**Міністерство економічного розвитку і торгівлі України**

**Державне підприємство**

**«Черкаський державний науково-дослідний інститут**

**техніко-економічної інформації в хімічній промисловості»**

**(ДП «Черкаський НДІТЕХІМ»)**

|  |
| --- |
| **Україна 18000, м. Черкаси, бульвар Шевченка, 205** |

**«Затверджую»**

**Директор ДП «Черкаський НДІТЕХІМ»**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**Т.В. Ковеня**

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2018 р.

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**

**щодо розробки основних видів   
науково-технічної продукції**

**ДП «Черкаський НДІТЕХІМ»**



Розробники**:**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Т.В. Ковеня

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_І.В. Канюка

Тел./факс: +38 0472 36-03-26

+38 0472 37-41-65

E-mail: [niitehim@uch.net](mailto:niitehim@uch.net)

WebSite: <http://niitehim.ck.ua>

**Черкаси**

**2018**

**ЗМІСТ**

[**1. Мета розробки Методичних рекомендацій 3**](#_Toc519257999)

[**2. Термінологія. Основні визначення 3**](#_Toc519258000)

[**3. Види науково-технічної продукції 5**](#_Toc519258001)

[**3.1. Загальна характеристика та функціональні особливості 5**](#_Toc519258002)

[**3.2. Класифікаційні коди науково-технічної продукції, які розробляються ДП «Черкаський НДІТЕХІМ 10**](#_Toc519258003)

[**4. Методологічні та наукові вимоги до розробки (створення) різних видів науково-технічної продукції 11**](#_Toc519258004)

[**4.1. Аналітична доповідь (аналітичний звіт) 11**](#_Toc519258005)

[**4.2. Аналітична записка (АЗ) 13**](#_Toc519258006)

[**4.3. Експертний висновок 14**](#_Toc519258007)

[**4.4. Техніко-економічне дослідження (техніко-економічне обґрунтування) 16**](#_Toc519258008)

[**4.5. Маркетингове дослідження (маркетинговий огляд) 17**](#_Toc519258009)

[**4.6. Консультативно-інформаційні послуги для прийняття управлінського рішення (керування маркетингом, виробництвом, ланцюгом постачання, бізнес-процесами та ін.) 20**](#_Toc519258010)

[**4.7. Кон’юнктурно- аналітичне дослідження (дослідження кон’юнктури ринку, кон’юнктурний огляд) 21**](#_Toc519258011)

[**4.8. Кон’юнктурно - технологічне аналітичне дослідження 23**](#_Toc519258012)

[**4.9. Технологічні аналітичні огляди (технологічний, патентний, екологічний) 24**](#_Toc519258013)

[**4.10. Аналітична довідка (аналітико-фактографічна довідка) 25**](#_Toc519258014)

[**4.11. Практикуми (довідники) з окремих питань законодавства REACH/CLP, проблем міжнародного та національного технічного регулювання 26**](#_Toc519258015)

[**4.12. Паспорти безпеки на хімічну продукцію 27**](#_Toc519258016)

[**4.13. Фактографічна (статистична, цінова, тематична ) довідка 29**](#_Toc519258017)

[**5. Алгоритм розробки науково-технічної продукції аналітичного характеру 30**](#_Toc519258018)

[**Додаток 1. 35**](#_Toc519258019)

[Схематичний план (шаблон) розробки аналітичної доповіді (аналітичного звіту) щодо стану галузі (підгалузі, сектору) **35**](#_Toc519258020)

[**Додаток 2 37**](#_Toc519258021)

[Орієнтовний схематичний план (шаблон) розробки 37](#_Toc519258022)

[маркетингового дослідження (маркетингового огляду), кон'юнктурно-аналітичного дослідження (кон’юнктурного огляду) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(назва продукту, ринку, сегменту) 37](#_Toc519258023)

[**Додаток 3 40**](#_Toc519258024)

[ПЛАН КОНСУЛЬТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ на надання консультативно-інформаційних послуг для прийняття управлінського рішення щодо **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 40**](#_Toc519258025)

[**Додаток 4 41**](#_Toc519258026)

[Орієнтовний схематичний план (шаблон) розробки технологічного аналітичного огляду щодо виробництва \_\_**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 41**](#_Toc519258027)

[**Додаток 5. 42**](#_Toc519258028)

[Зразок змісту практикуму «ПРАКТИКУМ: зміни законодавства ЄС з розміщення на ринку добрив. Огляд вимог нового регламенту до добрив (удобрювальних продуктів**) 42**](#_Toc519258029)

# 1. **Мета розробки Методичних рекомендацій**

1.1.ДП «Черкаський НДІТЕХІМ» розробляє (створює) науково-технічну продукцію (НТП), яка грунтується на пошуку та відборі релевантної інформації та аналітико-синтетичній обробці такої інформації (наукової, науково-технічної, комерційної, статистичної, виробничої, екологічної) та формуванні на її основі науково-технічних розробок аналітичного характеру.

1.2. Мета Методичних рекомендацій щодо розробки основних видів науково-технічної продукції ДП «Черкаський НДІТЕХІМ» (далі – Методичні рекомендації) – надання практичних методичних настанов та роз’яснень щодо структури, змісту, інформаційних та аналітичних інструментів, які використовуються для створення різних видів науково-технічної продукції наукової установи, призначених для прийняття управлінських рішень різного рівня та направленості (реалізація науково-технічно, технічної, технологічної, комерційної, товарної, маркетингової політики, удосконалення системи технічного регулювання, імплементації європейських регламентів, розробки паспортів безпеки).

1.3. При розробці Методичних рекомендацій автори керувалися нормами Закону України «Про наукову та науково-технічну діяльність», Закону України «Про науково-технічну інформацію», Закону України «Про інформацію», Методологічними положеннями зі статистики наукової та науково-технічної діяльності (у редакції наказу Державної служби статистики України від 12.09.2016 № 171), положеннями ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання, ДСТУ ISO 5127:2007 Інформація і документація. Словник термінів (ІSO 5127:2001, IDT), ДСТУ 5034-2008 Інформація і документація. Науково-інформаційна діяльність. Терміни та визначення понять, ДК 015-97 Класифікація видів науково-технічної діяльності, ДК 022-2008 Рубрикатор науково-технічної інформації, ДСТУ 3575-97 Патентні дослідження. Основні положення та порядок проведення, ДК 010-98 Державний класифікатор управлінської документації

1. **Термінологія. Основні визначення**

2.1**.** **Аналітико-інформаційна діяльність** – специфічний різновид наукової та професійної діяльності, в процесі якої внаслідок певного алгоритму послідовних дій з пошуку, накопичення, зберігання, обробки, аналізу, консолідації первинної інформації утворюється нова, вторинна аналітична інформація (нове якісно-змістовне знання) у вигляді матеріалізованих продуктів (аналітичної доповіді, звіту, огляду, прогнозу, довідки, практикуму, паспорту безпеки тощо).

2.2. **Аналітично-синтетична обробка науково-технічної інформації** - процес обробки первинної інформації шляхом аналізу та синтезу змісту документів та даних з інших інформаційних джерел з метою одержання релевантної інформації, її класифікації, оцінки, співставлення, узагальнення та подання у вигляді науково- технічного продукту аналітичного характеру, який відповідає запиту.

2.3. **Аналітичне супроводження у сфері управління** - процес пошуку, збору, переробки та подання інформації у формі, придатній для її використання при прийнятті управлінських рішень будь-якого рівня та статусу.

2.4.**Наукова (науково-дослідна, науково-технологічна, науково-технічна, науково-практична) установа** (далі - наукова установа) - юридична особа незалежно від організаційно-правової форми та форми власності, утворена в установленому законодавством порядку, для якої наукова та (або) науково-технічна діяльність є основною

2.5.**Виробничо-орієнтована (галузева) наукова установа** - наукова установа, науково-технічний результат діяльності якої призначений для безпосереднього впровадження у виробництво та/або практичного використання на підприємствах і в установах

2.6.**Основна діяльність наукових установ** - проведення фундаментальних досліджень, прикладних наукових і науково-технічних (експериментальних) розробок, надання науково-технічних послуг, проведення наукової і науково-технічної експертизи, підготовка наукових кадрів, розвиток і збереження наукової інфраструктури;

2.7. **Наукова (науково-технічна) робота** - наукові дослідження та науково-технічні (експериментальні) розробки, проведені з метою одержання наукового, науково-технічного (прикладного) результату. Основними видами наукової (науково-технічної) роботи є науково-дослідні, дослідно-конструкторські, проектно-конструкторські, дослідно-технологічні, технологічні, пошукові та проектно-пошукові роботи, виготовлення дослідних зразків або партій науково-технічної продукції, ***а також інші роботи, пов’язані з доведенням нових наукових і науково-технічних знань до стадії практичного використання***

2.8.**Науково-технічна продукція** - завершені науково-дослідні, проектні, конструкторські, технологічні роботи та ***послуги***, створення дослідних зразків або партій виробів, необхідних для проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт згідно з вимогами, погодженими із замовниками, що виконуються чи надаються суб'єктами господарювання (науково-дослідними, конструкторськими, проектно-конструкторськими і технологічними установами, організаціями, а також науково-дослідними і конструкторськими підрозділами підприємств, установ і організацій тощо).

(Господарський кодекс України від 16.01.2003 N 436-IV)

2.9. **Наукова (науково-технічна) продукція** - науковий та (або) науково-технічний (прикладний) результат, призначений для реалізації.

2.7. **Науково-технічна діяльність** - наукова діяльність, спрямована на одержання і використання нових знань для розв’язання технологічних, інженерних, економічних, соціальних та гуманітарних проблем, основними видами якої є прикладні наукові дослідження та науково-технічні (експериментальні) розробки

2.8. **Науково-інформаційна діяльність** - сукупність дій, спрямованих на задоволення потреб громадян, юридичних осіб і держави у науково-технічній інформації, що полягає в її збиранні, аналітично-синтетичній обробці, фіксації, зберіганні, пошуку і поширенні;

2.12.**Науково-технічна інформація** – це будь-які відомості або дані про вітчизняні та зарубіжні досягнення науки, техніки і виробництва, одержані в ході науково-дослідної, дослідно-конструкторської, проектно-технологічної, виробничої та громадської діяльності, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді.

2.12.**Статистична інформація** — вид інформації, який дає кількісну характеристику масових явищ і процесів, які відбуваються в економічній, виробничій та інших видах діяльності.

2.13. **Екологічна інформація** – інформація про стан довкілля, фактори, що впливають або можуть впливати на складові довкілля

**3. Види науково-технічної продукції**

**3.1. Загальна характеристика та функціональні особливості**

* + 1. Науково-технічна продукція ДП «Черкаський НДІТЕХІМ» - завершені науково-технічні роботи і послуги, які розробляються (надаються) на замовлення юридичних та фізичних осіб та призначені для доведення наукових, науково-технічних, техніко-економічних, виробничих знань (інформації), знань (інформації) щодо кон’юнктури ринків у вигляді аналітичних продуктів до стадії практичного використання замовником (прийняття управлінського рішення, безпосереднє використання у виробничій, науково-технічній, комерційній діяльності).
    2. Науково-технічна продукція аналітичного характеру містить інформаційну (відібрана релевантна інформація), наукову (продукування нового знання) та управлінську (розробка варіантів рішень, сценаріїв, прогнозів) діяльність.

Науково-технічна продукція аналітичного характеру завжди носить прикладний характер, оскільки направлена на допомогу у вирішенні конкретних наукових, науково-технічних, технологічних, виробничих, комерційних, екологічних проблем замовника.

Науково-технічна продукція аналітичного характеру містять нову узагальнену інформацію, отриману в результаті всебічного, глибокого і критичного аналізу первинних документів, аргументовану оцінку стану проблеми, що потребує розв’язання.

Її створюють у процесі поглибленого аналізу і синтезу первинних документів, а також комунікативної інформації з метою відбору, оцінки, узагальнення, обробки інформації, що міститься в джерелах інформації.

В НТП інформація представляється, як у незміненому та у частково зміненому вигляді порівняно з інформаційним першоджерелом (інформаційна частина), а також у видозміненому вигляді (аналітична частина). НТП повинна бути придатною для використання замовником та корисною для нього вже в момент свого створення та передачі замовнику.

3.1.3.Основними замовниками на науково-технічну продукцію аналітичного характеру ДП «Черкаський НДІТЕХІМ» можуть виступати центральні органи виконавчої влади (міністерства, агентства, інспекції, ЦОВВ зі спеціальним статусом). Генеральна прокуратура України, Служба безпеки України, профільні асоціації товаровиробників (Союз хіміків України, Скло України, Федерація роботодавців України), підприємства, наукові установи хімічної та скляної промисловості, дотичних галузей (фармацевтична, агропромисловий комплекс), які є резидентами України або інших країн світу.

3.1.4.Основні види науково-технічної продукції аналітичного характеру, які створює (розробляє) та надає замовникам ДП «Черкаський НДІТЕХІМ», та їх функціональна характеристика приведена в таблиці 1.

*Примітка. Інформаційна складова НТП аналітичного характеру - окремі розділи, підрозділи розробки, які сформовані на основі відбору та аналізу релевантних документів або ж цифрової (статистичної) інформації та їх первинної аналітично- синтетичної обробки у вигляді огляду та структурованого опису релевантної інформації з відповідним рівнем згортання відповідно до ТЗ чи запиту*

*Аналітична складова – глибока аналітико-синтетична обробка релевантної інформації, яка представлена у вигляді логічно викладеної узагальненої, трансформованої, консолідованої інформації, аналітично оброблених таблиць, рисунків, графіків, власних суджень, міркувань, тверджень та ситуаційних і прогнозних оцінок відповідно до вимог ТЗ чи запиту*

