


Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)


Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Специальность 38.05.02 – Таможенное дело

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
И.о. зав. кафедрой МБиТ

В.В. Ульянова
« 16 » июня 2023 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему: Анализ импорта в Россию парфюмерных, косметических и туалетных средств в условиях ЕАЭС

Исполнитель
студент группы 837 ос



(подпись, дата)

Е.Д Журавлёва

Руководитель
доцент, к.э.н.



(подпись, дата)

Н.Н Левентов

Нормоконтроль



(подпись, дата)

О.В. Шпак

Рецензент
доцент, к.т.н.



(подпись, дата)

В.З. Григорьева

Благовещенск 2023


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений

Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

 В.В. Ульянова

« 29 » января 2023 г.

ЗАДАНИЕ

К дипломной работе (проекту) студента

Муравьевой Екатерины Дмитриевны

1. Тема дипломной работы (проекта)

Анализ импорта в Россию парфюмерных, косметических и туалетных средств в условиях ЕАЭС.

(утверждено приказом от 19.01.2023 № 56-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 13.06.2023 г.

3. Исходные данные к дипломной работе (проекту)

Статистические данные, нормативно-правовые акты.

4. Содержание дипломной работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопро-

сов): 1. Таможенно-тарифное регулирование рынка парфюмерно, косметических и туалетных средств в России. 2. Анализ импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС. Проблемы импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС.

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

28 таблиц, 21 рисунок, 49 слайдов

6. Консультанты по дипломной работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов)

7. Дата выдачи задания 29.01.2023 г.

Руководитель дипломной работы (проекта) Левинтов Николай Николаевич

(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

доцент, к. ф. н.

Задание принял к исполнению (дата) 29.01.2023 г.



(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 81 с., 28 таблиц, 21 рисунок, 49 источников.

ТАМОЖНЯ, ПАРФЮМЕРНО, КОСМЕТИЧЕСКИЕ И ТУАЛЕТНЫЕ СРЕДСТВА, ИМПОРТ, ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РФ

Цель исследования – оценка импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС и выявление проблем связанных с импортом.

Для достижения обозначенной цели были поставлены следующие задачи:

- проанализировать таможенно-тарифное регулирования рынка парфюмерно, косметических и туалетных средств в России;
- провести анализ импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС;
- оценить проблемы импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС;
- выявить пути решения выявленных проблем.

Объект исследования - парфюмерно, косметические и туалетные средства в России.

Предмет исследования – импорт парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Таможенно-тарифное регулирования рынка парфюмерно, косметических и туалетных средств в России	8
1.1 Понятие таможенного тарифного регулирования импорта на территории РФ	8
1.2 Законодательные основы таможенного тарифного регулирования импорта на территории РФ	7
1.3 Таможенно-тарифное регулирование импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России	16
2 Анализ импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС	22
2.1 Структура и динамика внешней торговли в РФ в условиях ЕАЭС	22
2.2 Анализ импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС	31
2.3 Таможенно-тарифное регулирование импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС	35
3 Проблемы импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС	48
3.1 Проблемы импорта парфюмерно- косметической продукции и туалетных средств	48
3.2 Решение проблем импорта парфюмерно- косметической продукции и туалетных средств	67
Заключение	74
Библиографический список	77

ВВЕДЕНИЕ

Неотъемлемой составляющей процесса глобализации является усиление конкуренции между национальными и иностранными производителями. В этих условиях для национальной экономики важно достижение определенного баланса между протекционистскими мерами и инструментами свободной торговли.

Косметический сектор привлекателен для малых и средних экспортеров РФ из-за низких импортных тарифов, введенных ЕАЭС. Например, в ЕАЭС 6,5 % взимаются таможенные пошлины на средства для ухода за волосами, средства для маникюра и педикюра, парфюмерию, многие эфирные масла, косметику для губ и глаз.

При этом все косметические продукты, которые российские компании экспортируют в ЕАЭС, должны соответствовать Регламенту ЕАЭС о косметике.

Первым шагом в определении требований соответствия является проверка того, что продукт, предназначенный для экспорта, соответствует «косметическому продукту», как это определено в регламенте. ЕАЭС определяет «косметический продукт» как: «любое вещество или смесь, предназначенные для контакта с внешними частями тела человека (эпидермисом, волосным покровом, ногтями, губами и наружными половыми органами) или с зубами и слизистыми оболочками полости рта исключительно с целью или главным образом для их очистки, ароматизации, изменения их внешнего вида, защиты, содержания в хорошем состоянии или устранения запаха тела».

Другими словами, регламент применяется к ряду продуктов, немного отличающихся от тех, которые регулируются в РФ аналогичным законодательством. Продукты, подпадающие под действие регламента ЕАЭС, включают не только традиционные косметические продукты, такие как духи, парфюмерия и декоративная косметика, но и средства личной гигиены (т. е. лосьоны, средства по уходу за кожей, мыло, маски для лица, туалетно-косметические принадлеж-

ности, средства для ванн, дезодоранты, средства по уходу за волосами и т. солнцезащитный крем).

Актуальность темы исследования. Таможенная политика определяет деятельность экспорта и импорта, очень необходимую для развития и укрепления государства, для удовлетворения экономических и политических нужд, то есть внутреннюю торговую политику и внешнеторговую политику нашего государства.

Спрос на парфюмерно-косметическую продукцию с каждым годом растет, обновляется и увеличивается ее ассортимент, улучшается качество и приобретает новый характер внешнее оформление. Предпосылки развития парфюмерно-косметической промышленности в РФ достаточно, страна обладает богатыми сырьевыми запасами.

Но, так как население России удовлетворяют свою потребность в этом товаре в основном за счет импортной продукции, поэтому происходит снижение спроса на парфюмерно-косметической продукции российского производства.

Цель исследования – оценка импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС и выявление проблем связанных с импортом.

Для достижения обозначенной цели были поставлены следующие задачи:

- проанализировать таможенно-тарифное регулирования рынка парфюмерно, косметических и туалетных средств в России;
- провести анализ импорта парфюмерно-, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС;
- оценить проблемы импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС;
- выявить пути решения выявленных проблем.

Объект исследования – парфюмерно-, косметические и туалетные средства в России.

Предмет исследования – импорт парфюмерно-, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС.

Методической и теоретической основой исследования стали нормативные акты и техническая документация, работы отечественных авторов, периодические источники.

В исследовании использованы методы обобщения, классификации и сравнительного анализа теоретико-методологических подходов к оценке эффективности таможенно-тарифных инструментов и их отдельных элементов, методы постановки научных гипотез, группировка исследований в зависимости от полученных выводов и результатов, возможность использования этого опыта для совершенствования системы таможенно-тарифного регулирования ЕАЭС.

В результате исследования удалось выявить наиболее острые проблемы системы таможенно-тарифного регулирования парфюмерно-косметической продукции в условиях ЕАЭС, выявить их влияние на экономику государств-членов, предложить рекомендации по совершенствованию инструментов таможенно-тарифного регулирования, а также оценить экономический эффект от предложенных рекомендаций.

1 ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ПАРФЮМЕРНО, КОСМЕТИЧЕСКИХ И ТУАЛЕТНЫХ СРЕДСТВ В РОССИИ

1.1 Понятие таможенного тарифного регулирования импорта на территории РФ

Все государства-члены ЕАЭС, в том числе Россия, образуют таможенную территорию.

Правовой основой является Таможенный кодекс ЕАЭС. Он дополняется исполнительными и делегированными актами. В некоторых случаях существуют переходные положения (например, в отношении процедур ИТ), которые будут действовать до 2025 года. ЕАЭС также заключила торговые соглашения, разрешающие беспошлинный ввоз определенных товаров или льготные тарифы со многими странами.

Организационная структура таможенной службы в каждой стране зависит от уровня экономического развития страны, полноты и размаха внешнеэкономических связей.

Таможенные тарифы являются основным элементом действующего регулирования внешней торговли. В настоящее время более ста стран мира используют таможенные тарифы.

В мировой практике тарифное регулирование считается экономическим методом регулирования внешней торговли. Они вносят вклад в показатели базы экспортно-импортных потоков при пересечении государственной границы. Самое главное, тарифное регулирование определяет способ и порядок обложения товаров таможенными пошлинами, а также виды налогов и тарифов, их основания и порядок предоставления таможенных льгот.

Тариф или пошлина (эти слова взаимозаменяемы) — это налог, взимаемый правительствами со стоимости, включая фрахт и страхование импортируемых товаров. Различные тарифы применяются к разным продуктам в разных странах.

Таможенный тарифный номер, или товарный код, представляет собой комбинацию цифр, гарантирующую заключение о характере товара и принятую на всей территории стран ЕАЭС. Он используется для определения правил импорта и экспорта. Таким образом, номер таможенного тарифа может использоваться для определения того, подлежат ли отправляемые товары запрету или оговорке на импорт или экспорт. Кроме того, он определяет экспортные пошлины и ставку акцизного сбора в соответствии с налоговым законодательством. Номер таможенного тарифа может иметь разную длину. При экспорте товаров необходимо ввести 8-значный номер. Для импорта товаров добавляются три дополнительные цифры. Их можно использовать для регистрации антидемпинговых правил и национальных положений, касающихся налога с оборота, запретов или ограничений.

Таможенная пошлина — это тариф или налог, взимаемый с товаров при их перевозке через международные границы. Целью таможенной пошлины является защита экономики каждой страны, жителей, рабочих мест, окружающей среды и т. д. путем контроля потока товаров, особенно ограничительных и запрещенных товаров, в страну и из страны.

Пошлина относится к предметам, за которые может потребоваться уплата таможенной пошлины. Каждое изделие имеет определенную ставку пошлины, которая определяется рядом факторов, в том числе, где вы приобрели изделие, где оно было изготовлено и из чего оно сделано. Кроме того, все, что привозится, когда вы покидали РФ, должно быть «декларировано».

Ставка таможенной пошлины указана в процентах. Этот процент определяется общей покупной стоимостью товаров, оплаченных за границей, и не зависит от таких факторов, как качество, размер или вес. Гармонизированная система тарифов (HTS) предусматривает ставки пошлин практически для всех существующих товаров. Есть в Кодексе ЕАЭС, который представляет собой справочное руководство, в котором указаны применимые тарифные ставки и статистические категории для всех товаров, импортируемых в РФ.

Товары из магазина беспошлинной торговли, продаваемые в магазине беспошлинной торговли, бесплатны только для страны, в которой расположен этот магазин. Поэтому, если ваши приобретенные товары превышают ваше личное освобождение/разрешение, товары, которые вы приобрели в магазине беспошлинной торговли, будь то в Россия или за границей, будут облагаться таможенной пошлиной при въезде в страну назначения. Товары, приобретенные в магазине беспошлинной торговли таможни, также облагаются таможенной пошлиной РФ, если вы ввозите их в Россию.

Пошлины взимаются на конкретной или адвалорной основе, в зависимости от того, что выше, и применяемые адвалорные пошлины варьируются от 0 до 80 процентов. Освобождение от импортных пошлин доступно для товаров в соответствии с Указом о таможенных тарифах. Льготные ставки пошлин распространяются на ввозимые товары из стран, имеющих соглашение о преференциальной свободной торговле со странами ЕАЭС

РФ реализовало Соглашение об оценке Всемирной торговой организации (ВТО). Первоначальным основанием для определения таможенной стоимости является стоимость сделки, которая представляет собой цену, фактически уплаченную или подлежащую уплате за товары при продаже на экспорт, с учетом корректировок на определенные элементы, которые считаются частью стоимости для таможенных целей или могут вычитаться из стоимости ввозимых товаров (например, стоимость транспортировки после ввоза, пошлины и налоги, связанные с ввозом).

Элементы, которые, возможно, потребуется добавить, включают роялти и лицензионные сборы, связанные с товарами и уплачиваемые в качестве условия продажи, выручку от последующей перепродажи в стране-импортере, а также стоимость товаров или услуг, предоставленных покупателем, например дизайн или сборы за разработку, связанные с импортируемыми товарами. Если заявленная цена явно занижена или вряд ли соответствует реальной стоимости товара, тайская таможня, скорее всего, оспорит заявленную цену.

Товары, ввозимые в ЕАЭС из третьих стран, как правило, облагаются пошлинами в виде тарифов. В связи с функцией ЕАЭС как таможенного союза таможенные пошлины не взимаются при перемещении некоторых товаров в странах-членах ЕАЭС. Администрирование и сбор таможенных пошлин являются обязанностью отдельных государств ЕАЭС. Таможенные поступления причитаются ЕАЭС.

Национальные налоги с продаж и местные налоги, а в некоторых случаях и таможенные сборы часто взимаются в дополнение к тарифу.

Тариф вместе с другими сборами взимается при таможенном оформлении в иностранном порту. Тарифы и налоги увеличивают стоимость вашего товара для иностранного покупателя и могут повлиять на вашу конкурентоспособность на рынке. Таким образом, знание окончательной стоимости для вашего покупателя может помочь вам определить цену вашего продукта для этого рынка. Кроме того, ваш покупатель может попросить вас указать оценку этих расходов до совершения покупки. Эта оценка может быть сделана по электронной почте, телефону или в счете-проформе.

В некоторых странах очень высокие пошлины и налоги, а в других относительно низкие пошлины и налоги. Если продукт в основном производится в России из компонентов местного происхождения, он может иметь право на беспошлинный ввоз в страны-партнеры соглашения о свободной торговле ЕАЭС. У РФ есть соглашения о свободной торговле со странами ЕАЭС, и ориентация на страны свободной торговли является конкурентной стратегией выхода на рынок. Это связано с тем, что иностранные покупатели платят меньшие пошлины за товары, произведенные в РФ, по сравнению с аналогичными товарами из стран не ЕАЭС. Ниже приведены шаги для поиска и расчета предполагаемых тарифов и налогов. Окончательное решение могут принять только сотрудники таможни в стране, где проходит таможенную очистку товара.

Как только экспортер и импортер узнаете классификационный номер или код ТН ВЭД для продукта, который экспортирует, может найти соответствующую

щую ставку тарифа (пошлины), обратившись к ресурсам по тарифам, перечисленным ниже.

Перечисленные тарифные ресурсы (государственные и частные) не являются исчерпывающими; однако они могут помочь вам оценить тарифные ставки для вашего груза. Помните, что фактические тарифные ставки будут определяться таможенной страны-импортера и поэтому могут иногда отличаться от вашей оценки. Кроме того, тарифные ставки не включают другие сборы, такие как налог на добавленную стоимость или другие сборы, взимаемые таможенной или грузоотправителями, которые включают общую стоимость наземного груза, включая цену покупки, фрахт, страхование и другие сборы до порта назначения. Чтобы узнать больше, посетите разделы «Тарифы и импортные пошлины» и «Расчет тарифов».

После ознакомления с представленными здесь ресурсами у вас могут возникнуть дополнительные вопросы о странах с соглашениями о свободной торговле или рынках стран с несколькими налогами, сборами или платежами в национальной валюте страны. Грузоотправитель или экспедитор должен помочь в поиске.

Но следует отметить, что любая внешнеэкономическая и бытовая деятельность в мировом пространстве имеет правовую основу. Поэтому возникает необходимость в выявлении партнера при осуществлении внешнеэкономической деятельности, так как многие страны участвуют в международной торговле, предлагая разные условия по своему таможенному законодательству.

Поэтому целью определения страны производства товаров является осуществление тарифного и нетарифного регулирования в процессе ввоза на территорию РФ и вывоза за ее пределы.

Стоимостью сделки для исчисления является таможенная стоимость товара. Эта цена может быть дополнена некоторыми факторами, например, стоимостью упаковки или стоимостью транспортировки и страхования перед въездом на территорию ЕАЭС.



Рисунок 1 – Меры тарифного регулирования

В соответствии со статьей 46 ТК ЕАЭС относятся в РФ применяются следующие таможенные платежи:

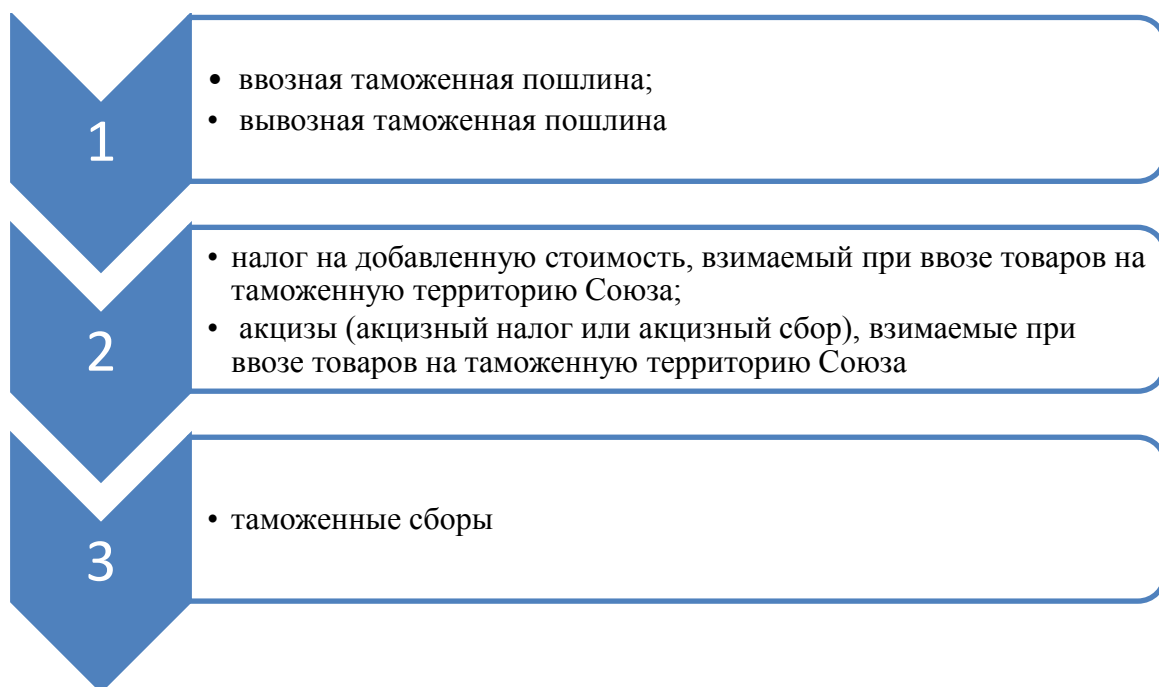


Рисунок 2 – Таможенные платежи по ТК ЕАЭС

Импортная пошлина — это налог, взимаемый таможенными органами страны с импорта и некоторых видов экспорта. Стоимость товаров обычно определяет ввозная пошлина. В зависимости от контекста импортная пошлина также может называться таможенной пошлиной, тарифом, налогом на импорт или тарифом на импорт.

