

mizhnarodnoi mihratsii v umovakh hlobalizatsii svitovoi ekonomiky [Macroeconomic consequences of international migration in the context of globalization of the world economy]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-52> URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3770/3691> [in Ukrainian].

Відомості про автора

АЛЕКСАНДРІУК Ігор Вікторович – аспірант третього року навчання кафедри економіки та економічної безпеки, Університет митної справи та фінансів (49000, м. Дніпро, вул. Володимира Вернадського, 2/4, e-mail: university.msf@gmail.com).

ALEKSANDRIUK Ihor – Postgraduate Student of the Third Year of Study of the Department of Economics and Economic Security, University of Customs and Finance (49000, Dnipro, 2/4, Volodymyr Vernadsky Str., e-mail: university.msf@gmail.com).

УДК 658.62:004.738.5

DOI: 10.37128/2411-4413-2024-4-4

**ТОВАРОЗНАВЧА
ЕКСПЕРТИЗА В
E-COMMERCE**

ВОЛОШИН Р.В.,
*кандидат економічних наук, доцент
кафедри підприємництва і торгівлі,
Західноукраїнський національний університет,
(м. Тернопіль)*

У статті розглянуто актуальну проблему забезпечення високої якості продукції в умовах швидкого розвитку електронної комерції (e-commerce). Розкрито особливості товарознавчої експертизи як важливого інструменту контролю якості товарів, проведено аналіз чинників, які впливають на експертизу такого типу в умовах традиційної та онлайн-торгівлі. Охарактеризовано основні проблеми, пов'язані з проведенням товарознавчої експертизи в умовах дистанційного продажу товарів, серед яких: непрямий контакт з об'єктом експертизи, проблеми з ідентифікацією товару, обмежені можливості товарознавчих методів, а також зростання впливу суб'єктивних оцінок, маркетингових і соціальних інструментів на формування уявлення споживачів про якість товарів.

В роботі використано загальнонаукові методи і підходи, зокрема метод системного аналізу, методи спостереження, порівняння і узагальнення, а також методи діалектики, контролю і синтезу. На основі порівняльного аналізу визначено відмінності між підходами до товарознавчої експертизи в традиційній та електронній торгівлі, встановлено залежність контролю якості в e-commerce від неформальних інструментів оцінки, заснованих на рейтингах, споживчих відгуках, рекомендаціях блогерів та оглядачів. Наголошено на недосконалості таких механізмів через низьку об'єктивність, вразливість до маніпуляцій і непрофесійність.

Запропоновано напрями удосконалення методології товарознавчої експертизи у відповідності до умов електронної комерції за рахунок використання потенціалу цифрових технологій, здатних компенсувати обмеження традиційних методів контролю якості товарів. Серед основних рекомендацій акцентовано увагу на можливостях блокчейну з

точки зору забезпечення прозорості походження і руху товарів, Інтернету речей з позиції моніторингу параметрів продукції в умовах реального часу, аналітики великих даних і штучного інтелекту щодо виявлення недоброчесних відгуків, рейтингів і продавців, а також 3D-сканування для дистанційного оцінювання характеристик продукції. На основі отриманих результатів зроблено висновки щодо необхідності перегляду методологічних засад товарознавчої експертизи для кращого регулювання процесів контролю якості продукції в онлайн-торгівлі.

Ключові слова: товарознавча експертиза, e-commerce, контроль якості, цифрові технології, блокчейн, Інтернет речей, аналітика великих даних.

Табл.: 2. Літ.: 15.

COMMODITY EXPERTISE IN E-COMMERCE

VOLOSHYN Roman,
*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
of the Department of Entrepreneurship and Trade,
West Ukrainian National University
(Ternopil)*

The article addresses the pressing issue of ensuring high product quality in the context of the rapid development of e-commerce. It explores the features of commodity expertise as a crucial tool for quality control, analyzing the factors influencing such expertise in both traditional and online trade. The study identifies key challenges associated with conducting commodity expertise in remote sales conditions, including indirect contact with the examined object, difficulties in product identification, limited capabilities of commodity research methods, and the increasing impact of subjective evaluations, marketing, and social tools on consumers' perceptions of product quality.