Таблиця 1

**Основні види науково-технічної продукції аналітичного характеру   
ДП «Черкаський НДІТЕХІМ»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Вид НТП** | **Об’єкт (предмет) розробки (дослідження)** | **Структурне співвідношення, %** | | **Цільове призначення НТП** |
| **інфор-маційна складова** | **аналітич-на складова** |
| **3.5.1** | **Аналітична доповідь (аналітичний звіт)** | Проблеми, оцінка та перспективи функціонування галузі (підгалузі, сектору, господарюючого суб’єкту), сегменту товарного ринку, виробництва товарної групи продукції | не більше 20% | не менше 80% | Для прийняття управлінських рішень на рівні міністерств (відомств), асоціацій, господарюючих суб’єктів, вироблення стратегії розвитку |
| **3.5.2.** | **Аналітична записка** | Проблема, яка пов’язана з функціонуванням галузі підгалузі, сектору, господарюючого суб’єкту), сегменту товарного ринку, виробництва товарної групи продукції або окремого продукту та потребує розв’язання | не більше 20% | не менше 80% | Для прийняття управлінських рішень на рівні міністерств (відомств), асоціацій, господарюючих суб’єктів  (додаток до службових записок) |
| **3.5.3.** | **Експертний висновок** | Проблема (окремий аспект проблеми), яка потребує глибокого фахового аналізу та надання рекомендацій експертом щодо її вирішення (розв’язання) | не більше 5% | не менше 95% | Для прийняття управлінських рішень на рівні міністерств (відомств), силових структур, господарюючих суб’єктів |
| **3.5.4.** | **Техніко-економічне дослідження (техніко-економічне обгрунтування)** | Створення нового (розширення діючого) хімічного виробництва, випуск нових (розширення існуючої товарної лінійки) хімічної продукції, поглиблення ланцюга технологічного переробки проміжної продукції, переробка відходів у товарні продукти та ін.  Надається розширене обгрунтування з розрахунками та табличними даними | не більше 40% | не менше 60% | Для прийняття управлінських рішень на рівні менеджменту підприємства чи управляючої компанії щодо створення нового (розширення діючого виробництва), розширення асортименту випуску продукції |
| **3.5.5.** | **Маркетингове дослідження (маркетинговий огляд)** | Окреме виробництво (створення, розширення діючого, товарний асортимент, реалізація продукції), окремі товарні ринки та сегменти ринків (детальний аналіз стану ринків, товарні потоки у вигляді матриць експорту-імпорту в розрізі регіонів та країн, баланси виробництва - споживання, вихід на нові ринки, прогноз цінової та товарної кон’юнктури) | не більше 50% | не менше 50% | Для прийняття управлінських (комерційних, виробничих) рішень на рівні менеджменту підприємства чи управляючої компанії щодо створення нового (розширення діючого) виробництва в контексті аналізу та оцінки світового та регіональних ринків профільної продукції |
| **3.5.6.** | **Консультативно -інформаційні послуги для прийняття управлінського рішення (щодо керування маркетингом, щодо керування виробництвом, щодо керування ланцюгом постачання, бізнес-процесами та ін.)** | Окреме виробництво (створення, розширення діючого, товарний асортимент, реалізація продукції), окремі товарні ринки та сегменти ринків (детальний аналіз стану ринків, товарні потоки у вигляді матриць експорту-імпорту в розрізі регіонів та країн, баланси виробництва - споживання, вихід на нові ринки, прогноз цінової та товарної кон’юнктури)  Детальне та поглиблене консультування з усіх аспектів проекту (проблеми), які потребують прийняття управлінського рішення | не більше 40% | не менше 60% | Для прийняття управлінських (комерційних, виробничих) рішень на рівні менеджменту підприємства чи управляючої компанії щодо створення нового (розширення діючого) виробництва в контексті аналізу та оцінки доцільності прийняття такого рішення з урахуванням особливостей та специфіки функціонування конкретного підприємства-замовника |
| **3.5.7.** | **Кон’юнктурно- аналітичне дослідження (дослідження кон’юнктури ринку, кон’юнктурний огляд, ціновий огляд)** | Окремі товарні ринки та сегменти товарних ринків продукції та сировини (детальний аналіз стану виробництва, зовнішньої торгівлі, споживання, балансу попиту- пропозиції, цінової кон’юнктури, конкурентного середовища у розрізі регіонів та країн, ринки з дефіцитом/профіцитом пропозиції, тенденції, прогноз цінової та товарної кон’юнктури) | не більше 50% | не менше 50% | Для прийняття управлінських (комерційних, виробничих) рішень на рівні менеджменту підприємства чи управляючої компанії щодо розширення експортних поставок продукції, зміни постачальників сировини, оцінки позицій товаровиробника на світовому (регіональному) ринку товарної продукції |
| **3.5.8.** | **Кон’юнктурно-технологічне дослідження** | Поєднує предмет (об’єкт) кон’юнктурного дослідження (3.5.7) та аналіз технологічних аспектів окремого хімічного виробництва (діючі та запатентовані технології, їх особливості, компанії-ліцензіари, інжинірингові компанії, реалізація інвестиційних проектів за різними технологіями, заявлені інвестиційні проекти, технологічна конкуренція) | не більше 50% | не менше 50% | Для прийняття управлінських (інвестиційних, комерційних, виробничих, технологічних ) рішень на рівні менеджменту підприємства чи управляючої компанії щодо реалізації інвестиційного проекту по створенню нового виробництва на основі системного аналізу технологічних та кон’юнктурних аспектів |
| **3.5.9.** | **Аналітичний (технологічний, патентний, екологічний) огляд** | Діючі та запатентовані технології окремого хімічного виробництва, їх особливості (технологічні, апаратурні, екологічні), компанії-ліцензіари, інжинірингові компанії, практичний досвід впровадження технологій, техніко-економічні показники | не більше 60% | не менше 40% | Для прийняття науково-технічних, технологічних, виробничих рішень на рівні наукових установ, менеджменту підприємства чи управляючої компанії |
| **3.5.10** | **Аналітична довідка (аналітико-фактографічна довідка)** | Проблема (окремий аспект проблеми) будь-якої тематичної направленності , пов’язаної з хімічною (скляною) промисловістю, яка потребує надання релевантної фактографічної інформації з відповідною аналітичною обробко | не більше 70% | не менше 30% | Для задоволення інформаційних потреб замовника будь-якого характеру та рівня |
| **3.5.11** | **Практикуми з окремих питань законодавства REACH/CLP, проблем міжнародного та національного технічного регулювання** | Зміни та нові нормативно-правові акти у міжнародному та європейському хімічному законодавстві (SAICM /GHS/REACH/CLP), системі технічного регулювання у сфері обігу хімічної продукції, стандартизації, консультаційні роз’яснення, імплементація НПА в систему національного технічного регулювання у сфері обігу хімічної продукції | не більше 50% | не менше 50% | Для прийняття управлінських рішень на рівні менеджменту підприємств чи управляючих компаній, пов’язаних з експортом хімічної продукції, її адаптацією до технічного законодавства у сфері обігу хімічної продукції різних країн |
| **3.5.12.** | **Паспорт безпеки на хімічну продукцію** | Чітко унормований, викладений у певній послідовності та формалізований перелік характеристик хімічної продукції (відповідно до нормативно-правового акту чи нормативно-технічного документу країни, регіону), які характеризують вичерпні аспекти безпечності хімічної речовини, суміші та умов їх використання (фізичні та хімічні властивості, токсичність, стабільність та реактивність, заходи по наданню першої допомоги, пожежогасінню, поводження, утилізація, транспортування, знищення) | Документ містить певний перелік валідних даних, які отримані на основі аналізу спеціальних репрезентативних джерел хімічної інформації або ж розрахункові дані на їх основі, посилання на чинні нормативно-правові акти | | Паспорт безпеки є обов’язковим супровідним документом при здійсненні зовнішніх та внутрішніх поставок хімічної продукції, він надає споживачу повноцінну та валідну інформацію про товарний продукт та безпечні умови його використання |
| **3.5.13.** | **Фактографічна (статистична, цінова, тематична ) довідка** | Конкретний інформаційний запит на фактографічну (статистичну, цінову, тематичну) інформацію релевантного характеру | не більше 95% | не менше 5% | Для задоволення інформаційних потреб замовника будь-якого характеру та рівня |
| **3.5.14.** | **Моніторингова (оперативна) інформація** | Конкретний інформаційний запит на отримання аналітико-фактографічної або ж фактографічної інформації релевантного та оперативного характеру у моніторинговому режимі | не більше 95% | не менше 5% | Для задоволення інформаційних потреб замовника з окремої проблеми (питання), яка вимагає надання постійного оперативної інформації |

3.1.5. Створення та надання замовникам НТП аналітичного характеру здійснюється переважно на основі укладення та підписання договорів на розробку НТП (надання науково-технічних послуг).

У розділі предмет договору, акті, рахунку вказується конкретний вид науково-технічної продукції, яка надається замовнику.

В пакет договірної документації обов’язково входить Технічне завдання на розробку НТП. Виключенням є аналітичні (аналітико-фактографічні), фактографічні довідки, моніторингова інформація, розробка яких може здійснюватися на основі розвернутого запиту Замовника.

**3.2. Класифікаційні коди науково-технічної продукції, які розробляються ДП «Черкаський НДІТЕХІМ**

3.2.1 Коди науково-технічної продукції, які розробляються ДП «Черкаський НДІТЕХІМ», відповідно до ДК КВЕД 009-2010 та ДКПП 016-2010 приведені в Таблиці 2.

Таблиця 2.

**Види науково-технічної продукції,   
які розробляються ДП «Черкаський НДІТЕХІМ» та їх коди   
відповідно до ДК КВЕД 009-2010 та ДКПП 016-2010**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Вид науково-технічної продукції** | **Код ДК КВЕД 009-2010** | **Код ДКПП 016-2010** |
| 1. | Аналітична доповідь (аналітичний звіт) | 70.22.11 | 70.22.11 |
| 2. | Аналітична записка | 70.22.11 | 70.22.11 |
| 3. | Експертний висновок | 70.22.11 | 70.22.11 |
| 4. | Техніко-економічне дослідження (техніко-економічне обгрунтування) | 72.19 | 72.19 |
| 5. | Маркетингове дослідження (маркетинговий огляд) | 73.20  70.22.13 | 73.20.14  73.20.19  70.22.13 |
| 6. | Консультаційно-інформаційні послуги для прийняття управлінського рішення (щодо керування маркетингом, щодо керування виробництвом, щодо керування ланцюгом постачання, бізнес-процесами та ін.) | 70.22 | 70.22 |
| 7. | Кон’юнктурно – аналітичне дослідження (дослідження кон’юнктури ринку, кон’юнктурний огляд, ціновий огляд) | 73.20 | 73.20 |
| 8. | Кон’юнктурно- технологічне дослідження | 73.20  72.19 | 73.20  72.19 |
| 9. | Аналітичний огляд (технологічний, патентний, екологічний) | 72.19 | 72.19.14 |
| 10 | Аналітична довідка (аналітико-фактографічна довідка) | 63.99 | 63.99  73.20.19  73.20.14 |
| 11. | Практикуми з окремих питань законодавства REACH/CLP, проблем міжнародного та національного технічного регулювання | 74.90 | 74.90.19 |
| 12. | Паспорти безпеки на хімічну продукцію | 74.90 | 74.90.13 |
| 13. | Поліграфічні послуги | 58.19 | 58.19.19 |
| 14. | Інформаційні послуги (у т.ч. оперативна моніторингова інформація) | 63.99 | 63.99 |
| 15 | Фактографічна (статистична, цінова, тематична ) довідка | 91.01 | 91.01.11 |

**4. Методологічні та наукові вимоги до розробки (створення) різних видів науково-технічної продукції**

**4.1. Аналітична доповідь (аналітичний звіт)**

4.1.1. *Замовлення на аналітичну доповідь (АД)*. Аналітична доповідь розробляється виключно за запитом замовника та відповідно до узгодженого технічного завдання -ТЗ (яке може розробляти будь-яка із сторін). ТЗ є невід’ємною частиною договору.

Аналітична доповідь з окремої проблеми, як виключення, може розроблятися науковою установою в якості ініціативної науково-технічної розробки за рішенням НТР ДП «Черкаський НДІТЕХІМ».

4.1.2. *Функціональне призначення (об’єкт/предмет дослідження)*. Об’єктом дослідження АД є окрема проблема (економічна, виробнича, технологічна, комерційна, ринкова, інвестиційна, екологічна), сектор, галузь, підгалузь, ринковий сегмент, стан яких вимагає грунтовного аналізу, оцінки та прийняття рішення щодо системного вирішення окремої проблеми та/або сукупності проблем, пов’язаної з функціонуванням об’єкту дослідження.

4.1.3. *Мета розробки АД.* Аналітична доповідь є обов'язковою складовою прийняття управлінського (правового, виробничого, технологічного, екологічного, інвестиційного, комерційного, регулятивного) рішення щодо окремої проблеми або сукупності пов’язаних проблем в рамках функціонування підприємства, міністерства, асоціації, сектору, галузі тощо.

4.1.4. *Стилістичні особливості АД.* Виклад інформації в АД здійснюється логічно та послідовно, можуть приводяться контроверсійні факти та судження, підкріплені науковою аргументацією.

Інформація подається стисло, просто та змістовно наповнено. У разі використання нетипової термінології або ж іноземних слів, приводиться їх тлумачення або ж переклад. Не допускається використання загальних та абстрактних фраз.

4.1.5. *Змістові особливості розробки АД.* Аналітична доповідь за змістом повинна максимально відповідати Технічному завданню, ділитися на логічно структуровані блоки (розділи, підрозділи), які відповідають основним аспектам досліджуваної проблеми.

За змістом викладу аналітична доповідь представляє собою виключно аналітичний документ з табличними та графічними матеріалами і аналітичними викладками, інформаційна (описова) частина документу є невеликою за обсягом та приводиться, як правило, на початку тексту (вступ, передмова) або ж у вигляді інформаційних «вкраплень».

Принципи представлення інформації: актуальність, достовірність, об'єктивність, фактографічність, стислість, наявність висновків та їх обґрунтованість, обов’язкова присутність рекомендацій (пропозицій) щодо шляхів розв’язання проблеми.

4.1.6. *Структурні особливості науково-технічної продукції.* Аналітична доповідь представляє собою логічне поєднання у короткому матеріалі (не більше 25-30 сторінок) компетентний аналіз проблеми, який містить конкретні та перевірені факти та статистичними дані, аналітичні висновки (оцінки) та обгрунтовані пропозиції (рекомендації) щодо розв’язання проблеми та/або покращення стану об’єкту дослідження.

Оптимальний варіант - приведення декількох альтернативних рішень (сценаріїв вирішення проблеми) без лобіювання якогось одного рішення, з приведенням порівняльного аналізу запропонованих рішень (ризики, перестороги) та їх результатів.

4.1.7. *Обов’язкові елементи структури АД*. Аналітична довідка повинна містити детальну, аргументовану та системно викладену характеристику проблеми, аналіз основних причин її виникнення та загострення, аналітичний огляд шляхів та чинників, які сприятимуть вирішенню проблеми у короткостроковій, середньостроковій, довгостроковій перспективі; факторів та ризиків, які заважатимуть вирішенню проблеми у короткостроковій, середньостроковій, довгостроковій перспективі, можливих сценаріїв вирішення проблеми за умови дії певного набору чинників (вони повинні бути описані).

4.1.8. *Особливості аналітико-синтетичної обробки вихідної інформації для АД*. Обов’язковим етапом є входження в тему (проблему) та формування оптимального ряду (переліку) інформаційних джерел, які повинні бути опрацьовані в рамках розробки АД. Розробником АД здійснюється самостійний пошук, відбір та аналіз інформаційних джерел на основі методу максимально широкого відбору та оцінки релевантності відібраних документів щодо теми АД.

Проводиться поетапний аналіз та узагальнення інформації (модульний принцип), її аналітико-синтетична обробка та селекція (тематичне ранжування), звільнення від інформаційного шуму, структурування подання аналітично обробленої інформації.

У разі використання статистичної інформації (статистичних баз), формуються табличні та графічні матеріали.

4.1.9*. Вимоги до формування висновків АД.* В кінці аналітичної доповіді (звіту) приводяться висновки, прогнозні оцінки (у формі варіантів розвитку подій) та пропозиції (рекомендації) щодо розв’язання проблеми. Вони грунтуються на результатах аналізу інформаційних та статистичних даних, наведених у розділах, проте не повторюють їх, а узагальнюються та подаються у консолідованому вигляді.

Основні вимоги до висновків: несуперечливість і жорсткий логічний взаємозв'язок із основним текстом АД, відсутність прямих повторень тексту, неприпустимість подання висновків, які б не грунтувалися на основному тексті та приведених фактологічних та доказових даних. Висновки повинні характеризувати не лише проблему, яка є об’єктом дослідження АД, а й дотичні проблеми.

В обов'язковому порядку АД повинна містити загальні прогнозні оцінки щодо трансформування проблеми у короткостроковій та довгостроковій перспективі під впливом тих чи інших чинників. Надається чітка аналітична оцінка вирішення проблеми з характеристикою інструментарію для вироблення та ухвалення рішень. Текст висновків та рекомендацій повинен бути коротким та жорстко аргументованим.

