

ВИМОГИ ДО МАРКУВАННЯ ЯК ОДИН ІЗ ІНСТРУМЕНТІВ НЕТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІМПОРТУ УКРАЇНСЬКИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В КИТАЙ

<https://doi.org/>

© Сай Л. П., Мащак Р. М., 2022

Проаналізовано динаміку і структуру міжнародної торгівлі українськими продуктами харчування з Китаєм. Досліджено інструменти китайської нетарифної торговельної політики щодо імпорту продуктів харчування і їхній вплив на торгівлю з Україною. Розглянуто китайські нормативні акти і стандарти, що встановлюють вимоги до продуктів харчування. Описано процес акредитації іноземних виробників у Китаї. Розглянуто сутність і функції маркування, дано його класифікацію за певними ознаками. Досліджено вимоги Китаю щодо маркування продуктів харчування.

Ключові слова: продукти харчування, міжнародна торгівля, стандарти, сертифікат, маркування, акредитація, ідентифікація, імпорт

Постановка проблеми

Світовий ринок харчової продукції переживає складні часи через значну конкуренцію, зростання цін на ресурси, падіння купівельної спроможності споживачів. Окрім того, кризові явища, які тривають у світовому економічному просторі, а також і в українській економіці, змушують керівництво підприємств харчової промисловості звернути більшу увагу на виробничі процеси – на підвищення їхньої ефективності, через використання дешевшої і не завжди якісної сировини. Все це спричиняє насичення ринків неякісною та фальсифікованою продукцією, яка загрожує здоров'ю і життю споживачів.

Актуальність дослідження

Сьогодні в усіх країнах світу приділяється багато уваги якості і безпечності продуктів харчування. Для цього використовуються інструменти внутрішньої та зовнішньої торговельної політики. До інструментів зовнішньоторгівельної нетарифної політики, які впливають на якість імпортованих продуктів харчування належать: ліцензії, сертифікати якості, чи відповідності, сертифікати походження, стандарти якості, вимоги до упакування і маркування, законодавчі акти, санітарні й фітосанітарні вимоги. Маркування відіграє важливу роль в плані інформування споживача про характеристики товару, умови його використання і зберігання, про виробника, посередника та країну виробництва.

Формулювання мети та завдань статті

Мета статті полягає в дослідженні міжнародної торгівлі українськими продуктами харчування з Китаєм та в аналізі нетарифних методів китайської торгової політики, насамперед, вимог до маркування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженням значення маркування як інструмента ідентифікації товарів і захисту населення від споживання неякісної продукції займалися науковці з України та інших країн, зокрема: Бордакова І. І., Данько Т. І., Коломісць Т. М., Мельник Т. Ю., Мережко М., Оксентюк Б., Осієвська В.,

Осипенко Н. І., Павлова В. А., **Притульська Н. В., Романенко О. Л.,** Яворська Н. П. та інші. Враховуючи визначення поняття ідентифікації в Законі України “Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини”, можна сформулювати основну вимогу до маркування, а саме: забезпечувати визначення відповідності показників якості харчових продуктів і продовольчої сировини показникам, установленим у нормативній та технічній документації виробника харчових продуктів чи наведеним в інформації про ці продукти, а також визначення відповідності харчових продуктів і продовольчої сировини узвичаєній загальній назві з метою сертифікації.

Маркування – це 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, корку, листку-вкладиші, документи, повідомленні, інших елементах упаковки, що супроводжують чи належать до цього виду харчових продуктів. Маркування має відповідати законодавчим і нормативним актам країни, в якій реалізується продукція, і містити повну та достовірну інформацію про товар і його виробника, яка необхідна покупцеві для прийняття рішення щодо доцільності його придбання.

На основі аналізу й узагальнення інформації з літературних джерел і нормативних актів запропоновано класифікацію маркування харчової продукції (табл. 1).

