

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Організація імпорту одягу

(за матеріалами ТОВ «Епіцентр К», м. Київ)

Студентки 3 курсу, 11с групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Оцвера
Віталіна
Олегівна

Науковий керівник
доцент, кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного
менеджменту

Серова
Людмила
Петрівна

Гарант освітньої
програми
доцент, кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного мене-
джменту

П'янкова
Оксана
Василівна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет Міжнародної торгівлі та права

Кафедра Міжнародного менеджменту

Спеціальність, освітня програма 073 «Менеджмент», «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Затверджую

Зав. Кафедри Т.М. Мельник

«__» _____ 20__ р.

Завдання на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Оцвера Віталіна Олегівна

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

«Організація імпорту одягу»

Затверджена наказом КНТЕУ від 6.12.2022р. №3278

2. Строк здачі студентом закінченої роботи – 1.02.2023р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи знайти нового імпортера, та визначити ефективність імпорту одягу

Об'єкт дослідження - ТОВ «Епіцентр-К» м Київ

Предмет дослідження - одяг

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД

ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К»

1.1 Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр-К»

1.2 Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр-К»

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ОДЯГУ

2.1 Визначення основних тенденції розвитку світового ринку одягу

2.2. Дослідження ринку імпортованого одягу в мережеских супермаркетах України

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ОДЯГУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К» ЗА РАХУНОК ІМПОРТУ З КИТАЮ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту одягу з Китаю

3.2. Прогнозна оцінка імпортової операції закупівлі одягу з Китаю

ВИСНОВКИ**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ****ДОДАТКИ****5. Календарний план виконання випускної кваліфікаційної роботи**

№ пор.	Назва етапів випускного кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	до 15 листопада	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	до 1 грудня	виконано
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 10 грудня	виконано
4	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 20 грудня	виконано
5	Написання 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 3 січня	виконано
6	Подання завершеної випускної кваліфікаційної роботи	до 10 січня	виконано
7	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 16 січня	виконано
8	Підготовка до захисту випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії, отримання зовнішньої рецензії	до 1 лютого	виконано
9	Захист випускної кваліфікаційної роботи в атестаційній комісії	17 лютого	виконано

5. Дата видачі завдання « _____ » 20__ р.

6. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Серова Л.П.
(прізвище, ініціали, підпис)

7. Гарант освітньої програми

П'янкова О.В.
(прізвище, ініціали, підпис)

8. Завдання прийняв до виконання студент

Оцвера В.О.
(прізвище, ініціали, підпис)

Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Випускна кваліфікаційна робота Оцвера В.О. є актуальною та присвячена оцінці ефективності імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К» в системі управління ЗЕД. Випускна кваліфікаційна робота складається зі змісту, вступу, основної частини (3 розділи), висновків і рекомендацій, літератури та додатків. Зміст параграфів повністю відповідає назвам частин і темі випускної кваліфікаційної роботи. Зміст і структура роботи відповідають вимогам і чинним стандартам для здобуття ступеня бакалавр.

Запропоновані рекомендації дозволять удосконалити організацію зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Випускна кваліфікаційна робота Оцвера В.О. відповідає вимогам та рекомендована до захисту.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис, прізвище, ініціали)

« » 20 р.

АНОТАЦІЯ

ОЦВЕРА В.О. «ОРГАНІЗАЦІЯ ІМПОРТУ ОДЯГУ» (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТОВ «ЕПЦЕНТР К» м.КИЇВ). *Рукопис.*

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент» спеціалізацією «Менеджмент зовнішньоекономічною діяльністю». Державний торговельно-економічний університет, Київ 2023.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпортової поставки одягу, що передбачає: дослідження функціонування підприємства-суб'єкта ЗЕД, аналіз світового ринку одягу, обґрунтування вибору Китаю як країни-контрагента для реалізації товару на український ринок, реалізацію управлінського рішення щодо імпорту через організаційне забезпечення та прогнозну оцінку результативності імпорту з Китаю.

Ключові слова: суб'єкт ЗЕД, імпорт, управлінське рішення, аналіз світового ринку, організаційне забезпечення, Китай.

ЗМІСТ

ВСТУП3

**РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД
ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К»**6

1.1 Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр-К»6

1.2 Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр-К»14

**РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ
ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ОДЯГУ**22

2.1 Визначення основних тенденції розвитку світового ринку одягу22

2.2. Дослідження ринку імпортованого одягу в мережевих супермаркетах України26

**РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ РОЗШИРЕННЯ
АСОРТИМЕНТУ ОДЯГУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К» ЗА РАХУНОК ІМПОРТУ З
КИТАЮ**35

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту одягу з Китаю35

3.2. Прогнозна оцінка імпортової операції закупівлі одягу з Китаю40

ВИСНОВКИ47

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ50

ДОДАТКИ54

ВСТУП

Ефективне здійснення компанією імпортової діяльності підвищує рівень продажу та виручки на міжнародних ринках, прискорює модернізацію технологій та бізнес-процесів, дозволяє отримати перевагу перед конкурентами на зовнішньому та внутрішньому ринках. Ведення бізнесу міжнародному ринку вимагає від компанії обліку як глобальних проблем, і оцінки власного бізнесу.

Вирішення цих актуальних проблем має сприяти впровадженню симптоматичної діагностики, яка є основою для розробки заходів щодо запобігання негативним симптомам імпортової діяльності. У той самий час щодо його реалізації необхідний концептуальний підхід, який би вирішення завдань, із якими стикається компанія у процесі своєї імпортової діяльності, і створює умови підвищення її конкурентоспроможності на міжнародних ринках.

Сьогодні одяг є не лише стратегічним товаром для основної маси населення, а й засобом задоволення естетичних потреб, соціальної ідентифікації та диференціації.

Посилення процесів глобалізації, значний розвиток економіки світу та швидке зростання населення земної кулі призвели до збільшення виробництва одягу, швидкого збільшення та перерозподілу його обсягів у світовій торгівлі.

Сьогодні світова кон'юнктура ринку одягу кардинально змінилася. Це пов'язано зі швидким зростанням виробництва різних видів одягу, впливом моди, зміною споживчих смаків та переваг.

В умовах глобалізації попит та пропозиція на одяг є одним із найбільш швидко зростаючих секторів економіки.

