

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський державний університет  
харчування та торгівлі

## **ЕКСПЕРТИЗА В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ТА ЗАВДАННЯ  
ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

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 : методичні вказівки та завдання для практичних занять для студентів факультету управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю, спеціальності: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», спеціалізації: «Управління безпечністю та якістю товарів» / укладачі К. К. Василець, Є. Б. Соколова, Л. І. Тренбач.

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

Рецензент: проф., к.е.н. 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 2016 року № 9

Схвалено редакційно-видавничою радою ХДУХТ  
Протокол від «26» грудня 2016 року № 5

- © Василець К.К., Соколова Є.Б., Тренбач Л.І., укладачі, 2017 рік
- © Харківській державний університет харчування та торгівлі, 2017 рік

## ЗМІСТ

Практичне заняття № 1. Світова організація торгівлі	4
Практичне заняття № 2. Міжнародна класифікація товарів	9
Практичне заняття № 3. Українська класифікація товарів	13
Практичне заняття № 4. Експертиза кількості та якості товарів	16
Практичне заняття № 5. Визначення країни походження товару	23
Практичне заняття № 6. Оцінка товарів	28
Перелік рекомендованих підручників	36

ПРАКТИЧНА ЗАНЯТТЯ № 1  
ТЕМА. СВІТОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ТОРГІВЛІ

Мета – ознайомитися з поняттям та основними принципами організаційної системи СОТ.

**Світова організація торгівлі (СОТ)** – це провідна міжнародна економічна організація, метою якої є розробка системи правових норм міжнародної торгівлі та контроль за їх дотриманням.

Головними цілями Організації є забезпечення тривалого і стабільного функціонування системи міжнародних торговельних зв'язків, лібералізація міжнародної торгівлі, поступове скасування митних і торговельних обмежень, забезпечення прозорості торговельних процедур.

СОТ – організаційно-правова основа системи міжнародної торгівлі. Організація формує міжнародні правила, яких країни-члени повинні дотримуватися при здійсненні торговельних відносин, а також забезпечує умови для проведення багатосторонніх переговорів, направлених на глобальну лібералізацію торгівлі.

СОТ була створена у січні 1995 року після підписання відповідної багатосторонньої угоди у м. Марракеш (Марокко) 15 квітня 1994 року.

СОТ стала правонаступницею Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ) – організації, яка проіснувала з 1947 по 1994 рік і нараховувала 128 членів. У рамках ГАТТ було проведено вісім раундів багатосторонніх переговорів, спрямованих на лібералізацію торгівлі, скасування тарифних обмежень та зниження митних зборів. У ході переговорів було укладено 28 угод, які сьогодні є головною складовою нормативно-правової бази СОТ.

Основні з них:

- Генеральна Угода з тарифів та торгівлі (ГАТТ);
- Генеральна Угода з торгівлі послугами (ГАТС);
- Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРИПС);
- Угода про вирішення спорів;
- Угода про сільське господарство;
- Угода про застосування санітарних та фітосанітарних заходів;
- Угода про технічні бар'єри в торгівлі;
- Угода про правила походження;
- Угода про процедури імпортного ліцензування;
- Угода про пов'язані з торгівлею інвестиційні заходи;
- Угода про субсидії та компенсаційні заходи;
- Угода про захисні заходи.

На сьогодні членами СОТ є 160 країн світу, 22 країни ведуть переговори щодо вступу до СОТ. Членство в СОТ передбачає обов'язкову участь у всіх багатосторонніх угодах, крім декількох з обмеженим колом учасників.

Країни-члени СОТ сплачують індивідуальні внески, які розраховуються на основі часток цих країн у загальному обсязі світової торгівлі.

Основні цілі СОТ:

- підвищення життєвого рівня;
- забезпечення повної зайнятості;
- постійне зростання доходів і ефективного попиту;
- розширення виробництва товарів і послуг та торгівлі ними;
- оптимальне використання світових ресурсів відповідно до сталого розвитку;
- захист і збереження навколишнього середовища;
- забезпечення для країн, що розвиваються і найменш розвинених країн такої участі в міжнародній торгівлі, яка б відповідала потребам їх економічного розвитку.

Основні функції СОТ зображені на рисунку 1.1.



Рис. 1.1. Основні функції СОТ

**Організаційна структура СОТ:**

- Конференція міністрів;
- Генеральна рада;
- Рада с торгівлі товарами;
- Рада з торгівлі послугами;
- Рада з торговельних аспектів прав інтелектуальної власності;
- Галузеві комітети, робочі групи;
- Секретаріат.

На підставі положень статті IV Марракеської угоди про створення Світової організації торгівлі було утворено найвищий орган СОТ – Конференцію Міністрів, яка виконує функції СОТ як міжнародної організації і проводить усі необхідні для цього заходи.

Конференція Міністрів складається з представників усіх членів СОТ – по одному від кожної держави-члена СОТ. Європейський союз є окремим самостійним членом СОТ поряд з усіма державами, що входять до його складу. Конференція Міністрів має право приймати рішення з усіх питань, що регулюються багатосторонніми угодами СОТ.

Міністерська Конференція скликається раз на 2 роки і приймає найбільш важливі рішення у сфері торгівлі.

Керівний орган – Генеральна Рада СОТ.

До складу Генеральної ради входить по одному представнику від кожної країни-члена СОТ. Як правило, в ролі представників членів СОТ виступають послы або голови представництв відповідних держав при СОТ.

Засідання цього органу проводяться кожні два місяці для здійснення нагляду за функціонуванням організації та виконанням відповідних угод. Генеральна Рада також виступає в якості вищого органу для розв'язання спорів і проведення огляду торговельної політики країн-членів.

Секретаріат СОТ розміщується у Женеві, його очолює Генеральний директор, якому допомагають 4 заступники.

Генеральна рада делегує свої функції трьом основним органам, створеним Конференцією Міністрів:

- Раді з торгівлі товарами;
- Раді з торгівлі послугами;
- Раді з торговельних аспектів прав інтелектуальної власності.

Основною функцією Ради з торгівлі товарами є здійснення нагляду за функціонуванням багатосторонніх торговельних угод.

Основними функціями Ради з торгівлі послугами є нагляд за виконанням положень Генеральної угоди з торгівлі послугами (далі ГАТС).

Основними функціями Ради з торговельних аспектів прав інтелектуальної власності є нагляд за виконанням положень Генеральної угоди з торговельних аспектів прав інтелектуальної власності (ТРИПС), надання консультацій і допомоги членам СОТ та взаємодія з Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (WIPO).

Із 1 вересня 2013 року Генеральним директором СОТ є Роберто Азеведо (до обрання обіймав посаду Постійного представника Бразилії при СОТ та інших міжнародних економічних організаціях у Женеві).

Офіційними мовами СОТ є англійська, французька та іспанська.

Вибір інструментів, які застосовуються для обмеження торгівлі, залежить від двох чинників: співвідношення сил груп тиску, що наполягають на реалізації тих чи інших заходів, а також від можливих заходів у відповідь з боку урядів інших країн.

Регулювання зовнішньої торгівлі здійснюється на двох рівнях:

- 1) *державний* (за допомогою інструментів зовнішньоекономічної

політики);

2) *наддержавний* (здійснюється шляхом різного роду домовленостей між країнами про зняття перешкод для вільного руху товарів).

Зовнішньоекономічна політика напрямлена на захист ринку або на стимулювання обсягу зовнішньої торгівлі, зміни її структури і напрямку товарних потоків. Існує два види зовнішньоекономічної політики (рис. 1.2.):

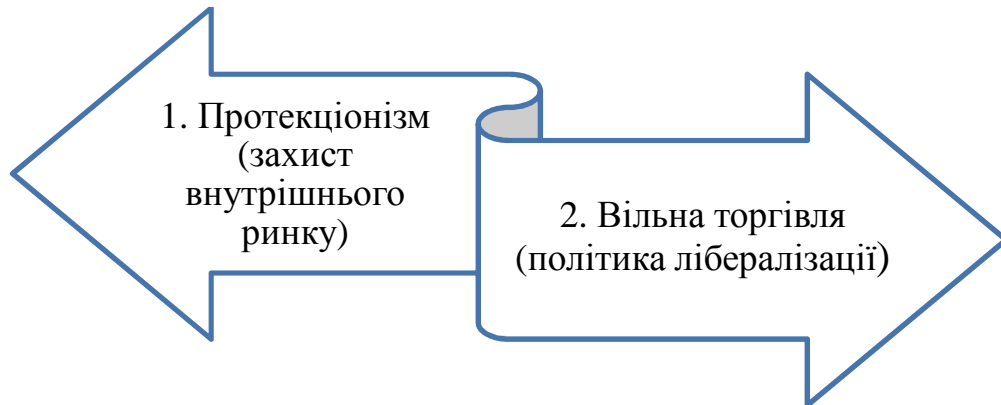


Рис. 1.2. Види зовнішньоекономічної політики

Інструментами зовнішньої торгівлі є тарифні і не тарифні методи.

Нетарифні методи впливають на ціни або безпосередньо на обсяг товарів. Тарифні методи регулювання впливають на ціни і передбачають застосування мита і митної квоти, що регулюють переважно імпорт

**Мито** – це державний податок, який сплачуються з митної вартості товару при перетині даного товару кордону країни.

Для зручності дослідження усіх видів мита я використовую класифікаційну систему, яка поділяє їх на групи залежно від:

1. Функцій:

- фіскальне (застосовується з метою поповнення державного бюджету відносно до експортних і імпортних товарів);
- протекціоністське (захисне) (застосовують до імпортних тарифів, щоб скоротити або усунути небажану іноземну конкуренцію для державних виробників).
- балансувальне (відноситься до експортного мита, встановлюється з метою запобігання небажаного експорту товарів, внутрішні ціни якого з тих чи інших причин нижче світових).

