



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський державний університет  
харчування та торгівлі

## **ЕКСПЕРТИЗА В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ**

### **ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

для студентів факультету управління торговельно-підприємницькою  
та митною діяльністю спеціальності  
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
спеціалізації «Управління безпечністю та якістю товарів»

Харків  
ХДУХТ  
2017

Експертиза в міжнародній торгівлі: опорний конспект лекцій для студентів факультету управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», спеціалізації «Управління безпечністю та якістю товарів» [Електронний ресурс] / укл. : К. К. Василюць, Є. Б. Соколова, Л. І. Тренбач. – Електрон. дані. – Х. : ХДУХТ, 2017. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана.

Укладачі: ст. викл. К. К. Василюць,  
асист. Є. Б. Соколова,  
асист. Л. І. Тренбач.

Рецензент проф., канд. техн. наук Г. А. Синицина

Кафедра товарознавства, управління якістю та екологічної безпеки

Схвалено навчально-методичною комісією факультету управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю

Протокол від «24» листопада 2016 року № 6

Схвалено вченою радою ХДУХТ

Протокол від «28» грудня № 9

Схвалено редакційно-видавничою радою ХДУХТ

Протокол від «26» грудня № 5

© Василюць К. К., Соколова Є. Б., Тренбач Л. І.  
укладачі, 2017

© Харківській державний університет  
харчування та торгівлі, 2017

## ЗМІСТ

Вступ	4
Тема 1. Світова організація торгівлі	5
Тема 2. Міжнародна класифікація товарів	8
Тема 3. Українська класифікація товарів	12
Тема 4. Експертиза кількості та якості товарів	20
Тема 5. Визначення країни походження товару	24
Тема 6. Оцінка товарів	31
Список рекомендованої літератури	38

## ВСТУП

Перебудова економіки України на ринкових засадах супроводжується дедалі більшим залученням нашої країни до існуючої системи світо торговельних зв'язків. XXI століття відкриває сприятливі перспективи щодо посилення ефективності зовнішньоторговельної діяльності України за рахунок оптимального використання переваг світогосподарського та міжнародного поділу праці. Водночас залишаються складні проблеми інтегрування народного господарства у світовий ринок. Наша держава не має певного досвіду серед головних суб'єктів світорговельного простору. Як і усі пострадянські країни, вона тільки формує зовнішньоторговельну модель, адекватну об'єктивним процесам глобалізації та міжнародної економічної регіоналізації. Це формування неможливе без з'ясування стану та провідних тенденцій функціонування й розвитку світорговельних відносин, виявлення геополітичної орієнтації зовнішньоторговельної діяльності України, вільного від впливу політичних чинників, які придушують економічний сенс. У зв'язку з викладеним особливого значення набуває вивчення дисципліни «Експертиза в міжнародній торгівлі».

Даний курс лекцій ставить за мету допомогти студентам набутти навичок системного пошуку шляхів взаємовигідного співробітництва партнерів на зовнішньому ринку.

Зміст і структура лекцій підпорядковані реалізації поставленої мети шляхом поетапного і послідовного вирішення таких завдань: опанування теоретичними засадами функціонування міжнародної економіки; засвоєння найважливіших законів, закономірностей та принципів її розвитку; отримання знань про умови, форми, методи та основний інструментарій міжнародної економічної взаємодії; набуття знань про соціально-економічні проблеми світового господарства; опанування методикою аналізу стану світової господарської системи та окремих її складових; вміння визначати місце в ній окремої країни та рівня її зовнішньоекономічної діяльності.

# ТЕМА 1. СВІТОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

## План лекції

- 1.1. Світова організація торгівлі як міжнародна економічна організація.
- 1.2. Принципи міжнародної торгівлі.

### **1.1. Світова організація торгівлі як міжнародна економічна організація**

Міжнародна торгівля є одним із важливих напрямів міжнародного економічного співробітництва. Виходячи з цього міжнародні структури, які відають її питаннями, відіграють у світі вагомую роль.

До таких організацій належить і Світова організація торгівлі (далі – СОТ), створена 15 квітня 1994 р. у м. Маракеші (Марокко) на основі Генеральної угоди з тарифів та торгівлі (ГАТТ). Ця організація стала правонаступницею ГАТТ. Як відомо, ГАТТ – це багатостороння міжнародна угода про режим торгівлі і торговельної політики, підписана в жовтні 1947 р. 23 країнами. На початок 1994 р. вона нараховувала 128 країн-членів. За час свого функціонування ця міжнародна структура багато зробила для лібералізації зовнішньої торгівлі, застосування режиму найбільшого сприяння в торгівлі, знищення митних тарифів, усунення дискримінації у сфері торгівлі тощо.

Метою ж створення СОТ є здійснення міжнародних торговельних зв'язків через розроблення системи правових норм міжнародної торгівлі, контроль за їх дотриманням, а також забезпечення умов проведення багатосторонніх переговорів, спрямованих на глобальну лібералізацію торгівлі. СОТ діє в напрямі забезпечення тривалого і стабільного функціонування системи міжнародних торговельних зв'язків, лібералізації міжнародної торгівлі, досягнення рівноправності в торгівлі для всіх держав (із застосуванням норм про режим найбільшого сприяння, національний режим, заборону будь-яких форм дискримінації), поступового скасування митних і торговельних обмежень та вирішення інших завдань. На відміну від ГАТТ членство в СОТ, як правило, передбачає обов'язкову участь держави у багатосторонніх угодах. Крім того, якщо ГАТТ була системою багатосторонніх угод, то СОТ є постійно діючою організацією. Якщо правила ГАТТ поширювалися лише на торгівлю товарами, то СОТ займається поряд з організацією міжнародної торгівлі іншими пов'язаними з нею питаннями, зокрема питаннями інтелектуальної власності.

Важливі принципи діяльності СОТ – це торгівля без дискримінації, розширення доступу до ринків, сприяння справедливій конкуренції, розумне використання митних зборів, заохочення розвитку і здійснення економічних реформ.

Правовою базою СОТ є ряд багатосторонніх торговельних угод, яких було досягнуто під час так званого «Уругвайського раунду». Основні з них

такі: Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ) 1994 р., яка визначає єдині норми і принципи міжнародної торгівлі товарами; Генеральна угода з торгівлі послугами (ГАТС), яка регулює відносини у торгівлі послугами; Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРИПС); Угода про правила і процедури вирішення спорів; Угода про сільське господарство; Угода про застосування санітарних та фітосанітарних заходів; Угода про технічні бар'єри в торгівлі; Угода про правила походження товарів; Угода про процедури імпорту ліцензування; Угода про передвідвантажувальну інспекцію; Угода про пов'язані з торгівлею інвестиційні заходи; Угода про субсидії та компенсаційні заходи; Угода про захисні заходи.

З метою реалізації угод «Уругвайського раунду» було підписано понад 50 документів – угод, рішень, декларацій, протоколи тощо.

СОТ здійснює міжнародну торговельну політику і міжнародну торгівлю на основі таких принципів:

- принцип найбільшого сприяння і недискримінації;
- принцип національного режиму;
- принцип захисту національної промисловості;
- принцип створення стійкої основи торгівлі;
- принцип сприяння справедливій конкуренції;
- принцип заборони кількісних обмежень імпорту;
- принцип можливих дій в умовах надзвичайних ситуацій;
- принцип регіональних торговельних домовленостей.

В Угоді про створення СОТ виписана її організаційна структура (ст. 4). Вищим органом цієї організації є Конференція міністрів, до складу якої входять представники всіх країн-членів. Вона збирається не рідше одного разу кожні два роки. Конференція міністрів, виконуючи функції СОТ, здійснює необхідні для цього дії. Вона має повноваження приймати рішення з усіх питань, що входять до сфери дії будь-якої із багатосторонніх торговельних угод. На першій Конференції міністрів, яка відбулася в Сінгапурі у грудні 1996 року, у Заключній декларації було підтверджено курс на лібералізацію торгівлі і здійснення контролю за торговельною політикою, а також наголошено на пріоритеті Багатосторонньої торговельної системи щодо регіональних торговельних угод. Друга Конференція міністрів, зібрана в Женеві в травні 1998 р., була присвячена 50-річчю ГАТТ/СОТ.

## **1.2. Принципи міжнародної торгівлі**

Міжнародна торгівля здійснюється на основі принципів, які дістали своє закріплення у багатьох міжнародно-правових документах, і насамперед у документах Конференції ООН з торгівлі і розвитку.

Система загальних основних принципів міжнародної торгівлі включає 14 таких принципів:

- 1) торговельні відносини будуються на основі поваги до принципу

суверенної рівності, самовизначення народів і невтручання у внутрішні справи інших держав;

2) недопущення дискримінації, яка може бути пов'язана з належністю держав до різних соціально-економічних систем;

3) кожна країна має суверенне право на вільну торгівлю з іншими країнами;

4) економічний розвиток і соціальний прогрес мають стати загальною справою усього міжнародного співробітництва, сприяти зміцненню мирних відносин між країнами;

5) національна і міжнародна економічна політика має бути спрямована на досягнення міжнародного поділу праці відповідно до потреб та інтересів країн, що розвиваються, і світу в цілому;

6) міжнародна торгівля має регулюватися правилами, які сприяють економічному і соціальному прогресу;

7) розширення і всебічний розвиток міжнародної торгівлі залежить від можливості доступу на ринки і вигідності цін на сировинні товари, що експортуються;

8) міжнародна торгівля має бути взаємовигідною і вестися в режимі найбільшого сприяння, в її межах не мають застосовуватися дії, які завдають шкоди торговельним інтересам інших країн;

9) розвинуті країни, які беруть участь у регіональних економічних угрупованнях, повинні робити все від них залежне, щоб не завдавати шкоди і негативно не впливати на розширення їх імпорту з третіх країн, особливо країн, що розвиваються;

10) міжнародна торгівля має сприяти розвитку регіональних економічних угруповань, інтеграції та інших форм економічного співробітництва між країнами, що розвиваються;

11) міжнародні установи і країни, що розвиваються, мають забезпечити збільшення припливу міжнародної фінансової, технічної та економічної допомоги для підтримки через поповнення експортної виручки країн, що розвиваються, їхніх зусиль для прискорення свого економічного зростання;

12) значна частина коштів, які вивільнюються внаслідок роззброєння, повинна спрямовуватися на економічний розвиток країн, що розвиваються;

13) державам, які не мають виходу до моря, необхідно надати максимум можливостей, які б дали їм змогу подолати вплив внутрішньоконтинентального положення на їхню торгівлю;

14) повна деколонізація відповідно до Декларації ООН про надання незалежності колоніальним країнам і народам є необхідною умовою економічного розвитку і здійснення суверенних прав країн на природні багатства.

