

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра товарознавства та митної справи

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Оцінка якості верхнього дитячого одягу при здійсненні імпорту»

Студентки 2 курсу, 7м групи,
спеціальності 076,
«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»,
спеціалізації «Товарознавство
та організація зовнішньої
торгівлі»

Вавілової
Лілії Сергіївни

Науковий керівник
канд. техн. наук, доцент

Михайлова
Галина Миколаївна

Науковий консультант
канд. екон. наук, доцент

Лежепьокова
Вікторія Геннадіївна

Гарант освітньої програми
док-р техн. наук, професор

Мокроусова
Олена Романівна

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Вавілова Л.С. Оцінка якості верхнього дитячого одягу при здійсненні імпорту

У випускній кваліфікаційній роботі розкрито теоретичні засади оцінки якості верхнього дитячого одягу. Проаналізовано стан та перспективи ринку верхнього дитячого одягу України. Розроблено матричну діаграму при плануванні якості верхнього дитячого одягу. Було досліджено наступні показники: теплозахисні властивості, повітропроникність, вміст вільного та здатного частково виділятися формальдегіду, складники сировинного складу. Встановлено їх відповідність вимогам, затвердженим в нормативних документах. Розкрито сутність імпортової діяльності підприємства та імпорту в цілому, досліджено ефективність імпортової діяльності підприємства.

Ключові слова: верхній одяг, дитячий одяг, куртки, наповнювачі, властивості, імпорт, ефективність.

SUMMARY

Vavilova L.S. Assessment of the quality of children's outerwear during import

In the final qualifying work the theoretical principles of the quality assessment of the children's outerwear are revealed. The state and prospects of the market of children's outerwear of Ukraine are analyzed. The matrix diagram is developed when planning the quality of children's outerwear. The following indicators were investigated: thermal protection properties, air permeability, content of free and partially formaldehyde, components of raw materials composition. Established their compliance with the requirements approved in the regulatory documents. The essence of import activity of the enterprise and import in general is revealed, efficiency of import activity of the enterprise is investigated.

Key words: outerwear, children's clothes, jackets, fillers, properties, import, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ РИНКУ, ВИМОГИ ДО ЯКОСТІ ВЕРХНЬОГО ДИТЯЧОГО ОДЯГУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ.....	10
1.1. Стан та перспективи розвитку ринку верхнього дитячого одягу.....	10
1.2. Вимоги до якості верхнього дитячого одягу.....	19
1.3. Особливості класифікації верхнього дитячого одягу.....	31
1.4. Сутність імпортової діяльності підприємства.....	36
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА АСОРТИМЕНТУ ВЕРХНЬОГО ДИТЯЧОГО ОДЯГУ, ЩО РЕАЛІЗУЄТЬСЯ ТОВ «АРГО – ТОРГІВЕЛЬНА МЕРЕЖА».....	45
2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження.....	45
2.2. Товарознавча оцінка асортименту верхнього дитячого одягу, що реалізується ТОВ «АРГО – торгівельна мережа».....	54
2.3. Оцінка якості верхнього дитячого одягу.....	63
2.4. Розробка матричної діаграми при плануванні якості верхнього дитячого одягу.....	69
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТУ ТОВ «АРГО – ТОРГОВЕЛЬНА МЕРЕЖА».....	76
3.1. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності та процесу організації імпорту ТОВ «АРГО – торгівельна мережа».....	76
3.2. Оцінка ефективності імпорту верхнього дитячого одягу ТОВ «АРГО – торгівельна мережа».....	87
3.3. Напрями підвищення ефективності операцій імпорту верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа».....	94
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	103
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	108
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Механізм терморегуляції організму дитини є обмеженим та недостатньо розвинутим. Зважаючи на це, верхній дитячий одяг являється своєрідним бар'єром, який захищає організм дитини від більш низьких температур та несприятливого впливу навколишнього середовища, а також сприяє збереженню теплового балансу дитячого організму та запобігає зайвій тепловіддачі

Питання оцінки якості верхнього дитячого одягу є досить багатограним, складним та недостатньо вивченим. Це пов'язано з тим, що активно почали використовувати нові тканини для верху та підкладки, а також наповнювачі різного сировинного складу. Досить актуальною дана проблема є для дитячого населення, адже пристосованість дитячого організму до синтетичних тканин, наповнювачів та барвників є доволі невисокою, оскільки в дитячому організмі всі захисні процеси є недостатньо сформованими та досконалыми. Поряд з цим, сприйняття чинників зовнішнього середовища дитячим організмом є дуже високим.

Оскільки частка імпортного одягу на ринку України значно перевищує одяг вітчизняних виробників, постає необхідність дослідження якості саме імпортного верхнього дитячого одягу, перевірки його на безпечність та відповідність встановленим у нормативних документах вимогам, а також наявності супровідних документів, які підтверджують його якість та безпечність для споживачів.

Дана проблема є актуальною враховуючи те, що серед покупців існує достатньо висока довіра до закордонних виробників та постачальників. Проте на даному ринку існує досить високий рівень «тіньового» ввезення в країну верхнього дитячого одягу сумнівної якості під виглядом дорогих брендів та з високим вмістом шкідливих сполук.

Задля того, щоб проаналізувати правильність вибору іноземних постачальників та якість верхнього одягу, що імпортується, доцільно проводити оцінку ефективності імпорту верхнього дитячого одягу на підприємстві. Це, в свою чергу, дасть змогу визначити наскільки правильно були обрані базисні умови поставки та тип посередництва, а також знизити витрати на здійснення імпортової діяльності підприємства та значно підвищити її ефективність.

Об'єктом дослідження є верхній дитячий одяг – куртки.

Предметом дослідження є якість, асортимент, властивості верхнього дитячого одягу.

Мета випускної кваліфікаційної роботи полягає у проведенні оцінки якості верхнього дитячого одягу при здійсненні імпорту на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа».

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

- проаналізувати стан ринку верхнього дитячого одягу та розглянути перспективи його розвитку в майбутньому;
- визначити вимоги до якості та безпечності верхнього дитячого одягу;
- розглянути особливості класифікації верхнього дитячого одягу за різними класифікаційними ознаками;
- ознайомитися з сутністю та особливостями імпортової діяльності підприємства;
- здійснити товарознавчу оцінку асортименту верхнього дитячого одягу, який реалізується на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа»;
- провести експериментальні дослідження теплозахисних властивостей, повітропроникності, вмісту вільного та здатного частково виділятися формальдегіду, вмісту складників сировинного складу верхнього дитячого одягу;

- розробити матричну діаграму при плануванні якості верхнього дитячого одягу;
- провести детальний аналіз зовнішньоекономічної діяльності та процесу організації імпорту ТОВ «АРГО – торгівельна мережа»;
- оцінити ефективність імпорту верхнього дитячого одягу ТОВ «АРГО – торгівельна мережа»;
- розробити та запропонувати напрями підвищення ефективності операцій імпорту верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа».

Методи дослідження: аналітичні (опрацювання наукових статей, законодавчо-нормативних документів, наукових праць), розрахункові (розрахунок досліджуваних показників при оцінці якості верхнього дитячого одягу та ефективності імпортової діяльності на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа») та інструментальні (вимірювання товщини пакету, повітропроникності, сумарного теплового опору, вмісту вільного та здатного частково виділятися формальдегіду, вмісту складників сировинного складу).

Наукова новизна випускної кваліфікаційної роботи полягає в розробці узагальненої класифікації верхнього дитячого одягу та матричної діаграми при плануванні якості верхнього дитячого одягу.

Практична цінність полягає у розробці шляхів підвищення ефективності імпортової діяльності ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», які можуть бути застосовані на даному підприємстві, а також матричної діаграми при плануванні якості верхнього дитячого одягу, яка вказує які показники у якості верхнього дитячого одягу недостатньо враховуються та які вимоги споживачів необхідно задовольняти в першу чергу при реалізації верхнього дитячого одягу.

Апробація результатів дослідження. Результати досліджень було обговорено на Міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу» (м. Київ, 13 березня 2018 року) з доповіддю за темою «Теплозахисні властивості дитячих

курток з об'ємним наповнювачем», за результатами якої було отримано Диплом 2-го ступеня.

Публікації. За результатами досліджень підготовлена та опублікована наукова стаття: Вавілова Л.С. Характеристика теплозахисних властивостей дитячих курток / Л.С. Вавілова // Збірник наукових статей студентів КНТЕУ «Управління безпечністю, якістю та експертиза товарів». Ч. відп. ред. В.А. Осика. К : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. Ч.2. С.164-169, а також тези до Міжнародної науково-практичної конференції для молодих студентів «Якість та безпечність товарів» 23 березня 2018 року в м. Луцьк на тему «Особливості класифікації верхнього дитячого одягу».

Структура та обсяг роботи. Загальний обсяг роботи становить 115 сторінок. Дана робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, а також списку використаних джерел та додатків. Робота містить 17 рисунків, 15 таблиць, 15 додатків. Список використаних джерел налічує 77 джерела, з них 2 іноземних.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІЗ РИНКУ, ВИМОГИ ДО ЯКОСТІ ВЕРХНЬОГО ДИТЯЧОГО ОДЯГУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ

1.1. Стан та перспективи розвитку ринку верхнього дитячого одягу

Українська легка промисловість сьогодні є потужним багатогалузевим комплексом з виробництва товарів народного споживання та одна із небагатьох галузей господарства зі швидким обертанням капіталу. Вона забезпечує приблизно 72 тис. робочих місць. Цей соціально вагомий сектор економіки орієнтований на кінцевого споживача. Потенціальні можливості підприємств легкої промисловості дозволяють виробляти широкий спектр товарів народного споживання, здатних задовольнити попит на внутрішньому ринку. Станом на 01 березня 2015 року легка промисловість нараховує понад 2500 підприємств, з яких тільки 31,3% є економічно активними, 53,4% - банкрути, 15,3% - економічно неактивні [1].

Галузь утворює потужний виробничий потенціал, здатний виробляти широкий спектр товарів широкого вжитку і промислового призначення. Легка промисловість України об'єднує 23 види економічної діяльності згідно з КВЕД, які згруповано у три основні розділи:

- текстильне виробництво (ткацьке виробництво, виробництво трикотажного полотна, килимів, канатів, мотузок, нетканих матеріалів, інших текстильних виробів, крім одягу, тощо);

- виробництво одягу (виробництво одягу зі шкіри, виробництво робочого, спіднього, верхнього одягу та аксесуарів, виготовлення виробів із хутра, виробництво трикотажного і в'язаного одягу, панчішно-шкарпеткового виробів тощо);

- виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів (виробництво взуття, дублення і оздоблення шкіри, вичинка і фарбування

хутра, виробництво дорожніх виробів, сумок тощо). Крім того до галузі відноситься виробництво іграшок, фурнітури, столового посуду та ін.[2].

У власності нашої держави знаходиться менше 1% підприємств легкої промисловості, а решта з них є приватизованими. Після того, як Україна вступила до СОТ (Світової організації торгівлі), українська текстильна промисловість не втратила своєї конкурентоспроможності і за Індексом глобальної конкурентоспроможності Україна займає 76-у позицію серед 144 країн світу 2014-2015 років. Проте, останнім часом, через існування «тіньового» імпорту та виробництва, нерівність в системі оподаткування та фінансову кризу, показники діяльності легкої промисловості значно погіршилися. Внутрішній ринок легкої промисловості представлено на рис.1.1.

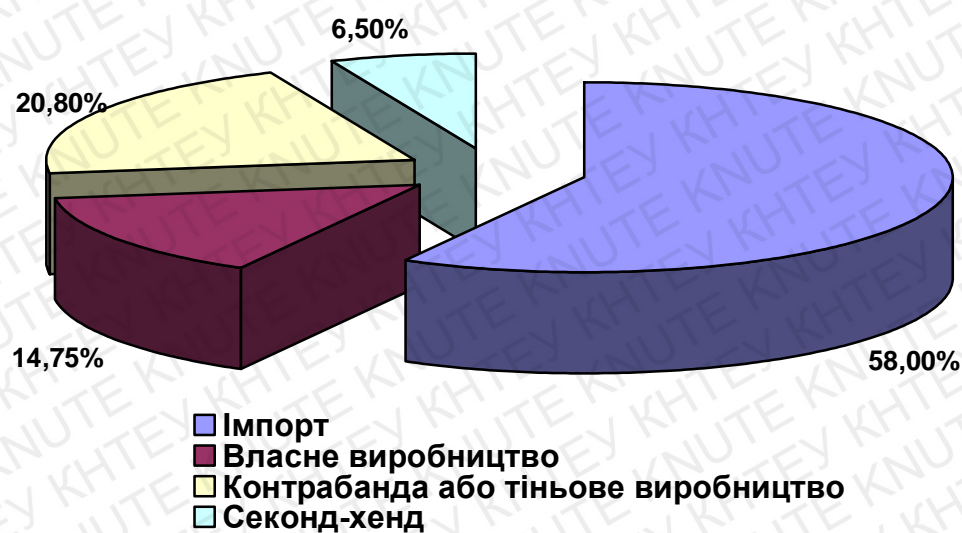


Рис.1.1. Складові внутрішнього ринку легкої промисловості, %, 2017 р.

[3]

З рис.1.1. видно, що досить велику частку на внутрішньому ринку займає контрабанда та тіньовий бізнес, що є доволі негативним фактором для економіки нашої країни, адже, через це не сплачуються відповідні податки до бюджету України і, відповідно, менше коштів виділяється на розвиток

власної легкої промисловості. 14,7% власного виробництва свідчать про мізерні замовлення продукції з боку держави, а 58% імпорту - про те, що на одяг закордонного виробництва в нашій країні існує значно більший попит, ніж на одяг «made in Ukraine», що також досить негативно впливає на розвиток держави.

Відповідно до думки вітчизняних і міжнародних експертів, українська легка промисловість має величезний потенціал. Легка промисловість України поступово нарощує свою потужність і її показники стабільно зростають ось уже кілька років поспіль. У країні активно розвиваються текстильна, швейна, трикотажна, шкіряно-взуттєва, шкіргалантерейна, хутряна та інші сфери [4].

Доволі негативним фактором для розвитку легкої промисловості України є те, що на території нашої держави досить великим попитом та довірою користуються товари закордонного виробництва (за рахунок усталеної думки споживачів стосовно їх високої якості та довшої тривалості служби, аніж у товарів вітчизняного виробництва), в той час, коли обсяги експорту українського одягу є досить мізерними. Проте в останні роки можна прослідкувати позитивну динаміку зростання попиту на вітчизняний одяг. За даними Державної служби статистики України, обсяг нових замовлень на виробництво одягу за січень–серпень 2018 року склав 4478,3 млн. грн., з яких 2762,8 млн. грн. – закордонні замовлення. Це свідчить про те, що все таки попит на український одяг за кордоном існує, але все ж хотілося, щоб обсяги як іноземних, так і вітчизняних замовлень з кожним роком зростали. Товарна структура експорту українського одягу представлена на рис.1.2.

Структура, зображена на даному рисунку характеризує товарне наповнення експорту українського одягу різними його видами у відсотковому співвідношенні. Розглядаючи дані такої товарної структури, можна зробити відповідний висновок стосовно того, які саме види одягу (верхній одяг, спідня білизна та інші) користуються найбільшим попитом серед закордонних замовників, провести аналіз сильних та слабких сторін в експорті українського одягу, а також, за допомогою більш ретельного

вивчення даного питання, провести оцінку обсягів виробництва та якості одягу, що виготовляється та розробити шляхи збільшення попиту на всі його види.

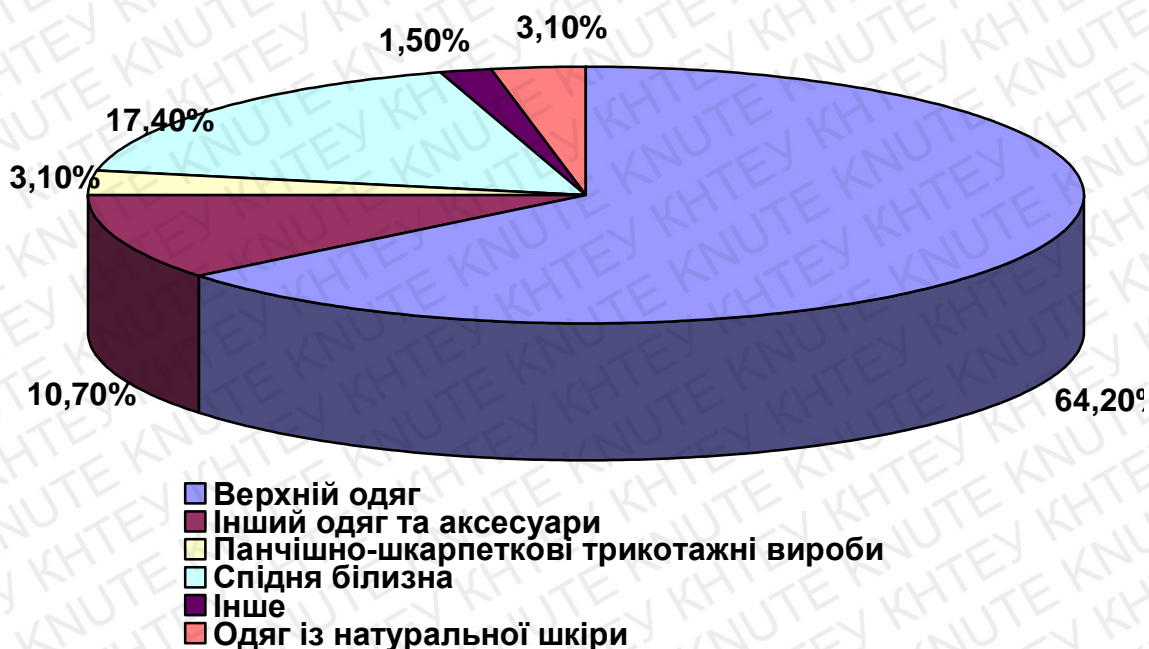


Рис.1.2. Товарна структура експорту українського одягу в 2017 році, % [5]

Відповідно до рис.1.2, можна побачити, що найбільшим попитом серед іноземних замовників користується верхній одяг, частка якого в товарній структурі експорту становить 64,2%, на другому місці спідня білизна, - 17,4%. Це дає досить велику надію для розвитку вітчизняної легкої промисловості.

Верхній одяг – це плечовий або поясний одяг, за винятком білизняних і корсетних виробів, а, відповідно, дитячий одяг – це одяг для дівчаток і хлопчиків, віком до 18 років [6]. Верхній дитячий одяг відноситься до товарних позицій 6201 - пальта, півпальта, накидки, плащі, анораки (включаючи лижні куртки), куртки для чоловіків або хлопців, крім виробів товарної позиції 6203 та 6202 - пальта, півпальта, накидки, плащі, анораки

(включаючи лижні куртки), куртки та подібні вироби для жінок або дівчат, крім виробів товарної позиції 6204 за кодами УКТЗЕД . На сьогоднішній день, ринок верхнього дитячого одягу є досить різноманітним і наповнений великою кількістю моделей, які різняться між собою довжиною, кроєм, широким спектром кольорів та наповнювачами. Даний ринок наповнений виробами як вітчизняного (відомі та маловідомі українські бренди дитячого одягу або ж товари, відшиті на українських фабриках та представлені більш широкому колу споживачів на речових ринках), так і імпортного виробництва (вироби відомих та ще маловідомих світових брендів, що доступні, в основному, в спеціалізованих брендових магазинах).

Регіональний рейтинг вироблення товарів легкої промисловості в 2016 році очолила Львівська область (14,4%), далі йдуть Житомирщина (8,7%), Харківщина (8,5%), Дніпропетровщина (7%) і Київ (6,9%) [3] .

Серед найпопулярніших імпортерів верхнього дитячого одягу можна виділити наступні бренди – Mariquita (Польща), Zeplin (Туреччина), Besta Plus (Польща), Piazza Italia (Італія), United colors of Benetton (Іспанія), OVS kids (Італія), Zara (Іспанія) та інші. А найбільші вітчизняні виробники верхнього дитячого одягу - Gusseva KIDS (м. Львів), Businka Dress (м. Харків), Berry Wear (м. Вишневе), VoGi (м. Київ), Соня (м. Бровари), Юніор (м. Хмельницький) та інші.

Кілька років назад експорт верхнього дитячого одягу значно відставав за своїми обсягами від імпортованої продукції, а в 2015 році відбувся різкий спад імпорту верхнього одягу для дітей більше ніж у 2 рази та не досить суттєве зменшення обсягів експорту, проте саме цей рік дав початок позитивній динаміці у збільшенню обсягів експорту дитячих курток та їх перевазі над імпортом, що могло бути спричинене збільшенням інвестування з боку закордонних замовників за «давальницькою» схемою (вони нам сировину, ми їм – готовий товар). Отож, можна сказати, що протягом останніх двох років ситуація з відставанням експорту почала кардинально

змінюватися, про що свідчать дані ДФС України [7], які представлені на рис.1.3 та рис.1.4.

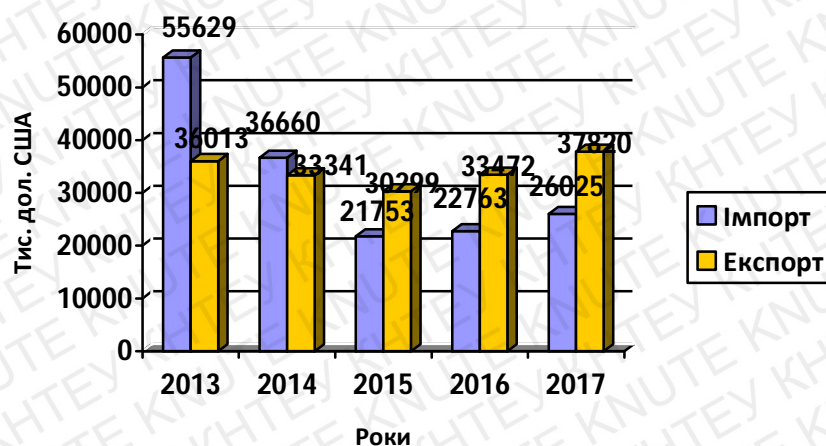


Рис.1.3. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарної позиції 6201 за кодом УКТЗЕД, тис. дол. США [7]

Як видно з рис.1.3., в 2013 році спостерігалось значне відставання експортної продукції від імпоротної (різниця у 19616 тис. дол. США), в 2014 році відбулося стрімке падіння обсягів імпоротної продукції на 18969 тис. дол. США, що становить 34% від обсягів попереднього року. Починаючи з 2015 року чітко спостерігається перевага експортної продукції над імпоротною (обсяги експортної продукції перевищують імпорتنу продукцію на 30%), і в 2017 році вона становила 11795 тис. дол. США . Такий підйом обсягів експорту продукції також може бути пов'язаний з тим, що багато закордонних представників роблять замовлення продукції на Україні за «давальницькою» схемою, тобто на наші підприємства з-за кордону постачається сировина, з якої виготовляється продукція (в даному випадку – верхній дитячий одяг) і експортується назад до країни, що постачала нам сировину вже як готовий товар. Така схема є досить привабливою для закордонних замовників через низьку вартість найманих працівників і, відповідно, низькі витрати на виробництво продукції.

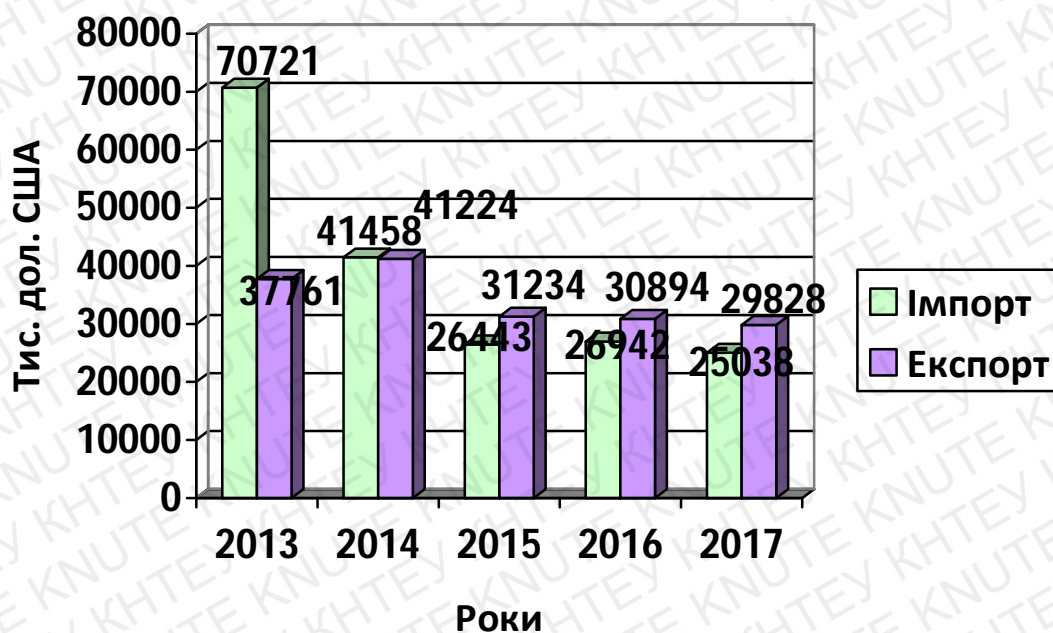


Рис.1.4. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарної позиції 62023а кодом УКТЗЕД, тис. дол. США [7]

Аналізуючи рис.1.4. можна чітко побачити значну перевагу імпорتنної продукції в 2013 році над експортною у 32960 тис. дол. США (майже на 54%), далі, у 2014 році дана перевага зводиться майже до нуля. Впродовж 2015 – 2017 років спостерігається різкий спад обсягів імпорتنної продукції (на 65%, порівняно з 2013 роком) та перевага експортної продукції, що також може бути пов'язана з розповсюдженням «давальницької» схеми.

Український виробник завойовує популярність не лише на вітчизняному, а й на міжнародному ринках завдяки тому, що одяг пошитий якісно, а ціни на нього є досить демократичними.

Проте, попри наявну позитивну динаміку, розвитку легкої промисловості України все ж заважає низка проблем, що існують на сьогоднішній день. Найголовнішими можна виділити наступні:

- переповнення внутрішнього ринку імпортними товарами із заниженою митною вартістю, товарами групи «секонд-хенд»;

- відсутність сприятливих умов для закупівлі високоякісного обладнання, яке не виробляється в Україні;
- низький рівень інвестицій у легку промисловість України, як з боку іноземних інвесторів, так і з боку держави;
- поділ великих підприємств галузі на дрібні, які переходять на спрощену систему оподаткування, або на «тіньове» виробництво [8].

Не менш важливим фактором є те, що легка промисловість в нашій країні для звичайних працівників цієї галузі є досить малоприбутковою. Середня заробітна плата пересічного працівника легкої промисловості вдвічі менша, ніж заробітна плата працівників загалом по підприємствах промисловості.

За оцінками експертів, ринок верхнього дитячого одягу входить до одних із розвинутих ринків України, оскільки українці намагаються не економити на одязі для своїх дітей, особливо в холодні пори року, піклуючись про їхній комфорт, безпеку та купують досить дорогі речі, виділяючи великий відсоток зі свого місячного доходу.

Проте, як і всі інші ринки, даний ринок стикається з рядом проблем, що заважають його розвитку. Задля того, щоб підвищити та посилити перспективи розвитку ринку верхнього дитячого одягу, необхідно:

- по можливості оснастити підприємства більш новим технологічним приладдям, що дозволить швидше виконувати пошиття верхнього дитячого одягу та підвищити рівень його якості;
- намагатися залучити іноземні інвестиції та впровадити іноземні технології у власному виробництві (це, в свою чергу, сприятиме перейняттю досвіду у виробників за кордоном та надасть можливість вдосконалити та покращити власні технології) ;
- поступово відмовитися від сировинного забезпечення виробництва підприємств за давальницькою схемою за рахунок розвитку власної сировинної бази, що дало б змогу надати більшості товарів статусу

українського походження («made in Ukraine») та, відповідно, розширити ринки збуту українського верхнього дитячого одягу за кордоном;

- впровадити активні системи захисту внутрішнього ринку від товарів тіньового виробництва та від контрабандних товарів, що дасть змогу зробити верхній дитячий одяг вітчизняного виробництва більш конкурентоспроможним;

- посилити гнучкість та конкурентоспроможність виробництва за рахунок оптимізації структур великих та малих підприємств, розвинути мережу просування товарів на ринку;

- по можливості, заохочувати та стимулювати вітчизняних виробників верхнього дитячого одягу, надавати їм певні преференції.

Зменшення, або взагалі усунення ставки мита та ПДВ на устаткування, комплектуючі для устаткування, а також сировину, яка в Україні не виробляється, що ввозяться на митну територію України, зможе поставити рівень розвитку ринку верхнього дитячого одягу на вищий щабель. Адже це, за рахунок зниження вартості витрат, полегшить процес модернізації вітчизняних підприємств, покращить якість верхнього дитячого одягу, що виготовлятиметься на них і дасть своєрідний поштовх українським виробникам до самовдосконалення.

За рахунок даної модернізації виробництва, інвестицій та більш ретельного нагляду за якістю сировини, з якої відшивається одяг, можна цілком забезпечити якість готової продукції, зміцнити позицію ринку, що зі свого боку дасть змогу покрити потреби в даній галузі.

Отже, якщо ринок верхнього дитячого одягу і надалі буде показувати позитивну динаміку в своєму розвитку, то обсяги виробництва в ньому зростуть, ринок буде наповнений конкурентоспроможними та якісними товарами, значно збільшаться обсяги експорту та частка вітчизняних товарів на внутрішньому ринку України, що, в свою чергу, ще раз докаже, що даний ринок є досить перспективним.

1.2. Вимоги до якості верхнього дитячого одягу

Якість – ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги. Вимоги – сформульовані потреби чи очікування, загальнозрозумілі чи обов'язкові. Вимоги можуть ставити різні зацікавлені сторони [9].