2. Напряму товарних потоків, що оподатковуються:

- експортне (вивізне мито);
- імпортне (ввізне мито);
- транзитне (провезення товару через територію країни).

3. Об'єкта оподаткування:

- адвалерне (стягується у відсотках під митною вартістю, тобто вартістю товару на момент перетину кордону, яка включає вартість товару за контрактом, всі витрати погрузки, розгрузки і страхування, комісійні брокерам, декларанту та інші).

– специфічне (стягується у вигляді чітко фіксованої величини з натурального виміру товару);

– комбіноване (поєднання двох попередніх митного стягування. Наприклад, 20% від митної ціни, але не більше ніж 10 доларів за 1 т).

#### 4. Характеру тимчасовості:

– сезонне (стягується з митної вартості товарів, здебільшого сільськогосподарського призначення. Як правило, строк їх дії не перевищує декількох місяців на рік і на цей період дія звичайного митного тарифу призупиняється);

– антидемпінгове (мито, яке покликане підняти ціну даного товару до ціни, яка склалася на ринку даної країни).

**Демпінг** – це процедура продажу товару за ціною, яка нижче середньої нормальної ціни на даному ринку.

– компенсаційне (накладаються на імпорт тих товарів, при виробництві яких прямо або побічно використовувались субсидії, якщо їх імпорт наносить збитки національним виробникам таких товарів).

#### 5. За походженням:

– автономне (приймається державними органами – міністерством торгівлі, фінансів чи економіки);

– конвенційне (договірне) (встановлюються на базі двостороннього або багатосторонньої згоди, такої як ГАТТ або згоди про митний союз);

– преференційне (мають низькі ставки порівняно із звичайно діючим митним тарифом, які накладаються на основі багатосторонніх згод на товари країн, що розвиваються).

#### 6. За типами ставок:

– постійні (встановлюються одночасно органами державної влади і не можуть змінюватись в залежності від обставин);

– змінні (ставки тарифу можуть змінюватись в установлених органами державної влади випадках (при зміні рівня світових чи внутрішніх цін, рівня державних субсидій).

#### 7. За способом ви числення:

– номінальні (тарифні ставки вказані в миті);

– ефективні (реальний рівень мита на кінцеві товари, вираховані з врахуванням рівня мита, накладеного на імпортні вузли і деталі цих товарів).

Податок на імпорт може стягуватись різними способами. У зв'язку з цим виділяють вартісний тариф і специфічне мито.

**Вартісний тариф** – це податок, представлений у вигляді відсотка від вартості товару.

**Специфічне мито** – це податок, який стягується відповідно до фізичної величиний імпорту.

Рівень митного тарифу при імпортних операціях розраховується за такою формулою:

$$(Ціна внутрішня - Ціна імпортна) / Ціна імпортна \times 100\%$$



Рівень митного тарифу при експортних операціях розраховується за такою формулою:

$$\frac{(\text{Ціна світова} - \text{Ціна експортна})}{\text{Ціна експортна}} \times 100\%$$

$$\text{Ціна мита} = \text{Митна вартість} + \text{Ставка мита на даний товар}$$

На митниці крім мита оплачуються такі платежі: акциз (для підакцизних товарів) та ПДВ.

Сума платежів становить:

Ціна мита + Ціна акцизу + Ціна ПДВ + Митні збори.

Ціна акцизу = (Митна вартість + Ціна мита) x Ставка акцизного збору

Ціна ПДВ = (Митна вартість + Ціна мита + Ціна акцизу) x ПДВ

Митний збір = Митна вартість x Ціну митного збору.

### Завдання

1. Банк встановив таке котирування. Визначити вид котирування та значення курсу оберненого котирування.

EUR/USD

1,6480 / 1,6520

2. Яким буде курс для:

а) базової валюти;

б) для валюти котирування, якщо курс виражено у формі: 1,5932 дол. США (USD) за 1 фунт стерлінгів (GBP) GBP/USD

### ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 2

#### ТЕМА. МІЖНАРОДНА КЛАСИФІКАЦІЯ ТОВАРІВ

Мета — ознайомитися зі стандартною міжнародною класифікацією ООН та гармонізованою системою опису товарів.

Класифікація товарів є важливою складовою товарознавства, надзвичайно велике її значення в управлінні асортиментом і якістю товарів. Вона дозволяє вивчати безліч різноманітних товарів і раціонально організувати торгівлю ними.

Об'єктом виступає елемент класифікованого загалу. У товарознавстві таким елементом є товар. Із-поміж великої кількості товарів за ознакою призначення виділяються: споживчі товари, товари промислового призначення та ін.

**Класифікація** – це розподіл численних об'єктів (предметів і явищ) на класи, групи й інші підрозділи залежно від загальних ознак.

Метою класифікації в товарознавстві є сприяння вивченню споживчих властивостей, якості, асортименту товарів і управління ними. Очевидно, що кількість ознак, які обираються, і порядок їх використання (за ступенем

важливості або істотності) визначаються метою класифікації.

У торгівлі класифікація слугує раціоналізації та прискоренню торгово-оперативних процесів, її застосовують при плануванні товарообігу по групах (підгрупах) товарів, при впорядкуванні заявок-замовлень та вивченні попиту.

До кінця 80-х років у міжнародній торгівлі використовувались такі класифікатори товарів:

- Стандартна міжнародна торговельна класифікація ООН;
- Єдина товарна номенклатура зовнішньої торгівлі країн;
- Брюссельська митна номенклатура.

Призначення класифікації полягає в тому, що вона дозволяє:

- дослідити споживчі властивості однорідних груп (підгруп) товарів;
- установити оптимальний рівень властивостей товарів;
- розробити групові методи дослідження й оцінки рівня якості товарів (наприклад, для груп інструментів, приладів, перев'язувальних засобів, гумових виробів тощо.)

**Кодування товарів** – технічний прийом, що дозволяє подати об'єкт, що класифікується, у вигляді знака або групи знаків за правилами, встановленими конкретною системою класифікації.

Кодова система класифікації створюється для того, щоб дати інформацію в зручній для її збирання, передачі й опрацювання формі, пристосувати закодовану інформацію до опрацювання на комп'ютері.

Отже, **кодування** – це присвоєння об'єктам класифікації певних позначок.

Кодуванню підлягають як товари, так і підприємства, організації, країни світу й території, установи, митниці та митні режими, валюти країн, види транспорту та ін.

**Код** – знак або сукупність знаків, які застосовують для означення класифікаційної групи або об'єкта класифікації.

Метою кодування є систематизація об'єктів шляхом ідентифікації, ранжирування і присвоєння умовної позначки (коду), за якою можна знайти і розпізнати будь-який об'єкт серед інших.

Присвоєння кодів здійснюється за такими правилами:

- 1) код повинен мати певну структуру побудови;
- 2) код може бути виражений за допомогою різноманітних, заздалегідь обумовлених знаків;
- 3) код має сприяти упорядкуванню об'єктів.

*Структура коду містить такі елементи:*

- алфавіт;
- підстава;
- розряд;
- довжина.

Алфавітом для кодів найчастіше слугують цифри, букви або їх сполучення, штрихи.

Розрізняють алфавіт коду:

- цифровий;
- буквенний;
- буквено-цифровий;
- штриховий.

*Цифровий алфавіт коду* – алфавіт коду, знаками якого є цифри.

*Буквенний алфавіт коду* – алфавіт коду, знаками якого є букви алфавіту.

*Буквено-цифровий алфавіт коду* – такий, знаками якого є букви алфавіту і цифри.

*Штриховий алфавіт коду* – алфавіт, знаками якого є штрихи і прогалини, ширина яких зчитується сканерами у вигляді цифр. Прикладом можуть бути штрихові коди EAN і UPC, поширені в міжнародній практиці.

Сукупність правил та методів кодування класифікаційних груп і об'єктів класифікації заданої кількості називається системою кодування.

Кількість товарів на світовому ринку вимірюється тисячами та постійно зростає. При перетинанні митних кордонів необхідно розраховувати розмір мита, а для цього потрібно мати детальну та зручну систему класифікації товарів.

Для класифікації товарів у міжнародній торгівлі сьогодні застосовують: Стандартну міжнародну торговельну класифікацію ООН (СМТК) та Гармонізовану систему опису і кодування товарів (ГС), розроблену Радою митного співробітництва на основі Брюссельської митної номенклатури та з урахуванням інших товарних класифікацій.

***Стандартна міжнародна торговельна класифікація ООН (СМТК)*** – розроблена ООН за ознакою ступеня обробки товарів та з метою зіставлення й аналізу показників розвитку зовнішньої торгівлі різних країн, а також для дослідження товарної структури міжнародної торгівлі.

***Гармонізована система опису і кодування товарів (ГС)*** – це міжнародні правила щодо класифікації та статистичної інформації по товарах, що надходять у зовнішню торгівлю. ГС включає:

1. Нову міжнародну уніфіковану товарну номенклатуру (НГС) – детальний багатоцільовий перелік імпортних та експортних товарів, що поділені за спеціальною класифікаційною схемою.
2. Алфавітний покажчик до ГС.
3. Пояснення до ГС.
4. Ключ переходу до системи.

Структура номенклатури гармонізованої системи зображена на рисунку 1.4.

