

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Вищого навчального закладу
Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і
торгівлі»
08 липня 2015 року № 152-11
Форма № П-4.04

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
Навчально-науковий інститут денної освіти
Форма навчання _____ денна _____
Кафедра товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи

Допускається до захисту
Завідувач кафедри _____ Г.О. Бірта
(підпис, ініціали та прізвище)
« _____ » _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему: «Експертиза та митне оформлення імпорту брендів»

зі спеціальності _____ 076 Підприємництво та торгівля
(шифр, назва)

освітня програма _____ Товарознавство та експертиза в митній справі
ступеня _____ магістр
(бакалавр, магістр)

Виконавець роботи _____ Свідерська Дар'я Євгенівна
(прізвище, ім'я та по батькові)

(підпис, дата)

Науковий керівник _____ д.т.н., доцент Ткаченко Аліна Сергіївна
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по батькові)

(підпис, дата)

Рецензент _____ Басова Юлія Олександрівна
(прізвище, ім'я та по батькові)

ПОЛТАВА 2025

Звіт подібності

Метадані

Hasta ahora...

Poltava University of Economics and Trade

Savonius

Антипупларіат Свідерськідосх

Agrico

Свідерська ТТП Науковий керівник / Експерт

www.mga.com.au**Poltava University of Economics and Trade**

Обсяг знайдених подібностей

Коэффициент подібності вказує, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Self має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



Цитати, виділені в тексті лапками, були виключені з поточного значення Коефіцієнта Подібності.

40
Доведена фраза для коефіцієнта подібності 2

10594 Kinoshita, et al.

80697
Искусство сновидения

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про MSJCLIB1 маніпулює в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до наших спеціалістів.

Заміна букв		26
Інтервали		0
Мікропробіли		10
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		64

Джерела

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Копія тексту означає в такому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

10 найдовших фраз		Копія тексту
ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	https://novolipki.info/na-verkhniyada-12-vidkrytya-mahazyn-vyna-svitu/	141 1.33 %
2	https://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1643/1/2_%20%D0%9E%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9.pdf	88 0.83 %
3	https://document.vobu.ua/wp-content/uploads/2023/05/Gm22-2017_%D0%BA.doc	76 0.72 %

АНОТАЦІЯ

Дипломна робота Свідерської Дар'ї Євгенівни, на тему «Експертиза та митне оформлення імпорту брендів» присвячена дослідженню особливостей проведення експертизи та митного оформлення брендів.

Робота складається зі вступу, 4 розділів, висновків, рекомендацій та переліку посилань. Роботу викладено на 79 сторінках друкованого тексту. Вона містить 12 таблиць, 42 рисунки. Перелік посилань містить 50 найменувань. Кількість додатків – 2.

Об'єктом роботи є бренди «Арарт» 5 зірок. Предмет досліджень – експертиза та митне оформлення брендів.

Мета дослідження: теоретичний аналіз товарознавчих характеристик брендів, проведення експертизи та здійснення митного оформлення та нарахування митних платежів.

Досліджено якість брендів за органолептичними показниками. Зокрема, за розробленою 100-бальною шкалою органолептичного оцінювання. Встановлено, що бренди відповідає добрій якості. Проаналізовано відповідність товару Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» за параметром маркування та штрихового кодування через програму Decode.

Проаналізовано процес митного оформлення та нарахування митних платежів. Зокрема, досліджено пакет документів, поданих для оформлення імпорту брендів, а також оформлено митну декларацію на бланку єдиного адміністративного документа. Нараховано мито, акцизний податок, ПДВ.

За результатами дослідження опубліковано тези у матеріалах Міжнародної науково-практичної дистанційної конференції «Наука і молодь в ХХІ столітті» (Полтавський університет економіки і торгівлі, 2025 рік) на тему: «Сучасні підходи до проведення експертизи харчових продуктів для митного оформлення».

Ключові слова: бренди, експертиза, імпорт, митне оформлення, експорт, митна декларація, митні платежі.

Annotation

Thesis of Daria Yevhenivna Sviderska, on the topic "Expert examination and customs clearance of brandy import" is dedicated to researching the peculiarities of conducting expert examination and customs clearance of brandy.

The paper consists of an introduction, 4 chapters, conclusions, recommendations, and a list of references. The work is presented on 79 pages of printed text. It includes 12 tables and 42 figures. The list of references contains 50 items. The number of appendices is 2.

The **object** of the study is "ArArat" 5-star brandy. The **subject** of the study is the expert examination and customs clearance of brandy.

The **goal** of the study: theoretical analysis of the commodity characteristics of brandy, conducting an expert examination, and performing customs clearance and calculation of customs duties.

The quality of brandy was **investigated** based on organoleptic indicators, specifically using a developed 100-point scale for organoleptic assessment. It was established that the brandy corresponds to good quality. The **compliance** of the product with the Law of Ukraine "On Information for Consumers Regarding Food Products" was analyzed concerning labeling and barcode parameters using the Decode program.

The **process of customs clearance** and the calculation of customs payments were analyzed. Specifically, the package of documents submitted for the import clearance of brandy was examined, and a customs declaration was filled out on the form of a single administrative document. Duty, excise tax, and VAT were calculated.

Based on the results of the research, **abstracts were published** in the materials of the International Scientific and Practical Distance Conference "Science and Youth in the XXI Century" (Poltava University of Economics and Trade, 2025) on the topic: "Modern approaches to conducting expert examination of food products for customs clearance."

Keywords: brandy, expert examination, import, customs clearance, export, customs declaration, customs payments.

ЗМІСТ

КЛЮЧОВІ СЛОВА	9
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ.....	9
ВСТУП	10
РОЗДІЛ 1 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ ДОСЛІДЖЕННЯ	13
1.1. Аналіз ринку алкогольних міцних напоїв в Україні.....	13
1.2. Асортименти брендів у вітчизняних торговельних мережах	19
1.3. Вимоги до якості брендів	22
1.4. Фальсифікація брендів	27
Висновки до розділу 1.....	29
РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЯ, ОБ'ЄКТ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	30
2.1. Характеристика організації дослідження.....	30
2.2. Характеристика об'єкту дослідження.....	32
2.3. Характеристика методів дослідження	34
Висновки до розділу 2.....	40
РОЗДІЛ 3 ЕКСПЕРТИЗА БРЕНДІ.....	41
3.1. Аналіз маркування та штрихового кодування брендів.....	39
3.3. Експертиза брендів за органолептичними показниками.....	48
Висновки до розділу 3.....	51
РОЗДІЛ 4 МИТНЕ ОФОРМЛЕННЯ ІМПОРТУ БРЕНДІ.....	52
4.1. Класифікаційна експертиза брендів.....	52
4.2. Аналіз нормативно-правових актів, що регламентують порядок переміщення брендів через митний кордон України	58
4.3. Нарахування митних платежів на імпорту брендів.....	61

4.4. Митне оформлення брендів використанням програмного продукту	
«MD Declaration»	63
Висновки до розділу 4.....	72
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	76
ДОДАТКИ	82

КЛЮЧОВІ СЛОВА

БРЕНДІ, ВИРОБНИК, ЕКСПЕРТИЗА, ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ, ЕКСПОРТ, КЛАСИФІКАЦІЙНА ЕКСПЕРТИЗА, МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ, МИТНЕ ОФОРМЛЕННЯ, МИТО, МИТНА ДЕКЛАРАЦІЯ.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ЗЕД – зовнішньоекономічна діяльність.

НД – нормативні документи.

ПДВ – податок на додану вартість.

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю.

ТМ – Торгова марка.

ТПП – торгово-промислова палата.

ТСД – товаросупровідні документи.

ТУ – технічні умови.

ДМСУ – державна митна служба України;

ДСТУ – державний стандарт України;

МД – митна декларація;

СУОП – система управління охороною праці;

УКТЗЕД – Український класифікатор товарів зовнішньоекономічної діяльності.

ВСТУП

Актуальність теми. Дослідження питань експертизи та митного оформлення брендів (міцних алкогольних напоїв на основі виноградної спирту) набуває особливої актуальності у сучасних умовах. Брендів належить до категорії підакцизних товарів, що вимагає суворого контролю з боку митних органів. Неправильне класифікування або оформлення може призвести до значних фінансових втрат для учасників зовнішньоекономічної діяльності через застосування некоректних ставок мита та акцизного збору. Ринок алкогольних напоїв характеризується високим рівнем фальсифікації продукції. За різними оцінками, частка контрафактного алкоголю на деяких ринках сягає 20-30%. Це створює необхідність у розробці та вдосконаленні методів експертизи для виявлення неякісної та фальсифікованої продукції, що впливає на безпеку споживачів та захист інтересів легальних виробників. Міжнародна торгівля алкогольними напоями постійно зростає, що супроводжується ускладненням логістичних ланцюгів та збільшенням обсягів переміщення товарів через митні кордони. Україна як транзитна держава та імпортер алкогольної продукції потребує чіткого розуміння процедур митного оформлення брендів. Існують складнощі в класифікації брендів за Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД), оскільки різні види брендів (коньяк, арманьяк, греппа, пisco тощо) мають специфічні характеристики та можуть належати до різних товарних позицій. Це вимагає глибоких знань як митної справи, так і товарознавства. Гармонізація українського законодавства з європейськими стандартами в рамках євроінтеграційних процесів актуалізує питання приведення вітчизняних норм експертизи та митного контролю у відповідність до вимог ЄС, включаючи захист географічних зазначень походження [1]. Таким чином, комплексне дослідження експертизи та митного оформлення брендів має як теоретичне, так і практичне значення для удосконалення системи митного контролю, захисту

прав споживачів та сприяння розвитку легальної торгівлі якісною алкогольною продукцією.

Об'єктом роботи є бренд «Арагат» 5 зірок (Вірменія). **Предмет досліджень** – експертиза та митне оформлення бренді.

Мета дослідження: теоретичний аналіз товарознавчих характеристик бренді, проведення експертизи та здійснення митного оформлення бренді.

Виходячи із поставленої мети, **завданнями роботи** є:

- проаналізувати сучасний ринок міцних алкогольних напоїв;
- дослідити фактори, що формують якість алкогольних напоїв;
- проаналізувати маркування та штрихове кодування бренді;
- провести експертизу за органолептичними показниками;
- виконати класифікаційну експертизу товару за УКТЗЕД;
- проаналізувати нормативно-правові акти, що регламентують нарахування митних платежів;
- нарахувати митні платежі;
- заповнити митну декларацію на партію бренді;

Методи досліджень органолептичні, фізико-хімічні, аналітичні.

Інформаційна база роботи. Під час написання роботи були використанні інформаційні системи із застосуванням комп'ютерних технологій, а саме: Інформаційні сайти Internet, система «Леонорм-фонд-старт»: електронні покажчики стандартів національних, регіональних та міжнародних організацій зі стандартизації; електронні покажчики стандартів за предметними галузями (бібліографічні описи стандартів, ДСТУ, ISO, IEC); електронні довідники, системи комплексного інформаційного

Апробація результатів дослідження: за результатами дослідження опубліковано тези у матеріалах Міжнародної науково-практичної дистанційної конференції «Наука і молодь в XXI столітті» (Полтавський університет економіки і торгівлі, 2025 рік) на тему: «Сучасні підходи до проведення експертизи харчових продуктів для митного оформлення». Текст тез подано додатку А.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, 4 розділів, висновків, рекомендацій та переліку посилань. Роботу викладено на 78 сторінках друкованого тексту. Вона містить 12 таблиць, 42 рисунки. Перелік посилань містить 50 найменувань. Кількість додатків – 2.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ ЗА ТЕМОЮ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Аналіз ринку алкогольних напоїв у світі та в Україні

Глобальний ринок алкогольних напоїв зросте на 16 мільярдів доларів США упродовж найближчих п'яти років та досягне приросту в 34 мільярди доларів США в десятирічній перспективі [2].

Так, Індія має приріст 6% до загального обсягу споживання алкогольних напоїв і 9% до їхньої вартості. Найбільше зросло споживання пива та віскі. У Бразилії фіксується трохи менший приріст – на 5%, особливо на ринку преміального пива та брендів. Південна Африка демонструє зростання ринку алкогольних напоїв на 3%, і збільшення вартості на 10%. Нині пиво витісняє вино за популярністю споживання у багатьох країнах. Втім, головною світовою тенденцією є зростання ринку безалкогольних напоїв. Обсяг безалкогольного пива зріс на 9%, і наразі IWSR прогнозує, що воно перевищить ель і стане цього року другою за обсягом категорією пива у світі.

Продажі хард-селтзерів продовжують знижуватися, коктейлі та лонгдринки стрімко зростають на більшості основних ринків, а хард-чай у США за рік збільшився в обсязі на 31% [3].

«Минулого року, за даними аналізу, загальний обсяг пива знизився, але це не стосується преміум продукту. Наприклад, обсяги преміального пива зросли на 1% у Китаї, тоді як суперпреміальне пиво у США збільшилось на 2%. Зростання стаутів (темне, міцне пиво з насиченим смаком та ароматом) також було дуже значним, особливо у Великій Британії, де обсяг зріс на 15%, а у США – на 5%».

Глобальний ринок міцних алкогольних напоїв у 2024 році упав на 2%. Споживання шотландського віскі в Індії зросло на 6% за обсягом і на 7% за вартістю. Індія стане найбільшим споживчим ринком шотландського віскі у світі до 2027 року, що відкриває значні можливості для преміальних

алкогольних брендів. У 2024 році текіла показала зростання ринку за межами Мексики – на 2% за обсягами продажів і на 4% за вартісними показниками на міжнародних ринках.

Ринок міцних алкогольних напоїв в Україні протягом 2022-2024 років зазнав значних трансформацій, пов'язаних з військовою агресією російської федерації. Після початкового падіння у 2022 році на 35-40%, ринок поступово відновився і наприкінці 2024 року майже досяг довоєнних показників. За перше півріччя 2024 року в Україні було вироблено 13,4 млн декалітрів лікеро-горілчаної продукції, що на 8,9% більше порівняно з аналогічним періодом 2023 року (12,3 млн дол) [4]. Особливо показовим є відновлення виробництва горілки, яке у 2024 році перевищило показники 2021 року. Виробництво коньяку та брендів також демонструє позитивну динаміку: у 2024 році зросло на 2,5% до 2,06 млн декалітрів. Станом на 2018-2019 роки, сегмент коньяку/брендів становив приблизно 16% від усіх вироблених міцних алкогольних напоїв.

Одним з найбільш помітних трендів останніх років стало переорієнтування споживачів з легких алкогольних напоїв на міцні. За даними дослідження Асоціації ритейлерів України та компанії Numerz, у 2023-2024 роках українці перейшли від вина та ігристих вин (зниження на 10%) до міцніших напоїв. Попит на текілу, горілку та ром підвищився на 10%. Найбільше зростання зафіксовано у категорії джину. До 2022 року лідером серед алкогольних напоїв було вино (56,1% споживачів), пиво (50,5%) та міцні напої (49,6%). У 2024 році ситуація кардинально змінилася: міцні напої з високим градусом стали домінуючими на ринку.

Український ринок коньяку/брендів має давню історію, що бере початок з 1863 року, коли був заснований Одеський коньячний завод. Основними регіонами виробництва є Одеська, Херсонська та Закарпатська області. Провідні українські бренди включають «Таврія», «Шустов», «Ювілейний», «Шабо» та «Закарпатський». Згідно з Угодою про Асоціацію з ЄС, Україна зобов'язалася до 2026 року відмовитися від використання назви «коньяк» для

продукції вітчизняного виробництва. За результатами громадського опитування 2019 року, найпопулярнішою альтернативною назвою став «Український бренді» або «Бренді України» (25,6% голосів).

Попри домінування традиційних категорій (горілки та коньяку), український ринок активно розвивається у напрямку нішових міцних напоїв. Віскі залишається популярним імпортом продуктом, хоча в Україні з'явилися перші спроби власного виробництва (наприклад, односолодове віскі від «Микулинецького Бровару» у Тернопільській області). Джин демонструє найвищі темпи зростання попиту серед усіх категорій міцних напоїв. З'явилися українські виробники крафтового джину, такі як Spicer Dry Gin та «Гайстер», що використовують локальні ботанікалі [5]. Ром та текіла також набувають популярності, особливо серед молодшої аудиторії, зростання попиту на ці категорії становить близько 10% щорічно [6]. Структура споживання міцних напоїв наведена на рис. 1.1.

Структура споживання міцних напоїв 2024

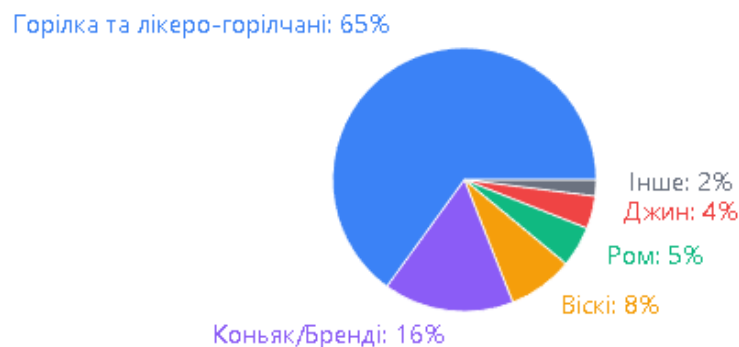


Рисунок 1.1 – Структура споживання

Тенденції зміни попиту на алкогольні напої наведені на рис 1.2.