В останні роки досить часто на перший план висувається питання щодо якості та безпечності текстильних виробів. Більшою мірою це питання стосується саме дитячого одягу, до якого висувається значно більший ряд вимог, аніж до дорослого. Дані питання стосуються, в основному, практичності, зручності, якості та безпечності матеріалів, з яких виготовляється дитячий одяг.

Дитячий одяг повинен відповідати ряду специфічних вимог, що пов'язано з анатомо-фізіологічними особливостями дітей. Тонка та ніжна шкіра дітей може бути легко поранена і її захисні функції від різноманітних шкідливих впливів навколишнього середовища більш слабкі, ніж у дорослих.

За даними М. Антропової, відносна поверхня шкіри в дітей більша, ніж у дорослих. Так, на 1 кг ваги приходить поверхні шкіри (см²): у дорослої людини – 221, у 15-річних дітей 337, у 10-річних – 423, у 6-річному – 456, у новонароджених – 704. Відносно велика поверхня шкіри обумовлює досить велику віддачу тепла дитячим дитячим організмом. Разом з цим, підвищена тепловіддача пов'язана з великою кількістю в шкірі дітей кровоносних судин, більш швидким кругообігом крові та недосконалістю нервових механізмів регуляції тепла [10].

Шкіра дитини значно слабше захищає організм дитини від різких коливань температури навколишнього середовища, різноманітних травм та механічних пошкоджень, ніж у дорослої людини. Окрім цього, значна вага одягу в умовах великої рухливості дитини та слабкого розвитку м'яз, приводить до того, що дитячий організм доволі швидко виснажується та стомлюється. Зважаючи на такі особливості побудови та функціонування

організму дитини, верхній дитячий одяг для дітей повинен бути більш теплим та легким, аніж для дорослих.

Крій дитячого одягу повинен бути вільним, не сковувати рухів дитини, не порушувати кровообігу та не викликати деформації скелета, оскільки кісткова тканина у дітей доволі легко піддається механічним впливам та деформується.

Верхній дитячий одяг повинен володіти високою теплоізоляцією, бути досить легким та не сковувати рухів дитини. Враховуючі вище вказані вимоги, такий одяг повинен включати вітрозахисну тканину та теплоізоляційну прокладку.

Сучасні вимоги вже не відповідають сучасним реаліям, наприклад, зовсім не розглядаються вимоги екологічності та безпечності, що, перш за все, потрібно враховувати при виготовленні дитячого одягу. На основі проведеного аналізу та з урахуванням сучасних вимог запропонована номенклатура показників якості верхнього дитячого одягу. Особливість запропонованої номенклатури полягає у тому, що при зберіганні всіх показників якості продукції, вони розташовуються не на одному рівні, а перегруповуються як по рівнях, так і в межах одного ієрархічного рівня [11]. Загальна класифікація номенклатури показників якості одягу представлена в табл. 1.1 [12].

Таблиця 1.1

Номенклатура споживних властивостей та показників якості одягу [12]

Властивості	Показники	Характеристика показників
1	2	3
Призначення	Функціональне призначення (теплопровідність, водонепроникність, повітропроникність, гігроскопічність, простота догляду та ін.)	Забезпечує нормальне функціонування організму людини, створюючи для цього оптимальні умови (температура, вологість, газообмін тощо), тобто нормальний мікроклімат. Так, одяг повинен захищати поверхню тіла від забруднення пилом, піском, брудом і т.д.

Продовження табл. 1.1

1	2	3
	Соціальне призначення (відповідність оптимальному асортименту, показник морального старіння і т.д.)	Відповідність одягу індивідуальним та суспільно-необхідним потребам населення та доцільність його збуту та споживання. Наприклад, імідж товару, зовнішній вигляд (модний в цьому сезоні колір тканин, одягу, текстура і т.д.)
Надійність	Довговічність (зовнішнє, внутрішнє та моральне зношування)	Для одягу важливою є фізична довговічність, яка залежить від матеріалів, які використовуються та умов експлуатації. Також досить важливим показником є соціальна довговічність, яка визначається термінами морального зношування.
	Ремонтопридатність (імовірність відновлення в певний час, середній термін відновлення, трудомісткість ремонту)	Здатність товару відновлювати свої властивості шляхом профілактичного огляду та ремонту. Наприклад, захист розриву в одязі, відновлення фурнітури, вставка замків і т.д.
	Збереженість	Характеризують властивість виробів зберігати певний час кількісні та якісні показники, які забезпечують їх використання за призначенням після транспортування та зберігання.
Ергономічні	Гігієнічні (гігроскопічність, повітропроникність, теплопроникність і т.д.)	Характеризують умови, що впливають на організм і працездатність людини при експлуатації виробів.
	Антропометричні	Відповідність розмірів та форми верхнього дитячого одягу віку та зросту дитини, довжині рукава, розмірам капюшона та ін.
	Психологічні, психофізіологічні	Здатні задовольняти психологічні та психофізіологічні потреби, створюють відчуття комфорту.
Естетичні	Інформаційна виразність, раціональність форми, цілісність композиції, досконалість виробничого виконання та товарного вигляду	Забезпечують художньо-образну виразність, відповідність стилю, відповідність форми ергономічним вимогам, колорит, художньо-графічну виразність, обробка і структура тканин та їх відповідність моді.
Екологічні	Міцність фарбування тощо	Рівень шкідливості, який здійснює одяг на навколишнє середовище при його експлуатації.
Безпечності	Хімічна, санітарно-гігієнічна, пожежна, механічна	Ступінь захисту людини від впливу небезпечних чи шкідливих чинників, що виникають під час експлуатації одягу.

Враховуючи вище наведену номенклатуру споживних властивостей та показників якості одягу, а також праці Скляннікова В.П. [13], доцільно було б розглянути властивості текстильних виробів як елементу предметного середовища, які задовольняють потреби в системі «людина – текстильний виріб». Проаналізувавши дані роботи, в Додатку А було запропоновано класифікацію та ієрархічну структуру властивостей верхнього дитячого одягу, як елементу предметного середовища.

В процесі використання верхнього дитячого одягу задовольняються всі потреби дитини, які випливають з властивостей, наведених в табл. 1.1 і значення цих потреб приблизно однакове, але найбільшого значення мають саме антропометричні, фізіологічні та гігієнічні потреби і відповідні їм властивості верхнього дитячого одягу.

Виходячи з даних Дод. А, можна зробити висновок, що антропометричні потреби – це відповідність верхнього дитячого одягу антропометричним властивостям дитини (типовим розмірам та формі тіла та його окремих частин).

Фізіологічні потреби – це відповідність верхнього дитячого одягу силовим, швидкісним та енергетичним можливостям дитини.

Гігієнічні потреби – відповідність параметрам температури, газового складу, вологості, токсичності, забруднюваності можливостям організму дитини [13].

В даній системі, яка наведена та розглядається в Дод. А, задовольняються одночасно антропометричні, фізіологічні, гігієнічні потреби дитини, причому відповідні властивості верхнього дитячого одягу носять функціональний характер. Особливо велике значення потреби та властивості, які розглядаються, мають в системі «дитина – верхній одяг», з якою дитина безперервно пов'язана [13].

Основним призначенням верхнього дитячого одягу є захист організму дитини від несприятливих умов навколишнього середовища (низької температури, вітру, туману, дощу, снігу та ін.). Даний одяг являється

своєрідним бар'єром, що ізолює організм дитини від більш низьких температур навколишнього середовища, зберігає тепловий баланс організму та перешкоджає надмірній тепловіддачі.

Теплорегуляційні механізми дитини є недосконалими і перегрівання для її організму так само шкідливе, як і переохолодження. Діти перегріваються не тільки влітку, а й узимку, якщо їхній верхній одяг не відповідає температурі повітря.

Зони хорошого самопочуття (комфорту) дитини у верхньому одязі зазвичай співпадають з такими метеорологічними умовами, за яких теплові втрати відповідають теплу, яке виробляється організмом (телопродукції), тобто в організмі встановлюється тепла рівновага.

Якщо теплопродукція організму людини дорівнює тепловіддачі, то температура тіла людини залишається на постійному рівні. Для системи «дитина – куртка – навколишній простір» передача тепла та процес теплообміну представлено на рис.1.5. При оцінюванні якості дитячого верхнього одягу особливу увагу слід звернути на теплозахисні властивості.



Рис.1.5. Схема теплообміну системи «дитина – куртка – навколишній простір» [14]

Теплозахисні властивості верхнього дитячого одягу напряму залежать від того, наскільки якісно вони захищають організм дитини від навколишнього середовища. Як вказано в табл.1.2 [10], втрати тепла по

всьому організму не є однаковими і при проектуванні верхнього одягу для дитини слід більш детально розглянути, які частини тіла втрачають доволі великий відсоток тепла та потребують кращого захисту.

Таблиця 1.2

Характеристика розподілу теплового потоку в одягнених хлопців та дівчат в стані спокою та при ходьбі

Ділянки тіла	Втрати тепла у % до загальної втрати тіла	
	Хлопці	Дівчата
В стані спокою		
Тулуб	20,1	23,6
Верхні кінцівки	13,5	13,7
Кисті рук	4,3	6,3
Бедро + гомілка	37,9	37,5
Стопа	7,3	7,8
Голова	18,1	12,9
При ходьбі		
Тулуб	21,3	22,0
Верхні кінцівки	13,1	12,1
Кисті рук	4,6	4,4
Бедро + гомілка	40,7	44,0
Стопа	5,6	6,4
Голова	15,0	11,8

Як видно з табл. 1.2, у хлопців та дівчат локальні теплові втрати мають порівняно близькі значення. Найбільші втрати тепла виникають в області тулуба (20-23%), бедра та гомілки (37-44%), верхніх кінцівок (12-13%) та голови (11-18%). Дані дослідження свідчать про те, що при конструюванні верхнього дитячого одягу слід велику увагу звертати саме на ці місця, адже необхідно зробити так, щоб теплові втрати були мінімальними. Це можливо за рахунок додаткових манжетів на рукавах та знизу верхнього одягу, що усуне можливе проникнення вітру, доцільно було б передбачити капюшон, який захищатиме голову дитини, зробити цей одяг більш довгим, щоб прикрити більшу частину тіла дитини.

Низькі теплозахисні властивості верхнього дитячого одягу пояснюються, в основному, його високою повітропроникністю. На рис. 1.6, за спостереженнями В.І. Кузьміної та С.А. Клюгіна [10] представлені дані про ступінь охолодження організму людини при різній швидкості вітру.

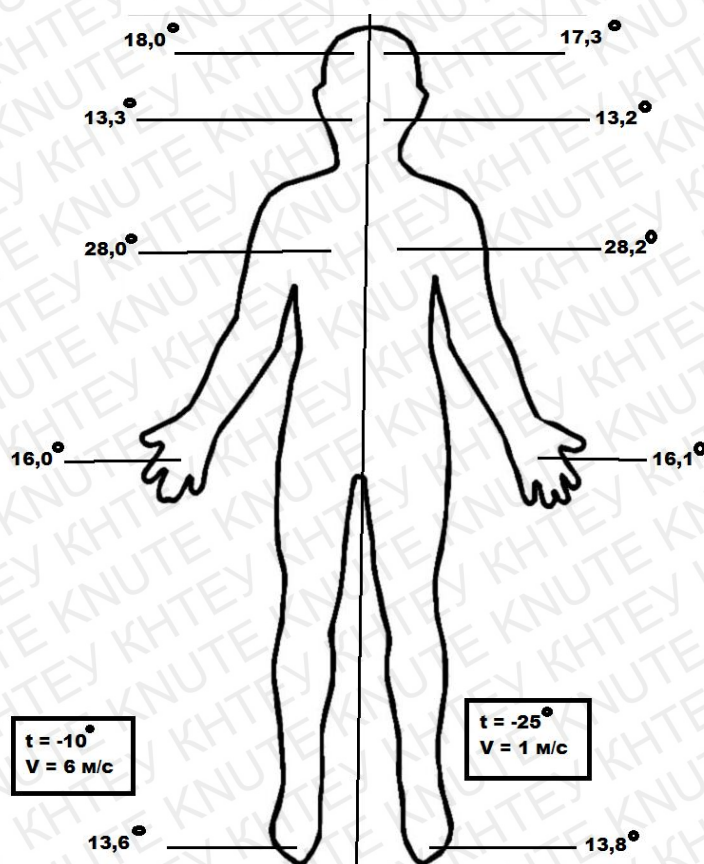


Рис.1.6. Ступінь охолодження організму людини при різній швидкості руху вітру [10]

Як видно з рис. 1.6, температура шкіри при температурі повітря мінус 10°C та швидкості руху повітря $v=6$ м/с знижується майже до таких величин, як і при температурі повітря мінус 25°C , але при швидкості його руху $v=1$ м/с.

Зважаючи на це, однією з основних вимог до якості верхнього дитячого одягу є також його низька повітропроникність, що захистить тіло дитини від надмірного переохолодження.

Підвищені теплозахисні властивості верхнього дитячого одягу – це головна вимога щодо його якості, яка повинна досягатися не за рахунок використання важких, товстих та щільних тканин особливих структур, що певною мірою імітуватимуть властивості хутра, а застосуванням відповідного теплоізоляційного матеріалу (пух-перо, синтапон та інші) та вітростійкої прокладки, тобто правильним підбором матеріалів пакету одягу.

Задля забезпечення високої якості верхнього дитячого одягу досить велику увагу слід звернути на вибір покривної тканини, адже саме на неї покладаються досить важливі функції верхнього одягу – вона сприймає основне механічне навантаження, захищає дитину від вітру, дощу та ін., а також має досить велике естетичне та декоративне значення. Зважаючи на це, покривна тканина для верхнього дитячого одягу, незалежно від волокнистого складу, повинна бути насамперед міцною, зносостійкою, легкою, м'якою, мало повітропроникною, гігроскопічною, не повинна м'ятися, а також, поряд з цим – за фактурою, кольором та малюнком бути красивою та модною. Не менш важливе значення має використання якісного теплоізоляційного матеріалу. Він має бути легким, рихлим, пористим, володіти достатньою товщиною, малою теплопровідністю та високими пружними властивостями при стисканні. За рахунок своєї структури теплоізоляційний матеріал має забезпечувати порівняну нерухомість (інертність) повітря, який в ньому знаходиться. Даний матеріал затримує навколо тіла дитини в порівняно нерухомому стані певний шар повітря, забезпечуючи цим самим необхідні теплозахисні властивості.

Найголовнішою вимогою до якості верхнього дитячого одягу є його безпечність. Особливої актуальності проблема безпечності одягу набуває для дитячого населення. Це обумовлено незавершеністю процесів росту і розвитку, високою чутливістю сприйняття дитячим організмом зовнішніх чинників через специфічні умови експлуатації виробів, пов'язаних з динамічністю життя дітей. А ще у дітей, на відміну від дорослих, гірше розвинута центральна нервова система, тому вони більше схильні до впливу

несприятливих умов зовнішнього середовища. У зв'язку з цим, дія несприятливих біологічних і хімічних чинників, і в тому числі, пов'язаних з використанням текстильного одягу, відбувається на тлі стійких негативних тенденцій у стані здоров'я дітей [15].

У європейських країнах текстильні матеріали та одяг за показниками безпеки оцінюють на відповідність нормативам, які регламентовано директивами й стандартами. Для цього в Європі діє Міжнародна Асоціація дослідження і випробувань в галузі екології текстилю (ЕКО-ТЕКС), до якої входять 12 країн. Вона займається не тільки дослідженнями, а й розробкою науково обґрунтованих вимог безпеки текстильних матеріалів і виробів з них.

В Європейському Союзі на одяг для дітей віком до 14 років поширюється особливий стандарт: «Безпека дитячого одягу. Шнури і зав'язки». Митні органи ЄС не пропускають велику кількість одягу з огляду на ризики задушення, удушення або отримання травм. Це стосується особливо одягу для дітей до 7 років.

Також ЄС обмежив використання значної кількості хімічних речовин у одязі, який знаходиться в обігу на Єдиному ринку. Більшість таких обмежень розміщено в регламенті REACH (регламент (ЄС) 1907/2006), але законодавство про стійкі органічні сполуки також може мати застосування (наприклад, якщо використовуються деякі уповільнювачі запалювання або водостійкі матеріали).

Для відстеження небезпечної продукції, в тому числі верхнього дитячого одягу, в ЄС впроваджено Систему швидкого сповіщення про небезпечну продукцію (RAPEX4) між органами влади держав — членів ЄС та Європейською Комісією щодо заходів для запобігання, обмеження або встановлення спеціальних умов торгівлі чи використання товарів, що створюють серйозні ризики [16].

В Україні ж існує ДСТУ EN 14682:2016 «Безпечність дитячого одягу. Ланцюжки та витяжні шнури на дитячому одязі. Технічні вимоги», що

встановлює вимоги безпечності шнурів та ланцюжків на різних елементах дитячого одягу. В табл. 1.3 наведено основні вимоги до шнурів дитячого одягу [17].

Таблиця 1.3

Основні вимоги до шнурів у дитячому одязі [17]

Елемент виробу (одягу)	Цільова група/Уточнення	Вимога
Фіксовані петлі		Максимальна окружність 75 мм
Капюшон і ділянка шиї	Діти до 7 років включно до 134 см зросту	Без шнурків. Без функціональних шнурів. Без декоративних шнурів
	Діти 7—14 років. Хлопчики = включно до 182 см. Дівчатка = включно до 176 см	Без шнурків з вільними кінцями. Шнурки без вільних кінців: Без виступаючих петель. Адаптовані за розміром: макс. окружність 150 мм. Функціональний і декоративний шнур макс. 75 мм. Функціональний і декоративний шнур нееластичний
Мотузка з петлею		Без вільних кінців
Талія	Шнури: функціональний і декоративний	Довжина максимум 140 мм, адаптований за розміром: 280 мм; максимум 140 мм
Петлі пояса		Завжди плоскі на одязі
Поясні стрічки і пояси	Коли об'єднані	Не нижче ніж кайма від точки, де він має кріпитися, не довше 360 мм
Шви нижче, ніж стегно	Шнури Функціональні та декоративні шнури	Не довше, ніж нижній кінець одягу. Повністю всередині одягу. Якщо ззовні на одязі: лежати плоско на одязі, коли закритий
Стремена на краю брюк		Прийнятно
Довгі рукави	Усі шнури	Усередині рукавів
Короткі рукави	Рукави закінчуються над ліктем	Максимум 140 мм
Інші частини, що раніше не згадувалися		Максимум 140 мм

Також ДСТУ EN 14682:2016 встановлено додаткові вимоги безпеки

щодо виробів для новонароджених та немовлят:

- верх змійки повинен завжди бути захищеним тканиною для уникнення подразнень — на всіх виробках, де змійка знаходиться поблизу ділянки шиї;
- вишивка всередині одягу повинна завжди бути без будь-яких ниток або матеріалу прокладки, щоб уникнути подразнення шкіри;
- усі кнопки та/або аксесуари повинні бути надійно прикріплені для уникнення удущення;
- усі вироби для новонароджених і немовлят повинні пройти перевірку на наявність голок [18].

Загальну безпечність нехарчової продукції в Україні регламентують Закони України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності», «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» та «Про загальну безпечність нехарчової продукції», а також нормативно-правові акти (Технічні регламенти, стандарти), що регулюють відносини в цій сфері.

Нещодавно організація ГРИНПИС опублікувала результати дослідження зразків дитячого одягу і взуття [19] провідних брендів Dior, Dolce & Gabbana, Giorgio Armani, Hermes, Louis Vuitton, Marc Jacobs, Trussardi і Versace. У результаті перевірки фахівцями ГРИНПИС у лабораторії Великобританії в 16 з 27 зразків дитячого одягу були виявлені токсичні речовини, такі як етоксилати нонілфенолу, фталати, пер- і поліфторовані з'єднання і сурма. Найвища концентрація ПФС виявлена в дитячій куртці Versace. небезпека цих речовин полягає в тому, що під час прання виробів вони розкладаються до більш токсичного нонілфенолу, який накопичується в навколишньому середовищі і впливає на життєдіяльність живих організмів [20].

Під час виробництва верхнього дитячого одягу в Україні керуються чинними нормами вкладення хімічних волокон у матеріали за

ДСТУ 4239:2003 «Матеріали та вироби текстильні і шкіряні побутового призначення. Основні гігієнічні вимоги».

У 2012 році в Україні набули чинності Державні санітарні норми та правила «Матеріали та вироби текстильні, шкіряні і хутрові. Основні гігієнічні вимоги» (ДСанПіН 3.3-182-2012), які розроблені за результатами досліджень, проведених в інституті екогігієни і токсикології ім. Л. І. Медведя, науково-дослідному інституті медицини транспорту, окремих обласних санітарно-епідеміологічних станцій в рамках гармонізації вітчизняних стандартів із стандартами міжнародної Асоціації досліджень і випробувань в галузі екології текстилю (ОЕКО-ТЕХ).

У даному документі зазначено, що одяг дитячого асортименту не повинен викликати шкірно-подразнюючу, алергенну дію, віддалені ефекти (канцерогенна, мутагенна, тератогенна активність тощо); порушувати динамічну рівновагу аутофлори шкіри людини. Тобто текстильні матеріали та вироби з них, що реалізуються, повинні бути безпечними для здоров'я, комфортними і супроводжуватися позитивним висновком державної санітарно-епідеміологічної експертизи. У документі наведені гігієнічні показники безпеки і гігієнічні нормативи хімічних речовин, що виділяються з текстильних матеріалів, трикотажних полотен, одягу і встановлені для них норми граничнодопустимої концентрації в модельних середовищах; у воді водних об'єктів господарсько-питного і культурно-побутового водокористування (ГДК, мг/дм³); граничнодопустимої середньодобової концентрації в атмосферному повітрі (ГДК с. д., мг/м³); орієнтовно безпечного рівня виділення в атмосферному повітрі (ОБРВ, мг/м³). Дозволяється використання 100% штучної тканини в якості підкладки одягу третього шару для дітей до 3-х років і 100% синтетичної тканини для підкладки в одязі дітей старших груп. Також вказано, що дитячий одяг третього шару (верхній дитячий одяг) - вміст вільного формальдегіду - 300 ... 1000 мкг / г [21].

І все ж, українське законодавство є менш ефективним у питаннях, що стосуються якості та безпечності дитячого одягу. Наявні ще кілька нормативних документів, в яких зазначено допустимі норми певних показників, що стосуються верхнього дитячого одягу та його якості – це ДСТУ 1512-92 «Одяг верхній пальтово-костюмного асортименту за замовленнями населення. Загальні технічні умови»; ДСТУ 1971-92 «Одяг верхній з плащових тканин за замовленнями населення. Загальні технічні умови»; ДСТУ EN 14682:2008 «Безпечність дитячого одягу. Ланцюжки та витяжні шнури на дитячому одязі. Вимоги»; ДСТУ EN 13542:2008 «Вироби, наповнені пером і пухом. Метод визначення індексу стиснення одягу»; ДСТУ EN 13543:2008 «Вироби, наповнені пером і пухом. Вимірювання поглинання води наповнювачем»; ДСТУ EN 14682:2016 (EN 14682:2014, IDT) «Безпечність дитячого одягу. Шнури та витяжні шнурки на дитячому одязі. Технічні вимоги». І все ж нормативні документи, які регламентували би значення основних показників якості верхнього дитячого одягу відсутні.

1.3. Особливості класифікації верхнього дитячого одягу

Згідно ДСТУ 2027 – 92 [6], одяг – це виріб або сукупність виробів, які вдягає людина. Верхній одяг – це плечовий або поясний одяг, за винятком білизняних і корсетних виробів, а, відповідно, дитячий одяг – це одяг для дівчаток і хлопчиків, віком до 18 років.

Класифікація (франц. , англ. classification походить від лат. classis — клас та facio — роблю) — система розподілення об'єктів (процесів, явищ) за класами (групами тощо) відповідно до визначених ознак [22].

До швейних виробів відносяться: одяг – побутовий та виробничий, предмети домашнього вжитку (серветки, покривала, рушники, постільна білизна і т.д.), технічні вироби і спорядження (автомобільні чохли, палатки, речові мішки, погони і т.д.

За класифікацією, прийнятою в швейній промисловості, одяг підрозділяється на два класи : одяг побутовий та виробничий.

Побутовий одяг – це одяг для носіння в різноманітних побутових та суспільних умовах. Клас побутового одягу найбільш численний, він підрозділяється на підкласи: верхній одяг, легкий одяг, натільна білизна, постільні вироби, корсетні вироби і головні убори. Підкласи поділяються на групи за предметним призначенням виробів:

- верхній одяг – пальто, півпальто, плащ, жакет, піджак, куртка і т.д;
- легкий одяг – сукня, блузка, сорочка верхня, спідниця, фартух, шорти і т.д;
- натільна білизна – піжама, сорочка спідня, труси, кальсони, плавки, купальні костюми і т.д;
- корсетні вироби – корсет, грація, бюстгальтер, півкорсет, півграція, пояс для панчіх;
- постільна білизна – підковдра, простирадла, ковдра прошита, наволочка і т.д.

Групи виробів діляться на підгрупи по статево-віковому признаку – чоловічі, жіночі, для хлопчиків та дівчаток старшого шкільного та дошкільного віку, підлітків, для дітей ясельного віку та новонароджених. Далі побутовий одяг підрозділяється на види по сезонному признаку – зимовий, демісезонний, літній і типи – повсякденний, спортивний, домашній, урочистий. Одяг розрізняється також по виду волокна матеріалу з якого він виготовляється, - одяг з шовкових, вовняних, синтетичних матеріалів.

Види побутового одягу мають різновиди в залежності від моделі виробу, визначеного його формою, силуетом, конструкцією деталей і вузлів (кишень, бортів, коміра, рукавів).

На сьогоднішній день існують наступні класифікації, що широко використовуються в державних інституціях України:

- міжнародна класифікація товарів та послуг (МКТП);

- українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності України (УКТЗЕД);
- статистична класифікація продукції (СКП);
- торговельна класифікація;
- навчальна класифікація;
- стандартна класифікація товарів та інші – національні, міждержавні та державні.

Можна виділити різні підходи до класифікації одягу в цілому та верхнього дитячого одягу зокрема. Проте такі класифікації товарів як торгова, навчальна та загальнодержавна, відіграють доволі значну роль для товарознавства. Навчальна класифікація, в свою чергу, спирається насамперед на критерії, які визначені в нормативних документах та аргументовані науковцями та вирізняється тим, що розподіл відбувається досить логічно та послідовно.

Класифікація верхнього дитячого одягу базується в основному на показниках, які характеризують матеріал, з якого виготовлено одяг, природу наповнювача, сезонність тощо. Асортимент верхнього дитячого одягу вирізняється великою різноманітністю залежно від виду верхнього одягу, використання наповнювача, віку та статі майбутнього споживача тощо.

Значною проблемою є те, що під час формування асортименту дитячих курток не повною мірою враховуються всі їх споживні властивості, зокрема теплофізичні. Зважаючи на це, доцільним є дослідження теплозахисних властивостей дитячих курток, що сприятиме встановленню теплової рівноваги між організмом дитини та навколишнім середовищем, і як результат матиме необхідну для забезпечення комфорту дитини теплопровідність. Взагалі, ступінь теплозахисних властивостей характеризується сумарним тепловим опором дитячих курток, який повинен бути оптимальним і регульовальним [23].

Для детальної класифікації верхнього дитячого одягу необхідно представляти її у вигляді ієрархічної системи підмножини, враховуючи

властивості верхнього дитячого одягу і закономірні зв'язки між ними та дотримуючись наукових принципів та правил систематики [24].

Узагальнена схема класифікації верхнього дитячого одягу подана на рис. 1.7 [25].



Рис. 1.7. Узагальнена схема класифікації верхнього дитячого одягу

Дана класифікація поділяється на два рівні: вищий та нижчий. На вищому рівні класифікації наведено такі таксономічні категорії як розділ, клас та група. Найвищою таксономічною категорією є розділ. Оскільки верхній дитячий одяг виготовляється в умовах швейного виробництва, даний товар відноситься до розділу швейних виробів [26].

За функціональним призначенням відноситься до верхнього дитячого одягу, оскільки належить до одягу третього шару - виробів, що не мають безпосереднього контакту зі шкірою людини, матеріали для нього повинні мати низьку теплопровідність, високу вітростійкість, вологонепроникність та стійкість до витирання, головним завданням якого є захист організму дитини від негативного впливу навколишнього середовища.

За волокнистим складом матеріалу верху та підкладки поділяється на:

- натуральний (з бавовни, льону, вовни та ін.);
- хімічний (модал, поліестер, фліс та ін.);
- комбінований (поєднання натуральних та хімічних матеріалів).

За загальним призначенням верхній дитячий одяг може бути:

- повсякденний;
- урочистий;
- спортивний.

За сезоном (в залежності від того, який матеріал використовувався для виготовлення верхнього одягу та чи використовувався наповнювач) верхній одяг для дітей буває:

- літній;
- зимовий;
- демісезонний;
- усесезонний.

За характером опори поділяють на:

- плечовий - виготовляють з рукавами та розрізом або застібкою згори донизу, вдягають на костюмно-сукняний одяг, укривають тулуб і частково або повністю ноги. Призначений для створення теплового

захисту в різних кліматичних умовах. Основною опорною поверхнею є плечовий пояс;

- поясний – вироби, що лягають на нижню опорну поверхню тіла, обмежену лінією талії і стегон. Укривають нижню частину тулуба й ноги, кожен окремо до ступні.

Отже, питання особливостей класифікації верхнього дитячого одягу є досить актуальним на сьогодні, оскільки стрімке розширення асортименту за рахунок використання нових матеріалів, осучаснення методів конструювання та удосконалення технологій виробництва спричинило розширення переліку властивостей та ознак, які повинні відображатися в класифікаціях. Дані обставини несуть за собою необхідність розроблення більш досконалих класифікацій.