Конференція виробила і рекомендувала ряд спеціальних принципів, які визначають міжнародні торговельні відносини і торговельну політику і сприяють розвитку зовнішньої торгівлі. Переважно вони спрямовані на підтримку країн, що розвиваються. Деякі правові принципи міжнародної торгівлі були вироблені і другою сесією Конференції з торгівлі і розвитку.

## ТЕМА 2. МІЖНАРОДНА КЛАСИФІКАЦІЯ ТОВАРІВ

### План лекції

2.1. Міжнародна класифікація товарів і послуг.

2.2. Міжнародна класифікація товарів і послуг для реєстрації знаків (Ніщцька класифікація).

### 2.1. Міжнародна класифікація товарів і послуг

Розвиток світової торгівлі призвів до посилення ролі товарних знаків. Тому для узагальнення вимог світовим товариством були створені єдині правила ідентифікації товарів та послуг. З цією метою вперше у 1935 р. була розроблена Міжнародна класифікація товарів та послуг (МКТП). Система МКТП неодноразово переглядалась і вдосконалювалась. Сьогодні діє вже сьома її редакція. Перший офіційний переклад МКТП українською мовою здійснено у 1997 р. на основі автентичного англійського тексту Ніщцької Класифікації. Ніщцька угода про міжнародну класифікацію товарів та послуг для реєстрації знаків була укладена 15 червня 1957 р. і налічує сьогодні 14 статей. МКТП являє собою загальновизначену структуру класів товарів та послуг, яка складається з 42 класів, з них товари поділяються на 34 класи, а послуги - на 8 класів. Товари об'єднані у класи за видами матеріалів, з яких вони виготовлені, а також за їх функціональним призначенням або галузевому призначенню.

Назви товарів чи послуг, що фігурують у заголовках класів, є загальними назвами, що стосуються галузей, до яких належить товар чи послуга. Тому для уточнення класифікації кожного окремого товару чи окремої послуги слід користуватися абетковим переліком. Абетковий перелік містить заголовки класів для товарів та послуг. Крім того, там наведено перелік класів з пояснювальними примітками. Абетковий перелік подано у вигляді двох однакових чотириколонкових таблиць на кожній сторінці.

Для кожного товару чи послуги в таблицях вказано відповідно по колонках:

- номер класу, до якого належить товар чи послуга;
- порядковий номер назви товару чи послуги в абетковому переліку кожної з мовних версій Класифікації (U - української, E - англійської, F - французької);
- назву товару чи послуги українською, англійською та французькою мовами;
- базовий номер назви товару чи послуги.



## 2.2. Міжнародна класифікація товарів і послуг для реєстрації знаків (Ніщцька класифікація)

### Перелік класів товарів

- КЛАС 1** Хімічні продукти, призначені для використання в промисловості, науці, фотографії, сільському господарстві, садівництві та лісівництві; необроблені синтетичні смоли, необроблені пластмаси; добрива; хімічні речовини для гасіння вогню; препарати для термооброблення і паяння металів; хімічні речовини для консервування харчових продуктів; дубильні речовини; клейкі речовини на промислові потреби
- КЛАС 2** Фарби, політури, лаки; препарати-запобіжники корозії металів і руйнуванню деревини; барвники; протрави; необроблені природні смоли; листові і порошкові метали для художньо-декоративних робіт і друкування
- КЛАС 3** Вибілювальні препарати та інші речовини для прання; чистильні, лискувальні, знежирювальні та абразивні препарати; мило; парфуми, ефірні олії, косметика, лосьйони для волосся; зубні порошки і пасти
- КЛАС 4** Технічні мастила і оливи; мастильні матеріали; речовини для вбирання, змочування і пов'язування пилю; паливо (в тому числі моторний спирт) і світильні речовини; свічки і гноти для освітлювання
- КЛАС 5** Фармацевтичні та ветеринарні препарати; гігієнічні препарати на лікарські [медичні] потреби; дієтичні речовини на лікарські [медичні] потреби, дитяче харчування; пластирі, перев'язувальні матеріали; матеріали для пломбування зубів і виготовлення зубних виліпків; дезінфікувальні засоби; препарати для нищення паразитів і шкідників; фунгіциди, гербіциди
- КЛАС 6** Звичайні метали та їхні сплави; металеві будівельні матеріали; перемісні металеві конструкції та споруди; металеві матеріали рейкових колій; металеві кодоли і дріт; дрібні металеві вироби; металеві труби; сейфи; вироби із звичайних металів, що не належать до інших класів; руди
- КЛАС 7** Машини і верстати; двигуни (крім призначених для наземного транспорту); муфти, з'єднувачі, зчепи та передавачі (крім призначених для наземного транспорту); сільськогосподарське знаряддя; інкубатори

- КЛАС 8** Ручне знаряддя та інструменти; ножі, виделки, ложки; холодна зброя; бритви
- КЛАС 9** Наукові, морські, геодезичні, фотографічні, кінематографічні, оптичні, важильні, вимірювальні, сигналізаційні, контрольні (перевіряльні), рятувальні і навчальні прилади та інструменти; прилади та інструменти для передавання, перемикання, перетворювання, акумулювання, регулювання та контролювання електрики; апаратура для записування, передавання і відтворювання звуку або зображень; магнітні носії інформації, записові диски; торговельні автомати і механізми для апаратів з передплатою; касові апарати, рахувальні машини, засоби оброблення інформації та комп'ютери; вогнегасники
- КЛАС 10** Лікарські [медичні], зокрема хірургічні та зубничі [стоматологічні], і ветеринарні прилади та інструменти, протези кінцівок, очей і зубів; ортопедичні вироби; матеріали для накладання швів
- КЛАС 11** Устаткування для освітлювання, нагрівання, вироблення пари, куховарення, холодження, сушіння, вентилявання, водопостачання та на санітарно-технічні потреби
- КЛАС 12** Транспортні засоби; засоби переміщення по землі, по воді, повітрям
- КЛАС 13** Вогнепальна зброя; боєприпаси і снаряди; вибухові речовини; феєрверки
- КЛАС 14** Дорогоцінні метали та їхні сплави, товари з дорогоцінних металів, або покриті ними, що не належать до інших класів; золотарські вироби, дорогоцінне каміння; годинники та інші хронометричні прилади
- КЛАС 15** Музичні інструменти
- КЛАС 16** Папір, картон і вироби з них, що не належать до інших класів; друкована продукція; матеріали для книжкових оправ; фотографії; канцелярські товари; клеї канцелярські і побутові; товари для художників; пензлі; друкарські машинки та канцелярське обладдя (крім меблів); навчальні матеріали (крім апаратури); пластмасові матеріали для пакування (що не належать до інших класів); друкарські шрифти; друкарські кліше
- КЛАС 17** Каучук, гутаперча, гума, азбест, слюда і вироби з них, що не належать до інших класів; пластмасові матеріали на виробничі потреби; матеріали для конопачення, зацілювання,

ізолювання; неметалеві гнучкі труби

- КЛАС 18** Ремінь [вичинена шкіра], штучний ремінь і товари з них, що не належать до інших класів; шкіри тварин; валізи і дорожні сумки; зонти, парасольки, ціпки, тростини; упряж і лимарні [шорно-сідельні] вироби
- КЛАС 19** Будівельні матеріали неметалеві; будівельні неметалеві жорсткі труби; асфальт, смола і бітум; неметалеві перемісні споруди; неметалеві пам'ятники
- КЛАС 20** Меблі, дзеркала, картинні рами; вироби (що не належать до інших класів) з дерева, кори, очерету, комишу, верби, рогу, кістки, слонової кістки, китового вуса, панцера черепах, черепашок, бурштину, перламутру, морської пінки і замінників цих матеріалів або з пластмас
- КЛАС 21** Домашнє або кухонне начиння і вмістини; гребінці і губки; щітки (крім пензлів); щіткові матеріали; знаряддя для чищення; мочалки металеві; необроблене або частково оброблене скло (крім будівельного); вироби із скла, порцеляни та череп'яні, що не належать до інших класів
- КЛАС 22** Мотузки, сітки, навіси, брезент, вітрила, торби і мішки (що не належать до інших класів); набивкові матеріали (крім гумових і пластмасових); текстильна волоконна сировина
- КЛАС 23** Пряжа і нитки текстильні
- КЛАС 24** Тканини і текстильні вироби, що не належать до інших класів; ковдри, покривала і скатерки
- КЛАС 25** Одяг, взуття, наголовні убори
- КЛАС 26** Мереживо і вишиті вироби, стрічки і тасьми; гудзики, гачки і петельки, шпильки і голки; штучні квіти
- КЛАС 27** Килими, рогожі, мати, лінолеум та інші покриви для підлоги; шпалери (нетекстильні)
- КЛАС 28** Ігри та іграшки; гімнастичні та спортивні товари, що не належать до інших класів; ялинкові прикраси
- КЛАС 29** М'ясо, риба, птиця, дичина; м'ясні екстракти; законсервовані, заморожені, сухі, несирі фрукти та овочі; желе, повидла, компоти; яйця, молоко та молочні продукти; харчові олії та жири
- КЛАС 30** Кава, чай, какао, цукор, рис, тапіока, саго, замінники кави; борошно та зернові продукти, хліб; кондитерські вироби,

морозиво, мед, сироп мелясовий; дріжджі, пекарські порошки; сіль, гірчиця; оцет, приправи; прянощі; харчовий лід

**КЛАС 31** Сільськогосподарські, садові та лісові продукти і зерно, що не належать до інших класів; живі тварини; свіжі фрукти та овочі; насіння, живі рослини і квіти; корми; солод

**КЛАС 32** Пиво; мінеральні і газовані води та інші безалкогольні напої; фруктові напої і фруктові соки; сиропи та інші складники для готування напоїв

**КЛАС 33** Алкогольні напої (крім пива)

**КЛАС 34** Тютюн; курильне приладдя; сірники

#### Перелік класів послуг

**КЛАС 35** Реклама; керування справами; ділове адміністрування; канцелярські роботи

**КЛАС 36** Страхування; фінансова діяльність; кредитно-грошові операції; операції з нерухомістю

**КЛАС 37** Будування; лагодження; встановлювання устаткування

**КЛАС 38** Зв'язок

**КЛАС 39** Транспорт; пакування і зберігання товарів; влаштування подорожей

**КЛАС 40** Обробляння матеріалів

**КЛАС 41** Освіта, виховування; забезпечування навчання; розваги; влаштування спортивних і культурних заходів

**КЛАС 42** Науково-технологічні та проектно-дослідницькі послуги; послуги промислового аналізування та досліджування; розробляння та проектування комп'ютерної техніки і програмного статку

**КЛАС 43** Послуги щодо забезпечування харчами та напоями; тимчасове житло

**КЛАС 44** Лікарські [медичні] послуги; ветеринарні послуги; гігієнічне та косметичне обслуговування людей чи тварин; послуги в землеробстві, плідівництві та лісівництві

**КЛАС 45** Правничі послуги; послуги щодо охорони майна та людей; персональні та соціальні послуги стосовно задоволення потреб людини, що їх надає третя сторона

## ТЕМА 3. УКРАЇНСЬКА КЛАСИФІКАЦІЯ ТОВАРІВ

### План лекції

3.1. Сутність товарної номенклатури, класифікації та кодування товарів.