Существуют следующие виды ставок таможенных платежей:

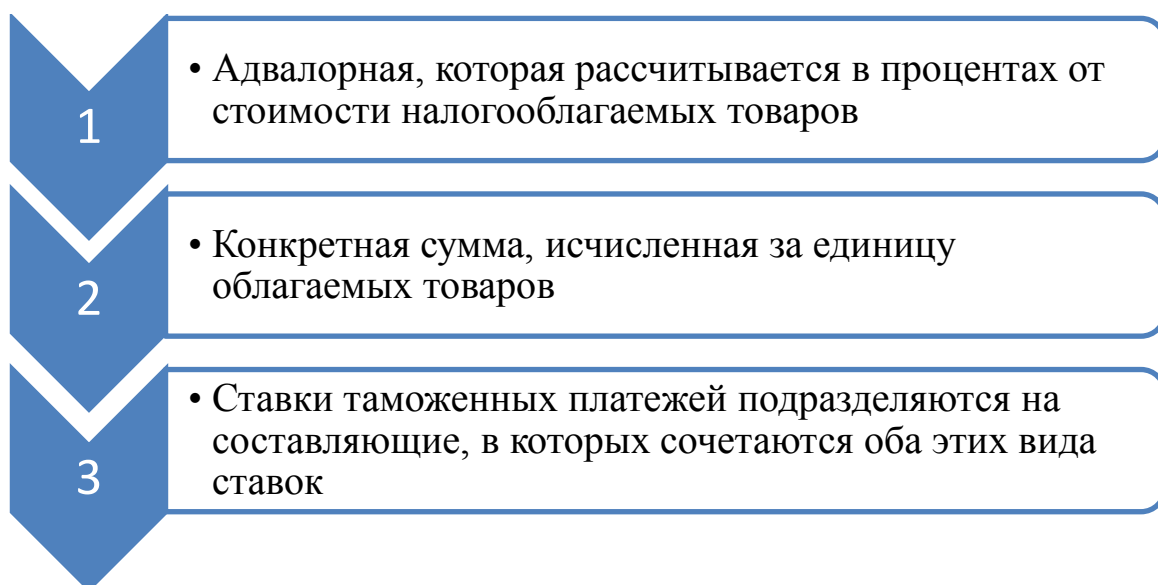


Рисунок 3 - Виды ставок таможенных платежей

Комплексный таможенный тариф представляет собой специальный льготный налог, который распространяется только на отдельные страны, входящие в состав закрытого экономического союза, а также в него входят развивающиеся страны. Уступки отражают тот факт, что ставка налога практически равна нулю, а это означает, что это беспошлинный импорт.

Таможенный тариф - как тариф по своему экономическому смыслу и характеру внешнеторговый процесс относится к рыночному регулированию. Таможенная пошлина — это налог, взимаемый государством с товаров и других видов имущества, когда они пересекают границы страны, либо в виде денежного сбора, либо в виде налога. Как и все другие налоги, он увеличивает цену товаров.

Все товары, ввозимые в Россию, классифицируются в соответствии с тарифной сеткой. Классификация определяет, сколько пошлины будет собрано. Импортёр несет ответственность за надлежащую классификацию товаров перед ввозом.¹

Тарифы и ставки пошлин постоянно пересматриваются и могут быть изменены без предварительного уведомления.

Тарифы стран ЕАЭС не являются необычно высокими по мировым стандартам. Таможенная служба РФ и ряд государственных органов регулируют ввоз товаров в страны ЕАЭС. Несоблюдение может привести к задержкам, дополнительным расходам, судебным разбирательствам и даже запрету.

Таможенная и пограничная службы предоставляют базовую информацию об импорте и экспорте, которая будет полезна новым экспортёрам на этом рынке.

Импортные пошлины служат двум целям: увеличить доходы местных органов власти и предоставить рыночное преимущество местным выращенным или произведенным товарам, освобожденным от импортных пошлин.

¹ Вердиев Д. А. Доходы федерального бюджета, пути их роста // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 12. С. 14–17.

Существуют единые правила регистрации торговли товарами. Чтобы иметь возможность быть помещенным в таможенную процедуру, товары, не входящие в Союз, должны быть представлены таможене.

«Представление товаров таможене» относится к уведомлению таможенных органов о прибытии товаров в таможенный орган или в любое другое место, указанное таможенными органами, и доступности этих товаров для таможенного контроля. Сводная ввозная декларация обычно должна быть подана - в определенные сроки - до ввоза товаров на территорию ЕС и предъявления товаров таможене. Целью этого является предоставление таможенным органам возможности провести анализ риска до прибытия.

Представленные товары затем декларируются для таможенной процедуры. Для этого необходимо подать таможенную декларацию. Это регулярно подается в электронном виде с использованием системы ATLAS для электронной таможенной очистки (и будет оставаться таковой до тех пор, пока не будет создана единая ИТ-система для всего ЕАЭС). Декларационные формальности должны быть выполнены компанией, зарегистрированной в ЕАЭС. Допускается подача таможенной декларации представителем, например экспедитором. Компании из стран, не входящих в ЕАЭС, могут подавать таможенную декларацию только в очень ограниченных случаях.

1.2 Законодательные основы таможенного тарифного регулирования импорта на территории РФ

Статистика внешней торговли используется для учета движения товаров всего движимого имущества, живых животных и электроэнергии при импорте и экспорте через границы РФ. Федеральное статистическое управление ежемесячно составляет статистику внешней торговли на основе отчетов об импорте и экспорте товаров из отдельных стран и в них. Основой для этого является торговля со странами-членами ЕАЭС (intra-trade) и третьими странами (extra-trade), а также торговля товарами, ввозимыми или вывозимыми бесплатно или за счет иностранного капитала.

Все товары, находящиеся под таможенной процедурой, должны быть заявлены для этой процедуры, независимо от их статуса товаров Союза или не Союза.

Декларировать может любой желающий, обладающий всей необходимой информацией и документами для предъявления товара. В большинстве случаев таможенные декларанты также могут быть представлены прямо или косвенно. Это применимо, например, при использовании экспедиторов или других лиц, уполномоченных представлять товары.

Таможни делятся на пограничные таможни – каналы въезда и выезда для перемещения товаров на таможенную территорию ЕС и из нее – и внутренние таможни – контактные пункты по всем вопросам, касающимся ввоза и вывоза товаров.²

Таможенная декларация может быть подана в электронном виде, письменно, устно или посредством акта, который считается таможенной декларацией.³

К документам, необходимым для декларирования, относятся документы, подтверждающие стоимость, происхождение или идентичность товаров, определяющие размер пошлины или помогающие выявить любые запреты и ограничения, которые могут существовать:

- Достоверность и полнота сведений в таможенной декларации
- Подлинность, точность и действительность всех представленных документов
- Исполнение всех обязательств, вытекающих из заявленной таможенной процедуры

Грузополучатель не имеет доступа к своим товарам до тех пор, пока они не будут заявлены для таможенной процедуры и выпущены таможенным органом.

² Боков, К. Становление и развитие таможенного дела и таможенного законодательства России: монография. - М.: Проспект, 2017. С.87.

³ Шишканова Е. Э. Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности как инструмент экономической безопасности страны // Концепт. 2015. С.90.

Цель таможенного регулирования – защита национальных интересов страны, пропаганда деятельности таможни для обеспечения безопасности страны.

Таможенные процедуры для товаров, прибывающих в РФ любым способом, такие же, как и в большинстве других стран. Импортёр должен подать форму заявки вместе с другими необходимыми документами, включая коносамент, счет-фактуру и упаковочный лист, через систему электронной таможни.

Таможенные пошлины подлежат уплате по прибытии судна, перевозящего ввозимые товары, и товары могут храниться на таможенном складе временного хранения. Сборы за погрузку и хранение должны быть оплачены до выпуска товара.

Федеральным законом №164-ФЗ от 08.12.2003 «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»⁴ в статье 2 дано следующее определение ТТР «ТТР – это метод государственного регулирования внешней торговли товарами, осуществляемый путем применения ввозных и вывозных таможенных пошлин».⁵

Цель ТТР Российской Федерации: обеспечение эффективного использования инструментов таможенного контроля, торговля на таможенной территории Российской Федерации, защита российского рынка, стимулирование развития национальной экономики, содействие структурным изменениям и другим задачам внешнеэкономической политики Российской Федерации, и другим целям, установленным Федеральным Собранием Российской Федерации, президентом Российской Федерации и Правительством Российской Федерации.⁶

Основные цели применения таможенно-тарифного регулирования в ЕАЭС:

⁴ Федеральным законом №164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»

⁵ Попович, О. М. Таможенное право. - М.: Юнити-Дана, Закон и право, 2016. С.356.

⁶ Бекашев, К. Таможенное право: учебник. - 3-е издание, переработанное и дополненное. - М.: Проспект, 2018. С.193



Рисунок 4 - Цели применения таможенно-тарифного регулирования в ЕАЭС⁷

Хотя технически нарушение таможенного законодательства является уголовным преступлением, на практике судебные процессы обычно касаются взыскания налоговой задолженности и штрафов. Правонарушения включают несоблюдение таможенных процедур, ложные декларации и наиболее серьезное правонарушение в виде контрабанды и уклонения от уплаты таможенных пошлин. Штрафные санкции предусмотрены соответствующими положениями ТК ЕАЭС. Если таможня и правонарушитель соглашаются урегулировать дело

⁷ Галкин Л. Ф., Курлат А. Н., Матвиенко М. С. Проблема зависимости курса рубля от цен на нефть и пути её решения // Электронный научный журнал. 2017. № 4. С. 244–248.

на уровне таможи (т. е. отказ от судебного преследования), штрафы будут соответствовать критериям урегулирования, установленным генеральным директором таможенного департамента.

В случае ошибок лицензирования импорта критерием урегулирования будет отказ от товаров или штраф вместо него, исходя из стоимости товаров плюс подлежащие уплате пошлины и налоги. Для правонарушений, связанных с контрабандой, штрафы основаны на кратной стоимости товаров.⁸

Таблица 1 - Классификация основных мер единого таможенно-тарифного регулирования Таможенного союза в рамках ЕАЭС

Классификация нормативно-правовых актов	Нормативно-правовые акты, регулирующие таможенно-тарифные меры
Единый таможенный тариф Таможенного союза (ЕТТ ТС). Свод ставок таможенных пошлин	Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16 июля 2012 г. № 54 «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза и Единого таможенного тарифа Таможенного союза»
Единая Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Таможенного союза (ЕТН ВЭД ТС). Пояснения к ЕТН ВЭД ТС	Решение Совета ЕЭК от 16 июля 2012 г. № 54 «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Таможенного союза и Единого таможенного тарифа Таможенного союза»
Тарифные квоты. Объемы тарифных квот	Соглашение об условиях и механизме применения тарифных квот от 12 декабря 2008 г
Применение ставок ввозных таможенных пошлин, отличных от ставок ЕТТ ТС	Решение Совета ЕАЭС от 21 декабря 2016 года N 153 «О некоторых вопросах таможенно-тарифного регулирования»
Тарифные льготы	Решение Совета ЕАЭС от 21 декабря 2016 года N 153 «О некоторых вопросах таможенно-тарифного регулирования»
Единая система тарифных преференций. Перечень развивающихся стран. Перечень наименее развитых стран. Перечень товаров, происходящих из развивающихся и наименее развитых стран	Решение Совета ЕАЭС от 6 апреля 2016 года N 47 «Об утверждении Положения об условиях и порядке применения единой системы тарифных преференций Евразийского экономического союза»

Документы регулирующие парфюмерно-косметическую продукцию.

⁸ Коники, Н. Таможенное дело: учебное пособие. - 2-е издание, стереотипное. - М.: Омега-Л, 2018. С.183.

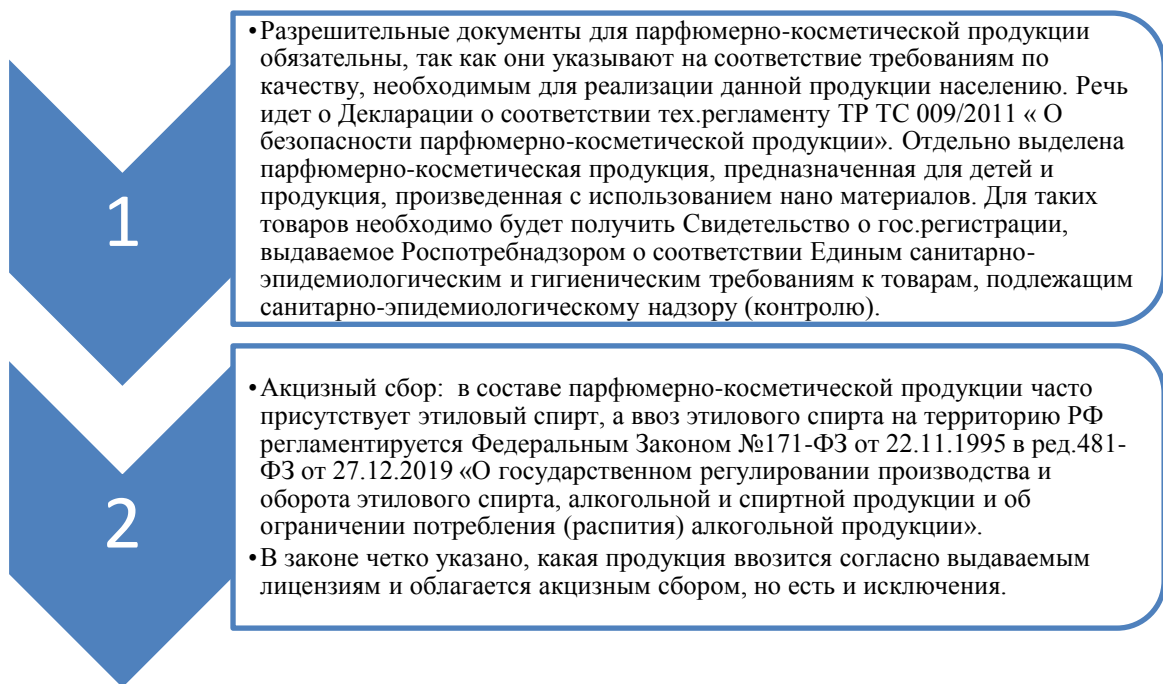


Рисунок 5 - Документы регулирующие парфюмерно-косметическую продукцию

Парфюмерно-косметическая продукция не облагается акцизным сбором при соблюдении следующих условий

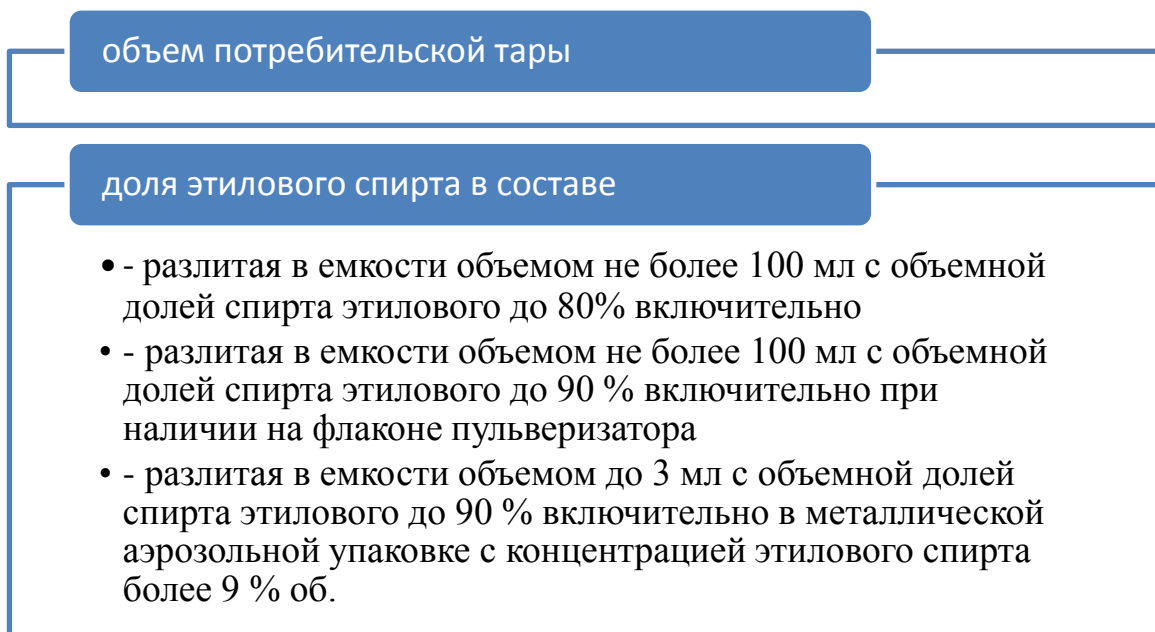


Рисунок 6 – Условия для не обложения акцизным сбором

В дополнение к импортным пошлинам, взимаемым Таможенным управлением, некоторые импортные товары также облагаются акцизными сборами. Акцизный налог — это форма потребительского налога, взимаемого с продажи определенного набора услуг и товаров (независимо от того, произведены они на месте или импортированы), которые считаются «предметами роскоши». Налоговое обязательство возникает для товаров местного производства при выходе с завода и во время ввоза для импортных товаров.

Расчет акцизного налога основан как на адвалорных ставках (в процентах от рекомендуемой розничной цены [SRP]), так и на конкретных ставках (на основе количества или веса товаров). Формула акцизного налога варьируется в зависимости от вида подакцизных товаров, например:

(Ставка SRP x ET) применяется к автомобилям, мотоциклам и косметическим продуктам.

(Удельная ставка x количество) применяется для нефтепродуктов.

(SRP x ставка ET) + (удельная ставка x количество) применяется к безалкогольным напиткам и табачным изделиям.

(SRP x норма ET) + (удельная норма x количество x градус чистого спирта) применяется для алкогольных напитков.

В дополнение к акцизному налогу акцизным управлением также взимается внутренний налог в размере 10% от подлежащего уплате акцизного налога.

Производитель продукции должен подать декларацию и перечислить причитающийся налог до того, как заберет товар с завода или таможенного склада. Если обязательство по НДС возникает до вывоза товаров из этих мест, производитель должен подать декларацию и перечислить акцизный налог.

1.3 Таможенно-тарифное регулирование импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России

В зависимости от причины, по которой товары должны быть ввезены в ЕАЭС, могут применяться различные таможенные процедуры. Стандартный случай импорта называется «выпуск в свободное обращение».

Различные таможенные процедуры применяются в зависимости от причин, по которым товары ввозятся. Таможенный кодекс ЕАЭС предусматривает три основные группы таможенных процедур:

- выпуск в свободное обращение,
- экспорт и импорт;
- специальные процедуры.

К специальным таможенным процедурам, в частности, относятся: транзит (внешний и внутренний транзит), специальное использование (временный ввоз и конечное использование), обработка (внутренняя обработка и внешняя обработка), и хранение на таможенных складах и в свободных зонах.

Применение косметики для ухода за собой так же старо, как нечеловеческая цивилизация. С течением времени спрос на косметику во всем мире увеличился в разы. В первую очередь это связано с растущим пониманием способов улучшения отношения к телу. Сегодня использование косметики для ухода за собой и телом стало нормой во всем мире. Мировой рынок косметических товаров растет в среднем примерно на 5 процентов в год. Интересен тот факт, что рынок косметики и средств личной гигиены демонстрировал непрерывный и устойчивый рост с момента своего возникновения и прогрессировал даже в условиях нестабильной экономики.

Парфюмерия и косметика - это продукты, применяемые методы, которые используются с целью сделать человека более привлекательным или устранить существующие проблемы. Он охватывает все виды продуктов, наносимых на организм, кроме лекарств, таких как помады, шампуни и кремы. Похоже, что после Первой мировой войны использование и разнообразие косметики увеличилось. В период с 1930-х годов по настоящее время использование косметики у женщин стало обычным делом. С распадом Советской системы наблюдается рост использования косметики в Болгарии, когда люди испытывают трудности с поиском продуктов для удовлетворения своих основных потребностей.

Косметический сектор также занимает значительную долю в мировом секторе. Выручка только от чистящей, парфюмерной и косметической про-

мышленности в Великобритании в 2023 году составила 14 700 000 долларов. В отраслевом отчете Министерства экономики, опубликованном в 2021 году, страны-импортеры косметики в мире, в основном США, Великобритания и Германия, наш общий объем экспорта косметики в 2022 году составил 695 миллионов долларов США.

Импорт косметики и средств личной гигиены в РФ ежегодно растет на 10 %. В косметическом секторе целевая аудитория состоит в основном из женщин-потребителей. Поскольку женщины играют все более активную роль в трудовой жизни, считается, что косметика помогает им выразить себя и чувствовать себя лучше.