1.4. Сутність імпортової діяльності підприємства

Чинним законодавством України у сфері зовнішньоекономічної діяльності визначено, що зовнішньоекономічна діяльність – діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на відносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами [27].

Зовнішньоекономічну діяльність підприємств ототожнюють, передусім, зі здійсненням експортних та імпорتنих торговельних операцій. Це і зрозуміло, адже на такі операції припадає майже 80% усіх здійснюваних у зовнішньоекономічній діяльності операцій. Отже, експортно-імпортні операції – це операції, які здійснюються на комерційній основі шляхом укладання і здійснення міжнародних торговельних угод-контрактів купівлі-продажу[28].

Взагалі, можна виділити два основні типи міжнародних операцій, що пов'язані з торгівлею товарами – це товарообмінні операції та операції з купівлі-продажу товарів.

Міжнародна купівля-продаж товарів – це транскордонне передання одним контрагентом, експортером, товарів іншому контрагенту, імпортеру, за умови сплати останнім відповідної погодженої кількості грошей у певній валюті. Виділяють такі види операцій купівлі-продажу товарів, як: експорт; імпорт; реекспорт; реімпорт та транзит [29].

Оскільки Україна, в основному, є сировинною державою, яка в більшості випадків постачає до інших країн світу сировину, а не готову продукцію (причиною цьому є недостатнє матеріальне забезпечення, технічне оснащення та кваліфікація вітчизняних підприємств), більшу увагу слід приділяти саме імпорту, адже впродовж останніх 5 років він переважає над експортом, що можна простежити з табл. 1.4.

Імпортом називають ввезення із-за кордону товарів, послуг, технологій, капіталу, цінних паперів для їх реалізації чи застосування на внутрішньому ринку. В основі імпорту лежить міжнародний поділ праці, природні умови (наявність мінеральних та сільськогосподарських ресурсів тощо), рівень розвитку продуктивних сил та ін. Обсяг імпорту залежить від величини виторгу, кон'юнктури, валютних резервів країни тощо [30].

Таблиця 1.4

Зовнішньоторговельний баланс України з 2013 по 2017 (млн. грн.) [31]

Номинальний ВВП за рік		Експорт товарів та послуг		Імпорт товарів та послуг		Сальдо	
Рік	ВВП		% ВВП		% ВВП		% ВВП
2013	1454931	681899	46,9	-805662	-55,4	-123763	-8,5
2014	1566728	770121	49,2	-834133	-53,2	-64012	-4,1
2015	1979458	1044541	52,8	-1084016	-54,8	-39475	-2,0
2016	2383182	1174625	49,3	-1323127	-55,5	-148502	-6,2
2017	2982920	1430230	47,9	-1618749	-54,3	-188519	-6,3

Як видно з табл. 1.4, в 2016 та 2017 році спостерігалася найбільша перевага імпорту над експортом на 148502 та 188519 млн. грн. відповідно. Для нашої країни це не є позитивним фактором, оскільки це означає, що

вітчизняні виробники не в змозі повністю забезпечити потреби споживачів і самостійно виробляти деякі товари, що викликає необхідність завозити їх з інших країн, тобто імпортувати їх.

Проте, попри негативні моменти, імпорт забезпечує для виробничих та індивідуальних споживачів, а також для країни, до якої ввозяться товари, низку додаткових переваг та можливостей. Це, зокрема:

- доступ до дешевших та більш якісних товарів — готових виробів, сировинних та інших матеріалів, вузлів та комплектуючих деталей;
- наповнення ринку дефіцитними товарами або товарами, які взагалі не виробляються на національній території;
- зростання конкуренції та стимулювання завдяки цьому оптимізації, підвищення виробництва на національній території;
- налагодження сталих виробничих зв'язків щодо кооперування виробництва з інонаціональними партнерами;
- розвиток технології завдяки поширенню ввезення наукомістких товарів [29].

Товари, що імпортуються на територію України, підлягають митному оформленню (можна зустріти такі визначення цієї процедури як «митне очищення», «розмитнення»). Митне оформлення можуть здійснювати як співробітники імпортера самостійно, так і митні брокери. Брокер повинен бути уповноважений імпортером здійснювати операції під час митного оформлення [32].

Імпортеру необхідно зробити ряд митних процедур, щоб об'єкт імпорту був випущений для вільного обігу на території України:

- здійснити попереднє інформування митних органів про намір ввезти товар(-и) з-за кордону;
- здійснити митне оформлення товарів (надати декларацію та документи до митного органу, при необхідності здійснити відбір зразків або проб товарів);

- сплатити податки та інші платежі, передбачені законодавством України;
- здійснити при необхідності заходи, які передбачені українським законодавством щодо нетарифного регулювання імпорту (отримати ліцензію на імпорт товарів, сплатити антидемпінгове мито, перевірити відповідність характеристик товарів вимогам українського законодавства) [32].

Орієнтовний перелік документів, необхідних для митного очищення імпорту:

- Картка акредитації на митниці.
- Зовнішньоекономічний Контракт.
- Інвойс (рахунок) та переклад інвойсу.
- Транспортні документи (CMR, Bill of lading, Carnet TIR, Air waybill, тощо).
- Сертифікат про походження.
- Експортна декларація.
- Попередня декларація з митниці на кордоні.
- Договір з фірмою по утилізації тари та упаковки.
- Наявність передоплати на митниці.
- Додаткові документи (в залежності від коду товару): сертифікат відповідності; санітарно-гігієнічний висновок; фітосанітарний сертифікат; карантинний дозвіл; висновок СБУ; інші [32].

Для здійснення регулювання зовнішньоторговельної діяльності держава використовує систему заходів, заснованих на сукупному поєднанні та використанні економічних і адміністративних методів у відповідності до законодавства України. Законодавством України закріплена можливість застосування методів митно-тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоторговельної діяльності. Використання обох цих методів відповідає загальносвітовій практиці [33].

За допомогою митно-тарифного регулювання більшість країн світу вирішують питання не тільки захисту національного виробника та

поповнення державного бюджету, але і взагалі питання економічної безпеки країни. Протекціоністська функція пов'язана із захистом вітчизняних виробників. Стягування мита з імпортних товарів збільшує вартість останніх при її реалізації на ринку країни імпортера і тим самим підвищує конкурентоспроможність аналогічних товарів, вироблених національним товаровиробником. Крім того, митні тарифи виконують важливу регуляторну функцію через справляння митних зборів з імпортних товарів, які збільшують їх вартість при реалізації на внутрішньому ринку України. Такі заходи дають можливість підвищити конкурентоспроможність товарів, вироблених національним товаровиробником, та надають можливість йому розвиватися [33].

Нетарифне регулювання здійснюється за допомогою спеціальних нормативно-правових актів та спрямоване на забезпечення активного зовнішньоекономічного балансу України. Так, відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», для обмеження або заохочення експорту або імпорту окремих груп товарів, захисту вітчизняних товаровиробників в Україні запроваджено режим ліцензування, квотування. Державою встановлено наступні заходи нетарифного регулювання переміщення товарів через митний кордон України: квотування; ліцензування; видача дозволів і встановлення заборон; сертифікація; фітосанітарний та ветеринарний контроль; встановлення граничних мінімальних цін; застосування акцизних марок [33].

Говорячи про імпорт України, доцільно було б розглянути імпорتنу діяльність підприємств, яка в сукупності і становить власне загальний обсяг імпорту в країні.

Дослідженню сутності категорії “імпортна діяльність” присвячено праці багатьох науковців. Зважаючи на те, що в економічних науках операція є частиною цілого процесу або діяльності, можна стверджувати, що будь-яка зовнішньоекономічна операція є частиною такої самої діяльності, тобто імпортна операція є складовою імпортною діяльності підприємства. З метою

проведення комплексного та ґрунтового дослідження логічно було б поряд із значенням терміна “імпортна діяльність”, що тотожне змістовому наповненню категорії “імпорт”, розглянути сутність терміну “імпортна операція” як основного складового елемента імпорту. Сукупність взаємопов’язаних, послідовних імпортних операцій складає імпортну діяльність підприємства [34].

Імпортна операція – комерційна діяльність, що пов’язана із закупівлею та ввезенням в Україну іноземних товарно-матеріальних цінностей для їх наступної реалізації на внутрішньому ринку або використовуються у виробничо-господарській діяльності [35].

До імпортних операцій відносяться:

- придбання товарно-матеріальних цінностей від іноземних постачальників на умовах комерційного кредиту;
- ввезення товарно-матеріальних цінностей або отримання послуг в порядку бартерних угод;
- ввезення товарів в рахунок централізованих імпортних закупок;
- придбання товарно-матеріальних цінностей та послуг з оплатою готівкою;
- отримання товарно-матеріальних цінностей та послуг в якості безоплатної допомоги [35].

Техніка виконання імпортних операцій на підприємстві включає в себе наступні моменти:

- контроль за якісним та своєчасним виготовленням закупленого товару та його доставкою з–за кордону в попередньо обговорений строк;
- організацію транспортування товару з–за кордону (в залежності від базисних умов поставки товару);
- проведення розрахунків за поставлений товар: при акредитивній формі розрахунків;
- організацію роботи з можливими претензіями;

– підсумковий аналіз ефективності проведеної імпортової операції та діяльності підприємства, а також розробка заходів щодо її підвищення в майбутньому [36].

Управління імпортними операціями підприємства здійснюється з огляду на результати аналізу ринкової ситуації та тенденції її зміни, а також з урахуванням ймовірної реакції ринку на рішення, що приймаються керівництвом компанії. Основні завдання аналізу управління імпортними операціями підприємства є:

- вивчення характеристик іноземного ринку;
- аналіз потенційних можливостей ринку;
- аналіз розподілу часток ринку між фірмами;
- аналіз особливостей збутової діяльності;
- вивчення товарів конкурентів;
- короткострокове та довгострокове прогнозування;
- вивчення реакції конкурентів на зміну ринкових умов;
- визначення політики цін на іноземному ринку [36].

Процес організації імпортової діяльності підприємства є досить складним та вимагає клопіткої та старанної роботи над ним. Необхідно ретельно проаналізувати та вивчити кон'юнктуру ринку, звернути особливу увагу на потенційних покупців та продавців, по можливості встановити ділові контакти з ними, продумати процес ведення переговорів, підписання угод тощо. Також досить вагомим значення мають і створені в країні умови для розвитку імпортової діяльності підприємства в зовнішній сфері, і підтримка його розвитку на національному рівні, а ще від ролі держави у розвитку імпортової діяльності на цьому рівні.

Задля здійснення на підприємстві імпортової операції необхідно, щоб імпортер був платоспроможним. Основними ознаками такої платоспроможності є висновок контракту з іноземним контрагентом і перетинання товаром кордону країни–імпортера. Планування зовнішньоторговельної операції, на першому етапі виконання угоди, є

розробкою взаємопов'язаних за часом і змістом організаційних і комерційних заходів.

Для того, щоб правильно організувати імпорتنу діяльність на підприємстві та здійснити імпорт товарів чи послуг, покупець–імпортер повинен пройти наступні етапи:

- отримати необхідні ліцензії, сертифікати, дозволи;
- оформити паспорт імпортової угоди;
- здійснити необхідні платежі за контрактом;
- прийняти товар в узгодженому з експортером пункті або порту призначення;
- провести митне оформлення імпортованих товарів, нести витрати по сплаті митних податків, зборів (даний етап може виключатися, в залежності від базисних умов поставки, за якими здійснюється угода) [37].

Імпортні товари можна придбати на різних умовах поставки, передбачених міжнародними правилами «Інкотермс-2010». Облік імпортних товарів ведеться у фактурній вартості, під якою розуміють вартість самого товару, вартість тари й упаковки, яка оплачується іноземному постачальникові відповідно до контракту. Імпортну (фактурну) вартість товару, яку зазначають у рахунку-фактурі іноземного постачальника, визначають з умов поставки товару [38].

На товари, що ввозяться на митну територію України, нараховуються митні збори. Ставки митних зборів залежать від виду товару та нараховуються у відсотках до фактурної вартості товару [39].

Товари, що ввозяться в Україну, обкладаються податком на додану вартість та акцизним збором (підакцизні товари) за ставками згідно з чинним законодавством. Оподаткуванню підлягають імпортні товари, ввезені суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, а також громадянами, які займаються підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи. Ці товари можуть використовуватись для власних і виробничих потреб, реалізації у вільному обігу; мати статус імпортованих тимчасово, а також

таких, що ввезені на правах комісії та реекспортовані незалежно від країни походження [39].

Кошти з кожного виду платежу (ПДВ та акцизний збір) перераховуються окремими платіжними документами (платіжними дорученнями з відмітками банку про сплату, прибутковими ордерами та вексями авізованими) у національній валюті України і надходять на депозитні рахунки митних органів, звідки перераховуються до Державного бюджету [35].

При укладанні контрактів на імпорту товарів в Україну резидент повинен використовувати такі форми розрахунків з нерезидентами, які передбачені міжнародною практикою, з урахуванням чинного законодавства України на момент здійснення розрахунків.

Вибір конкретної іноземної валюти та форми розрахунків за зовнішньоторговельним контрактом визначається за згодою сторін та фіксується в умовах контракту.

Отже, в результаті аналізу управління імпорними операціями підприємства необхідно розробити рекомендації щодо удосконалення імпортової діяльності на базі дослідження основних напрямків розвитку з огляду на існуючий ресурсний потенціал підприємства. Аналізуючи існуючу стратегію імпорту на підприємстві, необхідно оцінювати її ефективність та доцільність з огляду на здатність забезпечувати підприємство стійкими конкурентними перевагами та приносити додатковий прибуток. Значна кількість стратегічних рішень, які приймаються менеджерами різних ланок, лежать в основі міжнародної діяльності суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності [36].

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА АСОРТИМЕНТУ ВЕРХНЬОГО ДИТЯЧОГО ОДЯГУ, ЩО РЕАЛІЗУЄТЬСЯ ТОВ «АРГО – ТОРГІВЕЛЬНА МЕРЕЖА»

2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження

Проблема оцінки якості верхнього дитячого одягу є досить багатогранною та складною. В зв'язку зі створенням та використанням нових видів синтетичних наповнювачів, а також тканин верху та підкладки, впровадженням сучасних технологій у швейному та текстильному виробництвах, використанням великої кількості барвників (в тому числі тих, застосування яких може нашкодити здоров'ю), досить гостро постала проблема оцінки якості верхнього одягу. Виняткової актуальності дана проблема набуває саме для дитячого населення. Причиною цього є те, що захисні механізми дитячого організму, порівняно з дорослими є менш досконалими та не зовсім сформованими, а чутливість сприйняття зовнішніх чинників організмом дитини є доволі високою.

Значну нішу серед верхнього дитячого одягу займають дитячі куртки. Отож, об'єктом дослідження було обрано куртки з різними об'ємними наповнювачами вікової категорії - одяг для дітей дошкільної групи (для дітей віком від 3 до 6,5 років) ТОВ «АРГО – торгівельна мережа».

Згідно ДСТУ 2027 – 92 куртка – це плечовий верхній одяг із рукавами, розрізом або застібкою згори донизу, яким укривають тулуб і частково стегна [6].

Для оцінки якості верхнього дитячого одягу, а саме – курток з об'ємним наповнювачем було проведено наступні дослідження:

- визначення товщини пакету згідно з ГОСТ 12023 – 2003 «Матеріали текстильні. Полотна. Метод визначення товщини» [40];

- розрахунок поверхневої густини за ГОСТ 3811 – 72 «Тканини, неткані полотна та штучні вироби. Методи визначення лінійних розмірів лінійної та поверхневої густини» [41];
- розрахунок сумарного теплового опору згідно з ГОСТ 20489 – 75 «Матеріали для одягу. Метод визначення сумарного теплового опору» [42];
- вимірювання повітропроникності відповідно до ГОСТ 12088 – 77 «Матеріали текстильні та вироби з них. Метод визначення повітропроникності» [43];
- визначення вмісту складників сировинного складу за ДСТУ 4057 – 2001 «Матеріали текстильні. Метод ідентифікації волокон» [44];
- визначення вмісту вільного і здатного частково виділятися формальдегіду згідно з п.17.4 ГОСТ 25617 – 83 «Тканини та вироби лляні, напівлляні, бавовняні та змішані. Методи хімічних випробувань» [45].

При оцінюванні якості дитячих курток з об'ємним наповнювачем важливе значення мають теплозахисні властивості. Проведення дослідження теплозахисних властивостей дитячих курток має досить важливе значення при формуванні їх асортименту. Вимірювання та контроль теплозахисних властивостей дитячих курток дає змогу вдосконалити процес їх конструювання та мотивувати вибір об'ємного наповнювача [23].

При оцінюванні якості дитячих курток з об'ємними наповнювачем особливу увагу слід звернути на теплозахисні властивості. Дані властивості дитячих курток, що впливають на комфортність, можуть бути забезпечені здатністю проводити, поглинати та зберігати тепло [46],

Здатність проводити тепло характеризується теплопровідністю та температуропровідністю, поглинати тепло – доцільно оцінювати за показником теплоємності, утримувати тепло – за показниками теплостійкості та тепловим опором. Комплекс запропонованих показників у певній мірі виявляє рівень теплових властивостей [23].

Для визначення теплового опору спочатку було визначено товщину пакету – за ГОСТ 12023-2003 [40] За допомогою лінійки металевої, що відповідає ДСТУ ГОСТ 427:2009 [47].

Наступним кроком було вимірювання поверхневої густини пакету матеріалів зразків курток, шляхом попереднього зважування на електронних вагах «ADVENTURER» AR 2140 2 кл відповідно до методики, вказаної в ГОСТ 3811 – 72 [41]. Для отримання результату необхідно було розрізати 5 зразків кожної куртки, розміром 10*10 см і провести зважування кожного із підготовлених зразків. Далі, за допомогою формули 2.1, розрахувати поверхневу густину, г/м²:

$$m_s = m \cdot 100, \quad (2.1)$$

де m_s – поверхнева густина, г/м²;

m – вага елементарної проби, г [41].

Визначення теплового опору проводилося за допомогою приладу ПТС-225 (МТ-380) для визначення сумарного теплового опору по ГОСТ 20489-75 [42].

Прилад МТ-380 призначений для вимірювання сумарного теплового опору як показника теплозахисних властивостей в умовах теплообміну з навколишнім повітрям по ГОСТ 20489-75 тканини, нетканих полотен, штучного хутра, натурального хутрової напівфабрикату, хутряних пластин на штучній основі.

Метод полягає у вимірюванні часу охолодження пластини приладу в заданому інтервалі перепадів температур між поверхнею пластини, ізолюваним матеріалом або пакетом і навколишнім повітрям [48].

Для створення під пробою повітряного шару товщиною 5 мм служить текстолітове кільце, яке встановлюється на корпус приладу без контакту з пластиною. Гальванометр з диференціальною термопарою служить для

вимірювання перепаду температур між поверхнею пластини і навколишнім повітрям. Тривалість охолодження пластини між контрольними точками шкали гальванометра визначають секундоміром. Для запобігання впливу сторонніх потоків повітря на охолодження нагрівальної пластини в умовах природної конвекції на столі приладу навколо нагрівальної пластини встановлюють чотири панелі з органічного скла, що утворюють камеру спокійного повітря.

Перед початком випробування нагрівальну пластину нагрівають і охолоджують чотири-п'ять разів. Потім визначають час її охолодження не менше трьох разів. Дослідження проводилися при абсолютних значеннях температури повітря в приміщенні, від 18 до 25 ° С та при відносній вологості повітря (65 ± 5)% [42].

Зразки курток встановили на приладі лицьовою стороною до повітряного потоку. Далі проводиться нагрівання пластини приладу з пробою до досягнення перепаду температур 60°C (різниці температури пластини і повітряного потоку), після чого електронагрівач відключається від мережі і вмикається вентилятор.

Для вирівнювання температурного поля пластини приладу охолоджується до перепаду температур 55°C, після цього включається секундомір і фіксується час охолодження пластини до перепаду температур 45°C.

Час охолодження пластини 1 зразка (пух-перо) склав 1367 с., а 2 зразка (синтепон) – 1433 с. Після проведення випробувань відбувалась обробка отриманих результатів, згідно з формулами 2.2 – 2.6:

Темп охолодження, m , s^{-1} обчислюють за формулою:

$$m = \frac{\ln N_1 - \ln N_k}{T}, \quad (2.2)$$

де $\ln N_1$ та $\ln N_k$ – натуральні логарифми показників гальванометра N , що відповідають інтервалу перепаду температур 55 – 45 °С;

T – середній час охолодження пластини прибору в заданому інтервалі перепадів температур, с.

Сумарний тепловий опір $R_{\text{сум}}$, $\text{м}^2\text{°C/Вт}$ проби розраховують за формулою:

$$R_{\text{сум}} = \frac{E}{\Phi \cdot K(m - B \cdot E)}, \quad (2.3)$$

де Φ – фактор прибору, $\text{Дж}/(\text{м}^2\text{°C})$;

B – поправка на розсіювання теплового потоку в приборі, с^{-1} ;

E – коефіцієнт, що розраховується за формулою:

$$E = \frac{3C_1}{3C_1 + C_2}, \quad (2.4)$$

де C_1 – повна теплоємність пластини, $\text{Дж}/\text{°C}$;

C_2 – повна теплоємність проби, що розраховується за формулою:

$$C_2 = 1,675 \cdot 10^3 \cdot q \cdot S, \quad (2.5)$$

де $1,675 \cdot 10^3$ – питома теплоємність матеріалів органічного походження, $\text{Дж}/\text{кг } \text{°C}$;

q – поверхнева щільність проби, $\text{кг}/\text{м}^2$;

S – площа пластини, м^2 ;

K – коефіцієнт, який враховує розсіювання теплового потоку в пробі, що розраховується за формулою:

$$K = 0,4 + \frac{0,6}{\left(1 + \frac{2b}{d}\right)^2}, \quad (2.6)$$

де d – діаметр пластини прибору, мм;

b – товщина, мм.

Далі, згідно з ГОСТ 20566-75 «Тканини та штучні вироби текстильні. Правила приймання та метод відбору проб» [49], було відібрано проби для дослідження зразків на повітропроникність.

Повітропроникність відноситься до числа найважливіших характеристик текстильних матеріалів. Повітропроникністю матеріалу називається його здатність пропускати через себе повітря [50].

Дане дослідження проводилося за допомогою приладу ВПТМ – 2, згідно з ГОСТ 12088–77 [43]. Принцип дії приладу заснований на вимірюванні за допомогою витратоміра зі звужуючим пристроєм (труби Вентурі) кількості повітря, що протікає через певну площу елементарної проби в одиницю часу при постійному перепаді тиску по обидві сторони проби.

Прилад складається з вимірювального блоку з притискним пристроєм, до якого входять змінні столики з притискними кільцями, чотирьох каналів вимірювання витрати, клапана регулювання потоку повітря, датчика перепаду тиску і насоса, що створює розрядження на випробуваному зразку з постійним перепадом тиску, поєднаного з датчиком витрати газу компанії Honeywell, який передає значення витрати повітря в вигляді аналогового сигналу в модуль-перетворювач. Модуль-перетворювач перетворює аналогові сигнали витрати і перепаду тиску повітря в двійковий-десятковий код і відображає значення на цифровому індикаторі [51].

Точкову пробу вкладають на столик лицьовою стороною догори та притискають до столика кільцем до загорання червоної сигнальної лампи. За шкалою диференціального манометра відраховують результат дослідження з точністю до однієї поділки шкали. Середню витрату повітря по зразку знаходять шляхом переведення по тарувальній таблиці, яка додається до прибору середньоарифметичного значення з усіх вимірювань по диференціальному манометру (мм.сп.ст) в $\text{дм}^3/\text{с}$ [43].

Вміст складників сировинного складу було визначено за ДСТУ 4057 – 2001 «Матеріали текстильні. Метод ідентифікації волокон» [44], відповідно

до якого у процесі якісного аналізу волокнистого складу текстильних товарів проводиться ідентифікація волокон, зазначених у маркуванні виробів, що здійснюється механічними або хімічним методами або комбінацією їх, без визначення масової частки кожної з волокнистих складових у матеріалі.

До якісного аналізу текстильних волокон відносяться такі методи:

- механічні – визначення характеру та поведінки при горінні, а також мікроскопічні дослідження волокон;
- хімічний метод – перевірка здатності до розчинення текстильних волокон у різних розчинниках

В даному випадку, вміст складників сировинного складу було визначено механічним методом ідентифікації, а саме мікроскопічним дослідженням, згідно з методикою ДСТУ 4057 – 2001 [44].

Вміст вільного і здатного частково виділятися формальдегіду було визначено за ГОСТ 25617 – 83 [45]. Елементарні проби, відібрані по п.17.1 ГОСТ 25617 – 83 [45] зважують, розрізають на частини розміром 1 см² і поміщають кожну в конічну колбу з притертою пробкою, заливають 20 см³ дистильованої води (цю кількість відбирають піпеткою). Якщо шматочки тканини погано змочуються водою, то необхідно додати 1-2 краплі розчину змочувача типу сульфосіда 31 концентрацією близько 100 г / дм³. Колби поміщають на водяну баню і витримують при температурі (40 ± 2) °С протягом 60 хв при помішуванні через кожні 5 хв. Потім відразу розчин фільтрують через скляний фільтр, після чого в конічну колбу з притертою пробкою відбирають від кожної проби 5-10 см³ фільтрату (в залежності від вмісту формальдегіду), додають 10 см³ ацетилацетонової суміші і витримують 30 хв при температурі (40 ± 2) °С, охолоджують при температурі 18-25 °С. Вміст конічних колб без втрат переносять в мірні колби місткістю 100 см³, доводять до мітки дистильованою водою [45].

Паралельно проводять "холостий досвід", де замість фільтрату використовують дистильовану воду, в подальшому цей розчин застосовують в якості розчину порівняння при вимірюванні оптичної щільності.

Якщо фільтрат забарвлений, то додатково в конічну колбу з притертою пробкою відбирають 5-10 см³ фільтрату і додають замість ацетил ацетонової суміші 10 см³ дистильованої води. Оптичну щільність цього розчину вимірюють в зіставленні з дистильованою водою і отриману величину вираховують із значення оптичної щільності, певної для розчину з додаванням ацетилацетонової суміші [45].

Визначають оптичну щільність розчинів на фотоелектроколориметрі при синьому світлофільтрі або спектрофотометрі при довжині хвилі 412 нм. При виникненні розбіжностей між виробником і споживачем застосовують спектрофотометр [45].

Кількість вільного формальдегіду (C₂), що виражається в міліграмах на грам тканини (мкг/г), визначають за формулою 2.7 [45]:

$$C_2 = \frac{20 \cdot 100 \cdot C_\phi}{V_4 \cdot m_{30}}, \quad (2,7)$$

де C_φ – кількість формальдегіду, знайдена за калібрувальним графіком, мг/дм³;

V₄ – об'єм фільтрату, який взято на аналіз, см³;

m₃₀ – маса елементарної проби, г;

20 – кількість дистильованої води, яка поміщена в колбу, см³;

100 – місткість колби, см³.

За кінцевий результат дослідження приймають середнє арифметичне результатів двох паралельних визначень, яке вираховане з точністю до першого десяткового знаку та округлене до цілого числа. Допустимі розбіжності між паралельними дослідженнями не повинні перевищувати ±3% [45].

Загальна схема проведення досліджень складається з послідовного виконання чотирьох основних етапів та наведена на рис. 2.1.

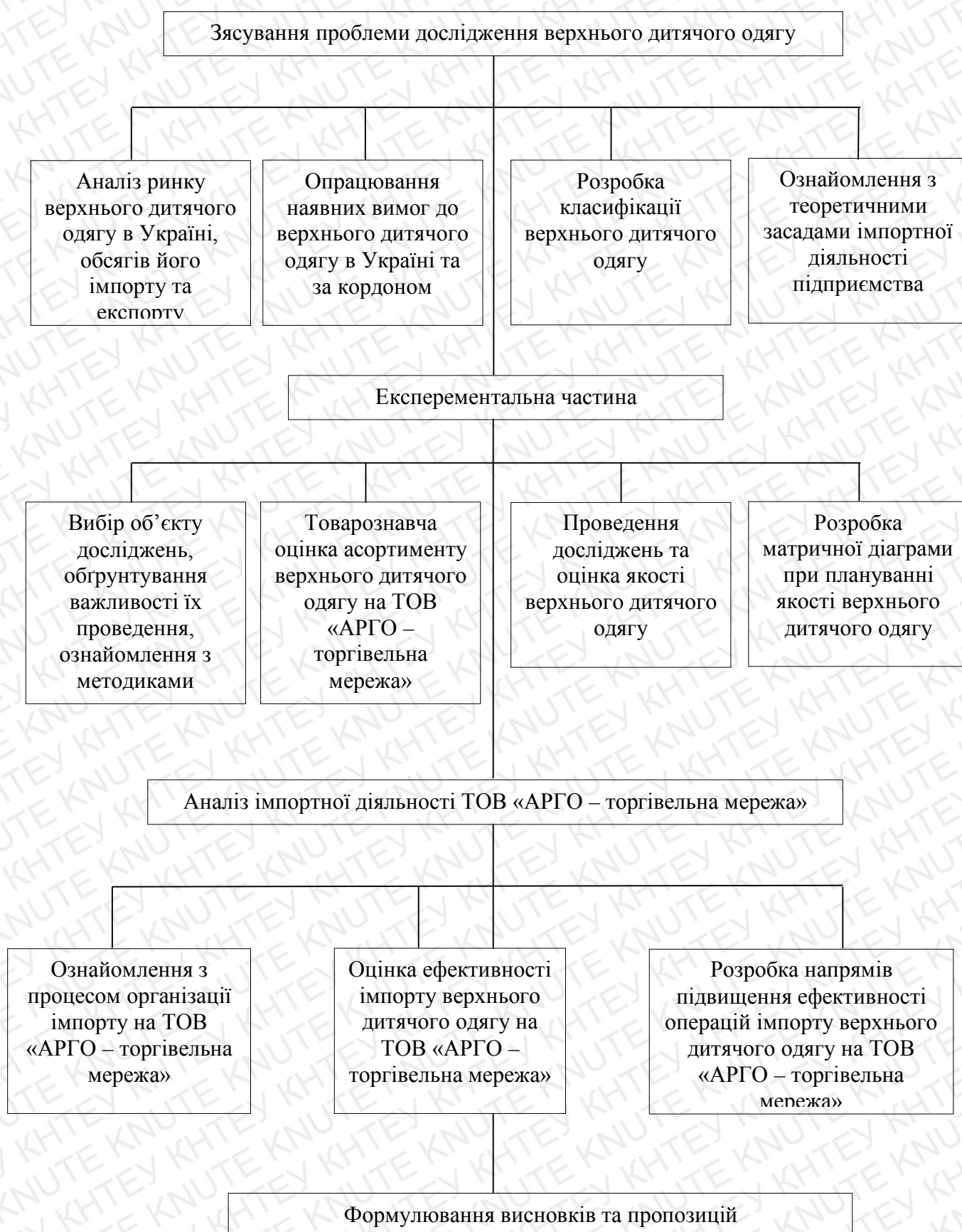


Рис.2.1. Загальна схема проведення досліджень верхнього дитячого одягу

Дослідження було проведено на базі лабораторії підприємства європейського рівня в галузі стандартизації, метрології та оцінки відповідності ДП "Укрметртестстандарт" в центрі сертифікації та випробувань продукції легкої промисловості (м. Київ).

