактичні дані, логічно впливати зі змісту роботи та відповідати поставленій меті. Його формулювання має бути достатньо конкретним, щоб читач міг зрозуміти, який результат отримано, на яких матеріалах він ґрунтується та до якого дослідницького завдання належить.

Основою формування висновків є взаємозв'язок між метою, завданнями, методами та результатами дослідження. Якщо у вступі визначено декілька завдань, у висновках необхідно відобразити результат виконання кожного з них. Це не означає, що кожне завдання обов'язково потребує окремого великого абзацу, але всі заявлені напрями мають бути охоплені. Висновки, які не відповідають завданням, свідчать про порушення логіки дослідження або про неповне узагальнення отриманих результатів.

Першим важливим принципом є конкретність. Загальні твердження на зразок «товар має важливе значення для споживачів» або «асортимент підприємства потребує постійного вдосконалення» не розкривають результатів конкретної роботи. Змістовний висновок повинен указувати, які саме характеристики досліджено, які відмінності виявлено, які показники мають істотне значення та що підтверджують отримані дані.

Наприклад, замість загального твердження про відмінності між зразками харчового продукту доцільно зазначити, за якими саме показниками вони відрізняються: складом, масою нетто, органолептичними характеристиками, оформленням маркування або іншими дослідженими ознаками. Якщо проводилися вимірювання чи розрахунки, до висновку можна включити найбільш значущі числові результати. Проте наведені значення повинні відповідати фактичним даним, а їхня точність — можливостям застосованої методики.

Другим принципом є логічна обґрунтованість. Кожне твердження у висновках має бути підтверджене результатами, наведеними в основній частині роботи. Якщо дослідження передбачало порівняння трьох зразків, висновки повинні спиратися на результати їхнього зіставлення. Якщо оцінювався асортимент одного магазину, не можна без додаткових даних робити висновки про всі торговельні підприємства відповідного регіону. Масштаб узагальнення має відповідати масштабу дослідження.

Третім принципом є відповідність висновків використаним методам. Результати органолептичного оцінювання дають змогу характеризувати визначені органолептичні властивості, але не замінюють лабораторних досліджень фізико-хімічних або мікробіологічних показників. Аналіз маркування дозволяє оцінити наявність і зміст певної інформації, але сам по собі не підтверджує фактичний склад продукції. Аналіз відкритого асортименту

дає характеристику доступної товарної пропозиції, але не завжди дозволяє визначити реальний обсяг продажів або рівень споживчого попиту.

Четвертим принципом є розмежування факту, інтерпретації та рекомендації. Факт відображає безпосередньо отриманий результат. Інтерпретація пояснює його значення в межах дослідження. Рекомендація пропонує певний напрям дій на основі виявлених результатів. Наприклад, виявлення недостатньої кількості відомостей на упаковці є результатом аналізу маркування за обраними критеріями. Пояснення того, які саме відомості ускладнюють ідентифікацію товару, становить аналітичну інтерпретацію. Пропозиція щодо вдосконалення інформаційного оформлення є рекомендацією, яка має впливати з попередніх результатів.

Наукові висновки повинні бути точними за змістом і не містити необґрунтованих тверджень про причини виявлених явищ. Якщо дослідження показало наявність відмінностей між товарами, але не передбачало встановлення причин цих відмінностей, не слід стверджувати, що вони зумовлені конкретною технологією, якістю сировини або особливостями виробничого процесу. Такі пояснення можливі лише за наявності відповідних даних.

У курсовій роботі висновки зазвичай мають відображати як теоретичні, так і практичні результати. Теоретичні узагальнення можуть стосуватися уточнення характеристик товарної групи, систематизації показників якості, аналізу нормативних вимог або узагальнення підходів до оцінювання продукції. Практичні результати охоплюють дані безпосереднього дослідження зразків, порівняння асортименту, оцінювання маркування, аналізу умов зберігання або характеристики діяльності підприємства.

Обсяг висновків залежить від складності роботи, кількості завдань і вимог закладу вищої освіти. Водночас надмірне розширення висновків за рахунок повторення теоретичних положень зменшує їхню інформативність. Доцільно зосереджуватися на основних результатах і уникати повторного викладу визначень, розлогих пояснень методів або фрагментів тексту з основної частини.

Формулювання висновків має бути академічним, але зрозумілим. Необхідно уникати нечітких конструкцій, надмірних оцінних суджень і тверджень, які не мають фактичного підтвердження. Замість загальних фраз доцільно використовувати конкретні формулювання: «порівняння зразків за визначеними показниками виявило...», «структура досліджуваного асортименту характеризується...», «за результатами аналізу маркування визначено...», «у межах дослідженої вибірки спостерігається...». Такі конструкції дають змогу чітко відобразити результат і водночас не виходити за межі отриманих даних.

Важливо розрізняти висновки за окремими розділами та загальні висновки до курсової роботи. Висновки до розділу підсумовують результати певного напрямку дослідження: теоретичного аналізу, характеристики підприємства або практичного оцінювання товарів. Загальні висновки інтегрують результати всіх розділів і демонструють, наскільки виконано поставлену мету. Тому вони не повинні бути механічною сумою попередніх підсумків: необхідно усунути повторення, встановити зв'язки між результатами й виділити найбільш значущі положення.

Наукова обґрунтованість висновків передбачає також належне використання джерел. Теоретичні положення та нормативні вимоги, на які спирається автор, мають бути підтверджені відповідними посиланнями в основному тексті роботи. Водночас висновки про результати власного дослідження формуються на підставі отриманих даних. Необхідно чітко відрізняти відомості з літератури від результатів, отриманих безпосередньо в межах курсової роботи.

Під час використання цифрових інструментів і систем штучного інтелекту особливо важливо перевіряти точність сформульованих узагальнень. Такі інструменти можуть допомагати впорядковувати текст, редагувати формулювання або систематизувати інформацію, однак не повинні підміняти фактичні результати дослідження. Висновки мають відповідати реальним даним, а джерела, нормативні положення та розрахунки — бути перевіреними. Приписування роботі результатів, які фактично не отримувалися, суперечить принципам академічної доброчесності.