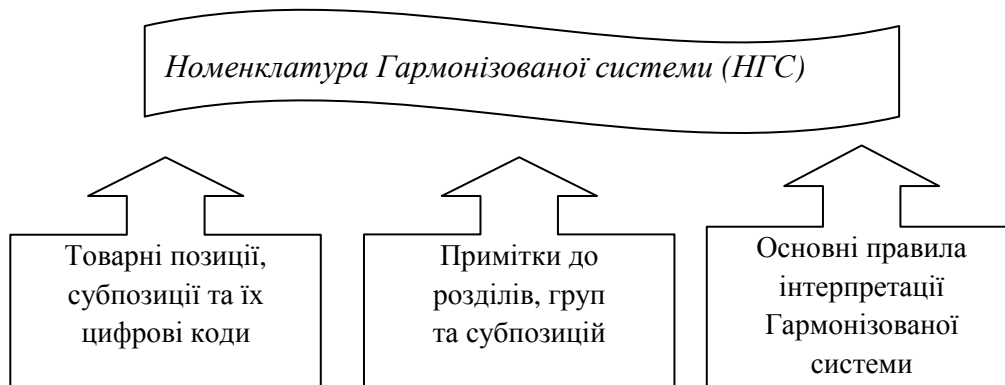


Рис. 1.4. Структура номенклатури Гармонізованої системи

Гармонізована система відповідає сучасним потребам митних органів, статистичних служб, суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності і забезпечує порівнянність національних статистичних даних, тісну узгодженість між зовнішньоторговельною і промисловою статистикою різних держав.

Комбінована (тарифно-статистична) номенклатура Європейського Співтовариства (КН ЄС) будується на основі Гармонізованої системи.

У цьому випадку шестизначний код товару за – ГС доповнюється сьомим і восьмим знаками, система кодування товарів в КН ЄС включає коди Гармонізованої системи і, крім цього, додаткову деталізацію субпозицій ГС до восьми знаків. У результаті КН ЄС містить цифрові восьмизначні коди субпозицій, перші шість знаків яких відповідають кодам ГС.

Для формування груп у Номенклатурі Гармонізованої системи (НГС) використовується принцип послідовності опрацювання товарів – від сировини до одержання напівфабрикатів і готових виробів див. рис.

*Сировинні товари* – це продукція добувної промисловості, сільського і лісового господарства, вартість якої значною мірою залежить від обробки.

*До напівфабрикатів* належить продукція незавершеного виробничого процесу, яка потребує подальшої обробки, розрахована для включення до складу інших товарів, перед тим як стати засобом виробництва або предметом споживання.

*Готові товари* – це всі промислові вироби, розраховані на споживання або використання в промисловості, сільському господарстві, на транспорті, в домашньому господарстві, та промислові товари короткострокового використання (строком не більше одного року).

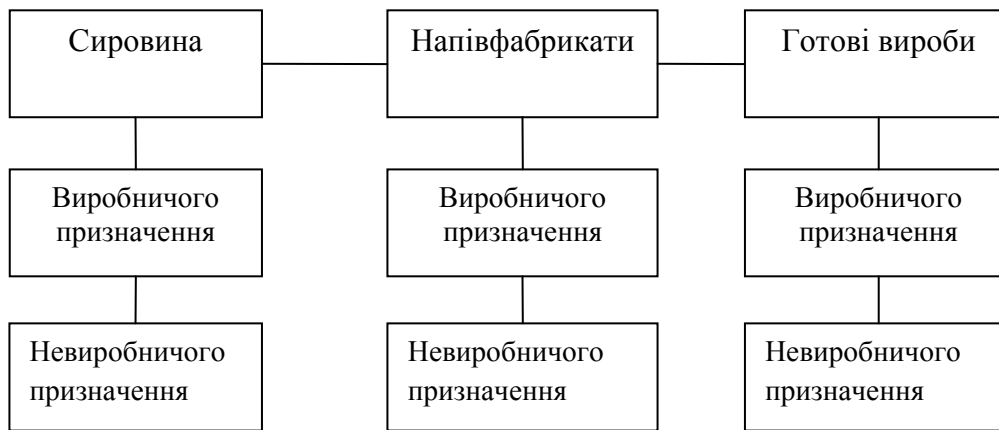


Рис. 1.5. Послідовність переробки сировини в готові вироби

### Завдання

1. Охарактеризуйте транспортні класифікації товарів.
2. Дайте характеристику міжнародній класифікації гармонізованої системи опису та кодування товарів.

## ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 3 ТЕМА. УКРАЇНСЬКА КЛАСИФІКАЦІЯ ТОВАРІВ

Мета – ознайомитися зі структурою десятизначного коду УКТ ЗЕД. Вивчити основні правила опису та кодування товарів.

**Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД)** – товарна номенклатура, в основу якої закладена Гармонізована система опису та кодування товарів (ГС) і Комбінована номенклатура Європейського Співтовариства (КН ЄС).

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.

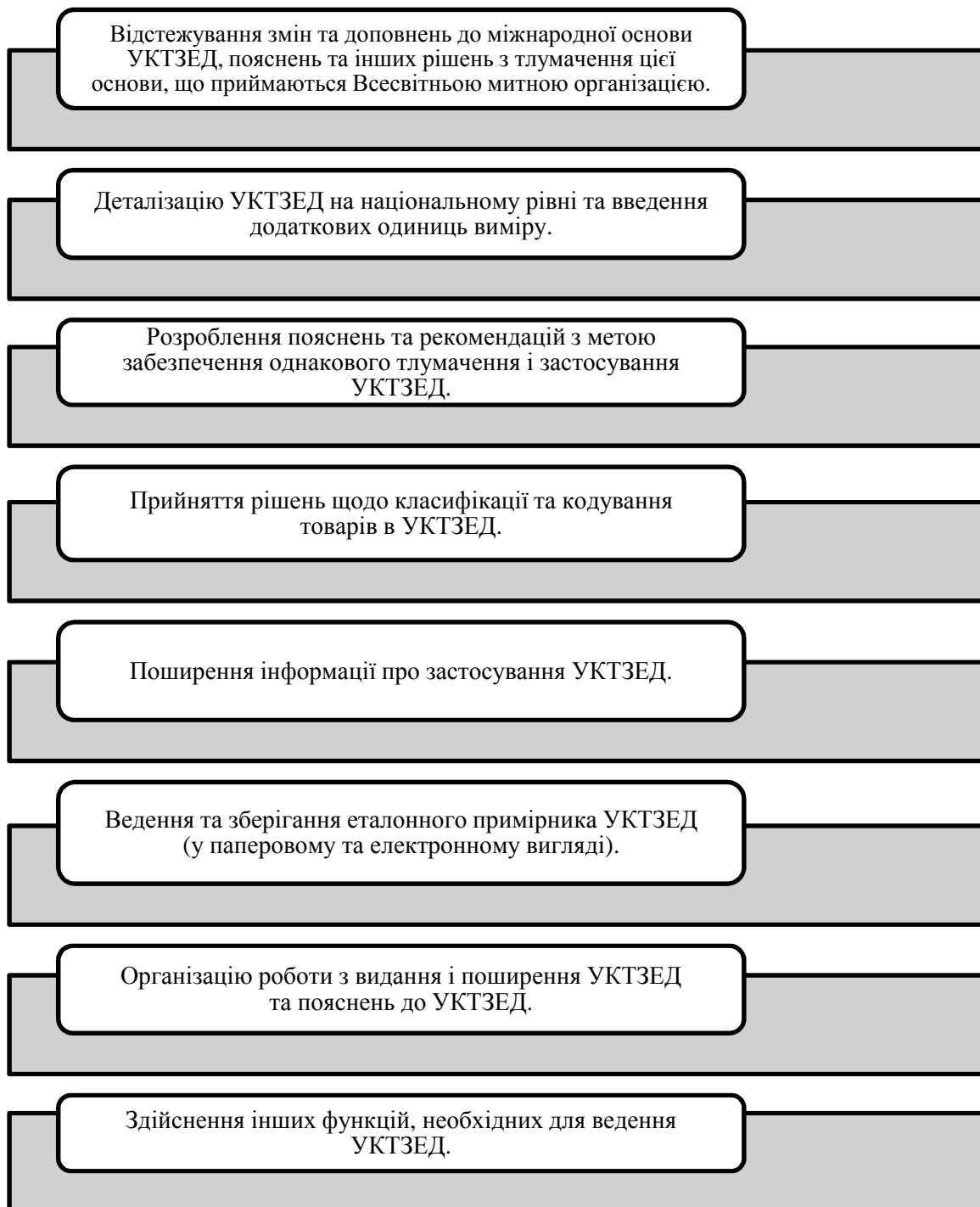
Четвертий рівень – під позиція. На цьому рівні здійснюється подальша деталізація. Товарні під позиції – це шестизначні коди, перші два знаки в яких є номером групи, а наступні два – номером позиції.

П'ятий рівень – під категорія. 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».

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



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 під позиції (перші шість знаків), товарної категорії (перші вісім знаків), товарної під категорії (десять знаків). Для докладнішої товарної класифікації використовується сьомий, восьмий, дев'ятий та десятий знаки цифрового коду.

Однакове розуміння класифікації товару згідно з УКТ ЗЕД є необхідною умовою при визначенні ставок митних зборів та інших платежів, визначення режимів експорту-імпорту тих чи інших товарів, а також при співставленні митних тарифів, статистичних даних із зовнішньої торгівлі.

Будь-який вид товару можна віднести до певного класифікаційного угруповання системи ГС.

Підставою для проведення експертизи по визначенню коду є письмове звернення замовника у формі гарантійного листа (заявки), яка має містити такі відомості:

- замовник-юридична особа: назва замовника, адреса, телефон/факс;

- замовник-фізична особа: П.І.Б. замовника, адреса, телефон.