Відповідно до рис. 2.1, перший етап стосується ретельного опрацювання та вивчення теоретичних матеріалів стосовно ринку та вимог НД щодо якості верхнього дитячого одягу, а останні два – безпосередньо проведення досліджень, другий – досліджень, які стосуються оцінки якості та асортименту верхнього дитячого одягу та відповідність отриманих результатів з вимогами НД, а третій – досліджень, що стосуються оцінки ефективності здійснення імпортової діяльності на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», а також обробки отриманих результатів та оформлення відповідних висновків.

2.2. Товарознавча оцінка асортименту верхнього дитячого одягу, що реалізується ТОВ «АРГО – торгівельна мережа»

Асортимент товарів – це набір товарів різних груп, підгруп, видів і різновидів, що їх об'єднують за певною споживчою, торговою або виробничою ознакою для характеристики складу товарної маси в різних умовах [52, 53].

Товарний асортимент - це певна сукупність, група або перелік товарів різних видів і сортів, об'єднаних за будь-якою ознакою (призначенням, сировиною і матеріалом, з яких вони виготовлені, і т.д.), що виконують схожі функції і призначених одним і тим же клієнтам у певному ціновому діапазоні через однотипні торговельні заклади [54].

За місцезнаходженням товарів розрізняють промисловий і торговий асортимент. Промисловий асортимент - асортимент товарів, що виробляється окремою галуззю промисловості або окремим промисловим підприємством. Торговий асортимент - асортимент товарів, представлений у торговельній

мережі. На відміну від промислового торговельний асортимент включає в себе, як правило, товари різних виробників [54].

Зважаючи на те, що ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» - це торговельна мережа, де представлено досить багато брендів, доцільно розглядати саме торговий асортимент верхнього дитячого одягу, що представлений на даному підприємстві.

Частка дитячого одягу на ТОВ «Арго – торгівельна мережа» становить близько 30% від всього одягу мережі (загальна вартість всього одягу підприємства за 2017 рік становила 231 400 євро, а верхнього дитячого одягу – 69 420 євро (171 100 одиниць товару), про що свідчать дані з табл. 2.1), і представлена наступними брендами – Benetton, OVS kids, Piazza Italia, Desigual, Hummel та Scotch&Soda, що можна простежити на рис.2.2.

Таблиця 2.1

Обсяги кількості одиниць верхнього дитячого одягу по брендах на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» у 2017 році

Назва бренду	Обсяги, од
United Colors of Benetton	39 353
OVS kids	49 619
Piazza Italia	29 087
Desigual	18 821
Hummel	23 954
Scotch&Soda	10 266
Всього верхнього дитячого одягу	171 100
Всього дитячого одягу	1 140 667

З табл. 2.1 видно, що найбільшу частину з всього асортименту верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» займають бренди OVS kids, обсяги якого у 2017 році становили 49 619 одиниць, United Colors of Benetton з обсягами 39 353 одиниці та Piazza Italia – 29 087 одиниць. Найменшу частку займає бренд Scotch&Soda, обсяги якого становлять всього лише 10 266 одиниць.

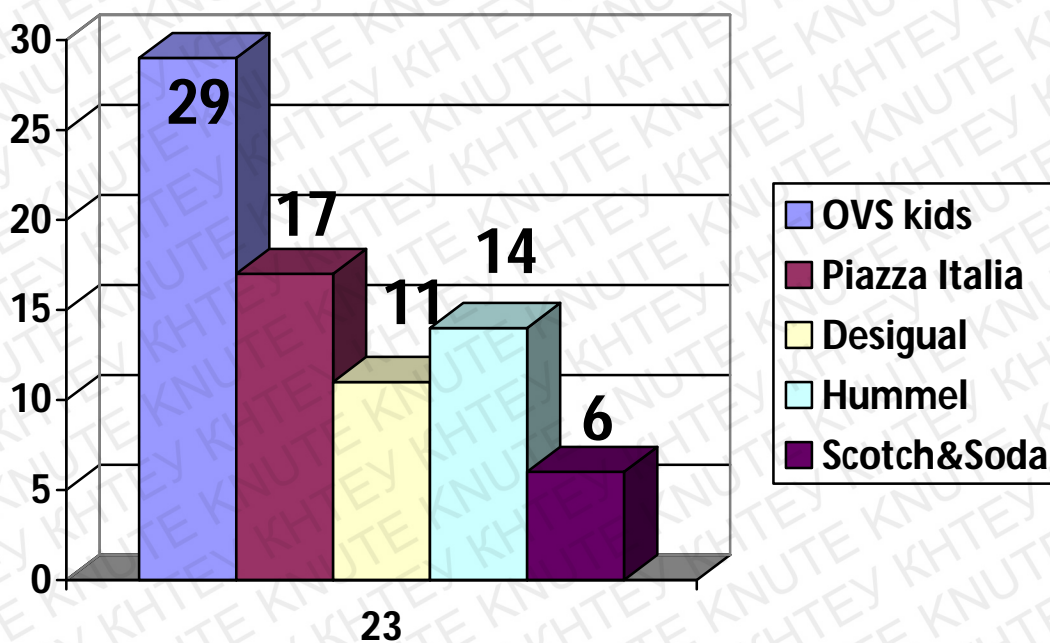


Рис. 2.2. Частка брендів у загальному обсязі дитячого одягу, у %

Доволі різне співвідношення обсягів брендів може бути спричинене наявністю в брендів United Colors of Benetton та OVS kids окремих монобрендових магазинів, де представлений виключно їхній одяг. На відміну від даних брендів, низька частка бренду Desigual пояснюється тим, що він представлений лише в одному монобрендовому магазині на всю Україну та невелика кількість його товару в інтернет магазині «АРГО».

Верхній дитячий одяг становить близько 15% від загального обсягу дитячого одягу всього підприємства, що видно з табл. 2.1. На рис.2.3 зображено динаміку надходжень верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» з 2014р. по 2017р., де чітко можна прослідкувати збільшення обсягів поставок.

Починаючи з 2014 року ми бачимо поступове збільшення кількості верхнього дитячого одягу, що надходить на підприємство. Дана цифра з 117 245 одиниць товару в 2014 році збільшилася до 121 550 одиниць у 2015 році (збільшення на 4 305 одиниць товару).

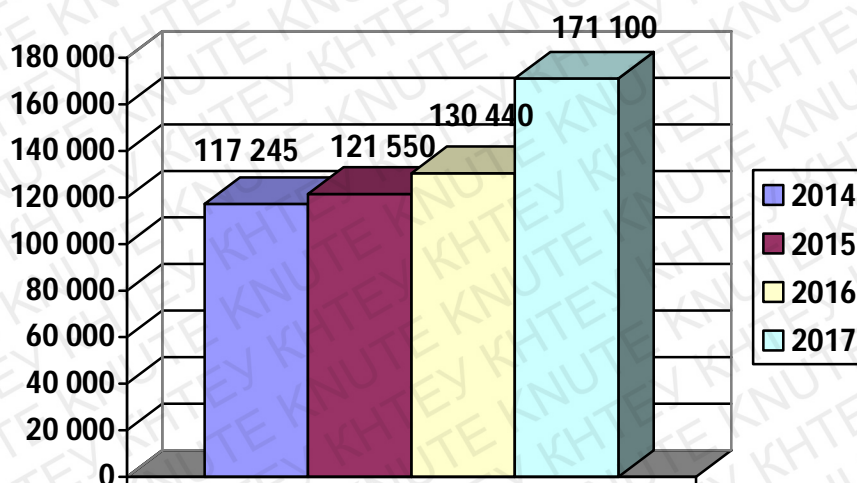


Рис. 2.3. Обсяги надходжень верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», в од.

У 2017 році обсяги поставок верхнього дитячого одягу збільшилися на 53 855 одиниці, порівняно з 2014 роком (117 245 шт.)

Дане збільшення обсягів надходжень верхнього дитячого одягу може бути спричинене збільшенням кількості магазинів торговельної мережі «АРГО», відкриття монобрендових магазинів, де асортимент дитячого одягу представлений більш широко та появою нових брендів Piazza Italia та Hummel, а також відкриття Інтернет магазину «АРГО».

Для детального аналізу асортименту верхнього дитячого одягу необхідно представити його у вигляді ієрархічної системи підмножини, враховуючи властивості верхнього дитячого одягу і закономірні зв'язки між ними та дотримуючись наукових принципів та правил систематики, як показано раніше, на рис.1.8.

Знаючи особливості класифікації верхнього дитячого одягу за віком, статтю, сезоном та іншими класифікаційними ознаками (рис.1.8), можна проаналізувати обсяг і структуру асортименту в ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», зважаючи на кожну ознаку, що характеризуються показниками: глибини та широти асортименту.

Глибина асортименту — характеристика асортименту товарів торгового підприємства за кількістю видів та різновидів об'єднаних визначеними групами та підгрупами.

Широта асортименту — як властивість асортименту визначається кількістю однорідних та різнорідних за призначенням груп, видів, різновидів і найменувань товарів [53].

Оцінюючи асортимент верхнього дитячого одягу та знаючи його класифікацію, доцільно розглянути обсяги верхнього дитячого одягу за походженням наповнювача (рис. 2.4).

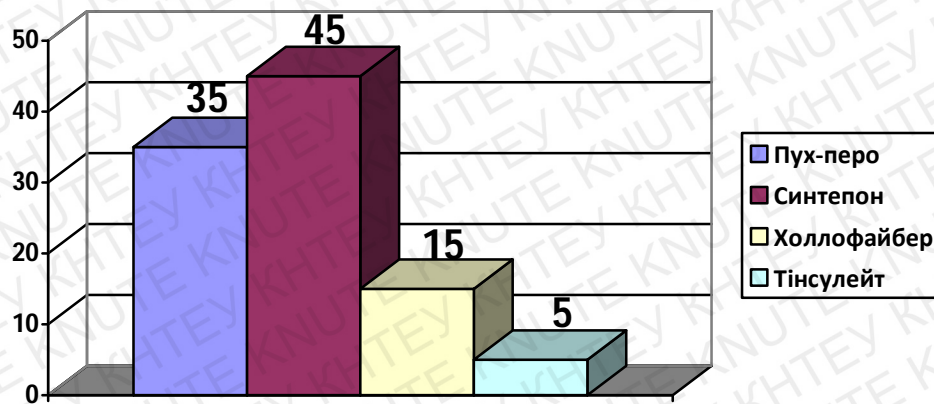


Рис. 2.4. Поділ верхнього дитячого одягу за походженням наповнювача, у %

З рис. 2.4 видно, що значно меншу частину (всього лише 35%) становить верхній одяг з натуральним наповнювачем пух-перо, а решту — 65% - одяг з синтетичними наповнювачами синтепон, холлофайбер та тінсулейт. Дана статистика може бути пов'язана з тим, що досить відомий бренд, як United Colors of Benetton та OVS kids підтримують рух в ЄС проти використання пуху-пера в якості наповнювача, з метою зберегти життя тварин. Вони вважають, що з наявністю достатньої кількості альтернативних синтетичних наповнювачів, використання пуху-пера втрачає свою вагомість. Такої ж самої позиції вони дотримуються стосовно натурального хутра, якого

вони взагалі не використовують для дитячого одягу (і для більшості дорослого).

Що стосується сезонності верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торговельна мережа», то більшу частину становить демісезонний одяг, що видно з рис. 2.5. Обсяг демісезонного одягу у 2017 році зріс на 19 550 одиниць, порівняно з 2016 роком. Поряд з цим, зросла частка зимового верхнього одягу, обсяг якого у 2017 році становив 42 100 одиниці. Перевага демісезонного одягу над зимовим пов'язана з тим, що погодні умови в країнах-засновниках брендів, які представлені на даному підприємстві (а це переважно Італія, Іспанія, Данія), відрізняються від погодних умов у нашій країні, зима в них набагато тепліша і немає необхідності відшивати велику кількість верхнього одягу, стійкого до дуже низьких температур. Проте, останнім часом, температура взимку в нашій країні перестала бути доволі низькою, припинилися затяжні морози і відпала потреба у дуже теплому зимовому одязі, поряд з цим зріс попит на демісезонний верхній одяг, що здатен витримувати морози до -15°C .

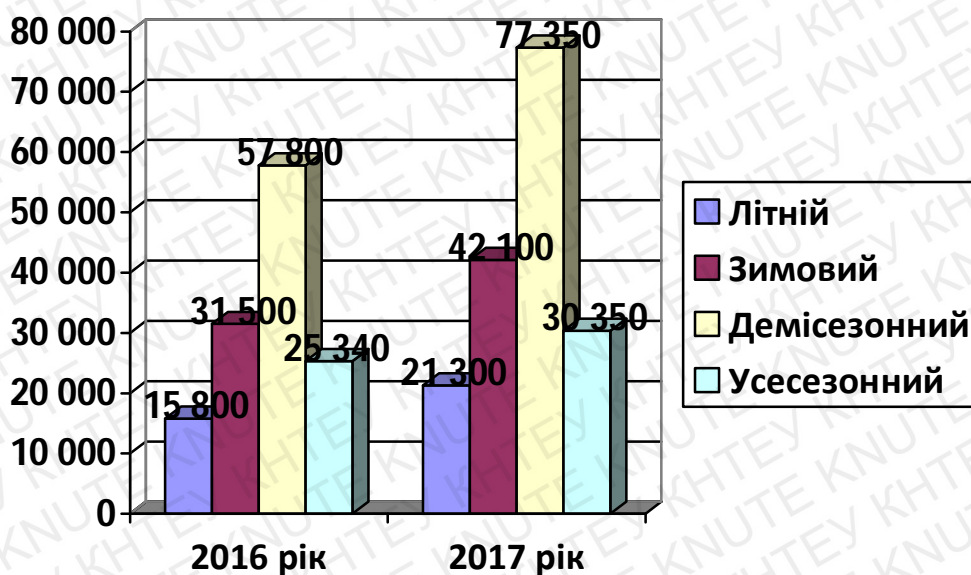


Рис. 2.5. Розподіл верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торговельна мережа» за сезоном, у од.

Говорячи про поділ асортименту верхнього дитячого одягу за статтю, можна сказати, що 65% від всього верхнього одягу на ТОВ «АРГО – торговельна мережа» займає одяг для дівчаток, а решта (35%) – одяг для хлопчиків. Це пов'язано з тим, що для дівчаток відшивається більша кількість різних фасонів верхнього одягу, в зв'язку з підвищеними вимогами з боку споживачів.

Що стосується аналізу асортименту верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торговельна мережа» за віком, то він представлений на рис. 2.6, і на даному підприємстві відсутній верхній дитячий одяг для наступних вікових категорій - одяг для новонароджених (дітей віком до 9 місяців), одяг для дітей ясельної групи (дітей віком від 9 місяців до 3 років) та одяг для дітей підліткової групи (дітей віком від 15,5 до 18 років). Це означає, що на підприємстві представлений верхній дитячий одяг для дітей, віком від 3-х (мінімальний вік) до 14+ років (максимальний вік, для якого призначений даний одяг). Виходячи з даної інформації доцільним кроком було б заключити додаткові договори з брендами, які б представляли одяг для відсутніх вікових категорій, що, в свою чергу, привабило б більшу кількість споживачів та збільшило доходи підприємства.

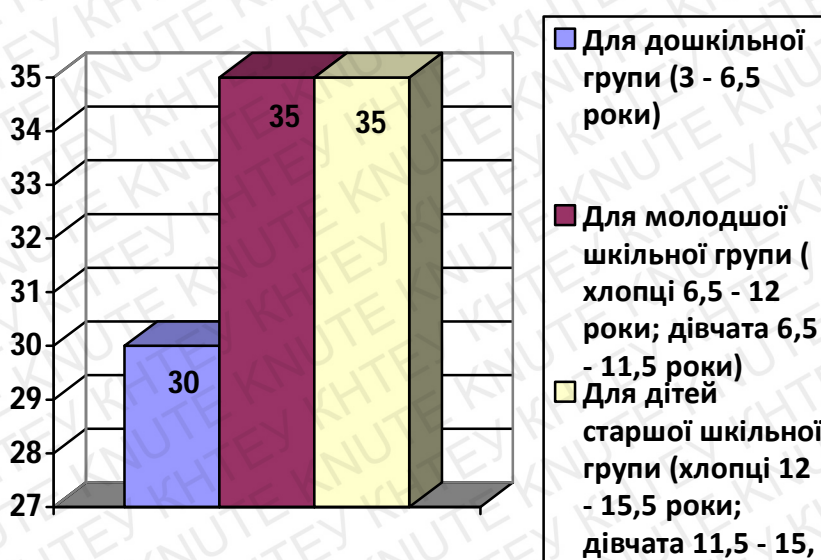


Рис. 2.6. Поділ верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торговельна мережа» за віком, у %

Кількісне співвідношення верхнього дитячого одягу за видами одягу представлено в табл.2.2.

Таблиця 2.2.

Кількість одиниць верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» за видами одягу

Вид верхнього одягу	Обсяг у 2017 році, од.	Питома вага
1	2	3
Куртка	44 500	26,01 %
Пальто	46 300	27,06 %
Комбінезон	6 800	3,97 %
Жилет	19 300	11,28 %
Плащ	8 100	4,73 %
Піджак	18 400	10,76 %
Інші	27 700	16,19 %
Всього	171 100	100%

Виходячи з даної таблиці, можна побачити, що основна частина верхнього одягу припадає на куртки (26,01%) та пальто (27,06%). Це означає, що більшу частину асортименту верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» займають саме ці види одягу, що може бути пов'язане з підвищеним попитом серед споживачів саме на ці товари.

Говорячи про оцінку асортименту на підприємстві, доцільно було б розглянути діапазони цін на найпоширеніші види одягу, який показано на рис. 2.7. З даного рисунку видно, що в середньому мінімальна ціна на верхній одяг становить 612 грн., а максимальна – 3 571 грн., що, зважаючи на середній дохід в нашій країні є досить прийнятним для споживачів даного підприємства. Найвища ціна належить такому виду верхнього одягу, як пальто, що може бути спричинено використанням натурального наповнювача, довжиною виробу та можливим використанням хутра, що може впливати на досить високу вартість даного виробу. Найменша ціна належить виду – жилет, що може бути пов'язано з меншими сировинними

затратами на виготовлення даного виробу, що спричинене його конструкцією.

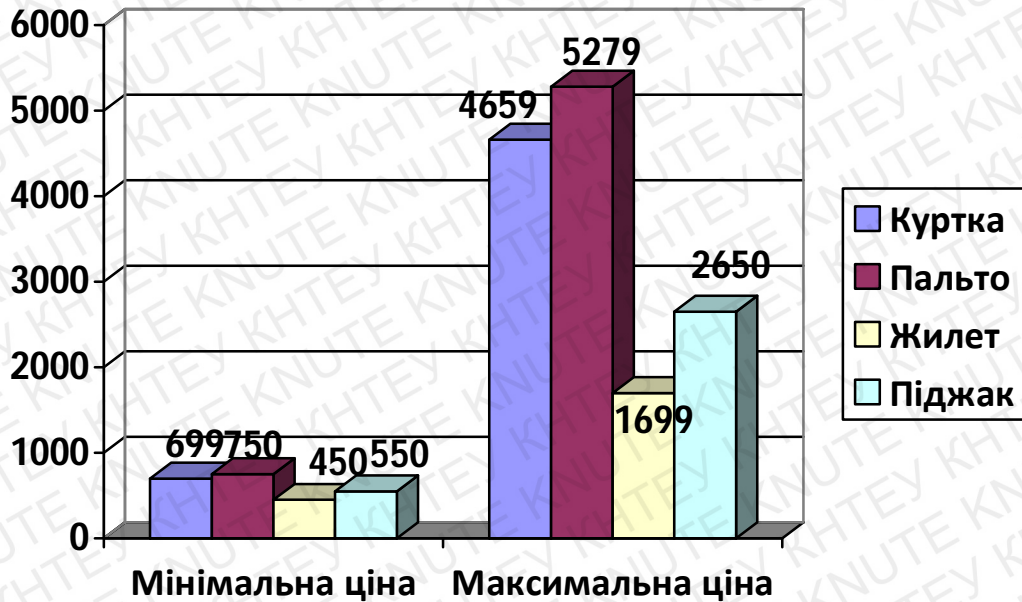


Рис. 2.7. Діапазон цін на найпоширеніші види верхнього одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», у грн.

Проаналізувавши асортимент верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», можна зробити висновок, що він є досить складним, оскільки асортимент, представлений такими видами товарів, які класифікуються більш ніж за трьома ознаками та оптимальним, адже складається з такого набору товарів, що задовольняє реальні потреби з максимально корисним ефектом для споживача або організації при раціональних витратах на їх придбання і споживання (реалізацію) [54].

Відсутність на підприємстві окремих товарів, їх вузький або нестабільний асортимент, що не відповідає запитам покупців, породжують незадоволений попит, збільшуючи витрати часу населення на пошук необхідних товарів, негативно відбивається на економічній ефективності. Тому у формуванні асортименту товарів важливою вимогою є максимальне

задоволення попиту покупців за мінімальних витрат часу на здійснення покупки і забезпечення ефективної роботи фірми [55].

2.3. Оцінка якості верхнього дитячого одягу

Акцентування уваги на питаннях оцінки якості верхнього дитячого одягу пов'язане з наявністю непоодиноких випадків використання хімічних, особливо синтетичних, волокон та ниток для виробництва полотен, що призначені для виготовлення дитячого одягу. Деякі виробники перевагу віддають комерційному інтересу, а не потребам дітей та вимогам гігієни [52].

Для проведення дослідження було взято два зразки – куртка з об'ємним наповнювачем пух-перо (70% пуху та 30% пера, згідно з маркуванням на етикетці) сірого кольору та куртка з об'ємним наповнювачем синтепон (100% поліестер, згідно маркування на етикетці) синього кольору, маркування на внутрішній та зовнішній етикетках вказує на те, що матеріал верху та підкладки в обох куртках – 100% поліестер. Обидві куртки без хутра і належать до товарів італійського дитячого бренду OVS kids, що реалізується на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» та належать до вікової категорії від 3 до 6,5 років (Додаток Б).

Для дитячих курток найбільш важливими є показники, які визначають здатність наповнювача утримувати тепло, тобто – теплостійкість і тепловий опір. Враховуючи дане твердження, дослідження теплових властивостей дитячих курток із наповнювачами пух-перо (зразок 1) та синтепон (зразок 2) включало визначення сумарного теплового опору та відносного теплового опору зразків.

Визначення теплового опору відбувалося за ГОСТ 20489-75 «Матеріали для одягу. Метод визначення сумарного теплового опору» [42]. Для початку було виміряно товщину пакету обох зразків, згідно з ГОСТ 12023-2003 [40]. Середня товщина пакету 1 зразка (пух-перо) становила 12 мм, а 2 зразка (синтепон) – 16 мм.

Наступним етапом проведення досліджень було визначення поверхневої густини, відповідно до методики, наведеної в ГОСТ 3811 – 72 [41]. В результаті проведеного дослідження середнє значення поверхневої густини для 1 зразка (пух-перо) склало 351,6 г/м², а для 2 зразка (синтепон) – 838,6 г/м² (Додатки В – Г).

Для визначення сумарного теплового опору спочатку було визначення темп охолодження:

$$\text{Зразок 1 (пух-перо): } m = \frac{\ln N_1 - \ln N_k}{T} = 0,2 / 1367 = 0,00014631 \text{ с.}$$

$$\text{Зразок 2 (синтепон): } m = \frac{\ln N_1 - \ln N_k}{T} = 0,2 / 1433 = 0,00013957 \text{ с.}$$

Значення Φ , C , d та B для розрахунку сумарного теплового опору встановлюються в паспорті прибору. І для даного дослідження, що проводилося на приладі ПТС – 225, вони дорівнюють (Додатки Д-Ж):

$$\Phi = 41872, \text{ Дж}/(\text{ м}^2\text{°C});$$

$$C_1 = 421,4, \text{ Дж}/\text{°C};$$

$$d = 225, \text{ мм};$$

$$B = 0,0000777, \text{ с}^{-1}.$$

$$\text{Зразок 1 (пух-перо):}$$

$$K = 0,4 + \frac{0,6}{\left(1 + \frac{2b}{d}\right)^2} = 0,4 + (0,6/(1+(2*12/225))^2) = 0,867128028$$

$$C_2 = 1,675 \cdot 10^3 \cdot q \cdot S = 1,675 * 10^3 * 0,3516 * 0,04118 = 24,2521374, \text{ Дж}/\text{°C}$$

$$E = \frac{3C_1}{3C_1 + C_2} = 3 * 421,4 / (3 * 421,4 + 24,2521374) = 0,981177308$$

$$R_{\text{сум}} = \frac{E}{\Phi \cdot K(m - B \cdot E)} = 0,981177308 / (41872 * 0,867128028 (0,00014631 - (0,0000777 * 0,981177308))) = 0,3856728, \text{ м}^2\text{°C}/\text{Вт}.$$

$$\text{Зразок 2 (синтепон):}$$

$$K = 0,4 + \frac{0,6}{\left(1 + \frac{2b}{d}\right)^2} = 0,4 + (0,6/(1+(2*16/225))^2) = 0,859885842$$

$$C_2 = 1,675 \cdot 10^3 \cdot q \cdot S = 1,675 * 10^3 * 0,8386 * 0,04118 = 57,8436929, \text{ Дж}/\text{°C}$$

$$E = \frac{3C_1}{3C_1 + C_2} = 3 * 421,4 / (3 * 421,4 + 57,8436929) = 0,956246762$$

$$R_{сум} = \frac{E}{\Phi \cdot K(m - B \cdot E)} = 0,956246762 / (41872 * 0,859885842 (0,00013957 - (0,0000777 * 0,956246762))) = 0,4069228, \text{ м}^2\text{°С/Вт.}$$

Отримані результати занесені до протоколу досліджень (Додатки З-И).

Далі за допомогою приладу ВПТМ – 2 та відповідно до методики зазначеної в ГОСТ 12088 – 77 [43], було визначено повітропроникність обох зразків. Результати дослідження були перенесені до відповідних протоколів (Додатки К - Л).

Отримані результати досліджень, що стосуються оцінки якості верхнього дитячого одягу зведені в табл. 2.3.

Зразки дитячих курток із об'ємними наповнювачами відрізняються за товщиною пакета – в 2 зразка (синтепон (16 мм)) на 4 мм більша, ніж в 1 зразка (пух-перо (12 мм)), разом з цим суттєва різниця помітна і в значеннях поверхневої густини – 838,6 г/м² в 2 зразок та 351,6 г/м² – 1 зразок. Можна передбачити, що за рахунок більшої поверхневої густини куртка з наповнювачем синтепон матиме більшу вагу, що не є позитивним, адже це значною мірою сковуватиме рухи дитини та створюватиме їй відчуття дискомфорту.

Таблиця 2.3

**Теплові властивості дитячих курток із об'ємними наповнювачами
пух-перо та синтепон**

Назва наповнювача/ волокна	Поверхнева густина, г/м ²	Товщина, мм	Повітропроникність, дм ³ /м ² с	Тепловий опір	
				сумарний	відносний сумарний*
				м ² °С/Вт	
1	2	3	4	5	
Пух-перо	351,6	12	6,9<	0,39	0,325
Синтепон	838,6	16	9,5	0,41	0,256

*У перерахунку на товщину пакета наповнювача 10 мм.

Значення показника повітропроникності є найнижчим для 1 зразка куртки з наповнювачем пух-перо, що дає їй змогу найкраще виконувати своє функціональне призначення, а саме – захищати дитину від значних втрат тепла та впливу навколишнього середовища. Також, при різних значеннях товщини та ваги пакета, відносні показники сумарного теплового опору знаходяться майже на одному рівні 0,325 м²С/Вт в 1 зразка куртки з наповнювачем пух-перо та 0,256 в 2 зразка куртки з наповнювачем синтепон.

Можна передбачити, що рівень сумарного теплового опору залежить від повітропроникності пакета наповнювача. Чим менша теплопровідність, тим вищий рівень теплового опору. Ймовірно, важливе значення в оцінці теплових властивостей відіграє об'ємна структура наповнювача. Якщо наповнювач характеризується наявністю великої кількості крупнорозмірних пор, що обумовлює високу повітропроникність через вільне проходження повітря через пакет наповнювача, то тепловий опір, тобто здатність утримувати тепло, буде низький. І навпаки, щільна структура з наявністю великої кількості дрібно розмірних або різномісних пор характеризуватиметься низькою повітропроникністю та високим тепловим опором. Так, пух створений із тонких волокон, а перу властива наявність товстого стовбуру. Можна передбачити, що така структура утворює велику кількість різномісних "повітряних камер", завдяки чому забезпечується хороший рівень утримування тепла та відповідна теплоізоляція від температури навколишнього середовища [23].