Зміна попиту 2023-2024 (%)

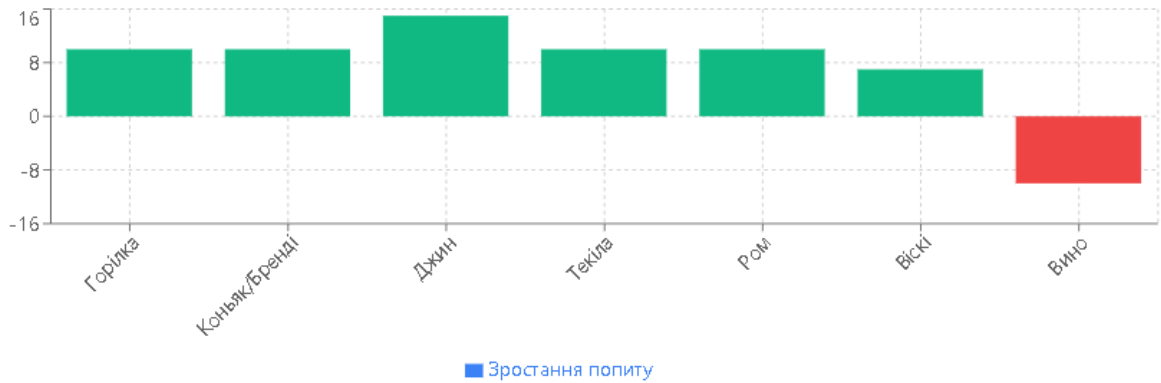


Рисунок 1.2 – Зміна попиту на споживання алкогольних напоїв

Отже, ринок міцних алкогольних напоїв в Україні демонструє стійке зростання у 2024 році, відновившись після кризи 2022 року. Основними трендами є переорієнтація споживачів на міцні напої, зростання популярності нішових категорій (джин, текіла, ром), розвиток вітчизняного крафтового виробництва та посилення боротьби з нелегальним алкоголем. Сегмент бренді та віскі залишається важливою складовою ринку, що потребує належної експертизи та митного контролю.

1.2 Асортимент бренді у вітчизняних торгових мережах

Бренді – це загальна (збірна) назва для великої категорії міцних алкогольних напоїв, які виробляються шляхом дистиляції (перегонки) вина, фруктові або ягідної браги, або виноградних вичавок. Основні характеристики бренді:

- Сировина. Найчастіше – виноградне вино. Також можуть використовуватись соки або брага з інших фруктів та ягід (яблука, сливи, вишні тощо).
- Виробництво. Ключовим етапом є дистиляція (перегонка) сировини для отримання міцного спирту.

• **Витримка.** Більшість видів брендів витримується у дубових бочках (мінімальний термін витримки може відрізнятися залежно від країни та законодавства). Саме витримка надає напою характерний золотисто-коричневий колір, м'якість та складний букет ароматів (ваніль, спеції, сухофрукти, дуб) [7].

• **Міцність.** Зазвичай становить від 36% до 60% об'єму спирту (класичні витримані бренди – близько 40%).

Класифікація брендів наведена на рис. 1.3.

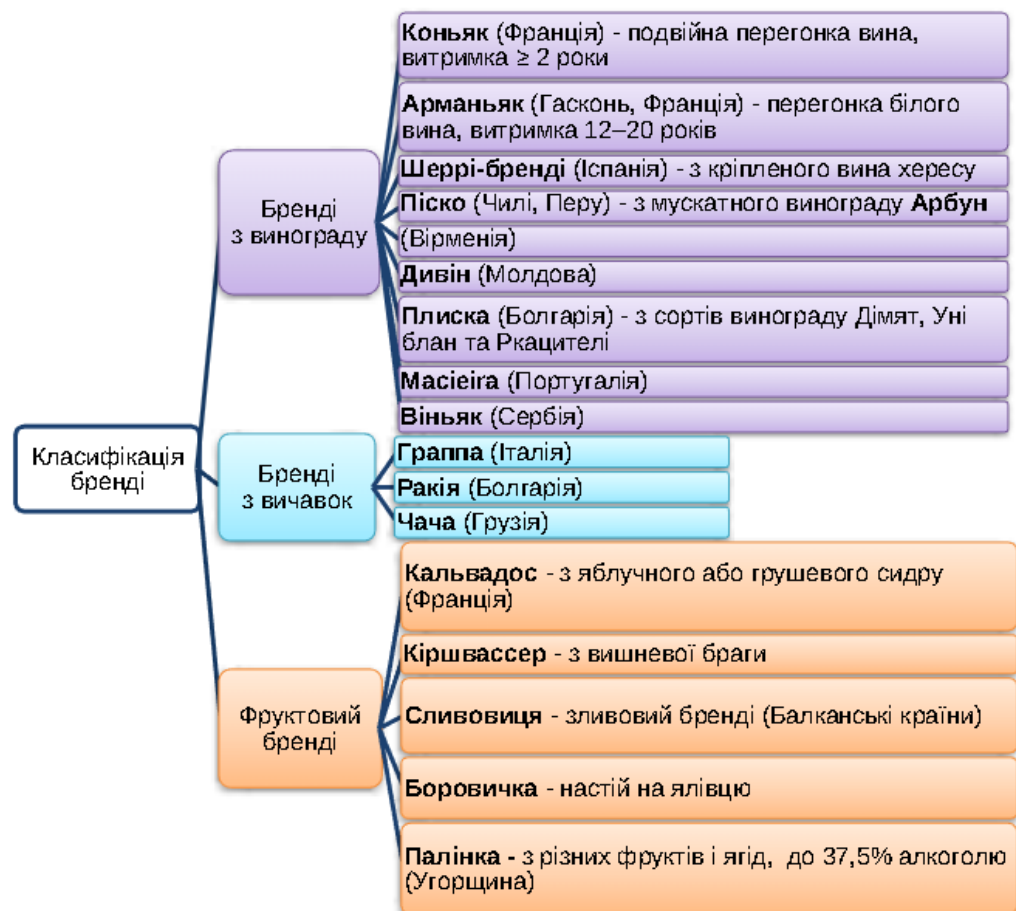


Рисунок 1.3 – Класифікація брендів [8]

Асортимент брендів у вітчизняних торгових мережах є досить широким і різноманітним, охоплюючи як українських виробників, так і імпортовані бренди. На українському ринку представлені добре відомі вітчизняні виробники, які пропонують бренди (часто історично називані коньяками України) різної витримки та закордонні (переважно – Грузія, Вірменія) (рис..)



Рисунок 1.4 – Коньяк Shabo Grande Reserve 5 років витримки 0.5 л 40% у подарунковій упаковці (Україна) [9]



Рисунок 1.5 – Спиртний напій Шустов (Україна)

Слід звернути увагу, що перехідно законодавство щодо захисту географічних назв в Україні вступит в силу в 2026 році, тому деякі напої уже називаються бренді, а деякі – коньяк або спиртовий напій. Хоча назва «коньяк» є географічно захищеною.



Рисунок 1.6 – Коньяк Таврія (Україна)



Рисунок 1.7 – Коньяк Азнаурі, 0,5 л (Україна)



Рисунок 1.8 – Бренді «Коблево» Reserve Extra Old 8 років, 0,5л (Україна)



Рисунок 1.9 – Бренді Askaneli Brothers 5 років, 0,5л (Грузія)



Рисунок 1.10 – Бренді ARARAT 5 років витримки 0.5 л 40% у подарунковій упаковці (Вірменія)



Рисунок 1.11 – Бренді Gurji Grande Reserve 5 зірок, 0,5л

Отже, ринок бренді в Україні представлений вітчизняними та законодавчими виробниками. Примітно, що закордонні виробники (Грузія, Вірменія) відповідають за назвами терміну «бренді», а українські товари ще не всі перейшли на нове законодавство щодо географічного захисту назву. Деякі напої називаються «коньяк». Географічно захищені назви коньяку визначені у додатках про асоціацію між Україною та ЄС. Згідно з угодою, Україна зобов'язалася поступово відмовитися від використання назви «коньяк» для вітчизняного продукту на користь загальної назви «бренді» або іншої, визначеної назви для українського продукту. Законом України «Про географічні зазначення спиртних напоїв» [3] встановлено, що з 1 січня 2026 року використання географічних зазначень спиртних напоїв Європейського Союзу Cognac (коньяк), Armagnac (арманьяк), Calvados (кальвадос), Grappa (граппа), Anis Portuges (аніс португез) для позначення та представлення подібних спиртних напоїв, що походять з України, припиняється, крім напоїв, що вироблені та марковані згідно із законодавством, що діяло до 1 січня 2026 року, які можуть реалізовуватися в Україні до їх закінчення на складах. До 1 січня 2029 року для виробництва спиртного напою категорії «бренді» допускається використання дистиляту винного, мінімальна витримка (дозрівання) якого в металевих ємностях емальованих чи з нержавіючої сталі з використанням дубової клепки становить не менше трьох років.

1.3 Вимоги до якості бренді

Якість бренді є багатоаспектною категорією, що визначається сукупністю технологічних, хімічних та органолептичних показників, які повинні відповідати встановленим національним та міжнародним стандартам (зокрема, ДСТУ, Codex Alimentarius, регламентам ЄС). Вимоги до якості охоплюють увесь виробничий цикл — від сировини до готового продукту — і є критичними для забезпечення безпечності, ідентичності та споживчої цінності напою.

Основними фізико-хімічними показниками якості є:

- Об'ємна частка етилового спирту (міцність), яка для більшості видів бренді не може бути меншою.
- Масова концентрація вищих спиртів (наприклад, ізобутанолу, ізоамілового спирту), що формують букет напою, але їх надлишок є небажаним.
- Масова концентрація альдегідів (зокрема, ацетальдегіду), які також є важливими компонентами аромату, але суворо лімітуються через їхню токсичність.
- Масова концентрація складних ефірів (наприклад, етилацетату), що додають фруктових та квіткових нот, і їхнє співвідношення є ключовим індикатором якості дистиляту.
- Масова концентрація летких кислот (наприклад, оцтової кислоти), рівень яких контролюється для запобігання дефектів смаку.
- Масова концентрація метилового спирту, яка є суворо нормованою, оскільки його підвищений вміст становить небезпеку для здоров'я.

Органолептичні показники є не менш важливими і оцінюються за допомогою дегустаційних комісій. Вони включають:

- Колір: від світло-золотистого до темно-бурштинового, без сторонніх включень, з характерним блиском.

- Аромат (букет): складний, гармонійний, з вираженими тонами витримки (ваніль, шоколад, горіхи, прянощі) та фруктовими/квітковими нотами, типовими для якісного виноградного дистиляту. Не допускаються сторонні, різкі чи оцтові запахи.
- Смак: повний, м'який, гармонійний, з тривалим післясмаком, без відчуття різкої гіркоти, спиртуозності чи стороннього присмаку.

Крім того, критичними вимогами є мінімальний термін витримки в дубових бочках (зазвичай не менше 3 років для стандартних категорій) та відсутність несанкціонованих добавок. Відповідність цим вимогам гарантує не лише безпечність, але й автентичність та відповідність напою заявленій категорії якості (VS, VSOP, XO, KB, KC, OC).

Класифікація брендів та коньяку за категоріями якості є важливим елементом міжнародної торгівлі цими напоями, оскільки вона визначає не тільки споживчі властивості продукту, але й його митну вартість, а отже, і розмір митних платежів. Існують дві основні системи класифікації: французька (міжнародна) та вітчизняна (пострадянська), кожна з яких має свої особливості та критерії оцінювання.

Згідно з міжнародним торговим законодавством, право називатися коньяком мають виключно виноградні дистиляти, вироблені у французькій провінції Коньяк (регіон Шаранта) за строго регламентованою технологією. Стандарти якості французького спиртного регулюються Національним міжпрофесійним бюро коньяків (BNIC – Bureau National Interprofessionnel du Cognac). Всі інші аналогічні напої, навіть виготовлені за ідентичною технологією, повинні іменуватися «виноградним бренді». В Україні діє система захисту географічних позначень алкогольних напоїв відповідно до Угоди про асоціацію України та ЄС [10-13].

Французька класифікація коньяків заснована на тривалості витримки коньячних спиртів у дубових бочках, причому вік напою визначається за наймолодшим спиртом у купажі. Відлік часу витримки починається з першого

квітня року, наступного за розливом. Основні категорії французької класифікації включають:

VS (Very Special) або Trois Étoiles (Три зірки) – найбільш молода категорія коньяку. Після двох років, проведених у дубовій бочці, алкоголь нарешті може вважатися коньяком. Напої цієї категорії характеризуються свіжими фруктовими нотами, легкістю та м'якістю смаку. Мінімальний термін витримки становить 2-2,5 роки. VS-коньяки прекрасно підходять для створення коктейлів та змішування у кулінарних стравах.

VSOP (Very Superior Old Pale) – наступний рівень якості, що означає "дуже високої якості старий світлий коньяк". Така відмітка ставиться на коньяки, що були витримані в дубі не менше 4-х років після купажування Medoc. Походження назви "Pale" (світлий) пов'язане з історичною вимогою Британського королівського палацу 1817 року, коли монарший престол замовив спиртне без популярних на той час карамельно-цукрових добавок. У напоях категорії VSOP відчувається більша глибина та складність смаку порівняно з VS, який розкривається витонченими нюансами ванілі, деревини та сухофруктів. Ці коньяки підходять для вживання у чистому виді або з кубиками льоду.

VVSOP (Very-Very Superior Old Pale) або Grande Réserve – рідкісне позначення, що вказує на витримку не менше 5 років. Ця категорія є проміжною між VSOP та XO і характеризується ще більшою насиченістю та багатством смаку.

XO (Extra Old) – найвища категорія у стандартній класифікації. Напис "XO" з'являється на етикетці тих видів алкоголю, молодші спирти яких провели у дубових бочках не менше десятиліття Medoc. До 2018 року мінімальна витримка для XO становила 6 років, однак починаючи з 1 квітня 2018 року вимоги були підвищені до 10 років. Середній вік елітних французьких коньяків становить 15-17 років Meest Shopping. Коньяки категорії XO вважаються дуже якісними та елітними напоями з глибоким, складним букетом та тривалим післясмаком.

Окрім основних категорій, існують також додаткові престижні позначення: Napoléon, Extra, Royal, Très Vieux, Vieille Réserve – всі вони відповідають категорії XO або перевищують її за витримкою. Найелітніші французькі коньячні будинки випускають унікальні коньяки віком 25-60 років, які часто маркуються власними іменами, наприклад, «Rémy Martin Louis XIII», «Delamain Réserve de la Famille», «Hine Family Reserve».

Вітчизняна (пострадянська) система класифікації

На території України та інших країн діє власна система класифікації коньяків, яка дещо відрізняється від французької. Українська (радянська) маркування ділить коньяки на ординарні (недорогі) і колекційні (марочні) Mogol Alfa. Ця класифікація була розроблена у радянські часи та продовжує застосовуватися донині.

Ординарні коньяки – це напої з витримкою від 3 до 5 років, які маркуються зірочками:

- 3 зірки (★★★) – витримка не менше 3 років, міцність 40%, вміст цукру до 1,5%;
- 4 зірки (★★★★) – витримка не менше 4 років, міцність 41%, вміст цукру до 1,5%;
- 5 зірок (★★★★★) – витримка не менше 5 років, міцність не менше 42%, вміст цукру до 1,5%.

Марочні коньяки – це високоякісні напої з тривалою витримкою, які маркуються літерними аббревіатурами:

КВ (Коньяк Витриманий) – витриманий протягом 6 років Mogol Alfa, міцність 40-42%, вміст цукру до 1,5%. Це базова категорія марочних коньяків, що відповідає за смаковими характеристиками французькій категорії VSOP.

КВВК (Коньяк Витриманий Вищої Якості) або КВВЯ – витриманий вищої якості терміном 8 років Mogol Alfa, міцність 43-45%, вміст цукру до 2%. Ці коньяки характеризуються більш насиченим та гармонійним смаком, багатим букетом з тонами ванілі, шоколаду та пряних трав.

КС (Коньяк Старий) – старий, вік якого вселяє довіру – 10 років Mogol Alfa, міцність 40-57%, вміст цукру до 2,5%. Напої цієї категорії мають виключно складний букет, оксамитовий смак та тривале, приємне післясмак.

ОС (Особливий Старий) або КОС (Коньяк Особливий Старий) – це ще більш старі та якісні екземпляри Ме з витримкою 20 років і більше. Це найелітніша категорія вітчизняних коньяків, яка за якістю може конкурувати з найкращими французькими зразками.

Колекційні коньяки – це особлива категорія, до якої належать марочні коньяки категорії КС, які після купажування пройшли додаткову витримку у дубових бочках не менше 3-5 років. Такі зразки можуть мати позначення ДС (Дуже Старий) і загальну витримку 25, 30 або навіть 40 років. Колекційні коньяки випускаються обмеженими партіями та часто маркуються індивідуальними номерами.

Порівняння систем класифікації

Порівнюючи дві системи, можна встановити приблизну відповідність між категоріями:

- VS (2 роки) $\approx$ коньяк без категорії або молодий ординарний;
- VSOP (4 роки) $\approx$ 4 зірки або KB (6 років);
- XO (10 років) $\approx$ КС або ОС.

Варто зазначити, що вітчизняна класифікація часто передбачає довші терміни витримки для марочних категорій порівняно з мінімальними вимогами французької системи. Це пояснюється як історичними традиціями виробництва, так і прагненням виробників досягти максимальної якості кінцевого продукту.

Окремої уваги заслуговує вірменський бренд, зокрема всесвітньо відомий «Арагат». Вірменський коньяк має власне маркування і французькі стандарти тут використовувати не дозволено, навіть незважаючи на те, що контроль якості може здійснюватися французькими експертами. Вірменські виробники використовують власну систему класифікації, яка поєднує

елементи як французької, так і радянської систем, адаптовані до національних традицій виноробства.

Розуміння систем класифікації бренді та коньяку має важливе практичне значення у міжнародній торгівлі. По-перше, категорія якості безпосередньо впливає на митну вартість товару та, відповідно, на розмір митних платежів. По-друге, правильна класифікація дозволяє уникнути помилок при митному оформленні та можливих претензій з боку митних органів. По-третє, знання систем класифікації допомагає імпортерам правильно позиціонувати товар на ринку та формувати адекватну цінову політику.