3.2. Структура та механізм застосування Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності.

### 3.1. Сутність товарної номенклатури, класифікації та кодування товарів

Перехід до нових принципів регулювання зовнішньоекономічної діяльності (тарифне регулювання, ліцензування, квотування і под.) відповідно до світової практики вимагає змін організації митного контролю за товарами, які знаходяться у зовнішньоторговельному обороті.

Ефективне використання тарифних методів регулювання залежить не тільки від системи оподаткування товарів при переміщенні через митний кордон, але й від застосування процедур митного контролю та їх оформлення. Правильна класифікація кодування товарів є важливим складовим елементом системи митного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, оскільки від неї залежить встановлення їхньої вартості за об'єктивними критеріями і, відповідно, обґрунтоване нарахування і стягнення митних платежів. Крім цього, правильна класифікація товарів має велике значення й для підвищення об'єктивності митної статистики зовнішньоекономічної діяльності, оскільки остання використовується для вироблення оптимальної митної політики країни.

Сучасні митні тарифи включають десятки тисяч найменувань товарів. Загальна кількість товарних позицій досягає п'яти тисяч. Крім того, кожна товарна позиція включає цілий ряд підпозицій, що є наслідком тенденції до збільшення кількості товарів, які оподатковуються митним тарифом.

Слід зауважити, що проблема класифікації товарів з митною метою має насамперед економічний характер. Класифікуючи товари в окремі товарні позиції, митні органи можуть створювати додаткові протекціоністські перешкоди для імпорту або, навпаки, стимулювати товаропотік до країни. Зокрема, зміна структури митного тарифу (в напрямку підсилення її деталізації – виділення певних товарів у окремі товарні позиції та підпозиції) дозволяє, залишаючи незмінним або навіть знижуючи середній рівень митного оподаткування шляхом зменшення тарифних ставок, які втратили свою торговельно-політичну та економічну ефективність, або ставок на товари, імпорт яких припинено, підвищувати тарифні ставки на продукцію окремих галузей економіки, які потребують більш високого рівня тарифного захисту. Тобто чим більш роздрібною є структура митного тарифу, тим ефективніше він може бути використаний з протекціоністською метою, тобто підґрунтя запровадження товарної номенклатури митного тарифу складають

економічні взаємовідносини, а не процедурні питання митного контролю. Під поняттям номенклатури (лат. *nomenclatura* – перелік) розуміють систему (сукупність) найменувань назв, термінів, що використовуються в будь-якій галузі суспільних взаємовідносин, тобто це система абстрактних та умовних символів, яка має створити максимальні зручності з практичної точки зору для характеристики предметів.

**Товарна номенклатура** – це сукупність найменувань товарів, з якими у своїй професійній діяльності працюють митні служби і суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності. При цьому слід акцентувати увагу на понятті «товарна», тому що термін «товар» є одним із ключових понять у системі митного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Це пояснюється тим, що товар є предметом будь-якої зовнішньоторговельної операції, яка реєструється митними органами. Якщо раніше режим і процедура пропуску товарів визначались виходячи з того, що є суб'єктом зовнішньоторговельної угоди, то нині головний критерій – об'єкт такої угоди, тобто конкретний товар. Це спонукало до розробки Товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності (ТН ЗЕД).

Під товарами потрібно розуміти будь-яку переміщувану через митний кордон продукцію, в тому числі продукцію, на яку поширюються права інтелектуальної власності, послуги, роботи, які є об'єктом купівлі, продажу або обміну.

Дане визначення включає суттєві характерні ознаки переміщеного товару, тобто його матеріально-речову форму і транспортабельність. Дані якості товару відображаються в його визначенні як однієї з головних категорій, яка використовується у Митному кодексі України. Оскільки товар є основою зовнішньоторговельної операції, то вся сукупність відносин у сфері митного оподаткування реалізується через дану економічну категорію.

Дану взаємозалежність можна простежити на прикладі поняття «митні платежі», у якому дефініція «товар» відсутня. Водночас механізм митного регулювання, усі митні платежі пов'язані з переміщенням товарів через митний кордон або безпосередньо (при оподаткуванні митними платежами зовнішньоторговельних операцій при переміщенні товарів – мито, митні збори, акциз, податок на додану вартість), або опосередковано (при нарахуванні митних платежів, пов'язаних з наданням митними органами ліцензій на здійснення митних брокерських операцій, митне декларування власником митного ліцензійного складу або магазину безмитної торгівлі).

Цей зв'язок існує не тільки на мікрорівні, він виявляється і на макрорівні. Так, торговельний баланс розглядається як операції, що пов'язані з торгівлею товарами незалежно від форми здійснення – експорт, імпорт, бартер та ін. А отже, щоб провести дослідження кожного товару, необхідно його систематизувати, тобто включити до певної множини, елементи якої поділено на окремі підмножини у вигляді розділів, груп або позицій.

Отже, класифікація товарів є одним із головних напрямів митного регулювання товаропотоків між державами.

Залежно від завдань систему класифікації товарів можна згрупувати за

різними критеріями: галузі виробництва, матеріали, ступінь обробки, за функціональною ознакою тощо.

Відповідно до прийнятої системи класифікації всі товарні розділи, групи і підгрупи отримали спеціальні шифри. Після того як множина будь-яких об'єктів розподілена на підмножину відповідно до певної системи класифікації, приведена до системи множина може розглядатися як класифікатор відповідних об'єктів.

Таким чином, **класифікатор** – це систематизований перелік будь-яких об'єктів, який дає змогу знаходити кожному з них своє місце і певне цифрове позначення, тобто який послідовно складається з цифр, літер або цифрово-літерних комбінацій.

У системі митного регулювання міжнародних економічних відносин більш поширеним є поняття товарної номенклатури, яке за своєю суттю збігається з терміном класифікатор товарів. Під товарною номенклатурою розуміють детальний перелік товарів, розподілених відповідно до системи класифікації. Кодова система класифікатора товарів створюється для того, щоб інформація, що надається до митного органу, мала зручну форму для її збирання, перевірки, передачі, обробки, видачі, а також для проведення економічного аналізу.

При роботі з інформацією, яка надається на електронних носіях (наприклад електронна версія вантажної митної декларації), кодова система класифікаційних даних дає змогу обробити інформаційний масив за допомогою обчислювальної техніки. Таким чином, класифікація товарів за допомогою товарної номенклатури дає можливість:

- кодувати товари;
- проводити митні економічні операції (нараховувати митні платежі, визначати митну вартість, вести звітність, планувати роботу митних органів та ін.);
- досліджувати товарну структуру зовнішньої торгівлі.

### **3.2. Структура та механізм застосування Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності**

В Україні використовується Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД), основу якої становить Гармонізована система опису та кодування товарів.

Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності – це систематизований перелік товарів, який включає код товару, його найменування, одиницю виміру та обліку (ОВО). В УКТЗЕД товари систематизовано за розділами, групами, товарними позиціями, товарними підпозиціями, найменування і цифрові коди яких уніфіковано з Гармонізованою системою опису та кодування товарів.

Структура десятизначного цифрового кодового позначення товарів в УКТЗЕД наведена на рис. 3.1.

27	10	00	27	11
Група				
Позиція				
Підпозиція				
Категорія				
Підкатегорія				

Рисунок 3.1 – Класифікаційні рівні позначення товарів в УКТЗЕД

Як видно з даної таблиці, українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності має п'ять рівнів класифікації, що побудовані за ступенем зростання деталізації і відповідної кількості цифрових знаків кодування.

Перший рівень – розділи. їх в українській класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності 21. На цьому рівні товари згруповані за галузями господарства. Наприклад, у розділі I систематизовані живі тварини та продукція тваринництва, у II – продукти рослинного походження, у V – мінеральні продукти, у VII – пластмаси та вироби з них; каучук і гумові вироби. Отже, на початку необхідно визначити, до якої галузі можна віднести товар. Порядковий номер розділу не використовується в цифровому коді, але служить для зручності орієнтації в УКТЗЕД

Другий рівень – групи. Усього їх 97. У них товари згруповані згідно з:

- матеріалом, з якого вони виготовлені;
- функціями, які вони виконують;
- ступенем обробки.

Цьому рівню відповідають цифрові позначення з двома знаками від 01 до 97. Вони і є першими двома цифрами у десятизначному коді товару.

Третій рівень – товарні позиції. Деталізація товарів на цьому рівні здійснюється за більш специфічними ознаками. Товарні позиції – це чотиризначні коди, перші два знаки в яких є номером групи.

Четвертий рівень – підпозиція. На цьому рівні здійснюється подальша деталізація. Товарні під позиції – це шестизначні коди, перші два знаки в яких є номером групи, а наступні два – номером позиції.

П'ятий рівень – підкатегорія. На цьому рівні вводяться додаткові критерії товару.

Кожний конкретний товар повинен бути однозначно визначений тільки одним кодом української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності. Для забезпечення визначення коду товару тільки одним кодом в УКТЗЕД:

- групи товарів не повторюються по змісту;
- перелічені всі товари, що можуть перетинати кордон;
- для виключення можливості присвоєння декількох кодів товару залежно від застосування критерію матеріалу, з якого він виготовлений, або



призначення, класифікація товарів здійснюється відповідно до вимог «Основних правил інтерпретації класифікації товарів».

Таким чином, система кодування забезпечує високий ступінь деталізації номенклатури товарів. Це має особливе значення для її застосування в національних товарних номенклатурах: держави, не порушуючи відповідних міжнародно-правових норм, що закріплюють основи системи кодування, одержують можливість у відомих межах змінювати рівень деталізації виходячи з національних інтересів. Розроблена система кодування дозволяє за необхідності провести подальше розширення номенклатури товарів без порушення системи класифікації. Вона передбачає резерв для включення нових чи специфічних товарів.