Завершальним елементом формування висновків є перевірка їхньої відповідності всій роботі. Необхідно з'ясувати, чи охоплено всі поставлені завдання, чи підтверджуються твердження фактичними результатами, чи немає суперечностей між окремими положеннями та чи не сформульовано висновків, які виходять за межі дослідження. Така перевірка забезпечує цілісність роботи та підвищує якість її наукового викладу.

Науково обґрунтовані висновки є результатом послідовного аналітичного узагальнення, а не завершальним переказом змісту курсової роботи. Їхня якість визначається конкретністю, логічністю, відповідністю завданням, достовірністю вихідних даних і коректністю інтерпретації. Саме висновки демонструють, чи перетворено зібрану інформацію на обґрунтований результат товарознавчого дослідження.

Література:

Дударєв І. М., Кузьмін О. В. Практикум з методології наукових досліджень: навчальний посібник. Одеса: Олді+, 2023. 277 с.

ТЕМА 13

МЕТОДОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ПРАКТИЧНИХ РЕКОМЕНДАЦІЙ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ТОВАРОЗНАВЧОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

13.1. Сутність, призначення та види практичних рекомендацій у товарознавчих і експертних роботах.

13.2. Методологічні засади обґрунтування доцільності та практичної значущості рекомендацій.

13.3. Узгодженість практичних рекомендацій із результатами дослідження та їх відображення в курсовій роботі.

13.1. Сутність, призначення та види практичних рекомендацій у товарознавчих і експертних роботах

Практичні рекомендації є важливою складовою товарознавчого дослідження, оскільки відображають можливості використання отриманих результатів для розв'язання конкретних завдань у сфері виробництва, торгівлі, контролю якості, зберігання, транспортування, експертизи та митного оформлення товарів. Їхнє призначення полягає в тому, щоб перетворити результати теоретичного аналізу й практичного дослідження на обґрунтовані пропозиції, спрямовані на вдосконалення певних процесів або усунення виявлених недоліків.

Практична рекомендація в товарознавчій роботі — це сформульована на підставі результатів дослідження пропозиція щодо доцільних дій, рішень або змін, які можуть сприяти поліпшенню характеристик товару, забезпеченню його якості й безпечності, раціоналізації асортименту, удосконаленню інформаційного забезпечення або підвищенню ефективності товароруху. Така рекомендація повинна мати чітке призначення, визначену сферу застосування та аргументоване підґрунтя.

Рекомендації відрізняються від загальних міркувань про бажаний стан товару чи підприємства. Твердження про необхідність підвищення якості продукції, поліпшення асортименту або вдосконалення обслуговування саме по собі не є достатньо змістовною рекомендацією. Для її практичного використання необхідно визначити, що саме доцільно змінити, яку проблему це має розв'язати та якими результатами дослідження обґрунтовано запропоновані дії.

Наприклад, якщо під час дослідження упаковки встановлено, що окремі зразки мають недостатньо чітке інформаційне оформлення за обраними критеріями, рекомендація може стосуватися уточнення способу розміщення інформації або поліпшення її читабельності. Якщо аналіз асортименту торговельного підприємства виявив значне дублювання товарних позицій у певній групі, пропозиція може передбачати додаткове вивчення попиту та доцільності перегляду структури асортименту. В обох випадках рекомендація безпосередньо пов'язана з виявленою проблемою, але її конкретний зміст залежить від отриманих даних і можливостей застосування.

Види практичних рекомендацій у товарознавчих та експертних роботах визначаються характером дослідження. Одним із поширених напрямів є рекомендації щодо забезпечення та збереження якості товарів. Вони можуть стосуватися дотримання умов зберігання, правильного транспортування, захисту упаковки від пошкоджень, організації приймання продукції, контролю строків придатності та запобігання погіршенню споживчих властивостей.

Для продовольчих товарів такі рекомендації можуть охоплювати дотримання відповідних температурних режимів, контроль цілісності упаковки, організацію товарного сусідства, дотримання принципу першочергової реалізації продукції з ближчим строком придатності та належний контроль умов зберігання. Для непродовольчих товарів зміст рекомендацій визначається специфікою матеріалів, конструкції та призначення продукції. Наприклад, для текстильних виробів важливими можуть бути захист від вологи й забруднення, а для електронної техніки — дотримання вимог щодо транспортування, зберігання та захисту від механічних пошкоджень.

Інший напрям становлять рекомендації щодо вдосконалення асортименту. Вони формуються на основі аналізу широти, повноти, глибини та структури товарної пропозиції, а за наявності відповідних даних — також попиту, продажів і споживчих переваг. Такі рекомендації можуть передбачати перегляд співвідношення товарних груп, уточнення представленості окремих різновидів продукції, розширення або скорочення певних позицій. Проте рішення про зміну асортименту не можна обґрунтовувати лише кількістю товарних позицій: необхідно враховувати призначення торговельного об'єкта, цільову аудиторію, попит, доступність постачання та інші релевантні чинники.

Важливе місце посідають рекомендації щодо маркування та товарної інформації. Вони можуть стосуватися повноти, зрозумілості, читабельності й логічного розміщення інформації про товар. У таких роботах необхідно враховувати вимоги, які застосовуються до відповідної категорії продукції, та розмежовувати обов'язкову інформацію й додаткові відомості, що допомагають споживачеві зробити вибір. Якщо дослідження охоплює лише візуальний аналіз

упаковки, рекомендації можуть стосуватися помітності й доступності інформації, але не повинні містити висновків про фактичний склад або безпечність товару без відповідних досліджень.

Окрему групу становлять рекомендації щодо організації контролю якості. Вони можуть передбачати уточнення критеріїв приймання товарів, систематизацію перевірок, удосконалення фіксації виявлених дефектів, контроль відповідності супровідної документації або організацію спостереження за умовами зберігання. Такі пропозиції особливо актуальні для підприємств торгівлі, де якість товару залежить не лише від виробника, а й від дотримання умов поводження з продукцією після її надходження.

У межах експертних досліджень рекомендації можуть стосуватися уточнення процедури ідентифікації товарів, вибору критеріїв порівняння, перевірки інформації на маркуванні, документування ознак невідповідності або визначення потреби в додаткових випробуваннях. Їхній зміст залежить від завдання експертизи. Наприклад, якщо наявних відомостей недостатньо для однозначної ідентифікації товару, обґрунтованою пропозицією може бути проведення додаткового дослідження, а не формулювання категоричного висновку.