Косметические продукты состоят из различных органических и неорганических веществ, в том числе гидрофильных и гидрофобных. При производстве декоративной косметики обычно используют минеральные пигменты, загрязняющие косметику. Продукты, содержащие тяжелые металлы (ТМ), такие как Cu, Ni, Co, Pb, Cr, Cd и другие элементы. Эти ТМ преднамеренно входят в состав косметических продуктов в качестве пигментов, консервантов, УФ-фильтров, а также антиперспирантов, противогрибковых и антибактериальных средств. Сообщалось, что воздействие УФ-излучения на человека может иметь серьезные последствия для здоровья кожи, глаз и иммунной системы человека. Таким образом, производители косметики используют УФ-фильтры в качестве важных ингредиентов в солнцезащитных кремах и других косметических продуктах, используемых ежедневно. Хотя УФ-фильтры предназначены для косметических продуктов, предназначенных для местного нанесения на поверхность кожи, производные продуктов могут связываться с белками плазмы и циркулировать в крови, а затем через одну фазу. I и II реакции биотрансформации метаболизируются в печени. После этого они могут либо выводиться с мочой, либо биоаккумулироваться в организме. Наряду с некоторыми металлами парабены входят в состав косметических продуктов в качестве консервантов, поскольку они обладают антибактериальными и противогрибковыми свойствами. В ходе недавних исследований было установлено, что металлы и парабены,

используемые в качестве консервантов, также являются эндокринными разрушителями и могут легко всасываться через кожу, оказывая неблагоприятное воздействие на здоровье. Таким образом, необходимо очень тщательно относиться к импорту непонятной косметики.

Импорт парфюмерии в Россию означает выход на рынок с множеством различных ароматов и не одним, а несколькими способами. Что считается духами, а что нет, зависит от описания продукта и запаха. Рынки парфюмерии, в основном связанные с косметическими товарами, отличаются высокой конкуренцией, и импортеры должны убедиться, что их поставщики являются законными и заслуживающими доверия.

Управление по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов имеет полномочия в отношении импортируемой парфюмерии в соответствии с Федеральным законом "О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции". В соответствии с этим законом парфюмерия, предназначенная для использования на теле человека, определяется как косметическая продукция. Парфюмерные масла или эфирные масла, рекламируемые как любой продукт для здоровья, могут быть классифицированы как лекарства.

Концепция духов существует с тех пор, как люди начали обращать внимание на то, как они пахнут. Поскольку желание приятно пахнуть кажется почти универсальным, духи всех видов развивались по всему миру.

Импорт парфюмерии покупателям в РФ означает поставку продукции крупнейшим потребителям парфюмерии в современном мире. Как и во многих косметических продуктах, существует широкий диапазон вкусов и предпочитаемых качеств.

Любой душистый или ароматный продукт может содержать духи, но это не значит, что это духи. Конкретный список импортных документов и этикеток имеет решающее значение для правильных платежей и пошлин при въезде в РФ.

В группе «косметика», большую зависимость от импорта, составляет парфюмерия (до 85%). В этой же группе самая большая доля «серого» импорта. Франция, Великобритания и Польша входят в тройку лидеров стран-экспортеров парфюмерии в Россию.

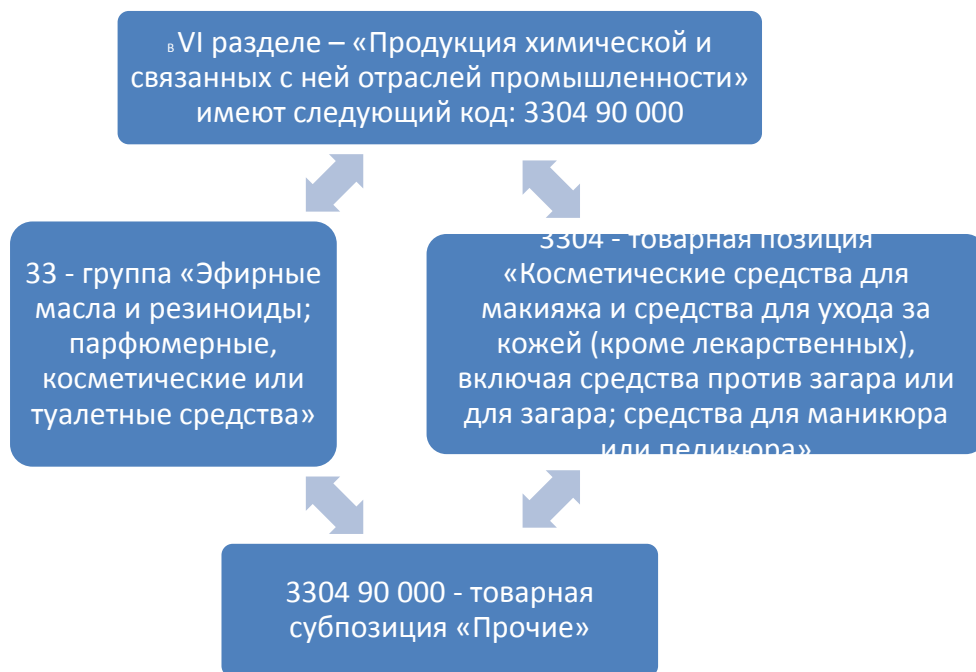


Рисунок 7 – Оценка Код ВЭД

При таможенном оформлении косметики необходимо учитывать ряд особенностей. Размер таможенных пошлин зависит от:

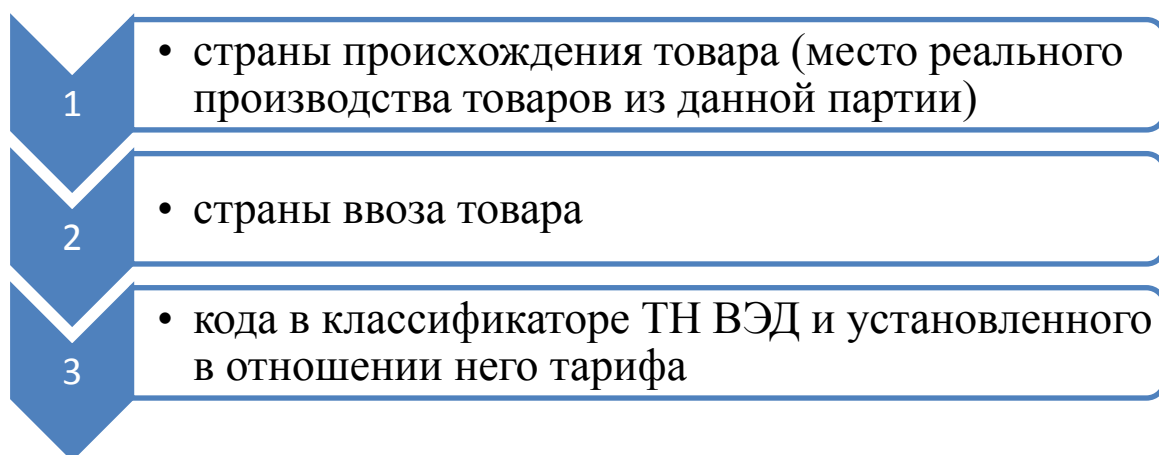


Рисунок 8 - Размер пошлин зависит

При импорте косметики необходимо уплатить таможенную пошлину и налог на добавочную стоимость. Первоначально определяют классификацион-

ный код ТН ВЭД для каждого вида товара, чтобы впоследствии, согласно коду, рассчитать таможенные платежи (таблица 2).

Таблица 2 – Таможенные сборы и налоги применяемые при импорте парфюмерно-косметических товаров

Код ТН ВЭД ЕАЭС	Наименование	Пошлина	НДС	Акциз
3301	Масла эфирные: апельсиновое, лимонное, мяты перечной, гвоздичное, чайного дерева, иланг-иланговое, гераниевое, жасминовое, ветиверии, лавандовое или лавандиновое, изолодки и хмеля	5%	20%	544 руб./л. (или безакциза)
3301 30 000 0	Резиноиды	5%	20%	544 руб./л. (или без акциза)
3303 00 100 0	Духи	6,5%	20%	544 руб./л. (или безакциза)
3304 10 000 0	Средства для макияжа губ	6,5%	20%	-
3304 20 000 0	Средства для макияжа глаз	6,5%	20%	-
3304 30 000 0	Средства для маникюра или педикюра	6,5%	20%	-
3305 10 000 0	Шампуни	6,5%	20%	-
3305 20 000 0	Средства для перманентной завивки или распрямления волос	6,5%	20%	-
3305 30 000 0	Лаки для волос	6,5%	20%	544 руб./л. (или безакциза)
3306100000	Средства для чистки зубов	6,5%	20%	544 руб./л. (или без акциза)
3306 20 000 0	Нитки, используемые для очистки межзубных промежутков (зубной шелк)	6,5%	20%	-
3307 10 000 0	Средства, используемые до, во время или после бритья	6,5%	20%	544 руб./л. (или безакциза)
3307 20 000 0	Дезодоранты и антиперспиранты индивидуального назначения	6,5%	20%	544 руб./л. (или без акциза)
3307 30 000 0	Ароматизированные соли и прочие составы для принятия ванн	6,5%	20%	-
3307 41 000 0	"Агарбатти" и прочие благовония, распространяющие запах при горении	6,5%	20%	-
3401 11 000 1	Мыло туалетное	4,5 % + 0,02 евро/кг.	20%	-
3401 30 000 0	Крема, гели для душа	6,5%	20%	-

Согласно данным таблицы 2, парфюмерно-косметические товары подлежат уплате таможенных пошлин и налогов при ввозе на территорию РФ. Низкая ставка таможенной пошлины применяется в отношении туалетного мыла

(4,5%+0,02 евро/кг.), эфирных масел и резиноидов (закрепитель аромата применяется при изготовлении духов) по 5 %. Самая высокая ставка применяется в отношении, солей для ванн, лаков для волос, гелей для душа, духи, шампуни, губных помад и пудры и т.д. – 6,5 %.

Помимо ввозной пошлины и НДС, на некоторые товары предусмотрен акцизный сбор, а именно на спиртосодержащую продукцию, классифицируемую согласно Законодательству РФ, в размере 544 руб/л 100% спирта. Подакцизная продукция оформляется на специализированных таможенных постах. Таможенный сбор уплачивается за выполнение процедуры таможенного оформления таможенными органами. При расчетах учитывают также страну происхождения товара, поскольку некоторые страны пользуются преференциями и имеют право ввозить товар без уплаты таможенной пошлины на основании сертификата происхождения.

Меры таможенно-тарифного регулирования рассматриваемого товара:

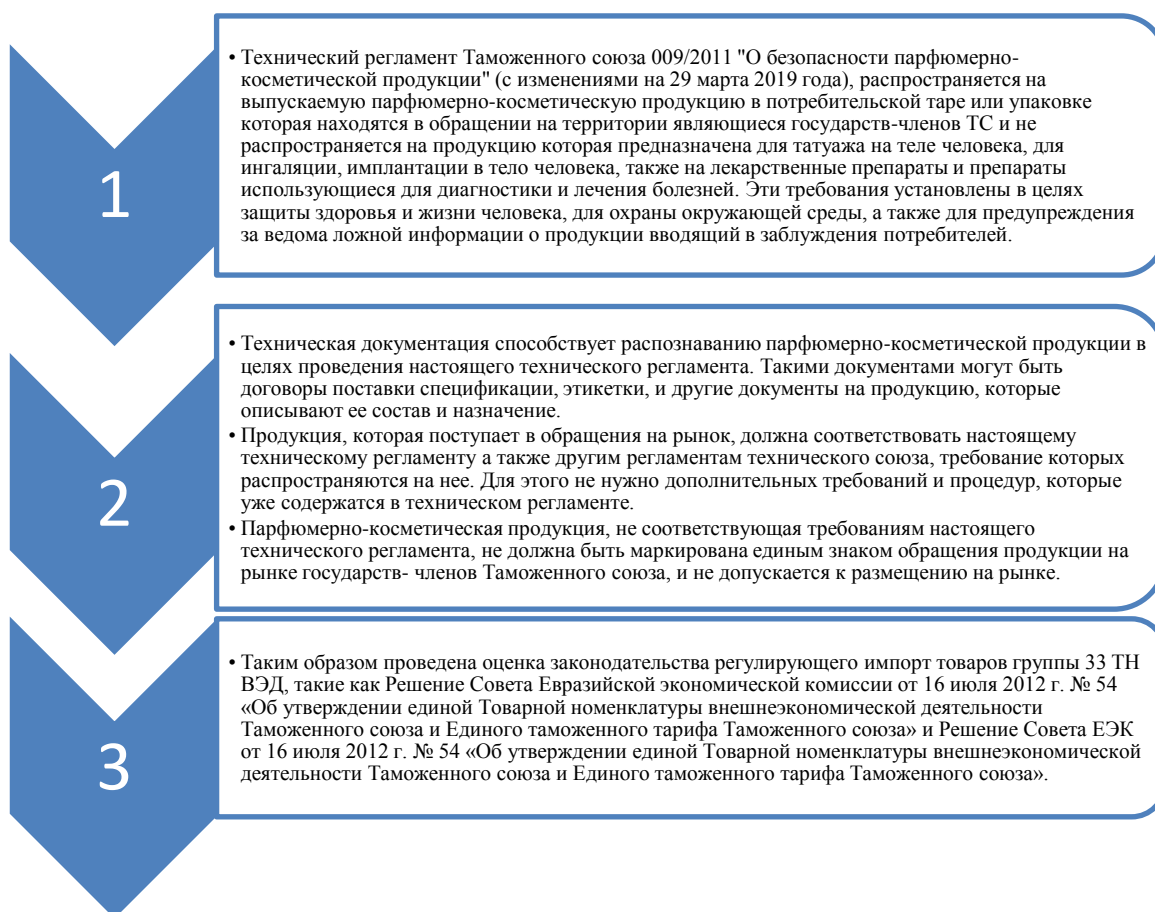


Рисунок 9 - Меры таможенно-тарифного регулирования по законам

Применение технического регламента «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» происходит по некоторым признакам, которые характеризуют парфюмерно-косметическую продукцию:

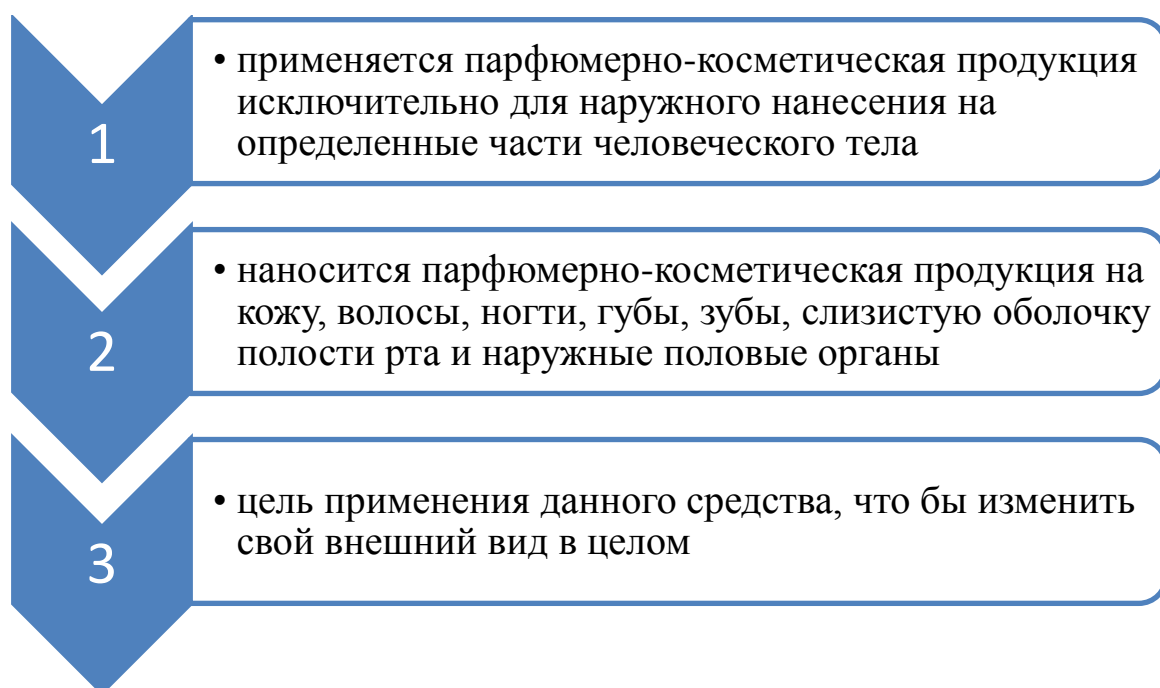


Рисунок 10 - Применение технического регламента «О безопасности парфюмерно-косметической продукции»

Кроме этого выявили, что важным регулированием ввоза парфюмерно-косметические товары являются таможенные пошлины на ввоз, а также НДС.

В некоторых случаях может потребоваться специальная лицензия. Приведу лишь один пример: импорт лекарственных средств или некоторых химических веществ регулируется особыми лицензионными требованиями.

Для товаров, ввозимых из нескольких стран или отдельными лицами, также могут быть ограничения, установленные союзом ЕАЭС.

Однако Закон о фармацевтике не накладывает ограничений на вещества, которые ввозятся в Россию в качестве сырья для косметики, а затем перерабатываются внутри страны.

Импортеры должны получить лицензию первичного дистрибьютора косметики, которая относится к продаже, аренде или кредитованию производимой или импортируемой косметики. Эта лицензия не распространяется на

компании, производящие косметику для другой компании. В дополнение к получению лицензии первичного дистрибьютора любой первичный дистрибьютор, который занимается окончательной упаковкой, маркировкой на русском языке или хранением импортируемых продуктов, должен получить лицензию производителя косметики. Даже если продукт имеет маркировку на русском языке в другой стране, импортер этого продукта должен получить лицензию производителя косметики, потому что этот продукт должен временно храниться на лицензированном российском предприятии, которое имеет возможность отгружать его после необходимых испытаний. Это исключает случай делегирования производства другому лицензированному производителю,

По закону кто угодно может перепродавать без ограничений, но продажа бракованной косметики запрещена. Информация, указанная на этикетке, должна включать: имя и адрес основного дистрибьютора; торговая марка и заводской номер или код; список ингредиентов и срок годности; и другие сведения. Имя и адрес первичного дистрибьютора должны соответствовать местонахождению офиса, в котором работает генеральный инспектор по маркетингу. В случае получения разрешения на первичное распространение продукции, произведенной в зарубежных странах, необходимо указать имя и страну иностранного обладателя разрешения, а также имя и адрес назначенного первичного дистрибьютора.

Указанное торговое наименование должно быть тем, для которого было размещено уведомление для первичного распространения. Ингредиенты должны быть четко выражены на русском языке и перечислены в порядке убывания. Наконец, для косметических средств указаны сроки годности, установленные законом.

2 АНАЛИЗ ИМПОРТА ПАРФЮМЕРНО, КОСМЕТИЧЕСКИХ И ТУА- ЛЕТНЫХ СРЕДСТВ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЕАЭС

2.1 Структура и динамика внешней торговли в РФ в условиях ЕАЭС

В настоящее время торговые отношения между двумя странами развиваются не лучшим образом.

Прошлый год, также как и 2021 год стал одним из самых успешных для российской внешней торговли за последние десять лет.

Впервые с 2010 года экспорт увеличился на 8,25 % в стоимостном выражении.

По последним данным, в январе-декабре прошлого года за рубеж было продано товаров на 84,4 миллиарда долларов США.

Представим в таблице 3 показатели внешней торговли России за 2015 – 2022 гг.

Таблица 3 – Показатели внешней торговли России за 2015-2022 гг.