Десятизначний цифровий код УКТЗЕД складається з таких елементів: перші шість цифр означають код товару за ГС, ті самі шість цифр плюс сьомий і восьмий знаки утворюють код товару за КН ЄС, дев'ята та десята цифри (поки що в усіх випадках "0") призначену для можливої деталізації в майбутньому тих чи інших товарних позицій з урахуванням інтересів України.

Таким чином, структура десятизначного цифрового кодового позначення товарів в УКТЗЕД включає код групи (перші два знаки), товарної позиції (перші чотири знаки), товарної підпозиції (перші шість знаків), товарної категорії (перші вісім знаків), товарної підкатегорії (десять знаків). Для докладнішої товарної класифікації використовується сьомий, восьмий, дев'ятий та десятий знаки цифрового коду.

Код товару відповідно до УКТЗЕД (10 знаків)										
х	х	х	х	х	х	х	х		х	
Код товару відповідно до ГС (6 знаків)						Додаткова деталізація Європейської Співдружності (7 і 8-й знаки)				
Код товару відповідно до КН ЄЕС (8 знаків)								0	0	

Рисунок 3.2 – Структура коду товару в УКТНЗЕД України

Митні органи класифікують товари, тобто відносять їх до класифікаційних групувань, зазначених в УКТЗЕД. Рішення митних органів щодо класифікації товарів для митних цілей є обов'язковими для підприємств і громадян.

Декларування товарів здійснюється митним брокером, який використовує право класифікації заявленого товару по поданих документах. При здійсненні митного оформлення та догляду товарів інспектор митниці перевіряє правильність класифікації товарів. У випадку виникнення сумнівів

посадова особа митних органів може здійснити класифікацію товарів згідно з УКТЗЕД. Для вирішення особливо складних та спірних випадків класифікації товарів згідно з УКТЗЕД у митних органах створені відповідні підрозділи — відділи тарифів та митної вартості.

З метою встановлення достовірних відомостей про товари та їх відповідності опису класифікаційних групувань УКТЗЕД митні органи можуть вимагати від суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та громадян зразки товарів та достовірні документи на такі товари для прийняття класифікаційного рішення.

До достовірних документів відносяться: оригінали або завірених відправником (одержувачем) копії відомостей про фізико-хімічні властивості, основні стадії технології виробництва та призначення (використання) товарів. Достовірними документами вважаються офіційно видані книги, державні стандарти, технічні умови, каталоги фірм-виробників, креслення виробів з підписами виконавців та посадових осіб, які їх перевірили.

Техніко-технологічна документація необхідна для скорочення часу лабораторної експертизи, зменшення фінансових витрат і безпомилкового встановлення відомостей про товари та їх відповідність опису класифікаційних групувань УКТЗЕД. Ненадання матеріалів та товарознавчої інформації може бути причиною затримки митного оформлення товару. У випадку відмови суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності надати інформацію про товар митний орган має право відмовити йому в митному оформленні цього товару.

Підрозділом може бути ініційоване проведення повторного огляду товару для уточнення наявності ознак товару, що є визначальними для їх класифікації згідно з УКТЗЕД. За потреби уточнення хімічних, фізичних характеристик товару, що не визначаються візуально та потребують інших методів дослідження, цим підрозділом готується звернення та ініціюється взяття проб і зразків для проведення експертизи в митній лабораторії. Взяття проб та зразків проводиться відповідно до порядку, визначеного Кабінетом Міністрів України.

У запитах до митної лабораторії зазначаються питання, при отриманні відповідей на які можна буде провести однозначну класифікацію товарів. У випадку відсутності технічних чи інших можливостей проведення досліджень у митній лабораторії за місцезнаходженням митних органів можливе звернення до центральної митної лабораторії та спеціалізованих акредитованих лабораторій.

Після проведення необхідних досліджень їх результати оформлюються у вигляді висновків. Ці висновки є підставою для прийняття остаточного рішення по класифікації товару. При цьому слід зауважити, що Держмитслужбою встановлюються певні терміни на проведення лабораторних досліджень та на проведення класифікації товарів.

З технічної точки зору класифікація товарів, проведена митними органами, здійснюється відповідно до загальних принципів ведення

Гармонізованої системи опису і кодування товарів, правилами її тлумачення, прийнятими вимогами й умовами класифікації. Рішення по класифікації товарів оформлюється за встановленою формою і є обов'язковими для підприємств і громадян при митному оформленні товарів.

Розгляд класифікаційних питань, розв'язати які через їх складність не може підрозділ митниці нижчого рівня, передається митному органу вищого рівня з пропозицією по встановленню коду товару та з наданням наявних документів. Митний орган вищого рівня має право скасувати або змінити класифікаційне рішення, винесене підпорядкованим йому митним органом, якщо таке рішення прийнято на основі неповної або недостовірної інформації, а також у разі встановлення порушення правил класифікації товарів згідно з УКТЗЕД.

Митне оформлення товарів, проби і зразки яких бралися на дослідження, може бути закінчене тільки після отримання митним органом, де зберігаються ці товари, результатів дослідження. Рішення, прийняте митним органом на підставі результатів проведеного лабораторного дослідження, доводиться до відома власників вантажу і є обов'язковим для підприємств і громадян при митному оформленні товарів. Але слід зауважити, що рішення митних органів про класифікацію товарів використовуються лише для митних цілей і не призначені для використання іншими органами.

Порядок надання зразків товарів та техніко-технологічної документації на них, строки і порядок проведення експертизи, а також порядок розпорядження зразками та документацією визначаються Кабінетом Міністрів України.

Збільшення обсягів та зміни в структурі міжнародної торгівлі обумовлюють необхідність внесення доповнень, змін та уточнень УКТЗЕД. Необхідне також здійснення відстеження змін та доповнень до міжнародної основи УКТЗЕД, пояснень та інших рішень по тлумаченню цієї основи, що приймаються Всесвітньою митною організацією.

Ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності є одним з основних завдань митних органів по реалізації митної політики України. Тому ведення УКТЗЕД передбачає:

- відстежування змін та доповнень до міжнародної основи УКТЗЕД, пояснень та інших рішень з тлумачення цієї основи, що приймаються Всесвітньою митною організацією;

- деталізацію УКТЗЕД на національному рівні та введення додаткових одиниць виміру;

- розроблення пояснень та рекомендацій з метою забезпечення однакового тлумачення і застосування УКТЗЕД;

- прийняття рішень щодо класифікації та кодування товарів в УКТЗЕД;

- поширення інформації про застосування УКТЗЕД;

- ведення та зберігання еталонного примірника УКТЗЕД (у паперовому та електронному вигляді);

— організацію роботи з видання і поширення УКТЗЕД та пояснень до УКТЗЕД;

— здійснення інших функцій, необхідних для ведення УКТЗЕД.

Ведення УКТЗЕД здійснює спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади в галузі митної справи в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України. При цьому Держмитслужбою України здійснюється розроблення пояснень та рекомендацій для застосування УКТЗЕД як невід'ємний допоміжний інструмент, за сприянням якого створюються умови для класифікації товарів лише в одній товарній підкатегорії. В Україні ще триває розроблення національних Пояснень до УКТЗЕД, а до його розробки як допоміжний матеріал застосовуються Пояснення до Товарної Номенклатури зовнішньоекономічної діяльності Співдружності незалежних держав.

За поданням центральних органів виконавчої влади або з власної ініціативи за погодженням із зацікавленими центральними органами виконавчої влади Держмитслужба приймає рішення про проведення деталізації товарів в УКТЗЕД на національному рівні з урахуванням загальноприйнятих правил класифікації товарів у Гармонізованій системі опису та кодування товарів. Така деталізація здійснюється до десятого знака коду (товарна підкатегорія) з метою забезпечення захисту національного товаровиробника шляхом застосування заходів тарифного й нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності та вдосконалення статистичного обліку.

Застосування десятизначного коду дало змогу, не порушуючи міжнародної основи УКТЗЕД, враховувати національні інтереси розвитку та захисту внутрішнього ринку. Пропозиції про внесення змін і доповнень до Митного тарифу України у зв'язку зі змінами міжнародних основ УКТЗЕД надсилаються Держмитслужбою Митно-тарифній раді для врахування при підготовці пропозицій про внесення змін і доповнень до

Відсутність чіткої класифікації визначення товару приводить до значних втрат бюджету країни.

## **ТЕМА 4. ЕКСПЕРТИЗА ТОВАРІВ**

### **План лекції**

4.1. Поняття експертизи, мета, завдання, класифікація.

4.2. Об'єкти і суб'єкти експертизи товарів.

4.3. Методи експертизи.

### **4.1. Поняття експертизи, мета, завдання, класифікація**

Експертиза товарів як специфічний вид діяльності являє собою випробування, дослідження якості (споживних властивостей, нешкідливості, харчової цінності тощо), кількості та відповідності умовам нормативної документації, умовам договору партії (або окремого товару) з наданням

мотивованого, об'єктивного (незалежного), кваліфікованого висновку.

Проведення експертизи доручається експертам. Експертами можуть бути досвідчені спеціалісти, вчені, які володіють спеціальними професійними знаннями, необхідними для рішення питань, пов'язаних з ідентифікацією та фальсифікацією товарів. Експерти повинні добре знати досліджувані групи товарів, мати досвід роботи з оцінки їх якості. Це незалежні особи, які не зацікавлені в результатах експертної оцінки товарів.

**Метою експертизи** є проведення аналізу і оцінки якості товару для виявлення його відповідності нормативним документам, ідентифікації та фальсифікації.

**Завданнями експертизи є:**

- проведення експертизи кількості і якості товарів з визначенням відповідності даним товаросупровідної та нормативної документації;
- проведення ідентифікації товару з визначенням ступеня його придатності до споживання; відповідності виду, різновиду, найменуванню, градації за якістю;
- визначення відповідності упакування, маркування передбаченим вимогам нормативної документації, контрактів;
- відповідність товару штриховому коду, коду товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД);
- визначення країни походження товару;
- визначення відповідності якості і вартості товару;
- аналіз отриманих даних під час експертизи, їх оцінка, складання висновку.

В основу класифікації експертиз можуть бути покладені такі критерії: підстави призначення експертизи, терміни і порядок її проведення, територіальні ознаки експертизи, мета проведення і вид об'єкта.

• За підставами призначення розрізняють такі види експертиз: первинні, або основні, повторні, контрольні.