Об'єктом дослідження роботи є процес розробки стратегії управління імпортовою діяльністю підприємства.

Предметом дослідження є організація імпорту одягу з Китаю на прикладі ТОВ «Епіцентр-К».

Метою роботи є удосконалення теоретичних та методичних положень і практичних рекомендацій щодо розробки стратегії управління імпоротною діяльністю підприємства.

Відповідно до обраної мети необхідно виконати наступні завдання:

- дати оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр-К»;
- провести аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр-К»;
- дати визначення основних тенденції розвитку світового ринку одягу;
- провести дослідження ринку імпортованого одягу в мережевих супермаркетах України;
- розглянути організаційне забезпечення здійснення імпорту одягу з Китаю;
- дати прогнозну оцінку імпоротної операції закупівлі одягу з Китаю.

Методи дослідження. Методи дослідження, які обрані для проведення дослідження у роботі охоплюють загальнонаукові підходи та прийоми.

Серед них варто виділити: синтез та аналіз під час висвітлення теоретичних аспектів обраної теми; дедукція й індукція для зведення та представлення теоретичного та практичного матеріалу; статистичні методи, які на базі узагальнюючих показників дозволили представити у таблицях і графіках.

Інформаційною базою дослідження стали внутрішня документація ТОВ «Епіцентр-К», законодавчі та нормативно-правові акти з питань регулювання зовнішньоекономічної діяльності і зокрема імпортних операцій, праці вітчизняних та закордонних вчених, наукові публікації в періодичних виданнях, статистичні матеріали, довідкова література та інше.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробленій концептуальній моделі симптоматичної діагностики імпортно-експортної діяльності підприємства, в основі якої лежать компоненти потенціалу її реалізації, спрямовані на покращення: суб'єктної взаємодії учасників виходячи з властивих йому властивостей та деяких принципів реалізації діагностичного процесу; функціональне призначення імпоротної діяльності за наслідками виявлення її негативних ознак.

Практична значимість результатів роботи полягає у можливості використання запропонованої методики для здійснення симптоматичної діагностики імпоротної діяльності підприємства та підкреслює особливості використовуваних при впровадженні методів економічного дослідження, методів аналізу стратегії, а також цільовий метод, комплексне застосування якого зводить до мінімуму негативний прояв симптомів експортно-імпоротної діяльності.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.



РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ЗЕД ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К»

1.1 Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр-К»

ТОВ «Епіцентр-К» представляє собою мережу торгових центрів в Україні, заснована у 2003 році. Належить колишньому члену фракції «Партії регіонів», народному депутату Олександру Герезі та його дружині Галині, включає мережу торгових центрів «Епіцентр», засновану 2003 року. З 2013 року групі належить мережа гіпермаркетів ДІУ «Нова лінія». У 2019 році створено інтернет-магазин Epicentrk.ua.

За останні 17 років група компаній «Епіцентр К» виросла в потужну бізнес-імперію, що включає мережу ТРЦ «Епіцентр», мережу ТРЦ «Нова лінія», інтернет-магазин з власними пікап-центрами, логістичними центрами, кілька заводів виробництва, агрофірма. та франчайзингові спортивні мережі.

У 2021 році, незважаючи на пандемію та економічну нестабільність, компанія активно модернізувала існуючі торгові площі, відкривала нові формати та магазини, запускала нові торгові площі.

На ринку роздрібної торгівлі ТОВ «Епіцентр-К» створило власний формат торгових центрів, що не має аналогів у світі. Кожен із 64 торгових центрів «Епіцентр» складається з концептуальних магазинів формату «shop-in-shop», створених із бізнес-хабів.

Це окремі торгові острівці зі своїм візуальним оформленням та дизайном, широким асортиментом товарів, спеціальним зонуванням площ, спеціальним обладнанням та окремою системою роботи з постачальниками. Компанія почала розвивати деякі напрямки у 2009 році з відкриттям перших концептуальних магазинів –« Галереї ДЕКО».

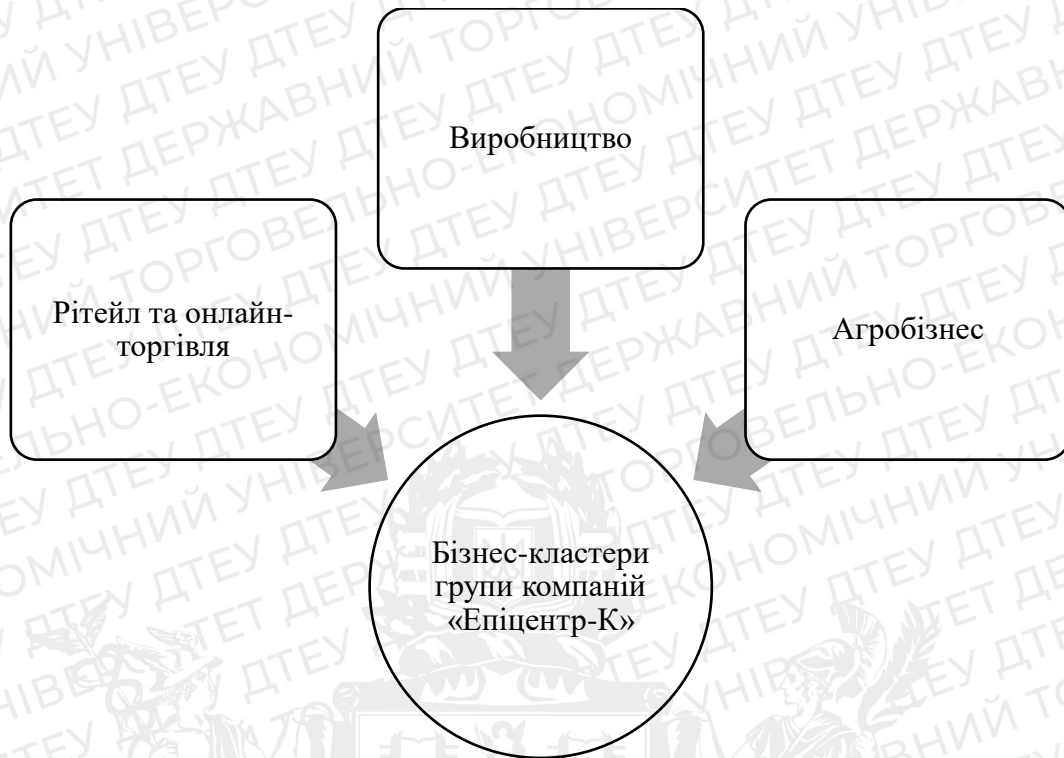


Рис. 1.1. Бізнес-кластери групи компаній «Епіцентр-К»

Джерело: складено основі інформації підприємства [22]

Пізніше у складі підприємства з'явилися підрозділи, як Меблевий центр, Інтерспорт, Технологічний центр ЦЕТе, Канцтовари, Епопея, Військовий, Букет. У 2018 році «Епіцентр К» зважився на новий етап розвитку – оновлення концепції бізнес-підрозділів та створення на їхній базі магазинів «shop-in-shop».