The research employs general scientific methods and approaches, including systematic analysis, observation, comparison, generalization, dialectical methods, as well as control and synthesis techniques. Through comparative analysis, the differences between traditional and e-commerce approaches to commodity expertise are identified, demonstrating the dependence of quality control in e-commerce on informal assessment tools such as ratings, consumer reviews, blogger recommendations, and expert reviews. The study highlights the shortcomings of these mechanisms due to their low objectivity, susceptibility to manipulation, and lack of professionalism.

The article proposes ways to improve the methodology of commodity expertise in e-commerce by leveraging digital technologies that can compensate for the limitations of traditional quality control methods. Key recommendations emphasize the potential of blockchain to enhance transparency in product origin and movement, the Internet of Things (IoT) for real-time monitoring of product parameters, big data analytics and artificial intelligence for detecting fraudulent reviews, ratings, and sellers, as well as 3D scanning for remote evaluation of product characteristics. Based on the findings, the study concludes that there is a need to revise the methodological foundations of commodity expertise to better regulate quality control processes in online trade.

Key words: commodity expertise, e-commerce, quality control, digital technologies, blockchain, Internet of Things, big data analytics.

Tabl.: 2. Ref.: 15.

Постановка проблеми. Одним із основних завдань розвитку торговельних економічних систем є забезпечення якості та безпечності продукції. Ця вимога глибоко інтегрована в нормативно-правову і стратегічну складові державної політики і бізнесу. Вона має інституціональний характер і в

достатній мірі реалізується на практиці. Основа політики безпечності та якості продукції закладена в системі глобальних цілей ООН і міжнародних стандартів, визначена в нормативно-правових актах і деталізована в технічних регламентах та інструкціях. Одним із інструментів забезпечення якості та безпечності продукції є товарознавча експертиза. Вона передбачає проведення детального дослідження параметрів якості продукції, формування висновку чи видачу сертифікату на основі отриманих результатів. Товарознавча експертиза є дієвим важелем впливу на управління якістю продукції, оскільки дозволяє контролювати і перевіряти її на виробництві чи в торговельній системі. Однак, в умовах зростання ролі та значення електронної комерції, суттєво змінюються умови використання цього інструменту.

Електронна комерція трансформує процес купівлі-продажу товарів. У порівнянні з традиційною торгівлею, вона не забезпечує безпосереднього контактування покупця з продукцією, не надає можливості йому випробувати чи перевірити товар в момент вибору. Транскордонний характер онлайн-торгівлі та її персоніфікація суттєво зменшують можливості державних контролюючих органів щодо виконання власних функцій у сфері контролю. Зважаючи на це, питання організації і забезпечення товарознавчої експертизи в e-commerce становить актуальну науково-практичну проблему, яка потребує детального вивчення і вирішення у відповідності до сучасних умов розвитку економіки і торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема товарознавчої експертизи в умовах електронної комерції набуває все більшої актуальності, зважаючи на зростання ролі Інтернет-торгівлі. Аналіз сучасних наукових публікацій і досліджень дає змогу виокремити ряд важливих напрямів в межах окресленої проблематики. В першу чергу заслуговують на увагу роботи О. Базуленко, Є. Калінського і С. Дrajниці, К. Василець, Є. Соколової і Л. Трембач, а також Л. Шостак, в яких викладено теоретичні засади товарознавчої експертизи як інструмента забезпечення якості товарів, визначено її форми, функції і завдання. Особливості e-commerce з точки зору контролю якості товарів детально розглянуті у працях переважно зарубіжних вчених, які розглядають можливість використання цифрових технологій для ідентифікації товарів і підвищення їхньої якості в умовах електронної торгівлі (М. Лю), аналізують ефективність використання відгуків у системі оцінки якості (Р. Фільєрі, С. Роман, І. Рікельмме, Д. Якобуччі, С. Хе, Б. Голленбек, Д. Просерпіо), а також розглядають питання довіри до неформальних оцінок і рейтингів у системі електронної торгівлі (Н. Пенья-Гарсія, М. Лосада-Отарола, Д. Перез Ауза, М. Круз, Т. Гаєвська, Д. Зімон, Г. Качор, П. Мадзік). Однак, не зважаючи на це, значна частина досліджуваної проблеми потребує більш глибокого вивчення. Особливо актуальним таке завдання є для визначення особливостей електронної комерції з точки зору забезпечення якості та безпечності продукції, оцінки різниці між товарознавчою експертизою в системах традиційної і онлайн-торгівлі а також вироблення пропозицій щодо подальшого розвитку методології товарознавчої експертизи в умовах e-commerce.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є вивчення

