



POLTAVA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND TRADE



АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ

МАТЕРІАЛИ

IV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

(м. Полтава, 20–22 березня 2017 року)



Bauhaus-
Universität
Weimar



ПУЛЬС



Полтава
2017

**Міністерство освіти і науки України
Центральна спілка споживчих товариств України
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ)**

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ

**МАТЕРІАЛИ
IV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

(м. Полтава, 20–22 березня 2017 року)

**Полтава
ПУЕТ
2017**

Програмний комітет

О. О. Нестуля, голова комітету, д. і. н., професор, ректор Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (ПУЕТ).

Члени програмного комітету:

Е. Б. Аймагамбетов, д. е. н., професор, ректор Карагандинського економічного університету;

С. М. Лебедєва, д. е. н., професор, ректор Білоруського торгово-економічного університету споживчої кооперації;

А. А. Мазаракі, д. е. н., професор, ректор Київського національного торговельно-економічного університету;

Л. А. Шавга, д. е. н., професор, ректор Кооперативно-торгового університету Молдови;

М. М. Шаріпов, д. е. н., професор, ректор Таджикицького державного університету комерції.

Організаційний комітет

С. В. Гаркуша, голова комітету, д. т. н., доцент, проректор з наукової роботи ПУЕТ;

Н. В. Омельченко, заступник голови комітету, к. т. н., професор, завідувач кафедри експертизи та митної справи ПУЕТ.

Члени організаційного комітету:

Н. В. Герман, доцент, директор науково-навчального центру ПУЕТ;

Л. М. Губа, к. т. н., доцент, доцент кафедри товарознавства непродовольчих товарів ПУЕТ;

О. В. Калашник, к. т. н., доцент, доцент кафедри експертизи та митної справи ПУЕТ;

Л. В. Поліщук, к. т. н., доцент, доцент кафедри експертизи та митної справи ПУЕТ;

О. П. Юдічева, к. т. н., доцент, доцент кафедри експертизи та митної справи ПУЕТ;

А. С. Ткаченко, к. т. н., старший викладач кафедри експертизи та митної справи ПУЕТ;

Є. І. Івченко, к. т. н., доцент, директор навчально-наукового інформаційного центру ПУЕТ;

Л. М. Діденко, начальник редакційно-видавничого відділу ПУЕТ;

Н. І. Коливушка, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

А43 **Актуальні** проблеми теорії і практики експертизи товарів : матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (20–22 березня 2017 року). – Полтава : ПУЕТ, 2017. – 437 с. – Текст укр., рос., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-276-1

У матеріалах конференції розглядаються теоретичні й методологічні засади проведення експертизи товарів, товарознавчі дослідження як основа експертизи товарів, ідентифікація та фальсифікація товарів, експертні дослідження харчових продуктів і непродовольчих товарів як інструмент впливу на їх безпечність і засіб захисту прав споживачів, формування професійних компетентностей під час підготовки товарознавців-експертів.

УДК 658.62-047.37

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» заборонено

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і
торгівлі», 2017

ISBN 978-966-184-276-1

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОНАННЯ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ УКРАЇНИ ТА ЄС ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ ГЕОГРАФІЧНИХ ЗАЗНАЧЕНЬ ПРИ ВИРОБНИЦТВІ ПРОДУКЦІЇ

А. В. Наливайко,
магістр;

Н. В. Омельченко,
завідувач кафедри експертизи та митної справи, к.т.н., професор,
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки та торгівлі», Україна, м. Полтава

Стабільне зростання обсягів споживання продукції виноградарства в ЄС (3,1% щороку) відкриває привабливі перспективи українським виробникам цієї продукції [1]. Мова йде про перехідний період у десять років, коли Україні дозволено використовувати назви, що означають географічні зазначення (ГЗ) (документом окреслено 12 таких назв), які зарезервовані за європейськими виробниками, зокрема, «коньяк».

Географічні зазначення (ГЗ) – це позначення на товарі, які вказують на місце його походження та притаманні йому особливі якості. ГЗ стосуються сільськогосподарської продукції, їжі, мінеральних вод та спиртних напоїв [2]. Критичний термін виконання для більшості товарів це 1 січня 2016 р.