Слід зазначити, що 1 зразок дитячої куртки з наповнювачем пух-перо при меншій товщині має найменший рівень повітропроникності, що забезпечує їй кращі теплозахисні властивості. Вищий рівень повітропроникності властивий 2 зразку з синтетичним наповнювачем при товщині пакета 16 мм.

Результати дослідження вмісту складників сировинного складу матеріалу верху та низу обох зразків показали, що обидва зразки складаються зі 100% - го поліестеру, що є допустимим для 3-го шару згідно з вимогами

ДСанПіН 3.3-182-2012 «Матеріали та вироби текстильні, шкіряні і хутрові. Основні гігієнічні вимоги».

Слід зазначити, що окремої уваги заслуговує проблема наявності формальдегіду в текстильних матеріалах. Формальдегід широко застосовується у текстильній промисловості для одержання перманентного ефекту (забарвлення, формостійкості, зниження горючості, гідрофобності). В цих препаратах формальдегід знаходиться в хімічно зв'язаній формі, але може переходити у вільну форму і виділятися у атмосферу або проникати через шкіру [56].

Гостре отруєння проявляється подразненням слизових оболонок очей і верхніх дихальних шляхів; слезотечею, різью в очах, першінням в горлі, нежиттю, чиханням, кашлем, біллю, відчуттям тиску в грудях, задухою. Одночасно наростає загальна слабкість, пітливість, головний біль, головокружіння, відчуття страху, нестійка ходьба, судоми, носові кровотечі [57].

Результати дослідження вмісту вільного та здатного частково виділятися формальдегіду в матеріалах верху та підкладки досліджуваних зразків наведені в табл. 2.4 та занесені до протоколу випробувань (Додаток М).

Таблиця 2.4

Вміст вільного і здатного частково виділятися формальдегіду в досліджуваних зразках дитячих курток

Досліджуваний зразок	Вміст вільного і здатного частково виділятися формальдегіду, мкг/г
Зразок 1 (пух-перо)	
Матеріал верху	5
Матеріал підкладки	28
Зразок 2 (синтепон)	
Матеріал верху	19
Матеріал підкладки	0

Виходячи з результатів досліджень можна сказати, що обидва зразки відповідають вимогам, адже за ДСТУ 4239:2003 «Матеріали та вироби текстильні і шкіряні побутового призначення. Основні гігієнічні вимоги» вказано, що дитячий одяг третього шару (верхній дитячий одяг) може мати вміст вільного формальдегіду – до 300 мкг / г.

А в ДСанПіН 3.3-182-2012 «Матеріали та вироби текстильні, шкіряні і хутрові. Основні гігієнічні вимоги» вказано, що вміст вільного і здатного частково виділятися формальдегіду визначається у всіх видах продукції і повинен становити:

- не більше 20 мкг/г для продукції для дітей до 3-х років;
- не більше 75 мкг/г для продукції, що контактує зі шкірою людини;
- не більше 300 мкг/г для іншої продукції [58].

Оскільки об'єкт дослідження призначений для дітей віком більше 3-х років і є верхнім одягом, який безпосередньо не контактує з тілом дитини, значення вільного та здатного частково виділятися формальдегіду може становити до 300 мкг/г. І жоден з досліджуваних зразків не перевищує дані норми. Аналізуючи дані з табл. 2.4 можна сказати, що більш якісною є куртка з наповнювачем синтепон (зразок 2), оскільки основна частина, яка більшою мірою контактує з тілом дитини – підкладка, взагалі не містила формальдегіду, в той час коли матеріал підкладки 1 зразка містить 28 мкг/г, що, в принципі, також не є критичним.

Для підтвердження якості та відповідності вимогам НД верхнього дитячого одягу, яке реалізується на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», підприємство дбає про власну репутацію перед споживачами та регулярно проводить експертизу своїх товарів і, як результат, має висновки державної санітарно-епідеміологічної експертизи (Додатки Н – П), що підтверджують безпечність товарів підприємства та їх відповідність встановленим вимогам.

Отож, за проведеними дослідженнями можна зробити висновок, що 1 зразок з об'ємним наповнювачем пух-перо має кращі теплозахисні

властивості і є більш якісним, оскільки більшою мірою забезпечує виконання свого основного призначення – захисту дитячого організму та тіла від негативних впливів навколишнього середовища, ніж 2 зразок з наповнювачем синтепон, і ряд переваг, що дають змогу при меншій товщині та вазі пакету мати високий показник теплового опору.

2.4. Розробка матричної діаграми при плануванні якості верхнього дитячого одягу

Матрична діаграма – це інструмент, що виявляє важливість різноманітних зв'язків, є основним серед семи інструментів управління та будинком якості. Матрична діаграма слугує для організації великої кількості даних, так що логічні зв'язки між різними елементами можуть бути графічно проілюстровані [59].

Розгортання функції якості (QFD - від англ. Quality Function Deployment) – це систематизований шлях розгортання потреб і побажань споживача через розгортання функцій та операцій діяльності компанії із забезпечення такої якості на кожному етапі життєвого циклу новостворюваного продукту, яка б гарантувала отримання кінцевого результату, відповідного очікуванням споживача. QFD-методологія використовується для забезпечення кращого розуміння вимог споживачів при проектуванні, розробці й удосконаленні продукції, послуг і процесів, з застосуванням все більшої орієнтації на встановлені і передбачувані потреби споживачів. Через специфічну форму матричної діаграми, що використовується в процедурі QFD, її часто називають «Будинок якості» (The Quality House) [59].

Цілями та задачами QFD-методології відповідно до джерел [60, 61] є: - дозволити «голосу споживачів» бути чітко почутим в процесі розробки та удосконалення як продукції, так і відповідних виробничих операцій; -

виконати принцип «все повинно бути зроблено вірно з першого разу та «точно в строк».

Процес розгортання функції якості включає п'ять основних етапів:

1. Уточнення вимог споживача.
2. Переведення вимог споживача в загальні характеристики продукту.
3. Виявлення зв'язків між відповідними компонентами – «що?» і «як?».
4. Вибір мети (вибір значень параметрів) якості продукту, яка забезпечить йому високу конкурентоспроможність.
5. Встановлення (опитування споживачів) рейтингу важливості компонент «що?» і на основі цих даних – визначення рейтингу важливості відповідних компонентів «як?».

Надані п'ять етапів є фундаментом QFD. Їх реалізація за допомогою матричних діаграм нагадує будинок, і тому цей процес отримав назву Концепції «Будинок якості». Схематичне зображення «Будинку якості» та його складових показано на рис. 2.8 [62].



Рис. 2.8. Складові «Будинку якості»

Кореляційна матриця, що нагадує своєю формою дах, заповнюється символами, що вказують на позитивний чи негативний зв'язок між відповідними технічними характеристиками продукту з позиції інтересів

користувачів. Саме кореляційна матриця дозволяє остаточно скоригувати попередньо проведене перетворення «що?» на «як?» [62].

Дана матрична діаграма цілком може бути використана при плануванні якості верхнього дитячого одягу. Адже коли ми ще на початкових етапах створення дитячого верхнього одягу почнемо розгортати його якість, відповідно до потреб та вимог споживачів, ми зможемо мінімізувати процес коригування якості одягу вже після його виходу на ринок. Тобто за рахунок цього ми зможемо забезпечити високу якість та цінність верхнього дитячого одягу, а разом з цим – звести до мінімуму витрати на виправлення браку і цим самим забезпечити низьку вартість одягу.

Правильний вибір куртки для дитини – запорука міцного здоров'я і веселого проведення часу на відкритому повітрі. Вимоги до цих виробів практично однакові: куртка повинна бути простою у догляді, не промокати, надійно захищати свого власника від холоду, вітру і вогкості, просто пратися або відчищатись. Важливим для курточок є їх зручність, оскільки дитині може бути не комфортно, якщо курточка буде занадто важка. Важливо, щоб дитяча куртка мала капюшон, оскільки завдяки йому голова дитини буде зберігатись в теплі, крім того він зможе захистити від дощу. Також слід звернути увагу на матеріал, з якого зроблений одяг, оскільки синтетика може погано вплинути на здоров'я дитини. Отож дослідження нового товару, що матиме більшу популярність серед населення під час вибору дитячих курток є досить актуальною проблемою.

З самого початку було визначено основні вимоги споживачів щодо якості верхнього дитячого одягу, а саме - дитячої куртки та занесено їх до таблиці. Вимоги виявилися наступними:

- модна та стильна;
- зручна при носінні;
- щоб була водонепроникна;
- щоб утримувала тепло;
- щоб були використані якісні матеріали;

- щоб була повітронепроникна;
- щоб довго носилася;
- щоб застібка була проста у використанні;
- щоб легко пралася;
- легкість виробу.

Наступним кроком було визначення показників якості верхнього дитячого одягу згідно з нормативними документами. Вимоги до дитячих курток було взято з наступних нормативних документів: ДСТУ 4239:2003 «Матеріали та вироби текстильні і шкіряні побутового призначення. Основні гігієнічні вимоги»; ДСТУ 1512-92 «Одяг верхній пальтово-костюмного асортименту за замовленнями населення. Загальні технічні умови»; ДСТУ 1971-92 «Одяг верхній з плащових тканин за замовленнями населення. Загальні технічні умови»; ДСТУ EN 14682:2008 «Безпечність дитячого одягу. Ланцюжки та витяжні шнури на дитячому одязі. Вимоги»; ДСТУ EN 13542:2008 «Вироби, наповнені пером і пухом. Метод визначення індексу стиснення одягу»; ДСТУ EN 13543:2008 «Вироби, наповнені пером і пухом. Вимірювання поглинання води наповнювачем»; ДСанПіН 3.3-182-2012 «Матеріали та вироби текстильні, шкіряні і хутрові. Основні гігієнічні вимоги».

Було виділено наступні показники:

- а) лінійні розміри;
- б) маса;
- в) повітропроникність;
- г) вологопроникність;
- д) сумарний тепловий опір;
- е) сумарна щільність пакету;
- ж) гігроскопічність наповнювача;
- з) стійкість до стирання;
- и) вміст вільного формальдегіду;
- к) стійкість пофарбування;

- л) легкість одягання, носіння, знімання;
- м) комфортність;
- н) міцність швів;
- о) чіткість і виразність виконання товарних знаків та етикеток;
- п) відсутність довгих шнурків та складних застібок.

Далі, за допомогою анкетування споживачів (Додаток Р), було поставлено рейтинги за 5-бальною системою (1 – найгірше / 5 – найкраще). Дане опитування проводилося в торгових центрах міста Києва, де представлені бренди конкурентів - ТРЦ Ocean Plaza та ТРЦ Sky Mall, в опитуванні брало участь 100 осіб,

Наступним кроком було проставлення зв'язків між показниками якості (• – сильний (6 б.); ○ – середній (3 б.); Δ - слабкий (1 б.); - відсутній). Сильними виявилися зв'язки між показниками а) та 1,2,8,9,10; б) та 2,8,9,10; в) та 2,4,5,6; г) та 2,3,5; д) та 2,4,6; е) та 7,9,10; ж) та 3,6; з) та 2,5,7,9; и) та 5; к) та 2,5,7,9; л) та 2,8,10; м) та 2,3,5,8,10; н) та 2,5,6,7; о) та 7; п) та 2,8.

Наступним кроком було визначення важливості кожного з показників якості шляхом визначення суми добутку рейтингів показників зліва та проставлених значень зв'язків. Важливість виявилася найвищою для наступних показників:

- комфортність (163 б.);
- маса (134 б.);
- сумарна щільність пакету (126 б.);
- стійкість пофарбування (122 б.);
- лінійні розміри (122 б.);
- міцність швів (120 б.) та інші.

Доповнюємо «Будинок» таблицею та проводимо оцінку вимог споживачів щодо товарів конкурентів. Варто зазначити, що на ринку України не представлені торговельні мережі, які були б аналогом ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» та представляли декілька брендів одночасно. Обираємо 3 товари конкуренти - ♥ - Marks & Spencer; ☺ - H&M; ☆ -Zara. Розробляється

третья анкета для споживачів, стосовно якості курток конкурентів. Аналізуються отримані результати та визначається основний конкурент.

Будуємо нову таблицю, в якій визначаємо значення показників якості досліджуваного товару (№1). На основі визначеної споживачами раніше важливості показників якості. Для інших курток конкурентів визначаються реальні бали за кожен з показників. Проставляється рейтинг важливості.

Недоліки досліджуваного товару враховуються наступним чином:

Значення показника досліджуваного товару (№1) – середнє значення 4-х показників = недолік досліджуваного зразка.

В даному випадку недоліками досліджуваної дитячої куртки стали – повітропроникність, сумарний тепловий опір, гігроскопічність наповнювача та чіткість і виразність виконання товарних знаків та етикеток.

Узагальнений рейтинг вираховується наступним чином: рейтинг показника*недолік досліджуваного зразка (№1) = узагальнений рейтинг.

Необхідно відмітити показники, які слід покращити в даному досліджуваному зразку. А також описати кореляційні зв'язки між показниками, які слід покращити.

Кореляційний зв'язок – це не точна залежність однієї величини від іншої. Кореляційний зв'язок може мати різну степінь – від повної незалежності до функціональної залежності. Крім того, характер зв'язку між різними величинами може бути різний. При додатній кореляції залежність між величинами буде прямою: при збільшенні однієї величини, збільшується й інша. При від'ємній кореляції залежність обернена: збільшення однієї величини пов'язано зі зменшенням другої. [63].

Виходячи з побудованого будиночку якості (Додаток С), можна прослідкувати додатну кореляцію та пряму залежність між наступними показниками:

- лінійні розміри та маса (при збільшенні лінійних розмірів збільшується кількість використовуваних матеріалів і, відповідно, збільшується маса);

- сумарна щільність пакету та маса (чим щільнішим буде пакет, тим більшою буде маса куртки);
- чіткість і виразність виконання товарних знаків та етикеток та стійкість пофарбування (чим якіснішою та стійкішою буде фарба, тим більш чітким та виразним буде виконання товарних знаків та етикеток);

Від'ємну кореляцію ми маємо між наступними показниками:

- повітропроникність та сумарний тепловий опір (чим більше ми будемо збільшувати повітропроникність куртки, тим меншою ставатиме її можливість утримувати тепло, тобто меншим буде сумарний тепловий опір);
- вологопроникність та сумарний тепловий опір (чим більшу кількість води буде здатна пропускати куртка, тим меншим стане її тепловий опір);
- маса та комфортність (збільшення маси куртки зменшує можливість дитини вільно рухатися та знижує комфортність виробу).

Таким чином, під час розробки будиночку якості (Додаток С) для нового виду дитячих курток, було досліджено, що необхідно створити куртку з підвищеними показниками сумарного теплового опору, повітропроникності та гігроскопічності наповнювача. Для підвищення даних показників слід ретельно відбирати матеріали для виробництва. Слід використовувати натуральні наповнювачі (пух-перо), що дадуть змогу підвищити тепловий опір, а також краще прошивати шви і обробляти тканину, що дасть змогу зменшити показник повітропроникності.

РОЗДІЛ 3

ВДОСКОНАЛЕННЯ ІМПОРТУ ТОВ «АРГО – ТОРГОВЕЛЬНА МЕРЕЖА»

3.1. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності та процесу організації імпорту ТОВ «АРГО – торгівельна мережа»

Більшість підприємств, що знаходяться на території України тим чи іншим чином здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. Навіть якщо вони не експортують власні товари до інших країн та не реалізують їх на зовнішніх ринках, задля створення високоякісної продукції, що надалі реалізовуватиметься на внутрішньому ринку, дані підприємства досить часто імпортують сировину, товари чи послуги, які вони надалі використовуватимуть у власних виробничих процесах. Отож, зовнішньоекономічна діяльність – це така ж діяльність, як і всі інші види для вітчизняних підприємств, які в комплексі забезпечують випуск якісної продукції, що є конкурентоспроможною на внутрішньому та зовнішньому ринках, а також створюють для такого випуску всі необхідні умови.

ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», юридична назва – спільне українсько-бельгійсько-ізраїльське підприємство «АРГО трейдінг, ЛТД», (Товариство з обмеженою відповідальністю). Розмір статутного капіталу (статутного або складеного капіталу) становить 38000.00 грн. Чисельність працівників, станом на 01.01.2018 року становила 333 особи. Дане підприємство здійснює наступні види діяльності:

- код КВЕД 47.71 Роздрібна торгівля одягом у спеціалізованих магазинах;
- код КВЕД 47.72 Роздрібна торгівля взуттям і шкіряними виробами в спеціалізованих магазинах;
- код КВЕД 68.20 Надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна (основний);

- код КВЕД 68.31 Агентства нерухомості;
- код КВЕД 77.11 Надання в оренду автомобілів і легкових автотранспортних засобів.

Основною діяльністю ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» є реалізація імпортного жіночого, чоловічого та дитячого одягу, взуття та аксесуарів відомих зарубіжних брендів: United Colors of Benetton (Італія – одяг, взуття та аксесуари); Desigual (Іспанія – одяг, взуття та аксесуари); Hummel (Данія – одяг та взуття переважно спортивного призначення); Jack & Jones (Данія – одяг та аксесуари, суто чоловічий бренд); KVL (Чехія – одяг та аксесуари); Lee Cooper (Великобританія – одяг та взуття); Only & Sons (Данія – чоловічий одяг); OVS kids (Італія – одяг, взуття та аксесуари, суто дитячий бренд); Only (Данія – жіночий одяг та аксесуари); Orsay (Німеччина – одяг та аксесуари, суто жіночий бренд); Parfois (Португалія – взуття та аксесуари для жінок); Pentì (Турція – купальники, спідня білизна, колготи та носки); Piazza Italia (Італія – одяг, взуття та аксесуари); Scotch & Soda (Нідерланди – одяг та аксесуари); Timeout (США – одяг); Vila (Данія – жіночий одяг); Vero Moda (Данія – одяг та аксесуари для жінок); MANGO (Іспанія – одяг, взуття та аксесуари).

Організаційна структура підприємства показана на рис. 3.1, з неї можна побачити, що на чолі ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» стоїть генеральний директор, який підпорядковує під себе всі наявні відділи на підприємстві: відділ збуту, відділ постачання, відділ зберігання, відділ маркетингу, відділ кадрів, відділ зовнішньоекономічної діяльності, митний відділ, службу безпеки та бухгалтерію. На нижчому рівні стоять керівники відповідних відділів, їх помічники та ін. Вдала діяльність підприємства забезпечується за рахунок якісного виконання кожним відділом поставлених перед ним завдань та своєчасним виконанням кожним працівником відділів своїх функціональних обов'язків, а також тісною співпрацею всіх відділів між собою

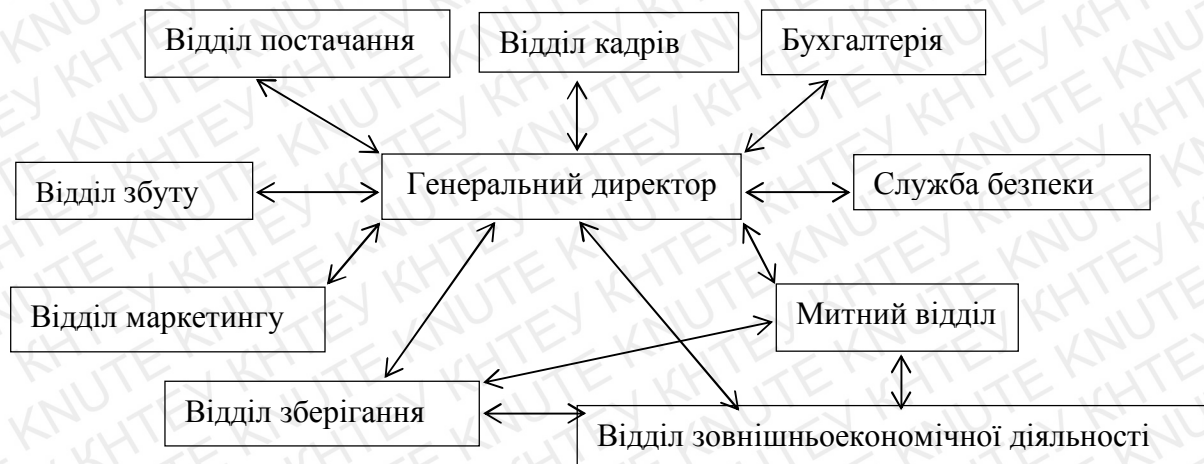


Рис. 3.1. Організаційна структура ТОВ «АРГО – торгівельна мережа»

Зважаючи на рис. 3.1, можна сказати, що пряме відношення до імпортової діяльності на підприємстві мають відділи збуту, постачання, зовнішньоекономічної діяльності та митний відділ, які тісно співпрацюють між собою задля підвищення ефективності імпортової діяльності ТОВ «АРГО – торгівельна мережа». Отож доцільним було б розглянути чим займається кожен з цих відділів підприємства. На чолі кожного відділу стоїть його керівник, що відповідає за своєчасне виконання поставлених завдань, злагоджену роботу свого відділу та взаємодію з іншими відділами підприємства.

Відділ постачання займається аналізом та відбором потенційних постачальників, проводить їх рейтинг задля вибору найоптимальнішого варіанту; прийняттям рішення про вибір постачальника, розсиланням заявок; відвідуванням постачальників з метою перевірки їх відповідності вимогам, які висуває підприємство; проведенням переговорів з постачальниками; перевіркою якості одягу, взуття та аксесуарів, одержаних від постачальників; оцінюванням ефективності роботи з постачальниками; оперативною роботою з організації процесу постачання.

Відділ збуту виконує наступні функції: забезпечення реалізації продукції підприємства, забезпечення виконання завдань і зобов'язань з постачання продукції і товарів відповідно до укладених договорів і

замовлень, раціоналізація роботи збутової служби підприємства, збут продукції.

Митний відділ займається визначенням найменування товарів згідно до коду УКТ ЗЕД, декларуванням товарів згідно з митною декларацією та безпосереднім митним оформленням товарів, які надходять на підприємство.

Процесом організації імпорту на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» займається відділ зовнішньоекономічної діяльності, що співпрацює з відділом зберігання та митним відділом у зв'язку з послідовністю та поєднанням завдань, пов'язаних із зовнішньоекономічною діяльністю. Працівники даного відділу займаються підготовкою проектів зовнішньоторгових контрактів, збором необхідних документів, роботою з іноземними контрагентами та виконанням інших функцій, пов'язаних із зовнішньоекономічною діяльністю.

На ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» зовнішньоекономічний апарат в даний час існує в основному в формі відділу зовнішньоекономічної діяльності в рамках діючого апарату управління. Предметом зовнішньоекономічної діяльності даного підприємства є:

- імпорт готової продукції (одягу, взуття та аксесуарів);
- навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності;
- розрахункові операції з іноземними суб'єктами господарської діяльності і т.д [64].

Зовнішньоекономічні зв'язки та напрямки реалізації товарів на території України представлено на рис. 3.2. Співпраця з іноземними консультантами та професіоналізм працівників забезпечують високу якість і результативність процесу реалізації товарів на теренах України. Всього у компанії налічується понад 47 магазинів в Києві, Харкові, Одесі та Львові на сьогоднішній день. Компанія прагне до того, щоб кожен покупець знайшов найкращі бренди на будь-який смак. Атмосфера компанії сприяє відкритому спілкуванню, обміну ідеями та пропозиціями між усіма співробітниками.

Компанія динамічно розвивається та відкрита для спеціалістів, які хочуть зростати професійно.

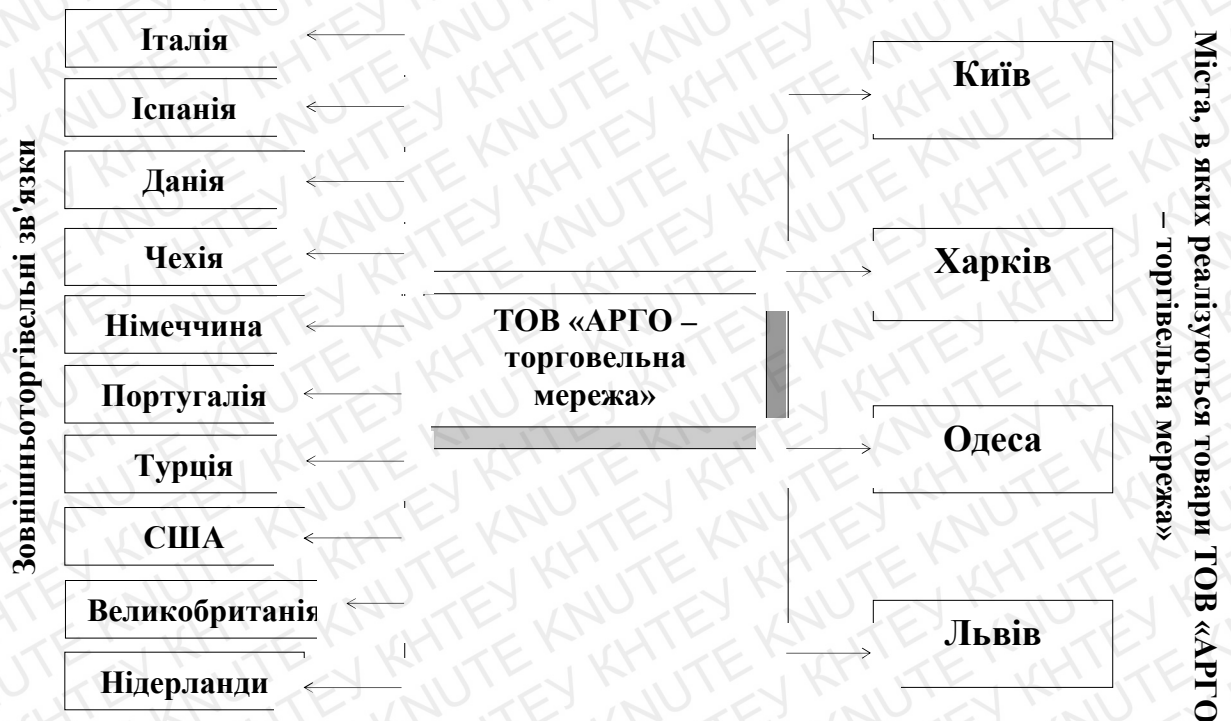


Рис. 3.2. Зовнішньоекономічні зв'язки на ТОВ «АРГО – торговельна мережа»

Як видно з рис. 3.2, імпорт товарів ведеться з десяти країн світу, таких як: Італія, Іспанія, Чехія, Німеччина, Португалія, Турція, США, Великобританія та Нідерланди, а також реалізується в чотирьох містах України. Найбільші обсяги поставок на підприємство надходять з Данії, що можна побачити з табл. 3.1 і може бути пов'язано з більшою кількістю брендів цієї країни, що представлені в магазинах підприємства, а найбільше продукція реалізується в Києві, за рахунок більшого насичення в місті монобрендових та мультибрендових магазинів ТОВ «АРГО – торговельна мережа». Вся продукція, що є на підприємстві виготовлена із закордонних тканин, а отже, по максимуму відповідає вимогам якості та безпеки, а також є сертифікованою, про що свідчить наявність відповідних висновків

державної санітарно-епідеміологічної експертизи стосовно якості та безпечності даного одягу. За рахунок високої якості та безпечності, а також підтвердженої роками відповідності дана продукція користується неабияким попитом серед споживачів.

Таблиця 3.1

**Структура закупівель на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» у 2014
- 2017 роках**

Країна - постачальник	Питома вага, %			
	2014	2015	2016	2017
Італія	17,6	17,9	19,1	19,7
Іспанія	8,4	8,7	9,3	10,6
Данія	31,4	35,3	37,7	39,4
Чехія	4,6	3,3	2,4	2
Німеччина	9,3	7,1	6,3	4,3
Португалія	7,1	6,5	5,2	5,3
Турція	5,7	5,3	2,5	3,4
США	6,8	5,9	4	4,6
Великобританія	4,3	5,3	5,2	7,7
Нідерланди	4,8	4,7	2	3
Всього	100	100	100	100

Аналізуючи табл. 3.1, можна сказати, що найбільшу частку серед країн-постачальників за період з 2014 по 2017 роки становили Данія (в 2017 році питома вага становила 39,4% від загального обсягу), Італія (максимальний показник її частки в 2017 році склав 19,7%) та Іспанія (10,6 % у 2017 році від загального обсягу). Виходячи з даних, наведених в таблиці, можна сказати що кожного року питома вага кожної країни змінювалась переважно в меншу сторону. Це може бути спричинене появою у 2016 та 2017 роках нових брендів з Данії та Італії, відкриття монобрендових магазинів, що представляють продукцію брендів саме цих країн, що стало причиною до збільшення їх питомої ваги по відношенню до загального обсягу поставок. Обсяги поставок представлено в табл. 3.2.

ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» здійснює свою діяльність відповідно до діючого законодавства України і статуту підприємства, самостійно визначає структуру керування та штатний розклад. На сучасному етапі розвитку ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» має налагоджену співпрацю із 18 іноземними партнерами, тобто зв'язки ці вже є постійними.

