

Липчанская Я.В. Вкусовые товары: современный ассортимент, экспертиза качества, особенности внешнеторгового регулирования // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2018. – № 02 (февраль). – АРТ 88-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 339.542.26

Липчанская Яна Владимировна
студентка 6 курса, экономического факультета
Научный руководитель: Кубанцева О.В., к.экон.н., доцент
Волгоградский Институт Управления филиал РАНХиГС
«Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации»
г. Волгоград, Российская Федерация
e-mail: tokiyana95@mail.ru

**ВКУСОВЫЕ ТОВАРЫ: СОВРЕМЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ,
ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА, ОСОБЕННОСТИ
ВНЕШНЕТОРГОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ**

Аннотация: В статье рассматриваются особенности внешнеторгового регулирования вкусовых товаров, проблемы их идентификации с целью классификации по ТН ВЭД, расширение ассортимента вкусовых товаров на отечественном рынке.

Ключевые слова: вкусовые товары, ТН ВЭД, классификация вкусовых товаров, фальсификация.

Lipchanskaya Yana Vladimirovna

6th year student, Faculty of Economics

Scientific adviser: Kubantseva OV, Ph.D., associate professor

Volgograd Institute of Management Branch RANHiGS

"The Russian Academy of National Economy and
state service under the President of the Russian Federation "

Volgograd, the Russian Federation

**FLAVORS: MODERN ASSORTMENT, QUALITY
EXAMINATION, FEATURES OF FOREIGN TRADE REGULATION**

Abstract: The article examines the peculiarities of foreign trade regulation of gustatory products, the problems of their identification with the purpose of classification by TN VED, the expansion of the range of tastes in the domestic market.

Keywords: flavoring products, TN VED, classification of flavors, falsification.

В последнее время, особенно в связи с расширением и укреплением торговых связей России со странами Азии, рынок вкусовых товаров в нашей стране значительно расширился. В связи с увеличением номенклатуры товаров этой группы, особенно импортного производства, рассмотрение таких вопросов как современный ассортимент, экспертиза качества и особенности внешнеторгового регулирования вкусовых товаров является весьма актуальным.

Продукты, относящиеся к вкусовым товарам, имеют низкую питательную ценность, но благодаря особенностям своего химического

состава (значительное содержание эфирных масел, алкалоидов, гликозидов, этилового спирта, органических кислот и других соединений), они стимулируют нервную и пищеварительную деятельность человека, оказывая основное влияние на центральную нервную систему и органы пищеварения [1].

Группа вкусовых товаров объединяет такие продукты, как чай, кофе, приправы, пряности, напитки.

С точки зрения таможенной классификации вкусовые товары включаются в группы: 09, 21 и 22 ТН ВЭД ТС [2].

В группу 09 "Кофе, чай, мате, или парагвайский чай, и пряности" включаются товарные позиции с учетом вида продукта, наличия кофеина и вкусо-ароматических добавок, а также способа обработки. Таким образом, к группе 09 отнесены чай и кофе, требующие кулинарной обработки для приготовления напитков.

Но некоторые товары включены в другие группы ТН ВЭД, хотя, казалось бы, они должны относиться к группе 09. Так, например, "растворимые" чай и кофе, а также чай и кофе с добавками сахара или сахара и осветлителей, так называемые "2 в 1" или "3 в 1", относят к группе 21 ТН ВЭД "Разные пищевые продукты", поскольку согласно классификации ТН ВЭД они являются "готовыми продуктами на основе чая, кофе".

Чаи, приготовленные не из чайного листа, а имеющие травяные добавки либо другие ингредиенты в своем составе (т.е. фактически чаем не являющиеся), также не относятся к группе 09. В частности, к таким "чаям" относят травяной "чай", получаемый из некоторых растений или частей растений, включая семена или плоды (товарные позиции 0813, 1211); медицинский "чай" (товарные позиции 3003, 3004); женьшеневый "чай" (товарная позиция 3302).

Пряности должны включаться в группу 09 ТН ВЭД, но с определенными оговорками. Так, большинство классических пряностей относятся к группе 09 (перец, ваниль, корица, гвоздика, мускатный орех, мацис, кардамон, анис, бадьян, фенхель, кориандр, тмин, ягоды можжевельника, имбирь, шафран, куркума, тимьян, лавровый лист, семена укропа, кориандр, петрушка, эстрагон, майоран). К группе 09 относят также смеси пряностей, состоящие из растений, семян или плодов (в любом виде), включаемых в разные группы, используемые либо непосредственно в качестве вкусо-ароматических добавок к напиткам, либо для приготовления экстрактов и для приготовления напитков. Условием включения в группу 09 является в этом случае сохранение основного свойства, обусловленного одним или более видом пряностей товарных позиций 0904–0910. Если это условие не выполняется, такие смеси пряностей включаются в товарную позицию 2106 "Пищевые продукты, в другом месте не поименованные или не включенные".