Первинна експертиза проводиться на підставі замовлення зацікавленої організації. В ній беруть участь два компетентних представники замовника експертизи, які мають право підпису акта експертизи або відмови від підпису у разі негоди з результатами експертизи.

Повторна експертиза проводиться при виникненні незгоди між зацікавленими сторонами і оцінці висновку з первинної експертизи. Результати повторної експертизи вважають остаточними, якщо вони співпадають з результатами первинної експертизи.

Контрольна експертиза (перевірна експертиза) проводиться з метою перевірки роботи експертів, їх компетентності, правильності дій, достовірності, обґрунтованості висновків. Призначається ця експертиза з ініціативи керівництва експертної організації, арбітражу, суду, слідчих органів.

• За терміном проведення експертизи поділяють на постійні і тимчасові.

Постійні експертизи проводяться на основі складеної угоди з визначенням терміну її дії не менше як один рік.

Тимчасові експертизи проводяться час від часу, оформляються тимчасовою угодою, гарантійним листом, заявкою.

- За порядком проведення експертизи поділяють на попередні, додаткові, комплексні.

Попередня експертиза проводиться перед наступною і являє собою базову експертизу, результати якої зрівнюють.

Додаткова експертиза проводиться внаслідок недостатньо повного експертного дослідження товарів, документів та інших матеріалів; виникнення нових питань, які не були поставлені при проведенні первинної експертизи. Додаткова експертиза доручається експерту, який проводив первинну експертизу. Результати оформляються окремим актом, який доповнює акт первинної експертизи.

Комплексна експертиза призначається для дослідження товару, щодо якого необхідно отримати комплексну оцінку основних показників. Для її проведення залучають експертів різних галузей науки, техніки і виробництва. Наприклад, для проведення експертизи харчових продуктів доцільно залучати таких спеціалістів, як технолог, товаровознавець, санітарний лікар, інспектор з якості і стандартизації.

- За територіальними ознаками експертизи поділяють на загальнодержавні, регіональні, місцеві, локальні.

Загальнодержавна експертиза проводиться експертами Торгово-промислової палати України.

Територіальна експертиза проводиться центрами стандартизації і метрології Держспоживстандарту України.

Місцева експертиза проводиться державною структурою у справах захисту прав споживачів Держспоживстандарту України, якщо вона існує у місті.

Локальна експертиза проводиться на конкретному підприємстві і може проводитись будь-яким контролюючим органом.

- Залежно від об'єкта і мети експертизи поділяють на види: економічні, екологічні, технологічні, біологічні, сільськогосподарські, патентознавчі, товарні, товаровознавчі, ветеринарно-санітарні, фітосанітарні тощо.

## **4.2. Об'єкти і суб'єкти експертизи товарів**

Об'єктом товарної експертизи є споживні властивості товарів, які проявляються при взаємодії із споживачем у процесі експлуатації або споживання.

Класифікуються об'єкти експертизи за різницями ознаками: документація, продукція, процеси, споживчі товари.

Супровідна документація, яка визначена законами і нормативними актами, що регламентують виробничу і торговельну діяльність, вимагає

наявності сертифікатів, посвідчень, транспортних документів, товарних, податкових, товарно-транспортних накладних, рахунків-фактур.

Об'єктом експертизи може виступати продукція, яка поділяється на сировину, матеріали, напівфабрикати, споживчі товари.

Продовольча і непродовольча сировина являє собою продукцію рослинного, товарного, мінерального, синтетичного або біотехнологічного походження, що використовується для виробництва харчових продуктів і непродовольчих товарів.

Готовий харчовий продукт – це будь-який продукт, який в натуральному вигляді чи після відповідної обробки вживається як продукт харчування або для пиття.

Залежно від виду експертизи об'єктом експертизи виступає: упакування, маркування, кількість товару, споживчі властивості, вартість тощо.

Упакування забезпечує збереження товару від пошкоджень, забруднень, впливу несприятливої дії зовнішнього середовища. Його цілісність і стан свідчать про збереження або втрату кількості і якості безпечності товару.

Маркування призначене для ідентифікації товару, його окремих споживчих властивостей, інформації про виробника, якості і кількості характеристики товару;

Кількість товару вказується на маркуванні і залежить від виду товару, розфасування, призначення тощо. Зменшення кількості товару, що вказано на маркуванні, призводить до кількісної фальсифікації;

Споживчі властивості мають важливе значення у формуванні оцінного судження про якість товару і включають властивості соціального призначення, функціональні, ергономічні, естетичні, екологічні тощо.

Під час проведення експертизи одним з кінцевих результатів є визначення показників якості товару, їх порівняння з базовими показниками.

### **4.3. Методи експертизи**

*Методи товарної експертизи* – це способи теоретичного або практичного дослідження товару з метою одержання результатів експертизи.

Під час проведення експертизи визначають критерії методу, який використовується в процесі аналізу та оцінки властивостей товарів. Вони поділяються на загальні і конкретні.

Загальні критерії ґрунтуються на сучасних, існуючих у суспільстві якісних і кількісних градаціях та уявленнях про товар.

Конкретні критерії ґрунтуються на даних нормативної національної і міжнародної документації, яка характеризує якість продукції, що випускається.

Залежно від мети і об'єкта досліджень застосовують загальні для всіх видів експертиз методи і властивості для окремих видів експертиз. Методи дослідження мають специфічний характер для санітарно-токсикологічної,

фітосанітарної, екологічної експертиз.

Методи, які використовуються під час проведення товарних експертиз, за способом і джерелами отримання інформації поділяються на:

- органолептичні;
- вимірювальні;
- реєстраційні;
- розрахункові;
- експертні;
- соціологічні.

Органолептичний метод ґрунтується на використанні інформації, яку отримують в результаті аналізу відчуттів, сприйнятих органами чуття — зору, слуху, нюху, дотику і смаку. Цей метод є одним з основних методів оцінки якості товарів. Застосовується під час контролю якості сировини, напівфабрикатів, готових продуктів на харчових підприємствах, під час приймання товарів на торговельних підприємствах від виробника, під час перевірки якості товарів при транспортуванні, зберіганні, в процесі проведення експертизи якості з метою ідентифікації товарів, визначення споживчих властивостей товару, рівня зниження якості.

Для деяких товарів (чай, кава, алкоголь, слабоалкогольні, безалкогольні напої, сири, коров'яче масло) використовується метод бальної оцінки. Сутність методу полягає у встановленні залежності між якісною оцінкою показника і відповідною оцінкою в балах. На основі бальної оцінки окремих показників визначається загальна бальова оцінка товару, яка дозволяє провести градацію його якості.

Вимірювальний метод ґрунтується на використанні інформації, яку одержують з використанням технічних вимірювальних засобів. Він найбільш поширений при експертизі плодів, овочів, м'яса, риби, яєць тощо.

Реєстраційний метод ґрунтується на використанні інформації, яку одержують шляхом підрахунку кількості подій, предметів або затрат на створення, експлуатацію продукції, кількість частин складного виробу (стандартних, уніфікованих).

Розрахунковий метод ґрунтується на використанні інформації, яку одержують за допомогою теоретичних або емпіричних залежностей. Використовується для визначення показників продуктивності, довговічності, придатності для ремонту виробу тощо.

Експертний метод використовується для визначення номенклатури показників якості, коефіцієнтів їх вагомості, для вимірювання показників якості і їх оцінки органолептичним методом.

Соціологічний метод ґрунтується на знаходженні показників якості шляхом вивчення попиту фактичних або потенціальних споживачів продукції за допомогою усних опитувань або спеціальних анкет.

Оцінка показників якості вимірювальним, реєстраційним, розрахунковим методами застосовується для визначення комплексних показників якості різних рівнів ієрархії.



## ТЕМА 5. ВИЗНАЧЕННЯ КРАЇНИ ПОХОДЖЕННЯ ТОВАРУ

### План лекції

- 5.1. Визначення країни походження товарів.
- 5.2. Ознаки та критерії повністю вироблених і достатньо перероблених товарів.
- 5.3. Порядок підтвердження країни походження товару.
- 5.4. Видача сертифікатів про походження товару з України та їх верифікація.

### 5.1. Визначення країни походження товарів

Країна походження товару має важливе значення для митного оформлення митного контролю та визначення митної вартості. Країна походження товару визначається з метою застосування тарифних та нетарифних заходів регулювання ввезення товару на митну територію України та вивезення товару з цієї території, а також забезпечення обліку товарів у статистиці зовнішньої торгівлі.

Визначення країни походження товару здійснюється на основі принципів міжнародної практики.

Країною походження товару вважається країна, у якій товар був повністю вироблений або підданий достатній переробці відповідно до критеріїв, встановлених МК. При цьому під країною походження товару може розумітись група країн, митні союзи країн, регіон чи частина країни, якщо є необхідність їх виділення з метою визначення походження товару.

У той же час кооперація виробників різних країн у підприємницькій діяльності потребує чітких критеріїв для здійснення митної справи. Це стосується і переробки товару. Якщо у виробництві товару беруть участь дві або більше країн, походження товару визначається згідно з критерієм достатньої переробки.

Якщо товари поставляються партіями, то визначення країни походження товарів має низку особливостей. Товари у розібраному чи незібраному вигляді, що поставляються кількома партіями, якщо за виробничими чи транспортними умовами неможливе їх відвантаження однією партією, а також у випадках, коли партія товару роздібнена на кілька партій через помилку, мають розглядатися за бажанням декларанта як єдиний товар для цілей визначення країни походження товару.

Товари, походження яких достовірно не встановлено, випускаються митним органом за умови сплати мита за повними ставками. До товарів може застосовуватися (відновлюватися) режим найбільшого сприяння або преференційний режим за умови одержання належним чином оформленого посвідчення про їх походження не пізніше, ніж через рік з дати здійснення митного оформлення.

## 5.2. Ознаки та критерії повністю вироблених і достатньо перероблених товарів

Товарами, повністю виробленими у країні, вважаються товари передбачені в ст. 38 Митного кодексу, а саме:

- 1) корисні копалини, добуті з надр цієї країни, в її територіальних водах або на її морському дні;
- 2) продукція рослинного походження, вирощена або зібрана в цій країні;
- 3) живі тварини, що народилися та вирощені в цій країні;
- 4) продукція, одержана від живих тварин у цій країні;
- 5) продукція, одержана в результаті мисливського або рибальського промислу в цій країні;
- 6) продукція морського рибальського промислу та інша продукція морського промислу, одержана судном цієї країни або судном, що орендоване (зафрахтоване) цією країною;
- 7) продукція, одержана на борту переробного судна цієї країни виключно з продукції, зазначеної у пункті 6;
- 8) продукція, одержана з морського дна або з морських надр за межами територіальних вод цієї країни, за умови, що ця країна має виключне право на розробку цього морського дна або цих морських надр;
- 9) брухт та відходи, одержані в результаті виробничих або інших операцій з переробки в цій країні, а також вироби, що були у вжитку, зібрані в цій країні та придатні лише для переробки на сировину (утилізації);
- 10) електроенергія, вироблена в цій країні;
- 11) товари, вироблені в цій країні виключно з продукції, зазначеної у пунктах 1–10.