4.1.10. *Інформаційна база для формування АД.* Інформаційну базу для розробки аналітичної доповіді складають: статистичні бази усіх рівнів, друковані та електронні інформаційні ресурси інституту, інформаційні ресурси мережі системи INTERNET, комунікативна інформація (опитування, цільові запити, спілкування тощо), сформовані табличні та графічні дані. Інформаційні ресурси повинні включати максимально широкий спектр профільних наукових, науково-технічних та науково-виробничих видань.

В АД приводяться внутрішньотекстові бібліографічні посилання на інформаційні джерела (розміщуються в тексті документу в круглих дужках), підрядкові посилання на інформаційні джерела (у вигляді примітки в нижній частині сторінки) або ж наприкінці тексту в окремому розділі («Використані інформаційні джерела», «Бібліографічні посилання на інформаційні джерела).

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання ( <http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf> )

Внутрішньотекстові посилання на інформаційні джерела здійснюються в обов’язковому порядку при використанні статистичних, цінових, табличних даних або ж важливих для розкриття проблеми фактографічних даних.

4.1.11. *Публічність АД.* Аналітична доповідь може бути публічним або ж непублічним аналітичним документом (умови публічності документу за потреби прописуються в договорі на розробку АД) та використовуватися замовником для розробки внутрішніх службових документів для прийняття рішення щодо вирішення тієї або іншої проблеми, написання наукових статей, підготовки виступів на наукових (науково-технічних) конференціях, підготовки робочих нарад тощо.

*Примітка: Зразок схематичного плану (шаблону) розробки аналітичної доповіді (аналітичного звіту) щодо стану галузі (підгалузі, сектору) приведений у Додатку 1.*

**4.2. Аналітична записка (АЗ)**

4.2.1. *Замовлення на аналітичну записка (АЗ).* Аналітична записка розробляється виключно за запитом замовника та відповідно до узгодженого технічного завдання (яке може розробляти будь-яка із сторін).

4.2.2. *Функціональне призначення (об’єкт/предмет дослідження) аналітичної записки.* Об’єктом дослідження АЗ є окрема проблема (економічна, виробнича, технологічна, комерційна, екологічна, правова, ринкова, інвестиційна, регулятивна) або аспект проблеми, які вимагають аналізу, оцінки ситуації та пошуку рішень щодо системного вирішення такої проблеми.

4.2.3. *Мета розробки аналітичної записки.* Аналітична записка є обов'язковою складовою управлінського (правового, виробничого, технологічного, екологічного, інвестиційного, комерційного, регулятивного) рішення окремої проблеми або її аспекту в рамках підприємства, установи, міністерства, асоціації тощо.

4.2.4. *Стилістичні особливості розробки аналітичної записки (АЗ).* Виклад інформації в аналітичній записці здійснюється логічно та послідовно, без повторів та алогізмів. У разі використання нетипової термінології або ж іноземних слів, приводиться їх тлумачення або ж переклад. Основна вимога – максимально об’єктивний та незаангажований виклад інформації.

4.2.5. *Змістові особливості розробки аналітичної записки (АЗ).* Аналітична записка є коротким аналітичним резюме з окремої проблеми та містить коротку характеристику проблеми, невелику, проте обгрунтовану доказову базу щодо ключових аспектів проблеми, виклад шляхів (сценаріїв) вирішення проблеми, прогнозну оцінку щодо можливості реалізації кожного сценарію, заключну аналітичну оцінку щодо оптимального сценарію вирішення (розв’язання) проблеми.

АД поєднує в межах окремих розділів інформаційну та аналітичну частини (аналітичні викладки, судження, проміжні висновки) при домінуванні останньої.

4.2.6. *Структурні особливості АЗ.* Структура аналітичної записки включає: вступ (загальна характеристика проблеми та необхідність її вирішення), основна частина (основні складові проблеми та передумови, які спричинили її виникнення, аналітична оцінка стану проблеми, можливі сценарії вирішення, обгрунтування щодо оптимального сценарію), заключна частина (ситуативна та прогнозна оцінка трансформації проблеми, пропозиції щодо оптимального алгоритму вирішення проблеми, можливі ризики та застереження ).

4.2.7. *Інформаційна база для формування АЗ.* Інформаційну базу для розробки аналітичної записки складають: статистичні бази усіх рівнів, друковані та електронні інформаційні ресурси інституту, інформаційні ресурси мережі системи INTERNET, комунікативна інформація (опитування, цільові запити, спілкування тощо), сформовані табличні та графічні дані. Інформаційні ресурси повинні включати максимально широкий спектр профільних наукових, науково-технічних та науково-виробничих видань.

В АЗ приводяться внутрішні текстові бібліографічні посилання на інформаційні джерела (розміщуються в тексті документу в круглих дужках), підрядкові посилання на інформаційні джерела (у вигляді примітки в нижній частині сторінки) або ж наприкінці тексту в окремому розділі («Використані інформаційні джерела», «Бібліографічні посилання на інформаційні джерела).

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання ( http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf )

Внутрішньотекстові посилання на інформаційні джерела здійснюються в обов’язковому порядку при використанні статистичних, цінових, табличних даних або ж важливих для розкриття проблеми фактографічних даних.

4.2.8. *Публічність АЗ.* Аналітична записка, як правило, не є публічним аналітичним документом і використовується замовником для внутрішньої діяльності та прийняття рішення щодо вирішення тієї або іншої проблеми, досить часто АЗ є базовим документом, який додається до службової записки, яка подається на ім’я керівника підприємства (міністерства, відомства, установи).

* 1. **Експертний висновок**

4.3.1. *Замовлення на розробку експертного висновку (ЕВ).* Експертний висновок розробляється виключно за запитом замовника (центральний орган виконавчої влади, фіскальний орган, СБУ України, Генеральна прокуратура України, Антимонопольний комітет України, Союз хіміків України, Скло України, інші асоціації, підприємства, юридичні компанії) відповідно до узгодженого технічного завдання (яке може розроблятися будь-якою із сторін) або розвернутого листа – запиту.

4.3.2. *Функціональне призначення (об’єкт/предмет дослідження) ЕВ.* Функціональним призначенням розробки ЕД є окрема проблема (економічна, виробнича, технологічна, комерційна, ринкова, правова, екологічна, інвестиційна) чи аспект проблеми, які сформувалися під впливом ряду чинників та характеризуються складністю і суперечливістю оцінки та шляхів роз’язання.

Цей документ є обов'язковою складовою при проведенні різного роду антидемпінгових, антимонопольних та інших розслідувань, підготовці проведення робочих нарад, прийнятті відповідальних рішень, які не мають однозначного вирішення та потребують фахової оцінки.

4.3.3.*Стилістичні особливості ЕВ.* Виклад інформації в ЕВ здійснюється логічно та послідовно, без повторів та алогізмів. Експертний висновок містить суб’єктивну оцінку проблеми (яка водночас грунтується на об’єктивній доказовій базі), а тому стилістичні особливості тексту носять авторський характер, оскільки містять судження та висновки експерта.

4.3.4. *Змістові особливості ЕВ.* Експертний висновок є аналітичним документом цільового характеру, зміст якого повинен відповідати запиту, документ містить, як правило, фахову оцінку проблеми і шляхів її вирішення конкретним експертом, яка може суперечити загально прийнятим стандартним підходам, та грунтуватися на власних знаннях, професійному досвіді та компетентності.

4.3.5. *Структурні особливості ЕВ.* Експертний висновок має, як правило, довільну структуру, яку формує сам експерт, та яка повинна сприяти розкриттю та максимальній доказовості фактів, оцінок та висновків. В експертному висновку обов’язковими є текстові посилання на джерела інформації. Експерт формує висновки, які можуть носити суб’єктивний характер, однак вони повинні грунтуватися на об’єктивній фактографічній та статистичній базі.

Експертий висновок містить переважно аналітичну частину, яка може мати «вкраплення» інформаційної складової, в разі необхідності приведення аргументації та доказової бази для оцінок та суджень експерта. Експертний висновок передбачає тривалу та ретельну самостійну роботу експерта над всебічним аналізом проблеми, яка є предметом ЕВ.

4.3.6. *Інформаційна база для формування ЕВ.* Інформаційну базу для розробки експертного висновку складають: статистичні бази усіх рівнів, друковані та електронні інформаційні ресурси інституту, інформаційні ресурси мережі системи INTERNET, комунікативна інформація (опитування, цільові запити, спілкування тощо), сформовані табличні та графічні дані. Інформаційні ресурси повинні включати максимально широкий спектр профільних наукових, науково-технічних та науково-виробничих видань.

В ЕВ приводяться приводяться внутрішньотекстові бібліографічні посилання на інформаційні джерела (розміщуються в тексті документу в круглих дужках), підрядкові посилання на інформаційні джерела (у вигляді примітки в нижній частині сторінки) або ж наприкінці тексту в окремому розділі («Використані інформаційні джерела», «Бібліографічні посилання на інформаційні джерела).

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання ( <http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf> )

Внутрішньотекстові посилання на інформаційні джерела здійснюються в обов’язковому порядку при використанні статистичних, цінових, табличних даних або ж важливих для розкриття проблеми фактографічних даних.

4.3.7. *Публічність ЕВ.* Експертний висновок, як правило, не є публічним аналітичним документом і використовується замовником для внутрішньої діяльності та прийняття рішення щодо вирішення тієї або іншої проблеми.

Можливість передачі експертного висновку третій стороні або ж використання його тексту для публічних цілей (обговорення, поширення серед інших експертів, які залучені до вирішення проблеми, використання в статтях, публікаціях ЗМІ) може здійснюватися лише за погодженням обох сторін і ця норма прописується, як правило, в договорі на розробку та передачу експертного висновку.

* 1. **Техніко-економічне дослідження (техніко-економічне обґрунтування)**

4.4.1. *Замовлення на розробку техніко-економічного дослідження (ТЕД) та/чи техніко-економічного обгрунтування (ТЕО)*. ТЕД (ТЕО) розробляється за запитом замовника та відповідно до узгодженого технічного завдання (яке може розробляти будь-яка із сторін).

Даний документ може бути частиною інвестиційного проекту чи бізнес-плану або ж самостійним документом. Розробка ТЕД (ТЕО) в статусі частини названих документів повинна бути відображена в договорі чи технічному завданні до договору.

4.4.2. *Функціональне призначення (об’єкт/предмет дослідження).* Об’єктом дослідження ТЕД (ТЕО) є опрацювання (обгрунтування) техніко-економічної доцільності реалізації інвестиційного проекту чи бізнес – плану (створення нового виробництва, розширення діючого виробництва, подовження ланцюга перероблення та випуск нових видів товарної продукції, перероблення відходів виробництва у товарні продукти та ін.) у контексті системної оцінки кон’юнктурної та техніко-економічної складової проекту.

4.4.3.*Стилістичні особливості ТЕД (ТЕО*). Виклад інформації в ТЕД (ТЕО) здійснюється формалізовано, конкретно та логічно, з посиланнями на проведені економічні розрахунки та наявні офіційні статистичні дані.

Приводиться детальна та розвернута аргументація щодо доцільності чи недоцільності реалізації інвестиційного проекту чи бізнес – плану (створення нового виробництва, розширення діючого виробництва, подовження ланцюга перероблення та випуск нових видів товарної продукції, перероблення відходів виробництва у товарні продукти та ін.) за техніко-економічними параметрами.

4.4.4. *Змістові особливості ТЕД (ТЕО).* ТЕД (ТЕО) є специфічним аналітичним документом цільового характеру, який поєднує техніко-економічні розрахунки з кон’юнктурною оцінкою доцільності створення нового виробництва, розширення діючого виробництва, подовження ланцюга перероблення та випуск нових видів продукції, перероблення відходів виробництва у товарні продукти.

Досить часто ТЕД (ТЕО) розробляється для вирішення «вузької» проблеми підприємства (виробництва), яка обумовлена відсутністю збуту певних видів товарної продукції, низькими техніко-економічними показниками, низьким рівнем завантаження виробничих потужностей.

4.4.5. *Структурні особливості ТЕД (ТЕО).*  Структура техніко-економічного дослідження включає: опис та оцінку відповідного виробництва, сегменту ринку, товарного продукту (групи продуктів) за останні 5 років (обсяги виробництва, внутрішньої реалізації, зовнішньоекономічних поставок продукту, баланси споживання, темпи зростання, ціноутворення та цінова кон’юнктура, структурування ринку, аналіз компаній-конкурентів), середньостроковий та довгостроковий прогноз секторального ринку (можливе розширення та структурування географічних та товарних меж ринку, ріст/зниження попиту чи пропозиції, дані щодо створення конкурентних виробництв по випуску продукту та продуктів – субститутів, прогноз цінової кон’юнктури, кон’юнктурні, техніко-економічні ризики від реалізації ТЕО тощо).

ТЕД (ТЕО) обов’язково описує маркетингові та управлінські інструменти, які необхідні для реалізації маркетингової стратегії щодо створення нового (розширення діючого) виробництва продукту. ТЕД (ТЕО) обов’язково включає також економічні розрахунки основних показників (собівартість, рентабельність, окупність проекту).

Структура ТЕД (ТЕО) повинна чітко відповідати ТЗ.

Висновки ТЕД (ТЕО) повинні містити максимально однозначну аргументацію та рекомендації щодо доцільності та техніко-економічної обгрунтованості реалізації інвестиційного проекту.

4.4.6. *Інформаційна база для формування* *ТЕД (ТЕО).* Інформаційну базу для розробки ТЕД (ТЕО) складають: статистичні бази усіх рівнів, друковані та електронні інформаційні ресурси інституту, інформаційні ресурси мережі системи INTERNET, комунікативна інформація (опитування, цільові запити, комерційна інформація підприємств тощо), сформовані табличні та графічні дані. Інформаційні ресурси повинні включати максимально широкий спектр профільних наукових, науково-технічних та науково-виробничих видань.

Досить часто для розробки ТЕД (ТЕО) використовуються статистичні та інші дані, які надаються замовником, та можуть містити комерційну інформацію службового характеру.

В ТЕД (ТЕО) приводяться внутрішньотекстові бібліографічні посилання на інформаційні джерела (розміщуються в тексті документу в круглих дужках), підрядкові посилання на інформаційні джерела (у вигляді примітки в нижній частині сторінки) або ж наприкінці тексту в окремому розділі («Використані інформаційні джерела», «Бібліографічні посилання на інформаційні джерела).

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання ( http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf )

Внутрішньотекстові посилання на інформаційні джерела здійснюються в обов’язковому порядку при використанні статистичних, цінових, табличних даних або ж важливих для розкриття проблеми фактографічних даних.

4.4.7. *Публічність* *ТЕД (ТЕО).* ТЕД (ТЕО) як правило, не є публічними документами та використовуються замовником для внутрішньої діяльності та прийняття управлінського рішення щодо створення нового виробництва, розширення діючого виробництва, подовження ланцюга перероблення та випуску нових видів товарної продукції, перероблення відходів виробництва у товарні продукти та ін.

Передача ТЕД (ТЕО) третій стороні повинна здійснюватися за погодження обох сторін. Як правило, така передача договором не передбачається.

Досить часто замовник замовляє ТЕД (ТЕО) у декількох виконавців (для забезпечення спектру різних оцінок та обгрунтованості при прийнятті заключного рішення). Цей чинник необхідно враховувати при розробці дослідження.