Сьогодні це «Галереї ДЕКО», «Е.ПК», «Технологічний центр», «Інтерспорт», «Меблевий центр», «Садовий центр», «Центр кераміки», «Автомол», «Студія світла», «Студія інтер'єру», «Мон Чері», «Мілітарі», «Центр Букет Флора», «Write-Draw», «FOOD Market», «Аптека 100+», «Засоби захисту», «All4Rest».

Крім того, «Епіцентр-К» розвиває три мережі спортивних франшиз (мультибрендова мережа Intersport, монобрендова мережа польського бренду «4F» та мультибрендова мережа «TAF») та 11 торгових центрів «Нова лінія». Минулого року «Епіцентр К» вперше, окрім розвитку власної однойменної мережі у форматі «shop-in-shop», вивів кілька своїх торгових площ за межі ТРЦ «Епіцентр» та почав відкривати окремі магазини в інших торгових центрів та центрів розваг.

Першопрохідниками були магазини «Gallery Deco» «E.PIC» та «Intersport». Сьогодні група компаній «Епіцентр К» об'єднана в унікальну екосистему, що включає не лише ритейл, а й інші напрямки (Додаток А).

Гіпермаркети «Епіцентр-К» представляють товари вітчизняного та іноземного виробництва. Гіпермаркети «Епіцентр-К» призначені для всіх категорій клієнтів і можуть задовольнити будь-які потреби клієнтів.

Вибір асортименту в магазині ґрунтується на наступних принципах:

1) Слідкують за тим, щоб у кожному магазині було достатньо товарів у повному обсязі, частого попиту та повної різноманітності, а купівельний попит був незамінним та важко замінним.

2) За класифікацією магазину забезпечується наявність у кожній групі та підгрупі достатньої кількості товарів.

3) Для кожного типу продукту встановлюється певна кількість різновидів, що відповідають профілю продукту та масштабу бізнесу.

4) Найважливішим принципом формування обсягу благ є забезпечення відповідності характеру суспільних потреб. Вона має забезпечувати повне задоволення потреб клієнтів у вибраних сегментах ринку. Асортимент товарів для покупця має бути достатньою широти та глибини.

Тому сфера діяльності ТОВ «Епіцентр-К» практично повністю відповідає структурі попиту. Як елемент економіки, товарно-матеріальні запаси відіграють важливу роль і нерозривно пов'язані з багатьма сторонами господарської діяльності торгових підприємств.

Відсутність товарів першої необхідності негативно впливає на виконання плану продажу – одного з основних показників кожного бізнесу. Розмір запасів є важливим орієнтиром у роботі бізнесу.

Якщо запаси зменшуються і падають нижче за норму, це сигнал про те, що працівники торгових підприємств збільшують ввезення супутніх товарів. Збільшення запасів вище за нормальний рівень вказує на необхідність ретельного вивчення причин такої ситуації та вжиття заходів щодо подальших замовлень товарів.

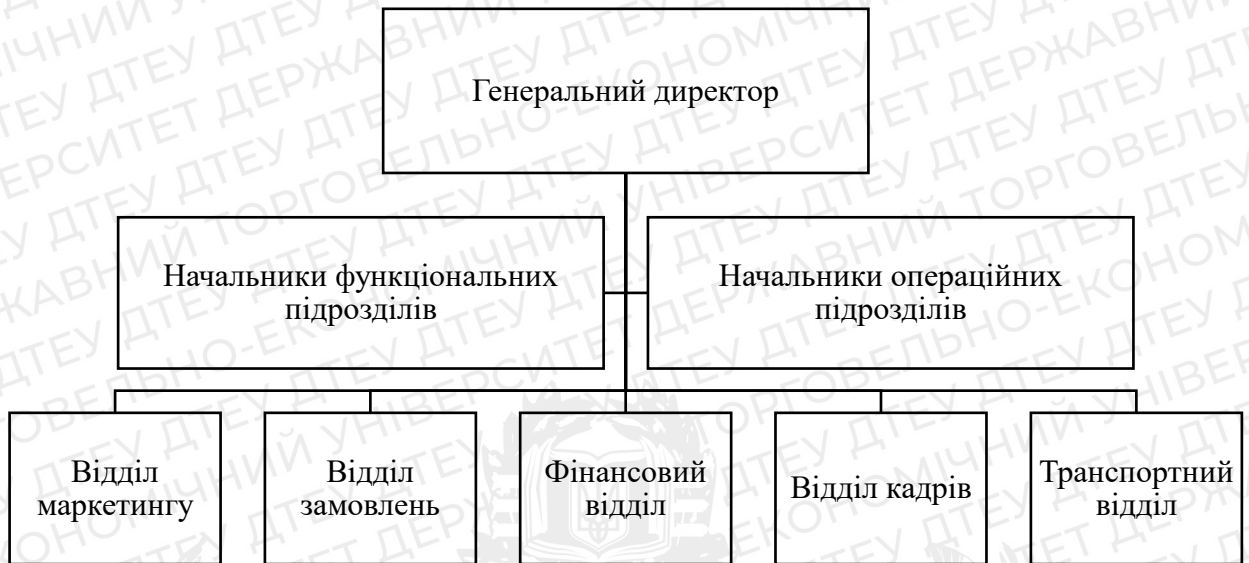


Рис. 1.2. Організаційна структура підприємства ТОВ «Епіцентр-К»

Джерело: складено основі інформації підприємства [22]

ТОВ «Епіцентр-К» купує товар великими партіями, відповідно і за низькими цінами, і може контролювати свою собівартість. Торгові мережі ТОВ «Епіцентр-К» приділяють основну увагу товару повсякденного замовлення, які покупці купують частіше всього. Загалом, це товари, які можна швидко продати, що також дозволяє добре отримувати дохід.