Таким чином, категорії якості бренді є складною та багаторівневою системою, яка відображає не лише вік напою, але й його органолептичні характеристики, технологію виробництва та географічне походження. Для успішної зовнішньоекономічної діяльності у сфері імпорту алкогольних напоїв необхідне глибоке розуміння як міжнародної, так і національних систем класифікації.

1.4 Фальсифікація бренді

Фальсифікація бренді є гострою проблемою для світової алкогольної індустрії, що завдає значних економічних збитків виробникам і державі, а також становить серйозну загрозу для здоров'я споживачів. Особлива небезпека полягає у використанні технічних спиртів, що містять токсичні домішки, зокрема метанол, який є смертельною отрутою навіть у невеликих концентраціях. У відповідь на ці виклики, сучасна хімія та аналітична інструментальна база активно розвивають високочутливі та високоточні методи контролю якості, включаючи хроматографічні, мас-спектрометричні та ізотопні методи аналізу, які дозволяють не лише підтвердити походження виноградного спирту, але й ідентифікувати сліди несанкціонованих добавок,

що є критично важливим для захисту споживача та підтримки репутації справжнього бренді [14-16].

Зовнішній вигляд пляшки та маркування – це перші та найпростіші індикатори підробки: акцизна марка повинна бути наклеєна ідеально рівно, без складок і пошкоджень. Обов'язково має розриватися при відкритті пляшки, покриваючи частину горловини та ковпачок. Штрих-код та код партії на етикетці мають бути чіткими та відповідати інформації на коробці (якщо є).

Пляшка та етикетка. Оригінальні пляшки часто мають фірмове тиснення, гравіювання або логотип на склі, які складно підробити. Етикетки та контретикетки повинні бути надруковані на якісному папері (часто рельєфному), наклеєні рівно, без слідів клею, бульбашок чи перекосів.

Ковпачок (Кришка) має бути герметичним та високоякісним. Оригінальні напої часто мають захисне кільце або пломбу, яка руйнується лише при першому відкритті. Аномально низька ціна (нижче 50% від середньоринкової) – це практично завжди ознака підробки, оскільки виробництво справжнього бренді (з довгою витримкою) є дорогим.

Ідентифікаційні ознаки справжнього алкоголю наведені у таблиці 1.

Таблиця 1 – Ознаки ідентифікації справжнього бренді

Ознака	Справжнє бренді	Фальсифіковане бренді
Прозорість	Ідеально прозоре, без осаду, муті чи сторонніх включень.	Може мати осад, муть, бути каламутним.
Колір	Насичений, рівномірний, від золотистого до темно-бурштинового, без неприродних відтінків.	Часто має нерівномірний, занадто яскравий або "хімічний" колір (через надмірну кількість карамелі чи барвників).
«Ніжки» (Сльози)	При обертанні пляшки або келиха, на стінках довго утримуються маслянисті "ніжки" (сльози), що повільно стікають.	Рідина стікає швидко і рівномірно, як звичайна горілка (ознака використання невиноградних спиртів).
Аромат	Складний, багатшаровий букет, що розкривається поступово (фруктові, ванільні, дубові, квіткові ноти). Немає різкого запаху спирту.	Різкий, сильний, пекучий запах спирту, ацетону чи сивушних масел. Аромат простий і не розкривається.
Смак	М'який, зігріваючий, гармонійний, з тривалим післясмаком. Смак відповідає заявленому віку.	Різкий, пекучий, неприємний, може віддавати сивухою, чистим спиртом або мати «хімічний» присмак.

Отже, під фальсифікацією розуміють не лише повну підробку, коли низькоякісний спиртовмісний розчин видається за оригінальний продукт, але й часткові маніпуляції, такі як заміна частини сировини на дешевші аналоги (наприклад, використання невиноградних спиртів) або незаконне використання торговельної марки.

Висновки до розділу 1

1. Український ринок брендів знаходиться у стадії трансформації, інтегруючись у європейські норми та демонструючи зростаючий інтерес до високоякісних імпорتنих та вітчизняних напоїв. Основними країнами, що представлені на ринку є Вірменія, Грузія, Франція, Італія.

2. Система визначення якості брендів є складною і включає низку критеріїв: від витримки напою до його органолептики, методики виробництва та території походження. Щоб успішно здійснювати імпорту алкогольних напоїв, необхідно ґрунтовно орієнтуватися в міжнародних та національних класифікаційних вимогах.

3. Ринок міцних алкогольних напоїв в Україні демонструє стійке зростання у 2024 році, відновившись після кризи 2022 року. Основними трендами є переорієнтація споживачів на міцні напої, зростання популярності нішових категорій (джин, текіла, ром), розвиток вітчизняного крафтового виробництва та посилення боротьби з нелегальним алкоголем. Сегмент брендів та віскі залишається важливою складовою ринку, що потребує належної експертизи та митного контролю.

4. Фальсифікація є комплексним поняттям, що включає два основні типи порушень. Перший – це повна підробка, коли низькоякісний розчин видається за автентичний продукт. Другий – це часткові маніпуляції, які включають заміну частини якісної сировини дешевими альтернативами (наприклад, невиноградними спиртами) або несанкціоноване використання зареєстрованої торговельної марки.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ, ОБ'ЄКТ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1 Організація дослідження

Бренди, які були об'єктом дослідження були придбані в магазині «Вина світу». «Вина Світу» – всеукраїнська мережа фірмових магазинів, яка займається імпортуванням алкоголю та гастрономії з усього світу. Товар у магазинах «Вина світу» сертифікований по сиитемі НАССР. Асортимент – це понад 5000 позицій. Продукція представлена як в інтернет-магазині «Вина Світу», так і в офлайн-магазинах Київської, Запорізької, Харківської, Дніпропетровської, Сумської, Полтавської, Рівненської, Івано-Франківської, Львівської, Одеської, області. Мережа швидко розширюється для того, щоб усі бажаючі змогли скуштувати унікальний алкоголь, гарячі напої, кондитерські вироби та інші продукти. Основа продукції – це пряме постачання з різних країн світу. Імпортований нами товар виробляється у таких країнах, як Франція, Іспанія, Грузія, Португалія, США, Греція, Чилі, Шотландія, Японія, Ірландія, Італія. У мережі уклали понад 1000 ексклюзивних контрактів із найкращими компаніями. Продукція ретельно відбирається. Для цього співробітники відвідують виробництва різного масштабу, виноробні та віскокурні. Особлива увага приділяється наявності сертифікації. Представлений товар пройшов контроль якості. Усі офіційні магазини «Вина Світу» з мережі працюють за ліцензією на продаж. Терміни придатності відстежуються продавцями. Асортимент мережі магазинів «Вина Світу» У магазинах «Вина Світу» представлені алкогольні напої на будь-який смак.



Рисунок 2.1 – Логотип «Вина світу»

Каталог магазину представлений такими категоріями:

- Напої мілессім;
- Безалкогольні вина (тихі та ігристі);
- Вина (ігристі та шампанські, кріплені, тихі вина);
- Міцні (бренді, віскі, джін, текіла, ром);
- Пиво та сидр;
- Гарячі напої;
- Солодощі;
- Подарункові набори.

Торгові марки бренді, які представлені у магазині наведені на рис. 2.2.

Торгівельна марка	
☐ Alfonso I Solera	☐ Romios
☐ ARAKS	☐ Slantschew Brjag
☐ Beehive	☐ Soberano
☐ Cardenal Mendoza	☐ Starka
☐ Chantre	☐ Десна
☐ Chatelle	☐ Мердзаван
☐ David Iverieli	☐ Наполеон Charles Lous
☐ Empereur	☐ Цар Тигран
☐ Kvint	☐ Шустов
☐ M.Misa Solera	
☐ Mediterrane	
☐ Nobleman	
☐ Pliska	
☐ Renaissance	
☐ Romate	

Рисунок 2.2 – Торгові марки бренді, представлені у магазині «Вина світу» [17]

У магазині представлені бренди таких країн: Іспанія, Болгарія, Вірменія, Греція, Грузія, Україна. Міцність наппоїв, що реалізуються: 36; 38; 40; 42; 43 %. Витримка від 3 до 7 років. Асортимент бренди має цінові позиції від 139 до 3196 грн. Бренд можуть реалізуватися без упаковки, в картонних упаковках, тубусах, подарункових упаковках, об'єм від 0,35 до 2 л.

2.2 Характеристика об'єкту дослідження

Об'єктом дослідження є бренди «Арарат» (рис. 2.3.).



Рисунок 2.3 – Бренд «Арарат» [18]

Загальна характеристика різновидів бренди «Арарат» наведена у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Різновиди брендів «Арарат»

Назва	Мінімальна витримка	Колір	Аромат	Смак	Категорія (Вік)
ARARAT 3 зірки	3 роки	Насичений бурштиновий	Свіжий, пряний, фруктовий, з відтінками стиглого винограду.	Сильний, насичений, з пекучими тонами та солодкуватою інтонацією.	VS (Very Special)
ARARAT 5 зірок	5 років	Бурштиновий із золотистим полиском	Солодкі ноти персика, сливи, доповнені відтінками ванілі та кориці.	Яскравий, округлий, з карамельними тонами та нотками ірису.	VSOP (Very Superior Old Pale)
ARARAT Ani	7 років	Янтарний, з відтінками червоного дерева	Свіжий, пряний, з нотками апельсина, ванілі та присмаком мигдалю.	Інтенсивний, зі цитрусовим відтінком, сушеного інжиру та легкою терпкістю.	Старий бренд (7-10 років)
ARARAT Akhtamar	10 років	Бурштиновий з мідними відблисками	Багатий букет, де домінують ноти бджолиного воску, волоського горіха, дуба, ванілі та чорносливу.	Округлий, оксамитовий, з вираженими нотами чорносливу та солодкої кориці.	Старий бренд (10-15 років)
ARARAT Vaspurakan	15 років	Темно-бурштиновий	Складний і глибокий, з нотами сухофруктів, спецій та відтінками кавових зерен.	М'який, оксамитовий, довгий післясмак, що зігріває, з тонами дуба.	Дуже старий бренд (15+ років)
ARARAT Nairi	20 років	Темний бурштин	Шляхетний, обволікаючий з нотами бальзамичного оцту, сосни та кедр.	Оксамитовий, надзвичайно м'який, складний, з гармонійним поєднанням солодких та терпких нот.	Колекційний

2.3 Характеристика методів дослідження

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 [19-20]. Органолептична експертиза бренді «Арабат» 5 зірок проводилася відповідно до ДСТУ 4221:2003 «Кон'яки українські. Загальні технічні умови» [21] та міжнародних стандартів дегустаційного аналізу міцних алкогольних напоїв. Методологія базується на 100-бальній системі оцінювання, що дозволяє провести комплексний та об'єктивний аналіз якісних характеристик продукту.

Умови проведення дегустації. Експертиза здійснювалася в спеціально обладнаному дегустаційному приміщенні при температурі 18-20°C, відносній вологості повітря 60-70% та хорошему природному освітленні. Напій подавався при температурі 18-20°C в стандартних кон'ячних келихах типу «тюльпан» об'ємом 25-30 мл, заповнених на одну третину. Дегустаційна комісія складалася з п'яти кваліфікованих експертів з досвідом оцінки міцних алкогольних напоїв не менше 5 років. Структура балової оцінки. Загальна 100-бальна шкала розподілена між шістьма основними органолептичними показниками з урахуванням їх значущості для загальної якості кон'ячного виробу. Розподіл максимальних балів представлено в таблиці 2.2 [22-25].

Таблиця 2.2 – Розподіл максимальних балів за органолептичними показниками

Показник	Максимальна кількість балів	Питома вага, %	Обґрунтування
Зовнішній вигляд і прозорість	5	5	Базова вимога якості, відсутність дефектів
Колір	10	10	Індикатор витримки та технологічного процесу
Аромат (букет)	30	30	Ключовий показник складності та якості
Смак	40	40	Найважливіший критерій споживчої цінності
Типовість	10	10	Відповідність категорії та стилю виробу
Післясмак	5	5	Фінальне враження, тривалість та гармонійність
Разом	100	100	—

Критерії оцінювання зовнішнього вигляду та прозорості (0-5 балів). Даний показник оцінює візуальну чистоту напою та відсутність механічних включень (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3 – Критерії оцінки зовнішнього вигляду та прозорості

Бали	Характеристика	Опис
5	Бездоганна прозорість	Кришталево чиста рідина, без найменших включень, осаду чи каламуті
4	Прозора з незначними відхиленнями	Переважно чиста, можливі поодинокі мікрочастинки
3	Задовільна прозорість	Легка опалесценція, помітні включення
2	Недостатня прозорість	Помутніння, видимий осад
0-1	Непрозора	Значна каламутність, суттєві дефекти

Критерії оцінювання кольору (0-10 балів). Колір оцінюється з точки зору його інтенсивності, чистоти відтінку та відповідності заявленій витримці (таблиця 2.4).

Таблиця 2.4 – Критерії оцінки кольору

Бали	Характеристика	Опис
9-10	Ідеальний колір	Насичений, глибокий янтарний з відповідними відтінками, характерними для витримки; наявність "сльозок"
7-8	Добре виражений колір	Яскравий янтарний колір, відповідає витримці, незначні відхилення від ідеалу
5-6	Задовільний колір	Помірний колір, недостатня інтенсивність або невідповідність витримці
3-4	Слабо виражений	Блідий або надто темний, не відповідає категорії
0-2	Незадовільний	Атипові відтінки, дефекти кольору

Критерії оцінювання аромату/букету (0-30 балів). Аромат є одним з ключових показників якості, що характеризує складність, гармонійність та багатство ароматичної композиції (таблиця 2.5).

Таблиця 2.5 – Критерії оцінки аромату (букету)

Бали	Характеристика	Опис
27-30	Виняткової якості	Багатошаровий, складний, гармонійний букет з відмінною інтенсивністю; наявність всіх характерних нот (фруктові, ванільні, деревні, пряні) у ідеальному балансі
23-26	Відмінний	Добре виражений, складний букет з хорошою інтенсивністю та гармонією; усі основні ароматичні компоненти присутні
19-22	Дуже добрий	Приємний, достатньо складний аромат з доброю інтенсивністю; може мати незначні дисбаланси
15-18	Добрий	Типовий аромат з помірною складністю; можуть бути відсутні деякі характерні ноти
10-14	Задовільний	Простий аромат з недостатньою інтенсивністю або складністю; присутні незначні дефекти
0-9	Незадовільний	Примітивний, різкий або атиповий аромат; наявність суттєвих дефектів (спиртуозність, окислення тощо)

Критерії оцінювання смаку (0-40 балів). Смак є найважливішим показником, що характеризує повноту, гармонійність, складність та баланс напою (таблиця 2.6).

Таблиця 2.6 – Критерії оцінки смаку

Бали	Характеристика	Опис
36-40	Виняткової якості	М'який, оксамитовий, багатогранний смак з відмінною повнотою та гармонією; ідеальний баланс солодкості, танінів та спиртуозності; багата палітра смакових нот
31-35	Відмінний	Гармонійний, повний смак з доброю складністю; добре інтегрована спиртуозність; виражені характерні смакові компоненти
26-30	Дуже добрий	Приємний, збалансований смак з достатньою повнотою; можуть бути незначні дисбаланси в окремих компонентах
21-25	Добрий	Типовий смак з помірною складністю; відчутна, але не домінуюча спиртуозність; недостатня повнота або складність
15-20	Задовільний	Простий смак з обмеженою палітрою; помітні недоліки (надмірна спиртуозність, різкість, незбалансованість)
0-14	Незадовільний	Примітивний, різкий або атиповий смак; суттєві дефекти (агресивна спиртуозність, гіркота, окислення, сторонні присмаки)

Критерії оцінювання типовості (0-10 балів). Типовість характеризує відповідність напою заявленій категорії, стилю виробництва та регіональним особливостям (таблиця 2.7).

Таблиця 2.7 – Типовість бренді

Бали	Характеристика	Опис
9-10	Еталонна типовість	Повністю відповідає всім характеристикам вірменського коньяку 5-річної витримки; яскраво виражені сортові та регіональні особливості
7-8	Добре виражена	Відповідає основним характеристикам категорії; незначні відхилення від еталону
5-6	Задовільна	Частково відповідає категорії; деякі характеристики недостатньо виражені
3-4	Слабо виражена	Слабка відповідність заявленій категорії; відсутні важливі типові ознаки
0-2	Атипова	Не відповідає категорії або стилю виробництва

Критерії оцінювання післясмаку (0-5 балів). Післясмак оцінює тривалість та якість фінальних смакових відчуттів після споживання напою (таблиця 2.8).

Таблиця 2.8 – Критерії оцінки післясмаку

Бали	Характеристика	Опис
5	Виняткової якості	Дуже тривалий (понад 30 секунд), приємний, гармонійний післясмак без недоліків
4	Відмінний	Тривалий (20-30 секунд), приємний післясмак з незначними відхиленнями
3	Добрий	Помірної тривалості (10-20 секунд), переважно приємний
2	Задовільний	Короткий (менше 10 секунд) або з незначними дефектами
0-1	Незадовільний	Дуже короткий або з неприємними відчуттями (гіркота, різкість, сторонні присмаки)

За сумою балів визначається загальна категорія якості продукту (таблиця 2.9).