* 1. **Маркетингове дослідження (маркетинговий огляд)**

4.5.1. *Замовлення на розробку маркетингового дослідження/МД (маркетинговий огляд/МО).* Маркетингове дослідження (маркетинговий огляд) розробляється за запитом замовника та відповідно до узгодженого технічного завдання (яке може розробляти будь-яка із сторін).

Даний документ може бути частиною інвестиційного проекту чи бізнес-плану. Технічне завдання на МД розробляється максимально деталізовано для уникнення рекламацій з боку замовника в частині інформаційних прогалин.

4.5.2. *Функціональне призначення (об’єкт/предмет дослідження).* Об’єктом маркетингового дослідження може бути окремий хімічний продукт, товарна група продуктів, сегмент ринку або якісь конкретні характеристики секторального ринку (споживання, конкурентне середовище, ціни, система стимулювання збуту, реклама, внутрішні та зовнішні ризики, прогноз та ін.). Типовим та найбільш поширеним об’єктом маркетингового дослідження є окремий товарний продукт, особливості формування та функціонування ринку даного продукту.

Досліджується також структура та географія ринку, його ємність, динаміка продажу, стан конкуренції, цінова кон’юнктура, можливості й ризики. Об’єктом МД є повний спектр кон’юнктуроутворюючих чинників.

4.5.3*. Стилістичні особливості науково-технічної продукції.* Маркетингове дослідження повинне бути викладене гранично чітко, ясно та лаконічно, термінологічні визначення повинні бути однозначними та зрозумілими. При формулюванні речень не використовуються образні висловлювання, професійний сленг, які допускають неоднозначні інтерпретації.

В маркетинговому дослідженні використовується загально прийнята економічна термінологія та галузева термінологія, в разі необхідності надаються термінологічні пояснення.

4.5.4. *Змістові особливості МД (МО).* Зміст МД (МО) повинен бути максимально близьким до узгодженого технічного дослідження.. Обов’язковими елементами змісту МД є ситуаційний аналіз товарного ринку окремих або усіх регіонів (країн) у розрізі основних складових оцінки ринку: виробництво, товаровиробники (учасники ринку), експорт, імпорт, споживчі ніші та баланс споживання (ємність ринку), цінова кон’юнктура, тенденції ринку (оцінка попиту та пропозиції), прогнозна оцінка.

МД (МО) передбачає обов’язкове приведення абсолютних та розрахункових показників, які характеризують стан сегменту ринку упродовж останніх 5 років: виробничі потужності та обсяги виробництва (у розрізі товаровиробників та країн), експортні та імпортні поставки (у розрізі країн), баланс споживання (у розрізі країн), ціни ( контрактні, спотові, експортні, імпортні, відпускні).

4.5.5. *Структурні особливості МД (МО).* Маркетингове дослідження передбачає обов'язкову наявність аналітичної частини (не менше 5-8 розділів першого контуру), проміжних висновків, заключних аналітичних висновків, рекомендацій, які відносяться до об’єкту маркетингового дослідження та відповідають узгодженому технічному завданню.

4.5.6. *Порядок розробки МД (МО).* Алгоритм процесу розробки маркетингового дослідження складається з певних послідовних етапів: визначення об’єкту/предмету дослідження, оцінка можливостей та тематичних меж МД, формування розгорнутої мети маркетингового дослідження, збір, систематизація та аналіз вихідної інформації (статистичної, комерційної, виробничої, цінової, кон’юнктурної, комунікативної та ін.).

*Дослідження конкурентного середовища* передбачає оцінку конкурентних переваг на ринку, аналіз сильних та слабких сторін конкурентів, розрахунок їх частки на ринку продукту, аналіз матеріального, фінансового, трудового потенціалу конкурентів, організації управління виробництвом та збутом продукції.

Вивчення *фірмової структури ринку* здійснюється з метою отримання даних про можливих посередників, а також транспортно-експедиторські, рекламні, страхові, юридичні, фінансові, консультаційні та інші компанії та організації, що створюють логістичну інфраструктуру ринку.

Головною метою *товарного аналізу ринку* є визначення відповідності техніко-економічних показників і якості товарів, присутніх на ринку, вимогам покупців, а також аналіз їх конкурентоспроможності (порівняння товарних специфікацій).

*Дослідження цінової кон’юнктури* передбачає приведення даних щодо поточних та ретроспективних цін, аналізу ціноутворюючих факторів на ринку продукту (сировина, напівпродукти, кінцевий продукт, енергоносії та інші складові ціноутворення), визначення оптимальних співвідношень «витрати/ціна» та «ціна/прибуток».

Дослідження *товаропросування і продажу* передбачає визначення найбільш ефективних шляхів та засобів доведення товару до споживача та його реалізації, можливостей оптимізації товарних запасів, розробку ефективних схем логістики, транспортування тощо.

4.5.7. *Інформаційна база для формування МД (МО).* Інформаційна база для розробки МД (МО) включає: статистичні бази, інформаційні ресурси інституту, інформаційні ресурси мережі системи INTERNET, комунікативна інформація (опитування, спостереження, цільові запити, експеримент, тощо). Для отримання маркетингової інформації використовують інструменти, які обумовлені специфікою об’єкту дослідження

Основними методами збору маркетингової інформації є опитування, спостереження, експеримент. Метод опитування (анкетування, усне опитування) використовується для виявлення позицій споживачів або отримання від них інформації, що стосується предмету МД. Метод спостереження використовується для системного, планомірного дослідження поведінки того чи іншого об’єкта або суб’єкта ринку. Метод експерименту використовується для оцінки впливу одного фактору на інший при одночасному контролі сторонніх факторів.

В МД (МО) приводяться внутрішньотекстові бібліографічні посилання на інформаційні джерела (розміщуються в тексті документу в круглих дужках), підрядкові посилання на інформаційні джерела (у вигляді примітки в нижній частині сторінки) або ж наприкінці тексту в окремому розділі («Використані інформаційні джерела», «Бібліографічні посилання на інформаційні джерела).

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання ( <http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf> )

Внутрішньотекстові посилання на інформаційні джерела здійснюються в обов’язковому порядку при використанні статистичних, цінових, табличних даних або ж важливих для розкриття проблеми фактографічних даних.

4.5.8. *Методи обробки маркетингової інформації.* При обробці результатів маркетингових досліджень використовуються математичні, статистичні та прогнозні методи. Якісні дослідження (моделі споживання або поведінки, ставлення до продуктів, ступінь відповідності продуктів потребам та ін.) орієнтовані на розуміння, пояснення та інтерпретацію емпіричних даних є джерелом формування продуктивних ідей та висновків.

Одним із важливих методів обробки статистичної (зовнішньоторговельної) інформації є формування матриць товарних поставок (потоків) продукту у розрізі регіонів, країн за функціональним призначенням (експорт, імпорт, баланс зовнішньоторговельних поставок).

4.5.9. *Публічність* *МД.* МД, як правило, не є публічними документами та використовуються замовником для внутрішньої діяльності та прийняття рішення щодо створення виробництва нового продукту, розширення діючого виробництва продукту (розширення виробничих потужностей), у разі необхідності зміни або розширення географії експортних поставок продукції, зміни або розширення географії імпортних закупівель сировини та напівсировини, у разі зміни технологічного ланцюжка виробництва та реалізації продукції, настання певних форс-мажорних ситуацій тощо.

*Примітка. Зразок схематичного плану розробки маркетингового дослідження (маркетингового огляду), кон’юнктурно-аналітичного дослідження (кон’юнктурного огляду) приведений у додатку 2 до Методичних рекомендацій.*

## **4.6. Консультативно-інформаційні послуги для прийняття управлінського рішення (керування маркетингом, виробництвом, ланцюгом постачання, бізнес-процесами та ін.)**

4.6.1. *Замовлення на надання* *консультативно-інформаційної послуги для прийняття управлінського рішення*. Консультативно-інформаційна послуга для прийняття управлінського рішення складається з маркетингового дослідження (маркетингового огляду) та плану консультаційних заходів, який є індивідуальним та формується під конкретне технічне завдання замовника. Технічне завдання розробляється у максимально деталізованому форматі для уникнення рекламацій з боку замовника після надання розробки.

4.6.2. *Функціональне призначення (предмет дослідження).* Функціональне призначення МД охарактеризоване в розділі 4.5.2.

План консультативних заходів (ПКЗ) для прийняття управлінського рішення призначений для надання замовнику практичних консультацій щодо створення нового (розширення діючого) хімічного виробництва, можливостей розширення ринків збуту певних видів хімічної продукції, вирішення інших комерційних проблем на основі проведеного маркетингового дослідження у прив’язці до потреб та особливостей функціонування конкретного підприємства. ПКЗ є формою оперативного управління.

4.6.3. *Стилістичні особливості ПКЗ.* План консультативних заходів повинен бути викладене гранично чітко, ясно та лаконічно. Він може містити посилання на окремі розділи, оціночні висновки маркетингового дослідження.

4.6.4. *Змістові особливості ПКЗ.*

Змістові особливості маркетингової частині викладені в розділі 4.5.3.

Зміст ПКЗ повинен бути формалізованим та містити перелік заходів з характеристикою маркетингового та інформаційного супроводження.

4.6.5 *Структурні особливості ПКЗ*.

Структурні особливості маркетингової частині викладені в розділі 4.5.4.

Структурні особливості ПКЗ грунтуються на формуванні певної послідовності надання консультацій, які відповідають алгоритму прийняття рішення (консультації щодо вибору оптимальної технології, прив’язаної до конкретної сировинної бази, інжинірингової компанії або компанії-ліцензіара, розрахунку собівартості продукції та строків окупності проекту, оцінки конкурентного середовища, реальних та потенційних споживчих ніш, економічно обгрунтованого обсягу виробничих потужностей, можливих технологічних та товарних ланцюжків переробки напівпродуктів або ж відходів виробництва).

4.6.6. *Інформаційна база для формування ПКЗ.* Інформаційна база для розробки МД приведена в розділі 4.5.5.

У свою чергу інформаційною базою для розробки ПКЗ є маркетингова частина дослідження.

4.6.7. *Публічність ПКЗ*. ПКЗ використовуються замовником для внутрішньої діяльності та прийняття рішення щодо створення виробництва нового продукту, розширення діючого виробництва продукту (розширення виробничих потужностей), в разі зміни або розширення географії експортних поставок продукції, зміни або розширення географії імпортних закупівель сировини та напівсировини, у разі зміни технологічного ланцюжка виробництва, структури та логістики реалізації продукту тощо.

*Примітка. Зразок Плану консультаційних заходів для надання консультативно-інформаційних послуг для прийняття управлінського рішення приведений у Додатку 3 до Методичних рекомендацій.*

## **4.7. Кон’юнктурно- аналітичне дослідження (дослідження кон’юнктури ринку, кон’юнктурний огляд)**

4.7.1. *Замовлення на розробку кон’юнктурно-аналітичного дослідження (КАД).* КАД розробляється за запитом замовника та відповідно до узгодженого технічного завдання (яке може розробляти будь-яка із сторін).

4.7.2. *Функціональне призначення (об’єкт/предмет дослідження) кон’юнктурно- аналітичного дослідження (КАД).* Об’єкт КАД — галузь, сектор галузі, сегмент ринку, товар (товарна група продуктів), конкурентне середовище, цінова кон’юнктура, баланс попиту та пропозиції, зовнішньоторговельні потоки тощо.

4.7.3.*Стилістичні особливості КАД.* Кон’юнктурно - аналітичне дослідження повинно бути викладене гранично чітко, ясно та лаконічно, термінологічні визначення мають бути однозначними та зрозумілими. При формулюванні фраз не використовуються образні висловлювання, професійний сленг, які допускають неоднозначні інтерпретації. Вся приведена в тексті спеціальна (вузькогалузева) термінологія повинна бути коректною.

4.7.4*. Змістові особливості науково-технічної продукції*. Зміст КАД повинен бути максимально близьким до узгодженого технічного завдання. Обов’язковими елементами змісту КАД є ситуаційний аналіз товарного ринку окремих або усіх регіонів (країн) у розрізі основних складових оцінки ринку: виробництво, товаровиробники (учасники ринку), експорт, імпорт, споживчі ніші та баланс споживання (ємність ринку), цінова кон’юнктура, тенденції ринку (оцінка попиту та пропозиції), прогнозна оцінка.

КАД включає аналіз фірмової структури, масштабів концентрації, спеціалізації виробництва та збуту продукту, систему регіональних ринків та їх структуру, характеристику факторів, що впливає на формування регіональних ринків, співвідношення цін на конкуруючі товари (товари-субститути), нагромадження товарних запасів, співвідношення попиту та пропозиції, комерційні та фінансові умови логістики і реалізації товарної продукції.

КАД передбачає надання характеристики основних кон’юнктурних показників: динаміка кон’юнктури (темпи зростання), параметри сезонності і циклічності розвитку ринку, стан ринкової пропозиції (обсяг, структура, динаміка; функціональні можливості; еластичність), ринкового попиту (обсяг, структура, динаміка; сегментація і диференціація попиту, функціональні можливості попиту, еластичність), структурування ринку (продукція основних виробників, структура споживання, структура товарообігу, поділ ринку між основними виробниками, територіальна структура ринку), рівень монополізації і конкурентності ринку.

4.7.5. *Структурні особливості КАД.* Типова структура кон’юнктурно- аналітичного дослідження включає наступні основні розділи: аналіз стану ринку продукту (у розрізі країн, регіонів, товаровиробників), тенденцій розвитку ринку і його динамічної стабільності; оцінку та аналіз коливань, сезонності і циклічності розвитку ринку; характеристику ступеню монополізації ринку, інтенсивності конкуренції, прогноз ринку, наявність кон’юнктурних ризиків (під впливом можливих чи очікуваних змін параметрів ринку, таких як ціни на товари, структура попиту і пропозиції, кореляція між різними параметрами ринку та мінливість цих параметрів).

4.7.6. *Етапи розробки КАД*. Основними етапами розробки КАД є наступні: вивчення об’єкту/предмету кон’юнктурного дослідження, збір та опрацювання кон’юнктурної інформації про об’єкт дослідження і пов’язані з ним економічні та ринкові процеси, оцінка особливостей стану досліджуваного ринку, аналіз поведінки суб’єктів, що діють на ринку, оцінка і аналіз потенціалу та основних пропорцій ринку, основних тенденцій розвитку ринку, його коливання, сезонність, циклічність.

4.7.7. *Інформаційна база для формування КАД.* Інформаційна база для розробки КАД включає: статистичні бази, інформаційні ресурси інституту, інформаційні ресурси мережі системи INTERNET, комунікативна інформація (опитування, спостереження, цільові запити, експеримент, тощо). Для отримання кон’юнктурної інформації використовують інструменти, які обумовлені специфікою об’єкту дослідження.

В КАД приводяться внутрішньотекстові бібліографічні посилання на інформаційні джерела (розміщуються в тексті документу в круглих дужках), підрядкові посилання на інформаційні джерела (у вигляді примітки в нижній частині сторінки) або ж наприкінці тексту в окремому розділі («Використані інформаційні джерела», «Бібліографічні посилання на інформаційні джерела).

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання ( <http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf> )

Внутрішньотекстові посилання на інформаційні джерела здійснюються в обов’язковому порядку при використанні статистичних, цінових, табличних даних або ж важливих для розкриття проблеми фактографічних даних.

