

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра товарознавства та митної справи

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Оцінка якості та організація імпорту дитячих колясок»

Студентки 2 курсу, 7м групи,
спеціальності 076

«Підприємництво, торгівля та
біржова діяльність»

спеціалізації

«Товарознавство та
організація зовнішньої
торгівлі»

Науковий керівник
канд. техн. наук, доцент

Науковий консультант
канд. екон. наук, доцент

Гарант освітньої програми
док-р. техн. наук, професор

Савчук Тетяни
Олександрівни

Глушкова Тетяна
Геннадіївна

Генералов Олександр
Валентинович

Мокроусова Олена
Романівна

Київ 2019

АНОТАЦІЯ

Савчук Т.О. Оцінка якості та організація імпорту дитячих колясок.

У випускній кваліфікаційній роботі проаналізовано сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку дитячих колясок. Визначено обсяги та найбільші країни-контрагенти, що здійснюють експортно-імпортні операції. Визначено основні показники якості товару та наведено результати оцінки якості 5 зразків дитячих колясок закордонних товаровиробників, представлених на ринку України. Здійснено товарознавчу характеристику асортименту дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К». Досліджено організацію імпорту, оцінено ефективність імпорту ТОВ «Епіцентр К» та запропоновано напрями удосконалення імпорту дитячих колясок на підприємстві.

Ключові слова: асортимент, дитячі коляски, ефективність імпорту, зовнішньоекономічна діяльність, оцінка якості, ринок.

ANNOTATION

Savchuk T.O. Quality assessment and the organization of baby strollers.

The thesis investigates the current state, problems and prospects of baby carriages` market development. The volumes and largest counterparty countries that carry out export-import transactions are disclosed. The basic indexes of goods` quality are determined and results of the quality assessment of 5 samples of foreign manufacturers` baby carriages represented on the Ukrainian market are given. The organization of import and the evaluation of its effectiveness of Epicenter K LLC have been investigated and the ways of improving baby strollers` import at the enterprise have been proposed.

Key words: assortment, baby strollers, import efficiency, foreign economic activity, quality assessment, market.

ЗМІСТ

Вступ.....	6
Розділ 1. Стан ринку та організація імпорту дитячих колясок.....	8
1.1. Стан, проблеми та перспективи розвитку ринку дитячих колясок.....	8
1.2. Теоретичні засади здійснення імпорту.....	16
Розділ 2. Оцінка якості дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К».....	20
2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження.....	20
2.2. Оцінка асортименту дитячих колясок провідних брендів.....	23
2.3. Товарознавча характеристика асортименту дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К».....	33
2.4. Оцінка рівня якості дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К».....	35
Розділ 3. Дослідження організації імпорту дитячих колясок ТОВ «ЕпіцентрК».....	41
3.1. Дослідження організації та оцінка ефективності імпорту ТОВ «Епіцентр К».....	41
3.2. Обґрунтування напрямів підвищення ефективності імпортової діяльності підприємства.....	50
Висновки та пропозиції.....	53
Список використаних джерел	57
Додатки.....	62

ВСТУП

Дитяча коляска – товар тривалого користування, покупка якого є важливим і складним завданням для споживача, адже споживачу потрібно співвідносити ціну та якість, безпечність та зручність.

Підвищення якості товарів розцінюється в даний час, як вирішальна умова конкурентоспроможності підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках. Якість товарів, якісне задоволення потреб клієнтів, підвищення обсягів продажів та отримання прибутку тісно пов'язані, саме тому кожній компанії, незалежно від її розміру і пропонованих товарів або послуг, необхідно систематично проводити оцінку якості представлених товарів та вживати можливих заходів для її покращення.

Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності за рахунок проведення ефективних імпорتنих операцій є одним із пріоритетних напрямів розвитку багатьох підприємств. Вдосконалення організації імпорту та розробка напрямів підвищення його ефективності є джерелом економічного зростання підприємства.

Проведення оцінки якості та підвищення ефективності імпорту дитячих колясок набуває особливої значущості та практичної цінності. Виходячи із вищезазначеного тема випускної кваліфікаційної роботи є **актуальною**.

Об'єктом роботи було вибрано дитячі коляски.

Предметом роботи є оцінка якості та організація імпорту дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К».

Метою роботи є проведення оцінки якості та обґрунтування напрямів підвищення ефективності імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К» .

Поставлена мета передбачає розв'язання наступних завдань:

- Проаналізувати стан, проблеми та перспективи розвитку ринку дитячих колясок.
- Оцінити асортимент дитячих колясок провідних брендів.
- Надати товарознавчу характеристику асортименту дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К».

- Здійснити оцінку рівня якості дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К».
- Дослідити організацію та оцінити ефективність імпорту ТОВ «Епіцентр К».
- Обґрунтувати напрями підвищення ефективності імпортової діяльності підприємства.

Методи дослідження. В випускній кваліфікаційній роботі було застосовано аналітичний, експертний та розрахунковий методи дослідження.

Наукова новизна полягає у визначенні основних показників для оцінки рівня якості універсальних дитячих колясок та розробці напрямів підвищення ефективності імпортової діяльності підприємства, що здійснює реалізацію універсальних дитячих колясок.

Практична цінність роботи полягає у можливості застосування розроблених заходів щодо оптимізації асортименту та підвищення ефективності імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К».

Апробація результатів дослідження. Результати досліджень були оприлюднені на Міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу» (м. Київ, КНТЕУ, 12-13 березня 2019 року.)

Публікації. За результатом досліджень опублікована стаття на тему: «Оцінка якості дитячих колясок» / Т. Савчук // збірник наукових статей студентів “Інновації в підприємстві і торгівлі” / відп. ред. В.А. Осика. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2019. – Ч.2. – С. 238.

Структура та обсяги випускної кваліфікаційної роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел і додатків.

Зміст роботи викладено на 61 сторінці друкованого тексту, з яких основний текст складає 51 сторінку. Випускна кваліфікаційна робота містить 13 таблиць і 18 рисунків. Список використаних джерел становить 50 найменувань на 5 сторінках.

РОЗДІЛ 1

СТАН РИНКУ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ІМПОРТУ ДИТЯЧИХ КОЛЯСОК

1.1. Стан, проблеми та перспективи розвитку ринку дитячих колясок

Структура світового ринку дитячих колясок розглядається фахівцями у таких аспектах: тип товару, канали збуту, регіональний розподіл.

Традиційно за типом товару світовий ринок дитячих колясок поділяють на коляски-люльки та прогулянкові. Прогулянкові коляски займають найбільшу частку ринку завдяки своїй безпеці та зручності.

За каналами збуту досліджуваний ринок диверсифікують на: мережеві спеціалізовані магазини, інтернет-магазини, магазини масового ринку (гіпермаркети, супермаркети).

Спеціалізовані роздрібні торговці були основними учасниками світового ринку дитячих колясок протягом 2018 року та продовжуватимуть своє панування на ринку протягом наступних декількох років [2].

Незважаючи на очевидні переваги, поки що не велика частка продажів дитячих колясок, що припадає на інтернет-магазини. Проте серед каналів збуту дитячих колясок найбільш перспективними є саме інтернет-магазини – ціни на коляски, придбані онлайн, як правило, на 5-10% нижчі, ніж на аналоги, представлені в традиційних магазинах, не менш важливим фактором, що сприяє динамічному розвитку інтернет-торгівлі – є зручність, що пропонується в режимі онлайн-покупок [32].

Згідно із регіональною структурою світовий ринок дитячих колясок сегментують таким чином: Північна Америка, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Європа, Близький Схід, Африка [46].

Європа займає домінуюче положення за доходами від продажів дитячих колясок. Це пов'язано з такими факторами, як покращення якості продукції, збільшення попиту на зручні та багатофункціональні дитячі коляски, а також велику кількість молодих споживачів у цьому регіоні. Аналітики

відзначають, що ринок дитячих колясок Азіатсько-Тихоокеанського регіону має тенденцію до зростання швидкими темпами, в значній мірі завдяки таким країнам, як Китай та Індія, з великим населенням і збільшенням наявного доходу. Посилення побоювань споживачів щодо безпеки дітей та значне зростання доходу на душу населення, в першу чергу в країнах, що розвиваються, таких як Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Близький Схід та Африка, сприяє зростанню загального ринку цих регіонів, що робить їх привабливими з точки зору перспектив бізнесу [43].

Основними гравцями на світовому ринку по виробництву дитячих колясок є Dorel Industries Inc., Baby Jogger, компанія Evenflo, Chicco, Combi, Concord International та Graco. Деякі з інших відомих компаній включають: Mamas і Papas, Baby Trend, Stokke, Brevi, Peg Perego, MeeMee, Britax, UPPAbaby, Bugaboo, Mother Care, Joovy, Thule, Bumbleride, Inglesina та Orbit Baby [47].

Очікується, що світовий ринок дитячих колясок буде значно зростати. Швидкий та вимогливий стиль життя, збільшення кількості батьків-одинок змусили споживачів вибирати коляски кращої безпеки і зручності [50]. Очевидно, що у зв'язку з цим, впровадження нових дитячих колясок з функціональними можливостями та інноваційними функціями безпеки, сприятиме зростанню цього ринку в найближчі роки. Висока вартість сировини та дефіцит кваліфікованої робочої сили є основними обмеженнями даного ринку. Проте такі чинники, як поява інтернет-торгівлі, в додачу до зростання народжуваності та низької дитячої смертності, особливо в країнах, що розвиваються, швидше за все, позитивно вплинуть на розвиток ринку дитячих колясок.

Ринок дитячих колясок - один з небагатьох, де частка представництва вітчизняних виробників вкрай незначна. Сьогодні вона обчислюється лише кількома відсотками.

Перша радянська коляска для дітей була створена за образом і подобою німецької моделі, привезеної в країну ще в далекому 1949 році. Подібний

транспорт важко було назвати дуже зручним і на початку 60-х років з'являються вироби нового типу - на великих колесах і з високою посадкою - в яких малюк міг уже сидіти. З розвалом СРСР на ринок дитячих колясок широким потоком хлинула імпортна продукція, яка була набагато зручнішою, практичнішою, красивішою. Майже всі великі спеціалізовані вітчизняні підприємства відмовилися тоді від виробництва, приводом до чого стала як загальна ситуація в країні, так і неможливість бути по-справжньому конкурентоспроможними.

В даний час на українському ринку дитячих колясок майже повністю панує імпорт. Його частка становить близько 95% від загального обсягу.

За Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності дитячі коляски належать до товарної позиції 8715 «Коляски дитячі та їх частини» [6]. Офіційний портал Державної фіскальної служби України містить інформацію щодо сумарного обсягу імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД, зокрема за позицією 8715.

Пропоновані дані охоплюють період з 2012 року по 2018 рік, а саме результати за імпортно-експортними операціями у вартісному, відсотковому та ваговому виразі [6].

Таблиця 1.1

Сумарний обсяг імпорту та експорту товарної позиції 8715 за кодом УКТЗЕД (тисяч доларів США)

Рік	Імпорт			Експорт			Сальдо тис. \$
	вартість, тис. \$	питома вага, %	вага нетто, т	вартість, тис. \$	питома вага, %	вага нетто, т	
2012	13811	0,02	4423	538	0,00	103	-13273
2013	14366	0,02	4570	462	0,00	74	-13904
2014	10828	0,02	2717	422	0,00	55	-10406
2015	5445	0,01	1350	651	0,00	87	-4794
2016	6815	0,02	1436	3084	0,01	262	-3731
2017	8508	0,02	1669	5467	0,01	370	-3041
2018	10344	0,02	1986	6316	0,01	343	-4028

Аналіз даних здійснено у вигляді гістограм за окремими пунктами, що дозволить у повній мірі прослідкувати динаміку показників та порівняти обсяг імпорту та експорту за кожною категорією.

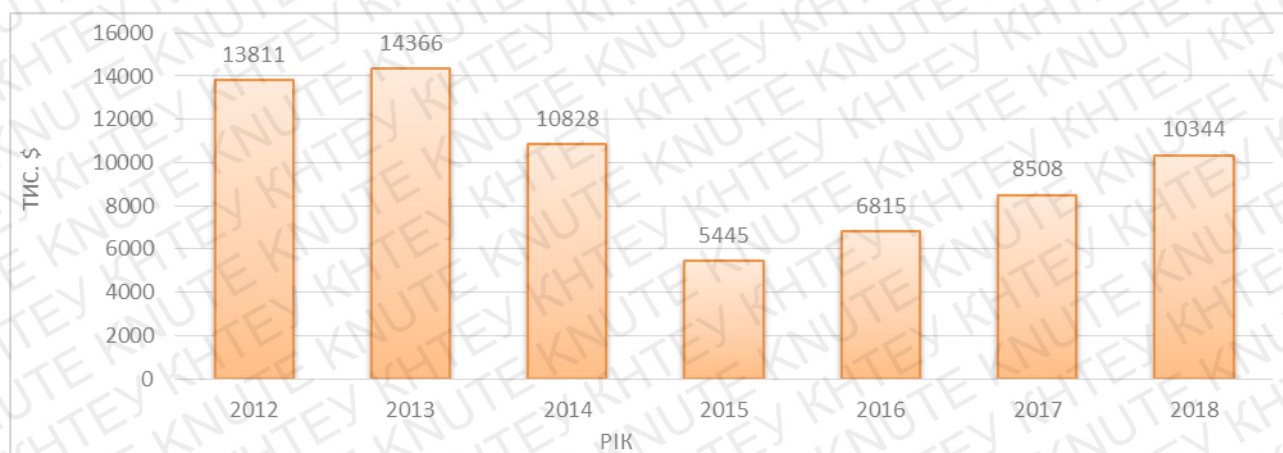


Рис. 1.1. Динаміка імпорту у вартісному виразі за 2012-2018 роки, тис дол.

Гістограма на рис. 1.1 демонструє тенденцію зростання показників в період 2012-2013 років. Явний спад характерний для 2014-2015 років. Показники 2015 року у порівнянні з 2012 роком зменшилися, що свідчить про скорочення імпорту даної продукції або закупку товарів за нижчими цінами. Після 2015 року спостерігається зростання обсягів імпорту у вартісному виразі, показник 2018 року демонструє значний ріст у порівнянні з даними за 2015 рік.

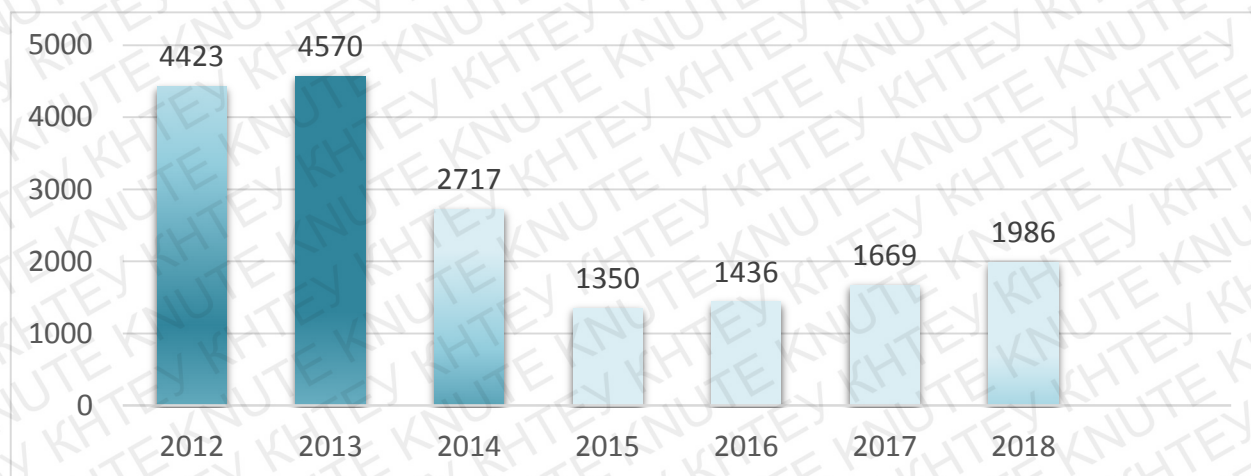


Рис. 1.2. Динаміка імпорту в ваговому виразі за 2012-2018 роки, тис.дол.

Діаграма імпорту в ваговому виразі демонструє наступне: максимальний показник у 2013 році, що складає 4570 т. Після 2013 року настає період спаду, який триває до 2015 року включно. Ситуація в 2015-2018 має тенденцію до зростання.

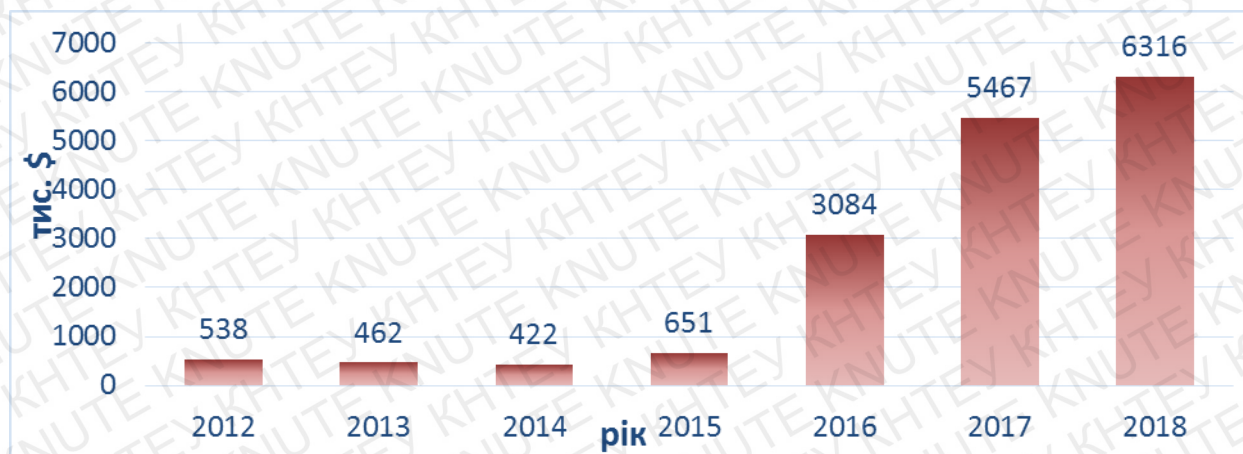


Рис. 1.3. Динаміка експорту у вартісному виразі за 2012-2018 роки, тис. дол.