Таблиця 1

Види маркування харчової продукції

Класифікаційна ознака	Характеристика видів маркування продукції
За етапом виробничо-збутової діяльності на якому зроблено нанесення маркування	Виробниче маркування – це інформація у вигляді тексту, умовних позначень, чи рисунків, яку наносить виробник на товар і (чи) упаковку та (чи) будь-які інші носії інформації. При цьому, це маркування має відповідати вітчизняним і (чи) міжнародним стандартам. Воно розміщується на етикетках, ярликах, бірках, контрольних магазинних стрічках, штампах тощо.
	Торговельне маркування – це текст, умовні позначення чи рисунки, які наносить продавець: на товарні або касові чеки, на упаковку, на цінники, експлуатаційні документи і (чи) безпосередньо на товар.
	Транспортне маркування – це інформація, нанесена підприємством, яке доставляє товар. Ця інформація розміщується: на ящиках, на днищах бочок, на верхньому шві мішків та на інших видах тари, в якій перевозиться товар.
За змістом інформації на маркуванні	Маркування, яке містить базову інформацію про товар, а саме відомості, за допомогою яких ідентифікують цей товар суб'єкти ринкових відносин. До такого маркування належать: назва товару, його вид, чи сорт, вага нетто і брутто, назва підприємства, яке виготовило цей товар, дата його випуску, термін придатності, чи зберігання.
	Маркування, яке містить споживчу товарну інформацію, що описує властивості товару, на основі якої споживач визначає цінність від застосування цього товару для себе. А саме: харчову цінність товару, його склад, функціональне призначення, спосіб споживання / використання, безпечність тощо.
	Маркування, яке містить комерційну інформацію, котра є малодоступною для споживача та доповнює основну інформацію про товар. Така інформація, насамперед, представлена у вигляді штрихового кодування, яке містить дані про країну походження товару, асортиментний код за ТН ЗЕД тощо.
За широтою охоплення продуктивних груп	Універсальне маркування, яке характерне для широкої групи товарів від продуктів харчування до груп будівельних матеріалів.
	Галузеве маркування, яке характерне для вузької групи товарів. Наприклад, є певна специфіка маркування сільськогосподарської продукції, хімічної продукції тощо.
За територіальним масштабом використання	Міжнародне маркування, яке використовується у багатьох країнах світу.
	Регіональне маркування, яке використовується в окремому регіоні світу (наприклад, в країнах Західної Європи).
	Національне маркування, яке використовується в межах однієї країни (наприклад, на території Китаю).

Маркування товарів виконує такі функції: інформаційну; ідентифікаційну; мотиваційну; емоційну [3].

Мотиваційна функція маркування реалізується через споживачів, мотивуючи їх зробити покупку.

Емоційна функція маркування полягає у психологічних аспектах сприйняття товару покупцем на основі інформації, яка нанесена на товар чи упаковку.

Ідентифікаційна функція маркування – полягає у донесенні інформації, яка вказує на товар і його виробника, до покупців чи до інших осіб, які виявили інтерес до продукту.

Інформаційна функція маркування – реалізується шляхом нанесення повної, точної та правдивої інформації про товар і виробника. Інформація на маркуванні має розміщуватись на видному місці, бути чіткою і розбірливою, і наноситись таким чином, щоб важко було її видалити.

Маркування має містити інформацію стосовно того, як товар потрібно використовувати, як його транспортувати, переробляти, зберігати і/чи утилізувати.

Розрізняють такі види ідентифікації споживачем продуктів харчування відповідно до інформації, яку містить маркування [1]:

- споживча ідентифікація відбувається шляхом розміщення на маркуванні інформації про призначення та функції товару, що вказують покупцеві на можливості його використання;
- асортиментна ідентифікація відбувається шляхом розміщення на маркуванні інформації про властивості і ознаки товару, які вказують на його функції і переваги перед іншими товарами в цій асортиментній групі. Саме ця інформація є важливою при сертифікації продукції, для її товарознавчої чи митної експертизи, особливо у разі здійснення зовнішньоекономічної діяльності;
- якісна ідентифікація забезпечується розміщенням інформації про відповідність товару визначеним у нормативній документації параметрам якості;
- ідентифікація приналежності товару до конкретної партії відбувається шляхом нанесення асортиментних товарних знаків, які можуть бути видовими та марочними.

Знаки маркування, які нанесені на упаковку продуктів харчування, повинні містити інформацію, яка свідчить про безпечність товару, відповідність стандартам, особливості його використання, зберігання чи утилізації, екологічність тощо.