Таблиця 2.9 – Шкала інтерпретації загальної оцінки якості

Сумарна кількість балів	Категорія якості	Характеристика
90-100	Виняткової якості	Еталонний продукт преміум-сегменту з видатними органолептичними властивостями
80-89	Дуже добра якість	Високоякісний продукт з відмінними характеристиками, рекомендований для преміум-сегменту
70-79	Добра якість	Якісний продукт з хорошими органолептичними властивостями, відповідає стандартам середнього сегменту
60-69	Задовільна якість	Продукт прийнятної якості з помірними органолептичними характеристиками
Менше 60	Незадовільна якість	Продукт не відповідає мінімальним вимогам якості, має суттєві дефекти

Статистична обробка результатів. Кінцева оцінка кожного показника визначалася як середнє арифметичне оцінок всіх членів дегустаційної комісії. При розбіжності оцінок експертів більше ніж на 15% від середнього значення проводилося повторне обговорення з обґрунтуванням позицій. Коефіцієнт

варіації оцінок не перевищував 10%, що свідчить про узгодженість думок експертів та об'єктивність результатів.

Класифікаційна експертиза брендів здійснювалась з метою визначення коду УКТЗЕД. УКТЗЕД має детальну систему опису та правил кодування товарів. В основу утворення класифікаційних угруповань УКТЗЕД закладено різні ознаки товарів. Під час формування розділів використовуються такі ознаки?, як походження матеріалу, з якого вироблено товар, призначення, хімічний склад.

Формування розділів відбувається на підставі походження товару, матеріалу, призначення та хімічного складу. У побудову груп закладено принцип послідовності обробки товарів, починаючи від сировини та напівфабрикатів до готових виробів, що створює умови для застосування товарної номенклатури при укладенні митного тарифу держав

УКТЗЕД сьогодні – надійний інструмент державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. На практиці, ні один процес у зовнішньоекономічної діяльності не проходить без участі даного класифікатора [26].

Товари при їх декларуванні підлягають класифікації, тобто у відношенні товарів визначаються коди відповідно до класифікаційних групувань, зазначених в УКТЗЕД. Згідно визначених кодів встановлюються тарифні та нетарифні методи регулювання. З метою правильності класифікації товарів, які подані до митного оформлення, проведемо класифікацію згідно з УКТЗЕД. Класифікація здійснювалась відповідно до:

- Митного кодексу України від 13.03.2012 № 4495-VI [27];
- Закону України «Про Митний тариф України» від 19.09.2013 № 584-VII [28];
- Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності» [29];
- Основних правил інтерпретації УКТЗЕД;

- Пояснень до Гармонізованої системи опису та кодування товарів Всесвітньої митної організації [30].

Процес класифікації товару за УКТЗЕД здійснюється послідовно з використанням ієрархічної структури номенклатури та застосуванням Основних правил інтерпретації (ОПІ). Визначення коду товару проводиться поетапно від загального до конкретного: розділ → група → товарна позиція → субпозиція → підсубпозиція. На першому етапі проводиться детальний аналіз характеристик товару для його однозначної ідентифікації

Митне оформлення та нарахування митних платежів здійснювалося в програмному забезпеченні MDOffice [31].

Висновки до розділу 2

1. Бренді, які були об'єктом дослідження були придбані в магазині «Вина світу». «Вина Світу» – всеукраїнська мережа фірмових магазинів, яка займається імпортуванням алкоголю та гастрономії з усього світу. Товар у магазинах «Вина світу» сертифікований по системі НАССР. Асортимент – це понад 5000 позицій з Вірменії, Грузії, Португалії, Франції, Іспанії. Асортимент включає як міцні напої, так і вина, сидри, пиво, лікери.

2. Об'єктом роботи є бренд «Арарат» 5 зірок, Вірменія.

3. Використані методи органолептичної експертизи, зокрема бальної оцінки за розробленою шкалою; аналізу маркування та штрихового кодування. Класифікаційна експертиза виконана відповідно до УКТЗЕД. Митне оформлення та нарахування митних платежів здійснювалося в програмному забезпеченні MDOffice.

РОЗДІЛ 3

ЕКСПЕРТИЗА БРЕНДІ

3.1 Аналіз маркування та штрихового кодування бренді

Маркування – усі слова, описи, знаки для товарів і послуг, назва марки, зображення чи символи, що стосуються харчових продуктів і розміщені на будь-якій упаковці, етикетці (стікері), споживчій тарі, контретикетці, кольєретці, ярлику, пробці, листку-вкладиші, документі, повідомленні, інших елементах упаковки, що супроводжують чи належать до цього виду харчових продуктів [32].

На лицьовій стороні етикетки алкогольних напоїв, які реалізуються через торговельну мережу, має зазначатися загальна та власна назви виробу, географічна назва місця виготовлення, якщо найменування виробника не відображає місця розташування [33]. Для коньяку «Арарат» зазначена назва «бренді», власна назва «Арарат». Зазначено, що бренд і ординарний 5 зірок, виготовлений з виноградних спиртів. Виробник – Вірменія, офіційний імпортер ТОВ «ПЕРНО РІКАР Україна». Інформація про опис товару в магазині «Вина світа» наведена на рис. 3.1.

Опис товару

Виробник	Арарат
Гастропара	 Фрукти  Горіхи
Країна	Вірменія
Регіон	Арарат
Об'єм	0,7 л
Тип	Бренді
Алкоголь, %	40
Температура подачі	20-23°C
Класифікація за витримкою	5 років

Рисунок 3.1 – Опис товару

Опис маркування англійською мовою наведено на рис. 3.2.



Рисунок 3.2 – Інформація англійською мовою на маркуванні

З 1 листопада 2022 року використання назви географічного зазначення «Cognac»/«Коньяк» для продуктів з третіх країн, які не відповідають технічним умовам виробництва коньяку, заборонено на території України, а з 1 січня 2026 року використання географічних зазначень спиртних напоїв ЄС Cognac (коньяк) для позначення подібних спиртних напоїв, що походять не з регіону Коньяк у Франції, припиняється [34].

Законодавство України визначає обов'язковим зазначення поживної цінності на етикетці. Поживна цінність складає вміст білків, жирів, вуглеводів. Фото маркування поживної цінності бренді наведено на рис. 3.2.

ПОЖИВНА ЦІННІСТЬ НА 100 МЛ:	
ЕНЕРГЕТИЧНА ЦІННІСТЬ	941 кДж / 227 ккал
ЖИРИ	0Г
З НИХ НАСИЧЕНІ	0Г
ВУГЛЕВОДИ	1,5Г
З НИХ ЦУКРИ	1,5Г
БІЛКИ	0Г
СІЛЬ	0Г

Рисунок 3.3 – Поживна цінність бренді

Отже, бренді не містить жирів та білків, натомість містить вуглеводи (1,5 г), зокрема – цукри. Енергетична цінність становить 941 кДж/227 ккал.

За вмістом алкоголю міжнародне маркування бренді зазначено як Very Very Superior Old Pale (V. V. S. O. P.). Тип бренді – ординарний, Кількість зірок – 5, вміст спирту – 40%.

Обов'язково на маркуванні мають бути позначення стосовно строку придатності, а для алкогольних напоїв – рекомендації та застереження щодо вживання (рис. 3.4).

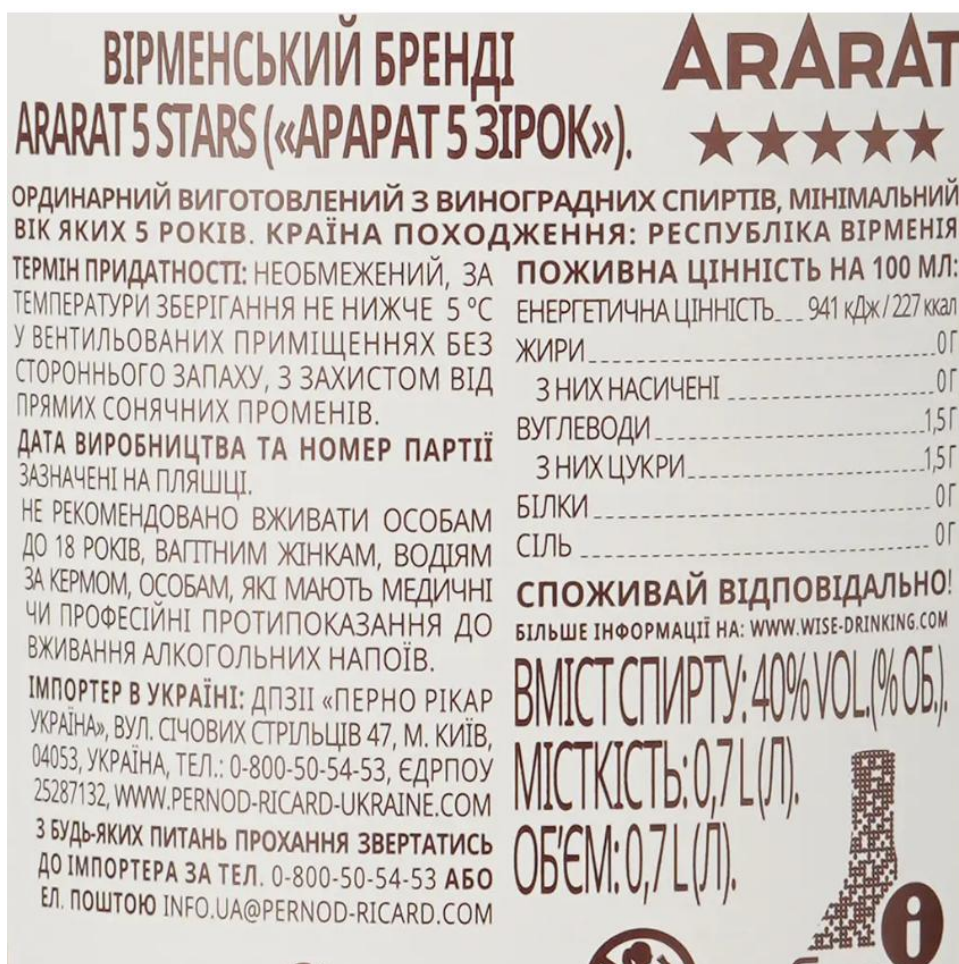


Рисунок 3.4 – Маркування бренді «Арарат»

На маркуванні зазначено, що термін придатності є необмеженим, зберігання за температури не нижче 5°C у добре вентильованих приміщеннях, без сторонніх запахів. Не рекомендовано напій вживати особам до 18 років, вагітним жінкам, водіям за кермом, особам, яку мають медичні протипоказання до вживання алкогольних напоїв.

Маркування алкогольних напоїв, які реалізуються на території України через торговельну мережу, здійснюється державною мовою в доступній для споживача формі. Етикетка має містити всю обов'язкову інформацію українською мовою. Імпортер має забезпечити відповідне маркування. Маркування має містити: загальну назву алкогольного напою, власну назву товару, найменування та місцезнаходження оператора ринку харчових продуктів, а для алкогольних напоїв, ввезених на митну територію України – найменування та місцезнаходження імпортера – ці дані зазначені на етикетці. Маркуванню підлягають усі алкогольні напої з вмістом спирту етилового

понад 8,5 відсотка об'ємних одиниць. Для імпортованої лікеро-горілчаної продукції використовуються марки фіолетового кольору. Має бути марка акцизного податку фіолетового кольору (для імпорту). Марка має розриватися під час відкупорювання. З 1 січня 2026 року запроваджується обов'язкове нанесення графічного елемента електронної марки акцизного податку, що включатиме DataMatrix-код.

Розлив алкогольних напоїв з вмістом спирту етилового понад 8,5% об'ємних одиниць здійснюється виключно у тару місткістю 0,05 л, 0,1 л, 0,2 л, 0,25 л, 0,275 л, 0,33 л, 0,35 л, 0,37 л, 0,375 л, 0,4 л, 0,45 л, 0,5 л, 0,61 л, 0,7 л, 0,75 л, 1,0 л і більше. Вимоги до місткості тари не застосовуються до алкогольних напоїв імпортного виробництва.

Штрихкод 4850001000037 належить коньяку Арарат 5 зірок ЕКЗ (Єреванський Коньячний Завод).

Префікс 485 підтверджує, що виробник або власник торгової марки зареєстрований у системі GS1 Вірменії. Штрихкод складається з 13 цифр: 4-8-5-0-0-0-1-0-0-0-0-3-7.

- **485** – префікс країни (Вірменія, GS1 Armenia)
- **000100** – код підприємства-виробника (Єреванський коньячний завод)
- **003** – код конкретного товару (Арарат 5*, 0,5л BOX)
- **7** – контрольна цифра.

Застосуємо стандартний алгоритм EAN-13:

Крок 1. Складаємо цифри на **парних** позиціях (2, 4, 6, 8, 10, 12):

$$\bullet \quad 8 + 0 + 0 + 0 + 0 + 3 = \mathbf{11}$$

Крок 2. Множимо на 3:

$$\bullet \quad 11 \times 3 = \mathbf{33}$$

Крок 3. Складаємо цифри на **непарних** позиціях (1, 3, 5, 7, 9, 11):

$$\bullet \quad 4 + 5 + 0 + 1 + 0 + 0 = \mathbf{10}$$

Крок 4. Складаємо результати:

$$\bullet \quad 33 + 10 = \mathbf{43}$$

Крок 5. Беремо останню цифру:

- Остання цифра числа $43 = 3$

Крок 6. Віднімаємо від 10:

- $10 - 3 = 7$
- Контрольна цифра в штрихкодi: 7
- Розрахована контрольна цифра: 7

Розрахунковим способом досліджено, що код є автентичним.

Штрихкодування є ключовим інструментом в сучасній логістиці та торгівлі, виконуючи функцію універсального ідентифікатора товару. Загалом, штрихкод являє собою графічний символ, що містить закодовану інформацію у вигляді послідовності вертикальних смуг різної товщини та проміжків. Найпоширенішим стандартом є EAN-13 (European Article Numbering), який містить 13 цифр, що ідентифікують країну реєстрації, виробника та унікальний код товару, забезпечуючи швидку та безпомилкову реєстрацію даних на всіх етапах товароруку: від виробництва до кінцевого продажу. Ця технологія дозволяє автоматизувати облік, скоротити час на інвентаризацію та є важливим елементом захисту від несанкціонованого обігу. В контексті алкогольних напоїв, застосування штрихкоду набуває особливого значення, оскільки він інтегрується з державними системами контролю, такими як маркування акцизними марками, забезпечуючи не лише ідентифікацію, але й контроль за сплатою податків та легальністю походження продукції. На сьогодні є програмне забезпечення, яке дозволяє автоматично розшифрувати штрих-код [35-37]. Зокрема, це програма Decode. Для того, щоб розшифрувати значення штрих-коду, його необхідно ввести у спеціальну графу (рис. 3.5).

Розшифровка штрих-коду онлайн

Штрих-код товару є унікальним набором ліній і цифр, призначений для швидкої ідентифікації продукту. Цей код використовується у торгівлі для сканування інформації про товар, включаючи його вартість та виробника, та залишається постійним для кожного окремого продукту.

Штрих-код:

Введіть штрих-код, усього 13 цифр.

Розшифрувати

Рисунок 3.5 – Розшифровка штрих-коду у програмі Decode.

Результати розшифрування наведені на рис. 3.6. Визначено, що товар має походження з Вірменії, код виробника – 0001, контрольна сума збігається.

Розшифровка штрих-коду онлайн

Штрих-код успішно розшифрований:

Код:	4850001000037	✓
Країна:	Вірменія	
Код виробника:	0001	
Код товару:	00003	
Контрольна сума:	Збігається	✓

Рисунок 3.6 – Результати розшифровки штрихкоду брені

Отже, бренді відповідає вимогам законодавства України щодо маркування, оскільки не зважаючи на те, що товар з Вірменії – на пляшці присутнє маркування українською мовою, читабельним шрифтом, наявна акцизна стрічка. Вказані дані про поживну цінність, термін придатності, офіційного імпортера. Аналіз штрихового кодування також довів автентичність товару. Перші три цифри 485 вказують на країну походження Вірменію, як і зазначено на упаковці.

3.2 Експертиза бренді за органолептичними показниками

Органолептична експертиза бренді «Арарат» 5 зірок проводилася з метою визначення якісних характеристик напою та їх відповідності заявленим стандартам вірменського коньяку преміум-класу. Дослідження здійснювалося відповідно до методики дегустаційного аналізу міцних алкогольних напоїв, що включає оцінку зовнішнього вигляду, кольору, аромату, смаку та післясмаку (рис. 3.7).



Рисунок 3.7 – Бренді «Арарат»

Зовнішній вигляд та колір. Бренді «Арарат» 5 зірок має кришталево прозору консистенцію без будь-яких включень чи осаду, що свідчить про високу якість фільтрації та дотримання технологічних норм виробництва. Колір напою характеризується насиченим янтарно-золотистим відтінком з червонуватими переливами, що є типовим для коньячних спиртів п'ятирічної витримки. При обертанні келиха спостерігаються повільні, маслянисті «сльози» на стінках, що вказує на достатній вміст екстрактивних речовин та гармонійну структуру напою [38-41].

Аромат. Букет бренді «Арарат» 5 зірок розкривається поступово, демонструючи багатошаровість та складність ароматичної композиції. У верхніх нотах чітко відчуються тони сушених фруктів, зокрема чорносливу та кураги, що є характерним для вірменських коньяків, виготовлених з місцевих сортів винограду. Середні ноти представлені ванільно-шоколадними відтінками з легкими натяками на мед та карамель, що свідчить про витримку в дубових бочках. Базові ноти включають деревні та пряні акценти з ледь помітною присутністю горіхових тонів. Загальна інтенсивність аромату оцінюється як помірна, збалансована, без різких спиртових нот.

Смак. Смакова палітра бренді характеризується м'якістю та оксамитовістю, що досягається завдяки п'ятирічній витримці в дубових бочках. Початкові смакові відчуття демонструють гармонійне поєднання солодкуватих фруктових тонів з легкою терпкістю дубових танінів. У розвитку смаку проявляються ноти пряників, ванілі та dried fruits, що створює приємну складність. Спиртуозність напою добре інтегрована в загальну структуру, не домінує над іншими компонентами. Текстура напою м'яка, обволікаюча, з достатньою повнотою та насиченістю.