Переваги гіпермаркетів ТОВ «Епіцентр-К»:

- купує крупним оптом, тому має скидки від постачальників;
- продає товари власного виробництва, які коштують дешевше;
- економить на кількості продавців в залах;
- економить на обладнанні (товари стоять просто в коробках на полках).

Також у компанії жорсткі Європейські вимоги до якості продуктів.

В умовах ринку особливо важливою є оцінка фінансового стану підприємства. Аналіз фінансового стану дає можливість зробити висновок про ресурси компанії, ефективність їх використання.

Проаналізуємо фінансово-господарський стан підприємства ТОВ «Епіцентр-К» для оцінки ефективності його діяльності на ринку в Україні.

**Горизонтальний аналіз активів ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2020 рр., тис. грн.
(станом на 31/12)**

Показники	2018 р.		2019 р.		2020 р.		Відхилення 2020 р. від 2018 р. (+,-)	
	сума, тис. грн	частка , %	сума, тис. грн	частка , %	сума, тис. грн	частка , %	в сумі, тис. грн	в %
1. Необоротні активи	118236 22	39,25	16010 547	43,40	22109 337	49,66	1028571 5	186,99
2. Оборотні активи	183029 00	60,75	20881 053	56,60	22416 054	50,34	4113154	122,47
Всього активів	301265 22	100	36891 600	100	44525 391	100	1439886 9	147,79

Джерело: складено основі інформації підприємства [22]

У аналізованому періоді відбулося збільшення балансу з допомогою зростання як оборотних активів на 7,35% та зростання внеоборотних активів на 38,09%. Динаміка джерел фінансування ТОВ «Епіцентр-К» у 2018–2020 рр., тис. грн.

Обсяг доступних джерел фінансування для залучення активів збільшується за рахунок зростанням власного капіталу на 21,4% та зростання короткострокових зобов'язань на 11,54% і довгострокових зобов'язань на 96,66%.

Таблиця 1.2

Аналіз пасивів ТОВ «Епіцентр-К» у 2018-2020 рр., тис. грн. (станом на 31/12)

Показники	2018 р.		2019 р.		2020 р.		Відхилення 2020 р. від 2018 р. (+,-)	
	сума, тис. грн	частка , %	сума, тис. грн	частка , %	сума, тис. грн	частка , %	в сумі, тис. грн	в %
1. Власний капітал	124586 10	41,36	14700 877	39,85	17846 696	40,08	5388086	143,25
2. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	910000	3,02	22654 26	6,14	44550 80	10,01	3545080	489,57
3. Поточні зобов'язання і забезпечення	167549 12	55,62	19925 318	54,01	22223 615	49,91	5468703	132,64

Всього пасивів	301235 22	100	36891 621	100	44525 391	100	1440186 9	147,81
----------------	--------------	-----	--------------	-----	--------------	-----	--------------	--------

Джерело: складено основі інформації підприємства [22]

Збільшення суми власного капіталу свідчить збільшення багатства власників. Збільшення загальної суми пасивів забезпечує повніше розкриття наявного потенціалу підприємства, хоч і призводить до підвищення залежності від зовнішніх постачальників коштів.

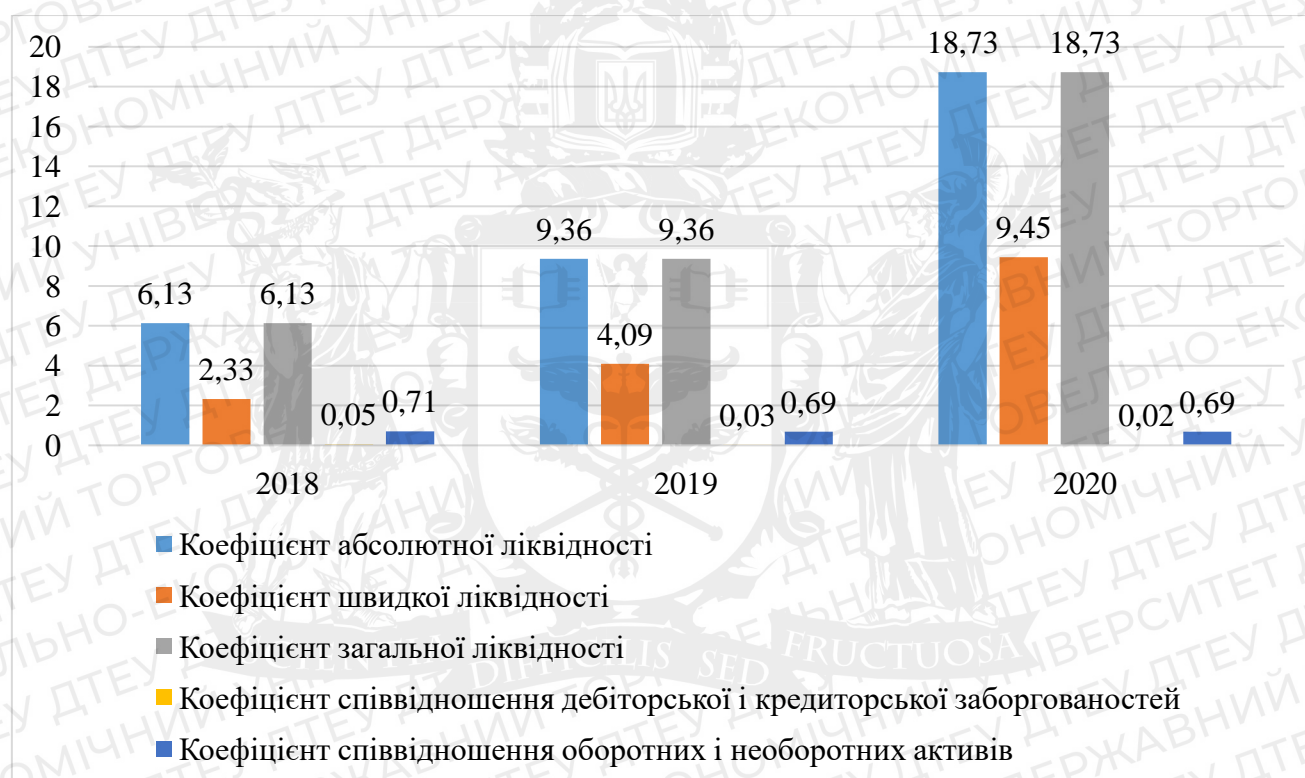


Рис. 1.3. Показники ліквідності і платоспроможності ТОВ «Епіцентр-К» за 2019-2020 рр. (станом на 31/12)