Для освітніх програм, пов'язаних із товарознавством та митною справою, значення мають також рекомендації щодо інформаційного супроводу товарів під час міжнародного переміщення. Вони можуть стосуватися перевірки узгодженості відомостей про товар у доступних документах, повноти ідентифікаційних характеристик, належного опису продукції та дотримання застосовних вимог до її маркування. Водночас питання класифікації товарів, визначення походження, митної вартості та застосування митних процедур потребують окремого нормативного обґрунтування. Товарознавчі результати можуть бути джерелом відповідної інформації, але не замінюють передбачених законодавством процедур і документів.

За характером запропонованих змін рекомендації можуть бути організаційними, технологічними, інформаційними, асортиментними, методичними або контрольними. Організаційні спрямовані на вдосконалення послідовності операцій; технологічні — на поліпшення процесів, що впливають на властивості продукції; інформаційні — на забезпечення повноти та доступності товарних відомостей; асортиментні — на формування раціональної товарної пропозиції; методичні — на уточнення способів оцінювання та порівняння; контрольні — на вдосконалення перевірок і документування результатів.

Зазначені групи не є взаємовиключними. Наприклад, пропозиція щодо вдосконалення контролю під час приймання товарів може одночасно мати

організаційний і методичний характер. Важливо не стільки формально віднести рекомендацію до певного виду, скільки чітко визначити її зміст, підставу та очікуване практичне значення.

Отже, вид рекомендацій залежить від характеру виявленої проблеми, властивостей досліджуваного товару та сфери, у якій можуть бути використані результати. У курсовій роботі рекомендації мають бути конкретними, предметними та безпосередньо пов'язаними з отриманими даними, а не становити загальний перелік бажаних заходів.

13.2. Методологічні засади обґрунтування доцільності та практичної значущості рекомендацій

Формування практичних рекомендацій потребує обґрунтування, яке пояснює, чому запропоновані дії є доцільними, яку проблему вони мають розв'язати та на яких результатах дослідження ґрунтуються. Практична значущість не визначається лише тим, що пропозиція має прикладний характер. Вона залежить від реальності її застосування, відповідності встановленій проблемі, очікуваної користі та можливості оцінити результат.

Методологічною основою розроблення рекомендацій є послідовний зв'язок між проблемою, фактичними результатами дослідження, їхньою інтерпретацією та запропонованими діями. Спочатку визначається проблема, яка має значення для досліджуваного товару або діяльності підприємства. Далі встановлюються факти, що підтверджують її наявність, аналізуються можливі наслідки й визначаються дії, які можуть бути доцільними в межах конкретної ситуації.

Наприклад, якщо під час аналізу умов зберігання виявлено, що температурні показники не відповідають установленим вимогам для досліджуваної продукції, рекомендація має бути спрямована на забезпечення належного режиму та організацію його контролю. Якщо ж дослідження лише описувало наявне обладнання, але не передбачало вимірювання температури або перевірки відповідності умов установленим вимогам, твердження про порушення буде необґрунтованим. У такому випадку доцільною може бути рекомендація щодо проведення відповідного контролю.

Першою вимогою до рекомендацій є доказовість. Кожна пропозиція повинна мати фактичне підґрунтя в результатах дослідження, нормативних вимогах або перевірених наукових даних. Доказовість означає, що між установленою проблемою та запропонованим заходом існує зрозумілий логічний зв'язок. Якщо проблема стосується неповноти інформації на упаковці, пропозиції щодо зміни технології виробництва потребуватимуть додаткового обґрунтування, оскільки не впливають безпосередньо з результатів аналізу маркування.

Другою вимогою є адресність. Рекомендація має бути орієнтована на певний об'єкт або процес. Залежно від теми це може бути виробник, торговельне підприємство, працівники, відповідальні за приймання та зберігання товарів, фахівці з контролю якості або особи, які здійснюють товарознавче оцінювання. Адресність допомагає визначити, хто потенційно може використати пропозицію та в межах яких функцій вона може бути реалізована.

Третьою вимогою є конкретність. Практична рекомендація повинна містити зрозумілий зміст запропонованої дії. Формулювання «поліпшити якість товарів» не визначає ні характеру проблеми, ні способу її розв'язання. Натомість пропозиція щодо запровадження систематичної перевірки цілісності упаковки під час приймання конкретної групи товарів має чіткіше визначений зміст. Проте її доцільність потрібно підтвердити результатами дослідження, які свідчать про актуальність відповідної проблеми.

Четвертою вимогою є реалістичність. Рекомендації мають враховувати характер підприємства, доступні ресурси, особливості товару, чинні нормативні вимоги та межі повноважень адресата. У курсовій роботі не завжди є можливість провести повноцінне техніко-економічне обґрунтування, однак необхідно уникати пропозицій, реалізація яких очевидно потребує недоступних ресурсів або не відповідає характеру досліджуваного об'єкта.

Наприклад, для невеликого торговельного підприємства пропозиція щодо впровадження складної автоматизованої системи контролю може потребувати значних витрат і спеціального обладнання. Якщо дослідження не передбачало оцінювання ресурсів і очікуваного ефекту, доцільніше сформулювати рекомендацію щодо впорядкування наявних процедур контролю або перевірити можливість використання доступних цифрових інструментів. Вибір заходу повинен відповідати не лише виявленій проблемі, а й умовам його потенційного застосування.

П'ятою вимогою є очікувана результативність. Рекомендація має бути спрямована на конкретний результат, який можна пояснити або, за можливості, оцінити. Для заходів із контролю якості таким результатом може бути своєчасніше виявлення дефектів; для вдосконалення маркування — підвищення читабельності та доступності інформації; для раціоналізації асортименту — краще узгодження товарної пропозиції з підтвердженими потребами споживачів. Водночас очікуваний ефект не слід подавати як уже досягнутий, якщо рекомендації фактично не впроваджувалися та їхні наслідки не перевірялися.