Післясмак. Фінальна фаза дегустації характеризується тривалим, приємним післясмаком з переважанням фруктових-ванільних нот. Тривалість післясмаку оцінюється як середня-довга, що відповідає категорії п'ятирічної витримки. Відсутність неприємної гіркоти або спиртової різкості свідчить про високу якість дистиляції та купажування.

Для об'єктивної оцінки якості бренді «Арарат» 5 зірок застосовувалася 100-бальна дегустаційна шкала з розподілом балів за окремими показниками (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 – Балова оцінка органолептичних показників бренді «Арарат» 5 зірок

Показник	Максимальна кількість балів	Отримана оцінка	Примітки
Зовнішній вигляд і прозорість	5	5	Бездоганна прозорість, відсутність осаду

Колір	10	9	Насичений янтарно-золотистий з червонуватими відтінками
Аромат (букет)	30	25	Багатошаровий, з фруктовими, ванільними та деревними нотами
Смак	40	33	М'який, гармонійний, з доброю повнотою та складністю
Типовість	10	8	Відповідає характеристикам вірменського коньяку 5-річної витримки
Післясмак	5	4	Тривалий, приємний, без недоліків
Загальна оцінка	100	84	Дуже добра якість

Загальна оцінка. За результатами органолептичної експертизи бренді «Арарат» 5 зірок демонструє високий рівень якості, характерний для класичних вірменських коньяків середнього цінового сегменту. Напій відзначається гармонійністю всіх органолептичних показників, відсутністю значних недоліків та добре збалансованою структурою. Оцінка за 100-бальною дегустаційною шкалою становить 82-85 балів, що відповідає категорії «дуже добра якість» та підтверджує відповідність продукту заявленим характеристикам преміального сегменту.

Висновки до розділу 3

1. Таким чином, маркування бренді в цілому відповідає вимогам Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів». На маркуванні зазначена харчова цінність, назва і склад продукту, вміст алергенів, рекомендований вік для споживання, дані виробника. Аналіз штрих-коду за допомогою розрахункового алгоритму та програми Decode підтвердив автентичність коду товару. Країна виробництва – Вірменія.

2. Досліджуваний зразок бренді має добру якість за розробленою 100-бальною шкалою. Рівень якості характерний для класичних вірменських коньяків середнього цінового сегменту. Напій відзначається гармонійністю всіх органолептичних показників, відсутністю значних недоліків та добре збалансованою структурою.

РОЗДІЛ 4

МИТНЕ ОФОРМЛЕННЯ ІМПОРТУ БРЕНДІ

4.1 Класифікаційна експертиза брендів

Для цілей митного оформлення будь-якому товару, що переміщується через митний кордон України, присвоюється 10-значний цифровий код згідно класифікатора УКТЗЕД. На основі цих кодів сформовано митний тариф, відповідно до якого кожному товару присвоюється ставка мита. Окрім того кодування також застосовується для забезпечення однозначної ідентифікації товарів і використовується в подальшому при заповненні вантажної митної декларації та товаросупровідних документів, визначенні переліку державних видів контролю, а також декларування товарів на митниці [42]. Структура коду УКТЗЕД наведена на рис. 4.1.



Рисунок 4.1 – Структура 10-значного коду УКТЗЕД

В Українському класифікаторі товарів зовнішньоекономічної діяльності товари згруповано за розділами, групами, товарними позиціями, товарними підпозиціями, найменування і цифрові коди яких уніфіковано з Гармонізованою системою опису та кодування товарів. Структура

десятизнакового цифрового кодового позначення товарів в УКТ ЗЕД 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) [43]. Для докладнішої товарної класифікації використовується сьомий, восьмий, дев'ятий та десятий знаки цифрового коду. Першим етапом класифікаційної експертизи є ідентифікація (табл. 4.1).

Таблиця 4.1 – Ідентифікація бренді

Характеристика	Значення	Значення для класифікації
Найменування товару	Бренді «Арарат» 5 зірок	Визначає товарну групу алкогольних напоїв
Країна походження	Вірменія	Впливає на походження та можливі преференції
Вид напою	Коньяк (бренді)	Визначає конкретну товарну позицію
Спиртуозність	40% об.	Критерій для товарної субпозиції
Витримка	5 років	Може впливати на підсубпозицію
Сировина	Виноградний спирт	Визначає класифікацію в межах алкогольних напоїв
Спосіб виробництва	Дистиляція виноградного вина з витримкою в дубових бочках	Підтверджує належність до коньяків/бренді
Об'єм упаковки	0,5 л, 0,7 л або 1,0 л	Не впливає на код УКТЗЕД (тільки на кількісний облік)
Вміст цукру	Менше 2%	Впливає на підсубпозицію

Класифікація здійснюється послідовним застосуванням шести основних правил інтерпретації УКТЗЕД. Вони описані у поясненнях до класифікатора. Більш детально застосування основних правил описано у таблиці 4.2.

Таблиця 4.2 – Застосування Основних правил інтерпретації УКТЗЕД

Правило	Зміст правила	Застосування до бренді «Арапат» 5 зірок
ОПІ 1	Класифікація визначається відповідно до назв товарних позицій та приміток до розділів або груп	Товар підпадає під розділ IV «Готові харчові продукти», група 22 «Алкогольні і безалкогольні напої та оцет»
ОПІ 2(а)	Будь-яке посилення на товар включає посилення на незавершений або незакінчений товар, якщо він має основні властивості готового товару	Не застосовується, оскільки товар є готовим продуктом
ОПІ 2(б)	Будь-яке посилення на матеріал або речовину включає посилення на суміші або поєднання цього матеріалу з іншими	Не застосовується
ОПІ 3	Застосовується, коли товар потенційно підпадає під дві або більше позицій	Не застосовується, оскільки товар однозначно ідентифікується
ОПІ 4	Товари, класифікація яких неможлива за попередніми правилами, відносяться до товарів, найбільш подібних до них	Не застосовується
ОПІ 5	Стосується упаковки та контейнерів	Пляшка класифікується разом з продуктом

Виходячи з даних таблиці 4.2, для визначення коду бренді не застосовуються правила 2 а, 2 б і 4. Натомість інші правила застосовуються і визначено, що товар підпадає під розділ IV «Готові харчові продукти», група 22 «Алкогольні і безалкогольні напої та оцет». Скляна пляшка не класифікується окремо у розділі, де класифікують вироби зі скла, вона класифікується разом з товаром. Алкогольні напої класифікуються у розділі IV «Готові харчові продукти; алкогольні та безалкогольні напої і оцет; тютюн та його замінники» (16-24 групи) у групі 22 «Алкогольні та безалкогольні напої і оцет» згідно з рис. 4.2.

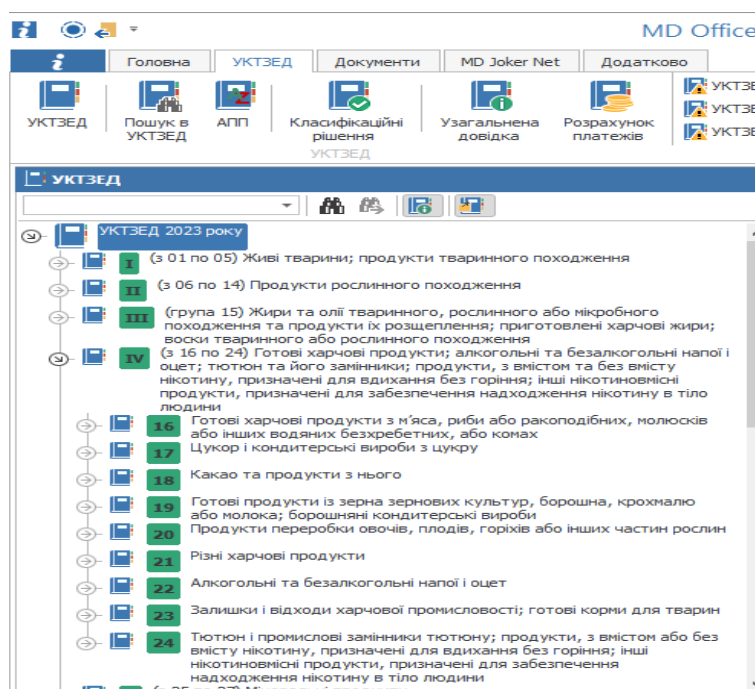


Рисунок 4.2 – Класифікація брендів

Група 22 «Алкогольні та безалкогольні напої і оцет» не включає

- (а) продукти цієї групи (крім продуктів товарної позиції 2209), виготовлені для кулінарних цілей, тим самим не придатні для вживання як напої (в основному товарна позиція 2103);
- (б) морську воду (товарна позиція 2501);
- (с) дистильовану воду, воду для вимірювання електропровідності або воду з аналогічною чистотою (товарна позиція 2853);
- (д) оцтову кислоту з концентрацією понад 10 мас. % (товарна позиція 2915);
- (е) лікарські засоби товарної позиції 3003 або 3004; або
- (ф) парфумерні або туалетні засоби (група 33).

Структура групи 22 наведена на рис. 4.3.

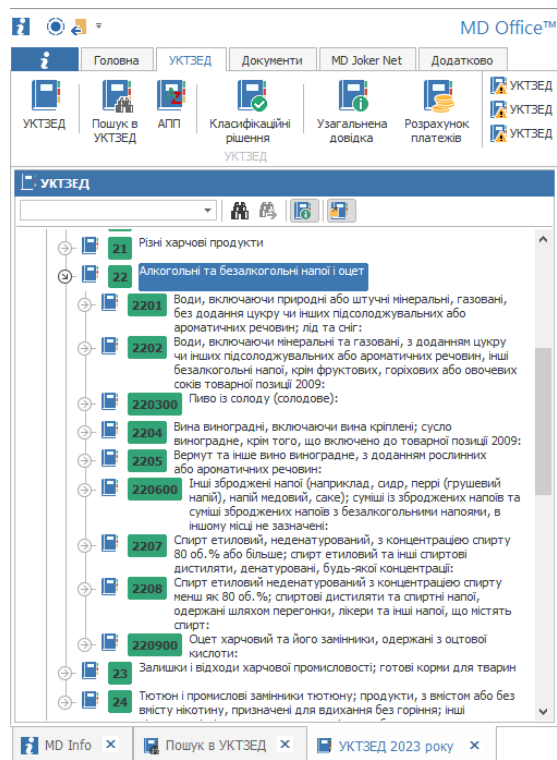


Рисунок 4.3 – Структура групи 22

Виходячи зі змісту групи, бренді, який є напоєм що готується з винограду, класифікується у товарній групі 2208 «Спирт етиловий неденатурований з концентрацією спирту менш як 80 об.%; спиртові дистилляти та спиртні напої, одержані шляхом перегонки, лікери та інші напої, що містять спирт». Товарна позиція має різні рівні класифікації для алкоголю у тарі місткістю менше 2 л і місткістю більше 2 л. Так як бренді ТМ «Арарат» розлито у пляшки меншою місткістю, то

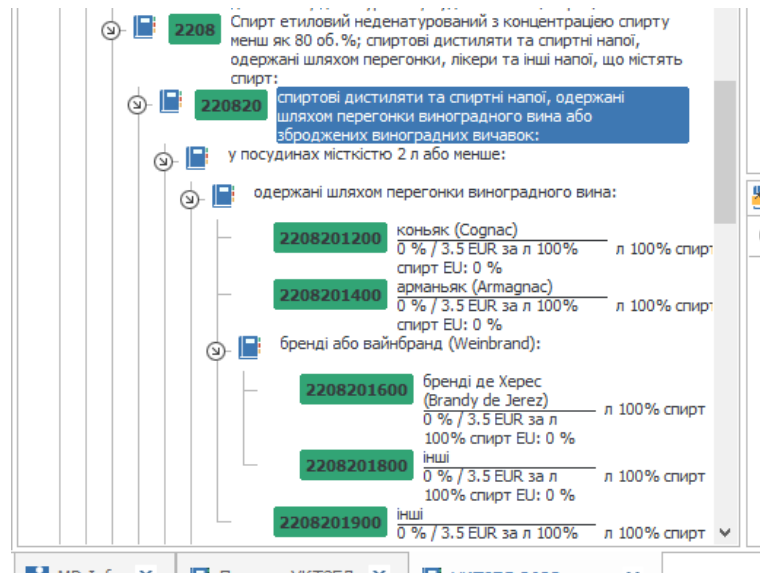


Рисунок 4.4 – Структура товарної підпозиції 220820

Тож, бренді «Арарат» класифікують у товарній підкатегорії 2208201800. Деталізація коду наведена у таблиці 4.3.

Таблиця 4.3 – Деталізація коду 2208201800

Рівень деталізації	Числове позначення згідно з УКТЗЕД	Назва
Розділ	IV	Готові харчові продукти; алкогольні напої і оцет; тютюн та його замінники
Група	22	Алкогольні та безалкогольні напої і оцет
Товарна позиція	2208	Спирт етиловий неденатурований з концентрацією спирту менш як 80 об.%; спиртові дистиляти та спиртні напої, одержані шляхом перегонки, лікери та інші напої, що містять спирт
Товарна підкатегорія	2208201800	інші

Отже, класифікаційне рішення по даному товару наведене у таблиці 4.2.

Таблиця 4.4 – Класифікаційне рішення по товару

Код товару	Опис товару
2208201800	Найменування товару: Бренді «ARARAT» (Арарат) Повна назва товару: Виноградний бренд вірменський «ARARAT» Торгова марка: ARARAT Виробник: Yerevan Brandy Company (Єреванський Коньячний Завод) Країна походження: Республіка Вірменія Власник бренду: Pernod Ricard Group (Франція) Об'єм одиниці товару: 0,7 л (700 мл) Кількість одиниць: 1000 пляшок Загальний об'єм: 700 літрів Міцність (вміст етилового спирту): 40% об. (для стандартних версій)

Отже, класифікаційна експертиза має вирішальне значення для нарахування митних платежів та обрання заходів нетарифного регулювання. Код товару, що є об'єктом дослідження «бренді» 2208201800. Код товару слугуватиме основою для формування довідки по товару.

4.2 Аналіз нормативно-правових актів, що регламентують порядок переміщення брендів через митний кордон України

Знаючи код товару можна сформулювати довідку по товару в програмному комплексі MD Info. Алгоритм її формування наведено на рис. 4.5.

Тип довідки	Загальна довідка
Код товару	2208201800
Країна походження	Вірменія
Довідка на дату:	29.11.2025
Митний режим	Імпорт (IM 40)
Додатково	
Митниця	Одеська митниця
Країна на кордоні	Молдова
Вид транспорту	Морський транспорт

Риснок 4.5 – Формування довідки по товару

Для формування довідки на задану дату необхідно ввести значення коду товару, країни походження, митного режиму, країни на кордоні та виду транспорту. Довідка по товару розміщена у Додатку Б.

Митно-тарифне регулювання регламентують митні платежі відповідного до Митного тарифу України.

Митні платежі, що справляються при переміщенні товару 2208 20 18 00, включають ввізне мито, акцизний збір та податок на додану вартість (ПДВ). Ввізне (імпортне) мито. Ставки ввізного мита регулюються Законом України «Про Митний тариф України»(№ 2697-IX від 19/10/2022) та мають диференційований характер. Повна ставка – встановлена на рівні 3.5 EUR за 1 літр 100% спирту. Ця ставка застосовується до товарів, що походять з країн, з якими Україна не має режиму вільної торгівлі (РВТ), або при відсутності належних преференційних документів. Пільгова ставка (0%) передбачена в рамках міжнародних угод про вільну торгівлю. Застосування нульової ставки можливе за умови подання належних документів, що підтверджують походження товару (наприклад, сертифікат EUR.1 або декларація

походження) та дотримання вимоги "прямого транспортування". Нульова ставка діє для країн Європейського Союзу та асоційованих країн (Андора, Сан-Маріно) (Код преференції – 410); країн ЄАВТ (Ісландія, Норвегія, Швейцарія, Ліхтенштейн) (Код преференції – 403); Великої Британії (Код преференції – 424), де всі мита тимчасово скасовані до 31.03.2029 (Угода № 3 від 08/02/2024); Канади (Код преференції – 420), Ізраїлю (Код преференції – 422) та Північної Македонії (Код преференції – 402), де угоди про РВТ передбачають нульову ставку.

Акцизний збір. Товар 2208201800 є підакцизним, і на нього встановлена ставка 133.31 UAH за 1 літр 100% спирту. Ця ставка діє з 01/03/2024 відповідно до Закону № 3553-IX.

Податок на додану вартість (ПДВ). Ставка ПДВ становить 20%. Базою оподаткування є митна вартість товару з урахуванням усіх інших митних платежів (ввізного мита та акцизного збору). ПДВ є обов'язковим податком, що стягується при ввезенні товару на митну територію України.

Єдиний збір у пунктах пропуску. При переміщенні автомобільним транспортом додатково справляється Єдиний збір, який охоплює плату за контрольні заходи (санітарний, ветеринарний, радіологічний тощо) та проїзд дорогами.