В МЛН. ДОЛЛ

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Экспорт	343542,8	285491	357083	450039	423242	336394	491580	591459
Импорт	182718,7	182262	226966	238110	244142	231430	293420	259083
Итого	526261,5	467753	584049	688149	667384	567824	785000	850542
Сальдо торгового баланса	160824,1	103229	130117	211929	179100	104964	198160	332376

Внешняя торговля РФ не имеет положительной тенденции, под влиянием внешних факторов, таких как пандемия, санкции имеет тенденция снижения внешней торговли.

Представим показатели сальдо внешней торговли России за 2015-2021 гг. на рисунке 11.

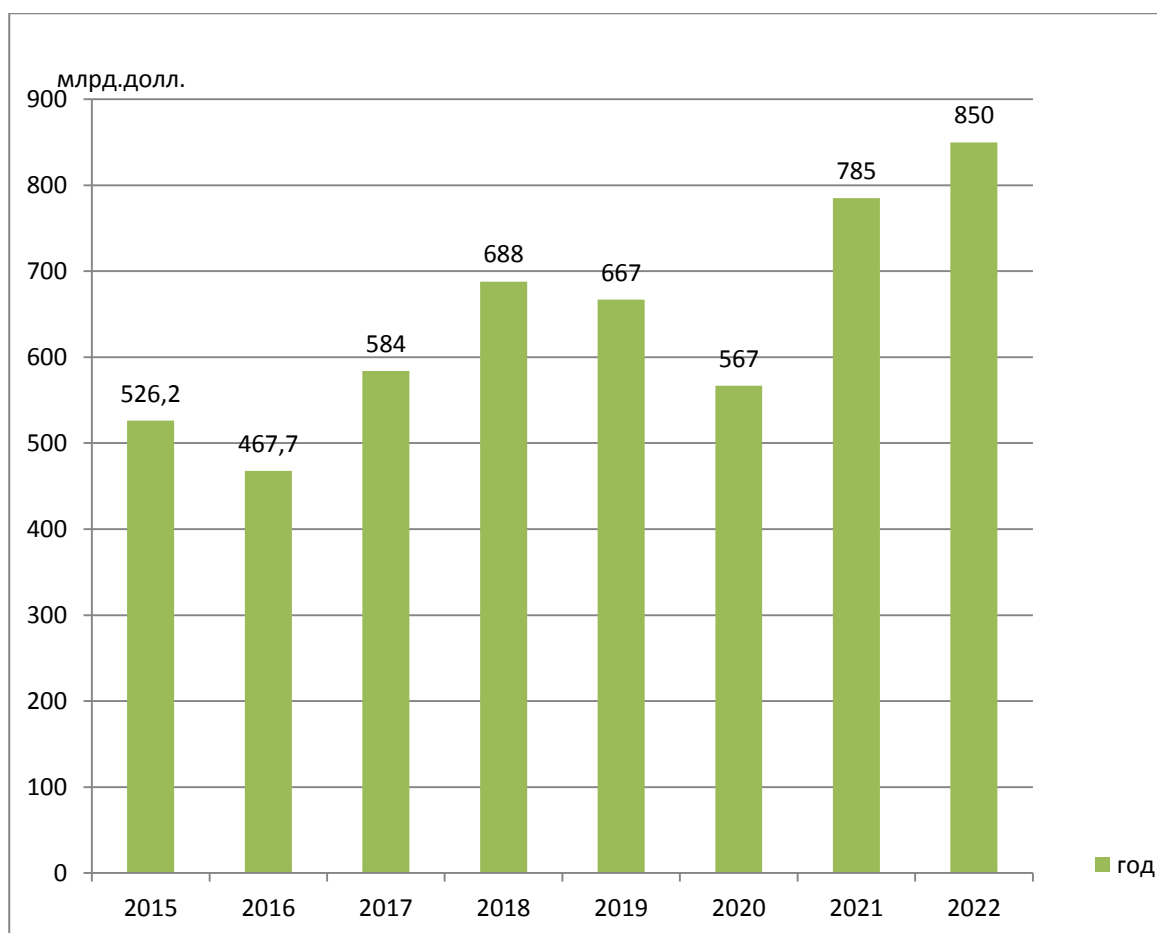


Рисунок 11 - Показатели внешней торговли России за 2015-2022 гг.

Внешнеторговый оборот РФ в 2022 году достиг исторического максимума в 850 млрд долларов США. Однако, несмотря на рекордный товарооборот, объем импорта невысок - 259 млрд долларов. Это на 12 % ниже абсолютных показателей 2021 г. Экспорт при этом вырос с 491 млрд.долл. до 591 млрд долларов в 2022 г.

Таблица 4 – Динамика показателей внешней торговли России за 2015-2022 гг.

В МЛН. ДОЛЛ.

	2016/2015	2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019	2021/2020	2022/2021
Экспорт	-58051,8	71592	92956	-26797	-86848	155186	99879
Импорт	-456,7	44704	11144	6032	-12712	61990	-34337
Итого	-58508,5	116296	104100	-20765	-99560	217176	65542
Сальдо внешней торговли	-57595,1	26888	81812	-32829	-74136	93196	134216

Динамика внешней торговли России в 2017 г., 2018 г., 2021 г. и 2022 г., отрицательная динамика наблюдается в 2016 г. на 58,5 млрд.руб., в 109 г. на 2 млрд.руб., в 2020 г. на 99,5 млрд.руб. За 2021 год прирост импорта составил всего 62 млрд долларов или 27%: рост импорта по отдельным категориям потребительских и промышленных товаров нивелировался за счет снижения импорта машин и оборудования из-за рубежа. В 2022 году же наоборот импорт упал на 34,3 млрд.долл.

Экспорт увеличился на 155 млрд долларов или 46 % на фоне роста цен на сырье и металлы и снижения объемов их поставок. Например, в 2021 году средняя цена на нефть выросла на 64 %, на медь — на 52 %, а на алюминий — на 44 %.

В 2020 г. динамика уже чуть снизилась с 155 млрд.руб. до 99,9 млрд.руб., что произошло из-за снижения цены на нефть.

Рассчитаем темп роста внешней торговли России за 2015-2022 гг.

Таблица 5 – Темп роста внешней торговли России за 2015-2022 гг.

Показатели	Темп роста,%						
	2016/2015	2017/2015	2018/2017	2019/2018	2020/2019	2021/2020	2022/2021
Экспорт	99,75	124,53	126,03	94,05	79,48	146,13	120,32
Импорт	64,19	126,05	104,91	102,53	94,79	126,79	88,30
Итого	88,88	124,86	117,82	96,98	85,08	138,25	108,35
Сальдо внешней торговли	99,75	124,53	162,88	84,51	58,61	188,79	167,73

В 2022 г. по сравнению с 2021 годом оборот увеличился на 8,35 % (рост в 2021 г. был на 38,35 % по сравнению с «Пандемией» 2020 года).

Положительное сальдо торгового баланса сложилось на уровне 332,3 миллиарда долларов. Это на 67,73 % больше показателей 2021 года. Это в 3 раза больше, чем в 2020 году.

Структура внешней торговли РФ представлена в таблице 6.

Таблица 6 – Структура внешней торговли РФ

Показатель	Удельный вес, %							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Экспорт	65,2	61	61,1	67,4	63,4	59,2	62,7	69,5
Импорт	38,8	39	38,9	32,6	36,6	40,8	37,3	30,5
Внешнеторгов ый оборот	100	100	100	100	100	100	100	100

Видим, что в структуре внешней торговли РФ преобладает экспорт, в 2019 г. – 63,4 %, в 2020 г. – 59,2 %, в 2021 г. – 62,7 %. На импорт приходится мене 40 %. Также с 2015 года доля экспорта снизилась с 65,2 % до 62,7 % в 2021 г. Импорт аналогично упал с 38,8 % в 2015 г. до 37,3 % в 2021 г.

Таблица 7 - Доли основных стран во внешней торговле России с 2015 по 2022 г., %

Страна	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год
Китай	12,07	14,11	14,86	15,75	16,51	18,34	17,52
Германия	8,70	8,70	8,54	8,67	8,01	7,34	7,22
Нидерланды	8,35	6,89	6,75	6,87	7,36	5,06	6,04
Беларусь	4,64	5,15	5,24	4,86	4,87	4,95	4,68
США	3,97	4,25	3,96	3,66	3,96	4,24	4,44
Турция	4,43	3,35	3,77	3,74	3,93	3,62	4,25
Италия	5,82	4,23	4,09	3,93	3,80	3,60	3,99
Корея	3,43	3,23	3,29	3,61	3,67	3,49	3,87
Великобри- тания	2,13	2,22	2,18	2,00	2,60	4,75	3,41
Казахстан	2,96	2,83	2,99	2,62	2,89	3,28	3,24
Польша	2,61	2,80	2,83	3,12	2,61	2,45	2,88
Франция	2,21	2,83	2,64	2,50	2,25	2,33	2,84
Япония	4,05	3,42	3,11	3,11	3,07	2,88	2,56
Индия	1,49	1,65	1,60	1,60	1,68	1,65	1,74
Финляндия	1,85	1,93	2,11	2,15	2,04	1,77	1,68
Украина	2,84	2,22	2,20	2,18	1,78	1,49	1,56
Бельгия	1,61	1,71	1,66	1,70	1,38	1,40	1,39
Чехия	1,16	1,17	1,26	1,26	1,29	1,09	0,97
Бразилия	0,92	0,92	0,89	0,73	0,69	0,72	0,97
Испания	1,05	0,94	0,91	0,84	0,89	0,85	0,94
Остальные страны	23,72	25,45	25,13	25,11	24,70	24,70	23,80

В первую пятерку торговых партнеров вошли ведущие страны Китай, Германия, Нидерланды, Беларусь и США.

Основным торговым партнёром в 2021 г. РФ был Евросоюз, на долю которого приходилось 36 % российского товарооборота. Внешнеторговый оборот со странами АТЭС составлял 33,3 %, с СНГ — 12,2 %, а с членами ЕАЭС — 8,8 %.

Среди крупнейших торговых партнёров России в 2021 г. были Китай, Германия, Нидерланды, Беларусь и США.

Основными торговыми партнерами России в 2021 г. среди стран дальнего зарубежья были: Китай, товарооборот с которым составил 17,52 %, Германия – 7,22 %, Нидерланды – 6,04 %, Беларусь – 4,68 %, Италия – 3,99 %, Турция – 4,25 %, Соединенные Штаты – 4,44%, Республика Корея – 3,89 и т.д.

В таблице 8 представлена динамика внешней торговли между ДВТУ за 2014–2021 гг.

Таблица 8 – Внешнеторговый оборот ДФО

в млрд.долл.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Экспорт	10,6	9,4	9,3	10,7	12,5	13,0	10,8	17,5
Импорт	18,4	11,4	10,9	12,4	12,5	13,1	13,0	16,8
Товарооборот	29,1	20,9	20,2	23,1	25,0	26,2	23,8	34,4

По итогам 2021 года товарооборот между ДВТУ и другими странами достиг рекордных объемов и составил 34,4 миллиарда долларов, увеличившись на 10,5 млрд.руб.

2.2 Анализ импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС

Анализ импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС начнем с импорта торговли РФ.

Представим на рисунке 12 динамику импорта за 2015 – 2022 гг.



Рисунок 12 – Динамика импорта России за 2015 – 2022 гг.

Наблюдается рост объемов импорта РФ с 2016 года, но его снижение составило незначительную величину – 452 млн. долл. Благоприятным моментом является рост импортируемых товаров в 2017 и 2018 гг. На конец анализируемого периода импорт страны составил 238151 млн. долл. Также стоит отметить тот факт, что после падения объема импорта в 2015 году страна так и не нарастила ранее достигнутые результаты.

При этом с 2017 года происходит рост с 222 млрд.долл. до 244 млрд.долл. в 2019 г. На 2020 год появляется тенденция снижения импорта, его снижение составило 12,7 млрд. долл.

Также из представленного рисунка видно, что на 2022 год импорт России резко снижается и на конец 2022 года он составил 259083 млн. долл., что на 34337 млн. долл. меньше по сравнению с 2021 годом.

Представим на рисунке 13 состав импорта за 2015 – 2021 гг.

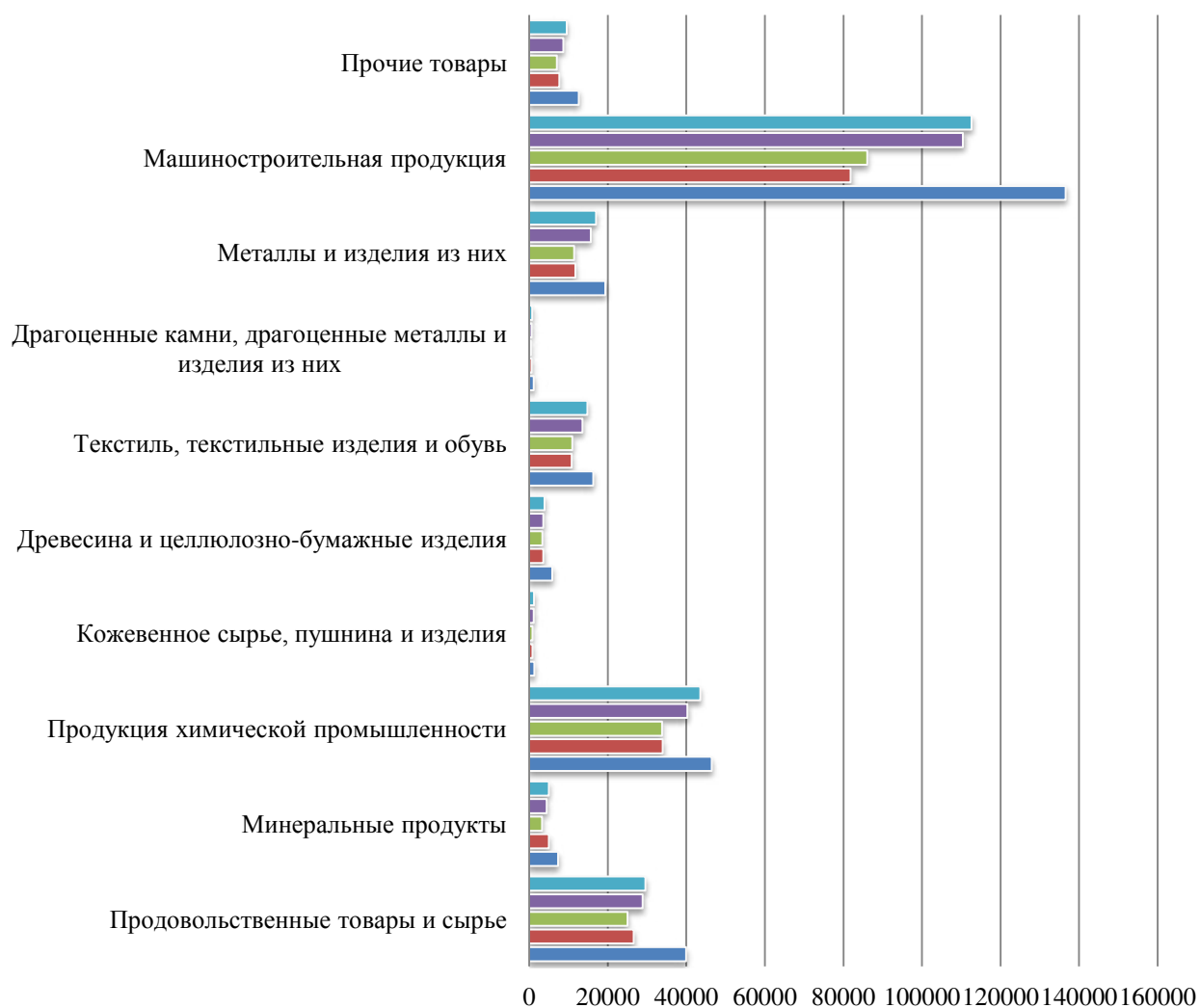


Рисунок 13 – Состав импорта России

Анализируя динамику импорта России по составу, стоит отметить тот факт, что наибольшее снижение в 2020 году происходит по товарной группе «Машиностроительная продукция». Также в этом году заметное сокращение происходит по продукции химической промышленности и продовольственному сырью.

Как говорилось выше, с 2021 года начинается рост импорта, рост импорта преимущественно складывается за счет роста импортируемой машиностроительной продукции.

Данные для расчета структурных сдвигов импорта важнейших товаров с 2015 г. по 2022 г. представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Данные для расчета структурных сдвигов импорта важнейших товаров с 2015 г. по 2022 г

Товарная группа	Импорт						
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье	13,9	14,6	13,7	12,44	12,24	12,84	12,05
Минеральные продукты	2,6	2,7	1,8	2,09	2,09	1,09	1,98
Продукция химической промышленности, каучук	16,2	18,6	18,6	18,29	19,59	18,32	19,06
Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,6	0,6
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	2,1	2,0	1,9	1,64	1,51	1,49	1,47
Текстиль, текстильные изделия и обувь	5,7	5,9	6,0	6,22	6,2	6,31	6,03
Металлы, драгоценные камни и изделия из них	7,1	6,7	6,5	7,16	7,31	6,84	7,22
Машины, оборудование и транспортные средства	47,6	44,8	47,2	44,58	43,09	44,35	47,26
Прочие товары	4,4	4,3	3,9	7,18	7,47	8,16	4,33
Итого	100	100	100	100	100	100	100

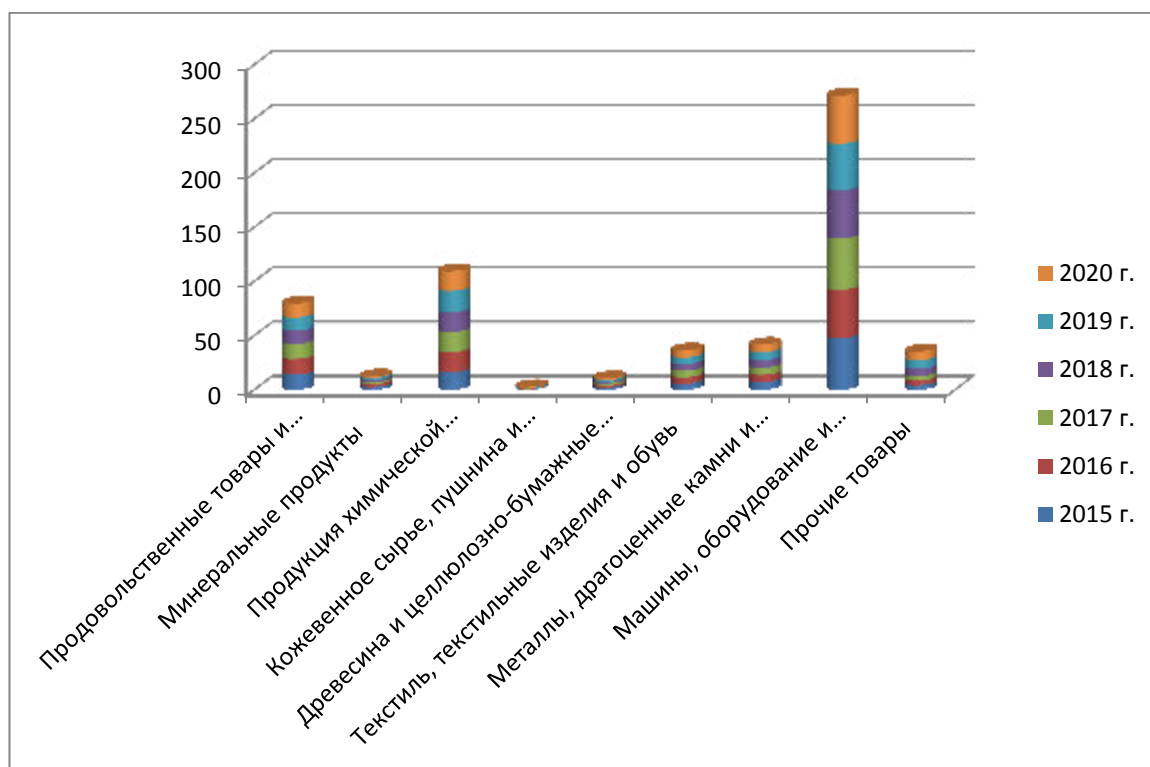


Рисунок 14 – Структура импорта России за 2015 – 2021гг.