Виклад основного матеріалу

В останні роки Китай активно стимулює імпорт, а різноманітні імпорتنі високоякісні продукти харчування користуються все більшою популярністю серед споживачів. Згідно з даними Головного митного управління Китаю, вартісний обсяг імпортованих продуктів харчування в КНР протягом останніх років, постійно зростає – зі 102,1 млрд дол. США в 2016 році до 162,2 млрд дол. США в 2020 році, а середньорічне зростання становило 12,3 %. Варто зазначити, що вартість імпорту продуктів харчування за перші 11 місяців 2021 року зросла більше, ніж на 30 % у річному обчисленні, до 189,9 млрд доларів США, що перевищило обсяг імпорту у 2020 році. Серед різних видів імпортованих харчових продуктів майже половину імпорту становили продукти рослинного походження, включаючи фрукти та овочі, насіння, промислові чи лікарські рослини. Значно менше припадає на продукти тваринного походження, а саме на: м'ясо, продукти водного походження та молочні продукти, які становлять 27,5 % від загального імпорту харчових продуктів, і на готові харчові продукти та напої – 15,5 % [11].

Китай є найбільшим імпортером продукції в Україну і знаходиться на другому місці за обсягом імпорту на український ринок. Щодо експорту з України в Китай, то у 2018 році китайський ринок був лише на шостому місці. Так в 2019 році Україна займала лише 51 місце серед країн світу за обсягом імпорту з Китай та 61 місце за обсягом експорту в Китай.

Уряд України розглядає Китай як важливого торговельного партнера, на якому варто акцентувати увагу, і прикладати зусилля, насамперед, в напрямку розширення обсягів і структури експорту української продукції.

Позитивний вплив на розвиток торговельних і економічних відносин між Україною і КНР мають підписані міждержавні угоди, зокрема:

- Угода про співробітництво в галузі оцінки відповідності продукції, яка імпортується і експортується від 15.08.1997 р. [24];
- Договір про дружбу і співробітництво між Україною і Китаєм від 05.12.2013 р.;
- Угода про торговельно-економічне співробітництво між Україною та Китаєм від 08.08.1992 р. та інші [25].

Українська харчова промисловість є однією зі стратегічно важливих і пріоритетних галузей України. Україна здатна забезпечити харчовою продукцією вітчизняного виробництва не тільки внутрішній ринок, але й інші країни світу. Сьогодні українська продукція харчової промисловості займає доволі велику частку на світовому ринку продуктів харчування.

Доступ на ринок КНР для харчової продукції українського виробника є обмежений тарифними і нетарифними методами, насамперед це стосується продукції рослинного і тваринного походження. Найбільша кількість нетарифних заходів стосується санітарного і фітосанітарного регулювання, технічного регулювання. Вимоги китайського ринку щодо безпечності продуктів харчування є важливими аспектами, які необхідно враховувати українським виробникам продукції харчування при експорті на китайський ринок. Найбільш жорсткі обмеження застосовуються Китаєм для імпорту: сої, молока, м'яса, пшениці, борошняних виробів.

Вимоги до продукції, яка імпортується на китайський ринок, регламентуються такими законами КНР:

- Законом КНР про безпеку харчових продуктів (Food Safety Law of the People's Republic of China);
- Законом КНР про якість та безпеку сільськогосподарських продуктів;
- Законом КНР про захист прав споживачів;
- Законом КНР про інспекцію імпортних та експортних товарів;
- Митним законом КНР від 8 липня 2000 р.

Крім того, в КНР діють державні стандарти GB, які встановлюють вимоги щодо безпечності продуктів харчування і сільськогосподарської продукції. Ці стандарти є обов'язковими до виконання для китайських та іноземних виробників і продавців харчової продукції, а також, харчових добавок і супутніх продуктів. У тих випадках, коли за певними параметрами відсутні китайські вимоги, – використовують європейські, чи американські стандарти. Якщо виникають розбіжності між китайськими та іноземними вимогами, то надаються переваги більш суворим вимогам до імпортних товарів, які діють у США чи країнах ЄС.

У Китаї діють національні стандарти, які встановлюють вимоги до якості харчової продукції і її маркування, а саме:

- 1) GB7718-2011 “Національний стандарт безпеки харчових продуктів Загальні правила маркування розфасованих харчових продуктів” “National food safety standard General Rules for the labeling of prepackaged foods”;
- 2) GB 28050-2011 “Загальні правила маркування харчових продуктів розфасованих харчових продуктів” “The general rules for nutrition labeling of prepackaged foods”;
- 3) GB 2760-2014 “Національні стандарти безпечності харчових продуктів щодо використання харчових добавок” Food Safety National Standards for the Usage of Food”.

При імпорті харчових продуктів в Китай потрібно пройти процедуру тривірневої акредитації:

- 1) затвердження країни, з якої відбуватиметься експорт певної категорії продукції;
- 2) затвердження підприємства/виробництва у цій країні;
- 3) затвердження того виду продукції, який вироблятиметься на затверженому виробництві, для експорту.