Джерело: складено основі інформації підприємства [22]

Вартість компанії у 2019 році зменшилась на 76,668 млн грн. зменшилась на 4,3% порівняно з 2018 роком та збільшилася на 63,366 млн грн у 2020 році. (3,41%), така динаміка витрат зумовлена зниженням собівартості реалізації на 129,8841 млн грн. (10,73%), збільшився на 108,826 млн грн у 2019 році та збільшився на 8,12% у 2020 році порівняно з 2019 роком, оскільки собівартість продажів є найбільшою статтею витрат компанії [22].

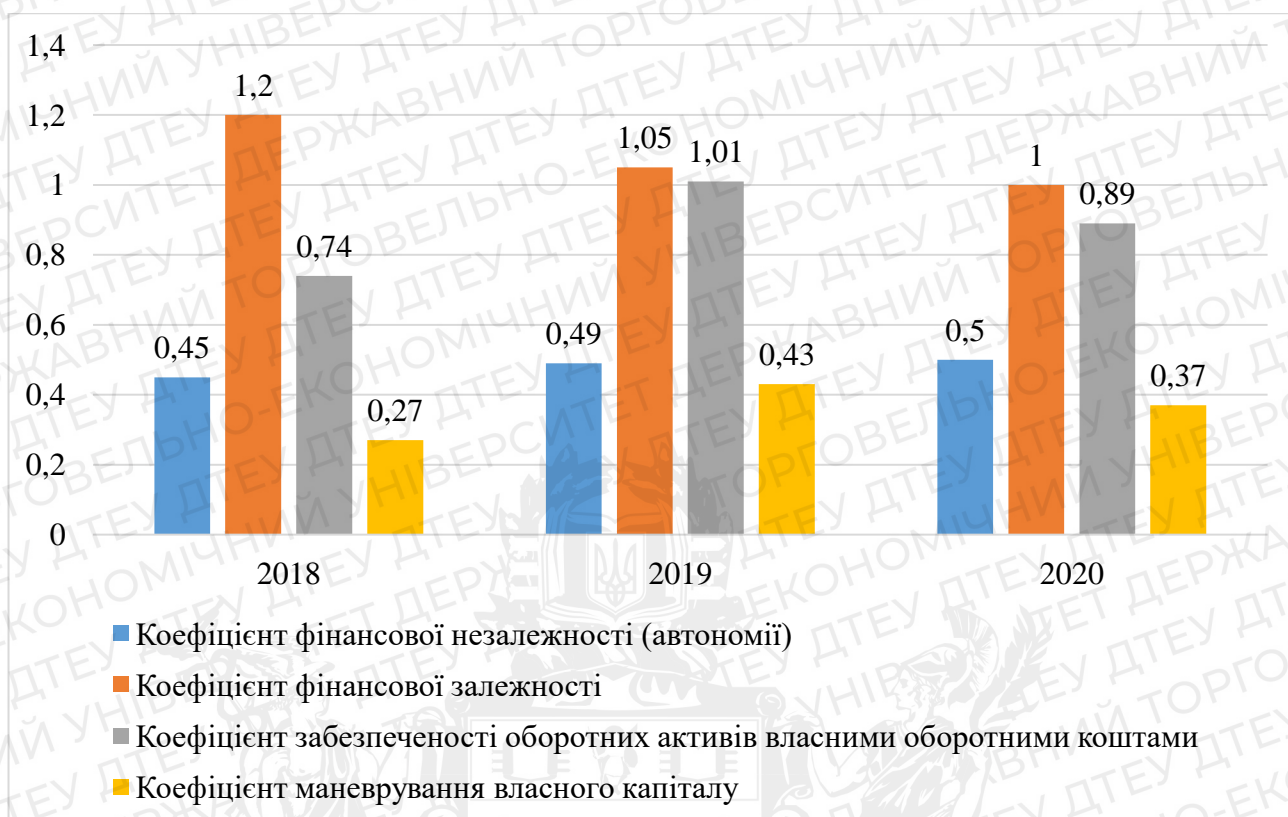


Рис. 1.4. Показники фінансової стійкості ТОВ «Епіцентр-К» за 2018-2020 рр. (станом на 31/12)

Джерело: складено основі інформації підприємства [22]

Вартість поточних коштів нижча за нормативну межу (1,5), що може свідчити про ймовірність втрати кредитоспроможності в майбутньому. Це свідчить про наявність у підприємства достатніх фінансових ресурсів для фінансування необоротних активів та частини обігових коштів.

Перевищення прибутковості власного капіталу над прибутковістю альтернативного інструменту свідчить, що рівень добробуту власників фірми зростає, причому швидшими темпами, ніж це притаманно середнього фінансового ринку.

Таблиця 1.3

**Аналіз основних фінансово-господарських показників діяльності ТОВ «Епіцентр-К» у 2018-2020 рр., тис. грн.
(станом на 31/12)**