Вимоги ст. 38 Митного кодексу також розповсюджуються при визначенні походження товарів повністю вироблених у вільних митних зонах на території України, під час випуску їх для вільного обігу на митній території України.

Критерії достатньої переробки товару є загальними і особливими.

Особливі критерії достатньої переробки для товарів, що підлягають такій переробці визначені ст. 39 Митного кодексу. До них відносяться:

- 1) товари, що декларуються, класифікуються в тарифній позиції іншій, ніж матеріали чи вироби, що походять з третіх країн і були використані для їх виготовлення;
- 2) у вартості товарів, що декларуються, частка доданої вартості становить не менш як 50 відсотків.

При цьому для наземних (дорожніх) транспортних засобів, що класифікуються за товарними позиціями 8702, 8703, 8704 згідно з УКТ ЗЕД, є обов'язкове виконання таких виробничих та технологічних операцій:

- виготовлення кузова (кабіни) транспортного засобу, коли з окремих елементів, деталей або вузлів методами нероз'ємного з'єднання виготовляється кузов (кабіна), призначений для подальшого фарбування і

складання. При цьому у процесі виготовлення кузова (кабіни) складається в єдине ціле не менш як шість основних елементів кузова (кабіни), серед яких повинні бути дах, боковина ліва, боковина права, підлога;

- фарбування кузова (кабіни);
- спорядження кузова (кабіни);
- складання транспортного засобу.

Загальні критерії достатньої переробки, які залишаються незмінними, оскільки базуються на нормах ГАТТ встановлює саме ст. 40 Митного кодексу. До них відносяться:

1) виконання виробничих або технологічних операцій, за результатами яких змінюється класифікаційний код товару згідно з УКТ ЗЕД на рівні будь-якого з перших чотирьох знаків;

2) зміна вартості товару в результаті його переробки, коли відсоткова частка вартості використаних матеріалів або доданої вартості досягає фіксованої частки у вартості кінцевого товару (правило адвалорної частки);

3) виконання виробничих та/або технологічних операцій, які в результаті переробки товару не ведуть до зміни його класифікаційного коду згідно з УКТ ЗЕД або вартості згідно з правилом адвалорної частки, але з дотриманням певних умов вважаються достатніми для визнання товару походженням із тієї країни, де такі операції мали місце.

Критерії достатньої переробки, визначені в пунктах 2 і 3 частини статті 40, для конкретних товарів встановлюються та застосовуються у порядку, що визначається Кабінетом Міністрів України. Якщо стосовно конкретного товару такі критерії достатньої переробки, як правило адвалорної частки та виконання виробничих і технологічних операцій, не встановлено, то застосовується правило, згідно з яким товар вважається підданим достатній переробці, якщо в результаті його переробки змінено класифікаційний код товару згідно з УКТ ЗЕД на рівні будь-якого з перших чотирьох знаків.

У разі застосування правила адвалорної частки вартість товару, одержаного в результаті переробки в цій країні, визначається на базі ціни франко-завод виробника товару. Вартість складових цього товару, що походять з інших країн, визначається за їх митною вартістю, а тих складових, походження яких не визначено, – за встановленою ціною першого їх продажу в цій країні.

Незалежно від положень ст. 40 Митного кодексу не відповідають критерію достатньої переробки:

- операції, пов'язані із забезпеченням збереження товарів під час зберігання чи транспортування;
- операції щодо підготовки товарів до продажу та транспортування (роздільнення партії, формування відправлень, сортування, перепакування);
- прості складальні операції – операції, які здійснюються шляхом складання виробів за допомогою простого кріпильного матеріалу (гвинтів, гайок, болтів тощо) чи клепаання, склеювання або монтажу готових вузлів за

допомогою зварювання (за винятком виготовлення складних виробів шляхом зварювання), а також інші операції (регулювання, контроль, заправка робочою рідиною тощо), необхідні у процесі складання і не пов'язані з переробкою (обробкою) товарів, незалежно від кількості та складності таких операцій;

- змішування товарів, які походять з різних країн, якщо характеристики кінцевої продукції суттєво не відрізняються від характеристик товарів, що змішуються;

- забій тварин;

- комбінація двох чи більше вищезазначених операцій.

Крім того у випадку коли товари у розібраному чи незібраному вигляді, поставляються кількома партіями, або якщо за виробничими чи транспортними умовами неможливе їх відвантаження однією партією, а також у випадках, коли партія товару роздрібнена на кілька партій в результаті помилки, такі товари повинні розглядатися за бажанням декларанта або уповноваженої ним особи як єдиний товар для цілей визначення країни походження товару.

Для цього необхідно:

- 1) попереднє повідомлення митного органу про роздрібнення партії розібраного чи незібраного товару на кілька партій із зазначенням причин такого роздрібнення, наявність докладної специфікації кожної партії із зазначенням кодів товарів згідно з УКТ ЗЕД, вартості і країни походження товарів, що входять до кожної партії;

- 2) документальне підтвердження помилковості роздрібнення однієї партії товару на кілька партій;

- 3) поставка всіх партій товарів з однієї країни одним постачальником;

- 4) митне оформлення всіх партій товарів в одному митному органі.

Що стосується упаковки, то її країна походження співпадає із походженням товару, крім випадків, коли законодавство України передбачає її окреме декларування для тарифних цілей. У таких випадках країна походження упаковки визначається окремо від країни походження товару.

Для цілей визначення країни походження товару, у тому числі при застосуванні правила адвалорної частки, у тих випадках, коли упаковка, в якій товар ввозиться на митну територію України, вважається походженням з тієї ж країни, що й сам товар, враховується лише та упаковка, в якій товар звичайно реалізується у роздрібній торгівлі.

### **5.3. Порядок підтвердження країни походження товару**

Для підтвердження країни походження товару митний орган у передбачених законом випадках має право вимагати та отримувати документи про походження такого товару. Країна походження товару заявляється митному органу шляхом подання оригіналів документів про походження товару.

Документами, що підтверджують країну походження товару, є:

- Сертифікат про походження товару – це документ, який однозначно свідчить про країну походження товару і виданий компетентним органом даної країни або країни вивезення, якщо у країні вивезення сертифікат видається на підставі сертифіката, виданого компетентним органом у країні походження товару.

- Засвідчена декларація про походження товару – це декларація про походження товару, засвідчена державною організацією або компетентним органом, наділеним відповідними повноваженнями.

- Декларація про походження товару – це письмова заява про країну походження товару, зроблена у зв'язку з вивезенням товару виробником, продавцем, експортером (постачальником) або іншою компетентною особою на комерційному рахунку чи будь-якому іншому документі, який стосується товару.

- Сертифікат про регіональне найменування товару – це документ, який підтверджує, що товари відповідають визначенню, характерному для відповідного регіону країни, та виданий компетентним органом відповідно до законодавства країни вивезення товару

У разі якщо в документах про походження товару є розбіжності у відомостях про країну походження товару або митним органом встановлено інші відомості про країну походження товару, ніж ті, що зазначені у документах, декларант або уповноважена ним особа має право надати митному органу для підтвердження відомостей про заявлену країну походження товару додаткові відомості.

Додатковими відомостями про країну походження товару є відомості, що містяться в товарних накладних, пакувальних листах, відвантажувальних специфікаціях, сертифікатах (відповідності, якості, фітосанітарних, ветеринарних тощо), митній декларації країни експорту, паспортах, технічній документації, висновках-експертизах відповідних органів, інших матеріалах, що можуть бути використані для підтвердження країни походження товару.

У разі ввезення товару на митну територію України документ, що підтверджує країну походження товару, подається обов'язково лише у разі, якщо це необхідно для застосування митно-тарифних заходів регулювання зовнішньоекономічної діяльності, кількісних обмежень (квот), інших заходів економічного або торговельного характеру, що здійснюються в односторонньому порядку або відповідно до двосторонніх чи багатосторонніх міжнародних договорів, укладених відповідно до закону, або заходів, що здійснюються відповідно до закону для забезпечення здоров'я населення чи суспільного порядку, а також у разі, якщо в митного органу є підстави для підозри в тому, що товар походить з країни, товари якої заборонені до переміщення через митний кордон України згідно із законодавством України.

У разі ввезення товару на митну територію України сертифікат про походження товару подається обов'язково:

- 1) на товари, до яких застосовуються преференційні ставки ввізного мита, встановлені Митним тарифом України;

2) на товари, щодо ввезення яких в Україну застосовуються кількісні обмеження (квоти) або заходи, вжиті органами державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в межах повноважень, визначених законами України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту», «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту», «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну», «Про зовнішньоекономічну діяльність»;

3) якщо це передбачено законами України та міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України.

Документи, які підтверджують країну походження товару, не вимагаються у разі, якщо:

– товари, що переміщуються через митний кордон України, не підлягають письмовому декларуванню відповідно до Митного кодексу;

– товари ввозяться громадянами та оподатковуються за єдиною ставкою мита відповідно до розділу XII Митного кодексу;

– товари ввозяться на митну територію України в режимі тимчасового ввезення з умовним повним звільненням від оподаткування;

– товари переміщуються митною територією України в режимі транзиту;

– це передбачено міжнародним договором, згоду на обов'язковість якого надано Верховною Радою України;

– через митний кордон України переміщуються зразки флори, фауни, ґрунтів, каміння тощо для наукових досліджень, відібрані на об'єктах України, які розташовані в полярних регіонах або на островах у нейтральних водах Світового океану, що знаходяться у сфері наукових інтересів України.

У разі виникнення сумнівів з приводу дійсності документів про походження товару чи достовірності відомостей, що в них містяться, включаючи відомості про країну походження товару, митний орган може звернутися до компетентного органу, що видав документ, або до компетентних організацій країни, зазначеної як країна походження товару, із запитом про проведення перевірки цих документів про походження товару чи надання додаткових відомостей.

Запит про проведення перевірки повинен містити виклад обставин, що дали підстави для сумнівів з приводу достовірності задекларованої країни походження товару, посилання на правила визначення походження товарів, що застосовуються в Україні, а також іншу необхідну інформацію.