У заявці вказується завдання та мета роботи – визначення коду УКТ ЗЕД із зазначенням точної назви товару, функціонального визначення або матеріалів, з яких виготовлено продукцію. Також надається максимально повний відповідний пакет документів (оригінали та/або належним чином завірені копії), які супроводжують та повністю характеризують товар:

- договір (контракт) на поставку товару з додатками та специфікаціями;

- товаросупровідні та товаротранспортні документи, які йдуть разом з товаром і містять відомості про найменування товару, його торговельна назва, марку, артикул, розмір, розфасування, вид упаковки, маркування, інші (рахунок-фактура, інвойс, пакувальний лист, відвантажувальна специфікація);

- технічні чи технологічні документи, які містять інформацію про технічні, фізичні, споживчі характеристики товару, технологію виробництва, хімічний склад, матеріал з якого вироблено товар, його призначення, функції, принцип дії, ступінь обробки, комплектність та інше (нормативна та технічна документація – ГОСТ, ДСТУ, ТУ, технологічний регламент, технічний опис, паспорт, інструкція, результати лабораторних досліджень, специфікації, сертифікати якості, відповідності, безпеки, каталоги, креслення, фотознімки тощо);



– інші документи або будь-яку іншу інформацію про товар, які необхідні для однозначної ідентифікації товару та прийняття рішення про присвоєння коду.

Заявка має містити перелік цих документів, а також ствердження щодо їх достовірності та гарантію оплати послуг.

Заявка підписується керівником (або уповноваженою особою) юридичної особи та засвідчується його печаткою. Заявник-фізична особа підписує заявку особисто.

За достовірність наданих документів замовник несе відповідальність згідно з чинним законодавством України.

Дані документи разом з листом-заявкою замовник подає на розгляд у відділ зовнішньоекономічної діяльності. Експерт вивчає заявку та надані документи. При неможливості однозначної ідентифікації товару на підставі наданих документів, експерт має право вимагати від замовника надання додаткових документів, даних, надання зразків для візуального огляду товару.

Результати експертизи оформляються у вигляді експертного висновку на фірмовому бланку.

### **Завдання**

1. Які основні правила опису та кодування товарів?
2. Розкрийте структуру десятизначного коду УКТ ЗЕД.
3. Митне оформлення товарів.

### **ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 4**

#### **ТЕМА. ЕКСПЕРТИЗА КІЛЬКОСТІ ТА ЯКОСТІ ТОВАРІВ**

Мета – ознайомитися з видами експертиз. Розглянути обов'язкові вимоги до складання акту експертизи.

**Експертиза** – це дослідження будь-якого питання чи об'єкта, яке вимагає спеціальних знань, із наданням мотивованого висновку.

Експертиза товарів як специфічний вид діяльності – це випробування, дослідження якості (споживчих властивостей, нешкідливості, безпечності харчової цінності тощо, кількості та відповідності умовам нормативної документації, умовам договору партії (або окремого товару) з поданням мотивованого, об'єктивного (незалежного), кваліфікованого висновку. Експертиза споживчих товарів (як товарна, так і товарознавча експертиза) передбачає вивчення і визначення основних споживчих властивостей товарів, їх змін в процесі виробництва, транспортування, зберігання, реалізації; відповідності визначених, передбачених заявками показників вимогам нормативної документації.

Завданнями експертизи товарів є:

– проведення експертизи кількості та якості товарів виробничо-технічного призначення та товарів народного споживання з визначенням

відповідності даним товаросупровідної документації постачальника;

– визначення відповідності встановлених показників якості документальним даним і даним нормативної документації;

– визначення відповідності упакування, маркування передбаченим вимогам нормативної документації, контрактів;

– проведення ідентифікації товару з визначенням ступеню його придатності до споживання; відповідності виду, різновиду, найменування, градації за якістю та ін.

Об'єктом товарної експертизи є (рисунк 1.6.):



Рис. 1.6. Об'єкти товарної експертизи

Під час розробки і застосування системи державного контролю якості і безпеки, сертифікації товарів виникає необхідність проведення експертизи документів, маркування, пакування, кодів країни походження сировини, напівфабрикатів, готових продуктів, технологічних процесів з виробництва, транспортування, зберігання; визначення вартості продукції, її ідентифікації.

Об'єктом експертизи виступає також нормативна і супровідна документація. Нормативна документація оцінюється за структурою, номенклатурою властивостей і показників якості. Для проведення порівняння використовують сучасні міжнародні стандарти або базові зразки.

Експертиза товарів супроводжується документальною експертизою

товаросупровідних документів (договір-контракт, угода купівлі-продажу, свідоцтва якості, транспортні та розрахункові документи), які підтверджують належність вантажних місць (товару) до пред'явленої партії.

Документальна експертиза включає експертизу нормативної, супровідної документації, яка підтверджує якість і безпеку товарів.

Нормативна документація, яка діє у визначений час в країні, включає вимоги за органолептичними, фізико-хімічними, мікробіологічними показниками, а також за показниками безпеки. Вибір показників, які визначаються при проведенні експертизи, повинен проводитися відповідно до чинної нормативної документації.

**Товаросупровідні документи (ТСД)** – документи, що містять необхідну та достатню інформацію для ідентифікації партії товарів на всьому шляху товаропросування. Товаросупровідні документи призначені в основному для виготовлювачів і продавців та належать до комерційної інформації.

Залежно від характеристик товару ТСД поділяються на такі види: кількості, якості, розрахункові і комплексні. Різновиди ТСД визначаються призначенням конкретних документів.

*ТСД, що затверджують кількість*, – документи, призначені для передачі і збереження інформації про кількісні характеристики товарів або товарних партій. Крім розмірних характеристик (маса, довжина, об'єм та ін.), у них обов'язково містяться відомості, що дозволяють ідентифікувати товар (найменування, сорт, марка тощо). У таких ТСД може міститися інформація про ціни. До ТСД, що затверджують кількість, відносяться пакувальні листи, специфікації, акти про встановлену розбіжність у кількості товарів, комерційні акти, акти відбору зразків.

*ТСД, що засвідчують якість* – документи, призначені для передачі і збереження інформації про якість товарів. ТСД містять не тільки відомості про якісні характеристики товарів, їхні значення, градації якості, а також про найменування товарів, їхніх виробників (постачальники, відправники), дату виготовлення (відвантаження), інші необхідні відомості. До них належать сертифікати відповідності за показниками безпеки для товарів, що підлягають обов'язковій сертифікації, і посвідчення якості, якщо у стандарті передбачена їхня наявність.

*Розрахункові ТСД* – це документи, призначені для документального оформлення угоди про ціни, оплату транспортних витрат, спільне (або односторонньому) покриття витрат, у тому числі транспортних, інших витрат, якщо у складеному договорі закупівлі-продажу ці відомості були не передбачені. До розрахункових ТСД належать протокол узгодження цін, рахунки, рахунки-фактури й інші документи про ціни.

*Комплексні ТСД* – документи, призначені для передачі й збереження інформації про кількісні, якісні й вартісні характеристики товарних партій, а також для кількісного обліку їх у процесі товаропросування. До комплексних ТСД належать прибутково-видаткові, товарно-транспортні, залізничні накладні, коносаменти.

Документами, що підтверджують належну якість та безпеку харчових продуктів, продовольчої сировини і супутніх матеріалів, є:

- сертифікат відповідності;
- державний реєстр або висновок державної санітарно-гігієнічної експертизи;
- ветеринарний дозвіл для харчових продуктів та продовольчої сировини тваринного походження;
- карантинний дозвіл для продукції рослинного походження.

Таблиця 1

Основні етапи проведення експертизи ТПП України

<i><b>ЕКСПЕРТ</b></i>	<i><b>ТОВАР</b></i>
1. Вивчення нормативної документації, зразків-еталонів, описів та інших матеріалів	
2. Ознайомлення з відповідними транспортними, товарними і розрахунковими документами	
3. Огляд приміщення, де зберігається товар	
4. Перевірка робочого місця	
5. Проведення експертизи	
6. Оформлення результатів експертизи – складання акту експертизи	

Таблиця 2

Засоби товарної експертизи

групи за призначенням			
засоби інформації о товарах			матеріально-технічні засоби
види по носію інформації			види по використаним приладам
документи	маркування	спеціальна література	1 - матеріально-технічна база; 2 - засоби вимірювання; 3 - засоби виявлення; 4 - оргтехніка
1 – нормативні; 2 – технічні; 3 – технологічні	1 – виробнича; 2 – торгівельна	1 – учбова; 2 – наукова; 3 – довідкова	

Таблиця 3

Методи товарної експертизи

<i>Методи товарної експертизи</i>			
об'єктивні	евристичні		
1 – вимірювальні; 2 – реєстраційні	органолептичні	експертні	соціологічні
	1 – візуальні; 2 – дотикальні; 3 – нюхові; 4 – смакові; 5 – аудіометод	1 – групового опитування експертів; 2 – експертної оцінки показників; 3 – математично-статистичні	

**Експертиза кількості** – це оцінка кількісних характеристик товару експертами з метою виявлення відповідності фактичних даних даним, зазначеним у транспортних супровідних та розрахункових документах. Експертиза кількості проводиться при неможливості застосування вимірювальних методів і необхідності підтвердження достовірності результатів вимірювань незалежною стороною.

Метою експертизи кількості є визначення кількості товару в товарній партії та кількісних характеристик одиничних екземплярів чи комплексних пакувальних одиниць.

Експертизу кількості застосовують у випадках виникнення незгод між постачальником і одержувачем, за наявності значних розходжень між кількістю, зазначеною у ТСД, і кількістю, встановленою при вимірюванні в одержувача.

Необхідність у проведенні експертизи кількості може виникнути у випадках, коли вимірювання товару звичайними методами є неможливим (наприклад, за його відсутності) або важке і може призвести до його кількісних і якісних змін (наприклад, під час перетарювання для переважування великої товарної партії).