Кліматичні умови, ґрунти, сорти винограду, які використовуються, наділяють продукт неповторними властивостями, а згадка на маркуванні про захищене ГЗ території, з якої походить продукт, в разі підвищує його репутацію. Такий ефект торговельна марка, наприклад, не забезпечить. Важливо, що Україна не має зобов'язань щодо зміни рецептури або складу продукту, який виробляється під назвою, захищеною в ЄС. Тому тим, хто планує постачати до ЄС власну продукцію вже сьогодні, просто не слід використовувати на маркуванні ті назви, які, зокрема, визначено у статті 208 Угоди про асоціацію між Україною та ЄС [3]. Для тих, хто вже є виробниками коньяків, хересу, тощо, ситуація дещо складніша. Вони мають здійснити так званий ребрендинг, оскільки із завершенням 10 років з моменту набрання чинності Угоди така продукція, навіть на внутрішньому ринку, не зможе пропонуватись до продажу [1]. Одним з варіантів вирішення питання географічних назв може стати реєстрація декількох українських ГЗ, наприклад у Закарпатській чи Одеській області. При цьому доречно, щоб виноробна продукція, назва якої буде змінена, вироблялась з вітчизняної сировини. Звісно, європейське законодавство не містить застережень щодо заборони використання складників іноземного походження, проте в такому випадку кінцевий продукт навряд чи зможе вважатись повністю українським. Більше того, регіони України завдяки відомості продукції, в яких вона виробляється, також в перспективі можуть отримати «друге дихання» через привабливість для інвестицій, що збільшить їхній економічний та соціальний потенціал.

Шоста вимога до України, в рамках виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС [3], стосується блоку ГЗ. Це новий термін для українського ринку, але він є звичним для всього цивілізованого світу [4]. Назви «коньяк» та «шампанське» зарезервовані за виробниками з відповідних регіонів Франції. Насправді в ЄС – тисячі таких «зарезервованих» найменувань, про переважну більшість з яких в Україні навіть не чули. Та покликанням ГЗ є не лише захист виробників. Їх можна вдало використати як маркетинговий хід для просування продукції. І Україна тепер отримала додаткові стимули зайняти свої власні назви, щоби виходити з ними на ринок ЄС. Український бізнес нині майже не використовує можливість оформлення географічних найменувань і, у підсумку, втрачає шанс на вагомий маркетинговий переваги.

Дослідження, що проводилися в ЄС, довели, що продукція із запатентованою прив'язкою до географічного місця більш успішна на ринку [4]. Отже, реєстрація географічного найменування може стати перевагою для вітчизняного виробника: не лише гарантією його захисту, але й інструментом маркетингового просування, а також «знаком якості» на європейському ринку. Та нові норми, як завжди, несуть не лише переваги, але й певні виклики для деяких українських товаровиробників. В Україні мають поважати європейські правила щодо ГЗ і не виробляти товари під зареєстрованими в ЄС назвами.

Для більшості зареєстрованих назв положення Угоди [3] почнуть діяти вже на стадії тимчасового застосування її економічної частини, тобто з січня 2016 р. [4]. Але деякі європейські зазначення – ті, що вже тривалий час використовуються українськими виробниками, – будуть виведені з нашого ринку поступово. ЄС погодився надати перехідні періоди для товарів, назви яких вже прижилися в назвах українських харчових продуктів. Це, звісно ж, «шампанське» та «коньяк» (та ще декілька видів алкогольної продукції). Їх можна буде випускати для продажу на внутрішньому ринку України протягом семи-десяти років, а тим часом – просувати інші, альтернативні назви. Наприклад, молдавські колеги вже успішно пройшли цей шлях, створивши для коньяку з Молдови новий бренд – «Divin», який досить швидко став популярним.

Напій може називатися «коньяком», якщо він виготовлений у французькій провінції «Cognac». Міцні напої інших країн, вироблені за подібною технологією, продаються під назвою «бренді» [2]. Під назвами «коньяк», «шампанське», тощо в Україні продаються товари, які виготовлені за межами традиційного місця походження цих продуктів. Тобто покупця вводять в оману. Використовувати ГЗ у перекладі, транскрипції або транслітерації, чи супроводжувати словами «стиль», «тип», «спосіб», «який вироблений у», «імітація», «смак», «подібний», а також натякати на те, що товар виготовлений у традиційному для нього регіоні.

Кирилицею слово «коньяк» на етикетці українських брендів писати можна

(до січня 2026 р.). Якщо на момент початку дії Угоди на складах залишаються товари, назви яких порушують правила – ці залишки можна продавати, аж поки вони не закінчаться на складі. ТМ з порушеннями ГЗ не реєструють. Українські виробники, котрі використовували такі назви із ГЗ, мають їх поміняти. В іншому випадку європейські виробники матимуть право через суд вимагати грошову компенсацію. Митниця не пропускає продукти з «фальшивими» назвами [2]. Заявка на реєстрацію зазначення походження товару (пов'язаного з географічним місцем на території України) в іноземній державі може бути подана тільки після його реєстрації в Україні. Реєстрацію проводить Державна служба інтелектуальної власності. Процедура не зазнає змін після початку дії Угоди. 1 січня 2026 р. – для шампанського, коньяку та ряду інших алкогольних напоїв.