В структуре импорта в 2015 – 2021 гг. наибольшая доля приходится на машиностроительную продукцию. Ее удельный вес составил 47,6 % в 2015 г., 44,8 % в 2016 г., 47,2 % в 2017 г., 44,58 в 2018 г., и 43,09 % в 2019 г., в 2020 г. – 44,35 %, и 47,3 % в 2021 г.

Наименьший удельный вес приходится на драгоценные камни, драгоценные металлы и изделия из них. В 2015 году их доля составила 0,4 %, а на 2022 г. выросла до 0,6 %.

Ежегодный рост доли в товарной структуре импорта наблюдается только по группе текстиль, текстильные изделия и обувь. За весь период доля этой группы выросла на 0,5 %.

Таблица 10 – Абсолютное изменение структуры импорта важнейших товаров за период

Наименование	2016/2015	2017/2015	2018/2015	2019/2015	2020/2015	2021/2020
Продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье	0,7	-0,9	-1,26	-0,2	0,6	-0,79
Минеральные продукты	0,1	-0,9	0,29	0	-1	0,89
Продукция химической промышленности, каучук	2,4	0	-0,31	1,3	-1,27	0,74
Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	0	0	0	0,1	0,1	0
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	-0,1	-0,1	-0,26	-0,13	-0,02	-0,02
Текстиль, текстильные изделия и обувь	0,2	0,1	0,22	-0,02	0,11	-0,28
Металлы, драгоценные камни и изделия из них	-0,4	-0,2	0,66	0,15	-0,47	0,38
Машины, оборудование и транспортные средства	-2,8	2,4	-2,62	-1,49	1,26	2,91
Прочие товары	-0,10	-0,40	3,28	0,29	0,69	-3,83

Среднеквадратическое отклонение, приходящееся на один элемент структуры:

Таблица 11 – Среднеквадратическое отклонение импорта важнейших товаров за 2015 – 2021 годы

Наименование	Среднеквадратическое отклонение
минеральные продукты	0,5
металлы, драгоценные камни и изделия из них	0,55
машины, оборудование и транспортные средства	2,06
продукция лесной и целлюлозно-бумажной промышленности	0,48
продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье	2,78
продукция химической промышленности, каучук	1,92
кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	0,05
текстиль, текстильные изделия и обувь	0,69
прочие	0,75

Среднеквадратические коэффициенты абсолютных структурных сдвигов позволяют получить сводную оценку интенсивности изменения удельных весов отдельных частей совокупности.

Отечественный рынок парфюмерно-косметических товаров оправился от кризиса в 2020 г. после пандемии, и демонстрирует уверенную динамику с 2021 года.

По оценкам аналитиков, в ближайшее время ожидается увеличение среднегодовых темпов роста продаж в этом сегменте.

Поскольку рынок косметики и парфюмерии формируется в основном за счет импорта иностранной продукции, для его успешного функционирования необходима хорошо организованная система логистики, способная обрабатывать большие объемы поставок.

Далее представим общий вес импорта «парфюмерные, косметические, туалетные средства» в общем объеме импорта России

Таблица 12 – Общий вес импорта «парфюмерные, косметические, туалетные средства» в общем объеме импорта России

Товар	Годы, млрд.долл.США							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Всего импорта	182718,7	182262	226966	238110	244142	231430	293420	259083
эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические, туалетные средства	2 631	2 600	3 113	3 339	3 475	2 965	3 725	3 988
Доля эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические, туалетные средства в общем импортоваров из РФ, %	0,014	0,014	0,013	0,014	0,014	0,012	0,013	0,015

Импорт Код ТНВЭД: 33 «парфюмерные, косметические, туалетные средства» имеет тенденцию роста с 2,6 млрд.долл. в 2015 г. до 3,5 млрд.долл. в 2019 г., при этом в 2020 году импорт упал до 2,9 млрд.руб., в 2021 году ситуация стабилизировалась вплоть до 2022 г. и составила почти 4 млрд.руб.

Наблюдается снижение доли импорта Код ТНВЭД: 33 «парфюмерные, косметические, туалетные средства» в общем импорта России с 0,014 % в 2015 г. до 0,013 % в 2017 г., в 2018 г. доля растет на 0,001 % до 2019 г. В 2020 году происходит снижение доли данного вида товара до 0,012 %, но к 2022 г. происходит рост до 0,015 %.

Рассмотрим на рисунке динамику импорта Код ТНВЭД: 33 «парфюмерные, косметические, туалетные средства»

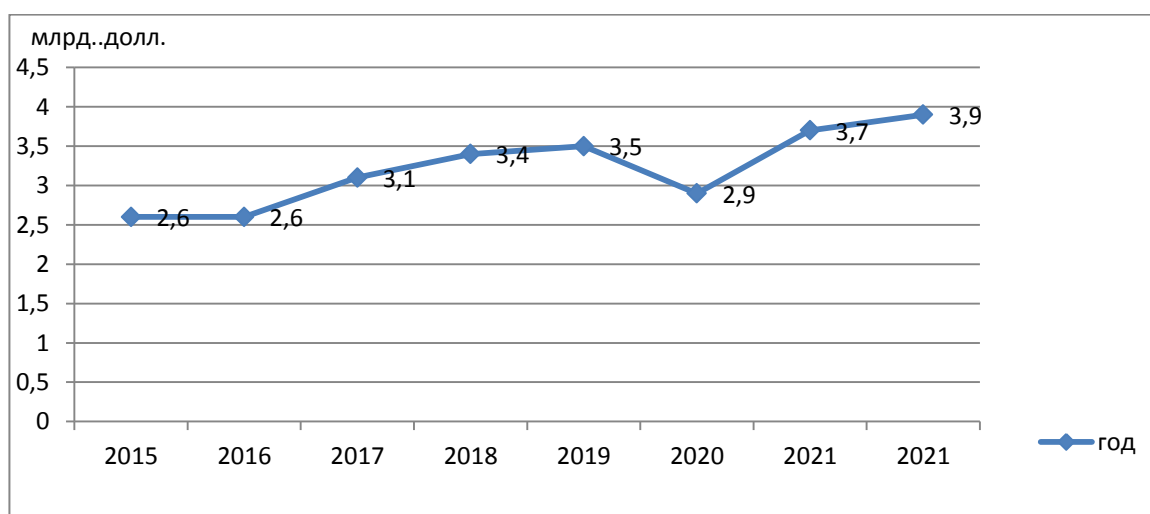


Рисунок 15 – Динамика импорта Код ТНВЭД: 33 «парфюмерные, косметические, туалетные средства»

Таким образом, видим существенное снижение импорта товарной группы 33 «парфюмерные, косметические, туалетные средства» в Россию в 2020 г., в основном за рассматриваемый период имеется тенденция роста.

Объемы импорта Код ТНВЭД: 33 «парфюмерные, косметические, туалетные средства» увеличивались примерно до 2020 года благодаря растущей популярности ароматерапии, а также расширению их применения в качестве ароматизаторов в различных продуктах, включая косметику и обработанные пищевые продукты. Однако с тех пор такая тенденция прошла полный цикл, и никакой серьезной тенденции к росту не наблюдалось. Более того, после 2020 года ряд событий, включая шок пандемию, вызвали сокращение потребительских расходов, что привело к тенденции снижения стоимости импорта. Существует несколько возможных факторов такого роста, включая влияние возможно, больше потребителей воздержались от покупки дорогих масел роскошных британских или французских брендов и вместо этого перешли на недорогие косметические средства.

В то время как стоимость импорта снижалась, в объемах импорта наблюдались незначительные взлеты и падения, с существенным сдвигом в сторону увеличения во время с 2020 по 2021 год.

Рассчитаем изменение импорта Код ТНВЭД: 33 «парфюмерные, косметические, туалетные средства»

Таблица 13 – Динамика импорта «парфюмерные, косметические, туалетные средства»

	2016/2015	2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019	2021/2020	2022/2021
Импорт Код ТНВЭД : 33	-31	513	226	136	-510	760	263

Объём импорта Код ТНВЭД: 33 в Россию упал в 2020 году на 510 млрд.долл. или на 82 %, в 2021 году происходит рост на 7 тыс.руб. или на 11,48 %.

Темп роста объема импорта «парфюмерные, косметические, туалетные средства» выделим в таблице 14.

Таблица 14 – Темп роста объема импорта «парфюмерные, косметические, туалетные средства»

Показатели	Темп роста,%						
	2016/2015	2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019	2021/2020	2022/2021
Импорт Код ТНВЭД: 33	98,82	119,73	107,26	104,07	85,32	125,63	107,06

В 2016 году происходит спад импорта рассматриваемого товара на 1,2 %, далее происходит рост в 2017 г. на 19,73 %, в 2018 г. на 7,26 %, в 2019 г. на 4,07 %. В 2020 году из-за пандемии и закрытия границ объем импорта Код ТНВЭД: 33 упал на 15 %. Этот сектор также пострадал, поскольку правительство ввело жесткие меры социального дистанцирования в первом и четвертом кварталах 2020 года. Во время этих мер салоны красоты и спа-салоны не разрешили работать, что привело к 50-60-процентному спаду бизнеса.

В 2021 году объем импорта «эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические, туалетные средства» вырос на 25,63 %, в 2022 году тенденция продолжается на 7,1 %.

Общий вес импорта «парфюмерные, косметические, туалетные средства» в общем объеме импорта России выделим в таблице 16.

Таблица 15 – Общий вес импорта «парфюмерные, косметические, туалетные средства» в общем объеме импорта России

Товар	Годы, тыс.тонн							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Всего импорта	303	304	330	352	354	330	355	367

Импорт в Россию товаров из группы «парфюмерные, косметические, туалетные средства» за период 2015 г. составил общим весом 303 тыс. тонн. В 2016 году он вырос и общим весом составил 304 тыс. тонн. За период 2017 он составил 330 тыс. тонн, в 2019 он вырос до 354 тонн. В 2020 году происходит резкое снижение импорта данного вида товара на 24 тыс.тонн. В 2021 году си-

туация опять пошла на увеличение веса данного вида товара до 355 тыс.тонн в 2021 году и на 12 тыс.тонн в 2022 г.

Оценка группы товаров Код ТНВЭД: 33 «эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические, туалетные средства» представлена нами в таблице 16.

Таблица 16 – Оценка группы товаров Код ТНВЭД: 33 «эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические, туалетные средства»

Товар	Годы						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
06 3301: масла эфирные; резиноиды; концентраты эфирных масел	12.1 млн	13.6 млн	16.1 млн	16.9 млн	16.4 млн	24.5 млн	30.4 млн
06 3302: смеси душистых веществ	439 млн	446 млн	530 млн	632 млн	635 млн	685 млн	789 млн
06 3303: духи и туалетная вода	459 млн	433 млн	544 млн	530 млн	560 млн	351 млн	467 млн
06 3304: средства косметические, для макияжа, ухода за кожей, маникюра или педикюра	872 млн	907 млн	1.1 млрд	1.19 млрд	1.25 млрд	1.02 млрд	1.34 млрд
06 3305: средства для волос	341 млн	355 млн	438 млн	461 млн	472 млн	432 млн	489 млн
06 3306: средства для гигиены полости рта; нитки;	158 млн	155 млн	189 млн	186 млн	197 млн	176 млн	209 млн
06 3307: средства для бритья, дезодоранты и прочие парф., косметич. средства	350 млн	275 млн	300 млн	320 млн	343 млн	280 млн	364 млн
Итого:	\$2.63 млрд	\$2.59 млрд	\$3.11 млрд	\$3.34 млрд	\$3.47 млрд	\$2.96 млрд	\$3.72 7 млрд

Импорт в Россию товаров из группы «парфюмерные, косметические, туалетные средства» за период 2015 - 2021 составил \$18.1 млрд., общим весом 1973 тыс. тонн.

В основном импортировались «средства косметические, для макияжа, ухода за кожей, маникюра или педикюра» (35%), «смеси душистых веществ» (19%).

Страны импортирующие группы товаров Код ТНВЭД: 33 «эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические, туалетные средства» приведены в таблице 17.

Таблица 17 – Страны импортирующие группы товаров Код ТНВЭД: 33 «эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические, туалетные средства»

Страна	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год
Франция	683	646	815	851	865	642	674
Германия	342	333	355	376	373	342	354
Италия	206	216	264	313	318	240	243
Польша	172	158	193	226	246	213	214
США	158	145	188	202	195	172	177
Англия	143	141	158	152	173	171	172
Ирландия	132	119	141	150	169	152	150
Китай	112	115	136	135	157	129	121
Швейцария	85.7	87.2	94	125	119	118	120
Испания	69.9	74.2	92.7	101	112	98.1	94.1
Румыния	66.9	69.3	91.6	94.4	97.6	94.7	94.1
Бельгия	55.8	65.4	78	80.5	88.5	93.2	94,2
Беларусь	41.6	47.6	74.7	74.9	83.1	58.6	57.5
Украина	33.3	40.9	63.1	61.9	57.6	54.3	53.9
Турция	29.7	35.4	49.9	56.4	44.2	41.6	42.6
Япония	28.1	28.5	32.3	37.2	43.5	39.7	40.8
Южная Корея	25.7	25.4	30	28.6	30.8	31.3	31
Хорватия	25	24.8	29.5	26.2	30.2	24.9	28.9
<u>Нидерланды</u>	23.8	21.7	26.5	25.3	26.3	23.1	22.9
Израиль	20.9	17.6	20.1	25.2	\$25.2	20.6	19,6
...	642
По всем странам, млрд.долл.	2.63	\$5.59	3.11	3.34	3.47	2.96	3,98

Основными источниками импорта являются Франция, Германия и Соединенные Штаты.

Россия производит мало растительных материалов для производства эфирных масел, и большая часть их поставок зависит от импорта. В то время

как объемы эфирных масел отечественного производства неясны из-за отсутствия конкретной статистики, отечественные эфирные масла включают небольшое количество видов, таких как кипарис, пихта и лаванда, а объем производства незначителен.

Многие российские производители импортируют эфирные масла оптом от зарубежных поставщиков и упаковывают их в России для продажи под своими собственными брендами или разливают по бутылкам в РФ для продажи как отечественные продукты. В области комнатных дезодорантов продукты часто могут быть проданы как отечественная продукция путем импорта части сырья из-за рубежа и сочетания его с материалами отечественного производства.

Структура стран импортирующие группы товаров Код ТНВЭД: 33 «эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические, туалетные средства» приведена в таблице 18.

Таблица 18 – Структура стран импортирующие группы товаров Код ТНВЭД: 33 «эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические, туалетные средства»

Страна	2015 год.	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год
Франция	26	25	26.2	25.5	24.9	21.6	20.6
Германия	13	12.9	11.4	11.3	10.7	11.5	12,3
Италия	7.8	8.4	8.5	9.4	9.1	8.1	8,5
Польша	6.5	6.1	6.2	6.8	7.1	7.2	7,7
США	6	5.6	6.1	6	5.6	5.8	5.9
Англия	5.4	5.4	5.1	4.5	5	5.8	5.9
Ирландия	5	4.6	4.5	4.5	4.9	5.1	5.1
Китай	4.3	4.4	4.4	4.1	4.5	4.3	4.2
Швейцария	3.3	3.4	3	3.7	3.4	4	4
Испания	2.7	2.9	3	3	3.2	3.3	3.1
Румыния	2.5	2.7	2.9	2.8	2.8	3.2	3.2
Бельгия	2.1	2.5	2.5	2.4	2.5	3.1	3
Беларусь	1.6	1.8	2.4	2.2	2.4	2	2
Украина	1.3	1.6	2	1.9	1.7	1.8	1.2
Турция	1.1	1.4	1.6	1.7	1.3	1.4	1.5
Япония	1.1	1.1	1	1.1	1.3	1.3	1.4
Южная Корея	1	1		0.9	0.9	1.1	1.2
Хорватия	1	1	0.9	0.8	0.9	0.8	0.9
<u>Нидерланды</u>	0.9	0.8	0.9	0.8	0.8	0.8	0.8
Израиль	0.8	0.7	0.6	0.8	0.7	0.7	0.7
...
По всем странам:	100	100	10%	100	100%	100%	100%

В структуре импорта по странам (товаров из группы «эфирные масла и резиноиды; парфюмерные, косметические, туалетные средства») на первом месте Франция (25%), на втором месте Германия (12%). Помимо Кореи и США, Япония и Франция также являются крупными поставщиками в этом секторе.

Предложение имеет два аспекта: с одной стороны, продукты, ориентированные на потребление россиянами со средне-низкой покупательной способностью, которых в России большинство, предлагаемые либо национальными компаниями, либо крупными транснациональными корпорациями, и с другой стороны, продукты, ориентированные на потребителя с высокой покупательной способностью, где импорт имеет большое значение, большую актуальность. Эти потребители из числа представителей высшего среднего класса являются мишенью европейских косметических компаний. В секторе красоты и личной гигиены существует три сегмента: массовый сегмент, престижный сегмент и премиум-сегмент. Наибольшая доля приходится на массовую косметику (74,05%), за ней следуют товары премиум-класса (13,94%) и престижные товары (12,71%). Как правило, европейская продукция считается престижной или премиальной, поскольку она не может конкурировать по цене с продукцией российского производства и ценится за имидж бренда, качество и средне-высокую цену.

Согласно данным Министерства экономического развития РФ, российская промышленность занимает третье место по объему производства косметики в странах ЕАЭС. Кроме того, доля этой отрасли в объеме производства обрабатывающей промышленности составляет 0,7%, а доля химической промышленности в ВВП составляет 4,2%. В последние годы производство косметической и парфюмерной продукции выросло, демонстрируя производственные традиции страны. Российская производственная деятельность сосредоточена на производстве косметики для волос (шампуни, ополаскиватели и кондиционеры), затем парфюмерии и, наконец, красителей и отбеливателей. Важно отметить, что эта группа составляет лишь очень небольшой процент от общего чис-

ла потребителей и что конкуренция со стороны традиционных международных брендов, которые обладают как узнаваемостью бренда, так и значительными маркетинговыми бюджетами, очень высока. Самыми продаваемыми косметическими средствами на рынке являются средства по уходу за кожей, волосами и цветная косметика. Больше всего за последнее время выросла категория, включающая специальные товары для младенцев и детей младшего возраста, за которой следуют продукты solar через розничный канал. По оценкам, спрос на массовую косметику премиум-класса продолжает расти, что подтверждает расходы российского населения с высокой покупательной способностью.

2.3 Таможенно-тарифное регулирование импорта парфюмерно, косметических и туалетных средств в России в условиях ЕАЭС

Рынок косметики и парфюмерии обладает большим потенциалом, поскольку россияне все больше заботятся о своей внешности, в дополнение к необходимости защищать свою кожу от солнца и загрязнения окружающей среды. Среднестатистический потребитель перешел от ежедневного использования одного средства для волос к использованию как минимум трех. Поскольку страна такая большая и неравноправная, в зависимости от региона спрос на те или иные товары будет выше. Кроме того, на юге России больше всего потребляются средства для защиты от солнца, пота и неприятного запаха тела. На севере востребованы продукты, направленные на заботу о физическом аспекте, в то время как в центре эти две тенденции сливаются воедино и повышается спрос на продукты с целебными свойствами. Рынок предметов роскоши в России продолжает расти, поскольку покупательная способность среднего класса продолжает увеличиваться в эти годы и ожидается сохранение этой тенденции. Косметические и парфюмерные компании инвестируют в инновации, чтобы продолжать расти и ежегодно выпускать новые продукты с добавленной стоимостью, особенно в самых зрелых категориях. Это повышает интерес потребителей к профилактике, а не только к лечению.