4.7.8. *Методи обробки інформації для КАД*. При обробці результатів кон’юнктурних досліджень використовуються математичні, статистичні та прогнозні методи. Якісні дослідження (моделі споживання або поведінки, ставлення до продуктів, ступінь відповідності продуктів потребам та ін.) орієнтовані на розуміння, пояснення та інтерпретацію даних і є джерелом формування висновків та рекомендацій.

4.7.9*. Публічність КАД*. Кон’юнктурно- аналітичне дослідження, як правило, не є публічними документами та використовується замовником для внутрішньої діяльності та прийняття рішення щодо створення виробництва нового продукту, розширення діючого виробництва продукту (розширення виробничих потужностей), в разі зміни або розширення географії експортних поставок продукції, зміни або розширення географії імпортних закупівель сировини та напівсировини, у разі розширення (подовження) технологічного ланцюжка виробництва та реалізації нової лінійки продукції тощо.

## **4.8. Кон’юнктурно - технологічне аналітичне дослідження**

4.8.1. *Замовлення на розробку кон’юнктурно - технологічного аналітичного дослідження (КТАД).* КТАД розробляється за запитом замовника та відповідно до узгодженого технічного завдання (яке може розробляти будь-яка із сторін).

4.8.2. *Функціональне призначення (предмет дослідження) кон’юнктурно- технологічного дослідження (КТАД*). Предметом кон’юнктурно - технологічного аналітичного дослідження є сукупність кон’юнктурних, технологічних, екологічних аспектів певного хімічного виробництва для прийняття рішення щодо створення нового або ж розширення діючого виробництва хімічного продукту, визначення меж ринків збуту та економічно обгрунтованого рівня обсягів виробничих потужностей.

4.8.3.*Стилістичні особливості розробки кон’юнктурно - технологічного дослідження.* Кон’юнктурно – технологічне аналітичне дослідження має бути викладене гранично чітко, ясно та лаконічно, термінологічні визначення повинні бути однозначними та зрозумілими.

При формулюванні фраз не використовуються образні висловлювання, професійний сленг, які допускають неоднозначні інтерпретації. Уся приведена термінологія повинна бути коректною та науковою. У разі використання нетипової термінології або ж іноземних слів, приводиться їх тлумачення або ж переклад.

4.8.4.*Змістові особливості розробки кон’юнктурно - технологічного дослідження.* Зміст КТАД має бути максимально близьким до узгодженого ТЗ. Обов’язковими елементами змісту КТАД є ситуаційний аналіз товарного ринку продукту (у розрізі окремих визначених регіонів та країн): виробництво, товаровиробники (учасники ринку), експорт, імпорт, споживчі ніші та баланс споживання (ємність ринку), цінова кон’юнктура, тенденції ринку (оцінка попиту та пропозиції), прогнозна оцінка.

Кон’юнктурний аналіз поєднується з характеристикою технологічних аспектів виробництва продукту (основні технології, їх ранжування за техніко-економічними показниками, викидами, інжиніринг, перелік впроваджених інвестиційних проектів), аналізом сировини та сировинного забезпечення тощо.

4.8.5. *Структурні особливості КТАД*. КТАД включає кон’юнктурну частину та основні її розділи: аналіз стану ринку продукту (у розрізі країн, регіонів), тенденцій розвитку ринку і його динамічної стабільності; оцінку і аналіз коливань, сезонності і циклічності розвитку ринку, характеристику ступеня монополізації ринку, інтенсивності конкуренції, прогноз ринку, кон’юнктурних ризиків (можливих чи очікуваних змін значень параметрів ринку, таких як ціни на товари, структура попиту і пропозиції, кореляція між різними параметрами ринку і мінливість цих параметрів).

КТАД включає технологічну частину та основні її розділи: дані щодо основних технологій виробництва продукту, їх характеристика за основними техніко-економічними показниками, дані щодо інжинірингових компаній, компаній – ліцензіарів, аналіз екологічних аспектів виробництва, дані щодо впроваджених та заявлених до впровадження інвестиційних проектів та практичний досвід функціонування таких виробництв.

Кожний із розділів має свої висновки. Загальні висновки до КТАД поєднують системну оцінку кон’юнктурних та технологічних аспектів створення нового або ж розширення діючого виробництва хімічного продукту, визначення меж ринків збуту та економічно обгрунтованого рівня виробничих потужностей з рекомендаціями щодо впровадження найбільш ефективних технологій виробництва та залучення визначених інжинірингових компаній.

4.8.6. Інформаційна база для розробки КТАД: статистичні бази, інформаційні ресурси інституту, інформаційні ресурси мережі системи INTERNET, комунікативна інформація (опитування, цільові запити тощо). Особливостями інформаційної бази для КТАД є вичерпне та багатоаспектне опрацювання науково-технічної інформації з вітчизняних та зарубіжних наукових видань, патентної та інжинірингової інформації, комерційної інформації.

В КТАД приводяться внутрішньотекстові бібліографічні посилання на інформаційні джерела (розміщуються в тексті документу в круглих дужках), підрядкові посилання на інформаційні джерела (у вигляді примітки в нижній частині сторінки) або ж наприкінці тексту в окремому розділі («Використані інформаційні джерела», «Бібліографічні посилання на інформаційні джерела).

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання ( http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf )

Внутрішньотекстові посилання на інформаційні джерела здійснюються в обов’язковому порядку при використанні статистичних, цінових, табличних даних або ж важливих для розкриття проблеми фактографічних даних.

4.8.7. *Публічність КТАД.* КТАД, як правило, не є публічними документами та використовується замовником для внутрішньої діяльності та прийняття рішення щодо створення виробництва нового продукту, розширення діючого виробництва продукту (розширення виробничих потужностей), подовження технологічного ланцюжка виробництва та оцінки можливостей реалізації продуктів перероблення (розширеної продуктової лінійки) тощо.

## **4.9. Технологічні аналітичні огляди (технологічний, патентний, екологічний)**

4.9.1. *Замовлення на розробку технологічних аналітичних оглядів (ТАО).* ТАО розробляються за запитом замовника та відповідно до узгодженого технічного завдання (яке може розробляти будь-яка із сторін).

4.9.2. *Функціональне призначення (об’єкт/предмет дослідження)* *технологічних аналітичних оглядів.* Об’єктом розробки ТАО є сукупність технологічних, апаратурних, сировинних, екологічних аспектів певного хімічного виробництва у контексті покращення техніко-економічних показників його функціонування, впровадження інноваційних рішень.

Аналітичний огляд - це вторинний синтезований текст, в якому приводиться зведена аналітична оцінка з певного питання чи проблеми, яка грунтується на використанні науково-технічної інформації, отриманої з профільних інформаційних першоджерел за певний проміжок часу (ретроспективні межі).

4.9.3*.Стилістичні особливості ТАО.* Текст ТАО має бути викладений близько до описуваних технологій в інформаційних джерелах, термінологічні формулювання повинні бути однозначними та зрозумілими. У разі використання нетипової термінології або ж іноземних слів, приводиться їх тлумачення або ж переклад.

4.9.4. *Змістові особливості ТАО*. Зміст ТАО повинен бути максимально близький до узгодженого ТЗ, структурований за основними технологіями або ж компаніями – ліцензіарами, ключовими характеристиками чи особливостями технологій (технологічними схемами), сировиною.

ТАО розробляється під конкретне технічне завдання конкретного підприємства, а отже в тексті ТАО необхідним є приведення короткої характеристики діючого виробництва та технологічної схеми випуску продукту на підприємстві – замовнику для порівняльної характеристики та обгрунтування висновків щодо доцільності (можливості) впровадження тих чи інших технологічних та технічних новацій.

4.9.5. *Структурні особливості ТАО.* Структура ТАО складається з інформаційної частини (опис технологій, технологічних новацій, технічних рішень) та аналітичної частини, в якій надається аналітична оцінка доцільності імплементації конкретних технологічних і технічних новацій, аналіз досвіду такого впровадження на діючих виробництвах інших компаній, приводяться техніко-економічні результати застосування технологічних та технічних новацій на виробництвах різних товаровиробників.

У заключній частині аналітичного огляду обов’язково приводяться обгрунтовані висновки та надаються пропозиції щодо доцільності впровадження технологічних та технічних новацій, контактні дані рекомендованих для співробітництва інжинірингових компаній.

4.9.6. *Інформаційна база для формування ТАО*. Інформаційну базу для розробки ТАО складають: друковані та електронні інформаційні ресурси інституту, інформаційні ресурси мережі системи INTERNET, комунікативна інформація. сформовані табличні та графічні дані. Інформаційні ресурси повинні включати максимально широкий спектр профільних наукових, науково-технічних та науково-виробничих видань, інформацію з регіональних та світових патентних баз.

Основою інформаційної бази є в основному первинні інформаційні джерела. В ТАО приводяться внутрішньотекстові бібліографічні посилання на інформаційні джерела (розміщуються в тексті документу в круглих дужках), підрядкові посилання на інформаційні джерела (у вигляді примітки в нижній частині сторінки) або ж наприкінці тексту в окремому розділі («Використані інформаційні джерела», «Бібліографічні посилання на інформаційні джерела).

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання ( <http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf> )

Внутрішньотекстові посилання на інформаційні джерела здійснюються в обов’язковому порядку при використанні статистичних, цінових, табличних даних або ж важливих для розкриття проблеми фактографічних даних.

4.9.7. *Публічність ТАО.* ТАО, як правило, не є публічними документами та використовуються замовником для внутрішньої діяльності та прийняття рішення щодо удосконалення діючих технологій, подовження технологічного ланцюжка перероблення, впровадження інноваційних рішень. Водночас за згодою сторін ТАО

*Примітка. Зразок орієнтовного схематичного плану розробки технологічного аналітичного огляду приведений у Додатку 4.*

## **4.10. Аналітична довідка (аналітико-фактографічна довідка)**

4.10.1. *Замовлення на розробку аналітико-фактографічної довідки (АФД)*. АФД розробляються за запитом замовника та відповідно до узгодженого технічного завдання (яке може розробляти будь-яка із сторін). Розробка АФД може здійснюватися на основі розширеного запиту без узгодженого технічного завдання.

4.10.2. *Функціональне призначення (об’єкт/предмет розробки).* Об’єктом розробки АФД є будь-який кон’юнктурний, технологічний, сировинний, екологічний аспект хімічного (скляного) виробництва в контексті надання фактографічної інформації з аналітичним коментарем (висновками).

4.10.3*.Стилістичні особливості АФД.* Текст АФД має бути викладений структуровано, логічно та послідовно, термінологічні визначення повинні бути однозначними та зрозумілими. У разі використання нетипової термінології або ж іноземних слів, приводиться їх тлумачення або ж переклад.

4.10.4. *Змістові особливості АФД*. Зміст АФД повинен бути максимально близький до узгодженого ТЗ або запиту замовника. В основі структурування змісту АФД лежить тема запиту та основні аспекти її розкриття, а також види інформаційних ресурсів, які використовуються для розробки АФД (кон’юнктурна інформація, технологічна, патентна інформація, статистичні дані, виробнича інформація тощо).

4.10.5. *Структурні особливості АФД.* Структура АФД складається з інформаційної частини (короткий опис кон’юнктури, технологій, технологічних новацій, технічних рішень) та аналітичної частини, в якій надається аналітична оцінка та приводяться обгрунтовані висновки щодо вирішення (розв’язання) проблемної ситуації, яка є предметом розробки АФД.

4.10.6. *Інформаційна база для формування АФД*. Інформаційну базу для розробки АФД складають: статистичні бази, друковані та електронні інформаційні ресурси інституту, інформаційні ресурси мережі системи INTERNET, комунікативна інформація. сформовані табличні та графічні дані. Інформаційні ресурси повинні включати максимально широкий спектр профільних наукових, науково-технічних та науково-виробничих видань.

Основою інформаційної бази є в основному первинні інформаційні джерела. В АО приводяться внутрішньотекстові бібліографічні посилання на інформаційні джерела (розміщуються в тексті документу в круглих дужках), підрядкові посилання на інформаційні джерела (у вигляді примітки в нижній частині сторінки) або ж наприкінці тексту в окремому розділі («Використані інформаційні джерела», «Бібліографічні посилання на інформаційні джерела).

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання ( <http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf> ).

Внутрішньотекстові посилання на інформаційні джерела здійснюються в обов’язковому порядку при використанні статистичних, цінових, табличних даних або ж важливих для розкриття проблеми фактографічних даних.

4.10.7. *Публічність АФД.* АФД, як правило, не є публічними документами та використовуються замовником для внутрішньої діяльності та прийняття рішення щодо удосконалення діючих технологій, подовження технологічного ланцюжка перероблення, впровадження інноваційних рішень, оцінки конкурентного середовища, аналізу поставок зовнішньої торгівлі продукції тощо.

## **4.11. Практикуми (довідники) з окремих питань законодавства REACH/CLP, проблем міжнародного та національного технічного регулювання**

4.11.1. *Замовлення на розробку практикуму.* Практикум розробляються за ініціативою виконавця (інституту) та поширюється серед замовників через укладення договорів на надання практикуму в якості виду інформаційно-консультативного забезпечення з певної проблеми.

4.11.2. *Функціональне призначення (предмет/об’єкт науково-технічної розробки).* Предметом практикуму може бути будь-який аспект законодавства GHS/REACH/CLP (новий прийнятий нормативно-правовий акт або зміни до нього, законопроект, який перебуває на етапі прийняття) ), проблема міжнародного та національного технічного регулювання, яка потребує практичного роз’яснення та консультування.

4.11.3. *Стилістичні особливості розробки практикуму.* Текст практикуму має бути викладений у логічній послідовності, термінологічні визначення повинні бути однозначними та зрозумілими. У разі використання спеціальної англомовної та україномовної чи російськомовновної термінології з англомовних нормативних актів (Регламенти ЄС, Директиви ЄС, міжнародні документи, ISO стандарти, EN стандарти, національні нормативні акти інших країн тощо) приводиться її тлумачення або ж переклад. На початку практикуму може бути приведений розділ «Термінологія. Визначення».

4.11.4. *Змістові особливості практикуму.* Зміст практикуму повинен бути максимально деталізованим та викладений у доступній (зрозумілій) формі. Можливе використання форми «запитання - відповідь». Обов’язково приводиться консультаційне роз’яснення (коментар) по кожному із питань, які розглядаються в практикумі.

4.11.5. *Структурні особливості практикуму.* Структура практикуму вибудовується автором розробки відповідно до теми практикуму та структурно гармонізується з нормами нормативно-правового акту, на основі якого розробляється практикум, або проблеми технічного регулювання, яка є предметом розробки практикуму. По кожній статті приводиться роз’яснення та авторський коментар щодо дій, які повинні вчинити працівники підприємства для забезпечення зовнішньоторговельних операцій, які б не суперечили технічному хімічному законодавству країн, куди здійснюється експорт хімічної продукції.

4.11.6. *Інформаційна база для формування практикуму*. Інформаційну базу для розробки практикумів складають виключно первинні інформаційні джерела (нормативно –правові акти, офіційні документи та консультації).

В практикумі приводяться внутрішньотекстові бібліографічні посилання на інформаційні джерела (розміщуються в тексті документу в круглих дужках), підрядкові посилання на інформаційні джерела (у вигляді примітки в нижній частині сторінки) або ж наприкінці тексту в окремому розділі («Використані інформаційні джерела», «Бібліографічні посилання на інформаційні джерела).

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання ( <http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf> )

Внутрішньотекстові посилання на інформаційні джерела здійснюються в обов’язковому порядку при використанні статистичних, цінових, табличних даних або ж важливих для розкриття проблеми фактографічних даних.