Таблиця 3.2

**Вартість поставок товарів по брендах та їх питома вага на ТОВ
«АРГО – торгівельна мережа» у 2017 році**

Назва бренду	Середня вартість 1 поставки, євро	Вартість всіх поставок за 2017 рік, євро	Питома вага до загальної вартості, %
United Colors of Benetton	50 260	201 040	15,74
Desigual	8 220	32 880	2,75
Hummel	10 170	40 680	3,19
Jack & Jons	7 680	30 720	2,41
KVL	20 745	82 980	6,50
Lee Cooper	23 140	92 560	7,25
Only & Sons	6 400	25 600	2,01
OVS kids	13 830	55 320	4,33
Only	11 770	47 080	3,69
Orsay	32 690	130 760	10,24
Parfois	15 600	62 400	4,89
Penti	6 300	25 200	1,97
Piazza Italia	27 110	108 440	8,49
Scotch & Soda	12 800	51 200	4,01
Timeout	15 670	62 680	4,91
Vila	9 750	39 000	3,05
Vero Moda	16 530	66 120	5,18
MANGO	30 580	122 320	9,58
Всього	319 245	1 276 980	100

Основним видом зовнішньоекономічної діяльності, яким займається ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» є імпорт. Вся імпортована продукція реалізовується в межах України. Обсяг імпорту на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» у 2017 р. становив 1 276 980 євро.

Як видно з табл. 3.2, середня вартість однієї поставки товарів на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» становить 17 735, 83 євро. Серед усіх представлених брендів найбільша частка припадає на United Colors of Benetton (15,74% від загального обсягу), що в грошовому вимірі становить 201 040 євро на рік, Orsay (10,24%) вартістю 130 760 євро на рік та MANGO (9,58% від загального обсягу поставок), вартість якого склала 122 320 євро за рік. Така висока вартість даних поставок може бути спричинена високою вартістю товарів за рахунок значного попиту на даний бренд та великою кількістю монобрендових магазинів, що несе за собою збільшення обсягу поставок за рахунок замовлення більшої кількості одиниць товару.

Продукція, що імпортується фірмою, є готовою і не потребує переробки чи доопрацювання, тобто повна собівартість продукції ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» формується з купівельної вартості, транспортних витрат, витрат на збут і витрат на оплату праці, інших витрат.

З більшістю брендів ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» співпрацює на умовах закупки. Це означає, що представники (бренд-менеджери) кожного з цих брендів відвідують країни, де відбуваються покази нових колекцій брендів та обирають ті моделі, які на їхню думку матимуть високий попит серед споживачів та будуть активно реалізовані в магазинах підприємства. На таких умовах ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» співпрацює з наступними брендами - United Colors of Benetton, Desigual, Hummel, Jack & Jons, Lee Cooper, Only & Sons, OVS kids, Only, Pentti, Parfois, Timeout, Scotch & Soda, Vila, Vero Moda, MANGO. Компанія стає кінцевим власником товарів даних брендів, оскільки повністю закупає моделі та тримає на власних складах та магазинах до повної реалізації.

І лише з трьома брендами – KVL, Orsay та Piazza Italia ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» співпрацює на умовах реалізації. Це означає, що постачальник сам вирішує які моделі з нової колекції відсилати підприємству і після закінчення кожного сезону ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» має зібрати весь товар, що не був реалізований і відправити його назад

постачальнику, після чого отримати назад кошти за нереалізований товар. За такого типу посередництва ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» не являється власником товару даних брендів, що надійшли від постачальника. Проте, за власним бажанням та за домовленістю сторін підприємство має змогу викупити дані моделі (які повинні бути надіслані назад постачальнику) за зниженою ціною, як товар минулих («застарілих») колекцій. Тобто залишити дані моделі на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» та отримати від постачальника кошти (від суми, яку мав би повернути підприємству постачальник за весь нереалізований товар відняти попередньо розраховану нову знижену вартість товару).

Основними базисними умовами поставки імпортування товарів згідно з Інкотермс 2010 [65], що використовуються на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» і партнерами з–за кордону, є DAT (OVS kids, SCOTCH & SODA), DAP (Desigual, Hummel, Piazza Italia) та FCA з United Colors of Benetton з використанням в основному автомобільного транспорту, меншою мірою – залізничного чи авіатранспорту.

FCA (Free Carrier (... named place) Франко перевізник (... назва місця). Термін "франко-перевізник" означає, що продавець доставить товар, який пройшов митне очищення, зазначеному покупцем перевізнику до названого місця. Слід зазначити, що вибір місця постачання вплине на зобов'язання по завантаженню і розвантаженню товару на даному місці. Якщо поставка здійснюється в приміщенні продавця, то продавець несе відповідальність за відвантаження. Якщо ж постачання здійснюється в інше місце, продавець за відвантаження товару відповідальності не несе. Даний термін може бути використаний під час перевезення будь-яким видом транспорту, включаючи змішані перевезення [66].

DAT (Delivered At Terminal (...named terminal of destination). Постачання на терміналі (... назва терміналу). Термін "поставка на терміналі" (новий термін, введений в Інкотермс 2010) означає, що продавець виконав своє зобов'язання по постачанню, коли він надав покупцеві товар,

розвантажений з транспортного засобу в узгодженому терміналі зазначеного місця призначення. Під терміналом розуміється будь-яке місце, в т.ч. авіа/авто/залізничний карго термінал, причал, склад тощо. Продавець несе всі ризики по доставці товару і його розвантаженні на терміналі. Продавець не зобов'язаний виконувати митні формальності або сплачувати імпорнтні мита при ввезенні товару. Даний термін може застосовуватися при поставках будь-яким видом транспорту [66].

DAP (Delivered At Point (...named point of destination). Постачання в пункті (... назва пункту). Термін "поставка в пункті" (новий термін, введений в Інкотермс 2010) означає, що продавець виконав своє зобов'язання по постачанню, коли він надав покупцеві товар, готовий до розвантаження з транспортного засобу, що прибув в узгоджене місце призначення. Продавець несе всі ризики, пов'язані з доставкою товару в узгоджене місце призначення. Продавець не зобов'язаний виконувати митні формальності або сплачувати імпорнтні мита при ввезенні товару. Даний термін може застосовуватися при поставках будь-яким видом транспорту [66].

На ринку одягу, взуття та аксесуарів ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» тримає досить міцні позиції, оскільки окрім локальних місць продажу (моно- та мультибрендових магазинів) веде роздрібну торгівлю також через власний інтернет-магазин та соціальні мережі. Проте, поряд з цим, ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» має достатньо потужного конкурента на даному ринку – MD Fashion. MD Fashion – це досить великий за своїми масштабами, кількістю брендів та обсягами товару інтернет-магазин, який також представляє одяг, взуття та аксесуари більше ніж 100 офіційних магазинів 33-х брендів, що об'єднані на одному сайті.

Представлені в MD-Fashion бренди - це всесвітньо відомі американські та європейські марки класу «мас-маркет» і «преміум», серед яких Tommy Hilfiger, G-Star RAW, Gant, Calvin Klein, DKNY, Fornarina, Vince Camuto, Jessica Simpson, VCBG, Pepe Jeans, Oodji та інші [67].

Інтернет-магазин ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» за своїм функціоналом та популярністю відстає від інтернет-магазину MD-Fashion, проте виграє в нього за рахунок наявності великої кількості локацій, де можна приміряти замовлений товар, або ж просто прийти та купити його, в той час, як MD-Fashion має всього-лише один шоу-рум в місті Київ, де покупець має змогу поміряти замовлений товар. Зважаючи на це, ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» має активно розвивати свій інтернет-магазин за рахунок надання покупцям певних заохочень (знижки на товар, безкоштовну доставку, подарунок чи ін.), щоб стати ще більш конкурентоспроможним підприємством. Також можна розширити способи оплати інтернет-замовлень (розрахунки банківськими картами) та додати види доставки, адже на даний момент це лише доставка Новою Поштою та самовивіз в магазини підприємства, що дало б змогу заохотити більшу кількість споживачів та зробити сайт підприємства більш популярним та вигідним для покупців.

Ще одним конкурентом ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» в інтернет торгівлі є інтернет-платформа БРМ, що також займається реалізацією фірмового одягу, взуття та аксесуарів. Беручи участь у розпродажах і акціях даного інтернет-магазину, можна отримати знижки на сезонний товар до 75-90 % від ціни і доставити покупку в Україну. Товари доступні покупцям, які проживають у США, проте завдяки компанії EasyXpress, що гарантує високий сервіс і безпеку своїм клієнтам, стало можливим доставити замовлений товар до України. До переліку послуг EasyXpress входить реєстрація адреси в Америці (обов'язкова умова для здійснення покупки), консультації онлайн, а також доставка з БРМ в Україну посилок будь-якої ваги та розміру [68].

Значним недоліком даного конкурента є те, що процедура замовлення товарів в даному інтернет-магазині для деяких покупців може виявитися занадто складною або ж довготривалою. Проте досить привабливим для покупців може виявитися те, що бренди, які представлено на ТОВ «АРГО –

торгівельна мережа» Pentі та MANGO можна придбати на БРМ за нижчою ціною.

Також негативним фактором для ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» є те, що на ринку України представлені аналогічні офіційні сайти брендів, що реалізуються на підприємстві, проте не мають до нього ніякого відношення і також працюють напряду від постачальника, проте на інших умовах. Це викликає потребу в постійному моніторингу цін на даних інтернет-магазинах задля зрівнювання з ними цін, або навіть можливого зниження власних (з метою заохочення більшої кількості покупців). Також, зважаючи на більш широкий асортимент даних магазинів, ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» має переглянути та намагатися максимально розширювати власний. Так як, наприклад, на офіційному сайті MANGO в Україні наявний дитячий одяг даного бренду, що на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» повністю відсутній. Зважаючи на досить велику частку даного бренду в обсягах реалізації підприємства і те, що він приносить значну частину від доходу, доцільним кроком було б домовитися з постачальником про закупівлю дитячого одягу.

Отже, ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» - є офіційним представником 18 брендів на ринку України і досить активно афішує та виставляє власне ім'я поряд з іменами брендів, що представлені на даному підприємстві, що робить його ім'я відомим на теренах України на рівні з іменами представлених популярних брендів.

3.2. Оцінка ефективності імпорту верхнього дитячого одягу ТОВ «АРГО – торгівельна мережа»

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства – це складна категорія, яка поєднує у собі параметри, що характеризують розвиток внутрішнього та зовнішнього ринків [69]. Для того, щоб показники ефективності давали на практиці правильну відповідь на питання про

доцільність реалізації підприємством тих чи інших зовнішньоторговельних операцій, варто правильно обрати критерій ефективності.

Головним критерієм оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства є максимальне отримання чистого доходу від експортних операцій [70]. Відповідно до цього критерію, слід обирати найкращі варіанти співробітництва з зовнішніми торговельними партнерами. Кількісна оцінка цього критерію здійснюється на основі порівняння сукупного ефекту тих чи інших варіантів зовнішньоекономічного співробітництва підприємства та сумарних витрат, пов'язаних з його реалізацією. Тобто, порівняння за співробітництва з яким постачальником та за яких умов підприємство понесе значно більші витрати, а за яких – отримає набагато більший прибуток [71]. Найважливіша проблема полягає у тому, що оцінка ефективності зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання передбачає розрахунок ефективності конкретних зовнішньоекономічних угод і операцій, а також рентабельності і ефективності сукупної зовнішньоекономічної діяльності окремих фізичних і юридичних осіб - суб'єктів ЗЕД, що на практиці вимагає розроблення спеціалізованих показників, які б об'єктивно відображали стан діяльності підприємства[72].

Узагальнення сучасних поглядів щодо аналізу ефективності ЗЕД дало змогу розробити структурно-логічну схему визначення відповідних факторів, яка включає в себе три групи показників ефективності, а саме:

- показники ефективності експорту;
- показники ефективності імпорту;
- показники ефективності ЗЕД [73].

Зважаючи на те, що ТОВ «АРГО – торгівельна мережа займається імпортною діяльністю, оскільки співпрацює з іноземними постачальниками та імпортує одяг, взуття та аксесуари з-за кордону, доцільним було б розрахувати ефективність імпорту на даному підприємстві.

Ефективність імпорту – вигідність імпорту, яка вимірюється відношенням вартості імпортного товару, що реалізується на внутрішньому ринку за внутрішніми цінами, до його вартості за зовнішньоторговельними цінами [73]. Показник економічної ефективності імпорту розраховується за формулою 3.1:

$$E_{\text{ef},i} = \frac{BI_{\text{в.р.}}}{B_i}, \quad (3,1)$$

де $E_{\text{ef},i}$ – показник економічної ефективності імпорту;

$BI_{\text{в.р.}}$ – вартість імпортною продукції на внутрішньому ринку;

B_i – витрати на придбання імпортною продукції.

Чим більший цей показник за одиницю, тим ефективніша імпортна діяльність для підприємства [74].

Частка верхнього дитячого одягу від загальної вартості поставок становить 5,44%, що можна побачити за табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Вартість поставок верхнього дитячого одягу по брендах на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» у 2017 році

Назва бренду	Вартість поставок за рік, євро	Вартість однієї поставки, що розглядається, євро
United Colors of Benetton	15 690	3922,5
Desigual	5 740	1435
Hummel	8 130	2032,5
OVS kids	13 750	3437,5
Piazza Italia	21 810	5452,5
Scotch & Soda	4 360	1090
Всього	69 420	17370

Виходячи з даних табл. 3.3, для ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» та з урахуванням курсу євро 31,8 грн., можна розрахувати вартість імпортною

продукції підприємства на внутрішньому ринку, врахувавши, що середня торгівельна надбавка (націнка) становить 60%. Дані занесено до табл. 3.4.

Далі, з урахуванням розглянутої вище формули 3.1, розрахуємо економічну ефективність імпорту верхнього дитячого одягу кожного бренду в 2017 році.

Таблиця 3.4

Вартість верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», грн.

Назва бренду	Вартість однієї поставки	Торгівельна надбавка	Вартість продукції на внутрішньому ринку (ВІ _{в.р})
United Colors of Benetton	124 735,5	74 841,3	199 576,8
Desigual	45 633	27 379,8	73012,8
Hummel	64 633,5	38 780,1	103 413,6
OVS kids	109 312,5	65 587,5	174 900
Piazza Italia	173 389,5	104 033,7	277 423,2
Scotch & Soda	34 662	20 797,21	55 459,21
Всього	552 366	331 419,6	883 785,6

Далі розрахуємо економічну ефективність імпорту верхнього дитячого одягу кожного бренду в 2017 році. Оскільки всі країни, з якими співпрацює підприємство та які імпортують верхній дитячий одяг (в даному випадку це Італія, Іспанія, Данія та Нідерланди) належать до СОТ (Світової організації торгівлі), то Україною надається режим найбільшого сприяння (застосовуються пільгові ставки Митного тарифу України). Згідно з Митним тарифом України [75] ввізне мито для товарів групи 62 УКТЗЕД – «Одяг та додаткові речі до одягу, текстильні, крім трикотажних», конкретно для товарних категорій 6201 (Пальта, півпальта, накидки, плащі, анораки (включаючи лижні куртки), куртки для чоловіків або хлопців, крім виробів товарної позиції 6203), 6202 (Пальта, півпальта, накидки, плащі, анораки (включаючи лижні куртки), куртки та подібні вироби для жінок або дівчат,

крім виробів товарної позиції 6204), 6203 (Костюми, комплекти, піджаки, штани, комбінезони із шлейками, бриджі та шорти (крім купальних), для чоловіків або хлопців) та 6204 (Костюми, комплекти, жакети, сукні, спідниці, спідниці-штани, штани, комбінезони із шлейками, бриджі та шорти (крім купальних), для жінок або дівчат) [76], що ввозяться з країн-членів СОТ становить 12% (пільгова ставка мита).

Отож, враховуючи те, що в більшості випадків імпорту верхнього дитячого одягу здійснюється на базисних умовах поставки DAT та DAP, то покупець (в даному випадку ТОВ «АРГО – торгівельна мережа») сплачує лише імпортні мита та ПДВ при ввезенні товару. Проте, у випадку з United Colors of Benetton, коли імпорту здійснюється на базисних умовах поставки FCA, покупець додатково сплачує витрати за страхування та перевезення. Зважаючи на це, V_i (витрати на придбання імпортової продукції) складатимуть закупівельну вартість товарів + митні платежі (сплата митних зборів та мита (в даному випадку за пільговою ставкою), податку на додану вартість ПДВ, акцизний збір на даний вид товарів не нараховується), а також витрат на страхування та перевезення.

Оскільки фактурна вартість для поставки кожного бренду різна, то для кращого визначення ефективності імпортних операцій та правильного вибору найбільш вигідної умови поставки на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», необхідно врахувати питому вагу нарахованих митних платежів. Дана питома вага дорівнює відношенню загальної суми нарахованих платежів до фактурної вартості поставки. Результати розрахунків наведено в табл. 3.5, з урахуванням наступних даних: курс валюти в грн. – 31,8; ставка мита, % - 12,0; ставка ПДВ, % - 20,0; понесені витрати на страхування, перевезення, грн. – 45000,00.

Враховуючи те, що у всіх випадках, крім співпраці з United Colors of Benetton, всі витрати на перевезення товару та його збереження під час перевезення несе продавець, то МВ (митна вартість) буде дорівнювати ФВ (фактурній вартості). А у випадку з United Colors of Benetton, МВ

дорівнюватиме фактурній вартості (124 735,5 грн.) + витрати на страхування та перевезення (45 000 грн., з урахуванням кілометражу між Італією та Україною) і буде мати значення 169 735,5 грн.

Таблиця 3.5

**Визначення вагомості митних платежів за умовами поставки
Інкотермс 2010**

Назва бренду	Вартість поставок за рік, євро	Вартість однієї поставки, євро	умова поставки Інкотермс 2010	митна вартість, грн	ввізне мито, грн	ПДВ	заг. сума митних платежів, грн	Питома частка митних платежів, %
United Colors of Benetton	15690	3922,5	FCA	169735,5	20368,26	38020,75	58389,01	46,8
Desigual	5740	1435	DAP	45633	5475,96	10221,79	15697,75	34,4
Hummel	8130	2032,5	DAP	64633,5	7756,02	14477,9	22233,92	34,4
OVS kids	13750	3437,5	DAT	109312,5	13117,5	24486	37603,5	34,4
Piazza Italia	21810	5452,5	DAP	173389,5	20806,74	38839,25	59645,99	34,4
SCOTCH & SODA	4360	1090	DAT	34662	4159,44	7764,288	11923,73	34,4
Всього	69420	17370		597366	71683,92	133810	205493,9	

Враховуючи дані табл. 3.4, та табл. 3.5 можна визначити економічну ефективність імпорту на ТОВ «АРГО – торговельна мережа», згідно з вище вказаною формулою 3.1. Значення розрахованої економічної ефективності для кожного з брендів наведено в табл. 3.6.

Вартість придбання імпортової продукції дорівнює вартості поставки + митні платежі:

- United Colors of Benetton = 124 735,5 + 58 389,01 = 183 124,51 грн.
- Desigual = 45 633 + 15 697,75 = 61 330, 75 грн.
- Hummel = 64 633,5 + 22 233,92 = 86 867,42 грн.
- OVS kids = 109 312,5 + 37 603,5 = 146 916,00 грн.

- Piazza Italia = 173 389,5 + 59 645,99 = 233 035,49 грн.
- SCOTCH & SODA = 34 662 + 11 923,73 = 46 585,73 грн.
- Всього = 552 366 + 205 493,9 = 757 859,9 грн.

Таблиця 3.6

**Значення ефективності імпорتنих операцій на ТОВ «АРГО –
торгівельна мережа» по брендах**

Назва бренду	Вартість імпортової продукції на внутрішньому ринку, грн. (В _{в,р})	Витрати на придбання імпортової продукції, грн. (В _і)	Економічна ефективність імпорту (Е _{еф.і})
United Colors of Benetton	199 576,8	183 124, 51	1,09
Desigual	73 012,8	61 330,75	1,19
Hummel	103 413,6	86 867,42	1,19
OVS kids	174 900	146 916, 00	1,19
Piazza Italia	277 423,2	233 035,49	1,19
Scotch & Soda	55 459,21	46 585,73	1,19
Всього	883 785,6	757 859,9	1,17

Аналізуючи табл. 3.6, можна сказати, що імпортні операції на ТОВ «АРГО – торговельна мережа» з усіма брендами є ефективними, оскільки значення економічної ефективності імпорту перевищує 1. Але якщо порівнювати значення кожного з брендів, можна побачити, що найнижча ефективність імпорتنих операцій з брендом United Colors of Benetton, це може бути пов'язано з умовами поставки FCA, за якими підприємство додатково оплачує страхування та перевезення. Задля підвищення ефективності імпорتنих операцій з даним постачальником необхідно обговорити зміну базисної умови поставки за Інкотермс 2010.

На ефективність здійснення імпорту верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торговельна мережа» цілком можуть впливати наступні фактори:

- кількість партії поставки (при збільшенні кількості замовлення продавець може зробити додаткові знижки та надати преференції, що можуть значно понизити витрати);

- контрактна ціна поставки;
- строки поставки (чим швидше продавець зможе поставити товар до складу підприємства, тим швидше цей товар зможе потрапити до магазину та бути реалізованим, і, відповідно, принести прибуток);
- базисні умови поставки (в залежності від того, які витрати бере на себе продавець, підприємство може заощадити власні кошти на здійснення імпорту);
- умови оплати (за якою схемою відбувається оплата – частина віддається як задаток, чи повністю оплачується вся вартість при отриманні поставки);
- курс валюти на момент отримання поставки (адже оплата іде в основному в євро);
- витрати на реалізацію отриманого товару;
- інші фактори.

Отож, можна сказати що імпорт верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» є доволі ефективним, оскільки загальна економічна ефективність від його здійснення становить 1,16.

3.3. Напрями підвищення ефективності операцій імпорту верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа»

Для кращого розуміння реальної ефективності імпорту верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» та розробки напрямів підвищення ефективності операцій імпорту на підприємстві, доцільно було б провести SWOT-аналіз. Спочатку ведеться своєрідна «розвідка місцевості» - оцінка ринку. Цей етап дозволяє оцінити ситуацію поза підприємством і зрозуміти, які є можливості, а також, яких погроз слід побоюватися. Далі слід визначити, які сильні сторони і недоліки є в підприємства та зі всього переліку вибрати найбільш важливі сильні і слабкі його сторони. Можливості

та загрози, сильні та слабкі сторони ТОВ «АРГО – торговельна мережа» наведено в табл. 3.7.

Таблиця 3.7

**Матриця SWOT – аналізу імпорту верхнього дитячого одягу на
ТОВ «АРГО – торговельна мережа»**

	МОЖЛИВОСТІ "O" — OPPORTUNITIES	ЗАГРОЗИ "T" — THREATS
ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розширення товарного асортименту 2. Заклучення контрактів з іншими досить відомими брендами верхнього дитячого одягу 3. Налагодження стійких зв'язків зі споживачами, за рахунок безпосереднього контакту з ними (дитячі свята, акції та спеціальні пропозиції для дітей) 4. Більш активна торгівля через інтернет та соціальні мережі. 5. Додаткові послуги 6. Стійкий попит 7. Співпраця з іншими відомими брендами дитячого одягу 8. Зниження податків та мит на імпорт верхнього дитячого одягу 9. Поліпшення рівня життя населення 10. Підвищення рівня цін 11. Невдала поведінка конкурентів на ринку 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Зростання податків та мит на імпорт верхнього дитячого одягу 2. Пониження рівня цін 3. Зростання темпів інфляції 4. Зниження рівня життя населення 5. Посилення конкуренції 6. Збої в постачаннях товару 7. Нестабільна політична ситуація в країні 8. Зниження репутації серед споживачів 9. Законодавче регулювання <ol style="list-style-type: none"> a. Нові митні бар'єри b. Нові законодавчі акти 10. Сезонний спад 11. Економічний спад
	ПЕРЕВАГИ "S" — STRENGTH	НЕДОЛІКИ "W" — WEAKNESS
ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Великий досвід 2. Висока якість продукції 3. Висока популярність компанії 4. Високі продажі 5. Товар, що постійно оновлюється 6. Доступні ціни 7. Наявна картка постійних клієнтів, що дає змогу накопичувати бонуси з кожної покупки та розплачуватися ними в майбутньому 8. Велика кількість магазинів та досить великі площі торгових зал 9. Привабливий дизайн 10. Кваліфіковані кадри 11. Конкурентоздатна цінова політика 12. Відпрацьовані бізнес-процеси 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостатньо широкий асортимент верхнього дитячого одягу 2. Зависокі ціни на деякі моделі 3. Не досить ефективна система оплати та стимулювання працівників 4. Відсутність великих знижок 5. Наявність магазинів у невеликій кількості міст 6. Недостатньо сильна рекламна кампанія 7. Невелика кількість додаткових послуг

За результатами проведеного SWOT-аналізу встановлено, що ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» має ряд сильних сторін і можливостей на ринку верхнього дитячого одягу. Підприємству можна запропонувати конкретні стратегії з потенціювання цих сторін і можливостей за умови врахування й обмеження впливу слабких сторін і загроз, що забезпечить підприємству значно більші конкурентні переваги. А саме – розширення наявного товарного асортименту з урахуванням сезонності верхнього дитячого одягу та попиту на нього в різні сезони; намагатися всіляко заохочувати споживачів за рахунок проведення різноманітних акцій, подарунків до Дня Народження покупця і т.д., що дасть змогу закріпити та посилити авторитет підприємства серед споживачів.

Також можна відзначити, що найбільш переважною для компанії ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» на даному етапі розвитку є стратегія посилення позицій на ринку України, створення додаткових точок продажу в інших містах. Це обумовлено тим, що у фірми ще не вистачає потужності для розширення мережі своїх магазинів у інших областях та підприємство не зовсім впевнено у наявності попиту на товар, а також у купівельній спроможності населення інших областей, оскільки цінова політика деяких брендів може виявитися для них занадто високою. Але при цьому у компанії все-таки існує ряд переваг, завдяки яким вона є досить сильним конкурентом багатьом монобрендовим магазинам та інтернет-платформам на ринку України, оскільки бренди, які представляє підприємство є достатньо популярними, а якість продукції – високою, що, в свою чергу, значно приваблює споживачів. Тому підприємству слід укріпити свої позиції перед таким значним кроком, як вихід на нові ринки інших міст та областей України. Слід дуже ретельно дослідити попит та вимоги споживачів, а також рівень життя населення областей, щоб знати їх купівельну спроможність. Для початку можна створити хоча б по одному шоу-руму в інших містах України, де покупці інтернет-магазину ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» мали б

змогу приміряти замовлений товар. Вибрана стратегія, безумовно, надасть змогу підвищити ефективність імпортової діяльності підприємства.

Таким чином, провівши SWOT-аналіз імпортової діяльності ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», виявилися деякі помилки в стратегії підприємства, які могли б привести до зниження ефективності діяльності підприємства в цілому. Проте, поряд з цим, матриця SWOT-аналізу допомогла поглянути на сильні і слабкі сторони підприємства, проаналізувати можливості та загрози зовнішнього середовища.

Зважаючи на проведений аналіз імпортової діяльності ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» та оцінку ефективності імпортової діяльності, можна запропонувати наступні напрями підвищення ефективності операцій імпорту верхнього дитячого одягу на даному підприємстві:

– Ліквідація можливих «бар'єрів недовіри» покупців до товарів, про який він має мало відомостей, оскільки постачальник досить часто не вказує дуже важливих характеристик верхнього дитячого одягу, які найчастіше цікавлять споживачів (яку найнижчу температуру витримує верхній одяг, чи захищена верхня тканина від дощу та ін.).

Вирішенням даного питання може стати замовлення ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» дослідження зразків верхнього дитячого одягу, що реалізуються на підприємстві. Основним функціональним призначенням верхнього дитячого одягу є захист організму дитини від шкідливого впливу навколишнього середовища, зважаючи на це, доцільно було б провести дослідження зразків на визначення показників сумарного теплового опору, повітропроникності, волого проникності, складу сировинних складників та вмісту шкідливих речовин. Наявність в магазинах підприємства документів, які дійсно підтверджували якість верхнього дитячого одягу та його безпечність, а також конкретні значення досліджуваних показників та їх відповідність вимогам, встановленим у нормативних документах, значно б підвищила довіру споживачів до товару підприємства, а також підвищила б

попит та збут верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа».

Дослідження можна провести на базі лабораторії підприємства європейського рівня в галузі стандартизації, метрології та оцінки відповідності ДП "Укрметртестстандарт" в центрі сертифікації та випробувань продукції легкої промисловості (м. Київ). Вартість проведення всіх запропонованих досліджень для одного зразка становитиме приблизно 6000 грн. Обсяг верхнього дитячого одягу на підприємстві у 2017 році становив 171 100 одиниць. Достатньо було б вибірково дослідити хоча б 100 одиниць товару, що обійшлося б підприємству в $100 \cdot 6000 = 600\,000$ грн. за рік, але результати даних досліджень можна було б використовувати по всіх магазинах підприємства не один рік.

– Залучення нових постачальників верхнього дитячого одягу, що відшивають товари для вікових категорій, які на даний момент не представлені в магазинах підприємства (одяг для новонароджених (дітей віком до 9 місяців), одяг для дітей ясельної групи (дітей віком від 9 місяців до 3 років) та одяг для дітей підліткової групи (дітей віком від 15,5 до 18 років), що дало б змогу залучити більшу кількість споживачів та зробити асортимент підприємства більш широким.

В даному випадку, доцільним було б обговорити з наявним постачальником одягу MANGO можливість реалізації та закупки дитячого одягу даного бренду. Також можливим було б заключення договорів з новим постачальниками H&M або ж Pink Panda, в асортименті яких наявний верхній дитячий одяг для новонароджених. Такий крок сприяв би розширенню асортименту на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», що в свою чергу, сприяло б підвищенню ефективності імпорту верхнього дитячого одягу на підприємстві в подальшому.

– Переглянути тип посередництва з наявними постачальниками та обговорити можливість посередництва ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» на умовах не закупки, а реалізації, що, в свою чергу, дало б змогу покрити

збитки від нереалізованої продукції і цим самим значно підвищити ефективність імпоротної діяльності на підприємстві.