Обґрунтування доцільності рекомендацій може спиратися на декілька типів аргументів. Нормативний аргумент застосовується тоді, коли запропоновані дії

впливають із вимог до товару, його маркування, безпечності, зберігання або обігу. Товарознавчий аргумент ґрунтується на результатах оцінювання властивостей продукції та виявлених відмінностях. Організаційний аргумент пов'язаний із порядком виконання операцій, документуванням і контролем. Економічний аргумент передбачає оцінювання витрат і можливого ефекту, якщо для такого оцінювання є достатні дані.

Нормативне обґрунтування потребує точного визначення документа та сфери його застосування. Не можна рекомендувати підприємству змінити певний процес лише на підставі загального посилання на «чинні вимоги». Необхідно з'ясувати, які саме положення застосовуються до відповідної категорії товару або операції. Якщо рекомендація стосується правових чи митних процедур, потрібно використовувати відповідні нормативні джерела та не підміняти ними результати товарознавчого оцінювання.

Економічне обґрунтування доцільне тоді, коли пропозиція передбачає витрати або може впливати на результати діяльності підприємства. Воно може враховувати вартість обладнання, додаткових матеріалів, організації контролю, навчання персоналу або інших заходів. Проте в навчальній курсовій роботі не завжди є можливість отримати достовірні дані для повного розрахунку ефективності. У такому випадку допустимо якісно пояснити очікувану користь, чітко відокремивши її від фактично виміряного економічного результату.

Практичну значущість рекомендацій визначають за тим, наскільки вони можуть бути використані для розв'язання конкретного завдання. Вона може проявлятися в можливості поліпшити контроль якості, забезпечити збереження споживчих властивостей товару, підвищити повноту інформації, уточнити порядок оцінювання продукції або обґрунтувати рішення щодо структури асортименту. Для досліджень у сфері митної справи практична значущість може полягати в кращій систематизації ідентифікаційних характеристик товару, підвищенні якості інформаційного супроводу або чіткому визначенні потреби в додатковому документальному чи експертному підтвердженні.

При цьому необхідно розрізняти потенційну та підтверджену практичну значущість. Потенційна значущість характеризує можливість використання рекомендацій за відповідних умов. Підтверджена значущість передбачає, що рекомендації вже застосовано, а результат їх реалізації перевірено. Якщо курсова робота не передбачала впровадження запропонованих заходів, коректно говорити про можливість практичного використання або очікуваний ефект, а не про доведену ефективність.

Важливим методологічним питанням є визначення пріоритетності рекомендацій. Не всі виявлені недоліки мають однакове значення. Під час визначення черговості дій доцільно враховувати вплив проблеми на безпечність

товару, відповідність нормативним вимогам, збереження якості, інформування споживача та організацію торговельних процесів. Наприклад, питання, пов'язані з безпечністю продукції або обов'язковими вимогами, не можна прирівнювати до другорядних питань зручності викладки. Пріоритетність повинна визначатися з урахуванням конкретної ситуації та застосовних вимог.

Обґрунтування рекомендацій також передбачає врахування невизначеності. Якщо дослідження має обмежений обсяг, отримані дані не завжди дають змогу однозначно визначити причини проблеми або оцінити результативність запропонованого заходу. У таких випадках доцільно формулювати рекомендації щодо додаткового контролю, розширення вибірки, уточнення інформації або проведення спеціального дослідження. Це є науково коректним рішенням, оскільки дозволяє не виходити за межі наявних доказів.

Таким чином, методологічне обґрунтування рекомендацій передбачає встановлення чіткого зв'язку між проблемою, результатами дослідження, запропонованими діями та очікуваним результатом. Практична значущість визначається не масштабістю або кількістю рекомендацій, а їхньою обґрунтованістю, реалістичністю та можливістю застосування в конкретних умовах.

13.3. Узгодженість практичних рекомендацій із результатами дослідження та їх відображення в курсовій роботі

Узгодженість практичних рекомендацій із результатами дослідження є однією з основних умов наукової цілісності курсової роботи. Рекомендації не повинні існувати окремо від аналітичної частини або становити перелік загальних побажань щодо поліпшення діяльності підприємства. Їхній зміст має безпосередньо впливати з виявлених особливостей, установлених невідповідностей, результатів порівняння або інших фактичних даних.

Логічний зв'язок між результатами й рекомендаціями можна розглядати як послідовність: дослідницьке завдання — фактичний результат — його інтерпретація — визначення проблеми або можливості вдосконалення — обґрунтування запропонованої дії — очікуваний результат. Якщо в цій послідовності відсутній зв'язок між виявленою проблемою та запропонованим заходом, рекомендація потребує додаткового обґрунтування.

Наприклад, якщо дослідження виявило, що в окремих товарних позиціях інформація на упаковці важко читається через малий розмір шрифту або недостатній контраст, пропозиція може стосуватися поліпшення читабельності інформаційного оформлення. Якщо ж дослідження встановило лише відсутність певних відомостей у зразках, необхідно спочатку з'ясувати, чи є ці відомості обов'язковими для відповідної категорії товару. Без такої перевірки рекомендація може бути неправильною або надмірною.

Узгодженість рекомендацій із результатами забезпечується насамперед відповідністю темі та меті курсової роботи. Якщо робота присвячена порівняльному оцінюванню якості товарів, рекомендації мають стосуватися виявлених характеристик, умов оцінювання, збереження якості або інших аспектів, безпосередньо пов'язаних із дослідженням. Якщо предметом роботи є асортимент торговельного підприємства, рекомендації повинні спиратися на результати його структурного аналізу та, за наявності, на дані про попит і продажі.

Важливою умовою є відповідність рекомендацій використаним методам. Результати органолептичного оцінювання можуть бути підставою для пропозицій щодо контролю органолептичних характеристик або додаткового дослідження виявлених відмінностей. Водночас вони не дають достатніх підстав для категоричних рекомендацій щодо зміни хімічного складу або технології виробництва, якщо такі аспекти не вивчалися. Так само аналіз відкритих каталогів не дає змоги достовірно визначити рівень незадоволеного попиту без відповідної інформації про споживачів чи продажі.

Рекомендації повинні бути узгоджені й з інформаційною базою дослідження. Якщо дані про підприємство отримано лише з відкритих джерел, пропозиції доцільно формулювати як можливі напрями вдосконалення, а не як обов'язкові заходи, ефективність яких уже підтверджена. Якщо дослідження охоплювало невелику кількість товарних зразків, рекомендації мають стосуватися насамперед дослідженої сукупності або передбачати додаткову перевірку перед поширенням висновків на ширшу групу продукції.