Показники експорту характеризуються спадом в 2012-2014 рр., та значним зростанням в 2015-2018 роках. У 2016 році спостерігається різке збільшення показника експорту, у порівнянні з 2015 р., і становить 3084 тис. дол., що є на 2433 тис. дол. більше, ніж у попередньому році. У 2018 році даний показник досягнув свого максимуму за досліджуваний період 2012-2018 роки.

Показники питомої ваги товарної позиції 8715 в загальному складі експортних товарів характеризуються стабільністю і складають мізерну частку, лише в 2016-2018 роках ці показники збільшились.

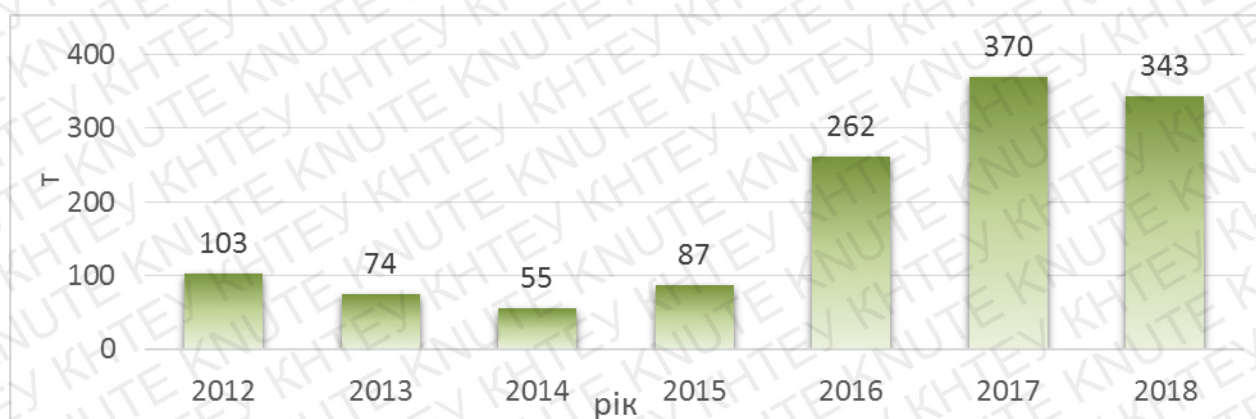


Рис. 1.4. Динаміка експорту в ваговому виразі за 2012-2018 роки, тонн

Гістограма експорту в ваговому виразі має аналогічні тенденції, як і показники у вартісному виразі, які зазначено на рис. 1.3.

Порівняння показників імпорту та експорту товарної позиції 8715 наведено на рис. 1.5, 1.6, 1.7.

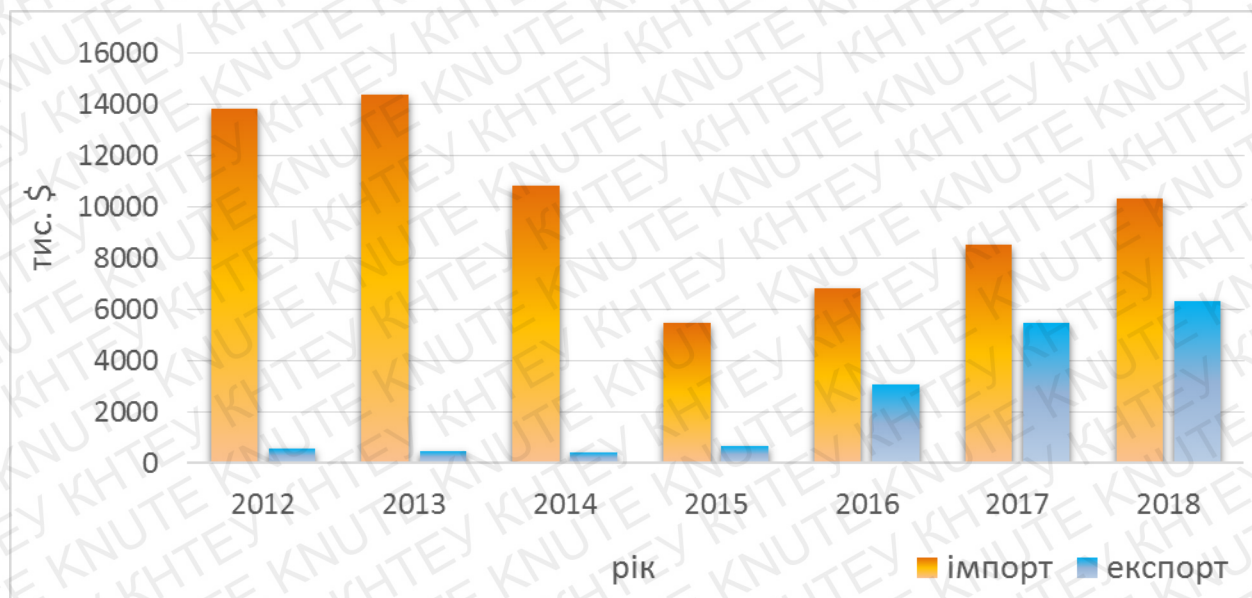


Рис. 1.5. Динаміка імпорту та експорту товарної позиції 8715 у вартісному виразі за 2012-2018 роки, тис. дол.



Рис. 1.6. Динаміка питомої ваги імпорту та експорту товарної позиції 8715 за 2012-2018 роки, %

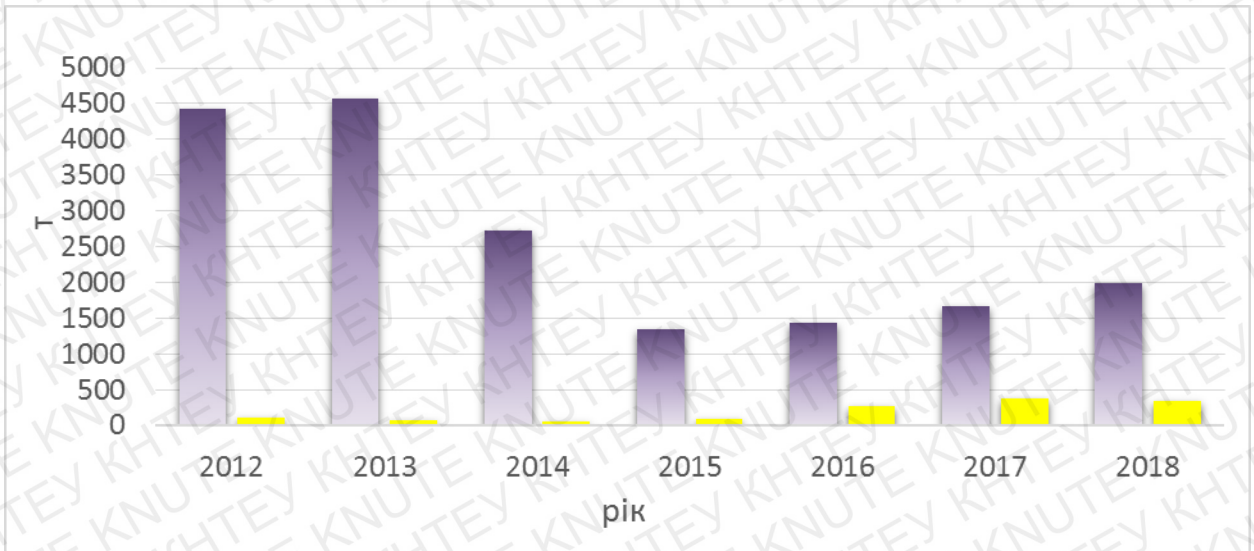


Рис. 1.7. Динаміка імпорту та експорту товарної позиції 8715 у ваговому виразі за 2012-2018 роки, тис.дол.

Порівняння показників імпорту та експорту свідчить про те, що ринок України насичений товарами імпортного походження, в той час як товарів власного виробництва експортується незначна кількість.

Найчастіше зустрічаються товари азіатського, зокрема, китайського походження, головною перевагою яких є невисока вартість. У недорогому сегменті популярністю також користуються польські моделі, більшість яких відрізняється всюдихідністю, що в нашій країні є досить актуальним. Вироби із Західної Європи - це, перш за все, висока якість, прекрасний дизайн і функціональність. Особливим попитом користуються товари, випущені провідними італійськими, голландськими і німецькими брендами. Вартість такої продукції, як правило, досить висока. Що стосується американських колясок, то їх в першу чергу відрізняє багатofункціональність і громіздкість.

Аналіз даних митної статистики щодо сумарного обсягу імпорту та експорту 8715 товарної позиції за УКТЗЕД «Коляски дитячі та їх частини» із зазначенням основних контрагентів України у 2018 році представлений у таблиці 1.2 [6].

Таблиця 1.2

**Зовнішня торгівля України за основними країнами – контрагентами
станом на 2018 р.**

Країна-контрагент	Обсяг імпорту, тис. дол. США	Країна-контрагент	Обсяг експорту, тис. дол. США
Китай	6280	Польща	5939
Польща	3449	РФ	131
Італія	419	Білорусь	221
Інші	196	Інші	25

Таким чином, головним постачальником 8715 товарної позиції за УКТЗЕД «Коляски дитячі та їх частини» в Україну є Китай, а найбільше товарів даної позиції Україна експортує до Польщі.

Основна маса поставок на ринок дитячих колясок України припадає приблизно на десяток великих компаній. Частка невеликих фірм вкрай незначна. «Гіганти» завозять в країну більше 80% всього імпорту. В останні роки значно зріс і продовжує зростати швидкими темпами відсоток виробів, що продаються через мережеві та інтернет-магазини. На частку перших припадає близько 30% продажів, другі зважаючи на деяку консервативність нашого населення розвиваються поки не так стрімко, але перспективи онлайн продажів очевидні [32].

«Нові» українські підприємства з'явилися на ринку дитячих колясок на початку 2000 років. Серед вітчизняних виробників, які першими вийшли на ринок є ПП "Вікторія Голд" - Волинська область, м. Горохів, підприємство «Angelina» - Тернопільська область, с. Ангелівка і ТОВ «Trans baby» - м. Суми [42, 50, 49]. Всі вони виготовляють свої вироби практично повністю з імпортних комплектуючих (китайських і польських в основному). Деякі виробники роблять і власні деталі, проте, про повний цикл виробництва в нашій країні говорити поки нереально. Це пов'язано з тим, що такий товар буде неконкурентоспроможним на ринку дитячих колясок, в першу чергу, за ціною та швидкістю виробництва. Виробництво подібної продукції є

нерентабельним. Так, на ринку дитячих колясок попит постійний, однак, високим його ніяк не назвеш, всього кілька тисяч деталей в рік.

Отже, аналітики ринку досліджень в Technavio прогнозують, що світовий ринок дитячих колясок стабільно зростатиме протягом наступних чотирьох років, а до 2022 року збільшиться майже на 6%. Оскільки міжнародні виробники дитячих колясок збільшують свій слід у різних регіонах, вітчизняним постачальникам надзвичайно важко конкурувати з ними, особливо з точки зору якості продукції, технології та ціноутворення. Збільшення асортименту товарів, послуг та інновацій ще більше посилить конкурентне середовище ринку в найближчі роки [47].

1.2. Теоретичні засади здійснення імпорту

У процесі господарської діяльності у підприємства часто виникає необхідність у придбанні товарів іноземного виробництва, а також потреба в отриманні послуг іноземних спеціалістів. Імпорт (імпорт товарів) - це купівля (у тому числі з оплатою у негрошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності у іноземних суб'єктів господарської діяльності товарів із ввезенням їх на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами[30].

До імпортних операцій відноситься: придбання товарно-матеріальних цінностей або отримання послуг на умовах комерційного кредиту, в порядку бартерних угод, з оплатою готівкою, в якості безоплатної допомоги [12].

Механізм здійснення зовнішньоекономічної політики включає в себе безліч етапів, які складають єдиний технологічний процес здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Підготовка до укладання зовнішньоекономічного договору складається з трьох етапів: вибір ринку та його вивчення; вибір контрагента; проведення попередніх переговорів.

В залежності від виду господарювання суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності обирається, а далі детально вивчається за програмою маркетингу ринок. Головними факторами при вивченні ринку під час підготовки до здійснення імпорту є: є політичні та торговельно-економічні відносини з іноземною країною, де може знаходитись потенційний контрагент; транспортні умови (умови перевезень впливають на ціну товару); умови платежу та кредиту; джерела правового регулювання (міжнародні та національні); специфічні вимоги ринку (особливі вимоги щодо номенклатури, асортименту та якості товару) [28].

Вибір контрагента полягає у встановленні юридичного статусу суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, його права щодо укладення договорів (контрактів) та визначені межі повноважень.

Підприємство має три шляхи придбання імпортової продукції:

1. Придбання товарів у вітчизняних гуртових продавців. До переваг цього способу відносяться швидкість та простота, оскільки товар вже розмитнений та знаходиться на території України. Що стосується мінусів, то це відносно висока вартість товарів, якщо порівнювати з вартістю самостійного вивезення; також на складах гуртових українських підприємств асортимент продукції обмежений та непостійний.

2. Самостійний імпорт товарів. Головною перевагою даного способу є найнижча вартість імпорту. Недоліками є: необхідність у досвідчених працівниках в роботі з іноземними партнерами, витрати на транспортування, митне очищення.

Задля того щоб самостійно ввезти продукцію на територію України, підприємству необхідно здійснити попередню реєстрацію у митних органах та відкрити валютний рахунок в банку.

Однією з передумов здійснення імпортих операцій є переговори з іноземним суб'єктом та укладання з ним імпортного контракту. Для отримання пропозицій від іноземних експортерів, підприємство формує запит з вказанням точного найменування необхідного товару, якості, сорту та

кількості, бажану валюту, ціну, базис постачання та час очікування оферти. З метою отримання найкращих оферт запити відправляються декільком фірмам з різних країн, які конкурують між собою. [18].

Постійним контрагентам, які вже достатньо знають потреби конкретного покупця, імпортер може надсилати не тільки запит, але і визначене замовлення – комерційний документ із зазначенням необхідних умов виготовлення товару та умов майбутньої угоди.

Наступним етапом, після досягнення попередньої домовленості, є укладання імпортного контракту (Додаток В) [12]. Контракт обов'язково повинен включати: предмет, умови про кількість та якість товару, умови про базис поставки, розрахунки, права та обов'язки сторін, відповідальність, опис форс-мажорних обставин, способи вирішення спорів, інші умови.

При самостійному ввезенні передбачаються наступні статті витрат:

- 1) вартість товару, що зазначена у документах на відвантаження у постачальника;
- 2) витрати на заготівлю, вантажно-розвантажувальні роботи, транспортування до місця їх використання;
- 3) суми ввізного мита та митних зборів;
- 4) суми непрямих податків, які не відшкодовуються підприємству;
- 5) інші витрати, безпосередньо пов'язані з придбанням запасів і доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання в запланованих цілях.
- 6) прямі витрати на оплату праці,
- 7) інші прямі витрати підприємства на доробку та підвищення якісних і технічних характеристик запасів [4, с.7].

3. Імпорт через посередників.

В разі, якщо планується разова закупівля товарів або якщо підприємство лише починає свою зовнішньоекономічну діяльність, то йому необхідні послуги посередників. Цей спосіб забезпечить підприємству швидке ввезення товарів, час для реєстрації на митниці та відкриття валютного рахунку.

Перевагою даного способу є допомога в імпорті. Проте це призводить до додаткових витрат на оплату послуг, наданих посередником.

Питаннями регулювання імпорту займається Міжвідомча комісія з питань регулювання імпорту. Правовою основою обліку імпортних операцій являються норми господарського права. [18]

Згідно чинного законодавства українські підприємства, можуть імпортувати необоротні засоби, матеріали, товари, сировину та інші товарно-матеріальні цінності щодо яких немає обмежень. Імпортна вартість товару складається з його контрактної вартості, перерахована за курсом НБУ на дату ввезення, накладних витрат, сплачених в іноземній валюті, сплаченого мита, зборів і податків при розмитненні вантажу.

При перетині товарно-матеріальними цінностями кордону України необхідно сплатити ПДВ, акцизний збір, мито та митні збори, їх сума зазначається в вантажній митній декларації та перераховується шляхом надання до банку платіжного доручення на перерахування відповідних сум на рахунок митниці [28]. Після оплати митних платежів і зборів, оформлення вантажно-митної декларації товар може бути випущений у вільний обіг на території України, тобто готовий до реалізації.

Отже, 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 використання у виробничо-господарській діяльності.

Придбання імпортних товарів підприємством може відбуватись трьома способами: придбання товарів у вітчизняних оптових продавців, самостійний імпорт товарів, імпорт через посередників.

Лише після оплати митних платежів і зборів, оформлення вантажно-митної декларації товар може бути випущений у вільний обіг на території України, тобто готовий до реалізації.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ЯКОСТІ ДИТЯЧИХ КОЛЯСОК ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»

2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження

Випускна кваліфікаційна робота проводилась за матеріалами ТОВ «Епіцентр К» міста Києва.

Об'єктом дослідження в даній роботі було обрано дитячі коляски, що реалізує ТОВ «Епіцентр К». Для безпосередньої оцінки якості було обрано коляски-люльки різних виробників, які представлені в асортименті підприємства: «ABC Desidn», країна-виробник Німеччина; «Britax», країна-виробник Німеччина; «Babe Style», країна-виробник Китай; «Recaro», країна-виробник Німеччина.

У випускній кваліфікаційній роботі було застосовано аналітичний метод дослідження, що передбачає вивчення окремих сторін об'єкта та розробку наукових абстракцій. В роботі даний метод застосовувався при дослідженні ринку та асортименту дитячих колясок.

Для розрахунку оцінки якості було використано експертний метод з розрахунком коефіцієнта вагомості показників. Експертний метод заснований на обліку думок фахівців-експертів. Експертна група була сформуована з висококваліфікованих фахівців у галузі створення і використання оцінюваної продукції.

Визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства, а саме імпорту, передбачало використання розрахункового методу. Даний метод заснований на одержанні інформації розрахунком. При цьому використовуються математичні формули.

Розв'язання завдань випускної кваліфікаційної роботи передбачало побудову загальної схеми досліджень (рис.2.1).