Плоды, семена и части растений (в любом виде), которые могут быть использованы, как пряности, но в основном используются в парфюмерии и медицине (розмарин, душица, базилик, мята, шалфей и др.), включаются в товарную позицию 1211.

Приправы согласно классификации ТН ВЭД включены в группу 21 ТН ВЭД "Продукты для приготовления соусов и готовые соусы". Такая классификация имеет основой то, что соусы рассматриваются в данном случае как приправы, приготовленные путем смешивания различных ингредиентов. В эту же группу включаются некоторые продукты для приготовления соусов. Базой для включения таких продуктов именно в группу 21 является то, что они либо не являются самостоятельным блюдом (в отличие от консервированных овощей и фруктов, включаемых в группу

20), либо содержат одно или более вкусо-ароматических веществ или приправ, не относящихся к группе 09, в таких пропорциях, что данная смесь больше не обладает основными свойствами пряностей. Так, например, в группу 21 включены майонез, заправки для салатов, соевый и грибной соус, вустерширский соус, кетчуп и прочие томатные соусы; сельдерейная соль, состоящая из смеси поваренной соли и молотыми семенами сельдерея. Также в эту группу включается готовая горчица и соус васаби. Все вышеперечисленные продукты относятся к товарной позиции 2103.

Глутамат натрия, уксус и поваренная соль, которые на первый взгляд можно отнести к приправам, имеют свои особенности в классификации ТН ВЭД.

Так, сам глутамат натрия относится к группе 29, но глутамат в смеси с пищевыми продуктами классифицируется в товарной позиции 2106 "Пищевые продукты, в другом месте не поименованные или не включенные" ТН ВЭД.

Уксус и его разновидности (столовый, спиртовой, винный, яблочный, фруктовый) классифицируется в товарной позиции 2209 "Уксус и его заменители, полученные из уксусной кислоты..." ТН ВЭД, но уксусная эссенция, так же, как и глутамат натрия, относится к группе 29 ТН ВЭД (включена в товарную позицию 2915).

Поваренная соль любого вида (вне зависимости от происхождения, способов добычи и наличия или отсутствия добавок) включается в товарную позицию 2501 "Соль (включая соль столовую и денатурированную) и хлорид натрия чистый..." ТН ВЭД.

Состав сведений, подтверждающих классификационный код по ТН ВЭД, и документы, подтверждающие такие сведения, для товаров групп 09 и 21 зависят от вида товара.

В группу 22 ТН ВЭД "Алкогольные и безалкогольные напитки и уксус" включены безалкогольные, слабоалкогольные и алкогольные напитки. Основой для включения товаров в данную группу является вид напитка, содержание спирта, сахара или других подслащивающих, вкусоароматических или растительных веществ.

Эта группа ТН ВЭД также имеет свои особенности. Так, например, уксусная кислота включается не в группу 22, как, на первый взгляд, следует из классификационного наименования группы, но в группу 29 (товарная позиция 2915), обладающие всеми классификационными признаками группы 22 парфюмерные или туалетные средства относятся к группе 33, а лекарственные средства, также обладающие признаками группы 22, классифицируют в группе 30 ТН ВЭД.

Некоторые термины, примененные в наименованиях товарных позиций группы 22, имеют специфическое значение [2]. В частности, к товарной позиции 2202 относятся не безалкогольные напитки, как следует из применяемой классификационной терминологии, а напитки с концентрацией спирта не более 0,5 об.%.

Сиропы включаются не в группу 22 ТН ВЭД, а в товарную позицию 2106 "Пищевые продукты, в другом месте не поименованные и не включенные". В то же время нектары, морсы и сокосодержащие напитки относятся к группе 22 и классифицируются в товарной позиции 2202 ТН ВЭД.

Газированные безалкогольные напитки с сахаром, природные и искусственные минеральные воды с сахаром включены в товарную позицию 2202 ТН ВЭД. Природные и искусственные минеральные воды без содержания сахара относят к товарной позиции 2201 ТН ВЭД.

Слабоалкогольные напитки (пиво, медовые напитки) содержащие спирт в концентрации от 0,5 до 7 %, классифицируют в товарной позиции 2203 "Пиво солодовое". При этом безалкогольное пиво относится к товарной позиции 2202, как и безалкогольные напитки с сахаром.

Алкогoльные напитки (содержание этилового спирта более 1,5%) включаются в товарные позиции 2204–2208. При этом в товарных позициях 2207 и 2208 выделяются денатурированные и неденатурированные алкогольные напитки. Так, денатурированными являются спирт или спиртовые настойки, смешанные с прочими веществами (например, древесный лигроин, метиловый спирт, ацетон, пиридин, ароматические углеводороды, красители), которые делают их непригодными для питья, но не препятствуют их использованию в промышленных целях. Неденатурированные алкогольные напитки можно употреблять в пищевых целях.