За необхідності рекомендації можуть бути подані у вигляді таблиці, яка забезпечує прозорість зв'язку між результатами й запропонованими діями. Наприклад, можуть бути визначені такі змістові елементи: виявлена особливість або проблема, її значення для досліджуваного товару чи процесу, запропонований захід та очікуваний результат. Така форма особливо корисна тоді, коли дослідження виявило декілька різних проблем, для кожної з яких потрібне окреме рішення. Водночас таблиця не замінює пояснення логіки рекомендацій у тексті.

Формулювання рекомендацій має бути достатньо точним, щоб було зрозуміло, яку дію пропонується здійснити та з якою метою. Наприклад, формулювання «доцільно вдосконалити контроль якості» є надто загальним. Змістовніша пропозиція визначає, що саме потрібно контролювати, на якому етапі та який результат очікується. Конкретність, однак, не повинна перетворюватися на вигадкування технічних деталей, якщо вони не були предметом дослідження або не підтверджені відповідними джерелами.

Окремої уваги потребує відображення обмежень рекомендацій. Якщо пропозиція потребує додаткового лабораторного дослідження, інформації від виробника, перевірки нормативних вимог або оцінювання економічних витрат, це необхідно зазначити. Такий підхід не послаблює рекомендацію, а визначає умови її коректного застосування. У товарознавчій діяльності рішення часто залежать від поєднання фактичних характеристик товару, нормативних вимог, організаційних можливостей і ресурсів підприємства.

Для рекомендацій у сфері митної справи важливо не виходити за межі компетенції товарознавчого дослідження. Наприклад, виявлені розбіжності між фактичними характеристиками товару та інформацією в доступних документах можуть бути підставою для пропозиції щодо уточнення даних або проведення додаткової перевірки. Проте визначення остаточного правового наслідку таких розбіжностей потребує аналізу застосовного законодавства й відповідних процедур. Товарознавча характеристика є важливим джерелом інформації, але не замінює правової оцінки.

Під час підготовки рекомендацій необхідно дотримуватися принципів академічної доброчесності. Не можна приписувати підприємству проблеми, які не були виявлені під час дослідження, вигадувати результати впровадження заходів або стверджувати, що певна рекомендація забезпечить конкретний економічний ефект без належного розрахунку. Якщо пропозиції сформульовані на основі аналізу літератури й доступних даних, це має відповідати реальному змісту роботи. Висновки щодо результативності можливі лише тоді, коли ефект був фактично оцінений.

Завершальним етапом є перевірка узгодженості всіх елементів дослідження. Тема має відповідати змісту роботи, мета — визначати напрям дослідження, завдання — охоплювати необхідні етапи, методи — забезпечувати отримання відповідних результатів, а рекомендації — впливати з проведеного аналізу. Якщо пропозиція не має прямого зв'язку з результатами, необхідно або додатково обґрунтувати її, або переглянути доцільність включення до роботи.

Література:

Дударев І. М., Кузьмін О. В. Практикум з методології наукових досліджень: навчальний посібник. Одеса: Олді+, 2023. 277 с.

ТЕМА 14

НАУКОВА АРГУМЕНТАЦІЯ ТА ЛОГІКА ЗАХИСТУ РЕЗУЛЬТАТІВ КУРСОВОЇ РОБОТИ З ТОВАРОЗНАВСТВА

14.1. Побудова наукової аргументації у курсовій роботі з товарознавства.

14.2. Логіка представлення результатів дослідження під час захисту курсової роботи.

14.3. Відповіді на запитання та захист наукової позиції здобувача освіти.

14.1. Побудова наукової аргументації у курсовій роботі з товарознавства

Наукова аргументація є невід'ємною складовою товарознавчого дослідження, оскільки забезпечує логічний зв'язок між поставленою проблемою, обраними методами, отриманими результатами та сформульованими висновками. Її призначення полягає не лише в обґрунтуванні певного твердження, а й у поясненні того, чому це твердження є обґрунтованим, на яких фактичних даних воно ґрунтується та за яких умов може вважатися достовірним.

У курсовій роботі з товарознавства аргументація має спиратися передусім на властивості товарів, показники їхньої якості, результати порівняльного оцінювання, характеристики асортименту, інформацію маркування, вимоги нормативних документів і результати аналізу ринку. Наукова позиція автора формується не шляхом простого висловлення власної думки, а через послідовне пояснення виявлених закономірностей, відмінностей або проблем із використанням відповідних доказів.

Основними складовими наукової аргументації є теза, докази, логічне обґрунтування та висновок. Теза являє собою положення, яке необхідно обґрунтувати. Докази — це фактичні дані, результати вимірювань, спостережень, порівнянь, аналізу документів або наукових джерел. Логічне обґрунтування пояснює, як саме наведені дані підтверджують сформульовану тезу. Висновок узагальнює аргументацію та визначає, що саме можна стверджувати на підставі отриманих результатів.

Наприклад, у курсовій роботі, присвяченій порівняльному товарознавчому оцінюванню якості вафель, недостатньо зазначити, що один зі зразків має кращі характеристики. Необхідно визначити, за якими показниками проводилося порівняння, які методи застосовувалися, які результати отримано та як вони

співвідносяться з нормативними вимогами й характеристиками інших зразків. Якщо один продукт має вищу оцінку за органолептичними показниками, це ще не означає, що він переважає за всіма характеристиками якості. Обґрунтований висновок повинен ураховувати сукупність досліджених показників і межі проведеного оцінювання.

Важливим принципом наукової аргументації є відповідність доказів змісту твердження. Якщо дослідження передбачало аналіз інформації на споживчому пакуванні, його результати можуть бути підставою для висновків щодо повноти, зрозумілості або відповідності представленій інформації встановленим вимогам. Однак лише на підставі маркування не можна робити остаточні висновки про фактичний хімічний склад продукту, його мікробіологічну безпечність або відповідність усім показникам якості. Для цього потрібні відповідні документи, випробування чи інші належні докази.