Основною умовою здійснення імпорту в Китай є проходження акредитації. Акредитацією підприємств і продуктів у Китаї займається урядова установа – Certification and Accreditation

Administration of the People's Republic of China (CNCA). Для акредитації подається заявка через Державну службу України, яка займається питаннями безпечності продуктів харчування та захисту прав споживачів.

Крім акредитації, якщо планується створення виробничих потужностей в КНР, українські виробники мають зареєструватися і отримати дозвіл Головного управління з нагляду за якістю, інспекції та карантину Китаю, за системою AQSIQ. Ця реєстрація діє лише 4 роки.

Актуальною вимогою до продуктів харчування є відповідність маркування. Українські підприємства харчової промисловості повинні мати не тільки сертифікати якості та безпечності, але й певне маркування для реалізації товарів на ринку Китаю.

Маркування харчової продукції у КНР обов'язково має містити таку інформацію [6]:

- назва продукту;
- перелік інгредієнтів;
- вага нетто і склад;
- декларація про поживну цінність;
- дата виробництва;
- строк придатності, умови з використання;
- умови зберігання;
- назва, адреса і контактні дані виробника або дистриб'ютора;
- позначення стандарту;
- код ідентифікації партії товару;
- наявність алергенів.

На упаковці імпортованих харчових продуктів має бути:

- проставлено маркування чіткими китайськими та англійськими або лише китайськими символами країни (регіону) експортера із зазначенням вмісту:

- країна (регіон) походження, назва продукту, реєстраційний номер підприємства-виробника, номер виробничої партії;

- технічні характеристики, походження (специфічні для штату/провінції/міста), призначення, дата виробництва, термін придатності, температура зберігання тощо повинні бути позначені китайською мовою на зовнішній упаковці, а місце призначення має бути позначено як Китайська Народна Республіка, і країна-експортер (регіон).

На етикетках харчових продуктів, які є небезпечними для певних груп населення, має бути зазначено інформацію про це, наприклад: містить речовини, які завдають шкоди особливим групам населення (клінічно доведено); продукт чи його складові оброблені іонізуючим випромінюванням або іонізуючою енергією; належать до генетично модифікованих харчових продуктів або містять дозволена генетично модифіковану сировину.

Весь зміст етикеток харчових продуктів має бути чітким, стислим і помітним, не повинен розмиватися. Текст, символи та графіка повинні бути інтуїтивно зрозумілими та легкими для розуміння, а кольори фону мають бути контрастними.

Найменування харчового продукту має бути помітним на етикетці. Назва їжі та чистий вміст повинні бути вказані поруч.

Символи, що використовуються на етикетках харчових продуктів, мають бути зроблені стандартними китайськими ієрогліфами.

Іноземний текст на маркуванні може використовуватися одночасно з китайським, але за змістом має відповідати китайським ієрогліфам.

Одиниця вимірювання, що використовується на етикетках харчових продуктів, повинна відповідати національним законодавчим одиницям вимірювання, наприклад, одиниця маси: г або грам, кг або кілограм; одиниця об'єму: мл або мілілітр, л або літр.

Найменування та адреса виробника та розповсюджувача мають бути позначені юридично-зарєєстрованим найменуванням та адресою підрозділу виробництва, пакування, субупакування або продажу харчових продуктів.

Імпортовані продукти харчування на маркуванні мають містити назву країни походження, регіону (що стосується Гонконгу, Макао, Тайваню), а також назву та адресу генерального дистрибутора, зарєєстрованого в Китаї відповідно до законодавства.

Крім того, при постачанні продуктів харчування потрібно мати ветеринарний сертифікат і фітосанітарний сертифікат, якщо продукція рослинного походження.

Процедура акредитації імпортера м'ясної продукції відбувається так [6]:

1) країна-експортер надсилає до Головного управління контролю якості, інспекції та карантину Китайської Народної Республіки (AQSIQ) письмове прохання про експорт своєї м'ясної продукції до Китаю. При позитивному рішенні Китайська сторона відправляє потенційному експортеру "Запитання щодо оцінки ризику м'ясної продукції, що експортується до Китаю";

2) країна-експортер надає китайській стороні необхідну технічну документацію: інформацію про законодавчу та нормативну базу з ветеринарної та загальної санітарії країни-експортера, про структуру інституційної організації; про системи ветеринарного обслуговування та контролю якості; відомості про засоби виробництва продукції; системи контролю за санітарною безпекою, моніторингу залишків лікарських засобів, а також відомості про організацію контролю;