Отечественная продукция широко представлена, за исключением парфю-

мерии, где больше представлена зарубежная продукция. Спа-салоны, салоны красоты и парикмахерские: Косметика, востребованная в этих каналах, - это средства для депиляции, макияжа, ухода за телом и волосами. Продажа косметической продукции осуществляется в основном по каналам розничной торговли, около 70% - в розничных магазинах (супермаркеты, гипермаркеты, круглосуточные магазины, специализированные магазины, бакалейные лавки и т.д.) и 27% - по каналам розничной торговли без учреждения, таким как прямые продажи, продажа через Интернет и продажа из дома. По данным канал розничной торговли через магазины сокращается, в то время как розничная торговля другими способами, помимо магазинов, и канал, не связанный с розничной торговлей, повышают свою актуальность. Продажи через Интернет по-прежнему составляют очень малую часть от общего объема, но ожидается, что они будут расти в геометрической прогрессии, и поэтому компаниям следует приложить усилия для развития этого канала.

Регулирование импортируемой косметики и средств личной гигиены не является обременительным, если не предъявляются требования о чудодейственности или терапевтическом эффекте, и в большинстве случаев требуется только соответствие маркировке. Перед экспортом в Россию важно ознакомиться с конкретными требованиями, которые могут предъявляться к продукту, и убедиться, что продукция соответствует всем применимым стандартам. Некоторые ингредиенты могут находиться в списке запрещенных ингредиентов или быть включены в концентрации, которые позволяют квалифицировать продукт как фармацевтический. Для продуктов, импортируемых в Россию, важно тесно сотрудничать с российской компанией, которая может получить необходимые разрешения и убедиться в правильном соблюдении требований к маркировке.

Одной из крупнейших компаний, занимающихся производством парфюмерии, косметики и туалетных принадлежностей, была Procter & Gamble (P&G), общий объем продаж которой в 2012 финансовом году составил 40,2 миллиарда долларов (включая некосметические товары) и в которой работало 102 000 человек.

P&G увеличила свое присутствие на мировом рынке косметики за счет покупки Beatrix и Max Factor. Годовой объем продаж немецкого производителя косметики Beatrix оценивается в 200 миллионов долларов. Продажи Max Factor оценивались в 600 миллионов долларов в год. Продажи на внутреннем рынке составили лишь 25 процентов от общего объема. Япония и Великобритания были крупнейшими зарубежными покупателями.

Компания Max Factor получила свое название от голливудского визажиста Макса Фактора. В 1914 году Factor начала производить косметические продукты в соответствии с требованиями развивающейся киноиндустрии. Творение One Factor, макияж Pancake, впервые появилось на экране в 1937 году. Max Factor продолжал разрабатывать новые формулы для удовлетворения потребностей фильмов Technicolor и цветного телевидения. В 1990 году компания представила новую косметику, разработанную для удовлетворения требований телевидения высокой плотности в Японии. В макияже New Definition Perfecting Makeup используется в четыре раза больше пигментных точек, чем в других продуктах. Max Factor также был лидером в области косметических разработок за пределами киноиндустрии. В 1988 году компания представила «образ без макияжа» с бесцветной тушью и «невидимым макияжем». Изготовлен из светорассеивающих компонентов, которые скрывают несовершенство кожи. Линия «Прозраки», представленная в 1991 году, использовала новую комбинацию цветных пигментов, чтобы избежать тяжести или непрозрачности.

Johnson & Johnson, диверсифицированный производитель товаров для здоровья, занимался производством потребительских туалетных принадлежностей, а также фармацевтических препаратов и профессиональных медицинских товаров. В 2012 году объем продаж компании составил более 36,3 миллиарда долларов, в ней работало 108 300 человек.

В парфюмерном сегменте индустрии Estee Lauder Companies Inc. была одной из крупнейших компаний страны. Estee Lauder впервые начала продавать продукты для кожи в 1946 году. Первые духи Лаудера, названные Youth Dew,

были представлены в 1953 году. С тех пор были разработаны другие духи, включая Estee, Cinnabar и Beautiful. Маркетинговые усилия Лаудера побудили американских женщин носить духи в течение всего дня, а не только в особых случаях. В 2012 году объем продаж Lauder составил 4,7 миллиарда долларов, большая часть которых пришлась на престижные рынки.

На рынке мужских туалетных принадлежностей в начале 1990-х многие компании испытывали снижение прибыли. Исключение составил Gillette. Gillette, основанная в 1901 году, была мировым лидером по продажам бритв и лезвий. Продажи компании в 2022 году составили 8,5 миллиардов долларов. Линия туалетных принадлежностей компании была одной из самых продаваемых в Соединенных Штатах, но при этом около 60 процентов ее доходов приходилось за пределами Соединенных Штатов.

Так странами-участницами ЕАЭС проводится торговля парфюмерно-косметической продукцией.

Таблица 19 – Стоимостные и натуральные показатели ввоза парфюмерно- косметической продукции в страны – члены ЕАЭС за период 2017 – 2021 гг.

Страна	Стоимостные и натуральные показатели	2017	2018	2019	2020	2021
Армения	млрд долл. США	-	6114,3	10414,2	9857,7	10521,8
	тонн	-	846,1	5713	3256,7	4562,8
Р. Беларусь	млрд долл. США	4112,7	4365,8	4456,8	4859,6	5121,5
	тонн	1897,4	2026,7	2241,4	2322,1	2674,1
Р. Казахстан	млрд долл. США	5143,8	5265,7	5685,7	5485,8	5974,5
	тонн	2114,3	2654,3	3014,4	2899,1	3112,7
Кыргызстан	млрд долл. США	-	-	-	-	-
	тонн	-	-	-	-	-
РФ	млрд долл. США	25317,1	22314,9	26287,6	27182,7	28182,2
	тонн	11458,4	9854,3	12477,9	13257,9	13785,9

Импорт парфюмерно- косметических товаров в страны-члены ЕАЭС имеет отличную динамику. С 2017 года в каждую из стран-членов ЕАЭС, происхо-

дил рост объемов ввоза.

Данная ситуация говорит о спросе на рассатриваемый вид товара.

Таблица 20 – Объемы взаимной торговли парфюмерно-косметическими товарами и эфирными маслами между государствами, входящими в состав ЕАЭС в период 2017 – 2021 гг.

Страна	Объем	2017	2018	2019	2020	2021
Армения	млн долл. США	-	0,06	0,47	0,49	0,52
	тонн	-	1	1,1	1,15	1,3
Р. Беларусь	млн долл. США	67,72	81,48	74,96	58,63	44,45
	тонн	6,4	9,4	8,0	6,4	5,5
Р. Казахстан	млн долл. США	0,21	0,37	0,29	0,51	9,85
	тонн	1	1	1	1,2	3,4
Кыргызстан	млн долл. США	-	0,33	6,51	5,21	5,63
	тонн	-	1	3,1	2,4	2,45
Страна	Объем	2014	2015	2016	2017	2018
РФ	млн долл. США	271,92	330,23	323,77	257,12	246,52
	тонн	85,6	94,1	96,6	77,3	65,4

На долю РФ приходится в среднем 74,5 % объема торговли эфирными маслами, парфюмерией и косметикой.

При этом по среднему значению - 23,7% от всего объема взаимной торговли на Республику Беларусь. Но доля Армении, Кыргызстана и Республики Казахстан является незначительной.

Россия — динамично развивающийся рынок косметики, туалетных принадлежностей и средств по уходу за кожей. Это один из крупнейших экспортных рынков для компаний стран ЕАЭС. До пандемии и связанных с ней ограничений на поездки специальный административный район ежегодно посещали 60 миллионов путешественников.

Это дало России преимущество быть идеальной платформой для выхода брендов. Несмотря на текущие ограничения на поездки сейчас в санкции, которые сказываются на экономике РФ, он, вероятно, останется идеальным местом для брендов из Азии и особенно в Китае.

В 2021 году РФ импортировала косметики и средств по уходу за кожей на общую сумму 22182,2 млрд долларов США, что на 3,7 % больше, чем в предыдущем году. Этот рост был связан с прекращением COVID-19, поскольку граница РФ открылась.

Импорт из стран ЕАЭС упал на 5 процентов из-за более высоких затрат на доставку и сбоев в цепочке поставок.

Из основных поставщиков косметических товаров в РФ была Беларусь, безусловно, является крупнейшим: было продано товаров на 44,45 миллиарда долларов США.

Хотя COVID-19 и политические изменения - санкции повлияли на статус РФ как крупного торгового партнёра по рассматриваемой группе товаров, она по-прежнему считается привлекательным местом для выхода американских и европейских брендов на международный рынок. Российские потребители сообразительны, разборчивы и готовы платить за высококачественную продукцию.

С ростом стареющего населения пожилые потребители тратят большие деньги на дорогие антивозрастные и корректирующие продукты.

С другой стороны, российские миллионеры и поколение Z социально вовлечены в такие глобальные проблемы, как изменение климата и устойчивость.

Они менее привязаны к крупным брендам и больше экспериментируют и реагируют на продукты, которые хорошо соответствуют их личным ценностям и интересам.

Поскольку для стран ЕАЭС является выгодным партнёром, так как пошлина установлена в размере 6,5 %, в отличии от недружественных стран. Эта разница в цене является важным фактом. На данный момент, в отсутствие туристов, спрос на косметику, туалетные принадлежности и средства по уходу за кожей в основном определяется внутренним спросом. Не имея возможности путешествовать и застряв дома, местные потребители тратят на косметические товары больше, чем до пандемии.

В целом российские бренды косметики и туалетных принадлежностей хорошо воспринимаются, и покупатели признают товары российского произ-

водства как инновационные, безопасные, высококачественные и конкурентоспособные по цене.

В связи с этим многие бренды добились успеха в странах ЕАЭС благодаря постоянной деятельности по созданию бренда и рекламе, адаптации продуктов к требованиям и тенденциям местного рынка и выходу на рынок с использованием хорошей стратегии ценообразования. Тем не менее, рынок России очень конкурентен.

Таблица 21 – Средняя стоимость импорта парфюмерно-косметических товаров которые были ввезены в Российскую Федерацию, по отдельным субпозициям ТН ВЭД ЕАЭС, долл. США за кг.

Субпозиция	Название субпозиции	2018	2019	2020	2021	2022
3303 00 100 0	Духи	15,6	23,9	21,7	28,9	38,7
3304 20 000 0	Средства для макияжа глаз	25,0	24,4	25,6	27,8	29,6
3305 10 000 0	Шампуни	4,6	5,6	6,2	5,8	6,8
3306 10 000 0	Средства для чистки зубов	3,2	2,9	3,1	3,3	3,0
3306 10 000 0	Средства, используемые до, во время или после бритья	4,9	5,1	5,3	5,6	6,3

Так самый дорогой сегмент – духи (3303) и средства для макияжа глаз (3304). А самым дешевым товаром, ввезенным в Россию, является средства для чистки зубов (3306).

Курс рубля значительно влияет на российский парфюмерно- косметический рынок (таблица 22).

Таблица 22 – Средний номинальный курс рубля к доллару США³³

Средний номинальный курс	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Долл. США/рубли	33,46	57,45	64,13	73,03	82,83	67,45	58,59	62,54

Рассмотрим, как изменились ставки ввозных таможенных пошлин на парфюмерно-косметические товары за период с 2014 – 2022 гг. (таблица 23).

Таблица 22 – Изменение ставок ввозных таможенных пошлин по отдельным субпозициям группы 33 ТН ВЭД ЕАЭС, %

Субпозиция	Название субпозиции	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
3303 00 100 0	Духи	10,8	8,6	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5
3304 20 000 0	Средства для макияжа глаз	11,6	9,9	8,2	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5
3305 10 000 0	Шампуни	10,8	8,6	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5
3306 10 000 0	Средства для чистки зубов	10,8	8,6	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5
3306 10 000 0	Средства, используемые до, во время или после бритья	10,8	8,6	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5

Изменение цены на парфюмерию и косметику, которая ввозилась в страну, в то время как менялась средняя стоимость и наблюдалась падения курса рубля и ставок таможенных пошлин.

Во второй главе был проведен анализ импорт парфюмерно- косметической продукции через таможенную границу ЕАЭС, что показало рост импорта импорт парфюмерно- косметической продукции в 2022 г., что произошло в результате из-за повышения поставок из дружественных стран.

3 ПРОБЛЕМЫ ИМПОРТА ПАРФЮМЕРНО, КОСМЕТИЧЕСКИХ И ТУАЛЕТНЫХ СРЕДСТВ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЕАЭС

3.1 Проблемы импорта парфюмерно- косметической продукции и туалетных средств

В 2022 г. общая стоимость отраслевых поставок составила 4 млрд долл. США по сравнению с 2,6 млрд долл. США в 2015 г. и 3,7 млрд долл. США в 2021 г. Традиционно розничные товары классифицируются как высококлассные, средне- или низкосортные, в зависимости от того, где они продаются и каковы их характеристики. структура ценообразования. Линейки высококлассных продуктов обычно продаются в крупных универмагах или специализированных бутиках; продуктовые линейки среднего уровня продаются в универмагах по более низким ценам; и мелкосерийные линейки продуктов продаются в аптеках, дискаунтерах или по каталогам. Тенденция на протяжении 202-х годов была направлена от высококлассных рынков к массовым дискаунтерам.

По данным *Chemical Week*, типичный косметический продукт остается на полках всего четыре года — самое большее. Это создает уникальную ситуацию постоянного обновления, возрождения и инноваций. Чтобы соответствовать ожиданиям потребителей, индустрия косметики и туалетных принадлежностей должна идти в ногу с быстро меняющимися модными тенденциями и предпочтениями.

Борьба брендов с контрафактными товарами не нова — эта битва почти так же стара, как и сами бренды, и это неприятная проблема. Добавьте продукты-реплики к ассортименту или рынку, и разочарование владельцев брендов усилится и усложнится.

Контрафактная продукция занимает первое место среди брендов: в совместном отчете Ведомства интеллектуальной собственности Европейского союза (EUIPO) и Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) за 2022 год сообщается, что в настоящее время на контрафактную про-

дукцию приходится около 3,3% мировой торговли. (около 460 млрд евро) по сравнению с примерно 2,5% в 2021 году.

Но проблемы с контрафактной продукцией на этом не заканчиваются. Подделка оказывает прямое влияние не только на известные бренды, но и на потребителя, экономику в целом и более широкую гуманитарную картину и ни в коем случае не является преступлением без жертв, как это часто утверждается.

Правительство РФ ввело дополнительные пошлины на широкий ассортимент парфюмерно-косметической и чистящей продукции. Новые введенные пошлины варьируются до 35% (в зависимости от вида товара).

Дополнительные пошлины вводятся совместно с импортной пошлиной.

Россия ввела до конца 2023 года пошлины в размере 35% в отношении отдельной парфюмерно-косметической продукции и товаров бытовой химии из США, Канады, Великобритании, Австралии, Новой Зеландии и Польши.

Представим в таблице 23 изменение ввозной пошлины на парфюмерно-косметической продукции и проследим, как она повлияла на импорт данных товаров.

Таблица 23 – Влияние ввозной пошлины на импорт парфюмерно- косметической продукции

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ввозная пошлина, %	8,6	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5	6,5
Объем импорта парфюмерно-косметической продукции, млн. долл.	2 631	2 600	3 113	3 339	3 475	2 965	3 725	3 988
Темп роста импорта, %	-	98,82	119,73	107,26	104,07	85,32	125,63	107,06

Стоимость эфирных масел и парфюмерных, косметических или туалетных средств, импортируемых в РФ, увеличилась с 2015 по 2022 год. В 2021 году импорт эфирных масел, косметики и парфюмерии в Люксембург оценивался примерно в 3,7 млрд.руб. К 2022 году эта сумма увеличилась примерно до 4 млрд.руб..

Как видно из таблицы, несмотря на снижение ввозной пошлины на рас-

смаатриваемые товары 33 группы ТН ВЭД , импорт данной товарной группы не сократился, а вырос.

Далее рассмотрим влияние динамики курса доллара на импорт и экспорт драгоценных металлов (таблица 24).

Таблица 24 – Влияние курса доллара на импорт парфюмерно- косметической продукции

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Среднегодовой курс доллара, руб.	33,46	57,45	64,13	73,03	82,83	67,45	58,59	62,54
Импорт, млн. долл.	2 631	2 600	3 113	3 339	3 475	2 965	3 725	3 988

Из представленных данных видно, что импорт парфюмерно- косметической продукции привязан к курсу доллара.

Так, в 2021 году наблюдается снижение среднегодового курса доллара до 58,59 руб. и увеличился объем с 2,9 млрд.долл. до 3,7 млрд.долл.

Объем импорта импорт парфюмерно- косметической продукции растет за счет увеличения поставок с ОАЭ, Турции, Китая и др. не европейских стран.

Соответствующее Постановление Правительства Российской Федерации от 7 декабря 2022 г. N 2240 "Об утверждении ставок ввозных таможенных пошлин в отношении отдельных товаров, страной происхождения которых являются государства и территории, предпринимающие меры, которые нарушают экономические интересы Российской Федерации" утверждено премьер-министром РФ Михаилом Мишустиним 7 декабря.

Не вся косметика проверяется или берется проба при ввозе в страну. Чтобы максимально эффективно сосредоточить усилия на проверке, выпускается предупреждения об импорте, чтобы информировать инспекторов о тенденциях в нарушениях. Среди продуктов, рассматриваемых в Предупреждениях об импорте, есть продукты косметического типа, продаваемые с терапевтическими заявлениями, из-за которых они считаются неутвержденными новыми лекарствами в соответствии с законом, косметика, фальсифицированная из-за

микробного загрязнения, несоответствие требованиям РФ в отношении красящих добавок и оптовые поставки тканей крупного рогатого скота высокого риска из стран с губчатой энцефалопатией крупного рогатого скота.

Однако проверка импортной косметики не ограничивается видами продукции.

Импортная косметика должна соответствовать тем же законам и правилам, которые применяются к отечественной косметике. Косметические продукты и ингредиенты не подлежат предварительному одобрению, за исключением красящих добавок. Однако они должны быть безопасными для потребителей в соответствии с маркировкой или в обычных условиях использования, и они должны иметь надлежащую маркировку.

Многие страны определяют лекарства и косметику иначе, чем РФ. Например, в некоторых странах солнцезащитные средства регулируются как косметические средства. Например в Соединенных Штатах они регулируются как наркотики. Восстановление волос, защита кожи, обезболивание, омолаживающие эффекты, связанные со структурой или функцией кожи, а также лечение акне, перхоти, экземы или раздражения кожи — вот другие примеры заявлений, которые могут привести к тому, что продукты будут регулироваться как лекарственные средства (или, в некоторых случаях, как косметика, так и лекарства) в Соединенных Штатах. К косметике и лекарствам предъявляются разные требования.

Косметическому средству может быть отказано во въезде в РФ, если оно каким-либо образом не соответствует применимым законам и правилам РФ. Вот лишь некоторые из наиболее распространенных причин:

Ингредиенты или загрязняющие вещества, которые делают продукт небезопасным.

Запрещенные и ограниченные ингредиенты : нарушение ограничений на использование этих веществ делает косметику фальсифицированной.

Микробное загрязнение: для косметических продуктов не требуется стерильность, но микробное загрязнение может представлять опасность для здоровья и, следовательно, делать продукт фальсифицированным.

Нарушения при маркировке, такие как недостатки в декларации об ингредиентах или отсутствие всей необходимой информации на этикетке на русском языке (или испанском, в Пуэрто-Рико).