особливостей e-commerce з точки зору проведення товарознавчої експертизи, що передбачає вирішення ряду науково-практичних завдань, зокрема: визначення ролі електронної комерції в системі сучасної торгівлі, виявлення її характеристик з точки зору можливості забезпечення контролю якості товарів, порівняння умов проведення товарознавчої експертизи в умовах традиційної і онлайн-торгівлі, а також розробку рекомендацій щодо забезпечення якості продукції в e-commerce.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вимогу щодо права споживача на якісний, безпечний, комплектний товар, який відповідає заявленим розмірам, вазі та ціні закріплено в статті 17 Закону України «Про захист прав споживачів» [6]. Там же міститься норма щодо права на проведення експертизи у разі втрати якості продукції в період гарантійного строку її експлуатації. Фальсифікація чи недотримання умов якості є доволі поширеними явищами в сучасній торгівлі. В торговельних закладах часто виявляють товари, які не відповідають вимогам стандартів, є небезпечними або інформація про них не відповідає дійсності. [1, с. 27]. Саме тому, для вирішення проблеми недобросовісної торгівлі існує механізм товарознавчої експертизи. Проведення такої експертизи може відбуватися на різних умовах, в залежності від статусу, сфери діяльності чи інтересів різних сторін.

Нормативне регламентування товарознавчої експертизи визначене в «Інструкції про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень» [5]. В межах цього акту вказано основні цілі товарознавчої експертизи і її завдання, однак, не наведено чіткого трактування досліджуваної категорії. Визначення товарознавчої експертизи, наведені в науковій літературі, дозволяють характеризувати її застосування в різних умовах торговельної діяльності, досить точно вказують на її особливості, і, в більшості, є схожими між собою (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз та особливості визначень дефініції «Товарознавча експертиза»

Визначення дефініції «товарознавча експертиза»	Особливість визначення
Дослідження споживчих властивостей товарів за органолептичними, фізико-хімічними і мікробіологічними показниками, кількісними характеристиками для визначення їх якості та відповідності наявним стандартам [1, с. 27].	Фокус на споживчих властивостях і показниках, врахування кількісних параметрів, спрямованість на визначення якості з точки зору відповідності стандартам
Дослідження властивостей товарів з метою їх ідентифікації, класифікації, визначення якісних характеристик, відповідності певним вимогам тощо [3, с. 170]	Має відношення до ідентифікації, класифікації і визначення якості товарів з точки зору відповідності визначеним вимогам
Дослідження товарів, сировини, обладнання з метою визначення їх якості, характеристик, розміру заподіяної матеріальної шкоди внаслідок їх пошкодження, вартості проведення ремонтно-відновлювальних робіт щодо них, а також їх відповідності існуючим стандартам [7]	Стосується не тільки товарів, але й сировини і обладнання, враховує оцінку матеріальної шкоди і вартість відновлення, звертає увагу на відповідність стандартам
Передбачає вивчення і визначення основних споживчих властивостей товарів, їх змін в процесі виробництва, транспортування, зберігання, реалізації, відповідності визначених, передбачених заявками показників вимогам нормативної документації [2]	Враховує зміни споживчих властивостей товарів на різних етапах життєвого циклу, акцентує увагу на відповідності товарів нормативним вимогам і заявкам

Джерело: сформовано автором на основі [1; 2; 3; 7]

Науковці трактують товарознавчу експертизу як певне дослідження, дія якого спрямована на ідентифікацію властивостей товарів та інших об'єктів. Узагальнюючи наведені визначення, можна сформулювати наступне: товарознавча експертиза – це дослідження споживчих властивостей товарів, сировини та обладнання з використанням органолептичних, фізико-хімічних чи мікробіологічних методів, що проводиться з метою ідентифікації чи класифікації товарів, визначення їх якості, виявлення фальсифікацій та дефектів, а також оцінки змін, які відбуваються з товаром у процесі виробництва, транспортування, зберігання та реалізації. Товарознавча експертиза включає аналіз відповідності продукції нормативним вимогам (ДСТУ, ISO, НАССР тощо), а також може бути застосована для визначення матеріальної шкоди чи вартості відновлювальних робіт. Основною метою експертизи є отримання об'єктивної, достовірної та верифікованої інформації про товар. Водночас, в прикладному аспекті експертиза може бути спрямована на задоволення інформаційних потреб замовника відповідно до конкретного завдання.