Показники	Роки						Відхилення 2020 р. від 2018 р. (+,-)		
	2018 р.		2019 р.		2020 р.		в сумі, тис. грн	в %	рівня, % ЧД
	сума, тис. грн	% до ЧД	сума, тис. грн	% до ЧД	сума, тис. грн	% до ЧД			
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	41400220	100	43979194	100	50382425	100	8982205	121,70	21,70
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	30400580	73,43	30814751	70,07	35593670	70,65	5193090	117,08	17,08
Валовий прибуток	10999640	26,57	13164443	29,93	14788755	29,35	3789115	134,45	34,45
Інші операційні доходи	260235	0,63	530835	1,21	737243	1,46	477008	283,30	183,30
Адміністративні витрати	540040	1,30	751814	1,71	872759	1,73	332719	161,61	61,61
Витрати на збут	6623200	16,00	7985945	18,16	8648047	17,16	2024847	130,57	30,57
Інші операційні витрати	396373	0,96	254271	0,58	920408	1,83	524035	232,21	132,21
Фінансові результати від операційної діяльності	3700262	8,94	4703248	10,69	5084784	10,09	1384522	137,42	37,42
Інші фінансові доходи	180000	0,43	3851	0,01	211555	0,42	31555	117,53	17,53
Інші доходи	52000	0,13	354733	0,81	554085	1,10	502085	1065,55	965,55
Фінансові витрати	91550	0,22	250094	0,57	295646	0,59	204096	322,93	222,93
Втрати від участі в капіталі	0	0,00	24516	0,06	0	0,00	0	-	-
Інші витрати	210000	0,51	363438	0,83	1438592	2,86	1228592	685,04	585,04
Фінансові результати до оподаткування	3630712	8,77	4423784	10,06	4116186	8,17	485474	113,37	13,37
Витрати з податку на прибуток	-670000	-1,62	-821675	-1,87	-944982	-1,88	-274982	141,04	41,04
Чистий прибуток	2960712	7,15	3602109	8,19	3171204	6,29	210492	107,11	7,11

Джерело: складено основні інформації підприємства [22]

На даний момент для ТОВ «Епіцентр-К» є такі можливості для зростання:

- збільшення обсягів виробництва завдяки політиці імпортозаміщення;
- збільшення ринків збуту за рахунок вигідного географічного становища та державної підтримки розвитку торгівлі.

У ході аналізу виявлено такі проблеми, що виникли на підприємстві:

- високі постійні витрати (витрати паливо, енергію, добрива тощо);
- висока вартість введення інновацій галузі, що ускладнює, а часом і повністю позбавляє можливість впровадження нововведень у процес виробництва.

Порівняно з 2019 роком приріст оборотних коштів у 2020 році був нижчим. Торгівельна дебіторська заборгованість зменшилась на 26,33%.

План обслуговування гіпермаркету ТОВ «Епіцентр-К» – «Задовільно», що є продуманою та раціональною стратегією ефективної роботи.

Провівши фінансовий аналіз діяльності ТОВ «Епіцентр-К» у 2019-2020 роках можна зробити висновок, що досліджуване підприємство розвивається ефективно. Компанія є привабливою для інвестицій. Одним із найважливіших факторів успіху роздрібною мережі «Епіцентр-К» є її співробітники.

Завдяки їх зростаючому досвіду та компетентності, компанія займає лідируючі позиції на українському ринку. Досвідчені співробітники забезпечують успішне виконання всіх робочих процесів, починаючи від стратегічного планування і закінчуючи доставкою товару на полицю. Співробітники завжди були основним активом компанії, а їхня успішна кар'єра - причина нинішнього процвітання «Епіцентр-К».

1.2 Аналіз імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр-К»

Під час нападу на Україну було повністю зруйновано три торгові центри у Чернігові, Бучі та Маріуполі. Ще два торгові центри частково пошкоджено. Ще три торгові центри залишаються на тимчасово окупованих територіях. У районах, де продовжуються активні бойові дії, п'ять торгових об'єктів компанії поки що не працюють.

Товарний асортимент одягу ТОВ «Епіцентр-К» складає: жіночий та чоловічий одяг, молодіжний та підлітковий одяг, одяг для дітей, взуття та аксесуари (табл. 1.4).

Загалом, асортимент магазину включає понад 400 видів одягу, а також аксесуари, як супутній товар, який не перевищує 15% від загального асортименту товарів.

Основним правилом реалізації продукції магазину є: «різноманітність асортименту покращує процес торгівлі». Це збільшує можливість придбання товару безпосередніми споживачами, а також збільшує шанси повторного відвідування магазину клієнтами.

Таблиця 1.4

Товарний асортимент ТОВ «Епіцентр-К»

Товарні групи	Позиції
Жіночий та чоловічий одяг	Напівпальто, куртки та плащі; піджаки та жилети; джинси; сорочки та блузки; спідниці; кофти та светри; футболки, туніки; боді та майки; штани; сукні; нижню білизну та піжами; шорти та капрі; пляжний одяг; спортивний одяг; одяг для вагітних.
Молодіжний та підлітковий одяг	Напівпальто, куртки та плащі; спідниці; кофти та светри; піджаки та жилети; штани; сукні; сорочки блузки та туніки; джинси; футболки, боді та майки; пляжний одяг; шорти та капрі; спортивний одяг; нижню білизну та піжами.
Одяг для дітей	Напівпальто та куртки; штани; сукні; кофти та светри; футболки, боді та майки; сорочки блузки та туніки; шорти та капрі; комплекти; джинси; піджаки та жилети; спідниці; спортивний одяг; пляжний одяг; нижню білизну та піжами; комбінезони; одяг для новонароджених.
Взуття	Для жінок, чоловіків, дівчаток та хлопчиків.
Аксесуари	Для жінок, чоловіків, дівчаток та хлопчиків.

Джерело: складено на основі інформації підприємства [22]

З метою дослідження ефективності управління асортиментною політикою ТОВ «Епіцентр-К» використовуються такі методи: ABC – аналіз; XYZ - аналіз; матриця БКГ; аналіз за методом Дібба - Сімкіна.

1) Метод ABC – аналізу. Вирізняються групи класифікації за принципом Парето, де 20% якісного критерію визначає 80% кількості обраної сукупності об'єктів (група А); група В – до 15% обсягом прибутку і частина – група З (Додаток Д).

Для визначення належності товарного асортименту до групи класифікації необхідно розрахувати частку кожної групи товарообігу накопичувальним результатом. На підставі даних розрахунків розподіляємо товари за групами А, В та С.

Таблиця 1.5

Виділення груп класифікації за методом АВС – аналізу, 2021р

Найменування товарної групи	Дохід від реалізації, млн.грн.	Частка доходу порядку спадання, %	Частка доходу накопичувальним результатом, %	Група класифікації
Жіночий одяг	8,6	15,1	15,1	А
Для дітей (дівчата)	7,5	13,1	28,2	А
Чоловічий одяг	7,4	13,0	41,2	А
Для дітей (хлопчики)	6,7	11,7	53,0	А
Для молоді (дівчата)	5,7	10,0	63,0	А
Для молоді (юнака)	5,2	9,1	72,1	А
Для малюків (дівчатка)	4,9	8,6	80,6	В
Для малюків (хлопчики)	4,4	7,7	88,3	В
Взуття	3,7	6,5	94,8	В
Акcesуари	3,0	5,2	100,0	С

Джерело: складено основі інформації підприємства [22]

Дані таблиці 1.6 показують, що товари з блоку А - це жіночий та чоловічий одяг, одяг для молоді (дівчата та юнаки), одяг для дітей (дівчата та хлопчики). До другої групи В - входять три товарні підгрупи: одяг для малюків (дівчата та хлопчики) та взуття. До групи С входить одна товарна група – акcesуари.