Експертиза кількості вітчизняних товарів проводиться згідно з правилами і положеннями, обумовленими угодою між постачальником і покупцем і інструкцією про порядок приймання продукції виробничо-технічного призначення і товарів за кількістю; товарів (продукції) експертами торгово-промислових палат України, з технічними умовами за інструкцією про порядок проведення товарознавчої експертизи.

Експертиза кількості товарів імпортного виробництва здійснюється згідно з іноземними міждержавними угодами та контрактами з зовнішньоторговельними організаціями і фірмами, інструкцією про порядок проведення експертиз в ТПП України.

Приймання товарів за кількістю здійснюється співставленням фактичних даних з даними, які зазначені у товаросупровідних документах відправника.

Якщо документи заповнені іноземною мовою, повинен бути зроблений переклад.

У випадку неподання замовником основних документів експерт повинен повідомити про це керівництво ТПП, яке вирішує питання можливості проведення експертизи. У випадку отримання дозволу експерт проводить експертизу кількості і складає акт про фактичну кількість товару, в акті відмічається відсутність документів.

Окремі групи продовольчих товарів мають специфічні особливості приймання за кількістю.

Залежно від поставленого завдання експерт обирає метод точного визначення кількості товару, застосовуючи вибіркового або суцільний контроль.

Приблизне визначення кількості товару не допускається. Вибіркова перевірка товарів за кількістю може проводитися тільки у випадках, передбачених контрактами з іноземними постачальниками, стандартами, іншими документами.

При виявленні розбіжностей між фактичними даними і даними документів постачальника експерт повідомляє про результати постачальника ТПП, від якого отримує наступні завдання.

Особливості оформлення акта експертизи кількості товару. В акті експертизи за кількістю перш за все зазначають дату і місце складання акта, точну назву і адресу постачальника і покупця, відомості про всіх присутніх на експертиз-посади, а також їх посвідчення, які надаються для участі в перевірці.

Фіксуються номери і дати документів рахунків-фактури, транспортної накладної, номер вагона, яким надійшов вантаж, дата відвантаження товару і прибуття вагона або контейнера з продукцією, а також прибуття його на склад одержувача.

Під час проведення експертизи може бути пред'явлено комерційний акт, складений на шляху проходження вантажу або на станції, в акті експертизи повинні бути вказані реквізити комерційного акта – його номер, дата і місце оформлення, а також причини складання.

Для об'єктивної оцінки упакування і тари в акті дається їх повна і чітка характеристика – наявність внутрішнього упакування, прокладок між стінками і товаром, значення і вплив упакування на збереженість товару.

В акті фіксуються місце і дата відкриття упакованого товару, а також кількість товару, перевіреного під час відкриття тільки в присутності експерта.

При виявленні в процесі експертизи штучних товарів невідповідності фактичної кількості, наведеної в документах постачальника, відхилення фіксується в акті по кожній транспортній одиниці. Одночасно робиться ретельний опис стану упакування місць, де були виявлені відхилення. Якщо виявлені значні відхилення, для уточнення проводиться визначення в таких транспортних одиницях фактичної маси брутто і нетто.

**Експертиза якості** – це оцінка якісних характеристик товару експертами для визначення відповідності вимогам нормативної документації.

Метою експертизи якості є визначення якості товарів у товарній партії під час здачі-приймання або після довготривалого зберігання або виявлення прихованих технологічних дефектів при зберіганні, після закінчення визначених строків висування претензій постачальнику.

Експертиза якості залежно від призначення поділяється на такі різновиди: приймальна експертиза за якістю, експертиза за комплектністю, експертиза нових товарів, дегустація харчових продуктів та експертиза за договорами.

**Приймальна експертиза за якістю** – це експертна оцінка якості товарів для підтвердження достовірності результатів під час приймання.

Правова база приймальної експертизи продукції та товарів вітчизняного виробництва представлена вимогами, правилами, стандартами, технічними умовами, зразками-еталонами; умовами угод, договорів; інструкцією про порядок приймання продукції виробничо-технічного призначення і товарів народного споживання; інструкцією про порядок проведення експертиз торгово-промисловими палатами України.

При проведенні експертизи продукції і товарів іноземного виробництва використовують додатково, крім перерахованих документів, технічні умови,

умови контракту.

Перевірці за якістю і комплектністю піддається вся партія товару, але згідно з вимогами нормативної документації вона може здійснюватися вибірково.

Для забезпечення збереження якості товарів при постачанні відповідними документами передбачено створення оптимальних умов і вчасне приймання за якістю товарів підприємством-одержувачем.

На відміну від кількісної експертизи, під час приймання товарів за якістю використовується нормативна база: стандарти, технічні умови, санітарні та ветеринарні правила та інструкції або кодекси та правила транспортних організацій. Але якщо правова база має узагальнений характер, то нормативна база конкретизована за кожною групою, а іноді і видом товару.

Під час приймання товарів за якістю інструкцією «Про порядок приймання продукції виробничо-технічного призначення і товарів народного споживання за якістю» обумовлено для сторін обов'язки і взаємовідносини, яких дотримуються при виявленні невідповідності фактичної якості вимогам нормативної документації і супровідним документам.

У контрактах, договорах в розділі «Якість товару» завжди подається його розподіл за товарними сортами – градація за якістю, а також визначено способи і методи дослідження його якості.

**Митна експертиза** – це спеціальне науково-практичне дослідження, яке проводиться експертом з метою вирішення задач митної справи.

При здійсненні експертизи в митній справі вирішується цілий комплекс загальних задач фіскального, контрольного, економічного, правоохоронного, статистичного і захисного характеру.

Експерт призначається посадовою особою органу, в провадженні якої перебуває справа про порушення митних правил.

Експертиза проводиться експертами митних лабораторій та інших установ або окремими спеціалістами, які призначаються посадовою особою митного органу, в провадженні якої знаходиться справа про порушення митних правил.

Митна експертиза на відміну від інших видів має властиві характерні ознаки: предмет, задачі, об'єкти і методи дослідження.

Об'єктами є матеріалізовані джерела інформації:

- товари і предмети, що переміщуються через кордон, а також їх проби, відібрані для дослідження;
- товаросупровідні документи (митні, нормативні, фінансові), що використовують при митному оформленні контролю.

Предметом митної експертизи є як загальні проблеми митної справи, так і конкретні факти і обставини процедури митного контролю.

*Види експертиз, що проводяться митними лабораторіями:*

1. Ідентифікаційна експертиза провадиться з метою визначення приналежності товару до однорідної групи товарів або до контрольованого переліку товарів, встановлення індивідуальних ознак товару, відповідності

товару зазначеним якісним характеристикам і технічному опису.

2. Хімічна експертиза проводиться з метою визначення хімічного складу, кількісного співвідношення різних хімічних сполук спрямованого на дослідження об'єкта.

3. Технологічна експертиза проводиться з метою визначення можливості надання товару митного режиму переробки на (поза) митній території України і під митним контролем.

4. Сертифікаційна експертиза проводиться з метою визначення якісних характеристик товару.

5. Матеріалознавча експертиза проводиться з метою визначення належності товару до конкретного класу речовин, виробів або матеріалів.

6. Товарознавча вартісна експертиза проводиться з метою визначення вартості товару на підставі його якісних показників, основних властивостей і факторі.

7. Оціночна експертиза проводиться з метою визначення споживчої вартості товарів.

8. Екологічна експертиза проводиться з метою визначення можливості ввезення/вивезення товару або надання товару конкретного митного режиму.

9. Мінералогічна (гемологічна) експертиза проводиться з метою визначення природи дорогоцінних каменів, категорії їх якості і вартості.

10. Криміналістична експертиза проводиться з метою визначення автентичності митних та інших документів, що мають значення під час проведення митного контролю, цінних паперів, а також митних засобів ідентифікації.

11. Мистецтвознавча експертиза проводиться з метою визначення історичної, художньо-культурної, наукової значимості витворів мистецтва і предметів антикваріату.

### **Завдання**

1. Які існують види експертиз?
2. Дайте коротку характеристику товарної та кількісної експертизи.

### **ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 5**

#### **ТЕМА. ВИЗНАЧЕННЯ КРАЇНИ ПОХОДЖЕННЯ ТОВАРУ**

Мета – ознайомитися з митним оформленням товарів. Навчитися визначати країну походження товару.