Аргументація в товарознавчому дослідженні може спиратися на кілька груп доказів. До першої належать емпіричні дані, отримані безпосередньо під час дослідження товарів: результати органолептичного оцінювання, вимірювання, підрахунків, порівнянь і спостережень. Друга група охоплює нормативні докази — положення технічних регламентів, стандартів, законодавчих актів та інших документів, які визначають вимоги до товарів, їхньої якості, безпечності, маркування або умов обігу. Третю групу становлять наукові й аналітичні джерела, що дають змогу зіставити отримані результати з наявними дослідженнями, теоретичними положеннями та ринковими тенденціями.

Використання різних груп доказів сприяє комплексності аргументації. Наприклад, під час дослідження пакувальних матеріалів для харчових продуктів фактичні характеристики зразків доцільно розглядати разом із вимогами до матеріалів, призначених для контакту з харчовими продуктами, відомостями виробника та результатами попередніх наукових досліджень. При цьому необхідно чітко розрізняти інформацію, отриману безпосередньо автором, положення нормативних документів і твердження, запозичені з літературних джерел.

Особливого значення набуває логічна послідовність аргументації. Кожне суттєве твердження повинно мати зрозуміле обґрунтування, а кожен доказ — бути пов'язаним із конкретним завданням дослідження. Якщо в роботі наводяться числові результати, необхідно зазначати, які показники порівнювалися, у яких одиницях вони виражені, за яких умов отримані та яке значення мають для характеристики товару. Якщо результати представлені у вигляді таблиці або діаграми, їх слід не просто відтворити в тексті, а пояснити виявлені відмінності та їхнє товарознавче значення.

Наукова аргументація передбачає також розмежування факту та його інтерпретації. Факт характеризує те, що безпосередньо отримано або підтверджено джерелом. Інтерпретація пояснює можливе значення цього факту. Наприклад, збільшення частки певної товарної групи в асортименті підприємства є фактичним результатом розрахунку, тоді як твердження про зростання споживчого попиту потребує додаткових даних про продажі, звернення покупців, результати опитувань або інші відповідні показники. Саме розмежування цих рівнів допомагає уникати необґрунтованих узагальнень.

У науковій роботі важливо враховувати й альтернативні пояснення отриманих результатів. Виявлена різниця між товарами може бути пов'язана з рецептурою, технологією виробництва, умовами зберігання, особливостями пакування або похибками вимірювання. Якщо проведене дослідження не дає змоги визначити конкретну причину, доцільно описати можливі чинники, не подаючи припущення як доведений факт. Такий підхід свідчить про коректне використання дослідницьких методів і розуміння меж власних висновків.

Аргументованість курсової роботи визначається не кількістю наведених фактів, а їхньою релевантністю, достовірністю та логічним зв'язком із висновками. Велика кількість таблиць, цитат або нормативних посилань сама по собі не забезпечує переконливості дослідження. Набагато важливіше показати, як використані дані допомагають розв'язати поставлені завдання, уточнити характеристики товару або обґрунтувати практичні рекомендації.

14.2. Логіка представлення результатів дослідження під час захисту курсової роботи

Захист курсової роботи є формою представлення та пояснення результатів проведеного дослідження. Його мета полягає в тому, щоб стисло й послідовно розкрити зміст роботи, продемонструвати розуміння обраної проблеми, обґрунтувати використані методи та пояснити значення отриманих результатів. На відміну від повного тексту курсової роботи, усний виступ повинен містити лише ті положення, які є необхідними для розуміння логіки дослідження та його основних результатів.

Підготовка до захисту розпочинається з визначення головної ідеї роботи. Необхідно сформулювати, яку проблему досліджено, чому вона має значення для товарознавства, що саме було об'єктом оцінювання та які результати отримано. Такий підхід допомагає уникнути надмірного переказування теоретичного матеріалу й зосередитися на власній аналітичній роботі.

Логіка виступу зазвичай відтворює загальну структуру дослідження: актуальність теми, мета й завдання, об'єкт і предмет, методи, основні результати, висновки та практичні рекомендації. Проте ці елементи не слід

подавати як формальний перелік. Кожна частина виступу повинна виконувати конкретну функцію та логічно переходити до наступної.

На початку захисту доцільно коротко пояснити значення обраної проблеми. Для товарознавчої тематики актуальність може бути пов'язана з необхідністю оцінювання якості й безпечності товарів, удосконалення асортименту торговельного підприємства, виявлення ознак можливої фальсифікації, перевірки інформації маркування або аналізу відповідності продукції встановленим вимогам. Актуальність має відображати зміст конкретної роботи, а не обмежуватися загальними твердженнями про важливість якості товарів для споживачів.

Після цього необхідно визначити мету та пояснити, яким чином її досягнення пов'язане з виконаними завданнями. Якщо метою було порівняльне оцінювання якості кількох товарних зразків, у виступі слід показати, які характеристики досліджувалися, чому були обрані відповідні методи та які результати дали змогу сформулювати підсумкові висновки. Якщо робота присвячена аналізу асортименту торговельного підприємства, важливо пояснити, за якими ознаками здійснювалося групування товарів, які показники аналізувалися та що виявлено під час порівняння асортиментних груп.

Окрему увагу потрібно приділити методам дослідження. Недостатньо просто назвати органолептичний, вимірювальний, розрахунковий, експертний або порівняльний метод. Необхідно коротко пояснити, для чого його застосовано та які дані він дозволив отримати. Наприклад, органолептичний метод використовують для оцінювання зовнішнього вигляду, кольору, запаху, смаку або консистенції товару відповідно до специфіки продукції та встановлених умов оцінювання. Розрахунковий метод застосовують для визначення відносних показників, структури асортименту, узагальнених індексів або інших кількісних характеристик. Порівняльний аналіз дає змогу виявити подібності й відмінності між зразками чи товарними групами.

Основна частина виступу має бути присвячена результатам, які безпосередньо відповідають меті дослідження. Доцільно вибрати кілька найбільш значущих результатів і пояснити їхнє практичне або наукове значення. Для порівняльної оцінки товарів це можуть бути відмінності за визначальними показниками якості, результати зіставлення з нормативними вимогами, особливості маркування або результати комплексного оцінювання. Для аналізу діяльності торговельного підприємства — структура асортименту, співвідношення товарних груп, показники якості, виявлені проблеми формування асортименту чи інформаційного забезпечення.