3) китайська сторона на підставі офіційно наданих матеріалів проводить аналіз та оцінку ризиків. Якщо в ході оцінки було встановлено, що продукція тваринного походження передбачуваної країни-експортера схильна до ризиків, то китайська сторона відправляє своїх фахівців у країну для проведення додаткових досліджень на місці (інспекцій);

4) сторони проводять консультації щодо змісту протоколу про карантинний та санітарний нагляд за продукцією тваринного походження, що експортується до Китаю, який підписується після досягнення згоди між сторонами. Також затверджується зміст та форма санітарного сертифікату;

5) відповідно до вимог положення "Про порядок ведення реєстру іноземних підприємств – виробників харчової продукції, що експортується до Китаю" (Постанова AQSIQ № 16 від 2002 р.), китайська сторона реєструє підприємства країни-експортера, які виробляють продукцію тваринного походження. Паралельно країна-експортер має надати Китайській стороні інформацію про види продукції, річну виробничу потужність підприємств (у тоннах), включених до реєстру. Включені до Реєстру підприємства додаються до "Списку допущеної з інспекції та карантину м'ясної продукції", інформація про них публікується на офіційному сайті AQSIQ. Після завершення країною-експортером проходження процедури допуску, китайський імпортер відповідно до вимог "Порядку інспекційного та карантинного управління експортною та імпортною м'ясною продукцією" (Постанова AQSIQ № 136 від 2002 р.) та після отримання документів, що підтверджують якість м'ясної продукції, що експортується, може звернутися з проханням забезпечити експорт продукції з підприємства, включеного до реєстру, та отримати "Карантинне свідоцтво КНР на продукцію тваринного та рослинного походження, що експортується", після чого розпочати експорт продукції, що відповідає карантинним вимогам; при ввезенні продукції через пункт пропуску на територію КНР китайське відомство з інспекції та карантину на кордоні проводить огляд. Продукція тваринного походження, що експортується в Китай, повинна відповідати правилам захисту диких тварин.

Перед відправленням вантажів певних видів харчових продуктів тваринного походження до КНР необхідно перевірити наявність дозволу підприємства на експорт на сайті CNCA у відповідні категорії продуктів. Кожний вантаж з певними видами харчових продуктів має супроводжуватися оригіналом міжнародного ветеринарного сертифіката (погодженої форми), який засвідчує, що харчові продукти відповідають ветеринарним вимогам та правилам безпечності харчових продуктів України та КНР.

Імпортуючи м'ясну продукцію у КНР, потрібно мати ветеринарний сертифікат, який в Україні видає Держспоживслужба. Перелік погоджених форм ветеринарних сертифікатів знаходиться на сайті Держпродспоживслужби.

Вимоги до маркування як один із інструментів нетарифного регулювання імпорту українських...

Україна пройшла акредитацію щодо експорту до Китаю молочних продуктів, замороженої яловичини та м'яса свійських тварин.

Український уряд здійснював кроки щодо збільшення імпорту на китайський ринок: гороху, фруктів (яблук, черешні, лохини), пшениці.

Українську продукцію експортують до Китаю за умовами так званого режиму найбільшого сприяння або "most favoured nation" (скороч. MFN). Такий статус означає, що Україна отримує такі ж торговельні можливості (тарифи, квоти, вимоги тощо) при експорті до Китаю, що й інші країни з таким статусом.

Розглянемо, які продукти харчування переважали в структурі українського імпорту в Китай з 2017–2021 рр. (табл. 2).

Таблиця 2

Структура імпорту продуктів харчування з України в Китай з 2017–2021 рр. [10, 13, 14]

Назви товарів	Обсяги імпорту за роками, тис.дол.				
	2017 р.	2018 р.	2019р	2020 р.	2021 р.
Крупи	447333	552235	858653	1854821	2491200
Насіння олійних і зернових культур	6009	202	12521	25491	23467
Цукор	3217	4523	4513	2712	9265
Молочна продукція; яйця; мед	1176	16731	26796	17476	10176
Фрукти та горіхи	1435	139	2665	3403	135
Крупи, борошно, кондитерські вироби	1134	2525	3202	3167	2085
М'ясо та м'ясні субпродукти	8	65	5464	21911	56453

Протягом останніх п'яти років спостерігається тенденція до збільшення частки сільськогосподарської та харчової продукції в структурі українського імпорту до Китаю. Стабільно значну частку в імпорті займають крупи, насіння зернових і олійних культур, молочна продукція, яйця.