Рис. 2.1. Загальна схема організації дослідження

Теоретичний етап передбачав опрацювання наукової літератури вітчизняних і зарубіжних вчених щодо стану ринку дитячих колясок, значущості і ролі ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства в системі зовнішніх зв'язків галузі.

Оцінка рівня якості включала у себе оцінку функціональних та естетичних властивостей. Для визначення вагомості показників кожний із 4-х експертів виставив 10 показникам відповідні ранги: від 1 до 10.

Коефіцієнт вагомості (a) розраховували за формулою:

$$a_i = \frac{S_i}{\sum_{i=1}^n S_i} \quad (2.1),$$

Сума розрахованих коефіцієнтів має дорівнювати 1.

Рівень якості, розраховували за формулою:

$$P = \sum_{i=1}^n a_i g_i \quad (2.2),$$

де n – кількість показників,

a_i – коефіцієнт вагомості i -того показника,

g_i – відносний показник якості, який розраховується за формулою:

$$g_i = \text{Рдосл.} / \text{Рбаз.} \quad (2.3),$$

де Рдосл. – значення параметру досліджуваного товару,

Рбаз. – значення параметру базового зразка.

Важливим етапом було визначення економічного ефекту та ефективності імпорту дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К».

Ефект імпорту розраховували як різницю між доходом від реалізації продукції та її собівартістю. Ефективність імпорту визначається як відношення доходу від реалізації продукції до її собівартості.

На основі результатів досліджень, було сформульовано висновки та розроблено пропозиції щодо заходів удосконалення ефективності імпорту дитячих колясок.

Отже, розв'язання завдань випускної кваліфікаційної роботи передбачало виконання теоретичних, експериментальних, практичних досліджень, узагальнення результатів, формування висновків і пропозицій.

2.2. Оцінка асортименту дитячих колясок провідних брендів

На сьогоднішній день в магазинах України представлений величезний асортимент дитячих колясок, як світових, так і вітчизняних брендів. Довгі роки виробники борються за місце на ринку, постійно створюючи нові, і удосконалюючи старі моделі. Коляски істотно розрізняються за ціною, комплектацією, характеристиками.

На сьогоднішній день провідне становище серед виробників дитячих колясок мають компанії:

- Італії – Inglesina, Chicco, Peg Perego.
- Англії – Silvercross.
- Німеччини – Hartan.
- Португалії – Bebecar.

Дитячі коляски німецьких фірм-виробників

Покупці зі всього світу завжди високо оцінювали якість німецьких товарів. Будь-яка продукція німецького виробництва завжди має відмінні експлуатаційні властивості і тривалий термін служби. Всі німецькі коляски відрізняються безпекою, надійністю і практичністю. Вони дуже зручні і пристосовані для перевезення на будь-яких дорогах. Їх важлива перевага – екологічність матеріалів. [32].

Німецькі дитячі коляски відрізняються великим асортиментом. Так, виробники випускають літні, зимові, стандартні або полегшені моделі різного стилю і дизайну. На сьогоднішній день дитячі коляски виробляє дуже багато німецьких фірм. Найбільш популярні: ABC Design, Hartan, Gesslein, Hauck, Baby-Walz, Osann, i'coo, Teutonia, TFK, Zekiwa, KNORR, X-lander, Concord, Romer, Recaro, Smily, Lider Kids, Трахх. Всі вони випускають коляски різних модифікацій та дизайну.

Що стосується цінової категорії, тут також є великий вибір. Так, для батьків, які шукають модель нижчої вартості, на ринку представлені коляски 8 таких марок, як Teutonia, FD-Design, Hartak, Hauck, Zekiwa, TFK і Concord. Прості коляски цих виробників в середньому коштують до 7000 грн. Будь-яка з цих марок випускає багатофункціональні коляски, які легко і швидко складаються, дуже мало важать і витримують щоденні тривалі прогулянки [32].

В цілому, німецька продукція відрізняється високою якістю виконання, технологічністю, функціональністю і продуманими деталями, такими як ручне гальмо, ремінна амортизація, багатопозиційна спинка, регульований підголівник, сумка для продуктів, якісні натуральні матеріали та багато іншого.

Китайські фірми-виробники

Головна перевага будь-яких товарів китайських виробників – це, безумовно, ціна. Серед найпопулярніших китайських брендів: Geoby, Jetem, Sesa. В асортименті Geoby можна знайти різні види дитячих колясок: модульні, трансформери, прогулянкові, тростини і для двійні.

Goodbaby Group – одна з найбільших міжнародних корпорацій з виробництва товарів для дітей. Безліч компаній, виробництво яких зосереджено в Китаї, зареєстровано в інших країнах і тому позиціонують себе як польські, російські, німецькі, італійські і т.д. У даному питанні слід орієнтуватися не на країну приналежності бренду, і навіть не країну виробництва, а на технології і стандарти якості, які повинні бути показником

добрсовісної компанії. Наприклад, Sesa – російсько-китайський бренд, а Jetem – німецько-китайський [46].

Коляски англійських фірм-виробників

Всі англійські моделі відрізняються високою безпекою. Дитина захищена від випадання і різних травм, які можуть виникнути при випадкових ударах в борти люльки. Особливо англійці приділяють увагу амортизаційній системі, вона настільки відпрацьована, що навіть серйозне бездоріжжя не зашкодить малюкові насолоджуватися прогулянкою на свіжому повітрі.

Англійський сегмент представлений такими брендами, як Britax, Happy Baby, Maclaren, Silver Cross та ін. З усіх виробників можна відзначити стару компанію Silver Cross і Happy Baby. На українському ринку ці компанії представлені численними моделями середньої цінової категорії.

Голландські фірми-виробники дитячих колясок

Галузь з виробництва колясок в Голландії не налічує більше п'ятдесяти років, хоча популярність багатьох компаній побила рекорди популярності по всьому світу. Голландські моделі дуже затребувані в Україні, тому великі магазини закупають дитячі коляски оптом від виробника. Причому кожен з товарів має свій власний номер, на який поширюється трирічна гарантія. Голландські коляски таких брендів, як EasyWalker, Maxi-Cosi, Mutsy, Nuna, Quinny порадують мам і малюків неймовірним комфортом, чудовою компактністю і зручністю транспортування.

Норвезькі фірми-виробники дитячих колясок

Норвезькі бренди – *Esspero, Noordi, Stokke* – відносяться до середньої і високої цінової категорії і відрізняються неперевершеною технологічністю і дизайном.

Детальна інформація щодо найпопулярніших моделей колясок по кожній із зазначених країн представлена в додатку Б.

Отже, виробники, що представлені на ринку пропонують дитячі коляски високої якості, і знаходяться в середньому і вищому ціновому сегменті. При цьому англійський виробник пропонує дуже практичний товар. Німецькі

дитячі коляски отримують відгуки як про товар найкращої якості. Португальські моделі відрізняються своєю багатофункціональністю. Італійські ж зразки чудово підходять для міжсезоння і літньої пори.

В останні роки популярністю користуються і коляски польських виробників. Це такі фірми, як Lonex, ТАКО, Baby Design, Caramelo і деякі інші. Звичайно, вони поступаються за якістю європейським моделям, але мають більш привабливу для покупців ціну. Популярністю у споживачів користуються і китайські дитячі коляски. Ціна на них знаходиться у більш низькому ціновому сегменті. Однак, незважаючи на це, бюджетні моделі таких фірм, як Geoby і Baby Care, мають цілком прийнятну якість [49].

Спираючись на статистичні дані популярного сервісу E-katalog, найбільшим попитом в світі у молодих батьків користуються наступні дитячі коляски (рис. 2.2):

- 5,3 % — Chicco: Urban, Multiway Evo та Trio Activ3;
- 4,2 % — Adamex Avila, а також York;
- 2,8 % — Roan Marita;
- 2,0 % — Tutis Zippy;
- 1,8 % — CAM Dinamico;
- по 1,5 % — Tako Jumper X та ABC Design 3 Tec [1]

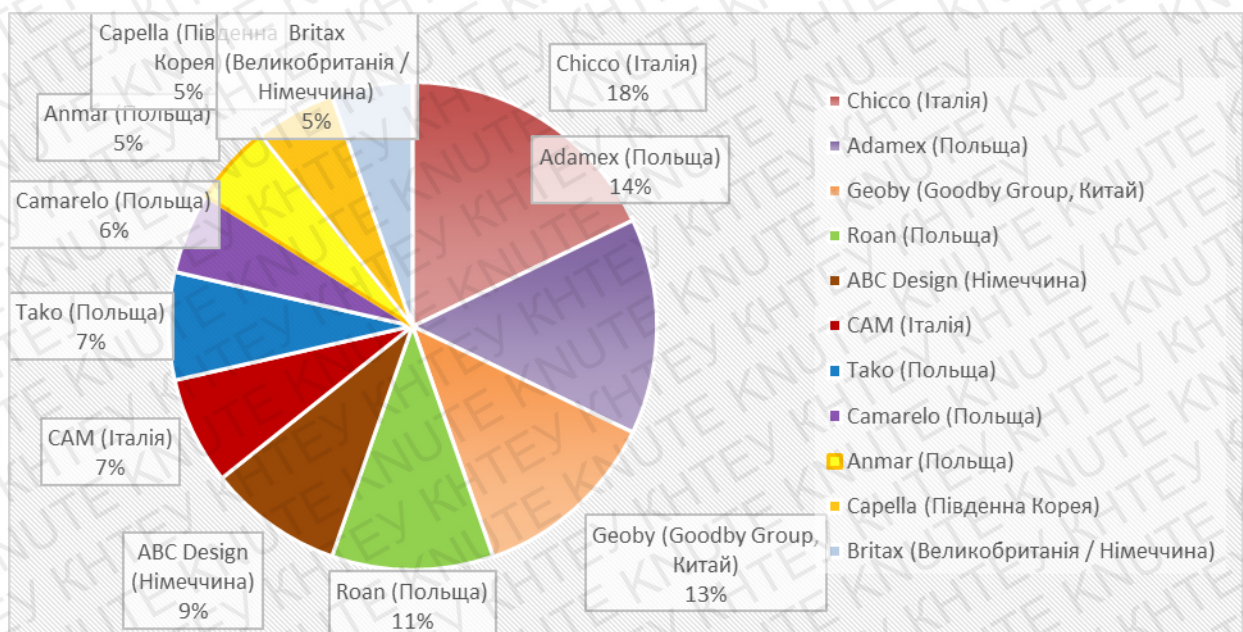


Рис. 2.2. Переваги споживачів щодо фірм-виробників дитячих колясок, %

Як видно з діаграми, зображеної на рис. 2.2, найбільше споживачів світу – 10% надають перевагу Chicco (Італія), 8% - Adamex (Польща), 7% — Geoby (Goodbaby Group, Китай), 6% — Roan (Польща), 5% — ABC Design (Німеччина), найменш привабливими для споживачів стали: по 4% — SAM (Італія) та Tako (Польща), по 3% — Samarelo та Anmar (Польща), Capella (Південна Корея), Britax (Великобританія / Німеччина) [6].

З метою визначення споживчих переваг та тенденцій у виборі українськими покупцями дитячих колясок було розроблено анкету та проведено соціологічне опитування серед споживачів продукції (Додаток А).

Анкета складається з 13 питань, які потребують вибору одного або кількох з запропонованих варіантів відповіді. В опитуванні взяло участь вузьке коло споживачів, а саме – 52 особи. Дана кількість є недостатньою для визначення глобальних споживчих переваг, проте дозволяє зробити певні висновки, які висвітлено в випускній кваліфікаційній роботі.

За результатами анкетування встановлено, що в основному покупцями дитячих колясок є жінки (73,08%), так як саме вони найчастіше ними користуються, а частка чоловіків серед опитаних споживачів становить 26,92% (рис. 2.3).

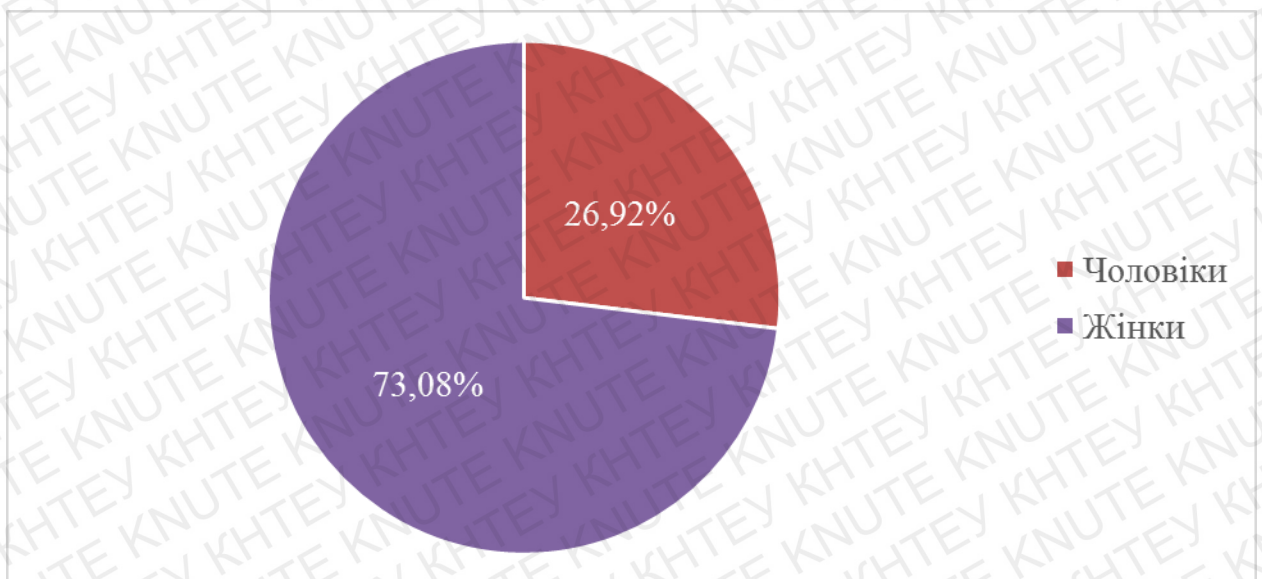


Рис. 2.3. Розподіл споживачів за статтю, %

Відповідно до рис. 2.4 за віком споживачі, які прийняли участь у анкетуванні розподілилися наступним чином - найбільше споживачів вікової групи від 24 до 27 років (40%), найменше - вікової категорії до 23 років (6%), вікова категорія від 28 до 31 року становить 25%, від 32 до 31 року – 17%, більше 35 років – 12%.

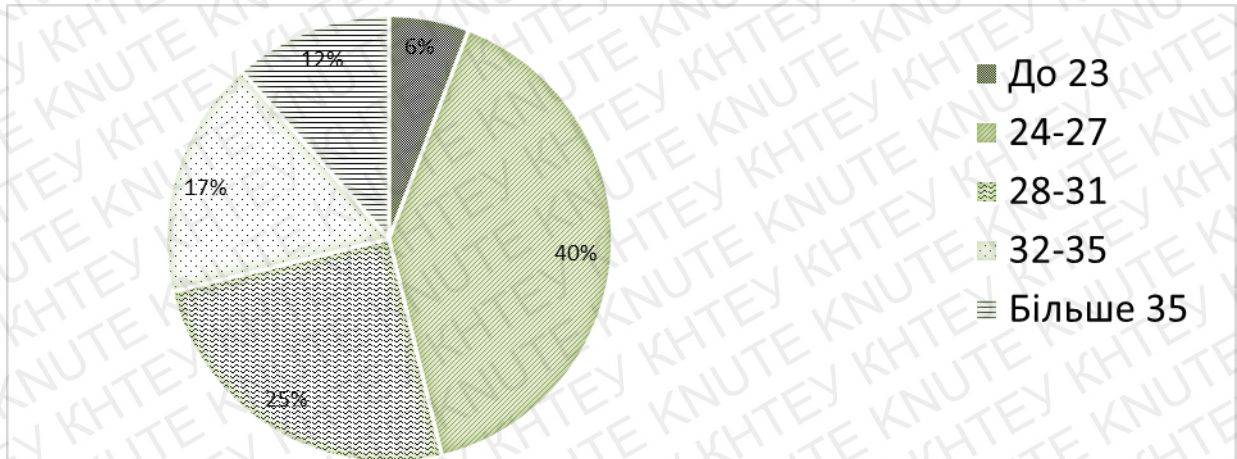


Рис. 2.4. Розподіл споживачів за віком, %

Також респонденти відповідали на питання, скільки у них дітей (молодшого віку, новонароджених або очікується найближчим часом). Це питання було поставлено спеціально для тих батьків, які збираються купувати коляски для двійні. З 52 респондентів: 49 (94,2%) – очікують або мають одного малюка, а 3 (5,8%) – стали батьками двійні / близнюків.

На рис. 2.5 зображено діаграму з відсотковим співвідношенням комплектацій колясок, яким надають перевагу споживачі.

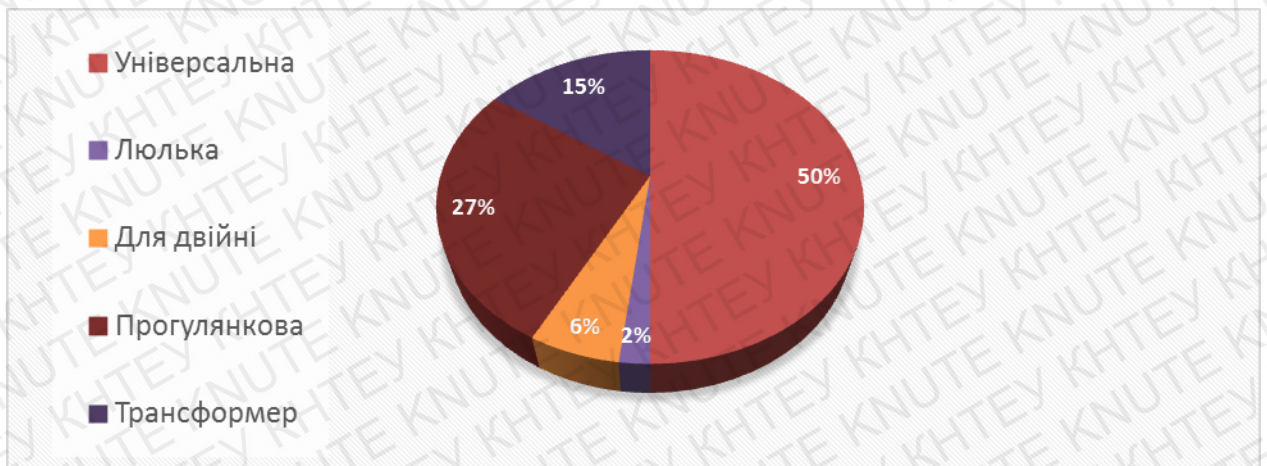


Рис. 2.5. Переваги споживачів щодо комплектності дитячих колясок, %

Встановлено, що з 52 респондентів коляску-трансформер мають намір придбати 8 осіб (15,4%), прогулянкову - 14 осіб (26,9%), коляску для двійні хочуть придбати 3 респондента (5,8%), 1 респондент (1,9%) бажає придбати коляску-люльку, і більшість респондентів 26 осіб (50%) мають намір придбати універсальну коляску. На табл. 2.1 представлено вагомість характеристик, на які звертає увагу споживач під час вибору дитячої коляски (можна було обрати кілька варіантів відповіді).