Митний орган відмовляє у випуску товару, якщо цей товар походить з країни, товари якої заборонені до переміщення через митний кордон України згідно із законодавством України.

Товари, походження яких достовірно не встановлено, випускаються митним органом у вільний обіг на митній території України за умови сплати ввізного мита за повними ставками Митного тарифу України.

У разі неможливості достовірно встановити країну походження товарів,

щодо яких застосовуються особливі види мита (антидемпінгове, компенсаційне або спеціальне), такі товари випускаються у вільний обіг на митній території України за умови сплати особливих видів мита.

До товарів застосовується (відновлюється) режим найбільшого сприяння за умови одержання митним органом не пізніше ніж через 365 днів від дня здійснення митного оформлення цих товарів належним чином оформленого відповідного документа про їх походження.

#### **5.4. Видача сертифікатів про походження товару з України та їх верифікація**

У разі вивезення товарів з митної території України сертифікат про походження товару з України в тих випадках, коли він необхідний і це відображено у національних правилах країни ввезення чи передбачено міжнародними договорами України, укладеними у встановленому законом порядку, видається органом або організацією, уповноваженими на це відповідно до закону.

Органи, які видали сертифікат про походження товару з України, зобов'язані зберігати його копію та інші документи, на підставі яких засвідчено походження цього товару з України, не менше 1095 днів від дня його видачі.

Верифікація (перевірка достовірності) сертифікатів про походження товару з України здійснюється митними органами у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Органи та/або організації, уповноважені видавати сертифікати про походження товару з України, зобов'язані за запитом митних органів безоплатно надавати їм інформацію, пов'язану з видачею таких сертифікатів і необхідну для здійснення їх верифікації.

З метою встановлення достовірності даних, зазначених у сертифікаті про походження товару з України, митні органи можуть затребувати та отримувати у підприємств – виробників товарів або підприємств, які одержали від уповноваженого органу сертифікат про походження товару з України, документацію, необхідну для перевірки даних, зазначених у такому сертифікаті, а також здійснювати у порядку, встановленому законом, безпосередньо на підприємствах перевірку виробництва товарів та первинної документації, пов'язаної з таким виробництвом.

З метою встановлення достовірності даних, зазначених у сертифікаті про походження товару з України, митні органи можуть у порядку, встановленому Митним кодексом, проводити дослідження проб такого товару.

## ТЕМА 6. ОЦІНКА ТОВАРІВ

### План лекції

- 6.1. Формування ціни та цінової політики.
- 6.2. Цінові показники, що використовують для аналізу динаміки світових цін.
- 6.3. Особливості формування світових цін.
- 6.4. Цінові стратегії на світових ринках.
- 6.5. Вибір методу ціноутворення. Ціна рівноваги.

### **6.1. Формування ціни та цінової політики**

Ціни і цінова політика є одними з головних складових маркетингової діяльності. Суть і призначення цінової політики в міжнародному маркетингу полягає у формуванні гнучкої ціни на товари відповідно до вимог споживачів, що постійно змінюються, яка б забезпечила конкурентоспроможність і стабільне положення на ринку цього товару.

На формування ціни товару на міжнародному ринку впливають наступні чинники:

- рівень розвитку світової економіки;
- громадська ціна виробництва;
- кон'юнктура ринку;
- конкуренція;
- якість товару;
- відносини з покупцями та постачальниками;
- обсяги та базисні умови постачань;
- умови платежів;
- стан грошової сфери;
- змінні курси обміну валют.

Відзначимо, що необхідною і очевидною умовою успішного функціонування фірми на міжнародному ринку є формування ефективно обґрунтованої гнучкої цінової політики.

Основний сенс цінової політики в міжнародному маркетингу полягає в тому, щоб на пропонований товар були встановлені такі ціни, які б своєчасно відповідали об'єктивним вимогам мінливої ситуації в своєму сегменті ринку, і на цій основі провести відповідне коригування поведінки фірми на ринку.

Відзначимо, що основними напрямками при дослідженні цін світового ринку є як визначення рівня цін на даний момент з урахуванням змін за аналізований період, так і розробка прогнозу основних тенденцій і закономірностей зміни цін на перспективу. В зв'язку з цим з метою виявлення і розуміння змін, необхідно знати положення справ не тільки на тому конкретному ринку, ціни якого аналізуються, але і основні закономірності розвитку суміжних ринків, а також кон'юнктуру ринку.



Такі умови дозволяють врахувати, яким чином інфляція, конкуренція, ступень завантаження виробничих потужностей та інше впливають на ціни.

## **6.2. Цінові показники, що використовують для аналізу динаміки світових цін**

Слід також звернути увагу на те, що при аналізі динаміки світових цін і визначенні їх рівня використовується ряд цінових показників, серед яких:

- показники контрактних цін;
- показники біржових котирувань;
- показники довідкових цін;
- показники індексів цін;
- показники преїскурантів цін;
- показники цінників;
- показники цін пропонувань.

Показники контрактних цін відображають дійсний рівень цін на товар певної якості за відповідних умов постачання і платежу. Проте отримати відомості про контрактні ціни не просто, оскільки вони зазвичай складають комерційну таємницю. Іноді дані про укладені контракти, в тому числі і в зовнішній торгівлі, публікуються в пресі, спеціальних журналах, проте без вказівки багатьох істотних деталей операції (наприклад, якісних показників та ін.).

В показниках біржових котирувань відображені ціни товарів, торгівля якими здійснюється на товарних біржах.

Біржові котирування – це ціни реальних контрактів, що здійснюються на уніфікованих умовах відносно якості, обсягу і терміну постачання, валюти платежу. Ціни біржових товарів чуйно реагують на зміни кон'юнктури, схильні до впливу спекуляції та інших випадкових чинників.

Показники довідкових цін визначають ціни, що публікуються продавцями сировинних товарів, а також їх асоціаціями, вони не відображають реальний рівень контрактних цін, від яких відрізняються на величину знижок, що надаються продавцями покупцям. Розмір знижок залежить від стану кон'юнктури, взаємин з покупцем, характеру операції. При погіршенні кон'юнктури знижки, як правило, зростають, а при поліпшенні – знижуються. На відміну від біржових котирувань довідкові ціни публікуються рідше, їх точність як показника реального рівня цін значно нижча.

Індекси цін – це відносні показники, що відображають динаміку цін, але не дають уявлення про їх рівень. У багатьох країнах органи державної статистики публікують індекси внутрішніх і зовнішньоторговельних цін на окремі товари і товарні групи. Індекси цін завжди приводяться з вказівкою базисного року, в якому значення індексу приймається рівним 100.

Індекс цін, що є важливим показником, дозволяє виявити основні тенденції в русі цін і досить широко використовується при аналізі і прогнозі

кон'юнктури. За допомогою індексу цін можна також визначати і рівень цін на окремі товари, використовуючи одночасно абсолютні показники – контрактні ціни, ціни пропозицій. Таким чином, стає можливим «підтягти» дані про абсолютне значення цін, які були, скажімо, рік або два роки тому, до справжнього моменту.

Необхідність застосування індексів для цих цілей виникла у зв'язку з коливаннями інфляції, що приводить до швидкого старіння інформації про реальний рівень цін.

Прейскуранти і цінники є показниками цін готових виробів споживчого і виробничого призначення і по суті аналогічні довідковим цінам сировинних товарів, вони не відображають реальних цін на ринку, що складаються на кожен момент, відстають від їх динаміки. Контрактні ціни відрізняються від прејскурантних на розмір знижок, величина яких може сильно коливатися залежно від стану попиту і пропозиції, відносин продавця і покупця.

Ціни пропозицій. Нагадаємо, що у відповідь на запит покупця, зацікавленого в придбанні товару, продавці направляють пропозицію на продаж, в якій містяться умови постачання, платежу і ціни, що пропонуються.

Ціни пропозицій коригуються в ході переговорів з покупцем, який зазвичай отримує знижки. Таким чином, ціни пропозицій відрізняються від контрактних цін. Проте для багатьох товарів, особливо машин і устаткування, ціни пропозицій по суті єдине джерело інформації про рівень цін на ринку. Ціни пропозицій в цілому точніше відображають рівень реальних цін в порівнянні з прејскурантними і довідковими цінами, оскільки при їх встановленні продавець враховує стан попиту, особливості покупця, специфіку умов операції.

### **6.3. Особливості формування світових цін**

Слід звернути увагу на особливості формування світових цін. Відзначимо, що світові ціни на товари відображають наступні характеристики товару:

- умови постачання;
- терміни постачання;
- походження товару;
- якісні показники;
- упаковка.

Слід мати на увазі, що світові ціни є мегаполісом товарних відносин учасників ринку, що регулюються світовою ціною, яка задовольняє учасників міжнародного ринку.

Світові ціни – це ціни найважливіших експортерів або імпортерів або ціни основних центрів світової торгівлі, що відносяться до звичайних крупних регулярних роздільних операцій з платежем у вільно конвертованій валюті.

У зв'язку з цим формування і рух цін на світовому ринку здійснюється з урахуванням відхилень світової ціни від внутрішніх цін різних країн.

Ціни світового ринку ґрунтуються на витратах провідних країн-експортерів на світовому ринку.

Ціни національних ринків базуються на внутрішній вартості і відображають витрати національних виробників.

Ціни міжнародної торгівлі відрізняються від внутрішніх також через різні обсяги світового і внутрішнього ринків, умови їх функціонування та інших ціноутворюючих чинників.

Ціни фактичних операцій ґрунтуються на реальних ринкових цінах укладених контрактів і фінансових документів. Достовірність і отримання цих даних по операціях ускладнено у зв'язку з комерційною таємницею укладених контрактів. Дані ціни підрозділяються на ціни поточних і ціни довгострокових контрактів, які широко використовуються при міжнародній торгівлі.

Різниця світових і внутрішніх цін в середньому складає близько 30%.

#### **6.4. Цінові стратегії на світових ринках**

Тільки високий професіоналізм, детальне дослідження і вивчення міжнародного ринку дозволить фірмі вибрати найбільш ефективну цінову стратегію, що забезпечує успішне просування товару на міжнародний ринок з найбільшою для себе вигодою.

Далі проаналізовані основні цінові стратегії, що використовуються в міжнародному маркетингу, і дана їх коротка характеристика.

Стратегія «зняття вершків» – реалізація товарів по високих цінах. Ця стратегія доцільна для товарів-новинок, захищених патентами. Даний вид стратегії забезпечує швидку окупність вкладених коштів, і найбільший ефект буде забезпечено для товарів і ринків з достатньо низьким рівнем еластичності попиту від ціни. Застосовується в основному, коли спостерігається деяке перевищення попиту над пропозицією і фірма може зайняти монопольне положення у виробництві і реалізації даного товару.