Нетарифне регулювання та заборони передбачають будь-які обмеження, що не пов'язані зі сплатою мита. Для товарної позиції 2208201800 застосовується низка заборон та обмежень, пов'язаних як із загальними вимогами до підакцизних товарів, так і з геополітичною ситуацією. Виноградний дистилят спиртовий (проміжний продукт) – заборонений як імпорт, так і експорт сирого виноградного дистиляту з об'ємною часткою спирту 70-80% (ст. 14 ЗУ № 2245-VIII). Це спрямовано на регулювання ринку сировини. Ввезення без марок акцизного збору: Заборонено ввезення імпортних алкогольних напоїв без належного маркування марками акцизного збору (Постанова КМУ № 1956) [44]. Обіг товару заборонений без маркування, що відповідає вимогам законодавства про безпечність харчових продуктів

(Закон № 1602-VII). Діє заборона на ввезення товарів з Російської Федерації або товарів, країною відправлення яких є РФ (Постанова КМУ № 426), а також заборона на експорт до РФ (Постанова КМУ № 1076). Заборонено пряме чи опосередковане постачання, продаж або придбання цього товару з/до Кореїської Народно-Демократичної Республіки як предмета розкоші. Для здійснення операцій з ввезення/вивезення алкогольних напоїв, суб'єкт господарювання зобов'язаний мати відповідну ліцензію:.. Необхідна діюча ліцензія на право виробництва, оптової або роздрібної торгівлі алкогольними напоями (Закон № 3817-IX, діє з 01/01/2025). Товар підлягає державному контролю за дотриманням законодавства про харчові продукти під час ввезення. Контроль здійснюється за принципом "єдиного вікна" (Постанова КМУ № 1301). При експорті, якщо цього вимагає країна-імпортер, вантаж має супроводжуватися оригіналами міжнародних сертифікатів (наприклад, Сертифікат здоров'я).

Узагальнюючи, митне оформлення бренді (код 2208 20 18 00) в Україні є комплексною процедурою, яка поєднує високе податкове навантаження (акциз, ПДВ) з можливістю застосування нульової ставки ввізного мита для преференційних країн, та суворий ліцензійний і нетарифний контроль для забезпечення безпеки та регулювання ринку підакцизних товарів.

4.3 Нарахування митних платежів на імпорт бренді

Для практичного розуміння процедури митного оформлення та розрахунку митних платежів розглянемо конкретний приклад імпорту вірменського бренді «Арарат» в Україну. Вихідні дані операції: партія товару складає 1000 пляшок по 0,7 літра (загальний об'єм 700 літрів), вартість партії становить 10 000 євро на умовах поставки CPT (Carriage Paid To).

Розрахунок митних платежів здійснюється у кілька етапів відповідно до чинного законодавства України. Першим кроком є визначення митної вартості товару. За курсом 1 євро = 44 грн, митна вартість партії становить 440 000 грн. Саме ця величина є базою для нарахування ввізного мита.

Ввізне мито на алкогольні напої за кодом УКТ ЗЕД 2208 встановлюється відповідно до Митного тарифу України та становить 20% від митної вартості. Таким чином, сума ввізного мита складає 88 000 грн ($440\,000 \times 20\%$).

Особливу увагу необхідно приділити розрахунку акцизного податку, оскільки алкогольні напої є підакцизними товарами. Згідно з підпунктом 215.3.1 Податкового кодексу України, для спиртових дистилятів і спиртних напоїв (код 2208) застосовується ставка 133,31 грн за 1 літр 100-відсоткового спирту. Припускаючи міцність бренді 40%, обчислюємо кількість абсолютного спирту: $700 \text{ літрів} \times 0,40 = 280 \text{ літрів}$ 100-відсоткового спирту. Відповідно, акцизний податок становить 37 327 грн ($280 \times 133,31$).

Податок на додану вартість (ПДВ) нараховується на базу, що включає митну вартість товару, ввізне мито та акцизний податок. База оподаткування ПДВ: $440\,000 + 88\,000 + 37\,327 = 565\,327$ грн. За ставкою 20% сума ПДВ складає 113 065 грн.

Загальна сума митних платежів при імпорті даної партії бренді становить 238 392 грн, що включає: ввізне мито – 88 000 грн, акцизний податок – 37 327 грн, ПДВ – 113 065 грн. Таким чином, загальна вартість товару після сплати всіх митних платежів збільшується до 678 392 грн, що на 54% перевищує первісну вартість. Детальний обрахунок митних платежів зазначно у таблиці 4.5.

Таблиця 4.5 – Нарахування митних платежів

Вид платежу	Сума (грн)
Ввізне мито (20%)	88 000
Акцизний податок	37 327
ПДВ (20%)	113 065
ВСЬОГО	238 392

Нарахування митних платежів наведено на рис. 4.6.

Нарахування платежів (товар № 1)

Курс доллара США: 43, Курс Євро: 44

Збори: Єдиний збір, Про товар, Ставки, Вексель

34. Країна походження: 00

33. Код товару: 2208201800

36. Преференція: 000 000 000

31. К-ть місць: 1000

35. Вага бруто: 1200

38. Вага нетто: 5418

42. Факт.в-ть: 238392

45. Тамож.в-ть: 238392

Вид гарантії: 43.(2)

МВ визнач. декларантом: 238392

ОН: гр.41 Кількість: 1000

Літр 100% спирту

Платежі по товару

Вид	База оподаткування	Ставка	Сума	CO	Вал
020	1000 л 100% с	3,5 EUR	154000	01	980
081	1000 л 100% с	133,31 UAH	133310	01	980
028	525702 грн.	20 %	105140,4	01	980

Неодноразова ставка

МВ \$5,5440 за л 100%: 45. Митна вартість: 238392

МВ \$4,62 за н/кг: 48. Вистощення платежів: 45. Статистична вартість: 238392

Курси валют на 01.12.2025: Долар США: 43; Євро: 44

Рисунок 4.6 – Нарахування митних платежів

Нарахування акцизного податку наведено на рис. 4.7.

Варіанти ставок / Акцизів

32. Товар №: 1

33. Код товару: 2208201800

34. Країна походження: 00

31. К-ть місць: 1000

35. Вага бруто: 1200

38. Вага нетто: 5418

42. Факт.в-ть: 238392

45. Тамож.в-ть: 238392

Ставка

133,31 UAH за Літр 100% спирту

133,31 UAH за Літр 100% спирту

Коментарі

ПКУ від 02.12.2010 № 2755-VI (зі змінами)
Спирт етиловий, неденатурований з концентрацією спирту менш як 80 об. %; спиртові дистилати та спиртні напої, одержані шляхом перегонки, лікери та інші напої, що містять спирт.

ПКУ від 02.12.2010 № 2755-VI (зі змінами)
Спирт етиловий, неденатурований з концентрацією спирту менш як 80 об. %; спиртові дистилати та спиртні напої, одержані шляхом перегонки, лікери та інші напої, що містять спирт.

УВАГА! Із врахуванням роз'яснень ДФСУ стосовно виноробної продукції, для товарів з цим кодом застосовується код видів надходжень бюджету 082.

Застосувати Скасувати

Кінц. дата: 831

5418 EUR

МВ \$4,62 за н/кг: 45. Митна вартість: 238392

МВ \$4,62 за н/кг: 48. Вистощення платежів: 45. Статистична вартість: 238392

Курси валют на 01.12.2025: Долар США: 43; Євро: 44

Риснок 4.7 – Нарахування акцизного податку

Загальна вартість товару після розмитнення: $440\,000 + 238\,392 = 678\,392$

грн

Варто зазначити додаткові вимоги до імпорту алкогольної продукції в Україну. Починаючи з 01 січня 2025 року, імпорт алкогольних напоїв здійснюється суб'єктами господарювання за наявності ліцензії на право оптової або роздрібної торгівлі алкогольними напоями. Крім того, всі алкогольні напої із вмістом етилового спирту понад 8,5% об'ємних одиниць підлягають обов'язковому маркуванню марками акцизного податку, що підтверджує легальність ввезення та сплату акцизного податку.

Даний приклад демонструє складність і багатокомпонентність системи оподаткування імпортних операцій з підакцизними товарами та підкреслює необхідність ретельного планування митних витрат при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

4.4 Митне оформлення брендів використанням програмного продукту «MD Declaration»

Митна декларація (МД) – письмова заява встановленої форми, що подається митному органу й містить відомості про товари, які переміщуються через митний кордон України, та митний режим, у який вони заявляються, а також інформацію, потрібну для здійснення митного контролю, митного оформлення, митної статистики, нарахування податків, зборів та інших платежів [53].

Для здійснення імпорту брендів з Вірменії ТМ «Арарат» була оформлена митна декларація, яка містить 56 граф [54].

Графа 1 «Тип декларації» – зазначається тип митної декларації, в нашому випадку – ІМ 40 АА (імпорт у загальному порядку) (рис.4.8).

✓ Міжнародне перевезення		✓ Перевезення Україною	
1. Тип декларації		4. Митний орган	
IM	40	UA110000 /2025 /	
3. Дод. аркуш		MRN	
1/ 1	MD-3	дата ОНП	
5. Товари		ЕД: Точка	
1	10	7. Референтний номер	
6. Всього пакувань		3	

Рисунок 4.8 – Графа 1 митної декларації

Графа 2 «Відправник / Експортер» – у графі зазначаються відомості про відправника, а саме «Єреванський Коньячний Завод» (Вірменія), а також позначається країна відправлення згідно з класифікатором «АМ» і вказується адреса, (рис.4.9).

*1.1. [IM40AA] Імпорт у загальному порядку	
УНІФІКОВАНИЙ АДМІНІСТРАТИВНИЙ ДОКУМЕНТ (УАД)	
2. Відправник / експортер	країна АМ /
"Єреванський Коньячний Завод"	
Республіка Вірменія, 0082 м. Єреван, проспект Адмірала	
Ідент. №	(1)

Рисунок 4.9 – Графа 2 митної декларації

Графа 3 «Додатковий аркуш» – графа заповнюється, якщо використовуються додаткові аркуші. У першому підрозділі графи зазначається порядковий номер аркуша, у другому – загальна кількість аркушів декларації, включаючи додаткові. В даному випадку в декларації зазначено 1/1 MD3.

Графа 4 «Відвантажувальні специфікації» – графа заповнюється, якщо застосовуються специфікації. Зазначається загальна кількість доданих до МД аркушів специфікацій довільної форми, пакувальних листів або переліків товарів – 0/0.

Графа 5 «Всього найменувань товарів» – проставляється зазначений у графі 32 МД порядковий номер товару, що декларується останнім за цією декларацією.

Графа 6 «Кількість місць» – у графі зазначається (цифрами) загальна кількість місць у декларованій партії товарів – 1 (рис. 4.10).

1/ 1	м.у.ж.	ЕД: 104
5. Товари	✓ 6. Всього пакувань	7
1	10	
✓ 9. Особа, відповідальна за фін. врегулювання		

Рисунок 4.10 – Графи 5,6 митної декларації

Графа 7 «Референтний номер» – у графі проставляються номер прийняття МД (реєстраційний номер) – 3 (рис. 4.11).

7. Референтний номер
3
ег. країна /UA

Рисунок 4.11 – Графи 6, 7 митної декларації

Графа 8 «Одержувач/Імпортёр» – у графі наводяться відомості про одержувача товарів. Одержувачем є підприємство ТОВ «Вина світу» (Україна).

Идент. №	(1)
✓ 8. Одержувач / Імпортёр	країна UA ✓
ТОВ "Вина Світу"	
м. Київ, проспект П.Тичини, 1В	
Идент. №	(1)
✓ 14. Декларант / представник	країна UA /

Рисунок 4.12 – Графа 8 митної декларації

Графа 9 «Особа, відповідальна за фінансове врегулювання» – у графі зазначаються відомості про резидента України, що уклав зовнішньоекономічний договір (контракт).

Графи 11 «Торговельна країна» – у графі проставляється цифровий код торговельної країни відповідно до Класифікатора країн світу – Україна (рис.4.13).



Рисунок 4.13 – Графа 11 митної декларації

Графа 14 «Декларант / Представник» – у графі наводяться відомості про декларанта товарів – ТОВ «МГ Консалтинг» (рис. 4.14).

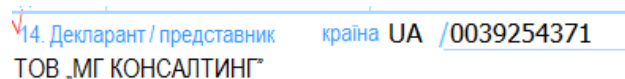


Рисунок 4.14 – Графа 14 митної декларації

Графа 18 «Транспортний засіб відправлення» – у лівому підрозділі графи зазначаються кількість транспортних засобів, через пропуск – відомості про транспортний засіб – Графа 21 «Транспортний засіб на кордоні» – аналогічна графі 18 (рис. 4.15).

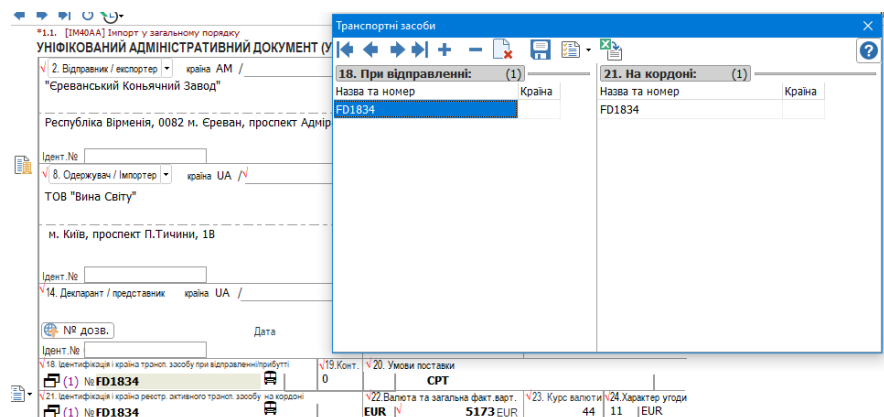


Рисунок 4.15 – Заповнення граф 18 і 19 митної декларації

Графа 19 «Контейнер» – так як вантаж прямує не в контейнері – проставлений 0.

Графа 20 «Умови поставки» – у першому підрозділі графи проставляється цифровий код умови поставки відповідно до Класифікатора умов поставки (СРТ), у другому – зазначення географічного пункту доставки товару (Одеса) (рис. 4.16).

✓ 20. Умови поставки	
СРТ Одеса	
✓ 22. Валюта та загальна факт. варт.	✓ 23. Курс валюти
✓ 24. Характер угоди	

Рисунок 4.16 – Графа 20 митної декларації

Графа 22 «Валюта та загальна фактурна вартість» – у лівому підрозділі наводиться цифровий код валюти договору (контракту) згідно із загальнодержавним Класифікатором валют. У правому підрозділі графі для товарів, що переміщуються за договорами (контрактами) купівлі-продажу зазначається цифрами загальна фактурна вартість цих товарів (рис. 4.17).

✓ 22. Валюта та загальна факт. варт.	✓ 23. Курс валюти	✓ 24. Характер угоди
EUR ✓	5173 EUR	44 11 EUR

Рисунок 4.17 – Митна вартість товару в євро

Графа 23 «Курс валюти» – графі наводиться курс одиниці валюти, зазначеної в лівому підрозділі графі 22, установлений Національним банком України для зовнішньоторговельних операцій на дату прийняття митницею декларації до оформлення – 44,00 грн/євро.

Графа 24 «Характер угоди» – графі зазначається код характеру договору (контракту) згідно з Класифікатором характерів угод. У правому підрозділі графі наводиться цифровий код валюти розрахунку згідно із загальнодержавним Класифікатором валют – 21 EUR (угода у вільноконвертованій валюті).

Графа 25 «Вид транспорту на кордоні» – графі згідно з Класифікатором видів транспорту проставляється код транспортного засобу, зазначеного в графі 21 МД – 30. Графа 26 «Вид транспорту в межах країни» – у графі зазначається код транспортного засобу згідно з Класифікатором видів транспорту – 30 (автомобільний транспорт), (рис. 4.18).

✓ 25. Вид трансп. на кордоні	✓ 26. Вид трансп. в межах країни
30	30

Рисунок 4.18 – Графи 25-26 митної декларації

Графа 28 «Фінансові та банківські відомості» – у графі наводяться фінансові та банківські відомості про особу, що здійснює розрахунки за зовнішньоекономічним договором (контрактом).

Графа 29 «Митниця на кордоні» – у графі зазначаються згідно з Класифікатором митних органів України та їх структурних підрозділів, найменування митного органу, через який передбачається переміщення товарів.

Графа 31 «Вантажні місця та опис товару» – зазначаються точні дані про товар (комерційна та фірмова назва товару, фірма (країна) виробника, характеристики товару, а саме: розміри, номери моделей, стандарти, типи, маркування, розфасування, комплектність тощо), необхідні для його ідентифікації та однозначної класифікації за задекларованим у графі 33 МД товарним кодом згідно з УКТЗЕД (рис. 4.19).

31. Упаковка та опис товару

Вінницька митниця

Товар № 1

Всього товарів: 1

Найменування товару: Бренді «ARARAT» (Арарат)

Повна назва товару: Виноградний бренд вірменський «ARARAT»

Торгова марка: ARARAT

Виробник: Yerevan Brandy Company (Єреванський Коньячний Завод)

Країна походження: Республіка Вірменія

Власник бренду: Pernod Ricard Group (Франція)

2. Місце 11 Упаковка 1

Рисунок 4.19 – Графа 31 митної декларації

Графа 32 «Товар №» – у графі проставляється порядковий номер товару, що декларується в графі 31 – 1.

Графа 33 «Код товару» – у першому підрозділі графи зазначається 10-значний код товару згідно з УКТЗЕД. Структурно код записується без пропусків та інших розподілювальних знаків (рис. 4.20).

32. Товар № **1** 33. Код товару **2208201800**

1801 4300 5509 7028

Рисунок 4.20 – Графа 29 митної декларації

Графа 35 «Вага брутто (кг)» – у графі зазначається вага брутто (у кілограмах) товару, описаного в графі 31 – 2100 кг. Графа 38 «Вага нетто (кг)» – у графі зазначається вага нетто (у кілограмах) товару, описаного в графі 31 – 2000 кг (рис. 4.21).

35. Вага брутто(кг)
2100

38. Вага нетто(кг)
2000

Рисунок 4.21 – Графи 35, 38 митної декларації

Графа 36 «Преференція» – у графі зазначаються цифрові коди податкових пільг, передбачених чинним законодавством щодо товару, задекларованого в графі 31 – 000/000/000.