У процесі такої експертизи вирішуються наступні завдання:

- визначення якісних характеристик товарів і встановлення їх відповідності нормативним вимогам;
- встановлення приналежності товару до певної групи в класифікаційних системах;
- виявлення змін у властивостях продукції під впливом зовнішніх чинників;
- встановлення походження товару і способу його виробництва;
- перевірка відповідності умов пакування, транспортування і зберігання товарів встановленим вимогам.

Залежно від мети, сфери застосування чи правового статусу, товарознавчу експертизу можна поділити на офіційну, незалежні дослідження, а також аналіз відповідності продукції. Офіційна експертиза здійснюється сертифікованими експертами в межах судових процесуальних дій, митних процедур чи діяльності органів сертифікації. Її висновки мають юридичну силу і є чітко регламентованими. Незалежні дослідження проводяться фахівцями та експертами в межах споживчої оцінки якості продукції, внутрішнього аудиту чи маркетингових досліджень. Їх результати використовуються для управлінської аналітики і носять інформаційний характер. Аналіз відповідності продукції здійснюється лабораторіями і державними установами, що мають відповідну акредитацію. Результати таких досліджень оформляються у вигляді висновків чи сертифікатів і можуть використовуватися для підтвердження якості в судових, митних органах, а також для інших цілей.

Товарознавча експертиза є одним із ключових інструментів забезпечення та контролю якості товарів. Вона має високий рівень нормативно-правової регламентації і достатньо високий рівень ефективності з точки зору традиційної торгівлі. Ефективність товарознавчої експертизи визначається її здатністю

забезпечувати достовірність, об'єктивність і повноту оцінки якості товарів на всіх етапах їх життєвого циклу.

Водночас, в умовах цифровізації економіки виникають нові виклики для товарознавчої експертизи, що обумовлює необхідність перегляду та адаптації експертних процедур. Одним із таких викликів є цифровізація економіки і суспільних процесів, яка у сфері торгівлі найбільше проявляється через сферу електронної комерції (e-commerce). За даними аналітиків McKinsey станом на 2024 рік розмір ринку електронної комерції досягнув 6,3 трлн. дол. США, що становить близько 25 % загального обсягу продажів по усьому світу, а до 2027 року очікується подальше зростання цього сегменту до рівня 8 трлн. дол. США [15]. Одним із каталізаторів стрімкого розвитку сектору електронної комерції стали обмеження, пов'язані з пандемією COVID-19, що змусили бізнес переходити на дистанційні формати продажів.

Цифровізація торгівлі значно розширила можливості для споживачів завдяки персоналізації покупок, пропозиції сервісів для пошуку, вибору і покупки товарів, удосконаленню логістичних процесів і зручним способам здійснення платежів. В той же час, вона обумовила формування нових запитів і викликів сфери торгівлі, які потребують глибокого аналізу на різних рівнях соціально-економічної взаємодії.

Ключовими викликами на операційному рівні стали проблеми ідентифікації та оцінки якості товарів у межах онлайн-торгівлі, а також трансформація логістичних ланцюгів і структури витрат. На регуляторному рівні особливої уваги заслуговують питання посилення контролю за безпекою товарів у межах транснаціональної онлайн-торгівлі, захист персональних даних, а також податкове врегулювання цифрових транзакцій. На стратегічному рівні основні виклики пов'язані з можливостями використання технології блокчейн для підтвердження автентичності продукції і відстеження її походження, з формуванням запитів на визначення відповідності товарів вимогам маркетплейсів цифрових платформ, а також зі зміною бізнес-моделей в торгівлі.