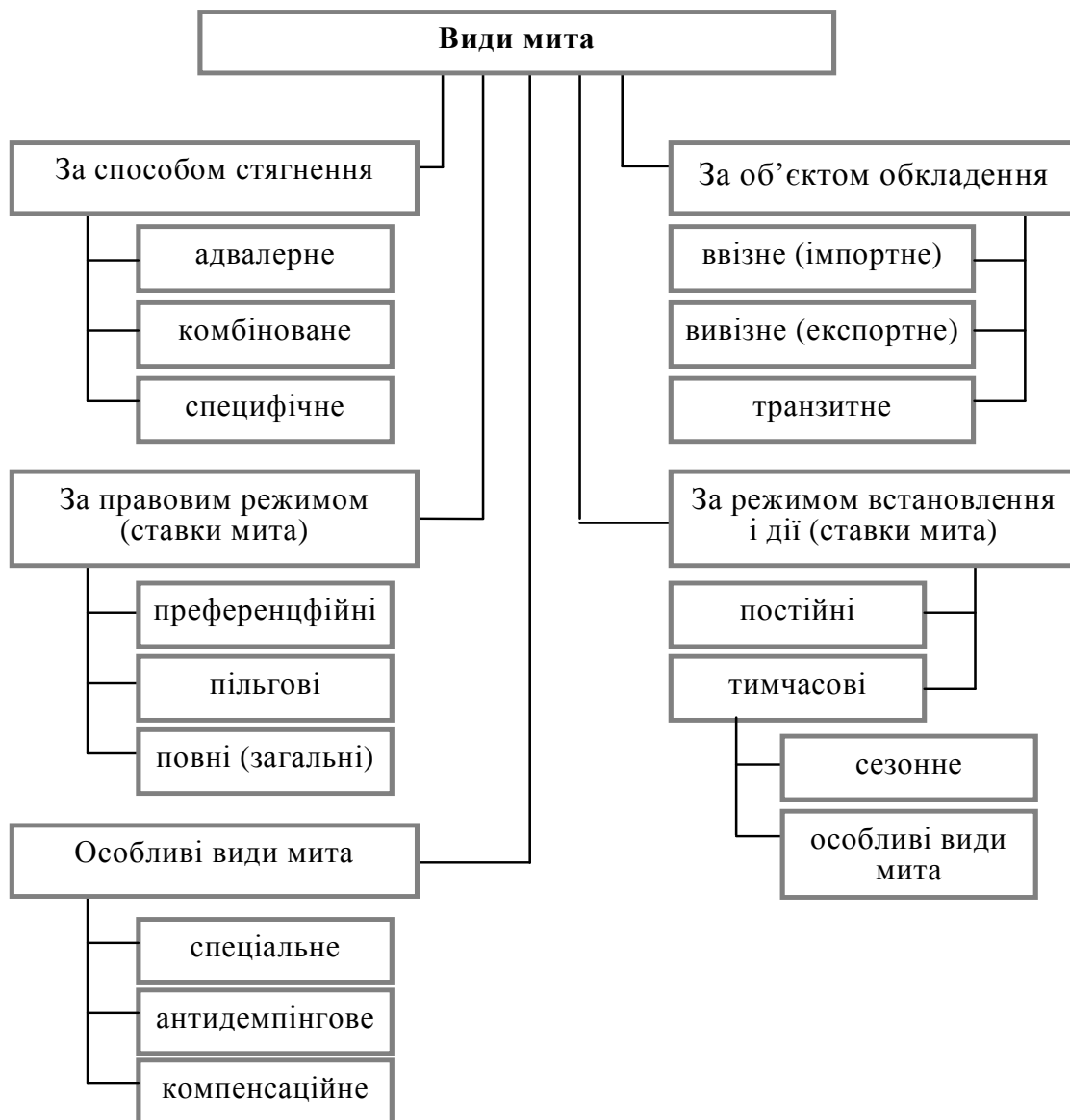
Країна походження товару визначається з метою оподаткування товарів, що переміщуються через митний кордон України, застосування до них заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, заборон та/або обмежень щодо переміщення через митний кордон України, а також забезпечення обліку цих товарів у статистиці зовнішньої торгівлі.

Країною походження товару вважається країна, в якій товар був повністю вироблений або підданий достатній переробці відповідно до



критеріїв, встановлених Митним кодексом.

Існує ціла низка класифікацій мита, що застосовують різні ознаки або критерії. У законодавстві вони зумовлюються потребами регулювання і трохи вузьчі, а в науковій літературі зумовлені дослідницькими завданнями і трохи ширші. Законодавчо поняття мита та його видів визначаються розділ 2 Закону України «Про Єдиний митний тариф».



Під країною походження товару можуть розумітися група країн, митні союзи країн, регіон чи частина країни, якщо є необхідність їх виділення з метою визначення походження товару.

Для цілей визначення країни походження товару не враховується походження енергії, машин та інструментів, що використовуються для його виробництва або переробки.

Приладдя, запасні частини та інструменти, використовувані в машинах, пристроях, агрегатах або транспортних засобах, вважаються такими, що походять із тієї самої країни, що і ці машини, пристрої, агрегати або транспортні засоби, за умови їх ввезення та продажу разом із зазначеними

машинами, пристроями, агрегатами або транспортними засобами і відповідності їх комплектації та кількості звичайно використовуваним приладдям, запасним частинам та інструментам.

Положення застосовуються для визначення походження товарів, на які при ввезенні їх на митну територію України поширюється режим найбільшого сприяння (не преференційне походження), з метою застосування до таких товарів передбачених законом заходів тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Повністю вироблені або піддані достатній переробці товари преференційного походження визначаються на основі законів України, а також міжнародних договорів України, згоду на обов'язковість яких надано Верховною Радою України.

При існуванні встановлених правил прямого транспортування товарів із країни їхнього походження дозволяється відступати від них у випадках, коли таке транспортування неможливе в силу географічного положення та/або якщо товари знаходяться під митним контролем у третіх країнах.

Метою визначення країни походження товару є застосування до товарів, що переміщуються через митний кордон України тарифних та нетарифних заходів регулювання, а також забезпечення обліку руху товарів у статистиці зовнішньої торгівлі.

Товарами, повністю виробленими у певній країні, вважаються:

- 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 цієї статті;
- 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.

Країна походження упаковки, в якій товар ввозиться на митну територію України, вважається тією ж, що і країна походження самого

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 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 :

– 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.

Додатковими відомостями про країну походження товару є відомості, що містяться в товарних накладних, пакувальних листах, відвантажувальних специфікаціях, сертифікатах (відповідності, якості, фіто-санітарних, 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, 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.

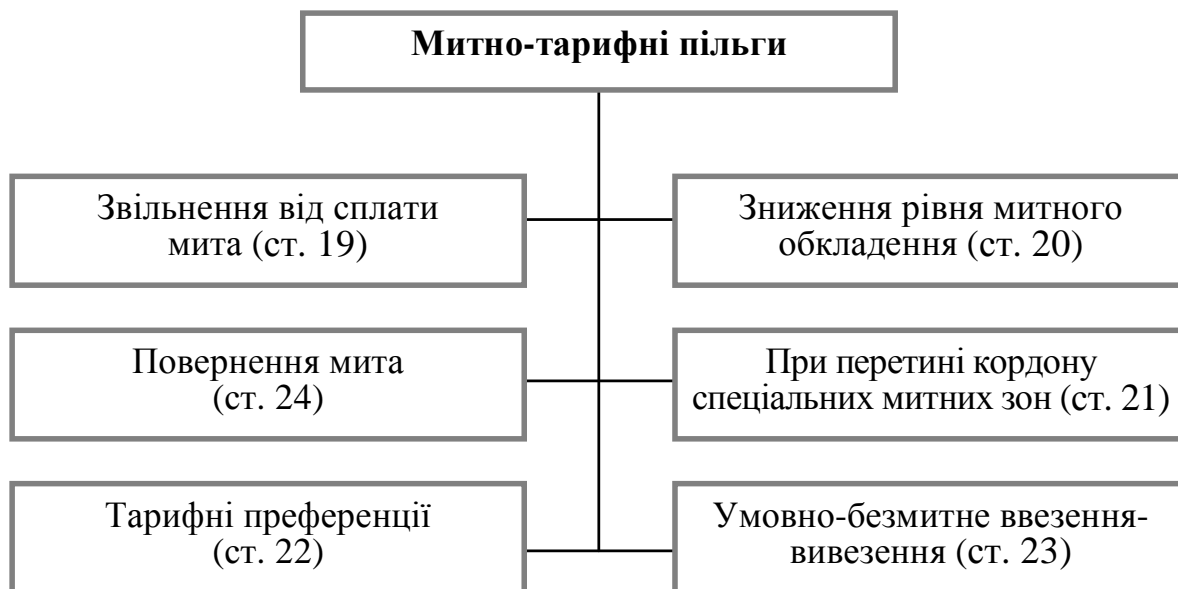
Верифікація (перевірка достовірності) сертифікатів про походження товару з України здійснюється митними органами у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

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 в порядку, встановленому законом, безпосередньо на підприємствах перевірку виробництва товарів та первинної

документації, пов'язаної з таким виробництвом.

**Митно-тарифні пільги** можна визначити як вилучення із загального порядку обкладення митом у вигляді звільнення від сплати мита, повернення сплаченого мита або зниження ставок мита. Основні положення пільгового обкладення митом регулюються відповідними статтями розділ 3 «Звільнення від сплати мита, тарифні пільги та преференції» Закону України «Про Єдиний митний тариф».



### Завдання

1. Дати характеристику поняття митного тарифу, його призначення і структури.
2. Охарактеризувати місце і роль Митно-тарифної ради у визначенні митно-тарифної політики в Україні.
3. Охарактеризувати еволюцію порядку встановлення та зміни ставок мита в Україні протягом останніх років.
4. Охарактеризувати поняття товарної класифікації та номенклатури зовнішньоекономічної діяльності.
5. Охарактеризувати основні правила кодування товарів за товарною класифікацією.

## ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 6 ТЕМА. ОЦІНКА ТОВАРІВ

Мета — ознайомитися зі способом нарахування мита та навчитись визначати митну вартість товару.

**Правильний порядок формування цін** – один з основних факторів, що забезпечують фінансову стабільність підприємства, яке здійснює зовнішньоекономічну діяльність.

Ціна як важливий елемент та складова ринкової економіки є

еквівалентом обміну виробів і товарів. У загальному вигляді – це кількість грошей, за яку продавець прагне продати, а покупець купити певний товар. Коли будь-яка одиниця конкретного товару обмінюється на еквівалентну кількість іншого товару, то ціна стає товарною ціною цих виробів.

За допомогою ціни формується більшість економічних відносин у суспільстві. Це стосується сфери як виробництва товарів, так і обігу та реалізації. Ціна безпосередньо стосується утворення, розподілу та використання грошових накопичень, тобто всіх товарно-грошових відносин.