Щодо продукції тваринного походження, то в 2015 р. Китай надав дозвіл на імпорт молочної продукції, на основі проведеного ним ветеринарного нагляду і аналізу державної системи контролю безпеки молочних продуктів. Згідно зі статистичними даними на кінець 2019 р. офіційний дозвіл на імпорт у Китай отримали 35 українських підприємств молочної галузі.

Населення Китаю споживає найбільше м'яса в світі. Китайські виробники не в змозі повністю задовільними попит на м'ясо, незважаючи на те, що за обсягами виробництва країна посідає перше місце в світі. Основною причиною незадоволеності попиту є велика кількість населення Китаю.

Річне виробництво м'яса становить у Китаї орієнтовно 80 млн т, в тому числі, приблизно 50 млн т свинини і стільки ж курятини, а яловичини і баранини – по 10 млн т.

Загалом зберігається позитивна тенденція щодо експорту м'яса з України в Китай (рис. 2)

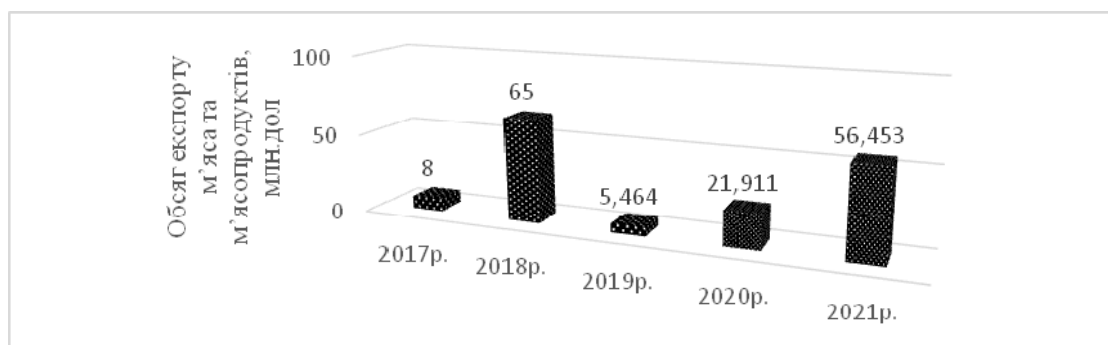


Рис. 2. Динаміка обсягів експорту з України м'яса і м'ясних продуктів до Китаю з 2017–2021 рр.

Український експорт м'яса з кожним роком зростає – так, у 2017 р. він становив 8 млн дол., а вже у 2021 р. – 56, 5 млн дол.

У 2020 році Китай значно збільшив загальну кількість імпортованої свинини. Причиною цього була, насамперед, Африканська чума свиней, яку виявили у Китаї в 2020 р., яка спричинила скорочення поголів'я всередині країни.

У 2019 р. Україна отримала дозвіл на експорт замороженої яловичини та меду на ринок Китаю. Станом на вересень 2019 р., три українські компанії були схвалені для експорту замороженої яловичини до КНР: ПрАТ “Козятинський м'ясокомбінат”, ПП “Агро-Продукт” та Товариство з додатковою відповідальністю “Конотопм'ясо”.

Успішно завершилися перемовини між Україною і Китаєм щодо відкриття ринку для української курятини.

У тваринницькій галузі України найкращі показники зростання були у птахівництві. У загальній структурі доданої вартості, яка створена у національному сільському господарстві, птахівництво забезпечує понад 18 % і понад 40 % у продукції тваринництва. Відповідно, ця галузь була найбільш прибутковою, і її продукція експортувалася в різні країни – м'ясо курей, субпродукти, яйця і м'ясопродукти.

У свинарстві, попри постійні коливання поголів'я, були позитивні зміни. Зростання виробництва забезпечувалося збільшенням кількості високотоварних комплексів, які мали власну кормову базу. Це дозволило витіснити імпортерів та нарощувати експорт.

Виробництво яловичини мало не таку позитивну динаміку, а навпаки, з кожним роком знижувалося, як і споживання цього виду м'яса населенням. Як зазначають фахівці, яловичина й телятина переважно йшла на експорт, а в Україні споживалася частіше у вигляді консерв і морожених напівфабрикатів.