Таблиця 2.1

Вагомість характеристик при виборі дитячої коляски за результатами опитування

Характеристика	Результат опитування
1. Конструкція рами	8 відповідей (4,68%)
2. Ширина шасі	12 відповідей (7,02%)
3. Розмір та тип коліс	4 відповіді (2,34%)
4. Регулювання висоти і кута нахилу ручки	23 відповіді (13,45%)
5. Перекидна ручка	27 відповідей (21,64%)
6. Наявність ресесорів (підвищена маневреність)	37 відповідей (21,64%)
7. Легка вага	50 відповідей (29,24%)
8. Кошик для покупок	10 відповідей (5,84%)

Найважливішими характеристиками при виборі колясок є: легка вага – 29,24% та наявність ресорів – 21,64%. Менш важливими є: можливість «перекинути» ручку – 15,79%, регулювання висоти і кута нахилу ручки – 13,45% та ширина шасі – 7,02%. Найменшу увагу при виборі коляски споживачі приділяють розміру та типу коліс (2,34%), конструкції рами (4,68%) та наявності кошика для покупок (5,84%).

В ході опитування 82,7% респондентів зазначили, що для них не є принципово важливою наявність додаткових аксесуарів для коляски, але 17,3% споживачів враховують цей критерій при виборі. На основі цього було задано питання щодо додаткових аксесуарів, яким споживачі надають перевагу (можна було обрати кілька варіантів відповіді) (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Вагомість додаткових аксесуарів для покупців дитячих колясок за результатами опитування

Аксесуар	Результат опитування
1. Подушка	11 відповідей (3,1%)
2. Матрац	34 відповіді (9,58%)
3. Конверт (для холодної пори року)	52 відповіді (14,65%)
4. Дошовик з водовідштовхувальних тканин	43 відповіді (12,11%)
5. Капюшон з водовідштовхувальних тканин	17 відповідей (4,79%)
6. Чохол на ніжки з водовідштовхувальних тканин	42 відповіді (11,83%)
7. Москітна сітка від комах	50 відповідей (14,08%)
8. Парасолька	7 відповідей (1,97%)
9. Сумка	47 відповідей (13,24%)
10. Насос для шин	52 відповіді (14,65%)

За результатами анкетування найбільш важливими аксесуарами для покупців дитячих колясок є насос для шин (14,65%), так само як і конверт для холодної пори року (14,65%). Найменш необхідними аксесуарами виявились капюшон з водовідштовхувальних тканин (4,79%), подушка (3,1%) та парасолька (1,97%).

В таблиці 2.3 визначена вагомість факторів вибору моделі дитячої коляски, якими керуються споживачі.

Таблиця 2.3

Вагомість факторів вибору моделі дитячої коляски

Характеристика моделі	Результат опитування
1	2
1. Модель дешева	10 відповідей (4,11%)
2. Модель красиво виглядає	21 відповідь (8,64%)

Продовження табл. 2.3

1	2
3. Модель відповідає всім необхідним вимогам якості	42 відповіді (17,28%)
4. Модель міцна	36 відповідей (14,81%)
5. Модель порадили знаючі друзі/знайомі	38 відповідей (15,64%)
6. Модель розрахована на довгострокове використання	10 відповідей (4,11%)
7. Модель зручна у використанні	41 відповідь (16,87%)
8. Модель безпечна для дитини	43 відповіді (17,72%)
9. Не змогли відповісти	2 відповіді (0,82%)

На основі отриманих результатів, представлених в табл. 2.3 виявлено, що, в першу чергу, споживачі обирають певну модель, тому що вона є найбільш безпечною (17,72%), відповідає всім необхідним вимогам якості (17,28%) та є зручною у використанні (16,87%), найменш вагомими критеріями при виборі коляски учасники опитування вважають вибір за порадою друзів / знайомих (4,11%) та бюджетність моделі (4,11%).

Діаграма на рис. 2.6 зображує виробників, яким надають перевагу покупці дитячих колясок.

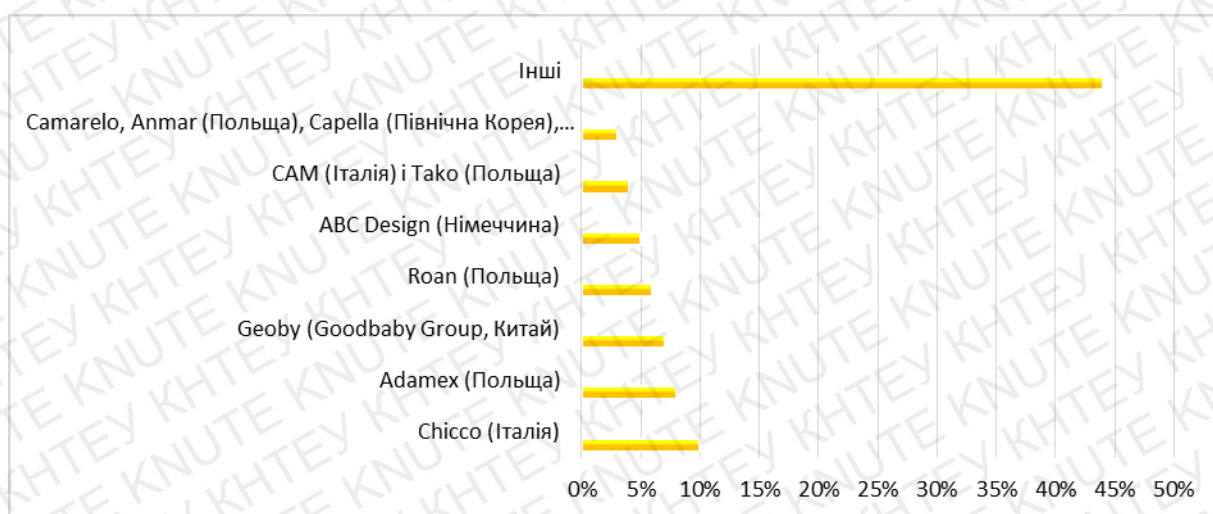


Рис. 2.6. Ранжування дитячих колясок за виробниками, %

За результатами анкетування було виявлено, що виробником, який найбільш імпонує споживачам – є Chicco (Італія) – 10%, найменшим попитом користується продукція виробників Samarelo и Anmar (Польща), Capella (Південна Корея), Britax (Великобританія / Німеччина) – 3%.

Заключне питання анкети визначило основні канали збуту дитячих колясок і співвідношення між ними (рис. 2.7).

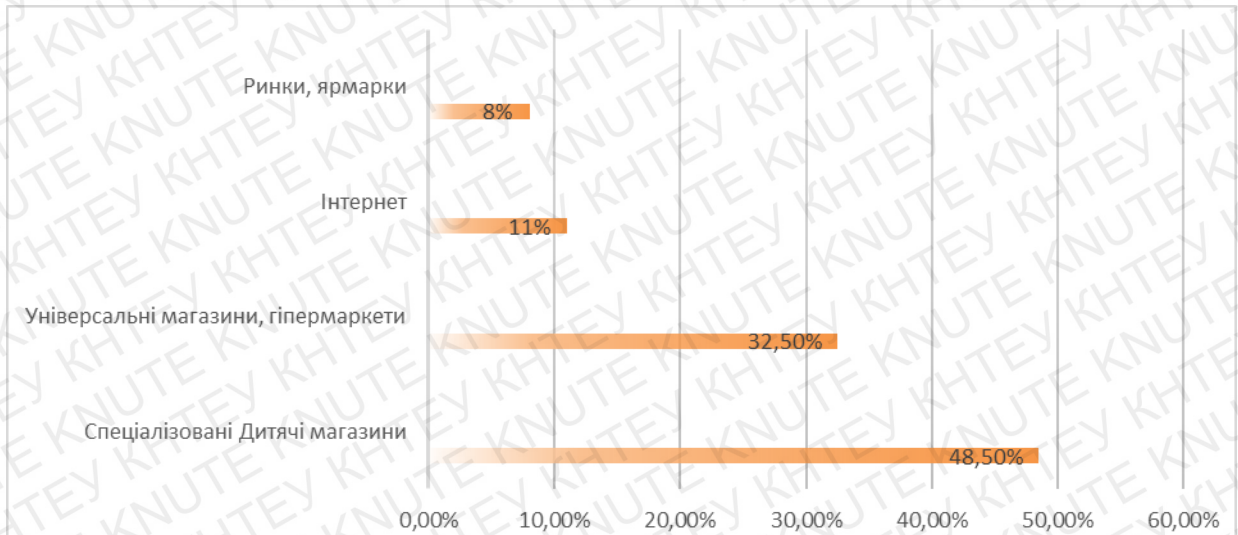


Рис. 2.7. Відсоткове співвідношення місць продажу дитячих колясок, яким споживачі надають перевагу, %

Діаграма на рис. 2.7. демонструє безумовне лідерство спеціалізованих магазинів дитячих товарів – близько 48,5% батьків купують коляски там. Основну конкуренцію дитячим магазинам складають гіпермаркети і універсальні магазини - 32,5% цільової аудиторії.

Отже, в ході опитування було встановлено, що найпопулярнішими за комплектацією є універсальні коляски, найважливішими факторами при виборі коляски є вага та наявність ресорів, для більшості споживачів важливою є наявність додаткових аксесуарів. Найпопулярніший виробник для споживачів - Chicco (Італія), найменшим попитом користується Samarelo и Anmar (Польща), Capella (Південна Корея), Britax (Великобританія / Німеччина).

2.3. Товарознавча характеристика асортименту дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К»

Гіпермаркет «Епіцентр К» поділяється на шість торгових відділів, кожен з яких, пропонує асортимент певних товарів. Дитячі коляски належать до товарів для дітей, які представлена у відділі «Епік». Асортимент дитячих колясок в категорії «Дитячі товари» налічує: прогулянкові коляски, універсальні коляски (2в1, 3в1), коляски тростини, коляски для двійні [50].

На рис. 2.8. продемонстровано структура асортименту дитячих колясок, що реалізуються у ТОВ «Епіцентр К».

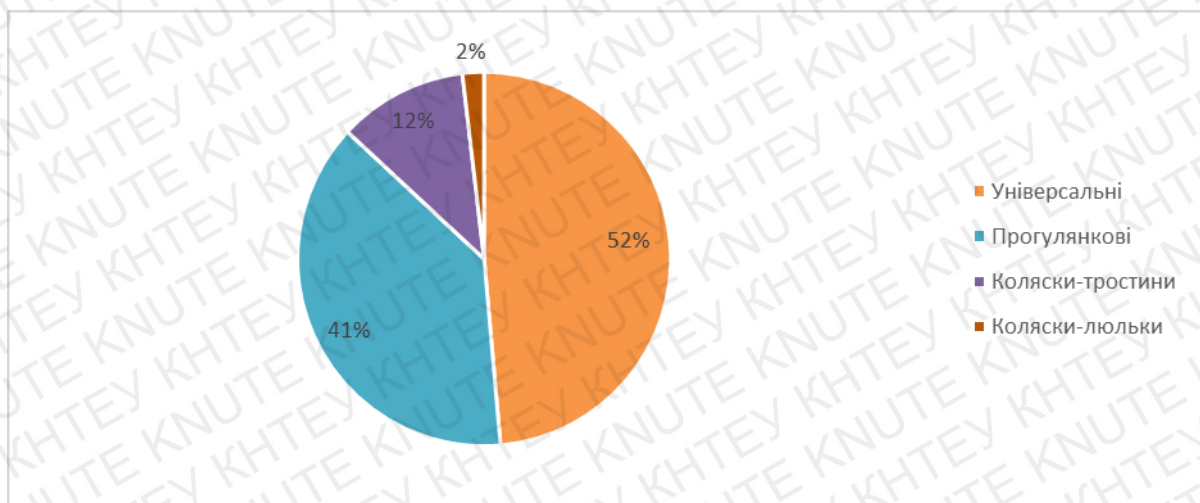


Рис. 2.8. Структура асортименту дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К» за типами, %

Найбільшу частку в структурі асортименту дитячих колясок – 52%, займають універсальні коляски. Не набагато менше - 41% – прогулянкові, 12% – коляски-тростини, коляски для двійнят – 6 %, коляски-люльки – 2%.

Для більш детального аналізу взято коляски типу універсальні 2в1 та 3в1. За принципом дії змінних модулів, які встановлюються на візок, повністю змінюючи його концепцію. Таким чином, цей візок можна використовувати від народження дитини і аж до досягнення ним віку трьох років.

Гіпермаркет «Епіцентр К» пропонує лише імпортні дитячі коляски. У табл. 2.4. наведено бренди дитячих універсальних колясок, представлених у

ТОВ «Епіцентр К». Асортимент дитячих колясок ТОВ «Епіцентр-К» складається з 21 найменувань брендів, проте лише 6 із них складають універсальні коляски.

Таблиця 2.4

Характеристика дитячих колясок за брендами ТОВ «Епіцентр К»

Бренд	Механ. Склад.	Поворотн. коліс	К-сть коліс	Діам. коліс, см	Ширина шасі, см	Додатк. прист.	Вага, кг	Країна-виробн.
Invictus	книжка	поворотні	4	29	57	+	12,9	Польща
Miqilong	книжка	поворотні	4	7	60,61	+	10,5	Китай
Baby Style	книжка	поворотні	4	22,5	59	+	7,9	Китай
Jedo	книжка	неповоротні	4	14,7	59, 62	+	14	Польща
Britax	книжка	поворотні	4	28	61	+	13	Німечч.
ABC Design	книжка	поворотні	4	26	62-63	+	13,1-14,5	Китай, Німечч.

Встановлено, що за механізмом складання всі представлені в гіпермаркеті моделі мають механізм складання книжку, тобто спинка і сидіння складаються разом, як листи книги при її закритті. Коляски мають суцільну ручку, що дозволяє взяти їх однією рукою і обладнані 23 спинками з можливістю повороту в горизонтальну площину. Недоліком є більша вага і габарити, ніж у тростевих.

У колясок всіх досліджуваних брендів колеса поворотні, лише у бренда «Jedo» наявні моделі з неповоротними колесами. У всіх дитячих колясок кількість коліс 4 - класична колісна база, саме під неї розраховуються пандуси на сходових маршах. Діаметр коліс коливається в діапазоні 7-29 см у зразків різних брендів. Чим більші і ширші колеса, тим краще у коляски прохідність, проте гірша маневреність. Діаметр шасі у представлених моделей від 57 см до 63 см. А вага коливається від 7,9 кг до 14,5. Всі універсальні коляски, наявні у ТОВ «Епіцентр-К» мають додаткові пристосування, такі як дощовик, накидка на ніжки, підстаканник, сумка для мами, москітна сітка. Britax, крім всього вищезгаданого, має адаптери CLICK&GO, і оснащені системою Anti-Shock – для кращого поглинання ударів.

Проаналізовано структуру дитячих колясок за країнами-виробниками.

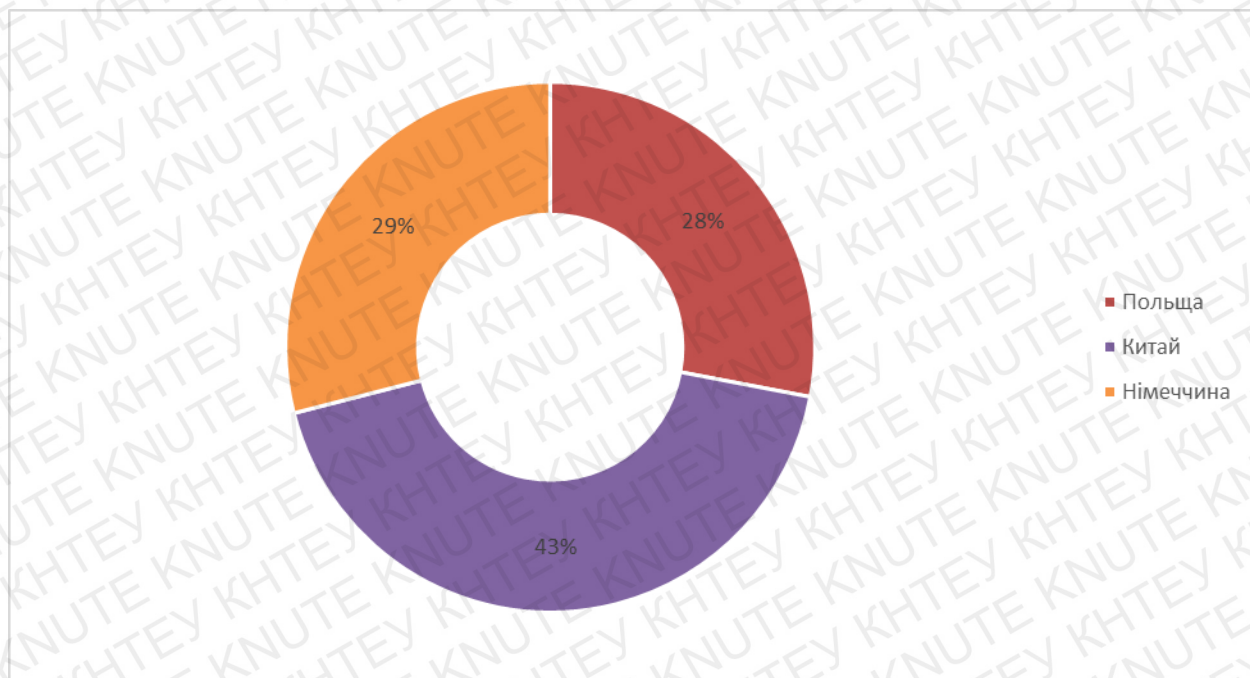


Рис. 2.9. Структура асортименту дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К» за країнами-виробниками, %

Встановлено, що найбільшу частку займають коляски, виробником яких є Китай, а саме – 43%. На другому місці розташувалась Німеччина – 29%, і з незначною різницею представлена Польща – 28%.