В таких умовах значно ускладнилася можливість для проведення товарознавчої експертизи як інструмента забезпечення якості та безпечності продукції. Дистанційний характер електронної торгівлі та багатоетапність онлайн-покупок вносить значні корективи у методологію товарознавчої експертизи. Відповідно до цього проведення експертизи із застосування товарознавчих методів можливе тільки на завершальному етапі покупки – після отримання товару. Таким чином, оцінка якості та безпечності товарів на етапах вибору, прийняття рішення і оформлення замовлення не можуть опиратися на результати офіційної товарознавчої експертизи. Натомість підтвердження характеристик товарів, оцінка вартості, дефектів тощо, передбачені процедурами такої експертизи, залишаються доступними після отримання товару.

Компаративний аналіз умов проведення експертизи в традиційній та онлайн-торгівлі дозволяє виявляти відмінності та пропонувати рекомендації

щодо трансформації методологічних засад товарознавчої експертизи в умовах електронної комерції (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняння умов проведення товарознавчої експертизи в традиційній та електронній торгівлі

Параметр порівняння	Традиційна торгівля	Онлайн-торгівля
доступ до об'єкта експертизи	прямий контактний	обмежений дистанційний, через зображення або цифрові дані
органолептична оцінка	повноцінна із застосування усіх сенсорних методів	обмежена із використанням тільки візуальної інформації
інструментальні методи	пряме застосування вимірювальних приладів	дистанційне використання технологій вимірювання, довіра до даних виробника
відбір проб і зразків	стандартизовані методи відбору для лабораторних досліджень	можливість відбору зразків тільки після завершення покупки і отримання товару
ідентифікація товару	комплексна, за всіма характеристиками і маркуванням	обмежена, за зображенням і цифровими даними
оцінка маркування	пряма перевірка маркування і супровідної документації	обмежена, на основі наданих зображень
часові рамки	одноетапна експертиза в будь-який момент придбання	двоетапний процес, що включає попередню оцінку до моменту покупки із верифікацією після отримання товару
обсяг вибірки	можливість огляду різних зразків окремої партії товарів	обмежена типовим зразком або візуальною інформацією про товар
нормативно-правова база	усталені стандарти і методика експертизи	відсутність адаптованої методики дистанційної товарознавчої експертизи

Джерело: самостійна розробка автора

Основні відмінності між форматами проведення товарознавчої експертизи в умовах традиційної та онлайн-торгівлі полягають у різниці в доступі до об'єкта дослідження. Традиційна парадигма експертизи передбачає безпосередній фізичний контакт з товаром, що дозволяє проводити комплексну органолептичну оцінку на основі повного набору сенсорних показників. Дистанційний формат суттєво трансформує цей процес, пропонуючи тільки опосередковану оцінку на основі цифрового репрезентування товару, що вимагає модифікації методологічного апарату експертизи. Двоетапність покупки в e-commerce дезінтегрує процедуру експертизи на попередню (дистанційну) і безпосередню (пов'язану із верифікацією попередніх висновків).

Товарознавча експертиза як елемент впевненості в якості товару в умовах електронної комерції замінюється іншими інструментами переважно маркетингового і соціологічного характеру. Одним із таких інструментів є брендування товарів, яке дозволяє формувати у споживачів довіру до продукції певної торгової марки [14]. Вища вартість таких товарів виступає платою за експертизу, яка в цьому випадку виконується в межах системи управління якістю на виробництві та в розподілі. Іншим інструментом підтвердження якості продукції виступає неформальна експертиза у виконанні оглядачів, журналістів, інших покупців [9], а також інструментів маркетингової соціології на кшталт рейтингів [4]. При цьому, формат такої експертизи є неофіційним,

спрямованим на споживчі запити і носить переважно оглядовий характер. Тільки в окремих випадках в межах такої експертизи використовуються офіційні товарознавчі методи. Чинником верифікації результатів такої експертизи виступає рівень популярності та довіри, які, однак, досить часто піддаються маніпуляціям і спотворенню [13].

Дослідження «Опитування місцевих споживачів» від Brightlocal підтверджує високий рівень довіри онлайн-покупців до відгуків, розміщених на електронних платформах. Відповідно до цього близько 75 % опитаних покупців завжди або регулярно читають відгуки про товар перед покупкою і тільки 3 % ніколи не читають їх. Так само впливають на оцінку якості інтернет рейтинги. Результати опитування свідчать про те, що 71 % споживачів не розглядають можливості співпраці з бізнесом, що має рейтинг, нижче, ніж три зірки [10].