Таблиці, графіки, діаграми та фотографії зразків можуть зробити виступ наочнішим, проте кожний візуальний матеріал повинен мати чітке призначення.

Таблиця доречна тоді, коли потрібно порівняти кілька показників або зразків. Діаграма допомагає показати структуру чи співвідношення величин. Фотографії можуть підтверджувати особливості зовнішнього вигляду, пакування або маркування, якщо вони справді мають значення для дослідження. Зображення не повинні замінювати пояснення результатів: після демонстрації матеріалу необхідно сформулювати, яку інформацію він відображає та до якого висновку дає підстави дійти.

Під час представлення числових даних важливо не перевантажувати виступ усіма розрахунками, наведеними в роботі. Слід зосередитися на показниках, що допомагають зрозуміти результати. Якщо подаються відсоткові значення, потрібно розуміти базу їх розрахунку. Якщо порівнюються зразки, необхідно чітко зазначити, який показник аналізується та що означає його більше або менше значення. Якщо використовується комплексний показник якості, потрібно пояснити загальний принцип його формування, значення врахованих критеріїв і те, як інтерпретується отриманий результат.

Важливим етапом виступу є перехід від результатів до висновків. Висновки не повинні бути механічним повторенням назв розділів або загальними твердженнями про виконану роботу. Вони мають відображати відповіді на поставлені завдання та узагальнювати основні результати. Якщо в роботі було сформульовано практичні рекомендації, необхідно пояснити, на яких результатах вони ґрунтуються, яку проблему допомагають розв'язати та за яких умов можуть бути застосовані.

Логіка захисту передбачає узгодженість усіх частин виступу. Мета повинна відповідати змісту дослідження, методи — поставленим завданням, результати — застосованим методам, а висновки — фактично отриманим даним. Якщо в усному виступі з'являються твердження, яких немає в курсовій роботі або які не підтверджуються її матеріалами, це ускладнює обґрунтування наукової позиції. Тому підготовка до захисту передбачає повторне опрацювання тексту роботи, перевірку числових даних і чітке розуміння змісту кожного висновку.

Під час підготовки виступу необхідно враховувати регламент, установлений закладом освіти. Обсяг матеріалу має відповідати відведеному часу, а виклад — залишатися зрозумілим і послідовним. Доцільно заздалегідь продумати переходи між частинами доповіді, визначити основні тези та перевірити, чи можна пояснити кожен результат без тривалого читання тексту. Вільне й логічне представлення матеріалу свідчить про розуміння проведеного дослідження, тоді як просте зачитування великих фрагментів роботи часто ускладнює сприйняття її головних положень.

14.3. Відповіді на запитання та захист наукової позиції здобувача освіти

Запитання під час захисту курсової роботи спрямовані на уточнення змісту дослідження, перевірку розуміння використаних методів, оцінювання обґрунтованості висновків і з'ясування практичного значення отриманих результатів. Вони можуть стосуватися актуальності теми, вибору об'єктів дослідження, критеріїв оцінювання, використаних нормативних документів, методів розрахунку, причин виявлених відмінностей або можливостей застосування рекомендацій.

Здатність відповідати на запитання залежить не лише від знання тексту курсової роботи, а й від розуміння логіки дослідження. Механічне запам'ятовування формулювань не забезпечує готовності пояснити, чому було обрано певний метод, як отримано конкретний результат або які обмеження має сформульований висновок. Тому підготовка до захисту повинна передбачати повторне осмислення основних положень роботи та можливих проблемних аспектів.

Відповідь на запитання доцільно будувати за принципом прямого пояснення. Спочатку формулюється основна відповідь, потім наводиться її обґрунтування, а за потреби — фактичний приклад або посилання на відповідний результат дослідження. Якщо запитання стосується вибору методу, потрібно пояснити, які завдання він давав змогу розв'язати та чому відповідав характеристикам досліджуваних товарів. Якщо запитують про причини відмінностей між зразками, слід спиратися на отримані дані, відомості про товари та наукові джерела, не підміняючи факти припущеннями.

Наприклад, якщо під час захисту курсової роботи про порівняльне оцінювання якості харчових продуктів запитують, чому один зразок отримав вищу комплексну оцінку, відповідь має містити пояснення використаних показників, їхньої значущості та принципу узагальнення результатів. Якщо оцінювання передбачало застосування вагових коефіцієнтів, необхідно розуміти, чому окремим показникам надано відповідну вагу та як це вплинуло на кінцевий результат. Самого твердження про те, що показник виявився вищим, недостатньо для повного обґрунтування.

Запитання можуть виявляти слабкі місця дослідження: недостатню кількість зразків, обмеженість інформаційної бази, відсутність лабораторних випробувань або неможливість перевірити окремі властивості товару. У таких випадках науково коректна відповідь передбачає визнання меж проведеної роботи та пояснення того, які висновки залишаються обґрунтованими в межах наявних даних. Наприклад, якщо оцінювання ґрунтувалося лише на інформації маркування, доцільно зазначити, що воно дозволило проаналізувати повноту й

особливості товарної інформації, але не замінювало лабораторної перевірки складу чи безпечності продукції.

Захист наукової позиції не означає необхідності беззастережно відстоювати кожне формулювання курсової роботи. Його сутність полягає в умінні пояснити власні рішення, навести докази на їхню підтримку, розглянути обґрунтовані зауваження та за потреби уточнити висновок. Наукова позиція є переконливою тоді, коли вона ґрунтується на фактах і логіці, а не на категоричності висловлювань. Визнання обмежень дослідження не знецінює його результатів, якщо ці обмеження чітко визначені й не приховуються.

Під час відповіді на критичні зауваження важливо розрізняти уточнення, обґрунтовану критику та твердження, що потребують додаткового підтвердження. Якщо зауваження вказує на неточність у формулюванні, доцільно пояснити його зміст і за необхідності погодитися з потребою уточнення. Якщо висловлено альтернативне тлумачення результатів, слід зіставити його з наявними даними та пояснити, чому обрано певний підхід. Якщо питання виходить за межі проведеного дослідження, потрібно прямо зазначити це та окреслити, які додаткові дані або методи були б необхідні для відповіді.