За даними представленої таблиці можна уявити сукупність товарних груп і класифікувати їх за блоками А, В та С.

Результати дослідження продукції магазину за методом АВС-аналізу показують, що в реалізації та доходах найбільшу частку мають група А - 72,1%, група В - 22,8%, група С - 5,2%.

2) Метод XYZ – аналізу. Така методика дає можливість структурувати споживання товарів за фактором стабільності споживання та можливості його прогнозування (Додаток Е).

Таким чином, результати дослідження продукції магазину за методом XYZ – аналізу розкривають характер споживання товарів: продукція групи X (чоловічий одяг, одяг для молоді (дівчата) має стабільний характер, непостійність випадкове.

Товари групи Y (жіночий одяг, одяг для молоді (юнаки), для дітей (дівчата та хлопчики), для малюків (дівчата та хлопчики), взуття характеризуються певними тенденціями споживання, наприклад, сезонністю чи нестабільностями. Потреба товарів групи Z (аксесуари) є стохастичною.

Узагальнені результати досліджень за методами ABC – та XYZ – аналізу дають достатню інформацію для прийняття рішень щодо стратегічної зміни позицій номенклатури товарів даного магазину.

У таблиці 1.8 надано результати суміщення отриманих даних ABC – та XYZ – аналізу споживання товарів ТОВ «Епіцентр-К» за окремими товарними групами.

Таблиця 1.6

Посаднання результатів ABC - та XYZ - аналізу

Групи ABC - аналізу	Групи XYZ - аналізу		
	X	Y	Z
A	Чоловічий одяг Для молоді (дівчата)	Жіночий одяг Для молоді (юнака) Для дітей (дівчата) Для дітей (хлопчики)	-
Y	-	Для малюків (дівчатка) Для малюків (хлопчики) Взуття	-
Z	-	-	Аксесуари

Джерело: складено основі інформації підприємства [22]

Товари групи AX (чоловічий одяг, одяг для молоді (дівчата) характеризуються високим товарообігом та стабільністю. Для магазину рекомендується мати певну кількість товару, не створюючи надлишок запасу. Оборот товарів групи AX добре прогнозується.

Товари групи АУ та ВУ (жіночий одяг, одяг для молоді (юнаки), для дітей (дівчата та хлопчики), для малюків (дівчата та хлопчики), взуття) при достатньому товарообігу характеризуються недостатньою стабільністю продажів. Для забезпечення їх постійної наявності необхідно збільшення їхнього страхового запасу.

Групу товарів CZ (аксесуари) становлять нові товари; товари, які мають спонтанний попит; що поставляються на замовлення тощо. Одну частину товарів цієї групи потрібно виводити з асортименту, іншу частину - постійно контролювати для виключення випадків виникнення важкореалізованих товарних запасів, у результаті магазин може зазнати збитків.

На ТОВ «Епіцентр-К» імпортна діяльність здійснюється згідно механізму, зображеному на рис. 1.7.

При здійсненні імпоротної діяльності на ТОВ «Епіцентр-К» адміністративний менеджмент проекту складається з даних учасників:

- комерційний відділ – приймає остаточне рішення стосовно цінової політики;
 - відділ зовнішньоекономічної діяльності – здійснює планування, організацію і координацію постачань;
 - бухгалтерський відділ – відповідає за документообіг під час здійснення проекту;
 - відділ міжнародної логістики – займається пошуком, поставкою транспорту та доставкою товару до пункту вивантаження;
 - відділ митного супроводу імпорту – займається митним оформленням товару;
 - складський відділ – виконує розвантаження автомобілів, приймання товару
- Error! Reference source not found..**



Рис. 1.5. Механізм імпортої діяльності на ТОВ «Епіцентр-К», 2021р.

Джерело: складено основі інформації підприємства [32]

Для винесення управлінських рішень щодо управління імпортом на підприємстві потрібно провести аналіз ефективності імпорту. Основні показники ефективності імпортої операцій на основі даних представлених підприємством ТОВ «Епіцентр-К» наведено у табл. 1.7.

Таблиця 1.7

Динаміка показників ефективності імпортої операцій ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К» протягом 2019-2021 рр., тис. грн.
(товарна позиція «Одяг»)

Показник	2018	2019	2020	Абсолютне відхилення, +/-		Темп зростання, %	
				2019	2020	2019	2020
Чистий дохід від реалізації імпортої продукції на внутрішньому ринку, млн. грн	496802640,0	549739925,0	639856797,5	52937285,0	90116872,5	10,7	16,4

Повна собівартість імпоротної операції, млн. грн	322921716,0	341938233,4	393511930,5	19016517,4	51573697,1	5,9	15,1
Фінансовий результат (прибуток) від імпоротної операції до оподаткування, млн грн	173880924,0	207801691,7	246344867,0	33920767,7	38543175,4	19,5	18,5
Ефект імпорту, млн. грн.	142582357,7	170397387,2	202002791,0	27815029,5	31605403,8	19,5	18,5
Коефіцієнт ефективності імпоротної операції	1,5	1,6	1,6	0,1	0,0	4,5	1,1
<i>Ефективність імпоротної діяльності:</i>							
Рентабельність витрат, %	44,2	49,8	51,3	5,7	1,5	12,9	3,0
Рентабельність доходу, %	28,7	31,0	31,6	2,3	0,6	8,0	1,9

Джерело: складено основі інформації підприємства [22]

З табл. 1.12 можемо спостерігати щорічне збільшення контрактної вартості, що вказує на збільшення обсягу імпортованої продукції. Через збільшення митної вартості, в яку входить вартість придбаної продукції і витрати на логістику до кордону, виявлена необхідність в організації правильної логістики.

По повній собівартості імпоротної продукції спостерігаємо динаміку до збільшення. Виручка від реалізації імпоротної продукції також збільшується через збільшення обсягів.