Таким чином, якісна товарознавча експертиза в e-commerce через особливості дистанційного формату торгівлі частково замінюється маркетинговими і соціологічними інструментами, які дозволяють споживачам оцінювати товари в момент вибору і покупки. Однак, через високий рівень маніпуляцій і зловживань, а також через невідповідність критеріям експертності, ці інструменти забезпечення залишаються ненадійними. В таких умовах варто звернути увагу на потенціал, яким володіють цифрові інструменти ідентифікації, відстеження та верифікації товарів.

Прикладом технологій, спроможних компенсувати окремі елементи комплексної експертизи товарів є блокчейн, Інтернет речей, аналітика великих даних, 3D технології та інші. Використання блокчейну дозволяє забезпечувати криптографічний захист інформації про товар на усьому шляху від виробника до споживача. Це дає змогу відстежувати походження, рух товарів і акумулювати інформацію щодо їх продажу та експлуатації. На основі цієї ж технології можуть бути сформовані цифрові сертифікати відповідності. Інтернет речей за рахунок використання сенсорів і датчиків інтегрованих зі смарт-пристроями, а також методи спектрального аналізу чи 3D сканування дозволяють підвищувати сенсорний контекст інформації про товари. Технології аналітики великих даних і штучного інтелекту дають змогу відстежувати фальшиві відгуки і недобросовісних виробників та продавців товарів.

Висновки. Отже, товарознавча експертиза є важливим інструментом контролю якості та безпечності продукції. В умовах електронної комерції її ефективність значно обмежується через застосування дистанційного формату торгівлі. Відповідно до цього традиційні методи оцінки якості, засновані на органолептичних, фізико-хімічних і мікробіологічних показниках, не можуть бути в повній мірі застосовані в e-commerce і це створює виклики з точки зору достовірного і об'єктивного оцінювання якості товарів. Електронна комерція пропонує компенсаційні механізми, здатні характеризувати параметри продукції, оцінювати рівень їх відповідності споживчим запитам і формувати

атмосферу довіри у вигляді системи відгуків, рейтингів, брендів тощо. Однак, через ризики некомпетентності, маніпуляції і фальсифікації такого типу експертизи її вплив на забезпечення якості продукції є обмеженим.

Результати компаративного аналізу особливостей традиційної і онлайн-торгівлі підтвердили наявність відмінностей у фізичному доступі до об'єктів експертизи, що впливає на можливості застосування методів оцінювання і проявляється у нормативно-правовому регулюванні. Відповідно до цього, якщо традиційна товарознавча експертиза ґрунтується на прямому фізичному контакті з товаром, онлайн-формат обмежує можливості експертизи інформаційно-візуальним контентом. Таким чином, забезпечення ефективної експертизи товарів в e-commerce потребує удосконалення її методики. Для цього необхідно раціонально інтегрувати цифрові технології, такі як блокчейн, 3D сканування, Інтернет речей, аналітика великих даних і т.д. в систему дистанційної товарознавчої експертизи задля покращення можливостей з ідентифікації товарів, відстеження їхнього походження та оцінки параметрів якості з допомогою дистанційного 3D сканування чи спектрального аналізу.

Проблема застосування товарознавчої експертизи в електронній комерції є новою і недостатньо висвітленою в науковій літературі. Вона містить широке поле відкритих і дискусійних положень, які потребують більш глибокого наукового розкриття. В першу чергу це стосується розвитку нормативно-правового і методологічного апарату онлайн-експертизи, детальної оцінки можливостей цифрових інструментів забезпечувати контроль якості продукції, а також наукового обґрунтування можливості використання маркетингових і соціологічних методів в якості елементів системи забезпечення якості та безпечності товарів в електронній комерції.