Особливої уваги потребують запитання щодо достовірності джерел, правильності розрахунків і відповідності висновків отриманим результатам. Здобувач освіти має розуміти походження використаних даних, призначення нормативних документів, принципи добору показників та послідовність виконаних обчислень. Якщо в роботі використано інформацію з електронних ресурсів або інструментів штучного інтелекту для пошуку додаткових відомостей, мовного редагування чи створення ілюстрацій, необхідно дотримуватися вимог академічної доброчесності, перевіряти достовірність отриманої інформації та коректно відображати використані джерела відповідно до вимог закладу освіти. Жоден цифровий інструмент не замінює відповідальності автора за зміст роботи, достовірність результатів і самостійність сформульованих висновків.

Підготовка до відповідей передбачає повторення мети й завдань дослідження, методів, основних числових результатів, нормативних вимог, використаних джерел і практичних рекомендацій. Доцільно також заздалегідь сформулювати відповіді на типові запитання: чому обрано саме цю тему; за якими критеріями здійснювалося оцінювання; які результати мають найбільше значення; які обмеження має дослідження; у чому полягає практична цінність роботи; які подальші дослідження можуть доповнити отримані результати. Відповіді мають бути змістовними, але не надмірно розлогими.

Ефективна комунікація під час захисту передбачає уважне сприйняття запитання, дотримання академічного стилю та послідовне викладення думки. Необхідно відповісти саме на поставлене запитання, не переходячи до сторонніх тем і не повторюючи весь зміст роботи. Якщо формулювання запитання незрозуміле, доречно уточнити, який саме аспект потребує пояснення. Якщо відповідь потребує точного числового значення або спеціального терміна, важливо уникати імпровізованих даних і за можливості звернутися до матеріалів дослідження.

Отже, захист курсової роботи з товарознавства є логічним продовженням проведеного дослідження. Він вимагає не лише знання змісту роботи, а й уміння пояснювати взаємозв'язок між метою, методами, фактичними результатами, висновками та практичними рекомендаціями. Наукова аргументація, послідовність усного виступу та обґрунтовані відповіді на запитання засвідчують, наскільки самостійно й усвідомлено опрацьовано обрану проблему. Переконливість захисту визначається не категоричністю тверджень або обсягом представленої інформації, а точністю фактів, логічністю пояснень і відповідністю висновків реальним результатам дослідження.

Література:

Дударев І. М., Кузьмін О. В. Практикум з методології наукових досліджень: навчальний посібник. Одеса: Олді+, 2023. 277 с.

Рекомендовані джерела інформації

1. Дударев І. М., Кузьмін О. В. Практикум з методології наукових досліджень: навчальний посібник. Одеса: Олді+, 2023. 277 с.
2. Вихрущ В. О., Козловський Ю. М. Методологія та методика наукового дослідження: підручник. Львів: Вид-во Львів. політехн., 2020. 335 с.
3. Бойко Ю. П., Тарасова О. В. Основи наукових досліджень: навчальний посібник. Хмельницький: ХНУ, 2023. 138 с.
4. Рускуліс Л. Академічна доброчесність : навч-метод. посіб. / Л. Рускуліс. - Миколаїв : Іліон, 2022. - 86 с.
5. Опорний конспект лекцій «Кваліметрія» [Електронний ресурс] / Укладачі : Д. М. Одарченко, Є. Б. Соколова – Електрон. дані. – Х. : ХДУХТ, 2020
6. Сенсорний аналіз : навчальний посібник / Н. В. Голембовська [та ін.]. - К. : НУБіП України, 2023. - 321 с.
7. Мельник Т.Ю. Товарознавство : підручник [Електронне видання] / Т. Ю. Мельник. – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. – 364 с.
8. Верхівкер Я.Г., Гарбажий К.С., Луцькова В.А. Товарознавство споживчих товарів. Пакування. Митне оформлення : навчальний посібник, частина 1. К. : Олді+, 2022. 324 с.
9. Верхівкер Я.Г., Гарбажий К.С., Луцькова В.А. Товарознавство споживчих товарів. Пакування. Митне оформлення : навчальний посібник, частина 2, лабораторний практикум. К. : Горач О.О., Новікова Н.В. Товарознавство харчових продуктів: навч. посібник. Херсон: ХДАЕУ, 2023. 345 с.
10. Сегеда І.В. Товарознавство: продовольчі товари : навч. посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 224 с.
11. Ярошевич Т.С. Товарознавство харчових продуктів рослинного походження. Електронний навч. посібник, 2021. URL: https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/%D0%AF%D1%80%D0%BE%D1%88%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%87%202/index.html
12. Ярошевич Т.С. Товарознавство харчових продуктів тваринного походження. Електронний навчальний посібник, 2022. URL: https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/%D0%AF%D1%80%D0%BE%D1%88%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D1%87%20%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9/index.html
13. Довідник товарознавця. Продовольчі товари [за ред. С.В. Князя]. Видавництво Львівської політехніки, 2021. 684 с.
14. Зрезарцев М.П., Зрезарцев В.М., Параніч В.П. Товарознавство непродовольчих товарів: навчальний посібник., 2022. Центр навчальної літератури (ЦНЛ). 328с.
15. Український класифікатор товарів зовнішньоекономічної діяльності. URL: <https://www.qdpro.com.ua/goodinfo>
16. Квятко Т. М., Мандич О. В., Сєвідова І. О., Бабко Н. М., Романюк І. А., Вітковський Ю. П., Микитась А. В. Маркетингові дослідження: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.

Міждисциплінарна курсова робота. Товарознавство [текст]: Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітніх програм «Товарознавство та експертиза в митній справі» та «Митна справа та торгівля» спеціальності D7 Торгівля галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право» денної та заочної форм навчання/ уклад. О.І. Передрій, Т.С. Ярошевич – Луцьк: ЛНТУ, 2026. – 102 с.

Комп'ютерний набір
Редактор

О.І. Передрій
О.І.Передрій

Підп. до друку 2026 р.
Формат 60x84 1/16
Папір офс. Гарн. Times New Roman
Ум. друк. арк. 6,5.
Авторські арк. 5,8.

Луцький національний технічний університет
43018, м. Луцьк, вул. Львівська, 75