4.11.7. *Публічність практикумів (довідників)*. Практикуми, як правило, є публічними консультаційними документами, які використовуються спеціалістами підприємств для проведення робіт, пов’язаних з адаптацією їх продукції до вимог міжнародних, європейських та національних регулятивних актів.

*Примітка. Зразок змісту «ПРАКТИКУМ: зміни законодавства ЄС з розміщення на ринку добрив. Огляд вимог нового регламенту до добрив (удобрювальних продуктів)» приведений у додатку 5 до Методичних рекомендацій.*

## **4.12. Паспорти безпеки на хімічну продукцію**

4.12.1. *Замовлення на розробку паспорта безпеки на хімічну продукцію (ПБ).* Паспорт безпеки на хімічну продукцію (хімічну речовину, хімічну суміш, хімічний виріб) розробляється за запитом підприємства та основі договору та узгодженого ТЗ (розробка може здійснюватися без ТЗ, у такому випадку розробка паспорту безпеки здійснюється відповідно до нормативного акту, назва якого вказується в запиті на розробку).

4.12.2. *Функціональне призначення (предмет/об’єкт розробки) ПБ.* Паспорт безпеки є обов'язковою складовою частиною технічної документації на хімічну продукцію (речовина, суміш, окремі види виробів) та призначений для забезпечення споживача достовірною інформацією щодо безпеки промислового застосування, зберігання, транспортування та утилізації хімічної продукції, а також її використання в побутових цілях. Паспорт безпеки розробляється на продукцію, яка використовується в побуті або промисловості та обов'язково містить інформацію, яка необхідна для забезпечення безпеки життя людей та збереження здоров'я, майна і довкілля.

Наявність паспорту безпеки (SDS, e-SDS) на хімічну продукцію необхідна для вантажоперевезень, проходження митного контролю, отримання дозвільних документів, інформування споживачів про безпечність або ж небезпечність хімічної продукції та умови, які забезпечують мінімізацію негативного впливу хімічного продукту на здоров’я споживача та довкілля.

4.8.3.*Стилістичні особливості розробки ПБ*. Паспорт безпеки належить до категорії внутрішніх нормативних документів, стиль викладу інформації та даних в ПБ повинен відповідати стилю нормативного документу. В документі використовуються загально прийняті хімічні терміни, які ідентифікують конкретний хімічний продукт та критерії оцінки його впливу на здоров’я споживачів та довкілля.

4.8.4. *Змістові особливості паспорту безпеки.* Зміст паспорту безпеки є уніфікованим та структурованим, він грунтується на даних з технологічних регламентів, внутрішніх нормативних документів, наданих виробником (постачальником) хімічної продукції, технічних та технологічних даних з валідних інформаційних джерел (зокрема, даних бази ECHA). Частина відносних показників розраховується розробником паспорту безпеки на основі вихідних даних.

4.12.5*. Структурні особливості ПБ*. Структура паспорту вибудовується відповідно до нормативно-правового акту, на основі якого він розробляється (Гармонізована система GHS, Регламент ЄС № 1272/2008 (CLP), ДСТУ ГОСТ 30333:2009 «Паспорт безпеки хімічної продукції. Загальні вимоги (ГОСТ 30333-2007, IDT)», національні законодавчо-правові та нормативні акти країн, куди експортується хімічна продукція).

Типовими основними розділами ПБ є наступні: ідентифікація хімічної продукції, виробника та небезпек, склад хімічної продукції, заходи щодо першої допомоги, заходи при виникненні пожежі, для попередження та ліквідації надзвичайних ситуацій, засоби індивідуального захисту, правила перевезень хімічної продукції, фізико-хімічні властивості, токсикологічні характеристики хімічного продукту, дані щодо стабільності та реакційної здатності, інформація про вплив на навколишнє середовище та ін.

4.12.6. *Інформаційна база для формування паспорту безпе*ки. Інформаційну базу для розробки паспорту безпеки складають виключно первинні інформаційні джерела (нормативно – технічні акти, репрезентативні джерела наукової та науково-технічної інформації, наукові бази даних).

В ПБ приводиться стандартний розділ 15 «Інформація про національне та міжнародне законодавство» з обов’язковим описом інформаційних джерел та посиланням на електронні інформаційні ресурси, де розміщенні нормативні документи, які використані при розробці ПБ.

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання ( <http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf> ).

4.12.7. *Публічність паспорту безпек*и. Паспорт безпеки, як правило, є публічними документами, який надається споживачу хімічної продукції (хімічної речовини, хімічної суміші, окремих хімічних виробів) до першої поставки та розміщується на сайті компанії-товаровиробника (повністю або фрагментарно).

## **4.13. Фактографічна (статистична, цінова, тематична ) довідка**

4.13.1. *Замовлення на розробку фактографічної довідки (ФД).* ФД розробляється за запитом замовника (у вигляді листа-запиту).

4.13.2. *Функціональне призначення ФД (предмет розробки науково-технічної продукції).* Фактографічна (статистична, цінова, тематична ) довідка представляє собою сукупність фактографічних даних (будь-які статистичні дані, ціни, схеми, діаграми, тощо), підібраних з певного питання чи проблеми та викладених у певній логічній послідовності відповідно до запиту замовника.

ФД є синтезованою сукупністю первинних документів, частин тексту, рефератів, анотацій, рисунків, схем, діаграм, оброблених статистичних даних тощо.

4.13.3.*Стилістичні особливості ФД.* Текст ФД повинен бути викладений максимально близько до тексту первинного документу і може містити безпосередні фрагменти інформаційних документів, статистичних баз даних, оброблені або ж трансформовані табличні дані тощо. У разі використання нетипової термінології або ж іноземних слів, приводиться їх тлумачення або ж переклад.

Фактографічні дані необхідно передавати гранично точно, ясно та лаконічно. Варто вибирати ті слова та вирази, які точно передають текст інформаційного першоджерела, не допускати їх інтерпретації. Якщо розробником надається власний коментар, авторський характер такого коментарю повинен бути стилістично виділений. При формулюванні фраз необхідно уникати образних висловлювань, професійного сленгу, абстракцій тощо.

4.13.4. *Змістові особливості ФД*. Зміст ФД має бути максимально близький до запиту замовника та грунтуватися на послідовному та структурованому викладі фактографічних даних у вигляді текстових файлів, таблиць (Word, Exсel), графічних матеріалів, прямих цитат та витягів з тексту.

4.13.5. *Структурні особливості ФД.* Структура ФД формується розробником відповідно до запиту замовника, фактографічні дані повинні бути структурованими за роками, видом (змістом), характером. Фактографічна довідка складається із інформаційної частини з елементами аналітики, які полягають у відборі фактів. У заключній частині ФД можу бути надані аналітично оброблені висновки відповідно до теми запиту.

4.13.6. *Інформаційна база для формування ФД*. Інформаційну базу для розробки ФД складають: статистичні бази, друковані та електронні інформаційні ресурси інституту, інформаційні ресурси мережі системи INTERNET, комунікативна інформація. сформовані табличні та графічні дані. Інформаційні ресурси повинні включати максимально широкий спектр профільних наукових, науково-технічних та науково-виробничих видань.

Основою інформаційної бази є переважно первинні інформаційні та статистичні джерела. В ФД приводяться внутрішньотекстові бібліографічні посилання на інформаційні джерела (розміщуються в тексті документу в круглих дужках), підрядкові посилання на інформаційні джерела (у вигляді примітки в нижній частині сторінки) або ж наприкінці тексту в окремому розділі («Використані інформаційні джерела», «Бібліографічні посилання на інформаційні джерела).

Бібліографічні посилання на інформаційні джерела здійснюються відповідно до ДСТУ 8302:2015 Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання ( <http://lib.pu.if.ua/files/dstu-8302-2015.pdf> )

Внутрішньотекстові посилання на інформаційні джерела здійснюються в обов’язковому порядку при використанні статистичних, цінових, табличних даних або ж важливих для розкриття теми запиту фактографічних даних.

4.13.7. *Публічність ФД.* ФД, як правило, не є публічними документами та використовуються замовником для внутрішньої діяльності та прийняття рішення щодо пошуку замовників на продукцію, нових ринків збуту, оцінки конкурентного середовища, співставлення відпускних та ринкових цін, аналізу середніх експортних та імпортних цін.

1. **Алгоритм розробки науково-технічної продукції аналітичного характеру**

5.1. Алгоритм розробки науково-технічної продукції (НТП) аналітичного характеру грунтується на методах пошуку, відбору, структурування, аналітико-синтетичної обробки інформації та трансформації переробленої інформації у новий продукт. Він має свої особливості в залежності від виду аналітичного продукту.

Водночас алгоритм розробки усіх видів НТП аналітичного характеру має спільні етапи та до науково-технічної продукції пред’являються єдині вимоги: релевантність (відповідність змісту ТЗ або запиту замовника), адекватність рівня деталізації інформації відповідно до ТЗ (запиту) або ж заданій меті розробки, науковість, достовірність, повнота, своєчасність, якість.

5.2. Науково-технічна продукція (НТП) аналітичного характеру передбачає поєднання трьох базових методологічних компонентів: аналітичні методи (функціональний компонент), знання предметної області (галузевий компонент), певний тип структури особистості фахівця – аналітика (особистісний компонент).

5.3. Основні етапи розробки науково-продукції аналітичного характеру

5.3.1. Входження в тему розробки. Поглиблене вивчення змісту (сутності) технічного завдання (запиту), комунікація з замовником для уточнення певних аспектів ТЗ, які потребують пояснення, доповнення або ж деталізації, створення своєрідного пошукового образу інформаційного запиту.

5.3.2. Визначення основних термінів та понять, які характеризують об’єкт (предмет) НТП, зв’язку між ключовими словами, дескрипторами та термінами. Виключення двоякої інтерпретації в науково-технічних, виробничих, технологічних термінах, які використовуються в НТП.

5.3.3. Формування першого робочого варіанту змісту розробки (деталізація до 3 рівня) відповідно до ТЗ (запиту), де у вигляді функціональних блоків задається певна тематична послідовність проведення дослідження. У процесі подальшої роботи функціональні блоки діляться на більш дрібні тематичні блоки, які відповідають конкретним пунктам ТЗ.

5.3.4. Визначення тематичних, інформаційних та хронологічних меж розробки, переліку видів інформаційних джерел, які повинні або можуть бути інформаційною базою для даного НТП, аналіз їх доступності, можливостей хронологічної ретроспекції, наукової об’єктивності (метод цитування), перевірка якості джерел інформації. При цьому варто мати на увазі, що надійність інформаційного джерела не завжди є підтвердженням надійності та достовірності даних, які приведені в документі.

5.3.5. Формування пошукових дескрипторних висловів (словосполучень, фраз), які відповідають темі НТП та можуть бути використані для пошуку релевантної інформації. Переклад дескрипторів на мови, на яких буде здійснюватися пошук інформації в інформаційно-пошукових системах.

5.3.6. Первинний пошук релевантної наукової, науково-технічної, статистичної, комерційної, виробничої, екологічної, економічної, правової інформації (видові межі можуть розширятися або ж звужуватися в залежності від теми запиту), систематизація відібраної «сирої» інформації та формування папок електронних файлів, пронумерованих відповідно до структури першого варіанту робочого змісту розробки.

Електронні файли можуть містити повнотекстові інформаційні документи, витяги з документів, систематизовані відомості та кількісні (статистичні, цифрові дані), графічні дані та рисунки, які характеризують різні аспекти сутності об’єкту (предмету) розробки.

5.3.7. Первинна аналітико-синтетична обробка та аналіз вихідної інформації (у розрізі розділів та підрозділів).

Аналіз - поділ об'єкта (подумки чи реально) на складові частини з метою їх окремого вивчення. Такими частинами можуть бути якісь матеріальні елементи об'єкта або ж його властивості, ознаки, зв'язки та ін. Для цього здійснюється розділення (дроблення) інформації на складові та їх співставлення (інформаційні блоки однієї тематичної направленості), як між собою, так і з окремими рубриками змісту ТЗ (запиту).

Синтез - поєднання воєдино складових частин (властивостей, ознак, зв'язків і т.п.) досліджуваного об'єкта, розчленованих в результаті аналізу. Включає: вилучення з документів, відбір і систематизацію даних і фактів, які характеризують основні аспекти стану об'єкта, що розглядається, оцінку новизни, достовірності та взаємозалежності відібраних даних, їх відповідність змісту ТЗ, логічну переробку отриманих даних з метою одержання нової інформації щодо стану предмету розробки, ефективне узагальнення або ж стиснення інформації.

5.3.8. Оцінка рівня повноти відібраної інформації, видалення інформаційного «шуму», виявлення інформаційних «білих плям» у відібраній інформації у контексті її відповідності вимогам ТЗ та пошук додаткової (уточнюючої) інформації.

5.3.9. Формування другого робочого варіанту змісту розробки (деталізація до 6-7 рівня) відповідно до ТЗ (запиту). Здійснюється накладення матриці змісту технічного завдання на матрицю тематичних блоків відібраної інформації.

Зміст розробки стає деталізованим та повністю відповідає ТЗ замовника або ж семантично є ширшим від ТЗ (запиту). Якщо інформація по деяким розділам розробки (і відповідно ТЗ чи запиту) відсутня, виясняються причини такої відсутності та в розробці обо’язково приводиться назва розділу (підрозділу) з поясненням причин неможливості (відсутності результатів) пошуку релевантної інформації.

5.3.10. Поетапне написання інформаційної (якщо вона є необхідною) та аналітичної частини НТП здійснюється на основі дотримання логіки розгляду проблеми та відповідної послідовності викладу тексту у підрозділах аналітичної розробки.

Інформаційна та аналітична частина становлять дві обов’язкові функціональні складові (частини) аналітичної розробки, які є синергетичним поєднанням за забезпечують цілісність аналітичного продукту.

Вони можуть візуально розділятися в окремі сегменти (розділи або підрозділи) розробки, а можуть поєднуватися у межах окремих розділів (підрозділів). Кожна із цих складових має свою специфіку. Вона визначається їх змістовним складом, а також формою подання інформації та особливостями відповідних стилістичних конструкцій.

5.3.11. Інформаційна частина (розділи, підрозділи) формується на основі виписок (витягів) з вторинних інформаційних матеріалів або ж безпосередньо з інформаційних першоджерел.

Інформаційна складова зорієнтована на відображення переважно релевантних даних, які відповідають ТЗ (запиту). Ці дані можуть мати різноманітну інформаційну природу та бути представлені по-різному (наприклад, у вигляді опису основних характеристик проблеми, подання різних видів інформації у первинному або ж обробленому вигляді, приведення статистичних даних, результатів застосування різних методів перероблення інформації тощо), вони можуть бути надані у вигляді текстової інформації або у вигляді таблиць, графіків, схем, малюнків.

Проте головною умовою формування інформаційного розділу є акцент на *фактологію та мінімізацію інтерпретації приведених фактів.*

5.3.12. Аналітична частина (розділи, підрозділи) НТП грунтується на аналізі, оцінці та узагальненні відібраних та систематизованих даних і фактів, які стосуються об’єкту (предмету) розробки НТП. Ця інформація називається вхідною.