Список використаних джерел

1. Бозуленко О.Я. Теоретичні засади товарознавчої експертизи. *Роль і перспективи розвитку товарознавчих та економічних експертиз у державному і приватному секторах*: матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 28 травня 2021 року). Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 26-29.
2. Експертиза в міжнародній торгівлі: методичні вказівки та завдання для практичних занять для студентів факультету управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю спеціальностей 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», спеціалізації «Управління безпечністю та якістю товарів». К.К. Василюк, Є.Б. Соколова, Л.І. Трембач. Харків: ХДУХТ, 2017. 40 с.
3. Калінський Є.О., Дrajниця С.А. Особливості проведення товарознавчих експертиз із визначення кодів товару згідно з УКТ ЗЕД. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2024. № 2 (89).

C. 169–172. DOI: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2024.2.38>

4. Нове дослідження встановило, що 91% споживачів перевіряє відгуки перед покупкою. *PRO Ідеї*. 2024. URL: <https://www.proidei.com/reviews-1808/> (дата звернення: 18.12.2024).

5. Про затвердження Інструкції про призначення та проведення судових експертиз та експертних досліджень та Науково-методичних рекомендацій з питань підготовки та призначення судових експертиз та експертних досліджень: Наказ Міністерства юстиції України від 08.10.1998 № 53/5. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0705-98> (дата звернення: 18.12.2024).

6. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 №1023-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> (дата звернення: 18.12.2024).

7. Товарознавча експертиза. Західно-Український Експертно-Консультативний Центр. 2023. URL: <https://zueks.com.ua/sudovi-ekspertyzy-ta-doslidzhennia/tovarovnavcha-ekspertyza> (дата звернення: 18.12.2024).

8. Шостак Л.В. Експертиза товарів та послуг : конспект лекцій. Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки», 2023. 83 с.

9. Filieri R. What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*. 2015. Vol. 68. Issue 6. P. 1261–1270. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.006>

10. Gajewska T., Zimon D., Kaczor G., Madzik P. The impact of the level of customer satisfaction on the quality of e-commerce services. *International Journal of Productivity and Performance Management*. 2020. Vol. 69. Issue 4. P. 666-684. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2019-0018>

11. He S., Hollenbeck B., Proserpio D. The market for fake reviews. *Marketing Science*. 2022. Vol. 41 (5). P. 896-921. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3664992>

12. Liu M. Analysis of Cross-Border E-Commerce Commodities in Internet of Things Based on Semantic Traceability Algorithm. *Mathematical Problems in Engineering*. 2022. Vol. 2022. Issue 1. 2017827. DOI: <https://doi.org/10.1155/2022/2017827>

13. What is e-commerce? McKinsey & Company. 2023. URL: https://www.mckinsey.com/~/_media/mckinsey/featured%20insights/mckinsey%20explainers/what%20is%20e%20commerce/what-is-e-commerce_final.pdf (дата звернення: 18.12.2024).

14. Peña-García N., Losada-Otálora M., Pérez Auza D., Cruz M. Reviews, trust, and customer experience in online marketplaces: The case of Mercado Libre Colombia. *Frontiers in Communication*. 2024. Vol. 9. 1460321. DOI: <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1460321>

15. Román S., Riquelme I. P., Iacobucci D. Fake or credible? Antecedents and consequences of perceived credibility in exaggerated online reviews. *Journal of*