Графа 37 «Процедура» – графі проставляється згідно з Класифікатором процедур переміщення товарів через митний кордон України 6-значний код процедури переміщення товарів відповідно до заявленого митного режиму (рис. 4.22).

37. ПРОЦЕДУРА
10 00 | ZZ 00

Рисунок 4.22 – Графа 37 митної декларації

Графа 42 «Фактурна вартість товару» – у графі наводиться фактурна вартість товару, декларованого в графі 31 МД, у валюті України за курсом,

установленим Національним банком України на день прийняття МД до митного оформлення (рис. 4.23)

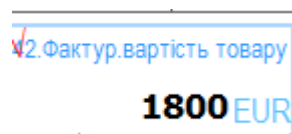


Рисунок 4.23 – Графа 42 митної декларації

Графа 44 «Додаткова інформація/подані документи» – у графі зазначаються реквізити документів, поданих при митному оформленні. У наданій декларації наведені супровідні документи.

Графа 46 «Статистична вартість» – у графі зазначається митна вартість товару в тисячах гривень, що округлюється за правилами округлення – 52,02.

Графа 54 «Місце та дата» – у графі зазначаються місцезнаходження (місце проживання) декларанта, дата заповнення декларації, прізвище, ініціали, посада особи – співробітника підприємства-декларанта, зазначеного в графі 14, проставляється її особистий підпис, а також наводяться номер телефону декларанта, номер Кваліфікаційного свідоцтва особи, уповноваженої на декларування.

Отже, основним документом, на базі якого здійснюється декларування вантажів, є митна декларація, оскільки вона містить усі необхідні відомості стосовно товару. До митної декларації вносяться відомості про експортера, імпортера, декларанта, банківську установу, вартість, країну походження та призначення товару, код за УКТЗЕД, подані до митного оформлення документи тощо.

Висновки до розділу 4

1. Класифікаційна експертиза має вирішальне значення для визначення заходів тарифного та нетарифного регулювання товару. Код бренді за УКТЗЕД – 2208201800. Найменування товару: Бренді «ARARAT» (Арарат). Повна назва товару: виноградний бренд вірменський «ARARAT». Торгова марка: ARARAT. Виробник: Yerevan Brandy Company (Єреванський Коньячний Завод). Країна походження: Республіка Вірменія. Власник бренду: Pernod Ricard Group (Франція)
2. Заходи тарифного і нетарифного регулювання імпорту бренді включають митні платежі: мито, акцизний податок, ПДВ, а також квоти та обмеження.
3. На імпорт бренді нараховуються митні платежі – ввізне мито (20%), акцизний податок і ПДВ (20%). Загальна кількість платежів на партію бренді склала 238392 грн.
4. Основним документом, на базі якого здійснюється декларування імпорту бренді, є митна декларація на блінку єдиного адміністративного документа, оскільки вона містить усі необхідні відомості стосовно товару, загальна кількість граф – 54. Декларація заповнюється у програмі MD Office. До митної декларації вносяться відомості про експортера, імпортера, декларанта, банківську установу, вартість, країну походження та призначення товару, код за УКТЗЕД, подані до митного оформлення документи тощо.

ВИСНОВКИ

1. Український ринок брендів знаходиться у стадії трансформації, інтегруючись у європейські норми та демонструючи зростаючий інтерес до високоякісних імпортних та вітчизняних напоїв. Основними країнами, що представлені на ринку є Вірменія, Грузія, Франція, Італія. Ринок міцних алкогольних напоїв в Україні демонструє стійке зростання у 2024 році, відновившись після кризи 2022 року. Основними трендами є переорієнтація споживачів на міцні напої, зростання популярності нішових категорій (джин, текіла, ром), розвиток вітчизняного крафтового виробництва та посилення боротьби з нелегальним алкоголем. Сегмент брендів та віскі залишається важливою складовою ринку, що потребує належної експертизи та митного контролю.

3. Маркування брендів в цілому відповідає вимогам Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів». На маркуванні зазначена харчова цінність, назва і склад продукту, вміст алергенів, рекомендований вік для споживання, дані виробника. Аналіз штрих-коду за допомогою розрахункового алгоритму та програми Decode підтвердив автентичність коду товару. Країна виробництва – Вірменія.

4. Досліджуваний зразок брендів має добру якість за розробленою 100-бальною шкалою. Рівень якості характерний для класичних вірменських коньяків середнього цінового сегменту. Напій відзначається гармонійністю всіх органолептичних показників, відсутністю значних недоліків та добре збалансованою структурою.

5. Класифікаційна експертиза встановила, що код брендів за УКТЗЕД – 2208201800. Повна назва товару: виноградний брендів вірменський «ARARAT». Торгова марка: ARARAT. Виробник: Yerevan Brandy Company (Єреванський Коньячний Завод). Країна походження: Республіка Вірменія. Власник бренду: Pernod Ricard Group (Франція). Код товару слугуватиме основою для визначення заходів тарифного і нетарифного регулювання.

6. Заходи тарифного і нетарифного регулювання імпорту бренді включають митні платежі: мито, акцизний податок, ПДВ, а також квоти та обмеження. Хоча ліцензування як таке для більшості товарів скасовано, для оптової торгівлі, імпорту, експорту та роздрібної торгівлі алкогольними напоями потрібна окрема ліцензія, яку видає відповідний орган виконавчої влади (Закон України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пального»). Обов'язкове маркування імпортованих алкогольних напоїв марками акцизного податку встановленого зразка. Відсутність або пошкодження марок є підставою для заборони реалізації.

7. На імпорт бренді нараховуються митні платежі – ввізне мито (20%), акцизний податок і ПДВ (20%). Загальна кількість платежів на партію бренді склала 238392 грн.

8. Основним документом, на базі якого здійснюється декларування імпорту бренді, є митна декларація на блінку єдиного адміністративного документа, оскільки вона містить усі необхідні відомості стосовно товару, загальна кількість граф – 54. Декларація заповнюється у програмі MD Office. До митної декларації вносяться відомості про експортера, імпортера, декларанта, банківську установу, вартість, країну походження та призначення товару, код за УКТЗЕД, подані до митного оформлення документи тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Романенко О.Л. Виробництво та асортимент коньяку. О.Л.Романенко, В.С Михайловський: Київ, КНТЕУ, 2000. 40с.
2. Як зростає ринок алкоголю: аналіз сучасних тенденцій [Електронний ресурс] // Drinks.ua. – 02.06.2025. – Режим доступу: <https://drinks.ua/news/iwsr-alcoholic-drinks-industry-to-grow/> (дата звернення: 07.12.2025).
3. Батутіна А.П., Експертиза товарів: підручник / А.П. Батутіна, І.В. Ємченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 278 с.
4. Аналіз ринку алкогольних напоїв в Україні (2021 – І кв. 2024 рр.) [Електронний ресурс] / Pro-Consulting. – Київ, 2024. – Режим доступу: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-alkogolnyh-napitkov-v-ukraine-2021-i-kv-2024-gg> (дата звернення: 07.12.2025).
5. 5 актуальних алкогольних трендів, які змінюють ринок вже сьогодні, від популярного в Європі бренду хенд-крафтед джину Knut Hansen [Електронний ресурс] // NV. – 2024. – 4 липня. – Режим доступу: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/aktualni-trendi-na-globalnomu-rinku-alkogolyu-knut-hansen-providniy-brend-kraftovogo-dzhinu-50427785.html> (дата звернення: 07.12.2025).
6. Лі, Р. 8 найкращих виробників пляшок для текіли – вичерпний посібник для роздрібних торговців та дистриб'юторів [Електронний ресурс] // Roetell Glass. – 2023. – 9 вересня. – Режим доступу: <https://www.roetell.com/uk/top-8-tequila-bottle-manufacturers-a-comprehensive-guide-for-retailers-distributors/> (дата звернення: 07.12.2025).
7. Класифікація витримки Cognac/Brandy та їх порівняння [Електронний ресурс] // Drink Me!. – 2025. – 5 лютого. – Режим доступу: <https://drinkme.ua/news/klasifikaciya-vitrimki-cognac-brandy-ta-jih-porivnyannya> (дата звернення: 07.12.2025).

8. Ткаченко А. С., Басова Ю. О., Губа Л. М. Адаптивне управління митною логістикою харчових продуктів із географічно захищеними назвами. // Економіка та суспільство. 2025. Вип. № 77. С. 45–56.

9. Асортимент коньяків і брендів [Електронний ресурс] / Сільпо. – Київ : Fozzy Group, [2025]. – Режим доступу: https://silpo.ua/category/koniak-brendi-4467?srsId=AfmBOooFZAQk8_6Ag0KmBa5wwXgh-hPjpD8f-l7SAyf8Vkl-FnFe7Zbp (дата звернення: 07.12.2025).

10. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. Офіційний вісник України. 2014. № 75. С.Код акту 76192/2014. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011

11. Закон України «Про особливості правової охорони географічних зазначень для сільськогосподарської продукції та харчових продуктів, захист прав та застосування схем якості, включаючи традиційні гарантовані особливості для сільськогосподарської продукції та харчових продуктів» від 06.09.2022 № 2572-IX. Відомості Верховної Ради України. 2022. № 40. Ст. 165. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2572-20#Text>

12. Закон України «Про географічні зазначення спиртних напоїв» від 01.12.2022 № 2800-IX. Відомості Верховної Ради України. 2023. № 53. Ст. 158. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/511295___778650

13. Реєстр географічних зазначень. Офіційний сайт Національного органу інтелектуальної власності (УРНОІВІ). URL: <https://nipo.gov.ua/reiestr-heohrafichnykh-zaznachenn/> (дата звернення: 30.06.2025).

14. Дубініна А. А., Овчиннікова І. Ф., Дубініна С. О. та ін. Методи визначення фальсифікації товарів : підруч. / Дубініна А. А., Овчиннікова І. Ф., Дубініна С. О., Летута Т. М., Науменко М. О. – Київ : Вид. дім «Професіонал», 2010. – 272 с.

15. Продовольчі товари (лабораторний практикум): Навч. посіб. /Н. В. Притульська, Г. Б. Рудавська, В. А. Колтунов та ін. — К.: Київ. нац. торг. — екон. ун-т, 2007. — 505 с.
16. Дудла І. О. Захист прав споживачів: Навч. посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2007 — 448 с.
17. Вина Світу [Електронний ресурс] : інтернет-магазин. — Київ : [ТОВ "Віна Світу"], [2025]. — Режим доступу: <https://shop.wineworld.com.ua/> (дата звернення: 07.12.2025).
18. Коньячний завод ARARAT в Єревані [Електронний ресурс] : Наш коньячний завод. — Єреван : Єреванський Коньячний Завод, 2025. — Режим доступу: <https://araratbrandy.com/ru/factory/> (дата звернення: 07.12.2025).
19. Назаренко Л. О. Експертиза товарів [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Л. О. Назаренко. — [Б. м.] : TextBook, [2025]. — Режим доступу: <http://textbook.com.ua/tovaroznnavstvo/1473453390> (дата звернення: 07.12.2025).
20. Ідентифікація та митні формальності при переміщенні товарів. [текст]: навчальний посібник / За заг.ред О.В. Пахолюк та О.І. Передрій. — Луцьк: ЛНТУ, 2023. — 306 ...
21. ДСТУ 4700:2006. Коньяки України. Технічні умови : [Чинний від 2008–02–01]. — Київ : Держспоживстандарт України, 2007. — 12 с. — (Національний стандарт України).
22. Пестіна, Г. О. Аромат харчових продуктів: хімічна природа та основні характеристики / Г. О. Пестіна // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. — 2012. — Вип. 1 (15). — С. 456–462.
23. Ткаченко О. Б., Каменева Н. В., Тітлова О. О. Основи сенсорного аналізу харчових продуктів : навч. посіб. / О. Б. Ткаченко, Н. В. Каменева, О. О. Тітлова. — Олді+, 2020. — 304 с.
24. Сенсорний аналіз : навчальний посібник / Н. В. Голембовська [та ін.]. - К. : НУБіП України, 2023. - 321 с.

25. Сенсорний аналіз харчових продуктів : навч. підручник / Ф. Ф. Гладкий [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : Технологічний центр, 2018. – 131 с.

26. Ткаченко А. Ідентифікація та класифікаційна експертиза цукру для митного декларування з використанням інструментів штучного інтелекту. // Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences. 2025. Том 340, Вип. 2. С. 278–285.

27. Митний кодекс України: Кодекс України; Закон, Кодекс від 13.03.2012 No 4495-VI. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#doc_info2.

28. Про Митний тариф України; Закон України від 19.10.2022 No 2697-IX URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-20#Text3>.

29. Про затвердження Порядку ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 21.05.2012 № 428. // Верховна Рада України. – Київ, 2012. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/428-2012-%D0%BF> (дата звернення: 07.12.2025).

30. Основні правила інтерпретації Гармонізованої системи [Електронний ресурс] / Фрідман. – [Київ] : Friedman, [2025]. – Режим доступу: <https://friedman.com.ua/ua/info/customs-clearance/classification-of-goods/osnovnye-pravila-interpretacii-garmonizirovannoj-sistemy-378/> (дата звернення: 07.12.2025).

31. MD Office [Електронний ресурс] : митне оформлення. – [Київ] : [ТОВ "Арт Софт"], [2025]. – Режим доступу: <https://www.mdoffice.com.ua/ua/amain.html> (дата звернення: 07.12.2025).

32. Закон України Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів від 06.12.2018 р. № 2639-VIII. Київ: Верховна Рада України. URL: актуальне посилання на "Законодавство України" (наприклад, на сайті ВРУ).

33. Система сертифікації УкрСЕПРО. Знак відповідності. Форма, розміри, технічні вимоги та правила застосування : ДСТУ 2296-93. – Дата введення в дію 01-01-1996 – К.: Держспоживстандарт, 1996. – 10 с. – (Державний стандарт України).

34. Пунтус М. Ніяких українських фета, коньяку й рокфору: як діє закон про географічні назви брендів [Електронний ресурс] / Марія Пунтус // Bazilik Media. – 2023. – 6 вересня. – Режим доступу: <https://bazilik.media/niiakyykh-ukrainskykh-feta-koniaku-j-rokforu-iak-diie-zakon-pro-heohrafichni-nazvy-brendiv/> (дата звернення: 07.12.2025).

35. Олійник О. С. Особливості штрихкодування продовольчих та непродовольчих товарів підприємствами торгівлі. // Економіка і суспільство. 2016. № 7. С. 98–105.

36. Постанова КМУ №574 – Постанова КМУ від 29.05.96 р. №574 «Про введення штрихового кодування товарів». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4581-13>.

37. Рекомендації №383 – Рекомендації по застосуванню внутрішніх штрихових кодів для маркування товарів на підприємствах сфери торгівлі, затверджені наказом МЗЕЗ торгу України від 26.06.98 р. №383. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/4687-13>.

38. Про виноград та виноградне вино: Закон України №31 від 2005 у редакції від 01.01.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2662-15>

39. Обсяги виробництва коньяку в Україні. Офіційний сайт державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 22.09.25)

40. Технологія спирту / В. О. Маринченко, В. А. Домарецький, П. Л. Шиян, В. М. Швець, П. С. Циганков, І. Д. Жолнер. – Вінниця : Поділля2000, 2003. – 496 с.

41. Колеснікова О. Є. Основи дегустаційної оцінки якості спирту і лікєро-горілочаних виробів : метод. рекомендації / О. Є. Колеснікова, О. П. Осипенко. – ІПДО НУХТ, 2002. – 20 с.

42. Визначення коду товару, класифікація товару згідно УКТЗЕД. Підбір коду товару згідно УКТЗЕД [Електронний ресурс] : послуги компанії «Брокстар». – Режим доступу: <http://brokstar.com.ua/ua/poslugi/viznachennja-kodu-tovaru>. – Brokstar Co customs clearance. – Дата звернення 15.12.2016.

43. Калінський Є. О., Дrajниця С. А. Особливості проведення товарознавчих експертиз із визначення кодів товару згідно з УКТ ЗЕД. // Вісник Херсонського національного технічного університету. 2024. № 2(89). DOI: 10.35546/kntu2078-4481.2024.2.38. – Режим доступу: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2024.2.38> (дата звернення: 07.12.2025).

44. Про запровадження марок акцизного збору на імпорتنі алкогольні напої з вмістом спирту етилового від 1,2 до 8,5 відсотка об'ємних одиниць та внесення змін і доповнень до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо порядку реалізації алкогольних напоїв та тютюнових виробів [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 10.12.1998 № 1956. // Верховна Рада України. – Київ, 1998. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1956-98-%D0%BF#Text> (дата звернення: 07.12.2025).

45. Деякі питання здійснення державного контролю товарів, що переміщуються через митний кордон України : Постанова Кабінету міністрів України № 1031 редакція від 22.05.2016 [Електронний ресурс] : офіційний веб-портал Верховної ради України. Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1031-2011-%D0%BF>. – Постанова Кабінету міністрів України Деякі питання здійснення державного контролю товарів, що переміщуються через митний кордон України. – Дата звернення 14.09.2025.

46. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів : Закон України № 1602-18 редакція від 22.07.2014 [Електронний ресурс] : офіційний веб-портал Верховної ради України. Законодавство України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1602-18>. – Про внесення змін до деяких

законодавчих актів України щодо харчових продуктів. – Дата звернення 14.09.2025.

47. Митні документи та специфіка їх оформлення [Електронний ресурс]: Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. – Режим доступу:

http://pidruchniki.com/19170806/ekonomika/mitni_dokumenty_spetsifika_oformлення. – Навчальні матеріали онлайн. – Дата звернення: 17.09.2025

48. Що таке інвойс? [Електронний ресурс] : Бізнес-UA!. – Режим доступу: <http://biznesua.com.ua/shho-take-invoys/>. – Що таке інвойс?. – Дата звернення: 17.09.2025.