Отже, у гіпермаркеті «Епіцентр К» представлений широкий асортимент дитячих колясок, серед яких універсальні коляски, коляски-тростини, прогулянкові коляски та коляски для двійнят, які мають різні параметри. Споживач має змогу обрати дитячу коляску, яка якнайкраще задовольнить його потреби.

2.4. Оцінка рівня якості дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К»

Споживачам і виробникам важливо знати які з показників в більшій або в меншій мірі впливають на якість дитячих колясок та який комплексний показник якості вони мають.

Оскільки український ринок насичений дитячими колясками закордонного виробництва, то для оцінки якості експертним методом було обрано чотири зразки універсальних колясок іноземного виробництва провідних брендів (табл. 2.5.). Серед досвідчених працівників торгівлі обрано чотирьох експертів, які здійснювали процедуру оцінки якості.

Таблиця 2.5

Зразки універсальних колясок, обраних для проведення оцінки якості

Зразок №1. ABC Design	Зразок №2. Britax
	
Зразок №3. Babe Style	Зразок №4. Recaro
	

Номенклатура показників якості дитячих колясок розроблена за допомогою аналізу нормативної документації, представленої в ГОСТ 19245-93 «Коляски дитячі. Загальні технічні умови», інформації про товар та вимог споживачів.

Для оцінки рівня якості дитячих колясок було обрано 10 показників їх споживних властивостей:

x1 - зручність управління, прохідність коляски;

- x2 - надійність підніжки, ременів безпеки, пристосувань для кріплення кузова;
- x3 - міцність посадки шинки на обід колеса;
- x4 - стійкість коляски;
- x5 - легкість знімання і установки, регулювання комплектуючих вузлів і деталей коляски;
- x6 - раціональність форми;
- x7 - робота механізму регулювання рівня спинки, підніжки, ручки;
- x8 – якість амортизації;
- x9 - здатність гальмівного пристрою утримувати коляску;
- x10 – якість роботи фіксаторів та інших блокуючих пристроїв.

Далі було визначено вагомість вибраних показників шляхом їх ранжування експертною групою. Для визначення вагомості показників кожний із 4-х експертів виставив 10-ти показникам відповідні ранги: від 1 до 10 (найменш вагомий показник отримує 1-й ранг, найвагоміший – 10-й ранг).

Результати ранжування показників якості товару (x1, x2, ... x10) експертами наведено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Результати ранжування експертами показників якості

Експерти	Оцінювані показники									
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10
1	10	6	3	9	1	2	4	8	7	5
2	8	5	3	9	2	1	4	10	6	7
3	10	5	3	8	2	1	4	9	6	7
4	10	7	3	9	2	1	5	8	4	6
S	38	23	12	35	7	5	17	35	23	25
D	16	1	-10	13	-15	-17	-5	13	1	3
d ²	256	1	100	169	225	289	25	169	1	9
a1	0,173	0,105	0,055	0,159	0,032	0,023	0,077	0,159	0,105	0,114

Сума сумарних рангів становить ΣS :

$$38+23+12+35+7+5+17+35+23+25=220.$$

Середня величина сумарних рангів: $220/10=22$.

Шукаємо d – відхилення від середньої величини сумарних рангів для:

$$x_1 = 38 - 22 = 16 \quad x_6 = 5 - 22 = -17$$

$$x_2 = 23 - 22 = 1 \quad x_7 = 17 - 22 = -5$$

$$x_3 = 12 - 22 = -10 \quad x_8 = 35 - 22 = 13$$

$$x_4 = 35 - 22 = 13 \quad x_9 = 23 - 22 = 1$$

$$x_5 = 7 - 22 = -15 \quad x_{10} = 25 - 22 = 3$$

Для кожного із значень d шукаємо d^2 .

Обчислюємо коефіцієнт вагомості (a) за формулою:

$$a_i = \frac{s_i}{\sum_{i=1}^n s_i} \quad (2.4)$$

Сума розрахованих коефіцієнтів має дорівнювати 1.

Розраховуємо коефіцієнт узгодженості думок експертів:

$$W_g = \frac{\sum_{i=1}^n (d^2)}{\frac{1}{12} m^2 (n^3 - n)} \quad (2.5),$$

де m – кількість експертів,

n – кількість показників.

$$W_g = 1244/1320 = 0,94,$$

Оскільки отриманий показник наближений до 1, це засвідчує узгодженість думок експертів. За вагомістю показники в порядку зниження значущості можна розташувати так:

1. зручність управління, прохідність коляски – 0,173;
2. стійкість коляски/ якість амортизації – 0,159;
3. якість роботи фіксаторів та інших блокуючих пристроїв – 0,114;

4. надійність підніжки, ременів безпеки, пристосувань для кріплення кузова/ здатність гальмівного пристрою утримувати коляску – 0,105;
5. робота механізму регулювання рівня спинки, підніжки, ручки – 0,077;
6. міцність посадки шинки на обід колеса – 0,055;
7. легкість знімання і установки, регулювання комплектуючих вузлів і деталей коляски – 0,032
8. раціональність форми – 0,023.

Порівняємо досліджувані зразки за обраними показниками споживних властивостей. Результати оформлені у вигляді таблиці 5. Експерти оцінювали кожен показник за 5-ти бальною системою: 1 бал – низький рівень показника, 5 балів – високий рівень показника. Остаточне значення розраховували як середнє арифметичне експертних оцінок показника.

Таблиця 2.7

Оцінка експертами дитячих колясок

Показники	ABC Design	Britax	Baby Style	Recaro
x1	5	5	5	5
x2	5	5	5	5
x3	3	4	5	5
x4	5	5	5	5
x5	5	4	4	4
x6	5	5	5	5
x7	5	5	5	4
x8	5	5	5	5
x9	5	5	5	5
x10	5	5	3	4

Для визначення рівня якості отримані значення порівнюють з показниками базового зразка. Як основу для порівняння споживних властивостей базовим зразком була обрана коляска ABC Design, оскільки вона є найкращою серед досліджуваних зразків за найбільш вагомими показниками. Результати розрахунку рівня якості занесено до табл.2.8.

Рівень якості розраховується за формулою:

$$P = \sum_{i=1}^n a_i g_i \quad (2.6),$$

де n – кількість показників,

a_i – коефіцієнт вагомості i -того показника,

g_i – відносний показник якості, який розраховується за формулою:

$$g_i = \text{Рдосл.} / \text{Рбаз.} \quad (2.7),$$

де Рдосл. – значення параметру досліджуваного товару,

Рбаз. – значення параметру базового зразка.

Таблиця 2.8

Розрахунок рівня якості дитячих колясок

Показник	Відносний показник (g1)			Коефіцієнт вагомості показника (a1)	g1*a1		
	№2	№3	№4		№2	№3	№4
x1	1	1	1	0,173	0,173	0,173	0,173
x2	1	1	1	0,105	0,105	0,105	0,105
x3	1,3	1,67	1,67	0,055	0,072	0,092	0,092
x4	1	1	1	0,159	0,159	0,159	0,159
x5	1	0,8	0,8	0,032	0,032	0,026	0,026
x6	1	1	1	0,023	0,023	0,023	0,023
x7	1	1	0,8	0,077	0,077	0,077	0,062
x8	1	1	1	0,159	0,159	0,159	0,159
x9	1	1	1	0,105	0,105	0,105	0,105
x10	1	0,6	0,8	0,114	0,114	0,068	0,091
S	-	-	-	1	1	0,99	0,99

За результатами розрахунку рівня якості дитяча коляска Britax знаходиться на одному рівні якості з базовим зразком ABC Design, в той час як Baby Style та Recaro поступаються за своїм рівнем якості на 0,001, що є незначною різницею.

РОЗДІЛ 3

ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ДИТЯЧИХ КОЛЯСОК ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»

3.1. Дослідження організації та оцінка ефективності імпорту ТОВ «Епіцентр К»

«Епіцентр К» - мережа будівельно-господарських гіпермаркетів в Україні. Основна спеціалізація компанії - роздрібна торгівля будівельними матеріалами, товарами для обробки будинку, меблями, побутовою хімією, авто-товарами, товарами для саду та городу, дитячими товарами тощо. Компанія заснована в 2003 році. Головний офіс знаходиться в м.Київ, Україна. Досліджуваний гіпермаркет знаходиться за адресою м.Київ, вул. Берковецька, 6.

Всі основні положення функціонування підприємства зафіксовані в Статуті. Форма власності підприємства - приватна. ТОВ «Епіцентр К» є юридичною особою. Основний вид діяльності - 47.78 Роздрібна торгівля іншими невживаними товарами в спеціалізованих магазинах [16].

ТОВ «Епіцентр К» здійснює зовнішньоекономічну діяльність (експорт та імпорт) – тобто співпрацює з іноземними суб'єктами господарської діяльності як на території України, так і за її межами, в порядку та на умовах, визначених чинним законодавством України про зовнішньоекономічну діяльність.

Сутність імпорتنих операцій полягає у закупівлі і ввезенні іноземних товарів для реалізації їх на внутрішньому ринку країни імпортера або виробничого споживання підприємством-імпортером. У міжнародній комерційній практиці дані операції здійснюються лише на комерційних засадах, на підставі укладання та виконання контракту купівлі-продажу.

ТОВ «Епіцентр К» займається здійсненням експортних та імпорتنих операцій і має окремий відділ, який організовує зовнішньоекономічну діяльність та співпрацює з іноземними суб'єктами господарської діяльності на умовах, що не перечать чинному законодавству України.

Відділ ЗЕД - це частина апарату управління підприємства, в завдання якого входить здійснення планування організації і координації ЗЕД на підприємстві, а також управління імпортом та експортним потенціалом підприємства і створення конкурентоспроможної продукції, забезпечення виконання зобов'язань перед іноземними партнерами, освоєння нових форм виробничого, науково-технічного та інвестиційного співробітництва та підготовка контрактного товару до процедури митного оформлення [15].

Декларування і митне оформлення є одними з важливих напрямків діяльності відділу ЗЕД.

Декларування вантажів передбачає оформлення наступних документів: вантажних митних декларацій (ВМД), електронних копій ВМД, декларацій митної вартості, описів документів, які додаються до ВМД [7].

Кінцевим результатом діяльності декларанта є отримання митної позначки «випуск дозволено».

У здійсненні зовнішньоекономічних зв'язків спеціалісти відділу зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Епіцентр К» керуються чинним законодавством та нормативно-правовими актами. В першу чергу це Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність», Господарський кодекс України, Митний кодекс України, а також Міжнародні договори та Конвенції [18].

Заходи з реалізації зовнішньоторговельних операцій здійснюються на підприємстві у декілька етапів, на яких вирішуються певні завдання, та виконуються відповідні формальності, пов'язані з оформленням, пересиланням та обробленням документації, необхідної для забезпечення успішного виконання угоди [3].

Механізм здійснення ЗЕД ТОВ «Епіцентр К» зображено на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Схема здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Розглянемо кожен з етапів:

1. Підготовка ЗТО. Основними завданнями даного етапу є:

- маркетингове дослідження зовнішнього ринку;
- пошук, вибір та встановлення контакту із закордонним партнером;
- аналіз та проробка конкурентних матеріалів, складання конкурентного листа, розрахунок експортно-імпортних цін;
- проробка базисних умов контракту;
- проробка валютно-фінансових умов контракту;
- техніко-економічне обґрунтування ЗТО;
- підготовка проекту контракту.

2. Укладання зовнішньоторговельних контрактів:

- проведення попередніх договорів;
- складання протоколу про наміри та попереднього контракту;
- складання та підписання ЗТК;

3. Організація контролю, виконання та припинення зовнішньоторговельного контракту:

- виконання контрактних зобов'язань таких як: поставка товарів, надання послуг, технічне та гарантійне обслуговування продукції, розрахунково-платвіжні операції;
- Контроль за виконанням контрактних зобов'язань;
- Розгляд можливих претензій та рекламцій з експорту та імпорту;
- Способи та порядок припинення ЗТК [4].

При перетині вантажем митної території України для митного оформлення ТОВ «Епіцентр К» використовує наступні супровідні документи [5]:

1. Платіжне доручення про оплату митних платежів(РР № 37349210000026, банк отримувач УДК у м. Києві МФО 820019, Одержувач – Київська регіональна митниця. ЄДРПОУ 00137331, призначення платежу – Митні платежі згідно тарифів. Без ПДВ;
2. Платіжне доручення, що підтверджує оплату за послуги митного терміналу;
3. Зовнішньоекономічний контракт;
4. Інвойс (оригінал);
5. Сертифікат країни походження;
6. Картка обліку суб'єкта ЗЕД;
7. Довідка про декларування валютних цінностей;
8. Книжка МДП;
9. Транспортна накладна CMR;
10. Декларація експортера;
11. Документи, що підтверджують вартість і код товару [13].

Організація імпорتنних операцій передбачає проведення переговорів з іноземними контрагентами та укладання імпортного контракту. При імпортуванні товарів менеджер відділу ЗЕД у центральному офісі спільно з керівником товарного відділу формують замовлення на товар, які будуть реалізовані у кожному гіпермаркеті мережі [18].

При формуванні асортименту дитячих колясок керівництво комерційного департаменту, керівник відділу закупівель, керівництво фірми та співробітники відділу «Епік» аналізують і обирають асортиментні позиції. При цьому найбільша увага приділяється надійності, безпечності, якості товарів, умовам розрахунків та поставки.

Постачання товарів в основному здійснюється власним транспортом компанії "Епіцентр К" від відомого польського виробника "Produkts Building Materials" у точки роздрібної торгівлі компанії.

На сьогодні ТОВ «Епіцентр К» співпрацює з понад 3,5 тис. постачальників, що забезпечують мережу торгових центрів «Епіцентр» близько 200 тис. найменуваннями товарів.

Хоча з початку кризи в ТОВ «Епіцентр К» частка імпортного товару в мережі скоротилась з 25% до 11% через девальвацію гривні і подорожчання імпортних товарів втричі, тенденція імпорту дитячих колясок лишилась незмінною [24]. Наразі всі дитячі коляски, що реалізуються у дитячому відділі ТОВ «Епіцентр К» постачаються іноземними виробниками. З метою на надання широкого асортименту дитячих колясок торговельної мережі ТОВ «Епіцентр К», фахівці відділу закупівель співпрацюють з численною кількістю постачальників, найбільшими серед них є «Britax», «ABC Design», «Baby Style», «Recaro» та інші.

ТОВ «Епіцентр К» веде зовнішньоекономічну діяльність шляхом укладання угод на імпорт продукції з інших країн, таких як Китай, Польща, Німеччина, Португалія, Франція та ін.

Географічна структура імпорту дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К» представлена на рис.3.2.

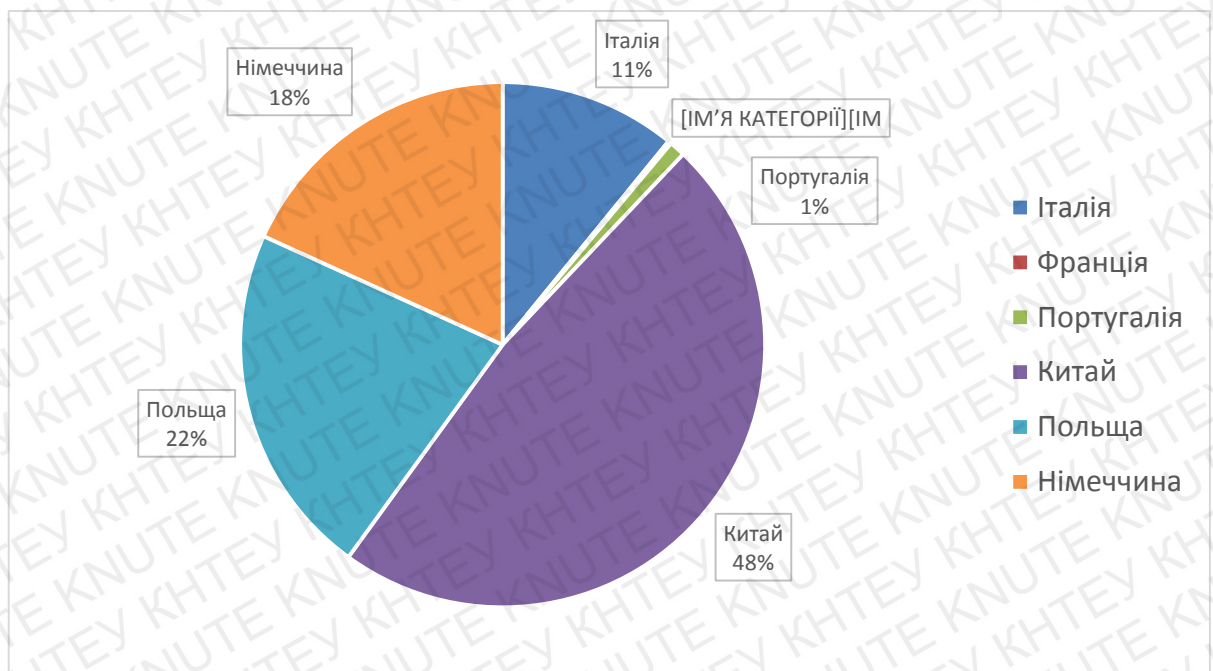


Рис.3.2. Географічна структура імпорту дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К» у 2018 році, % [31]

Діаграма на рис.3.2 демонструє переважання імпорту дитячих колясок з Китаю, частка реалізації – 48%. Це пояснюється нижчою вартістю продукції та широким асортиментом.

Частка реалізації дитячих колясок з Польщі становить 22%. Частка товарів, імпортованих з Німеччини та Італії сягає 18% та 11% відповідно. Найменше дитячих колясок імпортується із Португалії та Франції – 1%.