Отже, завдячуючи багаторічній історії розвитку цієї галузі, належній якості коньяків України, що не раз підтверджувалася закордонними експертами, Україна має всі можливості створити репутацію власної виноробної продукції та регіону її виробництва. Одним із кроків, що наближує Україну до реалізації цього завдання є зобов'язання відповідно до Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Перелік джерел посилань

1. Ключко Т. Українське вино на ринку ЄС: місія здійснення / Т. Ключко // Українська правда [Електронний ресурс] : Європейська правда. Міжнародна безпека та євроінтеграція України. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/experts/2015/06/25/7035137/>. – Назва з екрана.
2. Географічні зазначення. Коли наш коньяк стане бренді? [Електронний ресурс] : Європейська правда. Міжнародна безпека та євроінтеграція України. Інфографіка. Виконання Угоди про асоціацію. Крок №6 . – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/files/5/d/5ddb2eb-gi.pdf>. – Назва з екрана.
3. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони : Угода, Список, Міжнародний документ редакція від 30.11.2015 [Електронний ресурс] : офіційний веб-портал Верховної Ради України. Нормативно-правова база України. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/984_011. – Назва з екрана.
4. Огризько О. Як виконати Асоціацію: прощання з коньяком. Інфографіка / О. Огризько, Л. Акуленко, І. Шатова // Українська правда [Електронний ресурс] : Європейська правда. Міжнародна безпека та євроінтеграція України. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2014/10/13/7026747/>. – Назва з екрана.

ЗМІСТ

ПРИВІТАННЯ НЕСТУЛІ О. О. – РЕКТОРА ПУЕТ	3
--	----------

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ

РОЛЬ ЭКСПЕРТИЗЫ СОПРОВОДИТЕЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ ПАРТИИ ТОВАРА В ТОВАРОВЕДНОЙ ЭКСПЕРТИЗЕ	
В. В. Березина, С. А. Вилкова.....	4
ІДЕНТИФІКАЦІЙНІ АСПЕКТИ ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ	
Н. А. Білова, І. Ю. Сухацька.....	7
ЕКСПЕРТИЗА ЮВЕЛІРНИХ ВИРОБІВ ІЗ ДОРОГОЦІННИХ МЕТАЛІВ ЗІ ВСТАВКОЮ ДІАМАНТ	
Т. І. Дрозд.....	9
РОЗРОБКА МЕТОДИКИ ДОСЛІДНОЇ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ВИРОБІВ ТРИКОТАЖНИХ БЛИЗНЯНИХ ДЛЯ ЖІНОК	
О. С. Завойчинська, М. Г. Мартосенко.....	16
ВИЗНАЧЕННЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ ВАПНА, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ТЕХНІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ СИЛКАТНОЇ ЦЕГЛИ	
П. В. Захарченко, В. В. Онопрієнко.....	18
К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ ОПТИМАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА КНИЖНОЙ ПРОДУКЦИИ	
Н. В. Кузьменкова, Ю. С. Цыбранкова.....	21
СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ ЖЕНСКОГО БЕЛ'Я	
К. І. Локтева, А. В. Каленик.....	23
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКСПЕРТИЗЫ ПУШНО-МЕХОВЫХ ТОВАРОВ	
Т. Ф. Марцинкевич.....	26
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ МОТОРНИХ ОЛИВ	
В. І. Михайлов, С. В. Михайлов.....	30
ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ПОСТІЛЬНИХ ВИРОБІВ	
Г. М. Михайлова, Ю. В. Гілевич, Н. М. Матієнко-Купріянова.....	33
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОНАННЯ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ УКРАЇНИ ТА ЄС ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ ГЕОГРАФІЧНИХ ЗАЗНАЧЕНЬ ПРИ ВИРОБНИЦТВІ ПРОДУКЦІЇ	
А. В. Наливайко, Н. В. Омельченко.....	38
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ТОВАРОЗНАВЧОЇ ОЦІНКИ ВТРАТИ ЯКОСТІ ВИРОБІВ ЗІ ШКІРИ ТА ХУТРА	
Н. В. Омельченко, А. С. Браїлко, Н. В. Лисенко, М. Г. Мартосенко.....	41
ПРОБЛЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ ДЕРЕВНОГО ВУГІЛЛЯ	
В. В. Осієвська.....	45
КЛАСИФИКАЦИЯ ВОДЫ И ЕЁ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ	
М. Р. Петрище, Ф. А. Петрище, А. Г. Фохтин.....	50
ДІАГНОСТИКА ДОРОГОЦІННОГО КАМІННЯ	
А. М. Попадинець, Н. В. Омельченко, А. С. Браїлко.....	53
ПРОБЛЕМИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ЦЕМЕНТУ ТА СПОСОБИ ЇЇ ВИЯВЛЕННЯ	
Р. С. Серик, Н. В. Омельченко.....	59

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ І ПРАКТИКИ ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ

МАТЕРІАЛИ
IV МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

Головний редактор *М. П. Гречук*

Оригінал-макет *Н. О. Кузнецова*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 51.

Тираж 25 пр. Зам. № 074/864.

*Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014;
☎ (0532) 50-24-81*

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої
продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.*