Претензии, которые приводят к тому, что продукт, продаваемый как косметическое средство, подлежит регулированию в качестве лекарственного средства в соответствии с законодательством РФ.

Так, как сейчас много запрета на ввоз товара из недружественных стран мы переходим к импортозамещению.

Так происходит импортозамещение данной продукции

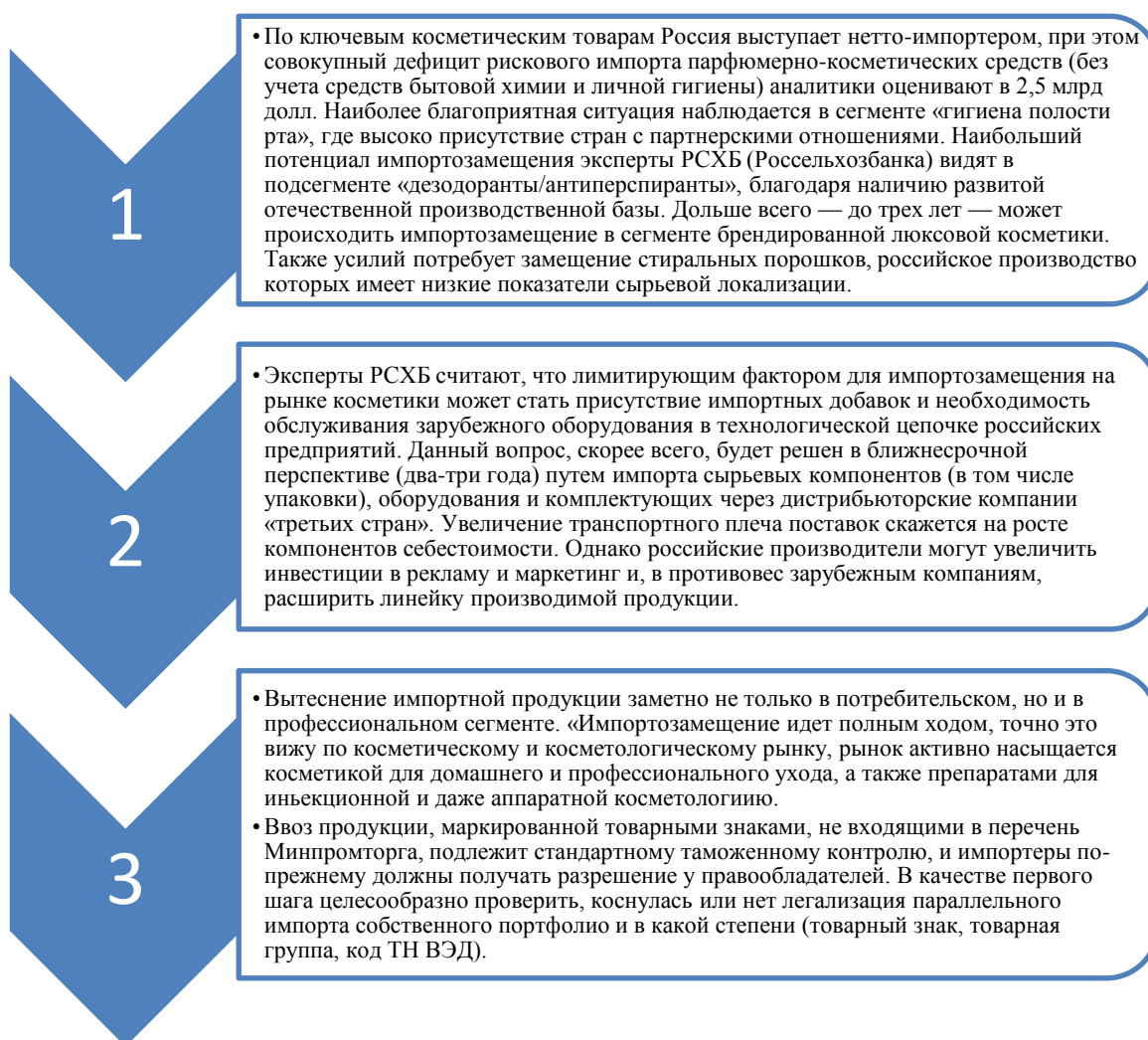


Таблица 16 - Импортозамещение парфюмерно- косметической продукции

Активная работа по противодействию ввозу контрафакта продолжается и в отношении продукции, маркированной товарными знаками, подпадающими под новое регулирование параллельного импорта. Таможенные органы имеют право приостановить выпуск, если сомневаются, что партия оригинальная.

Подделка – это преднамеренная, несанкционированная имитация или воспроизведение подлинного продукта с целью получения финансовой выгоды путем введения потребителей в заблуждение, заставляющих их поверить в то, что они приобретают подлинный продукт. Это преступление против интеллектуальной собственности.

Подделки затрагивают широкий спектр продуктов в нескольких секторах, включая продукты питания, игрушки и фармацевтические препараты, а также косметику.

Все косметические продукты, от парфюмерии и декоративной косметики до средств личной гигиены, таких как зубная паста, мыло и солнцезащитные кремы, могут быть подделаны. Такие нелегальные продукты могут серьезно повлиять на здоровье и безопасность потребителя.

Корреляционные таблицы - это форма подделки, характерная для духов, в которой духи, носящие имя и часто даже номер, продаются и продаются на основе фирменных духов, на которые они предположительно похожи.

Поддельные товары могут иметь ряд негативных последствий для потребителей. Поддельный продукт может выглядеть так же, как и оригинальный товар, но не обеспечивает ожидаемого уровня качества, эффективности или удовольствия. Важно отметить, что при этом не будут соблюдаться юридические требования безопасности и на самом деле может быть вредным.

Таможенные органы государств-членов ЕАЭС являются ключевыми игроками в борьбе с контрафакцией. Но сами потребители также должны играть важную роль, избегая поддельной косметики, покупая только у надежных продавцов, таких как авторитетные торговые точки или официальные веб-сайты, а также обращая внимание на признаки, подобные перечисленным выше, и сообщая о любых подозрительных действиях.

Если потребители подозревают, что товар может быть подделан, им следует рекомендовать связаться с владельцем торговой марки или их национальными таможенными органами.

Косметическая промышленность очень серьезно относится к безопасности своих потребителей, и компании сотрудничают с правоохранительными органами и другими государственными органами в борьбе с подделками. Если вы считаете, что приобрели поддельный продукт, или подозреваете, что продукт продается не подлинным, свяжитесь с соответствующей компанией. Все подлинные косметические продукты, приобретенные в ЕАЭС, будут иметь на упаковке название ответственной компании с контактным адресом в ЕАЭС, а иногда и номером линии обслуживания клиентов, по которому можно позвонить.

Незаконная торговля представляет собой серьезную и растущую угрозу для общества. Правительства теряют миллиарды налоговых поступлений, законный бизнес подрывается, а потребители сталкиваются с некачественной и нерегулируемой продукцией. Всемирный экономический форум предупредил, что незаконная торговля может ежегодно истощать мировую экономику. в размере 2,2 трлн долларов США.

Все, что пользуется повышенным спросом, привлекает фальсификаторов и контрабандистов, от предметов роскоши до лекарств, косметики, игрушек и электроники. Духи, например, являются одними из самых незаконных товаров в мире из-за высокой прибыли и часто минимальных рисков. Незаконная торговля делает дешевые, нерегулируемые или не соответствующие требованиям косметические изделия легко доступными, что подрывает усилия по сокращению распространенности различных заболеваний. Поэтому предотвращение незаконной торговли занимает центральное место во многих стратегиях общественного здравоохранения во всем мире.

При выявлении контрафактной продукции, в частности с использованием системы управления рисками, таможенные органы ориентируются на отличительные признаки контрафактных товаров, представленные при включении объекта в ТРОИС (электронный реестр объектов интеллектуальной собствен-

сти ФТС). Регулярное обновление информации о признаках оригинальной и контрафактной продукции и направление этих сведений в ФТС позволяет лучше отслеживать и выявлять поддельную продукцию.

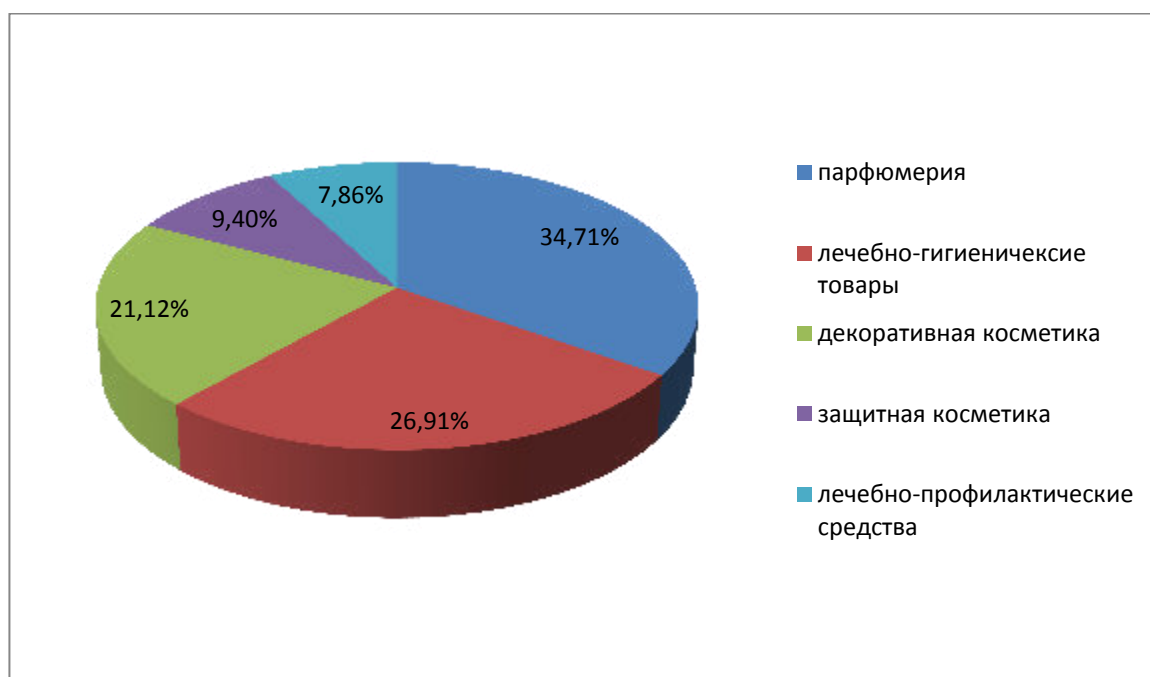


Рисунок 17 – Фальсификация парфюмерно-косметической продукции в %

Исходя из данных рисунка 1, мы видим, что чаще всего фальсификации подвергается парфюмерия - 35%, следом идут лечебно-гигиенические товары- 27%, 21%- составляет фальсификат декоративной косметики, а защитная и лечебно-профилактическая косметика занимают 9% и 8% соответственно. Обычно фальсификации подвергается одна или несколько характеристик товара, что позволяет выделить несколько видов подделки.

Таблица 25 - Объем импорта парфюмерии в Россию из основных стран-экспортеров за 2015–2021 гг.

В МЛН ДОЛЛ.

Страна	2015.	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год
Франция	26	25	26.2	25.5	24.9	21.6	20.6
Германия	13	12.9	11.4	11.3	10.7	11.5	12,3
Италия	7.8	8.4	8.5	9.4	9.1	8.1	8,5
Польша	6.5	6.1	6.2	6.8	7.1	7.2	7,7
США	6	5.6	6.1	6	5.6	5.8	5.9

Согласно материалам Национального совета по парфюмерии, косметике и бытовой химии, импорт косметики и парфюмерии в Россию в 2022 г. из стран ЕС упал на 41%.

Хотя до 2021 г. наблюдался рост импорта, с 2022 г. из-за санкций происходит снижение объема импорта парфюмерии в Россию из основных стран-экспортеров, но официальных данных на сайте ФТС не представлено, из-за военных действия и засекречивания информации от врагов. Поэтому провести более подробный анализ не возможно.

Значительное количество нелегальной парфюмерии производится в Турции, ОАЭ и Польше.

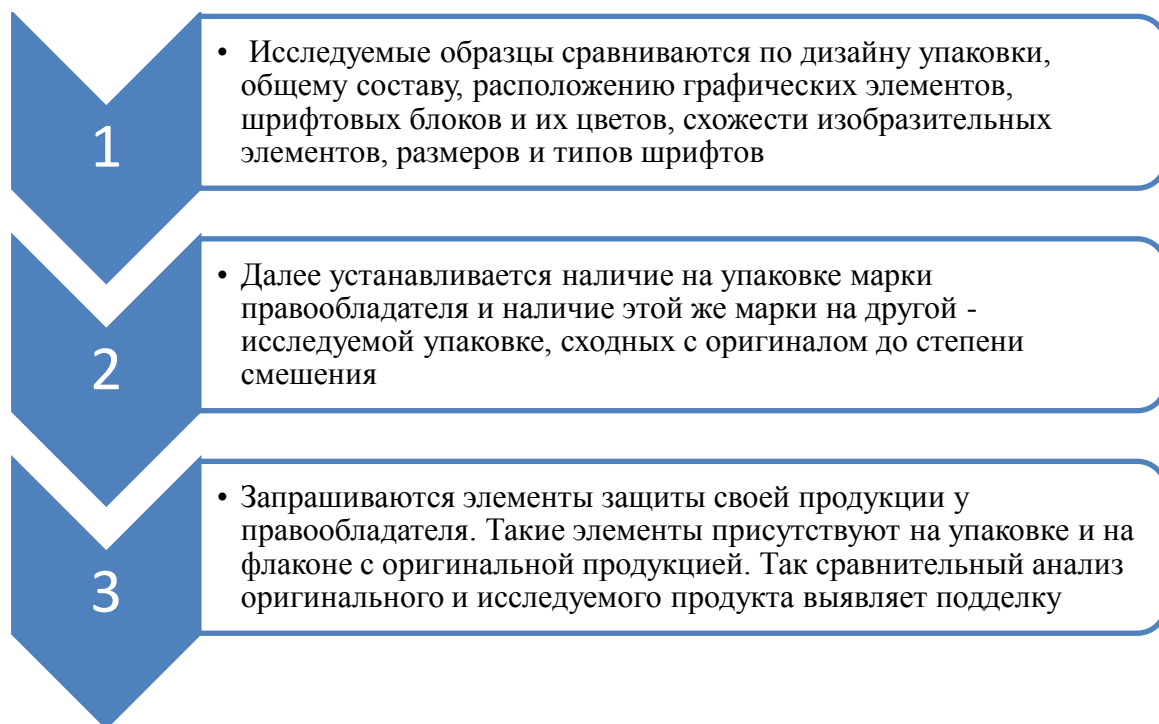


Рисунок 18 - Экспертиза для выявления фальсификации

Таблица 26 - Выручка с реализации контрафактной продукции в млрд руб.

Наименование	2020 г	2021 г
Декоративная косметика	5,3	7,4
Парфюм	5,6	8,3

Объем рынка РФ контрафактной декоративной косметики составляет 5,3 млрд рублей, а парфюма - 5,6 млрд рублей, а в 2021 г этот доход составил 7,4 млрд по декоративной косметике, а касемо парфюма – 8,3 млрд руб.

Проблема с контрафактной продукцией 1: испорченная репутация бренда

Бренды ценят свою репутацию превыше всего, и контрафактная продукция представляет реальную опасность для этой репутации. На создание хорошей репутации бренда могут уйти годы, и она может быть мгновенно подорвана контрафактной продукцией, которую невольно приобрели покупатели.

Хотя фальшивомонетки стали намного изощреннее и технологичнее в производстве контрафактной продукции, нет никаких сомнений в том, что контрафактная продукция не соответствует строгим и строгим стандартам качества, принятым известным брендом.

Это приводит к тому, что некачественные продукты попадают на рынок и в руки потребителей с товарными знаками и дизайном подлинного владельца бренда.

Представленные продукты, которые не соответствуют стандартам, которые они ожидают от своих любимых брендов, потребители могут быстро осудить, а с социальными сетями, как это есть, достаточно всего нескольких негативных сообщений, чтобы запустить мяч и разрушить репутацию бренда.

Проблема контрафактной продукции 2: Риски безопасности

Что еще хуже, отсутствие строгого тестирования представляет реальную опасность для здоровья и безопасности потребителя. Возьмем, к примеру, лекарства, косметику, электрическое оборудование или товары для детей, все из которых потребители известной марки должны были пройти тщательное тестирование и быть безопасными для потребления или использования. Ни одному известному бренду не нужны заголовки о том, что его продукция нанесла ущерб, вред или еще что похуже потребителям.

Проблема контрафактной продукции 3: Коммерческие потери

Подделки также являются основным фактором для брендов, которые, по оценкам, были ответственны за убытки в размере 98 миллиардов долларов США.

Проблемы, которые контрафактная продукция создает для потребителей

Низкое качество контрафактных товаров влияет на потребителя точно так же, как и на бренды. Некоторые подделки сейчас выглядят так хорошо, что издали их невозможно отличить от настоящих. Но вблизи различия часто очень очевидны, и некачественный продукт, скорее всего, развалится или окажется бракованным с самого начала.

Безопасность потребителей имеет первостепенное значение для известных брендов. Процедуры тестирования строгие и строгие. Потребители могут быть уверены, что настоящее лекарство не причинит вреда, средство по уходу за кожей не вызовет побочных реакций, а не навредит.

В апреле 2021 года в ходе рейда была изъята контрафактная косметика на сумму более 700 000 долларов, от которой у потребителей появились шишки и сыпь. Тестирование продуктов показало, что они содержат большое количество бактерий и животных отходов.

Фальшивомонетки являются преступниками, и их преступная деятельность вряд ли ограничивается контрафактной продукцией. Преступники, стоящие за веб-сайтами, вероятно, ничего не думают о краже кредитных карт и других личных данных для получения преступной выгоды.

Потребители, которые ищут выгодную покупку или свой любимый бренд по сниженной цене, могут на самом деле финансировать дополнительную преступную деятельность.

Более широкая проблема контрафактной продукции

Но подделка влияет не только на подлинный бренд и непосредственного потребителя — это гораздо более широкая проблема. Существует ежегодный ущерб экономике.

По данным Международной торговой палаты, правительства разных стран теряют около 89 миллиардов долларов в год из-за потери налога с продаж

контрафактной продукции, что оказывает прямое влияние на государственный кошелек и государственные расходы на школы, полицию, больницы и дороги.

Комиссия Организации Объединенных Наций по предупреждению преступности и уголовному правосудию заявляет, что помимо воздействия на экономику контрафакция в настоящее время является вторым по величине источником преступного дохода во всем мире. Невзирая на основные трудовые права, банды фальшивомонетчиков оказывают значительное влияние на права рабочих по всему миру.

Отсутствие какого-либо контроля за условиями труда затрагивает многих уязвимых членов общества, вовлеченных в производство контрафактной продукции, в том числе детей и малоимущих.

Тенденции и проблемы в электронной коммерции

Нет никаких сомнений в том, что нынешняя тенденция к розничной торговле через Интернет, которая стала еще более заметной в связи с недавними ограничениями, связанными с пандемией, является основным фактором роста количества контрафактных товаров и проблем с контрафактной продукцией.

В отчете ОЭСР и EUIPO указывается на технологии, облегчающие покупку и продажу товаров в Интернете, при этом в отчете подчеркивается, что «цифровые платформы, которые помогают связать спрос и предложение в глобальном масштабе», оказывают особое влияние. А исследование 2020 года, проведенное Группой по борьбе с контрафакцией (ACG), показало, что около 31% потребителей непреднамеренно покупали поддельный товар в Интернете в 2019 году по сравнению с 24% в 2018 году.