Не залежно від митного режиму, підприємство працює загалом із базовими умовами постачання: EXW, DDP та DAT, правила яких вказані в INCOTERMS 2010 [12]

- EXW або Франко завод (...назва місця) — термін інкотермс 2000 та 2010, означає, що продавець вважається таким, що виконав свої зобов'язання з постачання, коли він надасть товар у розпорядження покупця на своєму підприємстві чи в іншому названому місці. Продавець не відповідає за навантаження товару на транспортний засіб, а також за митне очищення товару для експорту. Імпортер (покупець) повинен укласти договір з перевізниками товару і сплатити перевезення від підприємства продавця до пункту призначення, включаючи вантаження, отримати експортні ліцензії, виконати і сплатити митні процедури, а також податки і збори, сплатити товар продавцеві за ціною виробника.

- DAT Delivered at Terminal / Постачання на терміналі. Продавець здійснює поставку, коли товар, розвантажений з прибулого транспортного засобу, наданий у розпорядження покупця в узгодженому терміналі в узгодженому порту або в місці призначення. Продавець несе всі ризики, пов'язані з доставкою товару і його розвантаженням на терміналі в поїменованому порту або в місці призначення. Всі ризики випадкового псування і загибелі товару, починаючи з моменту надання його продавцем (експортером), несе покупець.

- DDP Delivered Duty Paid / Постачання з оплатою мита. Продавець здійснює поставку, коли в розпорядження покупця надано товар, очищений від мит, необхідних для ввезення, на прибулому транспортному засобі, готовим для розвантаження в визначеному місці призначення. Продавець несе всі витрати і

ризиками, пов'язані з доставкою товару в місце призначення, і зобов'язаний виконати митні формальності, необхідні не тільки для вивозу, а й для ввезення, сплатити будь-які збори, що стягуються при вивозі і ввезенні, і виконати всі митні формальності.

Головною умовою проведення зовнішньоекономічної операції є її ефективність. На сучасному етапі будь-який суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності вирішує проблему підвищення ефективності зовнішньоекономічних операцій. В поточних умовах ведення бізнесу вирішення цієї проблеми є надзвичайно важливим.

Ефективність імпорту – економічна категорія, що відображає сукупний ефект від імпорту, який полягає в економії суспільної праці та зростанні продуктивності від участі у міжнародному поділі праці. Ефективність у загальному вигляді визначають як відношення результатів їх діяльності до витрат, спрямованих на їхнє якісне досягнення. Вона є характеристикою процесів і впливів, що відбиває, насамперед, ступінь досягнення переслідуваних цілей, і саме тому ефективність притаманна лише цілеспрямованій взаємодії.

Нормативна класифікація дитячих колясок в Україні наведена в Державному класифікаторі продукції та послуг. За УКТЗЕД – ці товари класифікуються в товарній підкатегорії 8715 00 10 00 «Коляски дитячі». Ставка мита для товарів даного коду складає 0% від фактичної вартості товару (табл. 3.1) [8, 18].

ТОВ «Епіцентр К» відвантажує імпортні дитячі коляски автомобільним транспортом власного автопарку [28].

Таблиця 3.1

**Вихідні дані для визначення ефекту та ефективності імпорту
універсальних колясок ABC Design**

Показник	Значення показника
1	2
Код УКТЗЕД	8715 00 10 00
Ціна реалізації, грн	13002

Продовження табл. 3.1

1	2
Країна експортер	Німеччина
Умови постачання	DAT Київ
Ставка мита, %	0
Ціна закупівлі, €	288,4
Кількість одиниць, шт.	50
Курс НБУ на час здійснення платежів, грн/євро	27,05 (на 14.10.19)
Витрати, пов'язані з імпортом, грн	70796,07
Розвантаження, грн	3900,61
ПДВ, %	20

Розраховуємо контрактну (фактурну) вартість поставки (ФВ). Для цього достатньо помножити кількість товару на ціну за одиницю:

$$\text{ФВ} = 288,4 * 50 = 14420 \text{ € або } 390061 \text{ грн};$$

Для розрахунку митної вартості потрібно розуміти, які витрати покладаються на продавця, і які на покупця. Даний товар імпортується зі складу виробника в Німеччині за міжнародними умовами поставки ІНКОТЕРМС – DAT Київ. Базис поставки DAT Інкотермс-2010 покладає на продавця обов'язок по виконанню експортних митних процедур для вивезення товару, однак продавець не зобов'язаний виконувати митні формальності для ввезення товару, сплачувати імпортні мита або виконувати інші імпортні митні процедури при ввезенні. Покупець у даному випадку повинен оплатити імпортне мито та податок на додану вартість, акцизний податок за даного виду товару не передбачається. Ризики переходять від продавця до покупця в момент передачі товару в терміналі, у даному випадку в місті Київ.

В даному випадку митна вартість (МВ) товару буде рівноцінна фактурній вартості:

$$\text{МВ} = 390061 \text{ грн}$$

Наступним кроком є розрахунок витрат на мито та ПДВ, які у даному випадку сплачує покупець. За даними умовами ми здійснюємо імпорт товару із країни Європейського Союзу, тому ставка мита складає 0%.

$$\text{ПДВ} = (\text{МВ} + \text{Мито}) * 0,2 = 390061 * 0,2 = 78012,2 \text{ грн}$$

Розрахунок витрат на придбання імпортої продукції матиме наступний вигляд:

$$\text{Вімп} = \text{МВ} + \text{ПДВ} + \text{Вр},$$

де Вр – вартість розвантаження,

Ві – витрати, пов'язані з імпортом.

$$\text{Вімп} = 390061 + 78012,2 + 3900,61 + 70796,07 = 542769,88 \text{ грн}$$

Розрахуємо виручку від реалізації продукції на внутрішньому ринку:

$$\text{РВР} = 13002 * 50 = 650100 \text{ грн}$$

Економічний ефект від імпорту (Ее.і) розраховується шляхом віднімання від вартості імпортої продукції на внутрішньому ринку (РВР) витрат на її придбання:

$$\text{Ее.і} = \text{РВР} - \text{Вімп}$$

$$\text{Ее.і} = 650100 - 542769,88 = 107330,12 \text{ грн};$$

Показник економічної (абсолютної) ефективності імпорту (Ееф.і) розраховується діленням вартості імпортої продукції на внутрішньому ринку на витрати на придбання імпортої продукції:

$$\text{Ееф.і} = \text{РВР} / \text{Вімп}$$

$$\text{Ееф.і} = 650100 / 542769,88 = 1,2$$

Отже, виходячи із наведених розрахунків можемо побачити, що економічний ефект імпорту даної партії дитячих колясок становить 107330,12 грн, а ефективність імпортої операції (Ееф.і) > 1 , що свідчить про ефективність імпорту даних моделей дитячих колясок.

3.2. Обґрунтування напрямів підвищення ефективності імпортової діяльності підприємства

За результатами дослідження, економічна ефективність імпортової операції щодо поставки дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К» більше 1, що свідчить про доцільність її здійснення. Проте в поточних умовах ведення бізнесу підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності є надзвичайно важливим.

Організація імпортової операції складається з певної послідовності дій, які мають ключове значення для діяльності підприємства, оскільки підприємство витрачає велику суму коштів на товар, що в майбутньому має принести достатній рівень прибутку для подальшої діяльності підприємства. Тому кожен крок має бути обґрунтованим та зваженим [10].

Загалом ефективність зовнішньоторговельних процесів підвищують шляхом зниження витрат та відрахувань або збільшенні доходу від самого процесу [11]. Основні напрями підвищення ефективності імпорту ТОВ «Епіцентр К» та їх обґрунтування наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Напрями підвищення ефективності імпорту ТОВ «Епіцентр К»

Напрямок	Вплив на імпортову операцію
Збільшення обсягу поставок	- Оптимізація транспортних витрат - Оптимізація витрат на страхування - Отримання знижки шляхом імпортування більшої кількості товару
Зміна постачальника	- Зниження витрат, пов'язаних з імпортом - Вигідніші умови постачання
Розширення асортименту товарів	- Збільшення обсягів реалізації продукції

«Епіцентр К» інтенсивно освоює нові території у Волинській області. Наразі відкрито торговий центр мережі у м. Червоноград та м. Нововолинськ, а також проводиться будівництво нового торговельного центру «Епіцентр К» у м. Ковель, що веде в свою чергу до збільшення обсягів реалізації продукції. [19, 26, 27]

Виходячи з вищезазначеного, доцільно буде збільшити обсяги поставки дитячих колясок. Збільшення партій товару, що імпортуються, сприятиме підвищенню прибутковості торговельної операції, зважаючи на зниження закупівельної ціни, витрат на транспортування та страхування.

Запропонуємо варіант співробітництва підприємства ТОВ «Епіцентр К» з італійською фірмою Chicco, що буде доцільним, навіть з точки зору попиту споживачів. Контракт з італійським постачальником має бути дешевшим, ніж з німецьким виробником за рахунок зменшення витрат на поставку товарів. Більш високу ціну товару можна компенсувати нижчими витратами на транспортування. При цьому не будемо змінювати умови поставки та вид розрахунку, оскільки вони є найбільш прийнятними для підприємства в теперішніх умовах.

Розрахуємо ефективність імпорту партії 50 дитячих універсальних колясок Chicco (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

**Вихідні дані для визначення ефекту та ефективності імпорту
універсальні колясок Chicco**

Показник	Значення показника
Код УКТЗЕД	8715 00 10 00
Ціна реалізації, грн	16 534
Країна експортер	Італія
Умови постачання	ДАТ Київ
Ставка мита, %	0
Ціна закупівлі, €	289,7
Кількість одиниць, шт.	50
Курс НБУ на час здійснення платежів, грн/євро	27,05 (на 14.10.19)
Витрати, пов'язані з імпортом, грн	47414,13
Розвантаження, грн	3918,19
ПДВ, %	20

Розраховуємо контрактну (фактурну) вартість поставки (ФВ). Для цього достатньо помножити кількість товару на ціну за одиницю:

$$\text{ФВ} = 289,7 * 50 = 14485 \text{ € або } 391819,25 \text{ грн};$$

В даному випадку митна вартість (МВ) товару буде рівноцінна фактурній вартості:

$$\text{МВ} = 391819,25 \text{ грн}$$

Наступним кроком є розрахунок витрат на мито та ПДВ:

$$\text{ПДВ} = (\text{МВ} + \text{Мито}) * 0,2 = 391819,25 * 0,2 = 78363,85 \text{ грн}$$

Розрахунок витрат на придбання імпортової продукції (Вімп) матиме наступний вигляд:

$$\text{Вімп} = \text{МВ} + \text{ПДВ} + \text{Вр} + \text{Ві}$$

де Вр – вартість розвантаження,

Ві – витрати, пов'язані з імпортом

$$\text{Вімп} = 391819,25 + 78363,85 + 3918,19 + 47414,13 = 521515,42 \text{ грн}$$

Розрахуємо виручку від реалізації продукції на внутрішньому ринку:

$$\text{РВР} = 16534 * 50 = 826700 \text{ грн}$$

Економічний ефект від імпорту (Ееф.і) розраховується як різниця між виручкою від реалізації та витратами на придбання імпортного товару:

$$\text{Ее.} = \text{РВР} / \text{Вімп}$$

$$\text{Ее.} = 826700 - 521515,42 = 305184,58 \text{ грн};$$

Завершальним етапом є визначення ефективності імпортової операції (Ее.і):

$$\text{Ееф.і} = \text{РВР} / \text{Вімп}$$

$$\text{Ееф.і} = 826700 / 521515,42 = 1,59$$

Отже, так як за економічним змістом показник ефекту відповідає поняттю прибутку, то можна зробити висновок, що підприємство-імпортер отримає прибуток у розмірі 305184,58 грн, що на 197854,46 грн більше, ніж при імпортуванні колясок з Німеччини. При цьому ефективність імпорту зросла з 1,2 до 1,59, що дає підстави прогнозувати успішність співпраці ТОВ «Епіцентр К» з італійським виробником Chicco.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Випускна кваліфікаційна робота базується на дослідженні оцінки якості та організації імпорту дитячих колясок ТОВ «Епіцентр К». За результатами роботи сформульовано наступні висновки.

1. За результатами дослідження ринку дитячих колясок встановлено, що Європа займає домінуюче положення на ринку колясок з точки зору доходів. Основними гравцями на світовому ринку по виробництву дитячих колясок є Dorel Industries Inc., Baby Jogger, компанія Evenflo, Chicco, Combi, Concord International та Graco.

В даний час на українському ринку дитячих колясок майже повністю панує імпорт. Його частка становить близько 95% від загального обсягу. Головним постачальником дитячих візків в Україну є Китай, а найбільше товарів даної позиції Україна експортує до Польщі. Серед вітчизняних виробників, які першими вийшли на ринок є ПП "Вікторія Голд", підприємство «Angelina» і ТОВ «Trans baby».

Аналітики ринку досліджень в Technavio прогнозують, що світовий ринок дитячих колясок стабільно зростатиме протягом наступних чотирьох років, а до 2021 року збільшиться майже на 6%.

2. На сьогоднішній день в магазинах України представлений величезний асортимент дитячих колясок провідних брендів, які постійно створюють нові та удосконалюють старі моделі. Коляски істотно розрізняються за ціною, комплектацією та характеристиками.

В асортименті дитячих колясок на ринку України найбільш представлені такі компанії: Італії – Inglesina, Chicco, Peg Perego. Англії – Silvercross, Німеччини – Hartan, Португалії – Webesar, які користуються підвищеним попитом. Ці виробники пропонують дитячі коляски високої якості і знаходяться в середньому і вищому ціновому сегменті. Популярністю у споживачів користуються також польські та китайські дитячі коляски більш низького цінового сегменту.

3. У гіпермаркеті «Епіцентр К» представлений широкий асортимент дитячих колясок. Універсальні дитячі коляски займають найбільшу частку в структурі асортименту - 52%, прогулянкові - 41%, коляски-тростини - 12%, коляски для двійнят – 6 %, коляски-люльки – 2%. За виробниками в структурі асортименту переважають коляски, виробником яких є Китай, а саме – 43%. На другому місці знаходяться коляски з Німеччини – 29% та Польщі – 28%. Проаналізований асортимент наповнений продукцією, яка характеризується різними параметрами. Споживач має змогу обрати дитячу коляску, яка якнайкраще задовольнить його потреби.

4. За результатами проведеного анкетування споживачів встановлено, що в основному покупцями дитячих візочків є жінки вікової групи від 24 до 27 років, а найменше покупців вікової категорії до 23 років. Найпопулярнішими за комплектацією є універсальні коляски, а найменшим попитом користуються коляски-люльки. Найважливішими факторами при виборі коляски є: легка вага та наявність ресорів. Найменш вагомими для споживачів виявились розмір та тип коліс, а також конструкція рами. Для більшості споживачів важливим є наявність додаткових аксесуарів. Аксесуари, яким споживачі надають перевагу є: насос для шин і конверт для холодної погоди року. Найменш необхідними аксесуарами є: капюшон з водовідштовхувальних тканин, подушка та парасолька. Найпопулярніший виробник для споживачів - Chicco (Італія), найменшим попитом користується Samarelo и Anmar (Польща), Capella (Південна Корея), Britax (Великобританія / Німеччина). Найчастіше споживачі купують дитячі візочки в спеціалізованих магазинах, а найрідше – через інтернет.

5. В роботі проведена оцінка рівня якості дитячих колясок різних виробників - «ABC Design», «Britax», «Recaro» країна-виробник Німеччина та «Babe Style» країна-виробник Китай. Базовим зразком обрана коляска ABC Design, оскільки вона є найкращою серед досліджуваних зразків за найбільш вагомими показниками - зручність управління, прохідність коляски; стійкість коляски/ якість амортизації; якість роботи фіксаторів та

інших блокуючих пристроїв. За результатами розрахунку рівня якості дитяча коляска Britax знаходиться на одному рівні якості з базовим зразком ABC Design, в той час як Baby Style та Recaro поступаються за своїм рівнем якості на 0,001, що є незначною різницею. Отже, такі властивості, як функціональність і призначення потрібно враховувати заздалегідь, і вибирати коляску ретельно, зваживши всі її плюси і мінуси. При цьому звертати увагу на такі показники, як зручність управління та прохідність коляски; стійкість коляски, якість амортизації; якість роботи фіксаторів та інших блокуючих пристроїв.

6. ТОВ «Епіцентр К» займається здійсненням експортних та імпорتنних операцій і має окремий відділ, який організовує зовнішньоекономічну діяльність та співпрацює з іноземними суб'єктами господарської діяльності на умовах, що не перечать чинному законодавству України.

З метою надання широкого асортименту дитячих колясок торговельної мережі ТОВ «Епіцентр К», фахівці відділу закупівель співпрацюють з численною кількістю постачальників, найбільшими серед них є «Britax», «ABC Design», «Baby Style», «Recaro» та інші. ТОВ «Епіцентр К» веде зовнішньоекономічну діяльність шляхом укладання угод на імпорту продукції з інших країн, таких як Китай, Польща, Німеччина, Португалія, Франція та ін. Підприємство працює загалом із базовими умовами постачання: EXW, DDP та DAT, правила яких вказані в INCOTERMS 2010 .

За розрахунками показників ефективності імпорту ТОВ «Епіцентр К», встановлено, що економічний ефект імпорту партії універсальних колясок ABC Design становить 218483,5 грн, а ефективність імпортової операції ($E_{ef.i}$) > 1 , що свідчить про ефективність імпорту даних моделей дитячих колясок.

В роботі доведено, що одним з шляхів підвищення ефективності імпортової операції є співпраця ТОВ «Епіцентр К» з італійським виробником Chicco щодо постачання універсальних дитячих колясок. При цьому підприємство-імпортер отримає прибуток у розмірі 305184,58 грн, що на

197854,46 грн більше, ніж при імпорті колясок з Німеччини. Ефективність імпорту зросте з 1,2 до 1,59.