Обсяг імпорту верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» у 2017 році становив 69 420 євро. Уявімо, що підприємство співпрацює з усіма постачальниками на умовах реалізації. Нехай підприємство реалізувало 50% від загального обсягу верхнього дитячого одягу (34 710 євро). Решту нереалізованого товару підприємство хоче закупити за зниженою ціною. Постачальники надають знижку 30% на нереалізований верхній дитячий одяг, що становить 10 413 євро. Отож, постачальники мають повернути підприємству ще 10 413 євро та залишити нереалізований товар підприємству. Таким чином, ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» отримало б назад частину коштів, які в подальшому можна вкласти в закупку нових колекцій брендів, а також товар минулих колекцій, який також можна продовжувати реалізовувати на підприємстві за вигідною ціною як для споживачів (адже товар буде «уцінено», що значно більше приверне увагу покупців), так і для самого підприємства.

– Розглянути можливість постачання верхнього дитячого одягу на базисних умовах поставки DAP і по можливості DDP, щоб мінімізувати витрати підприємства на транспортування товару та перенести всю відповідальність за збереження верхнього дитячого одягу до моменту надходження на склад підприємства.

Підприємство таким чином матиме змогу значно зменшити власні витрати та уникнути понесення збитків в разі пошкодження товару в дорозі, а також зняти з себе відповідальність за страхування верхнього дитячого одягу, пошуку надійних перевізників та ін.

– Обговорити з постачальниками збільшення обсягів поставок та можливості застосування певних преференцій, що також дадуть змогу знизити витрати підприємства та підвищити ефективність імпортних операцій.

По-перше, збільшення обсягів поставок понесе за собою також розширення асортименту верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», збільшення кількості та різновидів моделей, а по-друге, підприємство матиме змогу маніпулювати постачальником збільшенням обсягів поставок задля отримання додаткових знижок на закупівлю даних поставок та отримання можливих преференцій в подальшому.

- Також, як вже зазначалося раніше, необхідно розширювати ринки збуту і в інших містах України. Це надасть змогу підвищити обсяги реалізації та розширити масштаби підприємства. Даний крок є досить затратним для ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», проте достатньо дієвим задля підвищення ефективності імпортової діяльності підприємства.

Приблизна місячна вартість за оренду квадратного метру в деяких містах України наведена в табл. 3.8, з урахуванням того, що вартість за 1 м² в Черкасах становить 180 грн., в Херсоні – 375 грн., в Сумах – 310 грн., в Полтаві – 243 грн., Чернівцях – 260 грн., Луцьку – 190 грн.

Таблиця 3.8

Вартість місячної оренди м² в різних містах України, грн. [77]

Назви міст	Черкаси	Херсон	Суми	Полтава	Чернівці	Луцьк
Вартість оренди магазину розміром 100 м ²	18 000	37 500	31 000	24 300	26 000	19 000
Вартість оренди магазину розміром 200 м ²	36 000	75 000	62 000	48 600	52 000	38 000
Вартість оренди магазину розміром 300 м ²	54 000	112 500	93 000	72 900	78 000	57 000

Виходячи з табл. 3.8, можна зробити висновок, що найбільш доцільним буде орендувати приміщення розміром 200 м², так як на такій торговій площі можна буде розмістити достатньо велику кількість товару підприємства. Для початку варто відкрити мультибрендовий магазин ТОВ «АРГО – торгівельна мережа», оскільки в ньому будуть представлені різні бренди жіночого,

чоловічого та дитячого одягу. Проаналізувавши дану таблицю можна сказати, що найбільш дешевим варіантом буде відкриття магазину в місті Черкаси або Чернівці, де вартість 1 м² є найнижчою з усіх розглянутих місць. Якщо брати до уваги місто Черкаси, то річна оренда магазину становитиме 432 000 грн., а в Чернівцях – 456 000 грн. Також необхідно враховувати додаткові витрати на закупку необхідного торговельного обладнання та найм працівників.

Розглянемо випадок з відкриттям магазину в Черкасах. Як вказано вище, річні витрати за оренду становитимуть 432 000 грн., на базі ТОВ «АРГО – торговельна мережа» наявна достатня кількість торговельного обладнання з раніше закритих магазинів, якої вистачить для установаження в новому магазині. Необхідно буде лише придбати касовий апарат та зробити косметичний ремонт приміщення, оскільки воно знаходиться в торговельному центрі, дані витратимуть становитимуть приблизно 250 000 грн. Для магазину такого масштабу необхідний наступний склад працівників: директор, заступник директора, 2 завідувачі складу, мерчендайзер, 2 касири та 8 продавців-консультантів. Витрати на оплату праці найманих працівників за рік складуть приблизно 984 000 грн. На проведення реклами в зв'язку з відкриттям магазину (біл-борди, флаєри, вивіски в метро та на вулицях) компанії слід витратити близько 1 000 000 грн. за рік. Отже, загальні витрати на відкриття нового магазину ТОВ «АРГО – торговельна мережа» становитимуть 2 666 000 грн. Якщо магазин буде виконувати план в середньому 2 000 000 грн/місяць, то за 2 – 3 місяці відкриття нового магазину повністю окупиться компанії і вона вийде «в плюс». Даний крок є дорогovarтісним для підприємства, але в той самий час досить ефективним.

Очікувані результати від виконання запропонованих шляхів підвищення ефективності операцій імпорту верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торговельна мережа» можуть бути наступними:

- за рахунок розширення асортименту верхнього дитячого одягу, заключення договорів з новими брендами, домовленості з постачальниками

про збільшення обсягів поставок, а також відкриття хоча б кількох магазинів в інших містах України, обсяги верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» можуть збільшитися приблизно в 2 рази і становити 342 000 од. (171 100 од. за 2017 рік * 2) або ж 4 415 112 грн. (2 207 556 грн. у 2017 році * 2);

- якщо відбудеться збільшення обсягів поставок до 4 415 112 грн. і підприємство домовиться про тип посередництва на умовах реалізації, то навіть при варіанті, коли на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» реалізується тільки 50% від загального обсягу (2 207 556 грн.), решту моделей підприємство зможе закупити за зниженою хоча б на 30% ціною (тобто за 1 545 289,2 грн.) та повернути назад на підприємство 662 266,8 грн.

Отже, виробляючи стратегії, слід пам'ятати, що можливості і загрози можуть переходити в свою протилежність. Так, невикористана можливість може стати загрозою, якщо її використовує конкурент. Таким чином для ТОВ «АРГО – торговельна мережа» необхідна така стратегія, де будуть збільшені внутрішні сили і зовнішні можливості підприємства, і де слід скоротити слабкі внутрішні сторони фірми і по можливості пом'якшити негативний вплив зовнішніх загроз.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Аналіз ринку верхнього дитячого одягу показав, що даний ринок наповнений виробами як вітчизняного, так і імпортного виробництва. Велику частку на внутрішньому ринку займає контрабанда та тіньовий бізнес (20,8%), що є доволі негативним фактором для економіки нашої країни. Секонд-хенд займає 6,5%, власне виробництво - 14,7%, а імпорт - 58%, що свідчить про значно більший попит на верхній одяг закордонного виробництва, ніж на верхній одяг вітчизняного виробника. Проте, протягом останніх трьох років спостерігається переважання експорту над імпортом, про що свідчать дані Державної фіскальної служби України. Якщо даний ринок і надалі буде показувати позитивну динаміку в своєму розвитку, то цілком можна говорити про його перспективність.

Нормативні документи, які регламентували би значення основних показників якості верхнього дитячого одягу в Україні відсутні. Наявні лише кілька нормативних документів, в яких зазначено допустимі норми певних показників, що стосуються верхнього дитячого одягу та його якості – це ДСТУ 1512-92; ДСТУ 1971-92; ДСТУ EN 14682:2008; ДСТУ EN 13542:2008; ДСТУ EN 13543:2008; ДСТУ EN 14682:2016 (EN 14682:2014, IDT).

Для детальної класифікації верхнього дитячого одягу її було представлено у вигляді ієрархічної системи підмножини, враховуючи властивості верхнього дитячого одягу і закономірні зв'язки між ними та дотримуючись наукових принципів та правил систематики.

Імпортна діяльність підприємства є складним процесом, що потребує ґрунтовного підходу до його організації. Для його ведення на підприємстві необхідно детально вивчити кон'юнктуру ринку, чітко визначити вимоги до потенційних продавців, вивчити попит на товари серед споживачів, обрати тип посередництва та базисні умови поставки, які найбільше підходять для підприємства. Також вагоме значення мають створені в країні умови для

розвитку імпортової діяльності підприємства в зовнішній сфері і підтримка його розвитку на національному рівні.

Оцінка якості верхнього дитячого одягу, а саме курток з об'ємним наповнювачем включала наступні дослідження: визначення товщини пакету, розрахунок поверхневої густини, розрахунок сумарного теплового опору, вимірювання повітропроникності, визначення вмісту складників сировинного складу та визначення вмісту вільного і здатного частково виділятися формальдегіду. Дослідження було проведено згідно з вказаними у відповідних НД методиками в лабораторії Київського національного торговельно-економічного університету, а також на базі лабораторії підприємства європейського рівня в галузі стандартизації, метрології та оцінки відповідності ДП "Укрметртестстандарт" в центрі сертифікації та випробувань продукції легкої промисловості (м. Київ). Досліджувались зразки дитячих курток, які реалізуються на ТОВ «АРГО – торговельна мережа».

Частка верхнього дитячого одягу на ТОВ «Арго – торговельна мережа» становить близько 30% від всього одягу. Верхній дитячий одяг на даному підприємстві представлений наступними брендами – Benetton, OVS kids, Piazza Italia, Desigual, Hummel та Scotch&Soda. Починаючи з 2014 року відбулося поступове збільшення кількості верхнього дитячого одягу, що надходить на підприємство на 53 855 одиниці у 2017 році. В асортименті верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торговельна мережа» 65% від всього верхнього одягу займає одяг для дівчаток, а решта (35%) – одяг для хлопчиків. На підприємстві представлений верхній дитячий одяг для дітей, віком від 3-х (мінімальний вік) до 14+ років (максимальний вік, для якого призначений даний одяг). Основна частина верхнього одягу припадає на куртки (26,01%) та пальто (27,06%).

Для оцінки якості верхнього дитячого одягу було взято два зразки – куртка з об'ємним наповнювачем пух-перо та куртка з об'ємним наповнювачем синтепон італійського дитячого бренду OVS kids, що

реалізуються на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» та належать до вікової категорії від 3 до 6,5 років. При різних значеннях товщини та ваги пакета, відносні показники сумарного теплового опору знаходяться майже на одному рівні 0,325 м²С/Вт в зразка куртки з наповнювачем пух-перо та 0,256 в зразка куртки з наповнювачем синтепон. Зразок дитячої куртки з наповнювачем пух-перо при меншій товщині (12 мм) має найменший рівень повітропроникності, що забезпечує їй кращі теплозахисні властивості. Вищий рівень повітропроникності властивий зразку з синтетичним наповнювачем при товщині пакета 16 мм.

Результати дослідження вмісту складників сировинного складу матеріалу верху та низу обох зразків показали, що обидві куртки складаються зі 100% - го поліестеру. Значення вільного та здатного частково виділятися формальдегіду може становити до 300 мкг/г, згідно з вимогами ДСТУ 4239:2003 та ДСанПіН 3.3-182-2012. І жоден з досліджуваних зразків не перевищує дані норми.

Було розроблено матричну діаграму («Будиночок якості») при плануванні верхнього дитячого одягу (курток). Дана діаграма показала, що необхідно створити куртку з підвищеними показниками сумарного теплового опору, повітропроникності та гігроскопічності наповнювача. Для підвищення даних показників слід ретельно обирати матеріали для виробництва.

Імпорт товарів на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» ведеться з десяти країн світу та реалізується в чотирьох містах України. Найбільші обсяги поставок на підприємство надходять з Данії, а найбільше продукція реалізується в Києві, за рахунок більшого насичення в місті магазинів підприємства. Основними базисними умовами поставки імпортування товарів згідно з Інкотермс 2010 є DAT та DAP і з одним брендом - FCA з використанням в основному автомобільного транспорту, меншою мірою – залізничного чи авіа- транспорту.

Імпорт верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа» є ефективним, оскільки економічна ефективність від його

здійснення становить майже для всіх брендів перевищує 1, і є найнижчою для бренду United colors of Benetton, що пов'язане з співпрацею на базисній умові поставки FCA, яка не досить вигідна для підприємства.

Тому на підставі проведених досліджень можна зробити наступні пропозиції стосовно підвищення якості верхнього дитячого одягу при здійсненні імпорту:

- розробити та впровадити НД, в яких вказувалися та нормувалися б показники якості верхнього дитячого одягу, а саме – повітропроникність, сумарний тепловий опір, склад сировинних складників та вміст шкідливих речовин;

- спираючись на досвід ЄС, розширити список заборонених шкідливих речовин (в тому числі барвників), що використовуються при виготовленні верхнього дитячого одягу;

- впровадити на митницях додаткову перевірку верхнього одягу для дітей, який ввозиться на територію України на вміст шкідливих та небезпечних речовин;

- вжити всіх можливих заходів задля усунення ввезення неякісного верхнього одягу, який видають за відомі світові бренди, під статусом товарів «секунд-хенд» або ж ввезених контрабандою та їх подальшої реалізації на ринку України;

а також пропозиції щодо підвищення ефективності операцій імпорту верхнього дитячого одягу на ТОВ «АРГО – торгівельна мережа»:

- заключати договори з іноземними представниками на умовах реалізації їх товару, а не на умовах закупки, що, в свою чергу, дасть змогу частково покрити збитки від нереалізованого товару, цим самим підвищити ефективність імпорту;

- розпочати співпрацю з брендами, які виготовляють верхній дитячий одяг для вікових категорій, що не представлені на підприємстві (одяг для новонароджених (дітей віком до 9 місяців), одяг для дітей ясельної групи (дітей віком від 9 місяців до 3 років) та одяг для дітей підліткової групи

(дітей віком від 15,5 до 18 років), що дало б змогу привабити більшу кількість споживачів, а також зробити асортимент підприємства більш повним та широким;

- обговорити з наявними постачальниками збільшення обсягів поставок і, як наслідок, застосування можливих преференції, що дасть змогу знизити витрати на закупку товарів і цим самим підвищити ефективність імпортової діяльності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Легка промисловість України: реалії та перспективи розвитку. Експертно-аналітична доповідь/ Колектив авторів під науковою редакцією д.е.н., професора, член-кор. НАПН України І. М. Грищенка. К.: КНУТД, 2015. 82 с.
2. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 від 11.10.2010 р. N 457. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Украина увеличила производство товаров легкой промышленности. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://economics.unian.net/industry/2206974-ukraina-uvelichila-proizvodstvo-legkoy-promyshlennosti.html>
4. Легка промисловість України: реалії та перспективи. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uteka.ua/ua/publication/news-14-delovye-novosti-36-legkaya-promyshlennost-ukrainy-realii-i-perspektivy>
5. Экспорт одежды та взуття до ЄС. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://issuu.com/mineconomdev/docs/export_guide_ukr/19
6. ДСТУ 2027 - 92. Вироби швейні й трикотажні. [Чинний від 1993-01-01] Київ, 1992. 21 с. (Терміни та визначення).
7. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua>
8. Зроблено в Україні, але не для українців. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/ekonomika/zrobleno-v-ukrayini-ale-ne-dlya-ukrayinciv>
9. ДСТУ ISO 9000:2007. Системи управління якістю. [Чинний від 2007-09-03]. Київ, 2007. 29 с. (Основні положення та словник термінів).
10. Колесников П.А. Теплозащитные свойства одежды / Изд-во «Легкая индустрия». Москва, 1965. 345 с.

11. Ярощук О.В. Аналіз нормативних документів для виготовлення та експертизи швейних виробів дитячого асортименту / О.В. Ярощук // Вісник Хмельницького національного університету. 2011. №1. С. 252 – 256.
12. Теоретичні основи товарознавства: Підручник / за заг. ред. д.т.н., с.н.с., проф. Ю.Т. Жука. Львів: Компакт-ЛВ, 2009. 480 с.
13. Склянников В.П. Потребительские свойства текстильных товаров. М.: Экономика, 1982. 160 с.
14. Вавілова Л.С. Характеристика теплозахисних властивостей дитячих курток / Л.С. Вавілова // Збірник наукових статей студентів КНТЕУ «Управління безпечністю, якістю та експертиза товарів». Ч. відп. ред. В.А. Осика. К : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. Ч.2. С.164-169.
15. Барсукова, Н. К. Биологическая и химическая безопасность детской одежды: предъявляемые требования / Н. К. Барсукова, О. А. Чумичева // Рынок легкой промышленности. 2010. № 74. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rustm.net/catalog/article/1719.htm>
16. Safety Gate: the rapid alert system for dangerous non-food products. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/alerts/repository/content/pages/rapex/index_en.htm
17. ДСТУ EN 14682:2016. Безпечність дитячого одягу. Шнури та витяжні шнурки на дитячому одязі. [Чинний від 2017-10-01]. Київ, 2016. 39 с. (Технічні вимоги).
18. Экспорт одягу до Євросоюзу: які пастки пильнують на вітчизняного виробника. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://compet.kh.gov.ua/images/2017/Export/Requirements_clothes.pdf
19. Toxic chemicals found in children's clothes, shoes, Greenpeace says. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://medicalxpress.com/news/2014-01-toxic-chemicals-children-greenpeace.html>

20. Гринпис обнаружил опасные вещества в одежде премиумсегмента. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zmdosie.ru/mir-i-chelovek/zdorovie/4028-grinpis-obnaruzhil-opasnyeveshchestva>

21. Поліщук Л. В. Дослідження показників гігієнічності та безпечності дитячого одягу із текстилю / Л. В. Поліщук, О. В. Калашник, О. В. Кириченко // Технологический аудит и резервы производства. 2016. № 5(3). С. 32-38.

22. Класифікація непродовольчих товарів : монографія / Мазаракі А.А. та ін. / Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ, 2016. 592 с.

23. Михайлова Г.М. Теплозахисні властивості ковдр із об'ємними наповнювачами / Г.М. Михайлова, Н.П. Форостяна // Міжнар. наук.-практ. журн. "Товари і ринки". 2016. № 1. С. 96 – 105.

24. Пугачевський, Г. Ф. Теоретичне товарознавство. Київ, 2016. 128 с.

25. Вавілова Л.С., Михайлова Г.М. Особливості класифікації верхнього дитячого одягу. Якість та безпечність товарів : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції для молодих учених та студентів (23 березня 2018 року). Луцьк, 2018. С. 11 – 12.

26. Михайлова Г.М., Гілевич Ю.В., Матієнко-Купріянова Н.М. Особливості класифікації постільних виробів. Актуальні проблеми теорії і практики експертизи товарів : матеріали IV Міжнар. науково-практичної інтернет-конференції (20–22 березня 2017 року). Полтава : ПУЕТ, 2017. С. 33 – 37.

27. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України № 959-ХІІ від 16.04.1991 р. (редакція від 04.10.2018 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>

28. Калачова І.В. Статистика послуг: концептуальні основи реформування / І.В. Калачова // Статистика України, 2001. № 4. С. 24 – 28.

29. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. К.: КНЕУ, 2003. 948 с.
30. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Зовнішньоекономічна діяльність: термінол. слов. К.: Кондор, 2007. 168 с.
31. Експорт та імпорт України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/eximp/>
32. Оформлення імпорту. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.import-export.kiev.ua/customs_broker-import.html
33. Білоус О. О. Правове регулювання експортно-імпортних операцій в Україні / О. О. Білоус // Форум права, 2011. № 2. С. 64 – 69.
34. Мельник О. Г. Імпортна діяльність підприємств як об'єкт етіологічної діагностики / О. Г. Мельник, М. Я. Нагірна // Вісник Національного університету "Львівська політехніка", 2013. № 778. С. 173 – 179.
35. Облік імпортних операцій. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://msn.khnu.km.ua/mod/page/view.php?id=126744>
36. Ефективне управління імпортними операціями на підприємстві. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/43679/1/Derevyanco_nacionalne.pdf
37. Шевченко О.Р. Управління імпортною діяльністю підприємства (на прикладі ТОВ «Трейд-Шуз») : автореф. дис. на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістр : Київ, 2016. 25 с.
38. Організація імпортової діяльності підприємства ТОВ "Пластик Україна". – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://knowledge.allbest.ru/international/3c0b65625b2ac79a5d43a88421316c36_0.html
39. Справляння митних платежів (ст.289-304) . – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/mk/rozdil-9/glava-43/>

40. ГОСТ 12023 – 2003. Материалы текстильные. Полотна. [Чинний від 2005-01-12] Москва: Стандартинформ, 2005. 8 с. (Метод измерения толщины).

41. ГОСТ 3811 – 72 Материалы текстильные. Ткани, нетканые полотна и штучные изделия. [Чинний від 1973-01-01] Москва, 1972. 28 с. (Методы определения линейных размеров, линейной и поверхностной плотностей).

42. ГОСТ 20489 – 75. Материалы для одежды. [Чинний від 1976-01-01]. Москва, 1985. 9 с. (Метод определения суммарного теплового сопротивления).

43. ГОСТ 12088 – 77. Материалы текстильные и изделия из них. [Чинний від 1979-01-01]. Москва, 1977. 10 с. (Метод определения воздухопроницаемости).

44. ДСТУ 4057 – 2001. Матеріали текстильні. [Чинний від 2002-01-01]. Київ, 2001. 36 с. (Метод ідентифікації волокон).

45. ГОСТ 25617 – 83. Ткани и изделия льняные, полульняные, хлопчатобумажные и смешанные. [Чинний від 1984-01-01]. Москва, 1983. 170 с. (Методы химических испытаний).

46. Райкова Е. Ю., Додонкин Ю.В. Теория товароведения : учебн. Пособие. М. : Издательский центр "Академия", 2004. 240 с.

47. ДСТУ ГОСТ 427:2009. Линейки измерительные металлические. [Чинний від 2009-02-01]. Київ, 2009. 14 с. (Технические условия).

48. Тепловое сопротивление (типа ПТС-225) МТ-380. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://usk.ua/mt-380.html>

49. ГОСТ 20566 - 75. Ткани и штучные изделия текстильные. [Чинний від 1976-06-30]. Москва, 1975. 3 с. (Правила приемки и метод отбора проб).

50. Проникність текстильних матеріалів. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0049&T=17&lng=1&st=0

51. Витратомір. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wiki.tntu.edu.ua/Витратомір>
52. Михайлова Г.М. Формування властивостей і товарознавча оцінка якості тканин для дитячого одягу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук : 03.01.2004 р. Київ, 2004. 20 с.
53. ДСТУ 3993 – 2000. Товарознавство. [Чинний від 2000-10-31]. Київ, 2000. 26 с. (Терміни та визначення).
54. Номенклатура і асортимент товару. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/48446/marketing/nomenklatura_asortiment_tovaru.
55. Кардаш. В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. К. : КНЕУ, 2010. 240 с.
56. Методи визначення якісного та кількісного складу текстильних матеріалів: монографія / Н.П. Супрун, Ю.І. Островецька. К.: КНУТД, 2012. 108 с.
57. Пугачевський Г.Ф. Проблеми безпечності наповнювачів для постільних виробів / Г.Ф. Пугачевський, Г.М. Михайлова, Ю.В. Гілевич // Легка промисловість. 2015. №4. С. 12 – 15.
58. ДСТУ 4239:2003 Матеріали та вироби текстильні і шкіряні побутового призначення. [Чинний від 2004-10-01]. Київ, 2003. 24 с. (Основні гігієнічні вимоги).
59. Інструменти, методи управління якістю та процес розгортання функції якості (QFD). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0152&T=06&lng=1&st=0
60. Управление качеством продукции. Инструменты и методы менеджмента качества: учеб. пособ. / С.В. Пономарев и др. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2005. 248 с.
61. Ісікава К. Японські методи управління якістю: Підручник. М.:Економіка, 1998. 165 с.

62. Взаємозв'язок функцій та методів управління. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studopedia.su/16_165304_vzaiemozvyazok-funktsiy-ta-metodiv-upravlinnya.html

63. Кореляція. Коефіцієнт кореляції. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://teta.at.ua/statustuka/lekcija13.pdf>

64. Зовнішньоекономічна діяльність: суб'єкти, види, право. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://library.if.ua/book/81/5700.html>

65. Инкотермс 2010 в Украине. Официальный сайт. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://incoterms.zed.ua>

66. Инкотермс. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.utsb.kiev.ua/ukr/hlosariy/677-inkoterms.html>

67. Интернет-магазин MD-Fashion. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://md-fashion.com.ua/about-us>

68. BPM доставка в Україну: доступний шопінг і брендів товар з Америки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pr.tsn.ua/vikno/bpm-dostavka-v-ukrayinu-dostupniy-shoping-i-brendoviy-tovar-z-ameriki-909840.html>

69. Залізнюк В. П. Можливості та напрями розвитку експортної діяльності підприємств в умовах інтеграції України в європейський економічний простір / О. В. Кендюхов, В. П. Залізнюк // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2015. № 2 (9). С. 91 – 96.

70. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон [монографія] / Козак Ю.Г. та ін. К.: Центр навчальної літератури, 2016. 240 с.

71. Швагер О.Р. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств: формування методики аналізу. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7046/89.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

72. Малярець Л. М. Аналіз ефективності експортно-імпоротної діяльності підприємства для її стратегічного контролінгу /Л.М. Малярець, Г.В. Моргун // БІЗНЕСІНФОРМ, 2015. № 1. С. 165 – 171.

73. Ефективність імпорту. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/51-e/1434-efektivnist-importu.html>

74. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / за ред. О. В. Шкурупій. К. : Центр учбової літератури, 2012. 112-114 с.

75. Митний тариф України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/subektam-zed/stavki-vviznogo-ta-viviznogo-mita/eksportne-mito/>

76. УКТЗЕД. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/baneryi/mitne-oformlennya/subektam-zed/klasifikatsiya-tovariv/63603.html>

77. Аренда торговых площадей в Украине. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dom.ria.com/arenda-kom-nedvizhimosti/ploshchad/>



ЗРАЗОК №1 (наповнювач пух-перо)

Бренд – OVS kids

Виготовлено – М'янма

Матеріал верху та низу – 100% поліестер

Наповнювач - 70% пуху та 30% пера, згідно з маркуванням на етикетці

Стать – для дівчаток

Вік – 5-6 років

Колір – сірий

Хутро - відсутнє

ЗРАЗОК №2 (наповнювач синтепон)

Бренд – OVS kids

Виготовлено – М'янма

Матеріал верху та низу – 100% поліестер

Наповнювач – 100% поліестер, згідно з маркуванням на етикетці

Стать – для дівчаток

Вік – 5-6 років

Колір – синій

Хутро - відсутнє

Класифікація та ієрархічна структура властивостей верхнього дитячого предметного середовища

Класифікаційні рубрикації (клас)	Підклас	Групи (властивості, які задовольняють потреби)	Підгрупи	Види властивостей
1	2	3	4	5
Властивості, які задовольняють матеріальні (утилітарні, ергономічні) потреби споживачів	Властивості верхнього дитячого одягу як елементу предметного середовища в системі «дитина – верхній одяг», які задовольняють потреби	Антропометричні	Відповідність розмірних характеристик верхнього одягу розмірам дитини	Загальна співрозмірність дитячого верхнього одягу розмірам дитини
			Відповідність форми верхнього одягу формі тіла дитини	Співрозмірність, яка забезпечує прояв рухових і інших функцій
				Відповідність форми верхнього одягу іншим характеристикам форм тіла дитини
		Фізіологічні	Відповідність силовим можливостям дитини	Відповідність формі та розмірам дитини; маса верхнього дитячого одягу (відповідно до його ро...