Ціна є економічною категорією, від якої залежить діяльність підприємства та її ефективність. Процес установаження та розробки ціни, залежно від різних чинників, називається ціноутворенням.

Особливості ціноутворення при укладанні зовнішньоторговельних угод дуже тісно пов'язані з предметом угоди (товар, послуги, результат інтелектуальної діяльності, оренда обладнання тощо), його особливостями (сировина, готова продукція) і організаційними формами торгівлі на світовому ринку, а також каналами збуту і характером взаємовідносин між зовнішньоторговельними партнерами.

Однією з суттєвих умов контракту є ціна продукції.

Найчастіше у міжнародних угодах застосовується поняття світової ціни.

Під *світовими цінами* розуміють ціни великих комерційних угод, які укладаються в найголовніших центрах світової торгівлі, що передбачають окремі, не пов'язані експортні та імпорتنі операції. При цьому платежі мають здійснюватись у вільноконвертованій валюті.

Ціна визначається кількістю грошових одиниць зазначеної валюти за одну кількісну одиницю товару, яка вказана в контракті.

Якщо за контрактом надходять товари різної кількості й асортименту, то ціна встановлюється окремо за одиницю товару кожного виду, сорту, марки. У таких випадках ціни на товари вказуються в додатках до контракту – специфікаціях. При постачаннях комплектного устаткування в специфікаціях вказується ціна на кожний комплектуючий виріб.

Експортні постачання товару за даною ціною будуть найефективнішими, якщо ціна:

- покриває прямі витрати;
- компенсує непрямі витрати, віднесені на товар;
- приносить прибуток;
- є конкурентоспроможною та забезпечує місце на ринку.

Загострення конкуренції на світовому ринку змушує держави обмежувати імпорту у країну товарів за цінами нижче світових. Вони запроваджують антидемпінгові мита, що підвищують вартість імпорту, і можуть через свої антидемпінгові органи змусити експортера підвищити ціну на товар.

Найважливішим елементом методології ціноутворення є її принципи ціноутворення. У загальному вигляді вони утворюють постійні положення, які характерні для всієї системи цін та є основою при її утворенні. До

головних принципів ціноутворення належать такі:

### 1. Науковість.

Сутність принципу полягає в тому, що при визначенні ціни на виріб або послугу необхідно використовувати діючі в суспільстві загальноекономічні та особливі закони розвитку економіки й особливості їх дії залежно від часу та різних зовнішніх і внутрішніх чинників.

Визначення ціни має базуватися на глибокому науковому аналізі кон'юнктури ринку та всіх ринкових елементів, чинного законодавства, технології виробництва товару та можливостей їх змін, прогнозів змін рівня цін на сировину, матеріали, напівфабрикати та комплектуючі, з яких виробляється продукція.

Для застосування цього принципу необхідна достатня інформаційна база, й, у першу чергу, економічна, з різних питань зовнішнього та внутрішнього середовища. Крім того, ефекту можна досягнути за умови, що для розробки цінової політики буде залучено якомога більше наукових робітників, фахівців не тільки в галузі ціноутворення, а й у виробничій сфері.

### 2. Цільова спрямованість.

Здійснення цього принципу полягає у визначенні економічних та соціальних проблем, для вирішення яких буде використовуватись ціна. Держава в цілому визначає ті напрями, які їй потрібно розвивати, й встановлює ціну, яка буде стимулювати розвиток виробництва підприємств або галузей, що виробляють певний товар. В основному це стосується виробництва абсолютно нової продукції і товарів, вироблених за новими технологіями, які вкрай потрібні державі на конкретному етапі та щодо яких спостерігається дефіцит або які завозяться з-за кордону. Але треба враховувати, що цільова спрямованість цін змінюється на кожному етапі розвитку економіки, а також різні стадії розвитку та тип ринку. В умовах вільного ринку це стосується не всіх товарів, а тільки тих, для яких держава встановлює особливі норми регулювання (фіксовані та регульовані ціни).

Щодо інших товарів підприємство як суб'єкт ринкових відносин визначає пріоритети, мету та напрями діяльності і на підставі цього спрямованість цінової політики.

### 3. Безперервність.

Сутність принципу полягає у визначенні ціни на виріб протягом усього періоду його виробництва. Це означає, що на кожному етапі товароруху встановлюється своя ціна.

З переходом на наступний етап постійно вносяться зміни, доповнення згідно з особливостями виробництва товару, й у кінцевій ціні вже на готовий виріб усе це має бути враховано. Потрібно також зважати, що на етапі виробництва ціна може бути велика і фірма повинна пропонувати різні цінові стратегії виходу на ринок. У подальшому, з початком масового виробництва ціна буде поступово знижуватись і досягне ринкового значення. Але може виникнути ситуація, коли ціна може змінюватись (збільшуватися або знижуватися) у зв'язку з розвитком науково-технічного прогресу, впровадження новітніх технологій, нового обладнання та ін. Залежно від цих

чинників визначається строк виробництва та продажу товарів, їх життєвий цикл. Крім того, цей принцип передбачає внесення постійних змін, залежно від виробництва нових виробів, зняття застарілих, удосконалення технологій тощо. В цілому цей принцип передбачає застосування гнучкої цінової політики на всіх етапах виробництва та просування і реалізації товару на ринку.

#### 4. Контроль процесу ціноутворення (з боку державних органів).

Слід мати на увазі що в умовах ринкової економіки підприємство є суб'єктом економічних відносин і державні органи не мають права чинити тиск на них щодо вибору сфери діяльності, виробничої стратегії та встановлення цін на товари, які це підприємство виробляє.

Діяльність підприємства підпорядковується дії економічних законів ринкової економіки, і ціни повинні встановлюватись згідно з відповідними умовами. Тому цей контроль, в умовах ринкової економіки, здійснюється в першу чергу щодо товарів та послуг, які мають соціально-економічне значення для населення й контролюються та регулюються державою (наприклад, газ, нафта, деякі види сировини, електроенергія, комунальні послуги та ін.). При цьому можуть застосовуватись різні методи. Як показує іноземний досвід, найбільший ефект досягається при застосуванні економічних методів, але при цьому застосовуються й командно-адміністративні.

Ціноутворення на ринку монопольної конкуренції здійснюється в умовах конкуренції підприємств, які виробляють велику розширену групу товарів (послуг), які не можна замінити іншими виробами. Водночас товар диференційований й має специфічні особливості. У цьому випадку підприємство має деяку монополію на встановлення ціни на свій особливий фірмовий товар, але це пов'язано з відсутністю замінників йому.

Особливістю цього ринку є те, що така конкуренція пов'язана з проблемою не тільки одиначної, а й гуртової рівноваги економічних сил усередині групи конкуруючих між собою підприємств.

Особливостями ціноутворення на цьому ринку є те, що:

- воно конкурентне, але в межах диференціації фірмового товару;
- на ринку діють багато підприємств;
- контроль за ринковою ціною здійснюється у визначених межах;
- велике значення має нецінова конкуренція;
- досить вільні умови входження на ринок будь-якого підприємства.

Особливе значення для цього ринку мають диференціація товару та його специфіка. Вона захищається патентами, ліцензіями, фірмовим знаком, тарою тощо. До цього ринку на Україні належать виробництво та реалізація безалкогольних напоїв, лікєро-горілочаних виробів та кондитерських виробів, більшість одягу, взуття та ін.



**Маркетингова стратегія ціноутворення** – це довгостроковий алгоритм формування стартової ціни та її зміни в залежності від прогнозованої дії маркетингових чинників.

Метою стратегії ціноутворення є встановлення довготермінової ціни для отримання максимального прибутку.

Цінові стратегії можуть бути класифіковані залежно від таких ознак:

- 1) рівня цін;
- 2) характеристик покупців;
- 3) ступеня гнучкості цін;
- 4) рівня конкуренції;
- 5) співвідношення «ціна-якість»;
- 6) ступеня взаємного доповнення товарів.

**Класифікація цінової стратегії в залежності від рівня цін:**

1. Стратегія високих цін:

– стратегія престижних цін – передбачає встановлення високих цін на товари високої якості чи товари з унікальними властивостями, які розраховані на ексклюзивні покупки. Покупці в цьому сегменті мають низьку чутливість до ціни та орієнтуються на чинник престижності;

– стратегія «зняття вершків» – передбачає встановлення максимально високої ціни при виході на ринок з принципово новим товаром, що не має аналогів. Це дає можливість продавцю на протязі певного часу користуватися монопольним становищем, яке максимізує короткотерміновий прибуток за рахунок підвищеної норми прибутку;

– стратегія східчастих премій (стратегія ковзної падаючої) – передбачає спочатку встановлення високих цін з поступовим зниженням величини надбавки до ціни, яка забезпечить продажі в сегментах ринку з високою ціновою чутливістю. Ціна починає знижуватися по мірі насичення сегменту.

2. Стратегія низьких цін (стратегія проникнення на ринок, стратегія цінового прориву) – передбачає встановлення низьких цін, яке максимізує довготерміновий прибуток.

Вона ефективна при виконанні двох умов:

- а) високому рівні цінової еластичності попиту;
- б) якщо конкуренти не можуть відповісти аналогічним зниженням цін.

3. Стратегія середніх цін (нейтральна стратегія) – передбачає встановлення цін на рівні середньо галузевих чи середньо ринкових, має на меті отримання прибутку в довготерміновій перспективі. Стратегія може використовуватися на всіх стадіях життєвого циклу товару, крім стадії спаду.