References

1. Bozulenko, O.Ya. (2021). *Teoretychni zasady tovaroznavchoi ekspertyzy* [Theoretical foundations of commodity expertise]. Proceedings from MIIM '12: *I Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia «Rol i perspektyvy rozvytku tovaroznavchyykh ta ekonomichnykh ekspertyz u derzhavnomu i pryvatnomu sektorkh» – I International Scientific and Practical Conference «The role and prospects for the development of commodity and economic expertise in the public and private sectors»*. (pp. 26–29). Odessa: Vydavnychiy dim «Helvetyka» [in Ukrainian].
2. Vasylets, K.K., Sokolova, Ye.B., & Trembach, L.I. (2017). *Ekspertyza v mizhnarodnii torhivli: Metodychni vказivky ta zavdannia dlia praktychnykh zaniat dlia studentiv* [Expertise in international trade: Methodological guidelines and practical tasks for students]. Kharkiv: KhDUKhT [in Ukrainian].
3. Kalynskyy, Ye.O., & Drazhnytsia, S.A. (2024). *Osoblyvosti provedennia tovaroznavchyykh ekspertyz iz vyznachennia kodiv tovaru zghidno z UKT ZED* [Peculiarities of conducting commodity expertise to determine product codes according to the Ukrainian Classification of Goods for Foreign Economic Activity]. *Visnyk Khersonskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu – Bulletin of the Kherson National Technical University*, 2 (89), 169–172. DOI: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2024.2.38> [in Ukrainian].
4. *Nove doslidzhennia vstanovylo, shcho 91% spozhyvachiv pereviriaie vidhuky pered pokupkoiu* [A new study found that 91% of consumers check reviews before purchasing]. (2024). *PRO Idei – PRO Ideas*. Retrieved from: <https://www.proidei.com/reviews-1808/> [in Ukrainian].
5. Pro zatverdzhennia Instruksii pro pryznachennia ta provedennia sudovykh ekspertyz ta ekspertnykh doslidzhen ta Naukovo-metodychnykh rekomendatsii z pytan pidhotovky ta pryznachennia sudovykh ekspertyz ta ekspertnykh doslidzhen: Nakaz Ministerstva yustytzii Ukrainy № 53/5 [On approval of the Instructions on the appointment and conduct of forensic examinations and expert studies and Scientific and Methodological Recommendations on the preparation and appointment of forensic examinations and expert studies: Order of the Ministry of Justice of Ukraine № 53/5]. (1998, October 8). zakon.rada.gov.ua. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0705-98> [in Ukrainian].
6. Pro zakhyst prav spozhyvachiv: Zakon Ukrainy № 1023-XII [On the Protection of Consumer Rights: Law of Ukraine № 1023-XII]. (1991, May 12). zakon.rada.gov.ua. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text> [in Ukrainian].
7. *Tovaroznavacha ekspertyza*. Zakhidno-Ukrainskyi Ekspertno-Konsultatyvnyi Tsentр [Commodity Expertise. Western Ukrainian Expert and Consultative Center].

(2023). *zuekc.com.ua*. Retrieved from: <https://zuekc.com.ua/sudovi-ekspertyzy-ta-doslidzhennia/tovarovnavcha-ekspertyza> [in Ukrainian].

8. Shostak, L.V. (2023). *Ekspertyza tovariv ta posluh: Konspekt lektsii* [Expertise of goods and services: Lecture notes]. Lutsk: Volynskyi natsionalnyi universytet imeni Lesi Ukrainky [in Ukrainian].

9. Filieri, R. (2015). What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68 (6), 1261–1270. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.006> [in English].

10. Gajewska, T., Zimon, D., Kaczor, G., & Madzík, P. (2020) The impact of the level of customer satisfaction on the quality of e-commerce services, *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69 (4), 666–684. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJPPM-01-2019-0018> [in English].

11. He, S., Hollenbeck, B., & Proserpio, D. (2022). The market for fake reviews. *Marketing Science*, 41 (5), 896–921. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3664992> [in English].

12. Liu, M. (2022). Analysis of cross-border e-commerce commodities in Internet of Things based on semantic traceability algorithm. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022 (1). 2017827. DOI: <https://doi.org/10.1155/2022/2017827> [in English].

13. Peña-García, N., Losada-Otálora, M., Pérez Auza, D., & Cruz, M. (2024). Reviews, trust, and customer experience in online marketplaces: The case of Mercado Libre Colombia. *Frontiers in Communication*, 9, 1460321. DOI: <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1460321> [in English].

14. Román, S., Riquelme, I.P., & Iacobucci, D. (2023). Fake or credible? Antecedents and consequences of perceived credibility in exaggerated online reviews. *Journal of Business Research*, 156, 113466. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113466> [in English].

15. What is e-commerce? McKinsey & Company. (2023). *mckinsey.com*. Retrieved from: https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/mckinsey%20explainers/what%20is%20e%20commerce/what-is-e-commerce_final.pdf [in English].

Відомості про автора

ВОЛОШИН Роман Володимирович – кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва і торгівлі, Західноукраїнський національний університет (46009, м. Тернопіль, вул. Львівська, 11, e-mail: roman_vol@ukr.net).

VOLOSHYN Roman – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Trade, West Ukrainian National University (46009, Ternopil, 11, Lvivska Str., e-mail: roman_vol@ukr.net).