Споживання імпортованих продуктів у Китаї вважається ознакою високих доходів. Пристрасть до продуктів харчування іноземного походження в Китаї також частково пояснюють низкою скандалів із продуктами, виробленими в країні.

Висновок

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що китайський ринок є перспективним для українського виробника продуктів харчування. Проте, враховуючи специфіку китайського ринку, без належної підтримки з боку держави збільшити обсяг і структуру експорту в Китай є дуже складно.

Щодо маркування, то встановлюючи вимоги до маркування продукції, держава дає можливість споживачеві обрати той товар, який відповідає його потребам, є безпечним і якісним. Проте, важливим є те, щоб інструменти зовнішньої торгової політики, які використовуються для захисту інтересів учасників ринку, були для них зрозумілими, прозорими і не містили бюрократичну чи корупційну складові.

Перспективи подальших досліджень

Подальші дослідження будуть спрямовані на вивчення тарифних методів торговельної політики Китаю, які впливають на імпорт українських продуктів харчування.

Список використаних літературних джерел

1. Данько Т. І., Яворська Н. П. Ідентифікація товарів: сутність та основні товарознавчі аспекти. *Економіка і суспільство*, 2017, № 9. С. 391–395.
2. Козлова О. А. Маркетинговий аналіз розвитку мирового ринку органічної продукції. *Вестник Алтайського державного аграрного університета*, 2011, № 5 (79). С. 117–121.
3. Коломієць Т. М., Притульська Н. В., Романенко О. Л. *Експертиза товарів* : підруч. – К.: КНТЕУ, 2001. – 274 с.
4. Коломієць Т., Мережка М., Осієвська В. Методологічні засади ідентифікації споживчих товарів. *Товари і ринки*, 2012. № 2. С. 48–53.
5. Лазарчук М. О. Соціально-економічні реформи в Китаї: генезис та чинники. *Економічні науки*, 2013, № 1-2. С. 117–124.
6. Методичні рекомендації для державних інспекторів України та операторів ринку, які мають намір здійснювати експорт харчових продуктів тваринного походження до Китайської Народної Республіки. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://D:/%D0%BA%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%B9/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%B4%D1%83%D1%80%D0%B0%20%D0%BE%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC>

%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%96%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D1%83.pdf.

7. Михайленко О. Г., Дзяд О. В. Зовнішня торгівля товарами Китаю: відновлення після пандемії. *Економіка та держава*, 2022. № 3. С. 29–42.

8. Оксентюк Б., Міщук О. Маркування продукції як важливий елемент маркетингової товарної політики. *Галицький економічний вісник*. Т.: ТНТУ, 2019. Том 61. № 6. С. 119–125.

9. Осташко Т. О. Особливості торговельної політики Китаю і перспективи експорту України до КНР. *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*, 2018, 1. С. 101–111.

10. *Імпорт м'яса Китаю в 2020 році*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://new.qq.com/omn/20210123/20210123A0DNQW00.html>.

11. *Торговельна статистика Китаю*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://oec.world/en/profile/country/chn>.

12. *Штрихове кодування продукції*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://buklib.net/books/36013/>.

13. *International Trade Centre*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.intracen.org/itc/sectors/services/>.

14. *World bank*. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&country=UKR>.

References

1. Danko T. I., Yavorska N. P. (2017). *Identyfikatsiia tovariv: sutnist ta osnovni tovaroznavchi aspekty*. [Authentication of commodities : essence and basic commodity expert aspects], *Economy and society*, no 9. Pp. 391–395 (in Ukrainian).

2. Kozlova O. A. (2011). *Marketingovyy analiz razvitiya mirovogo rynku organicheskoy produkcii*. [Marketing analysis of world market of organic products development]. *Announcer of the Altaian state agrarian university*, no. 5 (79). Pp. 117–121 (in Russian).

3. Kolomiets T. M., Prytul'ska N. V., Romanenko O. L. *Ekspertyza tovariv*. [Examination of commodities]: Kyiv: KNEU (in Ukrainian)

4. Kolomiets T. M., Merezko M., Osievska V. (2012.) *Metodolohichni zasady identyfikatsii spozhyvchykh tovariv*. [Methodological principles of authentication of consumer goods]. *Commodities and markets*, no. 2. Pp. 48–53 (in Ukrainian).

5. Lazarchuk M. O. (2013). *Sotsialno-ekonomichni reformy v Kytai: henezys ta chynnyky*. [Socio-economic reforms in China genesis and factors]. *Economic sciences*, no 1-2. Pp. 117–124 (in Ukrainian).