**Класифікація цінової стратегії залежно від характеристик покупців:**

4. Стратегія диференційованих цін – передбачає встановлення шкали знижок і надбавок до середнього рівня цін для різних покупців, їх місцезнаходження, часу покупки, модифікації товарів. Її різновидами є такі стратегії:

– стратегія пільгових цін – передбачає встановлення низьких цін

інколи нижче собівартості (демпінгові ціни) для пільгових категорій покупців або як тимчасовий метод стимулювання збуту;

- стратегія дискримінаційних цін – передбачає встановлення високих цін для покупців, що проявляють надзвичайну зацікавленість в придбанні товару, причому собівартість товару практично не змінюється.

Реалізується в таких формах:

- диференціація за групами покупців – різним групам покупців пропонується однаковий товар за різними цінами;

- диференціація за варіантами товару – різні модифікації одного товару пропонуються за різними цінами;

- диференціація за територією – на різних територіях товар пропонується за різними цінами;

- диференціація за часом – залежно від сезону, місяця, дня, часу пропонуються різні ціни.

***Класифікація цінової стратегії залежно від ступеня гнучкості цін:***

- стратегія єдиних цін – передбачає встановлення єдиної ціни для всіх покупців;

- стратегія гнучких (еластичних) цін – передбачає встановлення ціни, рівень якої залежить від динаміки кон'юнктури ринку;

- стратегія стабільних цін – передбачає встановлення постійної ціни на тривалий час.

***Класифікація цінової стратегії залежно від рівня конкуренції:***

1. Стратегія «психологічних» цін – передбачає встановлення ціни, дещо нижчої круглої суми, що створює психологічне враження більш низької ціни. Психологи довели, що покупці найкраще сприймають ціни, які закінчуються на «7» чи «9» (199 грн, 7,99 грн).

2. Стратегія цінового лідерства (слідування за лідером) – передбачає встановлення ціни на рівні галузевого лідера. Використовується в умовах олігополії, коли на ринку є домінуючий продавець. При цьому, ціна може відхилятися від ціни лідера в межах, обумовлених якістю товару.

3. Стратегія конкурентних цін – передбачає встановлення цін нижчих ніж у конкурентів. Продавець намагаючись зайняти монопольне становище чи збільшити ринкову частку зменшує ціни нижче середньо ринкового рівня. У господарській практиці стратегія отримала назву «цінової війни».

***Класифікація цінової стратегії залежно від співвідношення «ціна-якість»:***

1. Стратегія преміальних націнок – характеризується пропозицією товарів високої якості за високою ціною.

2. Стратегія глибокого проникнення – характеризується пропозицією товарів високої якості за середньою ціною.

3. Стратегія підвищеної ціннісної значимості – характеризується пропозицією товарів високої якості за низькою ціною.

4. Стратегія завищеної ціни – характеризується пропозицією товарів

середньої якості за високою ціною.

5. Стратегія середнього рівня цін – характеризується пропозицією товарів середньої якості за середньою ціною.

6. Стратегія доброякісності – характеризується пропозицією товарів середньої якості за низькою ціною.

7. Стратегія пограбування – характеризується пропозицією товарів низької якості за високою ціною.

8. Стратегія показного блиску – характеризується пропозицією товарів низької якості за середньою ціною.

9. Стратегія низької ціннісної значимості – характеризується пропозицією товарів низької якості за низькою ціною.

***Класифікація цінової стратегії залежно від ступеня взаємного доповнення товарів:***

1. Стратегія цін на супутні товари передбачає встановлення цін на до додаткові комплектуючі товари до основного товару. Наприклад, ціна на додаткову комплектацію автомобіля встановлюється на більш високому рівні, ніж ціна на базову комплектацію.

2. Стратегія цін на взаємодоповнюючі товари передбачає встановлення заниженої ціни на основний товар та підвищеної ціни на обов'язковий додатковий товар, без якого основний товар використовуватись не може. Крім того, передбачаються постійні повторні закупки обов'язкового додаткового товару.

Наприклад, принтери та картриджі, комп'ютери та програмні продукти.

3. Стратегія пакетного ціноутворення передбачає встановлення цін на набори товарів. Її різновидами є наступні стратегії:

– стратегія чистого пакетного ціноутворення – передбачає встановлення пакетної ціни набору товарів, при цьому окремо товари купити не можна;

– стратегія спеціального пакетного ціноутворення – передбачає встановлення пакетної ціни набору товарів, при цьому окремо товари купити можна пакетна ціна набору є нижчою суми цін на сукупність товарів, що входять в набір.

У міжнародній торгівлі товарами методи оцінки їх вартості для митних цілей мають дуже важливе значення внаслідок того, що від визначеної в митних документах вартості залежить сума мита при застосуванні адвалорних, змішаних (як адвалорних, так і специфічних), альтернативних (або адвалорних, або специфічних) ставок мита. Тому збільшення вартості товарів при їх оцінці для митних цілей в разі застосування навіть зазначених в Розкладі поступок ставок мита може призвести до порушення принципу недискримінації в частині національного режиму.

Уряди більшості країн світу надають переваги використанню адвалорних ставок мита, що обумовлені такими причинами: легкістю їх міжнародного порівняння та ведення переговорів щодо зниження рівня; простотою розрахунків і можливістю швидкої і точної оцінки розміру надходжень від сплати мита; більшою їх пристосованістю до нарахування

мита на дешеві і дорогі товари однієї групи, порівняно зі специфічними ставками. Тому питання оцінки товарів для митних цілей стосується всіх суб'єктів міжнародної торгівлі.

### **Завдання**

1. Надайте характеристику порядку формування цін.
2. Охарактеризуйте класифікацію цінової стратегії.
3. Розкрити основні вимоги країн до якості товару.

## **ПЕРЕЛІК РЕКОМЕНДОВАНИХ ПІДРУЧНИКІВ, МЕТОДИЧНИХ ТА ДИДАКТИЧНИХ МАТЕРІАЛІВ**

### **Основні законодавчі та нормативно-правові акти**

1. «Про приєднання України до Міжнародної конвенції про Гармонізовану систему опису та кодування товарів» : Указ Президента України від 17.05.2002р. №466/2002 .

2. «Про Українську класифікацію товарів зовнішньоекономічної діяльності» (зі змінами та доповненнями) : Постанова КМУ від 31.08.1998р. №1354.

3. «Про затвердження Порядку взяття (надання) проб і зразків товарів, проведення досліджень (аналізу, експертизи) з метою їх митного оформлення, а також розпорядження зразками» (зі змінами та доповненнями) : Постанова Кабінету Міністрів України від 12.12.2002р. №1862.

4. «Про затвердження Порядку ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності» (зі змінами та доповненнями) : Постанова КМУ від 12.12.2002р. №1863.

5. «Про затвердження Нормативів відбору проб і зразків товарів для проведення досліджень (аналізу, експертизи) митними лабораторіями» : Наказ ДМСУ від 23.12.2002р. №719.

### ***Основна література***

1. Міжнародна економіка : навчальний посібник / Ю. Г. Козак, Д. Г. Лук'яненко, Ю. В. Макогон та ін. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – Київ : Центр навчальної літератури, 2004. – 672 с.

2. Експертиза в міжнародній торгівлі : опорний конспект лекцій / М. М. Одарченко, А. М. Одарченко, К. В. Сподар, Є. Л. Гасай : ХДУХТ. – Харків, 2011. – 58 с.

3. Експертиза товарів / І. В. Ємченко, А. П. Батуніна та ін. – К. : Центр навч. літератури, 2004.

4. Шаповал М. І. Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації : підручник. – 2-е вид. / М. І. Шаповал. – К. : Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 2008. – 152 с.

### *Додаткова література*

1. Киреев А. П. Международная экономика. В 2-х ч. – Ч. I. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. Учебное пособие для вузов. – М. : Междунар. отношения, 2004. – 416 с.

2. Міжнародна економіка: Навчальний посібник / Ю. Г. Козак, Д. Г. Лук'яненко, Ю. В. Макогон та ін. – К. : Центр навчальної літератури, Видавництво «АртЕк», 2002. – 436 с.

3. Овчинников Г. П. Международная экономика : учебное пособие. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 384 с.

4. Міжнародні розрахунки та валютні операції / О. Береславська та ін. – К. : КНЕУ, 2003.

5. Влияние многосторонних торговых инициатив на благосостояние развивающихся стран // БИКИ, 2005 №41.

6. Гаман М. В. Державне управління інноваціями: Україна та зарубіжний досвід / М. В. Гаман. – К. : Вікторія, 2004.

7. Герчикова И. Н. Международные экономические организации / И. Н. Герчикова. – М. : Консалтбанк, 2002.

8. Герчикова И. Н. Международные экономические отношения / И. Н. Герчикова. – М. : АО «Консалт – банкир», 2001.

9. Глобальна торгова система: розвиток інститутів, правил, інструментів СОТ / Кер. авт. коя. і наук. ред. Т. М. Циганкова. - К. : КНЕУ, 2003.

10. Економіка зарубіжних країн : навч. посібник / За ред. Ю. Г. Козака, В. В. Ковалевського, К. І. Репишвського. – К. : ЦУЛ, 2003.

11. Зовнішньоекономічна діяльність : навч. посібник / За ред. Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової, І. Ю. Сіваченка. – К. : ЦУЛ, 2006.

12. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : навч. посібник / За ред. Ю. Г. Козака, М. О. Сіваченка, Н. С. Логвінової. – К. : ЦУЛ, 2006.

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

## **ЕКСПЕРТИЗА В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ**

### **МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ТА ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ**

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., к.т.н. М.С. Одарченко  
Техн. редактор А. О. Гончарова

План 2017 р., поз. 66/

Підписано до друку 29.03.2017 р. Один електронний оптичний диск (CD-  
ROM); супровідна документація. Об'єм даних 0,17 мб. 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.