Усі порівняльні характеристики мають зіставлятися за допомогою табличної чи графічної форми надання даних. Приводяться зіставлення різних наукових та науково-технічних фактів, характеристика обгрунтованості тих чи інших науково-технічних (технологічних) рішень, їх подібність та відмінності, концепції, погляди, ідеї, висновки, запозичені, як з первинних інформаційних документів, так і власні думки, ідеї, судження. В аналітичній частині формуються загальні висновки та приводиться прогнозна оцінка можливих варіантів вирішення (розв’язання) проблеми, яка є об’єктом (предметом) розробки.

Основою аналітичної частини є *консолідована інформація*, яка є якісно новою синтезованою аналітичною інформацією та новим знанням, яке містить спеціально відібрану, проаналізовану, просинтезовану, оцінену, реструктуризовану та видозмінену інформацію з метою надання їй форми, яка забезпечить придатність для безпосереднього використання замовником.

5.3.13. Змістові розходження між інформаційними та аналітичними розділами проявляються в стилістичних особливостях викладу матеріалу, а також можуть визначати послідовність включення цих розділів у структуру єдиного кумулятивного аналітичного документу.

Роль інформаційних розділів визначається залежно від цілей і завдань науково-технічної розробки. Разом з тим загальноприйнятим у підготовці науково-технічних продуктів аналітичного характеру є певне кумулятивне звуження рамок інформаційних розділів розробки порівняно з аналітичними розділами.

5.3.14. Формування текстових (проміжних, заключних) аналітичних висновків є обов’язковою частиною аналітичних розділів НТП. Вони є доцільними також і при розробці інформаційних розділів (заключна частина розділів).

Аналітичні висновки – це логічні підсумкові судження, які зроблені на основі професійного аналізу первинної та вторинної інформації та містять конкретні консолідовані висновки щодо об’єкту (предмету) науково-технічного продукту відповідно до завдань, які поставлені в технічному завданні або запиті на розробку. Аналітичні висновки повинні містити чіткі та однозначні обгрунтування для прийняття управлінського (або науково-технічного чи виробничого) рішення замовником, яке стосується об’єкту (предмету) науково-технічної розробки.

5.3.15. В аналітичній частині обов’язковими є зіставлення та авторська оцінка новизни, наукової і практичної значущості інформації та використання стандартних методів аналітичної обробки (порівняння, узагальнення, моделювання, екстраполяції, системності)

Метод порівняння – процес зіставлення предметів або характеристик з метою установлення схожості чи відмінності між ними, а також знаходження загального, притаманного, що може бути властивим двом або кільком об´єктам дослідження.

Метод узагальнення – логічний процес переходу від одиничного до загального чи від менш загального до більш загального знання, а також продукт розумової діяльності, форма відображення загальних ознак і якостей об´єктивних явищ.

Метод моделювання – один із найважливіших в аналітиці. Передбачає побудову моделі, яка відображає істотні сторони об’єкта, що аналізується, спрощує його і заміняє реальний об’єкт аналізу.

Метод екстраполяції – поширення висновків, отриманих зі спостереження за однією частиною явища на іншу його частину

Системний метод – приведення даних в деяку систему, що дозволяє їх пояснити з позицій системного підходу.

5.3.16. Наукове та стилістичне редагування тексту НТП аналітичного характеру. Шрифтове оформлення. Дизайн аналітичного матеріалу.

Наукове та стилістичне редагування тексту НТП аналітичного характеру здійснюється розробником.

Усі формалізовані елементи формування тексту НТП та його оформлення мають відповідати певним унормуванням, прийнятим в інституті, а саме:

(1) Текстовий редактор – Word for Windows;

(2) Поля: верхнє, ліве, праве – 1,5-2 см, нижнє – 1,7-2 см;

(3) Шрифт «Times New Roman» (заголовки – 14-15 кегль, основний текст – 12-13 кегль, допоміжний текст – 9-11 кегль);

(4) Шрифт «Arial» (заголовки 13-14 кегль, основний текст – 12 кегль, допоміжний текст – 10-11 кегль);

(5) Титул науково-технічної продукції повинен містити такі обов’язкові елементи: назва міністерства, якому підпорядкована наукова установа, повна та скорочена назва наукової установи (Державне підприємство «Черкаський державний науково-дослідний інститут техніко-економічної інформації і хімічній промисловості», ДП «Черкаський НДІТЕХІМ»), логотип установи, назва структурного підрозділу, який виконував розробку, адреса наукової установи, назва НТП, вид НТП, ПІБ та посада розробника, контактні дані, вихідні дані.

За необхідності на титулі науково-технічних розробок проставляється гриф затвердження розробки директором чи заступником директора з наукової роботи.

Титул розробки може містити дизайнерські елементи (малюнки), які відповідають тематичній направленості розробки.

5.4. Авторська складова (авторські особливості) аналітичного матеріалу.

5.4.1. Якість аналітичної розробки залежить від особистості аналітика (маркетолога), його фаховості, рівня самоосвіти і самовдосконалення, отриманих професійних знань з підвищення методологічного рівня, розвитку практичних навичок аналітичної роботи, засвоєнню нових технологічних засобів і інструментів.

Як правило, у процесі розробки НТР аналітичного характеру фахівець (аналітик) використовує власну схему підготовки розробки, яка грунтується на практичному досвіді, знаннях, розумінні рейтингу методів обробки та представлення інформації.

5.4.2. Аналітик, спираючись на інформаційні моделі, створює нове знання про той фрагмент реальності, який потребує розробки аналітичного продукту , виступаючи дослідником конкретної предметної області, яка належить до сфери його інтересів або ж продиктована інтересами замовника (галузь, підгалузь, сектор, сегмент ринку, товарний продукт, проблема науково-технічного, технологічного, виробничого, комерційного, екологічного характеру, яка вимагає вирішення тощо)

# Додаток 1.

# **Схематичний план (шаблон) розробки аналітичної доповіді (аналітичного звіту) щодо стану галузі (підгалузі, сектору)**

1. Резюме дослідження (мета дослідження, короткий огляд постановочних питань, які є предметом дослідження)
2. Аналіз стану галузі (підгалузі, сектору)
   1. Товарне виробництво
   2. Структура товарного виробництва. Конкурентне середовище
   3. Реалізація продукції
   4. Зовнішньоторговельний обіг
      1. Експортні поставки
      2. Імпортні поставки
      3. Зовнішньоторговельне сальдо
   5. Аналіз споживання (ємність товарного ринку)
      1. Оцінка попиту та пропозиції
      2. Баланс споживання
      3. Структура споживання (видовий зріз)
      4. Учасники (оператори) ринку
      5. Тенденції, короткостроковий та середньостроковий прогноз ринку.
   6. Інвестування галузі (підгалузі, сектору)
      1. Внутрішні інвестиції в основний капітал
      2. Прямі іноземні інвестиції
      3. Ключові реалізовані інвестиційні проекти (3 роки)
      4. Інвестиційні проекти, які перебувають в стадії реалізації, або ж заявлені до реалізації (коротке досьє)
      5. Основні проблеми інвестування галузі (підгалузі, сектору)
   7. Цінова кон’юнктура
      1. Відпускні ціни товаровиробників. Динаміка. Тенденції
      2. Зовнішньоторговельні ціни. Динаміка. Тенденції
      3. Світові та регіональні ціни. Динаміка. Тенденції.
      4. Ціни на ринку сировини. Динаміка. Тенденції.
      5. Проблеми галузевого (секторального) ціноутворення
      6. Прогнозна оцінка внутрішньої та зовнішньої цінової кон’юнктури
   8. Аналіз фінансово-економічного стану галузі (підгалузі, сектору)
      1. Фінансові результати (прибуток, збиток, сальдо)
      2. Рентабельність
      3. Структура собівартості.
      4. Заробітна плата
      5. Матеріальні витрати
      6. Стан виробничої інфраструктури (основні фонди, знос, структура основних фондів, оновлення)
      7. Оцінка фінансово-економічного стану галузі (підгалузі, сектору)
   9. Порівняльний аналіз та рейтинги основних підприємств галузі (підгалузі, сектору)
      1. За обсягами товарного виробництва
      2. За фінансовими показниками
      3. За обсягами інвестицій в основний капітал
3. Заключна оцінка стану галузі (підгалузі, сектору).
   1. Системна оцінка стану галузі (підгалузі, сектору)
   2. Державне регулювання стану галузі (підгалузі, сектору)
   3. Внутрішні та зовнішні ризики
   4. Прогнозні сценарії розвитку галузі (підгалузі, сектору) в короткостроковій та середньостроковій перспективі.

Додаток 2

**Орієнтовний схематичний план (шаблон) розробки**

**маркетингового дослідження (маркетингового огляду), кон'юнктурно-аналітичного дослідження (кон’юнктурного огляду) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**(назва продукту, ринку, сегменту)

1. Резюме дослідження (мета дослідження, короткий огляд постановочних питань, які є предметом дослідження)

2. Основні технологічні, сировинні, екологічні, нормативно-технічні аспекти і кон'юнктуроутворюючі фактори, які впливають на виробництво і споживання \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

2.1. Технологічні аспекти

2.2. Сировинні аспекти

2.3. Екологічні аспекти

2.4. Нормативно-правові аспекти (основні Регламенти і Директиви ЄС, національні технічні регламенти, міжнародні ISO і європейські (EN) стандарти, основні національні стандарти, рівень їх імплементації з міжнародними та європейськими НД).

3. Аналіз і оцінка стану світового товарного ринку \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

3.1. Загальний стан виробництва. Конкурентне середовище

3.2. Зовнішня торгівля. Торговельні потоки

3.3. Попит. Структура попиту (споживання)

3.4. Балансові пропорції світового ринку

3.5. Цінова кон'юнктура

3.6. Основні тенденції

4. Аналіз і оцінка стану основних регіональних ринків \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.1. Європа.

4.1.1. Загальний стан виробництва. Конкурентне середовище

4.1.2. Зовнішня торгівля

4.1.3. Попит. Структура попиту (споживання)

4.1.4. Балансові пропорції регіонального ринку

4.1.4. Цінова кон'юнктура

4.1.5. Основні тенденції

4.2. Основні товарні ринки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в Європі (по країнах)

4.2.1. Австрія

4.2.1.1. Виробництво. Основні виробники (профілі провідних виробників). Специфікації продукту (якщо предметом дослідження є продукт)

4.2.1.2. Нові проекти зі створення виробництва \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.2.1.3. Експорт

4.2.1.4. Імпорт

4.2.1.5. Попит. Структура попиту. Баланс споживання

4.2.1.6. Ціни. Аналіз цінової кон’юнктури

4.2.1.7. Оцінка стану ринку, короткостроковий (середньостроковий) прогноз

4.2.2. Бельгія

4.2.2.1. Виробництво. Основні виробники (профілі провідних виробників). Специфікації продукту (якщо предметом дослідження є продукт)

4.2.2.2. Нові проекти зі створення виробництва \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.2.2.3. Експорт

4.2.2.4. Імпорт

4.2.2.5. Попит. Структура попиту. Баланс споживання

4.2.2.6. Ціни. Аналіз цінової кон’юнктури

4.2.2.7. Оцінка стану ринку, короткостроковий (середньостроковий) прогноз

4.2.3. І т.д. по кожній країні.

4.3. АТР

4.3.1. Загальний стан виробництва. Конкурентне середовище

4.3.2. Зовнішня торгівля

4.3.3. Попит. Структура попиту (споживання)

4.3.4. Цінова кон'юнктура

4.3.5. Основні тенденції

4.4. Основні товарні ринки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в АТР (у розрізі країн)

4.4.1. Китай

4.4.1.1. Виробництво. Основні виробники (профілі провідних виробників). Специфікації продукту (якщо предметом дослідження є продукт)

4.4.1.2. Нові проекти зі створення виробництва \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4.4.1.3. Експорт

4.4.1.4. Імпорт

4.4.1.5. Попит. Структура попиту. Баланс споживання

4.4.1.6. Ціни. Цінова кон'юнктура

4.4.1.7. Оцінка стану ринку, короткостроковий (середньостроковий) прогноз

4.4.2. Індія

4.4.2.1. Виробництво. Основні виробники (профілі провідних виробників). Специфікації продукту (якщо предметом дослідження є продукт)

4.4.2.2. Нові проекти зі створення виробництва \_\_\_\_\_\_\_\_

4.4.2.3. Експорт

4.4.2.4. Імпорт

4.4.2.5. Попит. Структура попиту. Баланс споживання

4.4.2.6. Ціни. Цінова кон'юнктура

4.4.2.7. Оцінка стану ринку, короткостроковий (середньостроковий) прогноз

4.4.3. І т.д. по кожній країні.

4.5. Північна Америка

4.5.1. Загальний стан виробництва. Конкурентне середовище

4.5.2. Зовнішня торгівля

4.5.3. Попит. Структура попиту (споживання)

4.5.4. Цінова кон'юнктура

4.5.5. Основні тенденції

4.6. Основні товарні ринки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_у Північній Америці (у розрізі країн)

4.6.1. США

4.6.1.1. Виробництво. Основні виробники (профілі провідних виробників)

4.6.1.2. Нові проекти зі створення виробництв \_\_\_\_\_\_\_\_

4.6.1.3. Експорт

4.6.1.4. Імпорт

4.6.1.5. Попит. Структура попиту. Баланс споживання

4.6.1.6. Ціни. Цінова кон'юнктура

4.6.1.7. Оцінка стану ринку, короткостроковий (середньостроковий) прогноз

4.6.2. Канада

4.6.2.1. Виробництво. Основні виробники (профілі провідних виробників)

4.6.2.2. Нові проекти зі створення виробництв \_\_\_\_\_\_\_\_

4.6.2.3. Експорт

4.6.2.4. Імпорт

4.6.2.5. Попит. Структура попиту. Баланс споживання

4.6.2.6. Ціни. Цінова кон'юнктура

4.6.2.7. Оцінка стану ринку, короткостроковий (середньостроковий) прогноз

4.6.3. І т.д. по кожній країні

4.7. Південна Америка

4.7.1. Загальний стан виробництва. Конкурентне середовище

4.7.2. Зовнішня торгівля

4.7.3. Попит. Структура попиту (споживання)

4.7.4. Цінова кон'юнктура

4.7.5. Основні тенденції

4.8. Основні товарні ринки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в Південній Америці (у розрізі країн)

4.8.1. Бразилія

4.8.1.1. Виробництво. Основні виробники (основні профілі провідних виробників)

4.8.1.2. Нові проекти зі створення виробництв \_\_\_\_\_\_\_\_

4.8.1.3. Експорт

4.8.1.4. Імпорт

4.8.1.5. Попит. Структура попиту. Баланс споживання

4.8.1.6. Ціни. Цінова кон'юнктура

4.8.1.7. Оцінка стану ринку, короткостроковий (середньостроковий) прогноз

4.8.2. Мексика

4.8.2.1. Виробництво. Основні виробники (основні профілі провідних виробників)

4.8.2.2. Нові проекти зі створення виробництва \_\_\_\_\_\_\_\_

4.8.2.3. експорт

4.8.2.4. імпорт

4.8.2.5. Попит. Структура попиту. баланс споживання

4.8.2.6. Ціни. Цінова кон'юнктура

4.8.2.7. Оцінка стану ринку, короткостроковий (середньостроковий) прогноз

4.8.3. І т.д. по кожній країні

4.9. СНД

4.9.1. Україна

4.9.1.1. Виробництво. Основні виробники (основні профілі провідних виробників)

4.9.1.2. Нові проекти зі створення виробництва \_\_\_\_\_\_\_\_

4.9.1.3. Експорт

4.9.1.4. Імпорт

4.9.1.5. Попит. Баланс споживання

4.9.1.6. Ціни. Цінова кон'юнктура

4.9.1.7. Оцінка стану ринку, короткостроковий (середньостроковий) прогноз

4.9.2. РФ

4.9.2.1. Виробництво. Основні виробники (основні профілі провідних виробників). Специфікація продукту

4.9.2.2. Нові проекти зі створення виробництва \_\_\_\_\_\_\_\_

4.9.2.3. Експорт

4.9.2.4. Імпорт

4.9.2.5. Попит. Баланс споживання

4.9.2.6. Основні тренди цінової кон'юнктури

4.9.3. І т.д. по іншим країнах регіону.