Водка включена в товарную позицию 2208 "Спирт этиловый неденатурированный с концентрацией спирта менее 80 об.%; спиртовые настойки, ликеры и прочие спиртные напитки". При этом такие напитки, как виски, джин, ром, коньяк, бренди, арманьяк классифицируются в отдельных субпозициях товарной позиции 2208 ТН ВЭД. Ликероводочные изделия (ликеры, наливки, настойки, пунши, аперитивы) также классифицируются в отдельных субпозициях позиции 2208 (2208 70 "ликеры" и 2208 90 "прочие"). К субпозиции 2208 90 относятся также алкогольные, не лечебные лимонады; фруктовые или овощные соки с добавлением спирта и концентрацией более 0,5 об. %; напитки, имитирующие вино.

Вина игристые (вина в закрытых резервуарах, имеющих избыточное давление не ниже 3 бар при температуре 20 °С) относятся к субпозиции 2208 10., а вина виноградные включены в товарные позиции 2204 и 2205 ТН ВЭД.

При этом в товарной позиции 2204 классифицируются натуральные, специальные (крепленые), и вина под давлением не менее 3 бар, а также десертные (ликерные) вина. В эту же товарную позицию включается виноградное сусло (любого вида – сброженное полностью, частично, несброженное, с приостановленным брожением или нет).

В товарной позиции 2205 классифицируются ароматизированные виноградные вина. В данную товарную позицию могут также включаться напитки типа названных выше, ароматизированные, содержащие добавки витаминов или соединений железа.

Плодово-ягодные вина (сидр, перри, медовый напиток, вино из изюма, еловое и пальмовое вино, сакэ, имбирное и травяное пиво) включаются в товарную позицию 2206. Основным условием для отнесения товара к этой товарной позиции является то, что они сохраняют свойства продуктов данной товарной позиции.

В настоящее время фальсификация вкусовых товаров является важной и актуальной проблемой. В общем случае различают ассортиментную, качественную, количественную и информационную фальсификацию [4].

Ассортиментная фальсификация означает, что один вид данного товара заменен другим, похожим на исходный, но более дешевый. Наиболее часто ассортиментная фальсификация применяется для пряностей и приправ, продающихся в молотом виде.

Качественная фальсификация достигается путем введения в исходный состав товара различных добавок и веществ. Этот вид фальсификации наиболее широко распространен, поскольку в данном случае в продукт вводят различные загустители, пищевые красители, ароматизаторы, помогающие обмануть вкусовые ощущения потребителя. Также этот вид фальсификации используется в целях увеличения объема товара при

продаже – в этой связи классическим примером является, например, добавление в красный перец молотого красного кирпича.

Количественная фальсификация представляет собой недовес или обмер покупателя.

Информационная фальсификация представляет собой вид фальсификации, при котором обман потребителя происходит за счет неточной, неправильной или искаженной информации о товаре. Информационная фальсификация осуществляется путем изменения информации в: товарно-сопроводительных документах; маркировке; неполной информации на упаковке товара или умолчание о значимых недостатках товара либо намеренное искажение информации о товаре в рекламе.

К информационной фальсификации относится подделка сертификата качества, таможенных документов, штрихового кода. Выявляется такая фальсификация проведением специальной экспертизы.

Список использованной литературы:

1. Андреева Е.И. Значение классификации товаров в государственном регулировании внешнеэкономической деятельности / Вестник Российской таможенной академии. 2016. № 1 (34). С. 27-32.
2. Берновский М.Ю. Проблемы описания и классификации товаров для целей регулирования импорта / Стандарты и качество. 2013. № 9 (915). С. 40-43.
3. Черноусова А.Р. Методы идентификации, оценки качества и безопасности пряностей и приправ / В сборнике: Молодые экономисты - будущему России Материалы VII международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых. ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет». 2015. С. 403-405.
4. Постникова М.И., Мармурова О.М. Идентификация и фальсификация вкусовых товаров / В сборнике: Молодежный вектор развития аграрной науки материалы 65-й студенческой научной конференции. Воронежский государственный аграрный университет. 2014. С. 56-57.

5. Ляпустин С.Н., Вашукевич Ю.Е., Сопин Л.В., Фоменко П.В., Музыка С.М. Товароведение и таможенная экспертиза товаров животного и растительного происхождения / Государственное казенное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российская таможенная академия», Владивостокский филиал; Иркутская государственная сельхозакадемия (ИрГСХА); Всемирный фонд дикой природы (WWF). Владивосток, 2013. (2-е издание, исправленное и дополненное).

Дата поступления в редакцию: 01.02.2018 г.

Опубликовано: 06.02.2018 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2018

© Липчанская Я.В., 2018