З метою задоволення попиту споживачів та підвищення прибутковості ТОВ «Епіцентр К» необхідно:

- провести ряд заходів щодо оптимізації асортименту дитячих колясок, а саме: розширити асортимент новими брендами, що користуються найбільшим попитом, такими як Chicco, Adamex Avila. Збільшити питому вагу в асортименті дитячих колясок з додатковими аксесуарами, що є найбільш затребуваними серед покупців: насос для шин та конверт для холодної пори року.
- з метою зниження витрат на постачання товару та підвищення ефективності імпорту ТОВ «Епіцентр К» збільшити обсяги партій поставки дитячих колясок, що сприятиме підвищенню прибутковості торговельної операції, зважаючи на зниження закупівельної ціни, витрат на транспортування та страхування.
- розглянути можливість співпраці з новими експортерами дитячих колясок на більш вигідних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. "Будиночок на колесах" повинен зберігати тепло і затишок, а також впевнено взяти свого маленького власника будь-якою поверхнею. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tsn.ua/ukrayina/10-naykraschih-kolyasok-2015-roku-583085.html>
2. 10 тенденцій розвитку ринку дитячих магазинів товарів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://infogram.com/10-tendencij-rozvitku-rinku-dityachih-magaziniv-1gvew2v1l1xr2njx>
3. Аналіз експортної та імпорتنної діяльності підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com/88003/ekonomika/analiz_eksportnoyi_importnoyi_diyalnosti_pidpriyemstv
4. Волкова А.О. Дослідження та удосконалення експортно-імпорتنної діяльності підприємства / Волкова А.О. // Глобальні та локальні проблеми соціально-економічного розвитку: нові виклики та рішення: тези доповідей 89 Всеукр. наук.-практ. конф. студентів, аспірантів і молодих учених, 6-7 квітня 2012 р. / ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012.
5. Волкова І.А. Методика аналізу експортно-імпорتنних операцій в діяльності підприємств [Текст] / І.А. Волкова, І.В. Гірчук // Вісник ЖДТУ. Економічні науки. – 2010. – № 3 (53). – С. 53-55.
6. Державна фіскальна служба України . Офіційний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/ms/f3>
7. Державні та комерційні закупівлі України. Електронний майданчик «Держзакупівлі.Онлайн» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.dzo.com.ua/>
8. Дизайн детских колясок: тренды-2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epochtimes.ru/dizajn-detskih-kolyasok-trendy-2016-99021439/>

9. Дитячий німецький візок: огляд та відгуки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://poradumo.com.ua/89982-ditiacha-nimecka-koliaska-ogliad-ta-vidgyki/>
10. Ефективне управління імпорними операціями на підприємстві// Стаття // Дерев'янюк Ю.М., Валюх Н.С. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://r250.sudu.edu.ua/bitstream/123456789/43679/1/Derevyanco_nacionalne.pdf
11. Загальні засади здійснення імпорних операцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studopedia.su/5_16731_zagalni-zasadi-zdiysnennya-impornih-operatsiy.html
12. Класифікація дитячих колясок [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lediportal.pp.ua/yak-vibrati-dityachu-kolyasku/>
13. Митний кодекс України від 13.03.2012 р., № 4495-V [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
14. Молодіжний науковий вісник УАБС НБУ. Серія: Економічні науки, 2013. – №4/2013. – 555 с.
15. Огляд фірм-виробників дитячих колясок. Вибираємо кращу коляску для дитини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://svitmalechi.com.ua/ohlyad-firm-vyrobnykiv-dytyachyh-kolyasok-vybyrajemo-kraschu-kolyasku-dlya-dytyny/>
16. Посібник стажера для ознайомлення всім працівникам ТЦ «Епіцентр К» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ppt-online.org/415622>
17. Рейтинг дитячих колясок. Популярні моделі і відгуки про них [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://poradu.pp.ua/dim/27603-reyting-dityachih-kolyasok-populyarn-model-vguki-pro-nih.html>
18. Сутність операцій з імпорту товарів, робіт та послуг та їх відображення в бухгалтерському обліку. Облік зовнішньоекономічної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://studbase.com/file/2734/3>
19. У Ковелі з'явиться «Епіцентр» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://konkurent.in.ua/publication/45745/u-koveli-zyavitsya-epitsentr/>

20. Як вибрати коляску для новонародженого? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://babypark.ua/uk/yak-vybraty-kolyasku-dlya-novonarodzhenogo>
21. Яку коляску краще купити для новонародженого: відгуки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://loveukrdet.ru/vagitnist-i-pologi/3019-jaku-koljasku-krashhe-kupiti-dlja-novonarodzhenogo.html>
22. Ярмолюк О.М.Управління імпортною діяльністю торговельного підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: Http://Storage.Library.Opu.Ua/Online/Conference/Tez_48/6-50.Pdf
23. «Развитию внутреннего производства мешает...пресловутый «комплекс меншовартості» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://retailers.ua/news/menedjment/9235-razvitiyu-vnutrennego-proizvodstva-meshaetpreslovutyiy-kompleks-menshovartosti---galina-gerega-sovzadelitsa-epitsentr-k>
24. «Эпицентр К» заявляет о задержке грузов на таможне [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://interfax.com.ua/news/economic/561469.html>
25. Анализ рынка детских колясок в 2012-2016 гг, прогноз на 2017-2021 гг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://businessstat.ru/images/demo/prams_russia_2017.pdf
26. Эпицентр К открывает 55-й торговый центр сети в Ковеле [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/ru/news/epitsentr-k-v-kovele/>
27. "Эпицентр" Герег открывает два новых ТЦ малого формата на Западной Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://biz.censor.net.ua/news/3142160/epitsentr_gereg_otkryvaet_dva_novyh_tts_malogo_formata_na_zapadnoyi_ukraine
28. Импорт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BC%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82>
29. Как выбрать детскую коляску [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://kakvybrat.info/detskuyu_kolyasku/#Vmestimost

30. Как импортировать товар в Украину [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/term/10965>

31. Как сеть «Эпицентр» развивает собственные торговые марки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rau.ua/ru/news/epitsentr-torgovye-marki/>

32. Какие детские коляски продаются [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.polymer.ru/letter.php?n_id=4773&cat_id=10

33. Лучшие модели колясок для тройни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.colady.ru/kolyaski-dlya-trojni-luchshie-modeli-dlya-vashego-rebenka.html

34. Модные тенденции в выборе детских колясок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://modna.com.ua/articles/modnye-tendencii-v-vybore-detskih-kolyasok>

35. Модные тенденции при изготовлении детских колясок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://как-выбрать-коляску.рф/useful/moda.php>

36. Новые вызовы рынка детских товаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/145883/>

37. Секреты детской коляски [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bambini.by/articles/sekreti-detskoi-koljaski/>

38. Современные детские коляски — актуальные тенденции сезона 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.epochtimes.ru/sovremennye-detskie-kolyaski-aktualnye-tendentsii-sezona-2017-99042919/>

39. Современные коляски для тройни и четверни [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.triplets.ru/nash-opyt/nashi-pomoschniki/koljaski-dlja-troini/sovremennye-koljaski-dlja-troini-i-chetverni.html>

40. Современные тенденции развития рынка детских товаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs-74-742015/item/3375-2015-02-24-08-04-27>

41. Современные тенденции развития рынка детских колясок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://izron.ru/articles/perspektivy-razvitiya-ekonomiki-i-menedzhmenta-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhdunarodnoy-nau/seksiya-11-marketing/sovremennye-tendentsii-razvitiya-rynka-detskikh-tovarov/>

42. Angelina [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://angelivka.com.ua/pro-nas/>

43. Baby stroller market size and Gross margin analysis to 2021-2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.slideshare.net/MarketResearchMI/baby-stroller-market-size-and-gross-margin-analysis-to-2021>

44. Best Strollers of 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.babylist.com/hello-baby/best-strollers>

45. Chicco [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://chicco.com.ua/?gclid=CjwKCAiAlO7uBRANEiwAvXQ-6hzOCpJ2P-wO40bfPkgC8taZMMNqH7-pMJniv6VTqvffiAZ_mTPWBoCescQAvD_BwE

46. Global Baby Carriers Market 2016-2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.technavio.com/report/global-toys-and-baby-products-global-baby-carriers-market-2016-2020?utm_source=T5&utm_campaign=Media&utm_medium=BW

47. Global Baby Stroller and Pram Market 2017-2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.technavio.com/report/global-toys-and-baby-products-global-baby-stroller-and-pram-market-2017-2021>

48. The 10 Best Travel Strollers For Newborns and Toddlers in 2019 [In-Depth Buyer Guide] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://upgradedpoints.com/best-travel-strollers/>

49. Trans-Baby. Производство детских колясок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.trans-baby.com/contact/>

50. Victoria Gold [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vgold.org/about.html>

ШАНОВНИЙ СПОЖИВАЧУ!

Студенти факультету торгівлі та маркетингу досліджують споживчі переваги щодо асортименту та якості дитячих візочків. Це дослідження приводиться для визначення Ваших потреб і більш якісного їх виконання!

Запрошуємо Вас взяти участь в опитуванні та відповісти на запитання наведеної нижче анкети.

Для того, щоб правильно заповнити анкету, уважно прочитайте питання та всі варіанти відповіді, відмітьте вибрану Вами відповідь -



Заздалегідь вдячні за Вашу допомогу у проведенні дослідження!

Бажаємо успіхів!

АНКЕТА**1. Ваш вік:**

18-23	
24-27	
28-31	
32-35	
Більше 35	

2. Ваша стать:

Чоловіча	
Жіноча	

Продовження дод. А

3. Скільки у вас дітей (малого віку, новонароджених чи очікується в найближчим часом)?

1	
2	
3 і більше	

4. Якого віку діти?

Від 0 до 3 місяців	
Від 3 місяців до 1 року	
Від 1 року	

5. Різниця у віці старшої і меншої дитини? (при покупці коляски для двійнят, якщо старші діти менші дошкільного віку)

Двійня/близнята	
Однолітки	
Різниця до 2 років	
Різниця до 3 років	

6. Візочок якої комплектації ви хотіли б придбати?

Універсальний	
Прогулянковий	
Для двійні	
Візочок-люлька	
Візочок-трансформер	

Продовження дод. А

7. Оберіть характеристики, на які ви звертаєте увагу при виборі візочка (Можна обрати кілька варіантів)

Конструкція рами	
Ширина шасі	
Розмір і тип коліс	
Регулювання висоти і кута нахилу ручки	
Можливість «перекинути» ручку	
Наявність ресорів (підвищена маневреність)	
Легка вага	
Кошик для покупок	

8. Чи має значення зовнішній вигляд візочка?

Так	
Ні	

9. Чи важливі додаткові аксесуари?

Так	
Ні	

10. Якщо важливі, то які саме? (Можна вибрати кілька варіантів)

Подушка	
Матрацик	
Конверт (для холодної пори року)	
Дошовик з водовідштовхувальної тканини	

Капюшон з водовідштовхувальної тканини	
Чохол на ніжки з водовідштовхувальної тканини	
Москітна сітка від комарів	
Парасолька	
Сумка	
Насос для шин	

11. Оберіть фактори, якими ви керуєтесь під час вибору дитячого візка (Можна обрати кілька варіантів)

Недорога модель	
Модель безпечна для дитини	
Модель гарно виглядає	
Модель міцна	
Модель, яку порадили знаючі друзі / знайомі	
Модель, зручна у використанні	
Модель відповідає всім необхідним вимогам якості	
Модель розрахована на довгострокове використання	
Важко відповісти	

12. Яким виробникам дитячих візочків Ви надасте перевагу?

Chicco (Італія)	
Adamex (Польща)	
Geoby (Goodbaby Group, Китай)	

Roan (Польща)	
ABC Design (Німеччина)	
SAM (Італія) и Тако (Польща)	
Samarelo и Anmar (Польща), Sapella (Північна Корея), Britax (Великобританія/Німеччина)	
Інші	

13. У більшості випадків Ви віддасте перевагу купівлі дитячих візочків:

Спеціалізовані магазини	
Універсальні магазини, гіпермаркети	
Ринки, ярмарки	
Інтернет	

Дякуємо за участь!

Характеристика брендів дитячих колясок

Німеччина



На даний момент **FD-Design** є лідером в Німеччині з виробництва дитячих візочків. Компанія постійно вдосконалює свою продукцію, впроваджує нові технології. Весь товар проходить перевірку на якість і безпеку. Завдяки цьому FD-Design вже отримала не одну міжнародну нагороду.

В асортименті продукції є універсальні візочки, тростини, трансформери. Всі моделі мають відмінну амортизацію і ними легко управляти. Єдиний недолік візочків FD-Design – консервативні забарвлення.



Teutonia – ще один відомий німецький бренд із солідною 60-річною історією, що втілює у своїй продукції стандарти німецької якості та безпеки. Всі товари мають Європейський сертифікат якості GS TUV Rheinland, сертифікат якості текстилю Oeko-Tex Standard 100, захист від ультрафіолету 50+ і 3 роки гарантії. Кожна одиниця товару проходить обов'язкову

перевірку на відповідність стандартам безпеки та екологічності. Усі матеріали гарантовано нешкідливі для маленьких дітей і не викликають алергії [18].

В асортименті Teutonia – моделі 2 в 1, прогулянкові, для двійні, а також безліч модульних елементів, на основі яких батьки можуть «зібрати» найбільш підходящий варіант. Колеса – це головна відмінна особливість Teutonia.

Всі моделі мають м'які і широкі колеса великого діаметру: надувні з ніпельної системою або з піногуми, що забезпечують чудову амортизацію і стійкість.

Продовження дод. Б

Китай



Jetem пропонує недорогі варіанти 2 в 1, трансформери, прогулянкові, тростини і триколісні варіанти. У всіх моделей широке просторе сидіння, надійні ремені безпеки, жорсткі спинки крісел для правильного розвитку постави малюка. Товари Jetem відрізняються особливою конструкцією рами і системи підвісок, завдяки чому досягається максимальна маневреність і зручність в управлінні.

Норвегія



Компанія Noordi випускає цілу лінійку моделей для холодних зим, що дуже актуально для українського клімату. Всі блоки в таких варіантах виготовлені з водовідштовхувального матеріалу, включають в себе чохол для люльки з захистом від вітру, просторий капюшон з віконцем, знімний бампер.



Найстаріший норвезький бренд **Stokke** (існує з 1932 р), що випускає різноманітну продукцію для дітей – починаючи від колясок, закінчуючи меблями. Продукція Stokke користується попитом більш ніж в 50 країнах світу, відрізняється мінімалізмом і ергономічним дизайном, функціональністю і практичністю. Компанія приділяє особливу увагу питанням екологічності та захисту навколишнього середовища: у виробництві застосовуються лише найбезпечніші та гіпоалергенні матеріали, що вкрай важливо для чутливої шкіри дітей. У силу

використання найбільш високоякісних матеріалів і комплектуючих продукція цієї фірми відрізняється довговічністю.

Продовження дод. Б

Англія

На українському ринку ці компанії представлені численними моделями середньої цінової категорії.



Нарру Baby пропонує недорогі літні прогулянкові візочки з перекидною ручкою, завдяки якій мама завжди може зберігати зоровий контакт з дитиною. Функціональний капюшон в разі негоди можна опустити аж до бампера, щоб захистити малюка. Передбачено зручний бампер-столик, на який дитина може спиратися двома руками.



Прогулянкова розробка від **Britax GO** володіє прекрасною амортизаційною системою. Цей варіант підійде для дітей від народження до 3-4 років. Зручна ручка може змінювати свою довжину, підлаштовуючись під зріст батька.



Британська компанія Maclaren випустила свій перший візок в 1965 р, і з тих пір є визнаним лідером у сфері товарів для дітей в Англії. Maclaren приділяє особливу увагу безпеці: усі товари мають ножне педальне гальмо, захисні бар'єри для голови і для ніжок, а також зручні прив'язні ремені, які дозволяють надійно зафіксувати візок під час прогулянки поруч із собою. Якість продукції підтверджена гігієнічним сертифікатом і сертифікатом якості

Голландія



Продукція Bugaboo – це ідеальне рішення для активних батьків і далеких подорожей. В асортименті: прогулянкові моделі, візки 2 в 1, для погодок і близнюків. Всі товари відрізняються продуманою системою управління.

Їх коляски важко переплутати з яким-небудь іншим виробником - їх відрізняють яскраві кольори, інноваційний дизайн, безпека і технологічність. Практично всі моделі цього бренду легко складаються і можуть вміститися навіть у компактний автомобільний багажник. Всі дитячі візочки Bugaboo виконані з натуральних матеріалів і приголомшливо технологічні. Наприклад, легко можна перетворити чотириколісний транспорт в двоколісний або перекинути ручку так, щоб попереду виявилися спеціальні шини.



Прогулянкові моделі від Nuna повністю розкладаються до положення лежачи, відрізняються високою маневреністю, простою гальмівною системою в один дотик, регульованою ручкою і підніжкою.



3-колісні прогулянкові розробки від Quinny можуть використовуватися з 3-х місяців до 3,5 років. Сидіння зроблене у вигляді гамака, регулюється нахил всього блоку. Такий варіант дуже компактний завдяки наявності трьох коліс. Сидіння можна встановлювати обличчям до мами.

Додаток В

Зразок оформлення контракту купівлі-продажу ТОВ «Епіцентр К

К О Н Т Р А К Т №

C O N T R A C T N o.

м. Київ
(Україна)

«25» листопада 2019 р.

Kyiv
2019
(Ukraine)

November 25,

Фірма _____

в особі _____,
який діє на підставі _____,
іменована надалі «Продавець», з одного боку, та

Company _____

represented by Mr./Mrs. ____ operating to the pursuant
hereinafter referred to as the «Seller» from one
side, andТОВ «Епіцентр К», вул. Берковецька, 6
м.Київ, 04128 УкраїнаEPICENTR K LLC, 6 Berkovetska St.,
Kyiv, 04128 Ukraineв особі керівника підприємства Михайлишина Петра
Йосиповича, іменовані надалі «Покупець», з іншого
боку, далі іменовані «Сторони », уклали цей Контракт
про наступне:represented by Mr. Petro Mykhaylishin, the Director of
the Company hereinafter referred to as the ‘Buyer ’ on
the other part hereinafter referred to as “Parties”, have
concluded the contract on the following:**1. Subject of the Contract****1. Предмет контракту**1.1. Продавець зобов'язується продати, а Покупець
оплатити та прийняти у власність наступний Товар:
_____.1.1. The Seller is obligated to sell, and the Buyer to pay
and accept as a property the following Goods:1.2. Специфікація Товару передбачена в Додатку №1 до
цього Контракту.1.2. Specification of the Goods is stipulated in
the Enclosure No.1 to this Contract.1.3. Додаток №1 є невід'ємною частиною цього
Контракту.1.3. Enclosure No.1 makes an integral part of
the present Contract.1.4. Сума контракту становить:
доларів США _____US dollars _____
(_____ US dollars, 00 cents).