Стратегія «низьких цін», або стратегія «прориву» – первинний продаж товарів по низьких цінах з метою стимулювання попиту, витіснення конкуруючих товарів і завоювання масового ринку. В основному застосовується для товарів з низькою еластичністю попиту. Застосування в сучасних умовах ускладнене через перешкоди на шляху підвищення ціни, що є причиною відмови від укладання операції. Тому в даний час все частіше використовується модифікована форма цієї стратегії: низькі ціни дозволяють фірмі «прорватися» на ринок, але надалі вони не підвищуються, а підтримуються.

Досягти отримання прибутку можна за рахунок масовості продажів. При цьому необхідно, щоб еластичність попиту була високою, а по конкретному товару спостерігалось скорочення витрат на виробництво і обіг у розрахунку на одиницю продукції відповідно до збільшення його

виробництва і збуту.

Стратегія «диференційованих цін» стимулює або стримує процес продажу різних товарів на різних ринках, «заохочує» або «карає» різних покупців. Знайшла застосування в торговій практиці фірм, що встановлюють шкалу можливих знижок і надбавок до середнього рівня цін для різних ринків, сегментів і покупців. Її різновидами є стратегії пільгових і дискримінаційних цін.

Стратегія «єдиних цін» використовується в основному при реалізації товару по каталогах, зразках, через канали розсилкової торгівлі. Найбільше застосування знайшла при формуванні круга постійних клієнтів.

Стратегія «цінового лідера» здійснює «прив'язку» рівня своїх цін до руху і характеру цін на конкретний товар фірми-лідера, визнаної на даному ринку, або укладення негласної угоди з лідером на даному ринку або його сегменті про те, що в разі зміни ним ціни фірма коригує ціни на свої товари. Вона переважна для фірм, що не мають можливості або бажання проводити свої власні розробки цінової стратегії. Недолік даної стратегії - підвищений ступінь ризику, оскільки обмежено діяльність фірми.

Стратегія «збиткового лідера» (стимулювання комплексних продажів). Суть даної стратегії наступна. Товар-лідер реалізується по низьких цінах, а інші вироби, які входять до комплекту і що володіють новизною, пропонуються по цінах, що включають монопольний прибуток. В результаті фірма отримує цільовий прибуток. Цей вид стратегії використовується на останній стадії життєвого циклу товару, коли застосування інших видів стратегії практично неможливе або неціле.

## **6.5. Вибір методу ціноутворення. Ціна рівноваги**

Щоб встановити оптимальний рівень цін, застосовують два традиційних методу розрахунку: орієнтацію на витрати і задану (бажану для продавця) прибуток або орієнтацію на ціни основних конкурентів або одного конкурента-лідера. Перший метод одержав назву витратного, другий - адміністративного.

Витратний метод використовує інформацію про повні, прямих, усереднених, стандартних і граничних витрат, враховує політику цільової ціни (цільової норми прибутку).

Розглянемо і інші методи ціноутворення, орієнтуються на конкуренцію і попит.

Орієнтація на середні ринкові ціни продукції даного роду (галузеві). Цей метод характерний для підприємств, що працюють на слабомонополізованих товарних ринках. В основі середніх галузевих цін лежать суспільно необхідні витрати праці, які забезпечують прибуток стійко працюючим підприємствам.

Орієнтація на цінового лідера. Цей метод практикується на ринках, де домінують кілька (3–5) підприємств, так що ринок практично повністю поділений між ними. У цьому випадку одне з підприємств, частка ринку

якого є найбільшою, мовчазно визнається іншими виробниками ціновим лідером. Будь-які зміни цін, вжиті ним, відтворюються іншими підприємствами, щоб не вносити хаос у ринковий механізм і зберігати свою частку ринку.

Орієнтація на попит. На відміну від цін, орієнтованих на витрати виробництва, ці ціни встановлюють, постійно спостерігаючи за інтенсивністю попиту. При підвищенні попиту ціни збільшують, а при падінні – зменшують, хоча витрати виробництва при цьому залишаються незмінними. У результаті відбувається «цінова дискримінація», що означає, що продукція одночасно продається за кількома цінами, залежно від місця і часу продажу, а іноді і від категорії Споживача (найбільш часто використовується при реалізації продукції тривалого користування).

У деяких випадках цінова дискримінація робиться в залежності від місця продажу, наприклад, від категорії та престижності магазину.

Самостійну групу методів визначення цін становить математичне, в тому числі імітаційне моделювання, особливо при розрахунку ціни рівноваги.

В основу розрахунку моделі «ціни рівноваги» кладеться взаємодія двох функцій: функції можливого обсягу випуску (пропозиції) продукції в залежності від її ціни; функції попиту на цю продукцію, що залежить також від ціни. Точка перетину цих кривих і є ціною рівноваги, при якій вся випущена продукція буде реалізована.

Якщо при певному обсязі виробництва ціна виходить вище рівноважної, то це означає, що частина продукції може бути не реалізована.

В іншому випадку – інша ситуація, що характеризується дефіцитом на даний вид продукції. Основна складність побудови цієї моделі полягає у визначенні функції попиту, що і є одним із завдань маркетингу.

Приступаючи до вирішення питання про встановлення остаточної ціни на свою продукцію необхідно пам'ятати, що вона служить сильним інструментом маркетингу, а, значить, визначення її розміру не може здійснюватися без урахування ситуації на ринку і загальної маркетингової стратегії підприємства.

Практика показала, що остаточний розмір ціни повинний визначатися керівниками служб маркетингу, збуту, економіки і фінансів. У кожного з них свої уявлення про рівень ціни і тому деколи доводиться робити не одну ітерацію, щоб прийти до порозуміння. На деяких підприємствах створюються експертні ради (тарифні комітети) на яких і встановлюються розміри базових цін. Хотілося б звернути увагу, що базова ціна не завжди може збігатися з відпускнуою. Вона є лише та порогова ціна, нижче якої продукція не може бути реалізована без дозволу керівника підприємства або особи, яка уповноваженого ним для прийняття такого рішення. До базової ціни не застосовуються традиційні знижки і бонуси.

Більше того, сьогодні, коли частка розрахунків «живими грошима» за продукцію деколи може не перевищувати 20–30%, стає необхідним у прайс-листах вказувати і ціни на продукцію при розрахунках за бартером,

взаємозаліками або цінними паперами. Вони, як правило, вище.

Якщо ж у процесі узгодження ціни з'ясується, що її неможливо зробити прийнятною для ринку, навіть з використанням інструментів маркетингу, треба серйозно задуматися про доцільність випуску цього виду продукції.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Багрова І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств / І. В. Багрова, Н. І. Редіна. – К. : ЦНЛ, 2004. – 580 с.
2. Міжнародні розрахунки ті валютні операції / О. І. Береславська [та ін.]. – К. : КНЕУ, 2002. – 392 с.
3. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності / А. М. Вічевич, О. В. Максимець. – Львів : Афіна, 2004. – 140 с.
4. Глобальна торгова система: розвиток інститутів, правил, інструментів СОТ / кер. авт. кол. і наук. ред. Циганкова Т. М. – К. : КНЕУ, 2003. – 660 с.
5. Жук М. В. Комерційні відносини України: організація зовнішньої торгівлі : підручник / М. В. Жук. – Чернівці : Рута, 2004. – 560 с.
6. Майер Дж. Міжнародне середовище бізнесу: конкуренція та регулювання у глобальній економіці : [пер. з англ.] / Дж. Майер, Д. Олесевич. – К. : Либідь, 2002. – 703 с.
7. Міжнародна економіка : навч. посібник / за ред. Ю. Г. Козака, Н. С. Логвинової, В. М. Осипова. – Видання 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : ЦУЛ, 2008. – 1118 с.
8. Міжнародні фінанси : навч. посібник / за ред. Козака Ю. Г., Логвинової Н. С., Ковалевського В. В. – Київ : ЦУЛ, 2007. – 640 с.
9. Пуригіна О. Г. Міжнародні економічні конфлікти : навч. посіб. / О. Г. Пуригіна. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 280 с.
10. Рогач О. Міжнародні інвестиції: теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій : підручник / О. Рогач. – К. : Либідь, 2005. – 720 с.
11. Дубенюк Я. А. Оцінка сучасних тенденцій міжнародної торгівлі послугами / Я. А. Дубенюк // Вісник Донецького національного університету. Серія В : Економіка і право, 2009. – Вип. 1. – С. 84–91.
12. Чухно А. А. Твори : у 3-х т. / А. А. Чухно ; НАН України, Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Наук.-дослід. фін. ін-т при М-ві фін. України. – К., 2006. – Т. 2 : Інформаційна постіндустріальна економіка: теорія і практика. – 512 с.
13. Ткач А. А. Інституціональні основи ринкової інфраструктури / А. А. Ткач. – К. : НАН України, Об'єднаний інститут економіки, 2005. – 295 с.
14. Румянцев А. П. Світовий ринок послуг : навч. посіб. / А. П. Румянцев, Ю. О. Коваленко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 456 с.
15. Balance of Payment Compilation Guide. International Monetary Fund. – Washington, 1995. – 407 p.
16. Balance of Payments Textbook. International Monetary Fund. – Washington, DC, USA, 1996. – 150 p.
17. Balance of Payments Manual. – 5th ed. International Monetary Fund. – Washington, 1993. – 188 p.

Навчальне електронне видання  
комбінованого використання  
Можна використовувати в локальному та мережному режимах

## **ЕКСПЕРТИЗА В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ**

### **ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

для студентів факультету управління торговельно-підприємницькою  
та митною діяльністю спеціальності  
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
спеціалізації «Управління безпечністю та якістю товарів»

Укладачі:

ВАСИЛЕЦЬ Катерина Костянтинівна  
СОКОЛОВА Євгенія Борисівна  
ТРЕНБАЧ Лідія Іванівна

Відповідальний за випуск зав. кафедри проф., канд. техн. наук  
М. С. Одарченко  
Техн. редактор Л. Ю. Кротченко

План 2017 р., поз.65/

Підписано до друку 28.03.2017 р. Один електрон. опт. диск (CD-ROM);  
супровідна документація. Об'єм даних 140 кб. Тираж 100 прим.

Видавець і виготівник  
Харківський державний університет харчування та торгівлі  
вул. Клочківська, 333, Харків 61051  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи  
ДК № 4417 від 10.10.2012 р.