5. Заключна оцінка та висновки щодо тенденцій світового товарного ринку \_\_\_\_\_\_.Рекомендації відповідно до Технічного завдання замовника.

# Додаток 3

# **ПЛАН КОНСУЛЬТАЦІЙНИХ ЗАХОДІВ на надання консультативно-інформаційних послуг для прийняття управлінського рішення щодо** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Найменування заходу** | **Інформаційний (маркетинговий) супровід** |
| 1. | Консультації з вибору технології виробництва з прив'язкою до сировинної бази | Технологічна, патентна та ін. науково-технічна інформація щодо технологій, компаній-ліцензіарів, дані про очікувані джерела сировини та можливості їх використання для реалізації проекту (наявність, логістична доступність, ціни) |
| 2. | Консультації щодо вибору інжинірингових компаній | Досьє інжинірингових компаній, інжиніринговий супровід аналогічних проектів (виконавці) |
| 3. | Консультації з розрахунку собівартості продукції та очікуваних термінів окупності проекту | Вартість інвестиційного проекту, сировини, собівартість готової продукції, структурування ціни, рентабельність та ін. |
| 4. | Консультації з вивчення конкурентного середовища і потенційних ринків збуту, визначення споживчих ніш | Найбільші продуценти, (досьє), специфікація продукції, ціни, конкурентні переваги  Канали збуту (оптова, роздрібна торгівля). Вимоги до продукту, пакування, транспортування, відповідність вимогам GHS/REACH/CLP  Оцінка експортного потенціалу збуту товарного продукту (регіональний зріз та у розрізі країн) |
| 5. | Консультації з розрахунку оптимальних (економічно обгрунтованих) виробничих потужностей, обсягів споживання, обсягів виробництва (рівня завантаження виробничих потужностей) | Вивчення попиту і пропозиції, їх балансу. Визначення можливого обсягу продажів у розрізі споживчих ніш, структура споживання. Найбільші споживачі. Короткостроковий і середньостроковий прогноз кон'юнктури ринку з урахуванням оцінки основних кон'юнктуроутворюючих факторів |
| 6. | Консультації щодо можливих технологічних і товарних ланцюжках переробки продукту | Вивчення попиту і пропозиції по продуктам технологічної переробки, оцінка економічної доцільності такої переробки |
| 7. | Підсумкові консультації (для прийняття управлінського рішення щодо доцільності створення виробництва) | Відповіді на питання замовника, прогнозна оцінка ситуації (в рамках процесу підготовки та реалізації інвестиційного проекту). |

# Додаток 4

# **Орієнтовний схематичний план (шаблон) розробки технологічного аналітичного огляду щодо виробництва** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. Резюме аналітичного огляду (мета розробки, короткий огляд постановочних питань, які є предметом аналітичної розробки)
2. Загальний огляд технологій у виробництві\_\_\_\_\_\_\_\_\_. Основні технологічні новації. Рейтинг діючих технологій.
3. Основні технології виробництва\_\_\_\_\_\_\_\_\_
   1. **Компанія-ліцензіар 1**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.1.2. Технологічні, технічні (апаратурні), сировинні, екологічні особливості (переваги) технології.

3.1.3. Економічна ефективність технології.

3.1.4. Перелік впроваджених проектів по технології\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

3.1.5. Перелік інвестиційних проектів, які перебуваю в стадії реалізації або ж заявлені до реалізації

3.1.6. Ліцензіати, EPC-компанії, інжинірингові компанії, які займаються супроводженням проектів по створенню виробництв за технологією\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (досьє)

3.1.7. Досвід практичного функціонування створених виробництв.

3.1.8. Використані патентні та інші науково-технічні джерела інформації

**3.2. Компанія –ліцензіар 2**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3.1.2. Технологічні, технічні (апаратурні), екологічні, сировинні особливості (переваги) технології

3.1.3. Економічна ефективність технології.

3.1.4. Перелік впроваджених проектів по технології\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

3.1.5. Перелік інвестиційних які перебуваю в стадії реалізації або ж заявлені до реалізації

3.1.6. Ліцензіати, EPC-компанії, інжинірингові компанії, які займаються супроводженням проектів по створенню виробництв за технологією\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (досьє)

3.1.7. Досвід практичного функціонування створених виробництв.

3.1.8. Використані патентні та інші науково-технічні джерела інформації

3.3. І т.д. по іншим компаніям –ліцензіарам.

4. Рейтингова оцінка технологій. Висновки та пропозиції щодо оптимальної

технології створення виробництва \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Додаток 5.

**Зразок змісту практикуму   
«ПРАКТИКУМ: зміни законодавства ЄС з розміщення на ринку добрив. Огляд вимог нового регламенту до добрив (удобрювальних продуктів)**

1. Вступ

2. Постатейний аналіз основних положень нового Регламенту ЄС по удобрювальним продуктам

2.1. Сфера дії

2.2. Основні визначення

2.3. Вільне розміщення та пересування удобрювальних продуктів в ЄС

3. Зобов’язання економічних операторів

3.1.Обов’язки виробників

3.2. Обов'язки уповноваженого представника

3.3. Обов'язки імпортерів

3.4. Обов'язки дистриб'юторів

3.5. Випадки, коли зобов'язання виробників застосовуються до імпортерів і дистриб'юторів

3.6. Ідентифікація економічних операторів

3.7. Перепакування продукції

4. Оцінка відповідності удобрювальних продуктів ЄС

4.1.Презумція відповідності

4.2. Загальні технічні вимоги

4.3. Оцінка відповідності

4.4. Декларація відповідності ЄС

4.5. Загальні принципи маркування удобрювальних продуктів в ЄС

4.6. Правила та умови нанесення ЄС маркування

4.7. Припинення статусу відходів

5. Нотифікація органів з оцінки відповідності

5.1. Нотифікуючі органи

5.2. Вимоги до нотифікуючих органів

5.3. Вимоги до нотифікованого органу

5.4. Презумпція відповідності нотифікованого органу

5.5. Дочірні та субпідрядні організації нотифікованого органу

5.6. Заявка на нотифікацію

5.7. Процедура нотифікації

5.8. Ідентифікаційні номери і списки нотифікованих органів

5.9. Зміни, що вносяться до нотифікації

5.10. Оскарження компетентності нотифікуючого органу

5.11. Робочі обов'язки нотифікованих органів

5.12. Оскарження рішень нотифікованих органів

5.13.Обов’язки нотифікованих органів у сфері інформації

5.14. Координація роботи нотифікованих органів

6. Спостереження на ринку Союзу. Контроль за удобрювальними продуктами і процедура виконання угоди Союзу

6.1. Спостереження і контроль за ринком ЄС

6.2. Процедура звернення щодо удобрювальних продуктів ЄС, які представляють ризик

6.3. Процедура захисту ринку

6.4. Удобрювальні продукти ЄС, які представляють ризик

6.5. Офіційна невідповідність

7. Комітет і делеговані акти

7.1. Процедура Комітету

7.2. Поправки до додатків і здійснення делегування

8. Перехідні та заключні положення

8.1. Штрафні санкції

8.2. Поправки до Регламенту (ЄС) № 1069/2009

8.3. Поправки до Регламенту (ЄС) № 1107/2009

8.4. Скасування постанови (ЄС) № 2003/2003

8.5. Перехідні положення. Вступ в силу і застосування

9. Категорії функціонування «PFC») удобрювальних продуктів ЄС. Додаток 1

9.1. Частина 1. Призначення категорій функціонування удобрювальних продуктів

9.2. Частина 2. Вимоги, що стосуються категорій функціонування продуктів («PFC»)

9.2.1. PFC 1. Добрива

9.2.2. PFC 1 (A). Органічні добрива

9.2.2.1. PFC 1 (A) (I). Тверді органічні добрива

9.2.2.2. PFC 1 (A) (II). Рідкі органічні добрива

9.2.3. PFC 1 (B). Органо-мінеральні добрива

9.2.3.1. PFC 1 (B) (I). Тверді органо-мінеральні добрива

9.2.3.2. PFC 1 (B) (II). Рідкі органо-мінеральне добрива

9.2.4. PFC 1 (C). Неорганічні добрива

9.2.4.1. PFC 1 (C) (I). Неорганічні макрокомпонентні добрива

9.2.4.1.1. PFC 1 (C) (I) (a). Тверді неорганічні макрокомпонентні добрива

9.2.4.1.1.1. PFC 1 (C) (I) (a) (i). Прості тверді неорганічні однокомпонентні добрива

9.2.4.1.1.2.PFC 1 (C) (I) (a) (ii). Складні тверді неорганічні макрокомпонентні добрива

9.2.4.1.1.3. PFC 1 (C) (I) (a) (i ii) (A). Прості або складні тверді неорганічні макрокомпонентні аміачно-нітратні добриво з високим вмістом азоту

9.2.4.1.2. PFC 1 (C) (I) (b). Рідкі неорганічні макрокомпонентні добрива

9.2.4.1.2.1. PFC1 (C) (I) (b) (i). Прості рідкі неорганічні однокомпонентні добрива

9.2.4.1.2.2. PFC 1 (C) (I) (b) (ii). Складні рідкі неорганічні багатокомпонентні добрива

9.2.4.1.2. PFC1 (C) (II) (a). Прості неорганічні мікрокомпонентні добрива

9.2.4.1.3. PFC 1 (C) (II) (b). Складні неорганічні мікрокомпонентні добрива

9.3. PFC 2. Вапнякові матеріали

9.4. PFC 3. Грунтові меліоранти

9.4.2. PFC 3 (B). Неорганічний грунтовий меліорант

9.5.PFC 4. Живильне середовище

9.6. PFC 5. Інгібітори

9.6.1. PFC 5 (A) (I). Інгібітор нітрифікації

9.6.2. PFC 5 (AB) (II). Інгібітор уреази

9.6.3. PFC 5 (AC) (II). Інгібітор денітрифікації

9.7. PFC 6. Біостимулятори рослин

9.7.1. PFC 6 (A). Біостимулятори рослин, що містять мікроорганізми

9.7.2.PFC 6 (B). Стимулятори рослин, які не містять мікроорганізмів

9.8.PFC 7. Суміш удобрювальних продуктів

10. Категорії складових компонентів продуктів. Додаток II 61

10.1. Загальні положення

10.2. ЧАСТИНА I. Огляд категорій компонентів продуктів

10.3. ЧАСТИНА II Вимоги, що стосуються категорій компонентів (речовин) продуктів

10.3.1. CMC 1: Первинні (вихідні) речовини і суміші

10.3.2. CMC 2. Необроблені або механічно оброблені рослини, частини рослин або рослинні екстракти

10.3.3. CMC 3. Компост

10.3.4.CMC 4. Свіжий бродильний субтрат (дігестат)

10.3.5. CMC 5. Інші дігестати, окрім свіжих дігестатів (свіжих бродильних продуктів)

10.3.6. CMC 6. Побічні продукти харчової промисловості

10.3.7. CMC 7. Мікроорганізми

10.3.9. CMC 9. Живильні речовини-полімери

10.3.10. CMC 10. Інші полімери, які не є поживними речовинами

10.3.11. CMC 11. Деякі продукти, отримані з продуктів тваринного походження

11. Вимоги до маркування. Додаток III

11.1. ЧАСТИНА 1. Загальні вимоги до маркування.

11.2. ЧАСТИНА 2. Вимоги щодо маркування конкретних продуктів

11.2.1. PFC 1. Добрива

11.2.1.1. PFC 1 (A). Органічні добрива

11.2.1.2. PFC 1 (B). Органо-мінеральні добрива

11.2.1.3. PFC 1 (C): неорганічні добрива

11.2.1.3.1. PFC 1 (C) (I). Неорганічні макрокомпонентні добрива

1.2.1.3.1.1. PFC 1 (C) (I) (a): Тверді неорганічні макрокомпонентні добрива

11.2.1.3.1.2. PFC 1 (C) (I) (b): Рідкі неорганічні макрокомпонентні добрива

11.2.1.4.PFC 1 (C) (II): неорганічні мікрокомпонентні добрива

11.2.1.4.1. PFC 1 (C) (II) (a): Просте неорганічне мікрокомпонентне добриво

11.2.1.4.2. PFC 1 (C) (II) (b): Складне неорганічне мікрокомпонентне добриво

11.2.2. PFC 2. Вапнякові продукти

11.2.3. PFC 3. Меліоранти грунту

11.2.3.1. PFC 3 (A)). Органічні меліоранти ґрунту

11.2.4. PFC 4. Живильне середовище (субтрат)

11.2.5. PFC 6. Біостимулятори рослин

11.2.5.1.PFC 6 (A). Біостимулятори рослин, що містять мікроорганізми

11.2.6. PFC 7. Суміш удобрювальних продуктів

11.3. ЧАСТИНА 3. Правила толерантності

11.3.1. PFC 1. Добрива

11.3.1.1. PFC 1 (A). Органічні добрива

11.3.1.2. PFC 1 (B). Органо-мінеральні добрива

11.3.1.3. PFC 1 (C). Неорганічні добрива

11.3.2. PFC 2. Вапнякові продукти

11.3.3. PFC 3. Меліоранти грунту

11.3.4. PFC 4. Субтрат (живильне середовище)

11.3.5. PFC 5. Інгібітори

11.3.6. PFC 6 (A). Стимулятори рослин з мікроорганізмами

11.3.7. PFC 7. Суміші удобрювальних продуктів

12. ПРОЦЕДУРА ОЦІНКИ ВІДПОВІДНОСТІ. Додаток IV.

12.1. ЧАСТИНА 1. Застосування процедур оцінки відповідності

12.1.2. Застосування внутрішнього контролю виробництва (МОДУЛЬ A)

12.1.2.1. Застосування контролю внутрішнього виробництва плюс тестування продукту (МОДУЛЬ A1)

12.1.3. Застосування експертизи ЄС –типу (МОДУЛЬ B) для оцінки відповідності, заснованому на внутрішньому контролі виробництва (МОДУЛЬ C)

12.1.4. Застосування забезпечення якості виробничого процесу (МОДУЛЬ D1)

12.2. ЧАСТИНА 2. Опис процедур оцінки відповідності

12.2.1. МОДУЛЬ A - Внутрішній контроль виробництва

12.2.2. МОДУЛЬ A1. Контроль внутрішнього виробництва плюс контроль тестування товарів

12.2.3. МОДУЛЬ B. ЄС- експертиза типового зразка

12.2.4. МОДУЛЬ C. Відповідність дослідного зразка на основі внутрішнього контролю виробництва

12.2.5. МОДУЛЬ D1. Забезпечення якості виробничого процесу

13. ФОРМА ДЕКЛАРАЦІЇ ВІДПОВІДНОСТІ. Додаток V.

14. Покрокові дії підприємств-експортерів удобрювальних продуктів в ЄС при переході на вимоги нового Регламенту ЄС по удобрювальним продуктам