3.2 Решение проблем импорта парфюмерно- косметической продукции и туалетных средств

Так таможенным органам нужны партнеры в правительстве и правоохранительных органах, что усилит по борьбу с незаконной торговлей и будет наиболее успешным, если они будут сосредоточены на:

- хорошо финансируемые и полностью укомплектованные правоохранительные органы с четким мандатом на борьбу с незаконной торговлей;

- транснациональные правовые инструменты и механизмы, обеспечивающие эффективный обмен информацией между национальными правоохранительными органами и судебными органами для расследования, наказания и пресечения поддельными товарами;

- четкие этические политики и справедливое вознаграждение правоохранительным органам для борьбы с коррупцией;

- финансирование разведывательных мероприятий, позволяющих правоохранительным органам расследовать преступные сети;

- законодательство, такое как законы о конфискации активов и уголовные наказания, которые сдерживают незаконных торговцев косметическими изделиями.

Чтобы по-настоящему взять под контроль контрафакцию, сами бренды должны взять на себя ответственность за соблюдение своих прав на интеллектуальную собственность и внедрение эффективных мер защиты ИС. Ниже наши специалисты по интеллектуальной собственности делятся своими экспертными советами по упреждающему решению любой проблемы с контрафактной продукцией:

Обучение потребителей. Владельцы торговых марок должны ввести ключевые отличительные признаки подлинных товаров и информировать своих потребителей об этих признаках, что позволит легко идентифицировать контрафактные товары.

Обучение потребителей методам идентификации подлинной продукции, опасностям контрафактных товаров и процессу сообщения о контрафактных товарах превращает потребителя в еще одну пару глаз, помогающую обнаруживать и сообщать о контрафактной продукции от имени бренда.

Учитывайте онлайн-активность — владельцы брендов должны отслеживать онлайн-активность, связанную с их брендами, и, что важно, должны соблюдать строгие требования к своей собственной онлайн-активности, чтобы было легче определить путь на рынок контрафактной продукции. Nike недавно

приняла решение удалить все товары с Amazon, пытаясь пресечь продажу контрафактной продукции через этот носитель.

Таможенная регистрация — владельцы торговых марок должны зарегистрировать свою регистрацию на таможне, чтобы упростить и ускорить задержание. Владельцы торговых марок должны обеспечить быстрое реагирование на любое обращение, полученное от сотрудников таможни.

Маркетинговые стратегии – владельцы брендов должны отслеживать рекламные кампании в Интернете, особенно те, которые проводятся в социальных сетях, которые охватывают очень широкую аудиторию и, возможно, самых впечатлительных членов общества, многие из которых попадают в целевую аудиторию крупных брендов.

Записи интернет -магазинов. Владельцы брендов должны следить за тем, чтобы их бренды регистрировались в соответствии с политикой интеллектуальной собственности крупных интернет-магазинов, таких как Amazon и Ebay, что обеспечит более быструю доставку.

Защищать интеллектуальную собственность – владельцы торговых марок должны обеспечить надлежащую зарегистрированную охрану своих товарных знаков, а также должны предусмотреть дополнительную защиту в виде образцов, которые могут помочь в предотвращении распространения контрафактной продукции.

С подделками борется не только государство, но и агентство по борьбе с фальсификацией.

В борьбе с контрафактной парфюмерно-косметической продукцией немаловажная роль принадлежит виктимологической профилактике.

Данное направление предупредительной деятельности заключается в информировании граждан о наличии на отечественном потребительском рынке контрафактной, поддельной продукции, разъяснении правильных действий при покупке указанной группы товаров, а именно:



Рисунок 19 - Действия при покупке указанной группы товаров

Для предотвращения фальсификации и обеспечения гарантии стабильного качества продукции необходимо осуществить комплексы следующих мероприятий, включающие:



Рисунок 20 - Мероприятия

В борьбе с контрафактной парфюмерной и косметической продукцией важную роль играет профилактика, которая заключается в информировании потребителей о наличии фальсифицированной продукции на внутреннем потребительском рынке путем объяснения правильных действий во время покупки этой группы продуктов.

Проведем прогноз импорта при снижении контрафактной продукции в парфюмерно- косметической продукции.

Таблица 27 – Параметры уравнения прямого ряда динамики импорта парфюмерно- косметической продукции

Период	y_i	t_i	t_i^2	$y_i t_i$	y_t
2016	3,1	1	1	3,1	3,07
2017	3,3	2	4	6,6	3,21
2018	3,5	3	9	10,5	3,35
2019	2,9	4	16	11,6	3,49
2020	3,7	5	25	18,5	3,63
2021	4	6	36	24	3,77
ИТОГО	20,5	21	91	74,3	

Расчет

- $6 a_0 + 21 a_1 = 20,5$
- $21 a_0 + 91 a_1 = 74,3$
- $a_0 + 3,5 a_1 = 3,42$
- $a_0 + 4,33 a_1 = 3,54$
- $0,83 a_1 = 0,12$
- $a_1 = 0,14$
- $a_0 = 2,93$
- Подставим полученные значения в формулу линейного тренда:
- $Y = 2,93 + 0,14 t$

Рисунок 21 – Расчет прогноза импорта парфюмерно- косметической продукции на 2022 – 2025 года после мероприятий

Построим линию тренда:

Продление в будущем тенденции, наблюдавшейся в прошлом, носит название экстраполяции. Экстраполируя при $t = 10, 11, 12, 13$, находим уровень 2022, 2023, 2024, 2025 годов (Таблица 30):

Таблица 28 – Прогноз импорта парфюмерно- косметической продукции на 2022 – 2025 года после мероприятий по снижению фальсификации

Период	Прогнозное значение \hat{y}_t	Условные обозначения периодов t_i
2022	3,91	7
2023	4,05	8
2024	4,19	9
2025	4,33	10

Данные расчеты показывают, что показатель импорта парфюмерно- косметической продукции на 2022 – 2025 года после мероприятий по снижению фальсификации вырастет.

Таким образом, в выделим, что таможенная пошлина и курс доллара не имело значительного влияния на рост импорта парфюмерно- косметической продукции. При этом, на рынке очень много фальсификата, что влияет на снижение импорта парфюмерно- косметической продукции, так как из-за контрабанды на рынке уменьшается спрос на качественную продукцию, в итоге меньше продаж и снижение импорта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Процесс и формальности ввоза парфюмерии, косметики, туалетных принадлежностей, масел и резиноидов могут отличаться друг от друга и в разных странах. Также разные процедуры и формальности для импорта каждого товара могут отличаться при импорте парфюмерии, косметики, туалетных принадлежностей, масел и резиноидов.

Некоторые продукты в этой категории Код ТНВЭД: 33 «парфюмерные, косметические, туалетные средства» вызывают ССЗ на основе оценки на основе RSP в некоторых странах-импортерах, когда такие товары ввозятся из зарубежных стран.

Источник происхождения импортируемых парфюмерных, косметических средств, туалетных принадлежностей, масел и резиноидов требуется практически во всех странах. Таким образом, для импорта парфюмерии, косметики, туалетных принадлежностей, масел и резиноидов требуется сертификат происхождения, выданный необходимыми уполномоченными органами страны-экспортера. Сертификат происхождения помогает определить происхождение импортируемых товаров, чтобы получить освобождение от импортных пошлин и налогов. Различные односторонние, многосторонние и двусторонние соглашения между странами также разрешают импорт и экспорт с освобождением от импортных пошлин, где сертификат происхождения является основным доказательством страны происхождения импортируемых товаров в разделе «Парфюмерия, косметика, туалетные принадлежности, масла и резиноиды».

Импортер и поставщик взаимно согласовывают условия продажи импорта до фактической отгрузки товара. Ценообразование, характеристики качества, условия оплаты, условия доставки, вид транспорта и другие условия согласовываются и указываются в заказе на поставку. Ввоз Парфюмерии, Косметики, средств для туалета, масел и резиноидов осуществляется соответствующим образом.

Как известно, при любом ввозе товаров необходимая ввозная документация и процедуры таможенного оформления в стране-импортере должны быть выполнены либо таможенным брокером импортера, либо непосредственно импортером в соответствии с внешнеторговой политикой соответствующей страны-импортера. Для импорта парфюмерии, косметики, туалетных принадлежностей, масел и резиноидов также подаются входные документы на импорт вместе с документом перевозчика (коносамент / авианакладная), коммерческий счет, упаковочный лист, сертификат происхождения и другие необходимые документы, а также необходимые процедуры импорта. готовы принять поставку импортных товаров по разделу Парфюмерия, Косметика, средства для туалета, масла и резиноиды. В настоящее время необходимая информация подается онлайн и выдает необходимые документы во время проверки.

Международные партнеры стран обмениваются мерами качества друг с другом и освобождаются от многократной проверки одной и той же продукции как при экспорте, так и при импорте. Однако, согласно политике большинства развитых стран, импорт товаров из наименее развитых стран (НРС) перед экспортом должен быть сертифицирован уполномоченными органами. Так, при ввозе парфюмерии, косметики, средств для туалета, масел и резиноидов подробности такой информации можно получить в необходимых государственных органах страны-импортера.

В некоторых странах предварительное уведомление об импорте парфюмерии, косметики, туалетных принадлежностей, масел и резиноидов должно быть подано до прибытия товаров в порт ввоза страны-импортера.

Импорт парфюмерно- косметической продукции через таможенную границу ЕАЭС, что показало рост импорта импорт парфюмерно- косметической продукции в 2022 г., что произошло в результате из-за повышения поставок из дружественных стран.

Так как на рынке очень много фальсификата товара, существуют проблема снижения импорта парфюмерно- косметической продукции, для чего необходимо разработать меры по борьбе с фальсификатом.

В борьбе с контрафактной парфюмерной и косметической продукцией важную роль играет профилактика, которая заключается в информировании потребителей о наличии фальсифицированной продукции на внутреннем потребительском рынке путем объяснения правильных действий во время покупки этой группы продуктов.

Данные расчеты показывают, что показатель импорта парфюмерно-косметической продукции на 2022 – 2025 года после мероприятий по снижению фальсификации вырастет.

Таким образом, в выделим, что таможенная пошлина и курс доллара не имело значительного влияния на рост импорта парфюмерно-косметической продукции. При этом, на рынке очень много фальсификата, что влияет на снижение импорта парфюмерно-косметической продукции, так как из-за контрабанды на рынке уменьшается спрос на качественную продукцию, в итоге меньше продаж и снижение импорта.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Белов, В.А. Евразийский экономический союз: история и современность / В.А. Белов // Законодательство и экономика. – 2022. – № 8. – С. 64-73.
- 2 Буваева, Н.Э. Международное таможенное право / под общ. ред. А.В. Зубача. – М.: Издательство Юрайт, 2021. – 376 с.
- 3 Быков, А.Н. Перспективы евразийской интеграции: российские и зарубежные оценки / А.Н. Быков // Российский внешнеэкономический вестник. – 2023. – № 4. – С. 10-17.
- 4 Волчанская, А.А. Химический состав различных гибридов кукурузы / А.А. Волчанская, В.Р. Конаева, Ю.Б. Аленикова // Молодой ученый. – 2018. – №13. – С. 914-916.
- 5 Герасютина, О. Долго ли продлится кризис / О. Герасютина // Таможня. – 2018. – № 6. – С.63-67.
- 6 Гошин, В.А. Таможенное сотрудничество стран-членов ЕАЭС: новые горизонты / В.А. Гошин // Торговая политика. – 2017. – №4. – С. 15-20.
- 7 Гринберг, Р.С. Формирование Евразийского союза: шансы и риски / Р.С. Гринберг // Белорусский экономический журнал. – 2022. – № 1. – С. 4-9;
- 8 Гурова, И. Региональная торговля на пространстве СНГ: предпосылки для производственной кооперации / И. Гурова, М. Ефремова // Вопросы экономики. – 2014. – № 6. – С. 115-121.
- 9 Гутарина, О.В. К вопросу о таможенной пошлине и таможенно-тарифном регулировании в связи с образованием Евразийского экономического союза / О.В. Гутарина // Реформы и право. – 2016. – № 4. – С. 3-11.
- 10 Джабиев, А.П. Основы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности России / А.П. Джабиев. – М.: Экономика, 2014. – 478 с.
- 11 Дроздова, С.А. Таможенный союз, Единое экономическое пространство, Евразийский экономический союз: историко-правовой аспект этапов интеграции / С.А. Дроздова // Таможенное дело. – 2015. – № 1. – С. 1-9;

- 12 Енадарова, М.Г. Правовое регулирование льгот по уплате таможенных платежей в Таможенном союзе ЕврАзЭС / М.Г. Енадарова // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2016. – № 4. – С. 44-51.
- 13 Жогличева, В.В. Проблемы таможенно-тарифного регулирования в ЕАЭС / В.В. Жогличева // Инновационное развитие российской экономики. – М.: РЭУ, 2018. – С. 175-179.
- 14 Кадочников, П.А. О необходимости изменений в системе тарифных преференций ЕАЭС / П.А. Кадочников, М.Г. Пташкина // Российский внешне-экономический вестник. – 2017. – № 6. – С. 1-9.
- 15 Каширкина, А.А. Евразийский экономический союз и Всемирная торговая организация: монография. – М.: ИЗиСП, ИНФРА-М, 2016. – 295 с.
- 16 Каширкина, А.А. Международно-правовые модели Европейского Союза и Таможенного союза: сравнительный анализ / отв. ред. А.Я. Капустин. – М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ; Юридическая фирма «Контракт», 2014. – 368 с.
- 17 Кобзарь-Фролова, М.Н. Особенности и специфика таможенного регулирования в Российской Федерации: ретроспективный анализ и современное состояние / М.Н. Кобзарь-Фролова // Финансовое право. – 2017. – № 5. – С. 21–26;
- 18 Коник, Н.В. Таможенное дело / Н.В. Коник. – М.: Омега-Л, 2013. – 192 с.
- 19 Лохманова, Е. А. Таможенные пошлины как инструмент таможенно-тарифного регулирования внешнеэкономической деятельности / Е.А. Лохманова // Молодой ученый. – 2018. – №10.1. – С. 40-45.
- 20 Маховикова, Г.А. Таможенное дело / Г.А. Маховикова. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 408 с
- 21 Международная торговля / под ред. Р.И. Хасбулатова. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 489 с.

22 Минаев, А. В. Механизм государственного регулирования внешней торговли РФ в условиях ВТО: сущность и направления совершенствования / А.В. Минаев // Молодой ученый. – 2018. – №24. – С. 200-205.

23 Наднациональное и национальное регулирование в Таможенном союзе ЕврАзЭС: на примере таможенной пошлины / Ю.В. Гинзбург, А.Ю. Денисова, М.Г. Енадарова и др.; под ред. А.Н. Козырина. – М.: Институт публично-правовых исследований, 2016. – 233 с.

24 Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Сельское хозяйство Республики Беларусь. – Минск, 2019 [Электр. источник]. – URL: Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. - 20.02.2018.

25 Николаенко, С.Н. Биохимические особенности консервирования перца сладкого и его отходов / С.Н. Николаенко, М.С. Чистоусова // Научные труды SWorld. – 2007. – Т. 15. – № 3. – С. 67–68.

26 Новиков В.Е. Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности и таможенная стоимость / В. Е. Новиков, В. Н. Ревин, М. П. Цветинский. – М.: Лаборатория знаний, 2018. – 349 с.

27 Николаенко, С.Н. Определение степени антагонизма между *lactobacillus casei* и *streptococcus sp.* / С.Н. Николаенко, Е.Ю. Пахомова, Т.Ю. Гамзина // Научные труды SWorld. – 2008. – Т. 23. – № 4. – С. 33-34.

28 Остроумов, Н.В. Правовой статус таможенно-тарифного регулирования / Н.В. Остроумов // Юридическая наука. – 2014. – №1. – С. 57-62.

29 Взаимная торговля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/tradestat/tables/intra/Pages/default.aspx - 17.03.2021.

30 Высоцкая, В.Г. Практика применения нетарифных мер государственного регулирования международной торговли / В.Г. Высоцкая, В.Е. Богачева // Гипотеза. – 2019. - № 1. – С. 11-19.

31 Договор о Евразийском экономическом союзе (Подписан в Астане 29.05.2014) (ред. от 01.10.2019) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.eaeunion.org> – 15.03.2023.

32 Дудкова, И. С. Инструменты нетарифного регулирования в рамках действующих норм ВТО / И.С. Дудкова // Молодой ученый. - 2017. - № 15. - С. 370-373.

33 Запреты и ограничения внешнеторговой деятельности : учеб. пособие / Ю. Г. Кириллов, Э. К. Енза, И. А. Коновалов, В. В. Кузнецов ; Минобрнауки России, ОмГТУ. – 2-е изд., испр. и доп. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2020. – 252 с.

34 Красова, Е.В. Современные тенденции развития российского экспорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья / Е.В. Красова, А.С. Богач // Теоретическая и прикладная экономика. – 2017. – № 4. – С. 49 - 58.

35 Куликов, И.М. Продовольственная безопасность в сфере производства и потребления плодоовощной продукции / И.М. Куликов, И.А. Минаков // АПК: экономика, управление. – 2016 - № 2. – С. 4-16.

36 Лохманова, Е. А. Таможенные пошлины как инструмент таможенно-тарифного регулирования внешнеэкономической деятельности / Е. А. Лохманова // Молодой ученый. — 2016. — № 10.1 (114.1). — С. 42-44.

37 Маховикова, Г. А. Внешнеэкономическая деятельность / Г.А. Маховикова, Н.Ф. Ефимова, Е.Е. Павлова. - Москва: Мир, 2017. - 224 с.

38 Минаков, И.А. Перспективы импортозамещения на рынке овощей / И.А. Минаков. – 2016 - № 3. – С 59-63.

39 Непарко, М.В. Таможенно-тарифное регулирование в России: современные тенденции и перспективы / М.В. Непарко // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. - 2017. - № 2. - С. 283-287.

40 Приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза [Электронный ресурс]: Таможенный кодекс Евразийского экономического союза от 01.01.2018. - Режим доступа: <http://www.eaeunion.org> – 15.03.2023.

41 Прокушев, Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е. Ф. Прокушев, А. А. Костин ; под ред. Е. Ф. Прокушева. — 10-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт,

2019. — 450 с.

42 Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 № 54 «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза» [Электронный ресурс]: (ред. от 16.02.2023) - Режим доступа: справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

43 Федосова, И.В. Особенности таможенно-тарифного регулирования внешней торговли ЕАЭС и Российской Федерации / И.В. Федосова // Аллея науки. – 2018. - № 9. – С. 218-221.

44 Хмельницкий, В.Н. Нетарифные меры регулирования внешней торговли: особенности применения в современных условиях / В.Н. Хмельницкий // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2017. - № 7. - С. 90-93.

45 Хмельницкий, В.Н. Практика применения нетарифных мер в современной мировой экономике и их особенности / В.Н. Хмельницкий // Экономика и бизнес: теория и практика. - 2018. - № 4. - С. 264-267.

46 Худжатов М.Б. Особенности таможенного контроля товаров турецкого производства на современном этапе/ М.Б. Худжатов // Маркетинг и логистика. — 2016. - №2 (4). – С. 41-47.

47 Худжатов М.Б. Ускорение таможенных операций при ввозе скоропортящихся товаров на таможенную территорию Таможенного союза / М.Б. Худжатов // Маркетинг и логистика. — 2016. - №3 (5). – С. 82-89.

48 Худжатов М.Б. Особенности таможенного декларирования товаров: плодоовощная продукция / М.Б. Худжатов // Маркетинг и логистика. – 2016. - № 5.

49 Чермянинов, Д. В. Таможенное право: учебник / Д. В. Чермянинов ; ред. Д. Н. Бахрах; Урал. гос. юрид. акад.. - М.: Юрайт, 2018. - 388 с.