6. *Metodychni rekomendatsii dlia derzhavnykh inspektoriv Ukrainy ta operatoriv rynku, yaki maiut namir zdiisniuvaty eksport kharchovykh produktiv tvarynnoho pokhodzhennia do Kytayskoi Narodnoi Respubliki derzhavna sluzhba Ukrainy z pytan bezpechnosti kharchovykh produktiv ta zakhystu spozhyvachiv*. [Methodical recommendations are for the government controllers of Ukraine and market operators that intend to carry out the export of food foods of animal origin to China Republic of People's government service of Ukraine on questions the unconcern of food foods and defence of consumers]. URL: [https://D:/%D0%BA%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%B9/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%B4%D1%83%D1%80%D0%B0%20%D0%BE%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%96%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D1%83.pdf_\(in Ukrainian\)](https://D:/%D0%BA%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%B9/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%B4%D1%83%D1%80%D0%B0%20%D0%BE%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%96%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D1%83.pdf_(in Ukrainian)).

7. Mykhailenko O. G., Dzyad O. V. (2022). *Zovnishnia torhivlia tovaramy Kytaiu: vidnovlennia pislia pandemii*. [Foreign trade of China commodities: renewal after a pandemic]. *Economy and state*, no. 3. Pp. 29–42 (in Ukrainian).

8. Oksentyuk B., Mishchuk O. (2019). *Markuvannia produktsii yak vazhlyvyi element marketynhovoї tovarnoi polityky*. [Product marking as an important element of marketing commodity policy]. *Galician economic journal* (Tern.), vol. 61, no 6. Pp. 119–125 (in Ukrainian).

9. Ostashko T. O. (2018). *Osoblyvosti torhovelnoi polityky Kytaiu i perspektyvy eksportu Ukrainy do KNR*. [Features of trade policy of China and prospect of export of Ukraine are to China]. *European scientific magazine of economic and financial innovations*, no. 1. Pp. 101–111 (in Ukrainian).

10. *Importu miasa Kytaiu v 2020 rotsi*. An import of meat of China is in 2020. URL: <https://new.qq.com/omn/20210123/20210123A0DNQW00.html>.

11. Torhovelna statystyka Kytai. [Trade statistics of China]. URL: <https://oec.world/en/profile/country/chn>.
12. Shtrykrove koduvannia produktssii. [Stroke code of products]. URL: <https://buklib.net/books/36013/>.
13. International Trade Centre. URL: <http://www.intracen.org/itc/sectors/services/>.
14. World bank. URL: https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&country=UKR_

L. P. Sai, R. M. Mashchak
Lviv Polytechnic National University

LABELING REQUIREMENTS AS ONE OF THE TOOLS FOR NON-TARIFF REGULATION OF IMPORTS OF UKRAINIAN FOOD PRODUCTS TO CHINA

© *Sai L. P., Mashchak R. M., 2022*

The article analyzes the dynamics and structure of international trade in Ukrainian food products with China. The opportunities of Ukrainian food producers to meet the demand of Chinese consumers are considered. The tools of the Chinese non-tariff trade policy regarding the import of food products (licenses, certificates of quality or compliance, certificates of origin, quality standards, requirements for packaging and labeling, legislative acts, sanitary and phytosanitary requirements) and their impact on trade with Ukraine are determined. Chinese regulations and GB state standards, which establish requirements for the safety of food and agricultural products, are considered. The process of accreditation of foreign manufacturers in China is described. Based on the analysis of literary sources, the definition of the concept of labeling is given – it is all words, descriptions, signs for goods and services, brand name, images or symbols related to food products and placed on any package, label (sticker), consumer container, counter-label, collar, label, stopper, leaflet, document, message, other packaging elements accompanying or belonging to this type of food products. The elements of labeling and its functions (informational, identification, motivational, emotional) are described, classification of food product labeling is proposed according to four characteristics (by the stage of production and sales activity at which the labeling is applied, by the content of the information on the labeling, by the breadth of coverage of product groups, by territorial scale of use). The types of product identification are considered according to the information contained in the labeling (consumer identification, assortment identification, quality identification, identification of the product belonging to a specific batch). China's requirements for food labeling were studied, the main of which is that the labeling must meet the standards and contain complete and reliable information about the product and its manufacturer, which is necessary for the buyer to make a decision about the feasibility of purchasing it.

Key words: food products, international trade, standards, certificate, marking, accreditation, identification, import.