49. Про затвердження Порядку заповнення та видачі митницею сертифіката з перевезення товару EUR.1 відповідно до Угоди про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ : Наказ Міністерства фінансів України № № 652 від 29.05.2014 [Електронний ресурс] : офіційний веб-портал Верховної ради України. Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0644-14>. – Про затвердження Порядку заповнення та видачі митницею сертифіката з перевезення товару EUR.1 відповідно до Угоди про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ. – Дата звернення 14.09.2025.

50. Митна декларація як основний документ при здійсненні митного оформлення вантажів [Електронний ресурс]: Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/10140827/ekonomika/vantazhna_mitna_deklaratsiya_osnovniy_dokument_pri_zdiysnenni_mitnogo_oformlennya_vantazhiv. – Навчальні

Додаток А

Додаток А. Тези конференції

Сучасні підходи до проведення експертизи харчових продуктів для митного оформлення
15.Торгівля

А.Д. Пробало, Д.Є. Свідерська, Є. О.Тимошенко, І.Я. Фірсов, спеціальність Підприємництво та торгівля, група ТЕМС-21

*А.С.Ткаченко, професор кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи, д.т.н., доцент, науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

У сучасних умовах глобалізації та розширення міжнародної торгівлі харчовими продуктами питання якості, безпечності та достовірності товарів набуває особливого значення. Експертиза харчових продуктів для митного оформлення є важливою складовою контролю за переміщенням товарів через митний кордон та гарантією захисту прав споживачів і національних інтересів держави. Метою митної експертизи є встановлення справжності, якості, безпечності харчових продуктів, їх відповідності заявленим характеристикам та нормативним вимогам [1, 2]. Мета дослідження – аналіз сучасних підходів та методів проведення експертизи харчових продуктів у контексті митного оформлення, визначення їх переваг та перспектив застосування. Класифікація видів митної експертизи включає товарознавчу, санітарно-гігієнічну, фітосанітарну та ветеринарно-санітарну експертизу. Процедура митної експертизи включає такі етапи:

1. Призначення експертизи митним органом або на підставі заяви декларанта.
2. Відбір проб відповідно до встановленої методики.
3. Проведення досліджень акредитованою лабораторією.
4. Оформлення експертного висновку з результатами досліджень[1].

Методи, що застосовуються у митній експертизи наведені у таблиці 1. Вони включають класичні загальноприйняті методи, проте в сучасному світі досить активно використовується штучний та емоційний інтелект для проведення експертиз, зокрема визначення коду товарів.

Таблиця 1 – Методи, що застосовуються у митній експертизі харчових продуктів

Назва методу	Характеристика
Органолептичні методи	Використання стандартизованих дегустаційних методик, бальових шкал оцінювання та залучення кваліфікованих експертів-дегустаторів
Фізико-хімічні методи	Включають визначення основних показників якості: вологості, кислотності, вмісту сухих речовин, цукрів, білків, жирів, вітамінів.
Хроматографічні методи	Газова та рідинна хроматографія використовуються для ідентифікації та кількісного визначення органічних сполук, харчових добавок, барвників, консервантів, ароматизаторів, залишків пестицидів та ветеринарних препаратів
Молекулярно-генетичні методи	ПЛР, ДНК-баркодинг використовуються для видової ідентифікації продуктів тваринного та рослинного походження, виявлення генетично модифікованих організмів (ГМО), визначення автентичності та походження товару
Мікробіологічні методи	Включають класичні методи посіву та культивування, а також сучасні експрес-методи (імунохроматографія, біолоюмінесценція, ПЛР) для швидкого виявлення патогенних мікроорганізмів

Прийняття митного рішення на основі висновку базуються на комплексному застосуванні традиційних та інноваційних методів дослідження. Інтеграція класичних органолептичних і фізико-хімічних методів з сучасними інструментальними технологіями (хроматографія, спектроскопія, молекулярна діагностика) дозволяє забезпечити достовірну ідентифікацію, оцінку якості та безпечності харчових продуктів. Впровадження експрес-методів, цифровізація процесів та міжнародна гармонізація стандартів сприяють підвищенню ефективності митного контролю, захисту внутрішнього ринку та прав споживачів. Можливості використання штучного та штучного емоційного інтелекту у експертизі харчових продуктів наведені у таблиці 2.

Таблиця 2 - Можливості використання штучного та штучного емоційного інтелекту у експертизі харчових продуктів

Напрямок застосування	Штучний інтелект (AI)	Штучний емоційний інтелект (Emotional AI)
Органолептична оцінка	Порівняння з еталонними зразками	Розпізнавання емоційних реакцій дегустаторів (міміка, жести) при оцінці смаку та аромату.
Виявлення фальсифікації	Аналіз спектральних даних (NIR, FTIR) за допомогою нейромережі для виявлення домішок, підробок, замін компонентів	Аналіз поведінки постачальників при співбесідах, виявлення ознак неправдивості через мікроекспресії
Ідентифікація продукту	Розпізнавання зображень для ідентифікації виду, сорту, походження. Аналіз ДНК-баркодингу з використанням AI	Верифікація походження через аналіз емоційних реакцій виробників при описі технології виробництва
Класифікація за УКТЗЕД	Автоматичне визначення коду товару на основі опису, характеристик	-

Подальший розвиток митної експертизи пов'язаний з використанням штучного інтелекту, розширенням можливостей дистанційного аналізу та створенням єдиних цифрових платформ для обміну інформацією про якість та безпечність харчових продуктів у міжнародній торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI (зі змінами).
2. Закон України "Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів" від 23.12.1997 № 771/97-ВР.

Додаток Б

Довідка по товару

Довідка по товару 1905 31 99 00 на 28/10/2025

Увага! Довідка по товару приведена без договорів про вільну торгівлю

Додаткова одиниця виміру: відсутня

Напрямок переміщення: вивезення

Найменування товару

Готові продукти із зерна зернових культур, борошна, крохмалю або молока; борошняні кондитерські вироби

Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао; вафельні пластини, порожні капсули, придатні для використання у фармацевтиці, вафельні облатки для запечатування, рисовий папір та аналогічні продукти:

-печиво солодке сухе; вафлі та вафельні облатки:

--печиво солодке сухе:

---інші:

----інші:

-----інші

Коди відповідності товарів УКТЗЕД 2011 року

1905319900

Платежі при експорті товару

Нетарифне регулювання

Сертифікати, дозволи, висновки та ін.

Радіологічний контроль (вивезення)

Код документу 5504 Інформація про позитивні результати здійснення радіологічного контролю товару (наявність на товаросупровідних документах відбитку штампу "Радіологічний контроль ввіз/вивіз дозволено")

Радіологічний контроль проводиться посадовими особами Державної екологічної інспекції.

Контроль наземних транспортних засобів і товарів здійснюється один раз:

- в митних органах відправлення або у пунктах пропуску через державний кордон України, крім випадків переміщення (пересилання) товарів у міжнародних поштових відправленнях та експрес-відправленнях.

п/п.5) п. 2 Радіологічному контролю підлягають товари груп 1 - 97 згідно з УКТЗЕД (крім електроенергії - код товару згідно з УКТЗЕД 2716 00 00 00 та товарів, що переміщуються трубопровідним транспортом).

У разі наявності та належного функціонування у пунктах пропуску комплексів автоматизованого контролю радіологічний контроль здійснюється виключно у разі перевищення природного радіаційного фону, встановленого комплексами.

Документ: [Постанова, КМУ] від 13.10.2015 № 953

Діє: з 26/12/2015

Міжнародні сертифікати на харчові продукти, що вивозяться

Стаття 60. Умови, які застосовуються до вантажів з харчовими продуктами, що експортуються

1. Якщо цього вимагає країна-імпортер, вантажі з експортованими харчовими

продуктами повинні супроводжуватися оригіналами міжнародних сертифікатів або інших документів, які вимагаються законодавством країни призначення, виданих компетентним органом.

Документ: [Закон, ВРУ] від 22.07.2014 № **1602-VII**

Діє: з 20/09/2015

Експертні висновки уповноважених органів

Код документу 9000 Інші неклаسیфіковані документи

На продукцію, що призначається для експорту з території радіоактивного забруднення видається сертифікат на вміст радіоактивних речовин (МОЗ, Мінагрополітики, Держкомлісгоспу України)

Документ: [Постанова, КМУ] від 26.10.2000 № **1610**

Діє: з 26/10/2000

Документи про походження товарів з України (БЕЗ Крим)

Коди документів:

7001 Сертифікат про походження товару форми А

7003 Сертифікат з перевезення (походження) товару форми EUR.1

7006 Сертифікат про походження товару форми СТ-1

7007 Сертифікат про походження товару з України (загальна форма)

7009 Офіційний лист уповноваженого органу, отриманий на запит митного органу з приводу перевірки достовірності сертифіката про походження товару чи відомостей, що в ньому містяться

7010 Сертифікат про регіональне найменування товару

7011 Сертифікат про походження товару загальної форми

7012 Декларація інвойс складена уповноваженим (схваленим) експортером

7013 Засвідчена декларація про походження товару

7014 Декларація про походження товару

7015 Сертифікат про походження товару форми "У-1"

Митне оформлення товарів, що були ввезені з території БЕЗ "Крим" на іншу територію України та вивозяться за межі митної території України як товари українського походження, здійснюється відповідно до Митного кодексу України на іншій (крім окупованої) території України з обов'язковим наданням митниці документів, що підтверджують походження товарів з України, передбачених розділом II Митного кодексу України та/або відповідною міжнародною угодою.

Країна: Україна

Товари, які згідно з розділом II Митного кодексу України відповідають критеріям повністю вироблених, достатньо перероблених чи ввезені на митну територію України та випущені для вільного обігу на тимчасово окупованій території України, вважаються товарами походженням з України та вільно переміщуються на іншу територію України без застосування будь-якого мита, передбаченого главою 42 Митного кодексу України, за умови подання сертифіката про походження товару з України, що видається торгово-промисловими палатами на іншій території України.

Країна: Україна

Документ: [Закон, ВРУ] від 12.08.2014 № **1636-VII**

Діє: з 27/09/2014

Оформлення за принципом "єдиного вікна"

Радіологічний контроль, єдине вікно

У пунктах пропуску, в яких забезпечено функціонування комплексів автоматизованого контролю за переміщенням радіоактивних речовин, радіологічний контроль вважається завершеним, якщо товари випущені з пункту пропуску. У такому разі інформаційна

система на підставі відмітки посадової особи митниці про пропуск товарів автоматично формує дані про здійснення контролю.

У пунктах пропуску, у яких не забезпечено функціонування комплексів, або в митницях призначення (відправлення) екоінспектори вносять до системи відмітку про його здійснення (див. ПКМУ від 25 травня 2016 р. № 364).

Радіологічний контроль здійснюється один раз.

Радіологічному контролю підлягають товари груп 1 - 97 згідно з УКТЗЕД (крім електроенергії - код товару згідно з УКТЗЕД 2716 00 00 00 та товарів, що переміщуються трубопровідним транспортом).

Документ: [Постанова, КМУ] від 05.10.2011 № **1031**

Діє: з 01/08/2016

Митне оформлення

Аналіз критеріїв ризику експорту (співвідношення вартість/кількість)

Код документу 1701 Акт про проведення огляду (переогляду) товарів, транспортних засобів, ручної поклажі та багажу

Здійснюється аналіз структури експортних відправлень із аналізом вартісних та кількісних показників, їх тенденцій та змін за поточний рік у здійсненні окремими суб'єктами ЗЕД експортних операцій, практики застосування посередницьких схем при здійсненні посередницьких операцій.

Визначені критерії ризику:

- задекларована фактурна вартість одного кілограму товару прирівняна або перевищує 3 000 гривень;

- експорт товарів за фактурною вартістю в десять та більше разів перевищує їх вартість при імпорті товарів на територію України;

Митне оформлення товарів за вищезазначеними критеріями здійснюється за погодженням з ЦБАРА, а також із обов'язковим залученням фахівців відділів контролю митної вартості та номенклатури, підрозділів ЦМУЛДЕР, співробітників відділень по боротьбі з контрабандою та ПМП.

Документ: [Лист, ДМСУ] від 03.08.2004 № **25/2-43/9619-ЕП**

Діє: з 03/08/2004

Пункти пропуску

Пункти контролю товарів, які переміщуються через ВЕЗ "КРИМ"

Поміщення товарів у митний режим вільної митної зони, а також зміна цього митного режиму здійснюються органом доходів і зборів, у зоні діяльності якого знаходиться така зона.

Митне оформлення товарів здійснюється у відповідних підрозділах митного оформлення Херсонської та Запорізької митниць

Документ: [Лист, ДФСУ] від 26.09.2014 № **5626/7/99-99-24-01-06-17**

Діє: з 26/09/2014

Про товари

Класифікація товарів

Митні органи класифікують товари, тобто відносять товари до класифікаційних групувань, зазначених в УКТЗЕД.

Порядок ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності передбачає прийняття рішень щодо класифікації та кодування товарів в УКТЗЕД.

Рішення митних органів щодо класифікації товарів для митних цілей є обов'язковими.

Такі рішення оприлюднюються у встановленому законодавством порядку. У разі незгоди з рішенням митного органу щодо класифікації товару декларант або уповноважена ним

особа має право оскаржити це рішення у порядку, встановленому главою 4 МК України. (стаття 69 МКУ).

Борошняні кондитерські вироби частково покриті зверху глазур'ю та шматочками полуниці, придатні для безпосереднього вживання в їжу. Розфасовані в пакети по 32гр. Склад виробу: мука - пшенична 40,12%, рослинне масло (пальмове -13,99%), цукор-12,92%, крохмаль (загущувачі, наповнювачі) – 2,41%, вершкове масло -2,41%, стабілізатор (лактоза) -2,09%, сіль -0,37%, ароматизатори (молоко, ванілін) – 0,12%, розпушувач (бікарбонат амонію, бікарбонат натрію) – 0,09%, харчова добавка Е160а - 0,08%. Вміст води -1%. Склад глазури: цукор – 13,89%, глюкоза безводна – 3,46%, сивороточний порошок – 3,46%, полуничний порошок, шматочки полуниці, молоко сухе цільне – 3,46%, емульгатори (лецитин, Е476) -0,13%, барвник, лимонна кислота.

Документ: [Реєстр, ДМСУ] від 11.02.2013 № 6/н

Діє: з 11/02/2013

Див. розділи:

MD Info "Информация" - "Классификационные решения"

MD Explorer "Розділи" - "Класифікаційні рішення ДМСУ"

на офіційному сайті ДМСУ: Інформація про класифікаційні рі

Додаток В

Invoice № 11

Date of export. 15.10.2025				Export Reference(i.e. order no., invoice no., etc):				
Shipper/Exporter (complete name and address): UE HEALTHY FOOD INTERNATIONAL LIMITED				Recipient (complete name and address): Aushant, Poland				
Country of export: Ukraine				Importer – if other then recipient (complete name and address):				
Country of manufacture: Ukraine								
Country of ultimate destination: <i>Poland</i>								
International Air Waybill Number: <i>Номер накладной: 23</i>				Currency: <i>Euro</i>				
Marks/nos	No. of pkgs	Type of packaging	Full Description of goods	Qty	Units of measure	Weight	Unit value	Total value
1	-	PP	Cooki for children “Malyatko”	12500	kg	2000	0,90	1800
	Total No. of Pkgs					Total Weight 2000		Total invoice value 1800
I declare all information contained in this invoice to be true and correct. _____ Date/ <i>Дата</i> : 01.10.2025								Tick X CPT

Додаток Г Сертифікат EUR-1

88

1. Exporter (Name, full address, country) UE HEALTHY FOOD INTERNATIONAL LIMITED 1060, Нікосія, 11 Бумбулі, 3 поверх. Директор: ASK MANAGEMENT LIMITED.		EUR.1 No A 2345567	
		Bee notes overlook before completing this form	
1. Consignee (Name, full address, country) (Optional) Aushan, Gdansk, Poland		2. Certificate used in preferential trade between Ukraine and Poland	
		4. Country, group of countries or territory in which the products are considered as originating Ukraine	5. Country, group of countries or territory of destination Poland
6. Transport details (Optional) car		7. Remarks	
8. Item number, Marks and numbers; Number and kind of packages (*); Description of goods cookies Maria Classic		9. ► ⁽¹⁾ Gross mass (kg) ◀ or other measure (liter, m³, etc.) 2000	10. Invoices (Optional) 1800 €
11. CUSTOMS ENDORSEMENT Declaration certified Export documents (invoice # 11? CMR # 487) From Ukraine Customs office Lviv Issuing country or territory Date 30/09/2016 (Signature) stamp		12. DECLARATION BY THE EXPORTER I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate. (Signature) Place and date Kyiv, 01/10/2025	

13. REQUEST FOR VERIFICATION, to:cookes Mara Classic	14. RESULT OF VERIFICATION,
Verification of the authenticity and accuracy of this certificate is requested	Verification carried out shows that this certificate (‘) ☒ was issued by the customs office indicated and that the information contained therein is accurate ☐ does not meet the requirements as to authenticity and accuracy (see remarks appended)
(Place and date) Stamp (Signature)	(Place and date) Stamp (Signature) (‘) Insert X in the appropriate box

NOTES

1. Certificates must not contain erasures or words written over one another. Any attentions must be made by deleting the incorrect particulars and adding any necessary corrections. Any such alteration must be initialed by the person who completed the certificate and endorsed by the customs authorities of the issuing country or territory.
2. No spaces must be left between the items entered on the certificate and each Hem must be preceded by an Item number. A horizontal the must be drawn immediately below the last hem. Any unused space must be struck through in such a manner as to make any later additions Impassible.
3. Goods must be described In accordance with commercial practice and with sufficient total to enable them to be identified.