1	2	3	4	5
			Відповідність швидкісним можливостям дитини	
		Жорсткість верхнього дитячого одягу		
		Сила тертя між шарами верхнього одягу та шкіри дитини		
		Гігієнічні	Безпечність (ступінь небезпеки)	Займистість
		Горючість		
		Нешкідливість (ступінь шкідливості)	Властивості, які забезпечують очищення шкіри та підодягового простору, а також чистоту самого верхнього одягу	Виділення шкідливих речовин
		Алергічна дія		
		Електризування		
		Потопоглинання		
		Забруднюваність верхнього дитячого одягу		
Психофізіологічні, що сприймаються	Органами зору, дотику, слуху			

Поверхнева густина, г/м² ГОСТ 3811-72 (Додаток 5 ІСО 3801 метод 5)Визначення маси на одиницю площі з використанням малих проб, г/м²

ДСТУ EN 12127:2009

Лінійка металева за ДСТУ ГОСТ 427:2009

Вага електронна лабораторна «ADVENTORER» AR 2140 2 кл. Зав. № 8329270396

Ідентифікаційний № зразка	№ елементарної проби розміром 100 * 100 мм	Вага елементарної проби (витриманої в стандартних кліматичних умовах) в боксі, г m₁	Вага відтарованого бюксу, г m₂	Вага елементарної проби, г m = m₁ m₂	Поверхнева густина, г/м ² Розраховують з точністю до 0,01 г/м ² , та округлюють до цілого числа
	1			3,81	381
	2			3,42	342
	3			3,84	384
	4			3,21	321
	5			3,30	330
					Середнє значення 351,6

Дата проведення випробувань _____

Виконавець _____

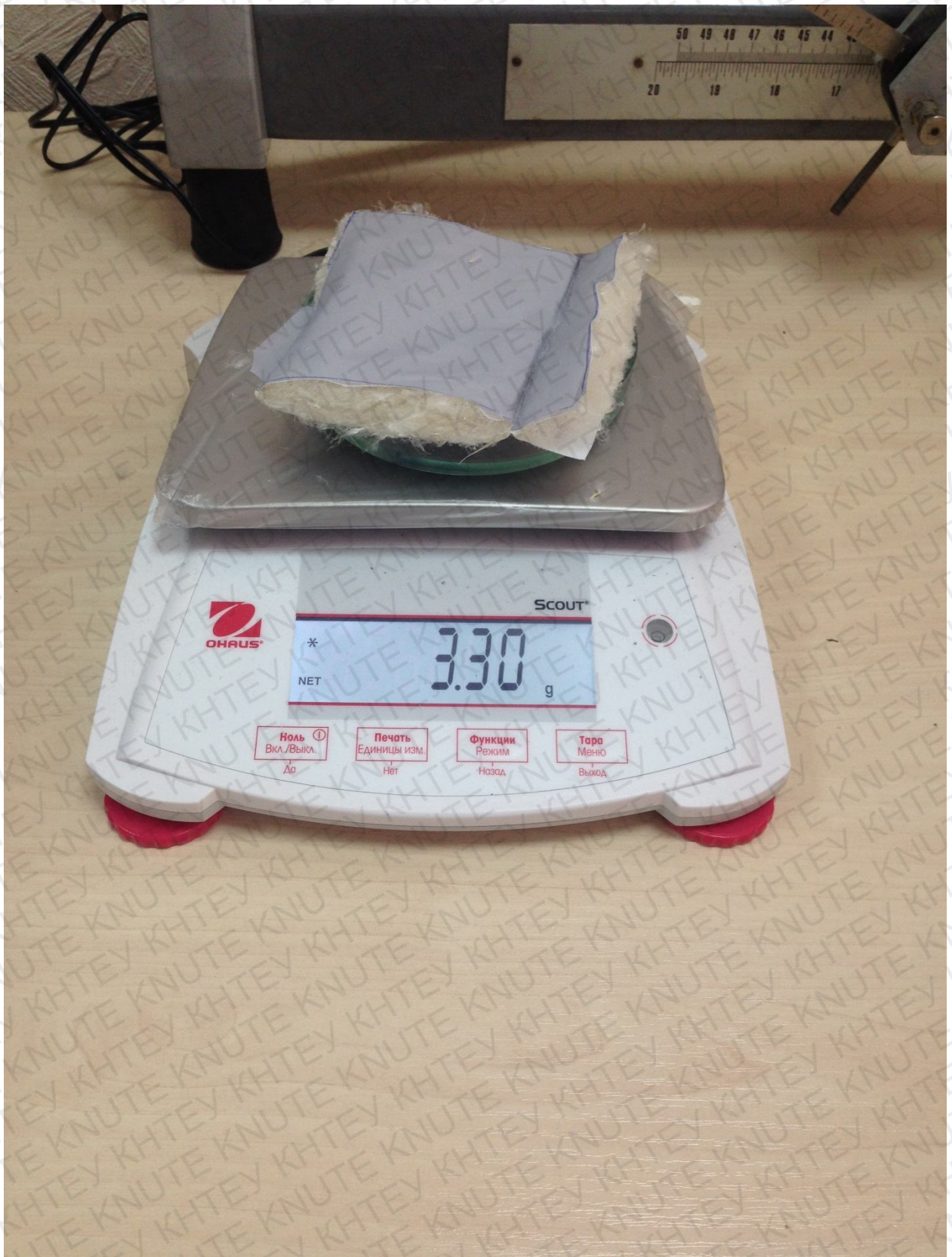


Рис. В1. Визначення ваги елементарної проби за допомогою вагів електронних лабораторних «ADVENTORER» AR 2140 2 кл.

Поверхнева густина, г/м² ГОСТ 3811-72 (Додаток 5 ІСО 3801 метод 5)Визначення маси на одиницю площі з використанням малих проб, г/м²

ДСТУ EN 12127:2009

Лінійка металева за ДСТУ ГОСТ 427:2009

Вага електронна лабораторна «ADVENTORER» AR 2140 2 кл. Зав. № 8329270396

Ідентифікаційний № зразка	№ елементарної проби розміром 100 * 100 мм	Вага елементарної проби (витриманої в стандартних кліматичних умовах) в боксі, г m_1	Вага відтарованого бюксу, г m_2	Вага елементарної проби, г $m = m_1 m_2$	Поверхнева густина, г/м ² Розраховують з точністю до 0,01 г/м ² , та округлюють до цілого числа	
	1			8,05	805	Середнє значення 838,6
	2			7,74	774	
	3			8,62	862	
	4			8,93	893	
	5			8,59	859	

Дата проведення випробувань _____

Виконавець _____



Рис. Г1. Визначення ваги елементарної проби за допомогою вагів електронних лабораторних «ADVENTORER» AR 2140 2 кл.

АОВАТОК А

апа

Расчет суммарного теплового сопротивления

Постоянные данные (константы)

Разность логарифмов $\Phi = 0,2$
Фактор прибора (Дж/(м²·С)) $B = 41872$
Поправка на рассеивание (с-1) $V = 0,0000777$
Полная теплоемкость пластины (Дж/С) $C_1 = 421,4$
Площадь пластины (м²) $S = 0,04118$
Диаметр пластины (мм) $d = 225$
Удельная теплоемкость материалов (Дж/кг С) 1675

Переменные значения

Вес м2 пакета одежды (кг/м²)
Толщина пакета (мм)
Время остывания пластины (с)
Расчетные значения
Темп охлаждения
Полная теплоемкость пробы
Коэффициент
Коэффициент теплов. потока

ВВЕДИТЕ:

$g = 0,3516$
 $b = 15$
 $t_{cp} = 1367$
 $m = 0,000146306$
 $C_2 = 24,2521374$
 $F = 0,981177308$
 $K_{тепор} = 0,867128028$
 $K_{пакета} = 0,83253827$

Тепловое сопротивление

$R_{тепор} = 0,3856728$
 $R_{пакета} = 0,4016964$

0,99 °C м²/Вт

ссыл

АОВАТОК Ж

Расчет суммарного теплового сопротивления

Постоянные данные (константы)

Разность логарифмов $\Phi = 0,2$
Фактор прибора (Дж/(м²·С)) $\Phi = 41872$
Поправка на рассеивание (с-1) $V = 0,0000777$
Полная теплоемкость пластины (Дж/С) $C_1 = 421,4$
Площадь пластины (м²) $S = 0,04118$
Диаметр пластины (мм) $d = 225$
Удельная теплоемкость материалов (Дж/кг·С) 1675

Переменные значения

Вес м2 пакета одежды (кг/м²)
Толщина пакета (мм)
Время остывания пластины (с)
Расчетные значения
Темп охлаждения
Полная теплоемкость пробы
Коэффициент
Коэффициент теплов. потока

ВВЕДИТЕ:

$g = 0,8386$
 $b = 16$
 $ter = 1433$
 $m = 0,000139567$
 $C_2 = 57,8436929$
 $E = 0,956246762$
 $K_{\text{тепор}} = 0,859885842$
 $K_{\text{пакета}} = 0,826082565$

Тепловое сопротивление

$R_{\text{тепор}} = 0,4069228$
 $R_{\text{пакета}} = 0,4235741$

0,4235741

Сумарний тепловий опір пакетів матеріалів, °См²/Вт

ГОСТ 20489-75

Прилад ПТС-225, Зав.№ 008

Верхній шар, кг/м ²	Нижній шар, кг/м ²	Утеплювач, кг/м ²	Сумарна щільність пакету, кг/м ²	Товщина пакету, мм	Час остигання пластини, с.	Сумарний тепловий опір
			0,3516	1. 12	1. 1367	0,39
				2. 8	2. 1369	
				3. 14	3. 1366	
				Ср. 12	Ср. 1367	

Дата проведення випробувань _____

Виконавець _____



Рис. 31. Визначення показника сумарного теплового опору 1 зразка за допомогою приладу ПТС-22

Сумарний тепловий опір пакетів матеріалів, °См²/Вт

ГОСТ 20489-75

Прилад ПТС-225, Зав.№ 008

Верхній шар, кг/м ²	Нижній шар, кг/м ²	Утеплювач, кг/м ²	Сумарна щільність пакету, кг/м ²	Товщина пакету, мм	Час остигання пластини, с.	Сумарний тепловий опір
			0,8386	2. 16	1.1424	0,41
				4. 15	2.1442	
				5. 14	3.1433	
				Ср. 15	Ср. 1433	

Дата проведення випробувань _____

Виконавець _____



Рис. И1. Прилад ПТС – 225 для вимірювання сумарного теплового опору

Коефіцієнт повітропроникності, $\text{дм}^3/\text{м}^2\text{с}$

Прилад ВПТМ-2 Зав. № 8

№ елементарної проби	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ідентифікаційний номер зразка										
Коефіцієнт повітропроникності, $\text{дм}^3/\text{м}^2\text{с}$	6,9 >	6,9 >	6,9 >	6,9 >	6,9 >	6,9 >	6,9 >	6,9 >	6,9 >	6,9 >
Середнє значення коефіцієнту повітропроникності, $\text{дм}^3/\text{м}^2\text{с}$	6,9 >									

Дата проведення випробувань _____

Виконавець _____

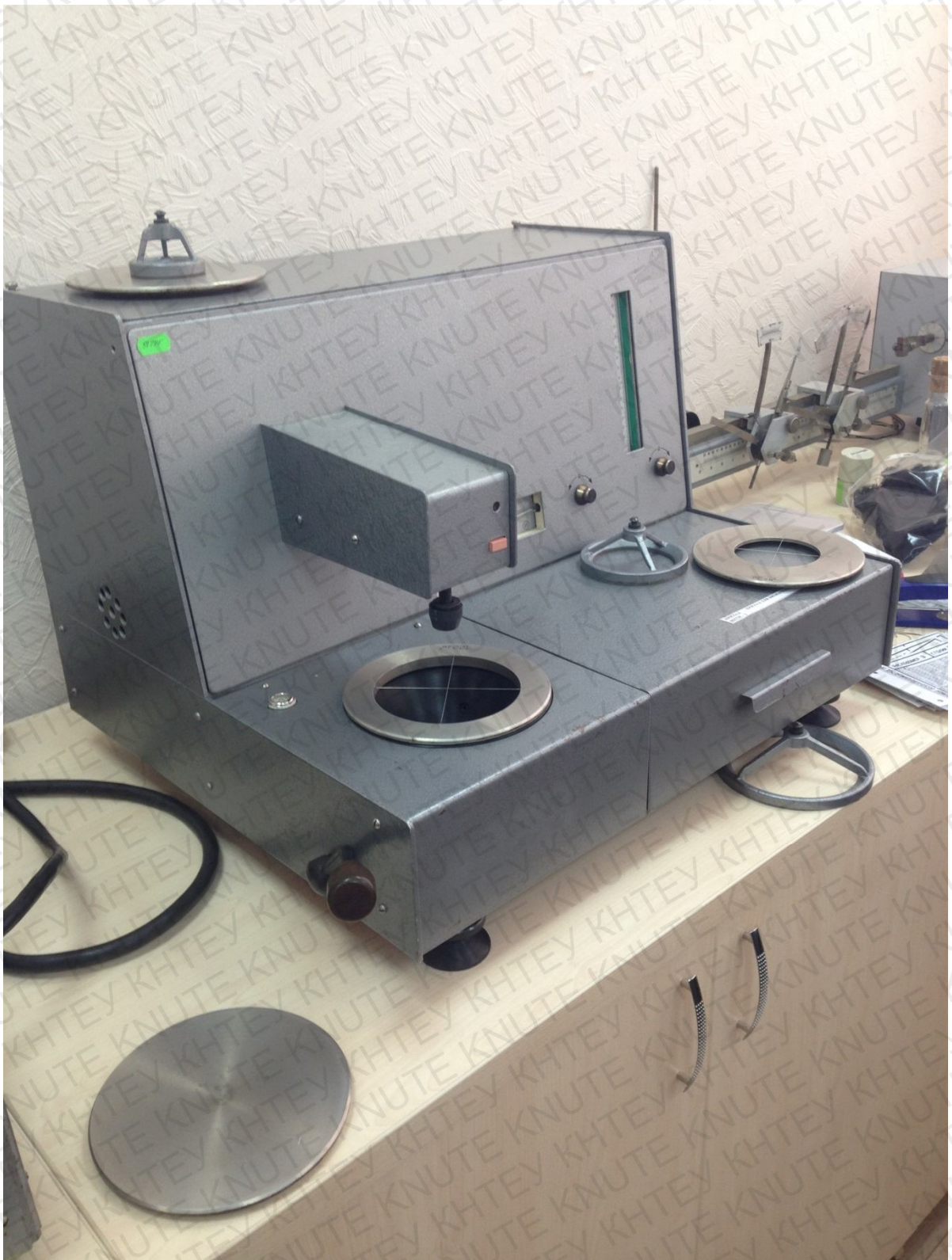


Рис. К1. Прилад ВПТМ-2 для вимірювання повітропроникності матеріалів

Коефіцієнт повітропроникності, $\text{дм}^3/\text{м}^2\text{с}$

Прилад ВПТМ-2 Зав. № 8

№ елементарної проби	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ідентифікаційний номер зразка										
Коефіцієнт повітропроникності, $\text{дм}^3/\text{м}^2\text{с}$	10,2	9,5	10,0	8,4	9,7	8,1	9,7	9,5	10,0	9,7
Середнє значення коефіцієнту повітропроникності, $\text{дм}^3/\text{м}^2\text{с}$	10,48									

Дата проведення випробувань _____

Виконавець _____



Рис. Л1. Визначення повітропроникності 2 зразка за допомогою приладу ВІТМ-2

ПРОТОКОЛ ВИПРОБУВАНЬ

1. Дата надходження зразків на випробування: 13.06.2018
2. Мета випробувань визначення фактичних значень показників: «вміст складників сировинного складу», «вміст вільного і здатного частково виділятися формальдегіду»
3. Умови проведення випробувань:

дата проведення випробувань	14.06.2018	15.06.2018	18.06.2018	19.06.2018
температура, °С	21	22	21	22
відносна вологість, %	63	64	64	63

4. Результати випробувань

Назва показників, одиниця виміру	Результати випробувань	НД на методи випробувань
1	2	3
Куртка дитяча (синя)		
<i>матеріал верху</i>		
Вміст складників сировинного складу, %: - <i>поліестер</i>	100	ДСТУ 4057-2001
Вміст вільного і здатного частково виділятися формальдегіду, мкг/г	19	ГОСТ 25617-83, п.17.4
<i>матеріал підкладки</i>		
Вміст складників сировинного складу, %: - <i>поліестер</i>	100	ДСТУ 4057-2001
Вміст вільного і здатного частково виділятися формальдегіду, мкг/г	0	ГОСТ 25617-83, п.17.4
Куртка дитяча (сіра)		
<i>матеріал верху</i>		
Вміст складників сировинного складу, %: - <i>поліамід</i>	100	ДСТУ 4057-2001
Вміст вільного і здатного частково виділятися формальдегіду, мкг/г	5	ГОСТ 25617-83, п.17.4
<i>матеріал підкладки</i>		
Вміст складників сировинного складу, %: - <i>поліамід</i>	100	ДСТУ 4057-2001

КОВАТОК Н



**ДЕРЖАВНА СЛУЖБА УКРАЇНИ З ПИТАНЬ
БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ТА ЗАХИСТУ СПОЖИВАЧІВ**

вул. Б. Грінченка, 1, м. Київ, 01001, тел. 279-12-70, 279-75-58, факс 279-48-83,
e-mail: info@consumer.gov.ua

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова Держпродспоживслужби

Лапа В. І.

М.П.



ВИСНОВОК

державної санітарно-епідеміологічної експертизи

від " 02 " 02 2018 року

№ 602-123-20-31/2948

Об'єкт експертизи: одяг дитячий текстильний та додаткові речі до одягу
(назва об'єкта експертизи)

виготовлений у відповідності із -

(ТУ, ДСТУ, ГОСТ)

Код за ДКПП, УКТЗЕД, артикул: 6209

Сфера застосування та реалізації об'єкта експертизи оптова та роздрібна торгівля, одяг повсякденний

Країна-виробник Країни Європейської спільноти, Індія, Індонезія, Албанія, Бангладеш, Боснія-Герцоговина, Бразилія, Гватемала, Гондурас, Єгипет, Тайвань, Лаос, Мадагаскар, Маврикій, Македонія, Молдавія, Непал, Філіппіни, Туреччина, Китай, Гонконг, Камбоджа, В'єтнам, Південна Корея, Україна, Перу, М'янма, Макао, Шрі-Ланка, Туніс, Маврикій, Бразилія, Таїланд, Пакистан, Марокко; "Benetton Group S.P.A." (торговельні марки "United Colors of Benetton", "Undercolors of Benetton", "012", "Sisley Young", тощо), Via Villa Minelli 1, 31050 Ponzano Treviso, Italia, Tel.: +39 0422519111, fax: +39 0422969501

(адреса, місцезнаходження, телефон, факс, E-mail, веб-сайт)

Заявник експертизи ТОВ "Арго – торговельна мережа", Україна, 01001, Київ, вул. Хрещатик, 42а, тел. 246-44-00, факс 246-44-60, buryak@argodial.kiev.ua, WWW: argo.com.ua; Код за ЄДРПОУ 32249009

(адреса, місцезнаходження, телефон, факс, E-mail, веб-сайт)

Дані про контракт на постачання об'єкта в Україну – контракт № 17-09-06/03 від 12.09.17 р

Об'єкт експертизи відповідає встановленим медичним критеріям безпеки/показникам: за результатами ідентифікації, розгляду і аналізу документації, оцінки ризику для здоров'я населення, а також результатами перевірки (контролю) наданого заявником зразка об'єкта експертизи в межах сфери акредитації, а саме: інтенсивність запаху не більше 1 балу; напруженість електростатичного поля ВДТ не більше 15 кВ/м, рН-4,8-7,5; міграція шкідливих речовин; напруженість електростатичного поля ВДТ не більше 15 кВ/м, рН-4,8-7,5; міграція шкідливих речовин не повинна перевищувати їх ГДК, мг/дм³: формальдегід - 0,05, свинець – 0,03; кадмій – 0,001; мідь – 1,0; стійкість пофарбування, балів, не менше до:

3: сухого тертя - 4: до мокрого тертя – від 2 до 3; до прання – від 3 до 4: до кислотного поту - від 3 до 4: не повинні мати шкірно-подразнюючої та алергенної дії відповідно до вимог ДСанПіН 3.3-182-2012 “Матеріали та вироби текстильні, шкіряні і хутрові. Основні гігієнічні вимоги”, затверджені наказом МОЗ України від 29. 12. 2012 р. № 1138. зареєстрованим у Мініюсті 09. 01. 2013 р. за № 86/22618; МУ 1353-76 «Методические указания по гигиенической оценке одежды и обуви из полимерных материалов».

Необхідними умовами використання/застосування, зберігання, транспортування, утилізації, знищення є: а) дотримання вимог, які встановлені даним висновком за результатами випробування наданого зразка; б) забезпечення умов транспортування та термінів зберігання продукції відповідно до рекомендацій виробника, вказаних у супровідній документації; в) проведення вибіркових випробувань об'єкта експертизи на відповідність вимогам даного висновку та діючого санітарного законодавства

За результатами державної санітарно-епідеміологічної експертизи: одяг дитячий та додаткові речі до одягу. трикотажні

(назва об'єкта експертизи)

за наданим заявником зразком відповідають вимогам діючого санітарного законодавства України і за умов дотримання вимог цього висновку можуть бути використані в заявленій сфері застосування.

Термін придатності згідно рекомендацій виробника

Інформація щодо етикетки, інструкції, правил тощо етикетка українською мовою повинна міститись на кожній одиниці продукції; маркування здійснюватись у відповідності з діючим законодавством України. Даний висновок не може бути використаний для реклами споживчих якостей об'єкта експертизи

Висновок дійсний п'ять років

Відповідальність за дотримання вимог цього висновку несе заявник.

Показники безпеки, які підлягають контролю на кордоні: за показниками безпеки підлягають стандартному контролю (візуальному та документальному).

Показники безпеки, які підлягають контролю при митному оформленні: підлягають санітарно-епідеміологічному контролю на митній території України.

Поточний державний санітарно-епідеміологічний нагляд здійснюється згідно з вимогами цього висновку на об'єктах державного санітарно-епідеміологічного нагляду за встановленими медичними критеріями безпеки, умовами використання/застосування, зберігання, транспортування, утилізації і знищення у обсязі та з періодичністю, визначеними програмами інспектування у відповідності з чинним санітарним законодавством України.

Комісія з питань державної санітарно-епідеміологічної експертизи Центру превентивної медицини Державного Управління справами

м. Київ, вул. Заболотного, 15 т.526-55-32 факс 526-50-06

Протокол експертизи

№ 325 від 19. 01. 2018р

(№ протоколу, дата його затвердження)

Голова комісії

Гаврильченко О.Г.

(прізвище, ім'я, по батькові)

підпис





**ДЕРЖАВНА СЛУЖБА УКРАЇНИ З ПИТАНЬ
БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ТА ЗАХИСТУ СПОЖИВАЧІВ**

вул. Б. Грінченка, 1, м. Київ, 01001, тел. 279-12-70, 279-75-58, факс 279-48-83,
e-mail: info@consumer.gov.ua



Лапа В. І.

**ВИСНОВОК
державної санітарно-епідеміологічної експертизи**

від "31" 01 2018 року

№ 602-123-20-31/2480

Об'єкт експертизи: одяг дитячий та додаткові речі до одягу, трикотажні

(назва об'єкта експертизи)

виготовлений у відповідності із -

(ТУ, ДСТУ, ГОСТ)

Код за ДКПП, УКТЗЕД, артикул: 6111

Сфера застосування та реалізації об'єкта експертизи оптова та роздрібна торгівля, одяг повсякденний

Країна-виробник Країни Європейської спільноти, Індія, Індонезія, Албанія, Бангладеш, Боснія-Герцоговина, Бразилія, Гватемала, Гондурас, Єгипет, Тайвань, Лаос, Мадагаскар, Маврикій, Македонія, Молдавія, Непал, Філіппіни, Туреччина, Китай, Гонконг, Камбоджа, В'єтнам, Південна Корея, Україна, Перу, М'янма, Макао, Шрі-Ланка, Туніс, Маврикій, Бразилія, Таїланд, Пакистан, Марокко; "Benetton Group S.P.A." (торговельні марки "United Colors of Benetton", "Undercolors of Benetton", "012", "Sisley Young", тощо), Via Villa Minelli 1, 31050 Ponzano Treviso, Italia, Tel.: +39 0422519111, fax: +39 0422969501

(адреса, місцезнаходження, телефон, факс, E-mail, веб-сайт)

Заявник експертизи ТОВ "Арго – торговельна мережа", Україна, 01001, Київ, вул. Хрещатик, 42а, тел. 246-44-00, факс 246-44-60, buryak@argodial.kiev.ua, WWW: argo.com.ua; Код за ЄДРПОУ 32249009

(адреса, місцезнаходження, телефон, факс, E-mail, веб-сайт)

Дані про контракт на постачання об'єкта в Україну – контракт № 17-09-06/03 від 12.09.17 р

Об'єкт експертизи відповідає встановленим медичним критеріям безпеки/показникам: за результатами ідентифікації, розгляду і аналізу документації, оцінки ризику для здоров'я населення, а також результатами перевірки (контролю) наданого заявником зразка об'єкта експертизи в межах сфери акредитації, а саме: інтенсивність запаху не більше 1 балу; напруженість електростатичного поля ВДТ не більше 15 кВ/м, рН-4,8-7,5; міграція шкідливих речовин не повинна перевищувати їх ГДК, мг/дм³: формальдегід - 0,05, свинець – 0,03; кадмій – 0,001; мідь – 1,0; стійкість пофарбування, балів, не менше до: води – від 0 до

води – від 0 до 3; сухого тертя - 4; до мокрого тертя – від 2 до 3; до прання – від 3 до 4; до кислотного поту - від 3 до 4; не повинні мати шкірно-подразнюючої та алергенної дії відповідно до вимог ДСанПіН 3.3-182-2012 “Матеріали та вироби текстильні, шкіряні і хутрові. Основні гігієнічні вимоги”, затвержені наказом МОЗ України від 29. 12. 2012 р. № 1138, зареєстрованим у Мін’юсті 09. 01. 2013 р. за № 86/22618; МУ 1353-76 «Методические указания по гигиенической оценке одежды и обуви из полимерных материалов».

Необхідними умовами використання/застосування, зберігання, транспортування, утилізації, знищення є: а) дотримання вимог, які встановлені даним висновком за результатами випробування наданого зразка; б) забезпечення умов транспортування та термінів зберігання продукції відповідно до рекомендацій виробника, вказаних у супровідній документації; в) проведення вибіркового випробування об’єкта експертизи на відповідність вимогам даного висновку та діючого санітарного законодавства

За результатами державної санітарно-епідеміологічної експертизи: одяг дитячий текстильний та додаткові речі до одягу

(назва об’єкта експертизи)

за наданим заявником зразком відповідають вимогам діючого санітарного законодавства України і за умови дотримання вимог цього висновку можуть бути використані в заявленій сфері застосування.

Термін придатності згідно рекомендацій виробника

Інформація щодо етикетки, інструкції, правил тощо етикетка українською мовою повинна міститись на кожній одиниці продукції; маркування здійснюватись у відповідності з діючим Законодавством України. Даний висновок не може бути використаний для реклами споживчих якостей об’єкта експертизи

Висновок дійсний п’ять років

Відповідальність за дотримання вимог цього висновку несе заявник.

Показники безпеки, які підлягають контролю на кордоні: за показниками безпеки підлягають стандартному контролю (візуальному та документальному).

Показники безпеки, які підлягають контролю при митному оформленні: підлягають санітарно-епідеміологічному контролю на митній території України.

Поточний державний санітарно-епідеміологічний нагляд здійснюється згідно з вимогами цього висновку на об’єктах державного санітарно-епідеміологічного нагляду за встановленими медичними критеріями безпеки, умовами використання/застосування, зберігання, транспортування, утилізації і знищення у обсязі та з періодичністю, визначеними програмами інспектування у відповідності з чинним санітарним законодавством України.

Комісія з питань державної санітарно-епідеміологічної експертизи Центру превентивної медицини Державного Управління справами

м. Київ, вул. Заболотного, 15 т.526-55-32 факс 526-50-06

Протокол експертизи

№ 339 від 19. 01. 2018р

(№ протоколу, дата його затвердження)

Голова комісії
М.П.

Гаврильченко О.Г.

(прізвище, ім’я, по батькові)

підпис/



Шановний учасник опитування!

Погода досить часто буває непередбачуваною – дощ, сніг, мороз, вітер. Але ж ви пам'ятаєте, яку важливу роль для здоров'я вашої дитини відіграє прогулянка на свіжому повітрі. А щоб дитина почувалася комфортно і була повністю захищена від холоду, слід правильно підійти до вибору верхнього одягу, який захистить Вашу дитину від негативного впливу навколишнього середовища. Отож, з метою створення нового, більш якісного верхнього дитячого одягу, оціни, будь ласка, виконання вимог наявними брендами дитячого одягу (за 5-бальною системою (1 – найгірше / 5 – найкраще)).

Для початку, дайте відповідь на кілька простих питань:

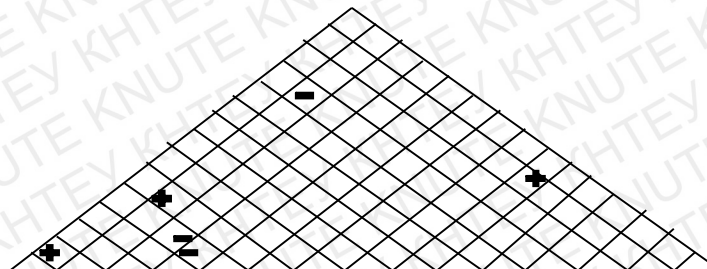
Ваш вік _____

Чи маєте Ви дитину/онуків _____

Чи надаєте великого значення якості верхнього одягу _____

Вимога до якості верхнього дитячого одягу	Marks & Spencer	H&M	Zara
Модна та стильна			
Зручна при носінні			
Щоб була водонепроникна			
Щоб утримувала тепло			
Щоб були використані якісні матеріали			
Щоб була повітронепроникна			
Щоб довго носилася			
Щоб застібка була проста у використанні			
Щоб легко пралася			
Легкість виробу			

Дякуємо за співпрацю!



Вимоги споживачів		Показники якості													Оцінка вимог споживача щодо товарів-конкурентів				
		Лінійні розміри	Маса	Повітропроникність	Вологопроникність	Суцільний тепловий опір	Суцільна щільність паху	Гігроскопічність наповнювача	Стойкість до стирання	Вміст вільного формальдегіду	Стойкість пофарбування	Легкість одягання, носіння, зняття	Комфортність	М'якість швів					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5			
Модна та стильна	3	●						○	○					○	○				
Зручна при носінні	4	●	●	●	●	●	○	△	●	○	●	●	●	○	●				
Щоб була водонепроникна	4		△		●			●		△	○		●	△	○				
Щоб утримувала тепло	5		○	●		●	○	○		△			○	△		△			
Щоб були використані якісні матеріали	5		○	●	●	○	○	○	●	●	●	○	●	●	○	△			
Щоб була повітропроникна	4	△	△	●	○	●	○	●		○			○	●					
Щоб довго носилася	4	△				●		●		●	△	△	●	●	○				
Щоб застібка була проста у використанні	4	●	●	△	△	△						●	●		●				
Щоб легко пралася	3	●	●			●		●		●			○	△	○				
Легкість виробу	5	●	●			●		△		△	●	●		○					
Важливість показника		122	134	112	94	97	126	82	110	63	122	97	163	120	75	103			
Порівняння значення показників	№1	3	4	2	2	3	3	2	3	2	3	3	5	3	2	3			
	№2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	2			
	№3	2	4	3	2	4	4	3	3	2	3	3	4	3	2	2			
	№4	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	4	3	3	3			
	Рейтинг показника	3	4	4	4	5	3	3	5	4	2	3	4	3	2	3			
Заключна частина	Недолік зразка №1			0,25		0,25		0,5							0,25				
	Потрібна покращення			√		√		√											
	Узагал. рейтинг			0,5		0,75		1							0,5				