(_____доларів США, 00 центів).

2. Ціна Товару

2.1. Ціни остаточні і не підлягають зміні.

2.1. The prices are firm and are not the subject of any
alterations.2.2. Загальна вартість включає в себе:
вартість Товару, вартість упаковки, маркування,
запобігання товару від пошкоджень, витрати по
сертифікації Товару, оформлення всіх необхідних
товаросупровідних документів, завантаження на борт
транспортного засобу, вартість митних процедур в
країні Продавця, вартість страховки і доставки до
заводу Покупця.

2.2. The prices shall include:

cost of the Goods, cost of packing, marking, goods
preservation from damages, expenses related to
certification of the Goods, expenses related to the
drawing up of shipping documents, loading of the
goods on the board of vehicle, the costs of custom
procedures in the Seller's country, cost of insurance
and delivery to the Buyer's plant.**3. Умови оплати**3.1. Валюта контракту – долари США.
Оплата за Товар здійснюється в доларах США.**3. Terms of payment**3.1. Contract currency – US Dollars. The payment for
the Goods sold shall be made in US dollars.

3.2. Грошові кошти в розмірі 100% від вартості товару, будуть перераховані на розрахунковий рахунок Продавця банківським переказом через 60 (шістдесят) днів після отримання Товару на склад Покупця.

3.3. Датою оплати вважається дата списання грошових коштів з розрахункового рахунку Покупця.

3.4. Комісійні банку, включаючи комісійні банкам - кореспондентам, оплачуються Продавцем.

4. Умови поставки Товару

4.1. Товар поставляється на умовах DAT / Київ/ склад Покупця, згідно Інкотермс 2010. 4.2. Товар повинен бути повністю поставлений до _____ 2019.

4.3. Часткові поставки дозволені за письмовим запитом Покупця.

4.4. Право власності на Товар переходить Покупцю після отримання Товару на його складі в смт.Гостомель (Україна).

5. Упаковка та маркування

5.1. Товар поставляється в упаковці, яка повинна забезпечувати повне збереження Товару і охороняти товар від пошкодження при транспортуванні усіма видами транспорту з урахуванням перевалок, а також охороняти товар від атмосферних впливів.

5.2. Продавець несе повну відповідальність за будь-яке пошкодження або втрату Товару, якщо таке пошкодження або втрата викликані невідповідною або неповноцінною упаковкою.

6. Якість і технічні характеристики товару

6.1. Продавець гарантує високу якість Товару, а також його відповідність специфікації, зазначеної в Додатку №1 до цього Контракту.

6.2. У разі невідповідності Товару специфікації Контракту, Сертифікату відповідності та / або наявності в Товарі дефектів, Продавець гарантує протягом 30 днів за свій рахунок усунути ці дефекти або замінити дефектні частини новими та зобов'язується оплатити доставку до складу Покупця.

7. Права та обов'язки Сторін

7.1. Продавець зобов'язаний:

7.1.1. Передати Покупцю Товар належної якості та в обумовленому цим контрактом кількості.

3.2. The monetary funds, which amount 100% of the cost of the Goods shall be transferred to the Seller's settlement account by bank transfer in 60 (sixty) days after receiving the Goods to the Buyer's warehouse.

3.3. The date when the monetary funds are written-off from the Buyer's settlement account shall be deemed the payment date.

3.4. Bank fees, including fees to Correspondent banks are paid by the Seller.

4. Delivery terms

4.1. The Goods are delivered on DAT /Kyiv/ Buyer's warehouse terms, according to Incoterms 2010.

4.2. The Goods have to be delivered till _____, 2019.

4.3. Upon written request by the Buyer, partial shipments are allowed.

4.4. The rights to the property carry over to the Buyer upon receipt the Goods to his warehouse in Gostomel settlement (Ukraine).

5. Packing and marking

5.1. The package of the Goods should provide their full preservation and protect the Goods from the damage, which can occur while Goods transportation by all means of transport, including loading/unloading of the Goods, and protect them from the atmospheric condensation.

5.2. The Seller is fully responsible for any damage or loss of the Goods, if such damage or loss was caused by improper or invalid packaging and marking.

6. Quality and technical characteristics of the Goods

6.1. The Seller guarantees high quality of the Goods, as well as their correspondence to the Specification, described in the Enclosure 1 to this Contract. 6.2. In case of contradictions between Goods and the Specification of the Contract, Certificate of Quality and/or defects of the Goods, the Seller guarantees to eliminate such defects or to replace defective parts with new ones on his account within 30 days and is obliged to pay cost for delivery to Buyer's warehouse.

7. Parties' rights and obligations

7.1. The Seller shall be obliged:

7.1.1. To transfer to the Buyer the Goods of a proper quality and in the quantity stipulated in this Contract.

Продовження дод.В

7.1.2. Забезпечити доставку на умовах зазначених в п.4.1. цього Контракту.

7.1.3. Перед відвантаженням вислати Покупцеві електронною поштою _____@epicenter.com повідомлення про готовність товару до відправки і копії відвантажувальних документів, а саме:

- Рахунок
- Пакувальний лист
- Сертифікат походження
- Сертифіка якості
- Товарно-транспортну накладну
- Експортну декларацію.

Продавець надає разом з поставкою оригінали вищезазначених документів на відвантаження.

7.1.4. У день відвантаження повідомити Покупцеві про відвантаження Товару на адресу Покупця.

7.2. Покупець зобов'язаний:

7.2.1. Забезпечити розвантаження і приймання Товару за кількістю та якістю протягом 3 (трьох) діб з моменту його надходження на склад Покупця.

7.2.2. Повідомити Продавцю про помічені під час приймання або в процесі експлуатації недоліки проданого Товару, а також надати Акт про невідповідність Товару, складений службою Покупця, що виявила дефект, за підписом Директора з виробництва/ Технічного директора.

7.2.3. Оплатити куплений Товар в терміни, встановлені в розділі 3 цього Контракту.

7.3. Покупець, якому переданий Товар неналежної якості, має право за своїм вибором вимагати від Продавця:

- Безкоштовної заміни дефектів частини Товару;
- Заміни Товару на Товар належної якості протягом _____ (_____) днів від дати подання претензії;

7.4. Покупець має право пред'явити вимогу у зв'язку з недоліками Товару, при виявленні недоліків протягом гарантійного терміну.

8. Гарантійний термін

8.1. Продавець гарантує високу якість товару.

8.2. Гарантійний термін на Товар становить 12 місяців з приймання Товару, але не більше 18 місяців з дати відвантаження, протягом якого Покупець має право пред'явити претензії щодо якості Товару, в разі невідповідності Товару вимогам розділу 6 цього Контракту.

7.1.2. To provide the Goods to be delivered on the terms mentioned in point 4.1. of this Contract.

7.1.3. Before the dispatch, to send by e-mail _____@epicentr.com notification about the readiness of the Goods for shipment and copies of the shipping documents as follows:

- Invoice
- Packing List
- Certificate of origin
- Certificate of Quality
- Air Way bill
- Export declaration.

The Seller will supply with the delivery the originals of the aforementioned shipping documents.

7.1.4. On the shipment date to notify the Buyer of the Goods shipment to the Buyer's address.

7.2. The Buyer shall be obliged:

7.2.1. To provide the sold Goods to be unloaded and accepted pursuant to the quality and quantity within 3 (three) days from the moment of its entry to the buyer's warehouse.

7.2.2. To notify the Seller of the Goods defects, revealed when accepting thereof, or in the course of the exploitation of the Goods as well as to send the related Reclamation to the Seller issued by the Buyer's responsible services and signed by Production Director/ Technical Director.

7.2.3. To pay for the purchased Goods within the deadline specified in chapter 3 of this Contract.

7.3. The Buyer, to which the Goods of improper quality were transferred, shall be entitled at its own option to require that the Seller:

- Replace faulty Goods free of charge;
- Replace the Goods with the Goods of a proper quality within _____ (_____) days from the date of the claim;

7.4. The Buyer shall have the right to make claims related to the defected Goods when revealed within the warranty period.

8. Warranty period

8.1. The Seller guarantees high quality of the Goods.

8.2. The guarantee period for the Goods shall be 12 months from acceptance date, however latest 18 months from shipment date during which the Buyer shall have the right to make claims on quality of the Goods, in case the quality does not comply with the Chapter 6 of this Contract.

Продовження дод. В

8.3 При виявленні будь-яких дефектів під час гарантійного терміну, Покупець повинен негайно проінформувати Продавця електронною поштою протягом 24 годин. У разі, якщо консультаційний сервіс Продавця не розв'язав проблему по телефону / електронною поштою, Продавець зобов'язаний протягом 3 днів відрядити своїх фахівців на завод Покупця для перевірки роботи забракованої частини і для усунення цих дефектів на прохання Покупця. Продавець зобов'язаний замінити дефектні частини на нові в можливі найкоротші терміни. Всі витрати, пов'язані з виконанням претензії, та усуненням дефектів відносяться на рахунок Продавця, за умови, що такі дефекти сталися не з вини Покупця.

9. Відповідальність сторін

9.1. За несвоєчасну поставку Товару Продавець сплачує Покупцю штраф в розмірі % від загальної вартості Контракту за кожний послідовний тиждень прострочення, але не більше % від загальної вартості Контракту. Нарахування штрафних санкцій з 2019.

9.2. Продавець відповідає за недоліки Товару, якщо не доведе, що недоліки Товару виникли після його передачі Покупцеві внаслідок порушення Покупцем правил користування Товаром або його зберігання.

9.3. У разі якщо серед документів, які супроводжують поставку, немає оригіналу Сертифіката походження, то Продавець сплачує Покупцю штраф 3% від загальної вартості Товару.

9.4. У разі, якщо відвантажувальні документи (рахунок-фактура і пакувальний лист), оформлені некоректно, що може вплинути або ускладнити митну очистку Товару, Продавець оплачує Покупцеві пеню в розмірі 3% від вартості контракту за кожний неправильно оформлений документ. Перелік необхідної інформації в документах:

Пакувальний лист

1. Посилання на номер і дату контракту
2. Вага нетто кожної позиції
3. Загальна вага Товару - нетто і брутто
4. Тип упаковки для піддонів та ящиків (дерев'яний, картонний, гратчастий)
5. Кількість ящиків
6. Розмір кожного пакувального місця

Рахунок-фактура

1. Номер рахунку і дата його виписки
2. Загальна назва Товару (Предмет контракту)

8.3. Should any defects be discovered within the warranty period, the Buyer shall notify the Seller as fast as possible by e-mail about such defects during 24 hours. In case consultant service of the Seller by phone/e-mail does not solve the problem, the Seller undertakes to send his specialists within 3 days to the Buyer's site for checking the operation of the faulty parts and for elimination of these defects on the Buyers request. The Seller is obligated to replace the defected parts with new ones as soon as possible.

All expenses connected with the claim and with the elimination of the defects are borne by the Seller if these defects are not the Buyers fault.

9. Parties' responsibility

9.1. The Seller shall pay to the Buyer a penalty in the amount of % of the total contract value for each commencing week of week of delay, but not more then % of the total contract amount. Penalties starting from , 2019.

9.2. The Seller shall be responsible for the shortage of the Goods, if it fails to prove that such shortage of the Goods have arisen after its transfer to the Buyer due to the Buyer's breach of the rules for use or storage of the Goods.

9.3. In case there is no original of Certificate of origin among the documents with the delivery, the Seller will pay to the Buyer the fine in the amount of 3% of the total value of the Goods.

9.4. In case the shipping documents, (invoice and packing list) are not properly set up and affect or prevent customs clearance procedures, the Seller shall pay of 3% of the total value of the Contract for each incorrect document.

The list of required data in the documents:

Packing list

- 1.Reference to contract No and date of the contract
- 2.Net weight of each individual part
- 3.Total gross and net weight of the Goods
- 4.Type of package for pallets and boxes (wooden, carton or framed box)
- 5.Quantity of boxes
- 6.Size of each package

Invoice

1. Invoice number and date of issuing
- 2.Reference to contract No and date of the contract

Продовження дод.В

3. Ціна за одиницю і загальна вартість Контракту (повна ідентичність прайс-листу контракту)
4. Умови поставки
5. Умови оплати
6. Замовлена кількість
7. Країна походження.

Подібне застосовується до технічної документації, інструкцій з експлуатації, каталогам і кресленнями, якщо вони не отримані Покупцем за тиждень до відвантаження Товару.

У разі, якщо всі інші документи, необхідні згідно Українського Законодавства, які перераховані в параграфі 7.1.3., оформлені некоректно, Продавець зобов'язується оплатити фактичну суму штрафу після отримання від Покупця відповідного рахунку-фактури. Покупець має право зменшити на цю суму будь-який платіж на користь Продавця.

9.5. За письмовим запитом Покупця Продавець зобов'язаний надати прайс лист і калькуляцію ціни Товар переліченої в специфікації до контракту.

10. Форс-мажор

10.1. Якщо відправка вантажу буде затримана з причин форс-мажору, Продавець повинен проінформувати Покупця по факсу не пізніше ніж через 2 (два) робочі дні з дня виникнення форс-мажорних обставин. Про відновлення нормальних обставин Продавець повинен проінформувати Покупця по факсу не пізніше ніж через 2 (два) робочі дні з дня виникнення відновлення нормальних обставин. На вимогу Покупця Продавець повинен надати докази форс-мажору (наприклад довідку (листа) із Торгово-промислової палати).

10.2. У разі форс-мажору узгоджені дати будуть відкладені на відповідний період. Якщо виконання контракту затримано через форс-мажорні обставини на більше ніж 3 (три) місяці, обидві сторони повинні узгодити нові умови відповідно з виниклими обставинами.

10.3. Форс-мажорними обставинами вважаються: крах поїздів, серйозні пожежі, вибухи, війни в будь-якій формі, повстання, страйки, а також всі інші серйозні події, які визнаються як форс-мажор відповідальним арбітражним судом або Торгово-промисловою палатою.

3. General name of the Goods (Subject of the contract)
4. Unit price and total amount of the Goods (full correspondence to Price list of the Contract)
5. Terms of delivery
6. Terms of payment
7. Ordered quantity 8. Country of origin.

The same applies for the technical documentation, manuals, catalogus and drawings if they are not received one week prior to shipment of the Goods.

For all other incorrect documents mentioned in paragraph 7.1.3. requested by the Ukrainian Law the Seller shall pay the actual fine against presentation of the actual invoice. The Buyer has the right to deduct the corresponding amount directly from the invoice of the Seller.

9.5. Upon written request of the Buyer, the Seller is obliged to provide the price list and and cost calculation of the Goods listed in specification of the Contract.

10. Force-Majeure Circumstances

10.1. If the shipment will completely or partly be prevented out of reasons of a Force Major, the Seller is obliged to inform the Buyer by fax no later than 2 (two) days after these circumstances appeared. The reestablishment of the normal circumstances has to be communicated to the Buyer no later than 2 (two) days after these circumstances reestablished. Upon request of the Buyer, the Seller has to furnish proof of the Force Major (e.g. information (letter) from Chamber of commerce and industry).

10.2. In case of a Force Major the dates agreed upon will be postponed by an equal period. Should the performance of the contract be delayed for reasons of Force Major by more than 3 (three) months, both parties will agree new conditions with respect to the new given circumstances.

10.3. Cases of Force Major are nature of train catastrophes, serious fire, explosions, war in every form, revolts, strikes as well as other serious events which are accepted as Force Major by the responsible arbitration court or Chamber of Commerce and Industry.

*Продовження дод. В***11. Загальні умови**

11.1. Контракт набуває чинності з дати його підписання обома сторонами і діє до 31.12.2020 року та в будь-якому випадку до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань за цим Контрактом.

11.2. Справжній Контракт укладається в 2 (двох) примірниках українською та англійською мовами, при цьому обидва тексти є автентичними. У разі виникнення розбіжностей текст англійською мовою превалює.

11.3. Всі зміни і доповнення до цього контракту дійсні лише в тому випадку, якщо зроблені в письмовій формі і підписані обома сторонами.

11.4. Сканована копія даного контракту вважається юридично дійсною.

11. General conditions

11.1. The Contract becomes effective from the date of its signing by both parties and valid till 31.12.2020, but anywhere till the full execution of the obligations by the Parties.

11.2. The present Contract is made in 2 (two) copies each in the Ukrainian and English languages, both texts are authentic. In case of disputes English text prevails.

11.3. All amendments and additions to this Contract are valid only if made in writing and signed by both parties.

11.4. Scan copy of this contract is considered to be valid.

12. Юридичні і банківські реквізити сторін**ПРОДАВЕЦЬ****ПОКУПЕЦЬ**

ТОВ «Епіцентр К», вул. Берковецька, 6
м.Київ, 04128 Україна

Адреса банку:

Рахунок № 26004439062

АТ «Райфайзен Банк Аваль» Swift
code: AVALUAUK

вул. Лескова 9, Київ 01011, Україна

ПОКУПЕЦЬ/THE BUYER

Михайлишин П. Й./ Petro Mykhaylishin

Директор компанії/ the Director of the Company

THE SELLER**THE BUYER**

EPICENTR K LLC, 6 Berkovetska St.,
Kyiv, 04128 Ukraine

Account No. 26004439062

Bank: "Raiffeisen Bank Aval" JSC Swift
code: AVALUAUK

Adress: 9, Leskova Str., Kiev 01011, Ukraine

ПРОДАВЕЦЬ/THE SELLER

Mr. Chairman

Закінчення дод.В

Enclosure No.1

Додаток №1

Specification to the Contract No. _____ dd ____ . ____ 2019

Специфікація до Контракту № _____ від ____ . ____ 2019

No/Номер	State of Goods origin / Країна походження товару	Description/Опис	Q-ty/Кільть	Unit price, USD / Ціна за од., в доларах США	Total amount in USD/ Загальна сума в доларах США
1					
2					
3					
4					
5					
		Total price on DAT terms / _____ Загальна вартість DAT/ _____			

ПОКУПЕЦЬ/THE BUYER

ПРОДАВЕЦЬ/THE SELLER