В загальному підсумку, ТОВ «Епіцентр-К» на сьогоднішній день проводить ефективну імпортну політик. Імпорт компанії з кожним роком збільшується на 15,9 % в середньому по всьому періоді.

В той же час коефіцієнт ефективності імпорту має спадний характер в межах 0,09 кожного року, що вказує на те, що при збільшенні частини імпорту, виручка від реалізації, тобто ціни, зменшуються, що вказує на перенасиченість ринку імпортними товарами.

Також, бачимо значну тенденцію до збільшення витрат на транспортування продукції всією територією України. Витрати, пов'язані з реалізацією імпоротної

продукції на внутрішньому ринку також зростають через збільшення обсягів. Завезену продукцію потрібно десь зберігати, тому підприємство несе додаткові складські витрати.



РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ ОДЯГУ

2.1 Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку одягу

Світова індустрія моди та одягу зазнала серйозних змін за минулий 2021 рік. Цього року, на думку аналітиків, на індустрію одягу очікують чергові зміни, пов'язані з пандемією та її впливом на споживача.

Наразі існує декілька основних трендів у цій сфері (рис. 2.1).

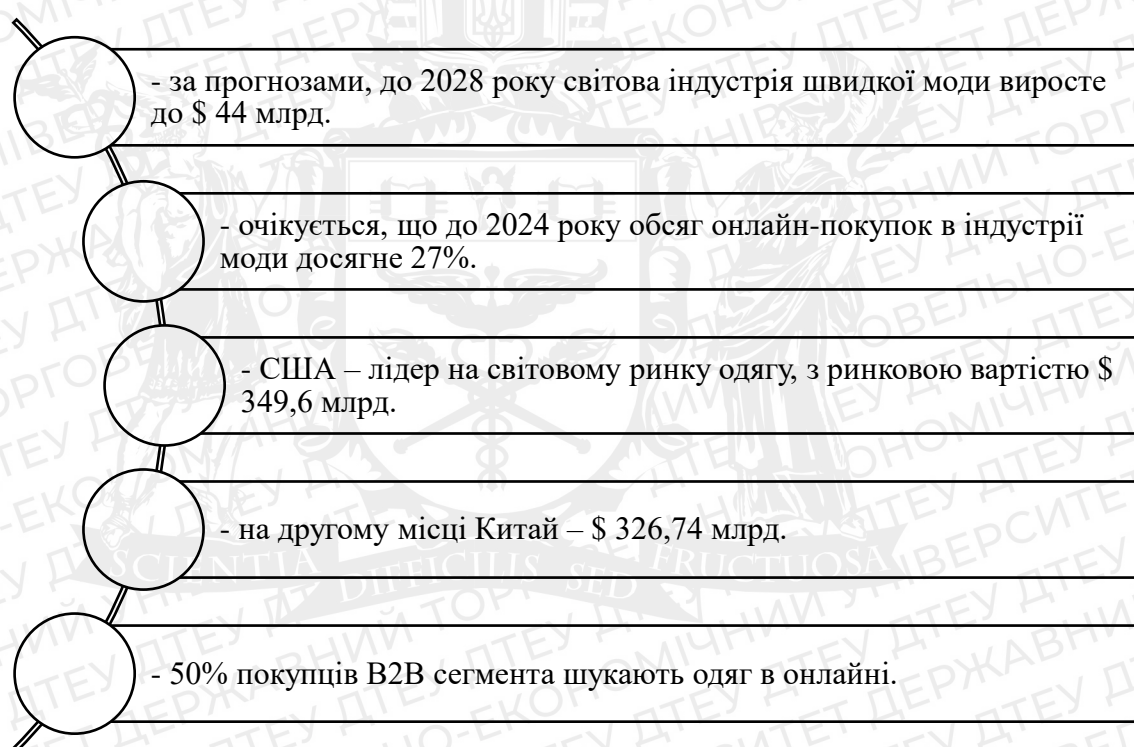


Рис. 2.1 Основні тенденції розвитку світового ринку одягу

Джерело: складено на основі [33]

Онлайн уже став нормою під час пандемії. Це допомогло деяким ритейлерам вижити за умов жорстких обмежень. Навіть після поступового повернення до нової реальності у підприємств не так багато переваг, щоб повернутися до продажу у фізичних магазинах, тому, ймовірно, електронна комерція продовжить зростати.

У багатьох культурах стираються кордони, люди починають носити одяг, у якому їм комфортно, ігноруючи гендерні правила та стереотипи. Декілька

рітейлерів пропонують колекції базового одягу унісекс, у тому числі Blindness, One DNA та Muttonhead.

Звичайно, більша частина індустрії моди ділиться на чоловічий, жіночий, одяг для хлопчиків і дівчаток, але наявність унісекс-лінії в роздрібному магазині дозволяє покупцям уникати цих ярликів, якщо вони почуваються комфортніше.

Після переходу на віддалену роботу чи дистанційне навчання люди більше часу проводять удома. За рахунок цього відбулося значне зростання продажу спортивного одягу та одягу для дому. У березні 2020 року продаж піжам зріс на 143%, а продаж бюстгальтерів знизився на 13%.

Наприкінці 2020 року багато рітейлерів одягу прийшли до думки, що основним фактором споживчого вибору став комфорт. Популяризації віддаленої роботи робить цю тенденцію довготривалою.

У той час як минулого року спостерігалось збільшення продажів домашнього одягу, комфортного одягу та предметів домашнього вжитку, цього року споживачі, швидше за все, почнуть оновлювати свій гардероб, перш ніж повернутись до реальності у новому середовищі.

Прогнозується, що 2023 стане роком, коли мода перевершить повсякденний одяг, оскільки споживачам необхідно оновити свій гардероб і отримати «нові враження». У 2023 році може спостерігатись високий попит на категорії, що знизилися під час пандемії, включаючи одяг, косметику та взуття. У той же час напрямки, які росли як товари для дому у 2021 році, можуть втратити обороти.

За декілька останніх років увага громадськості все більше прикута до соціальних питань, пов'язаних з фешн-індустрією, особливо якщо йдеться про фаст-фешн та мас-маркет. Деякі споживачі обирають бренди, які виготовляють якісні, довговічні товари або використовують для створення колекцій перероблені матеріали.

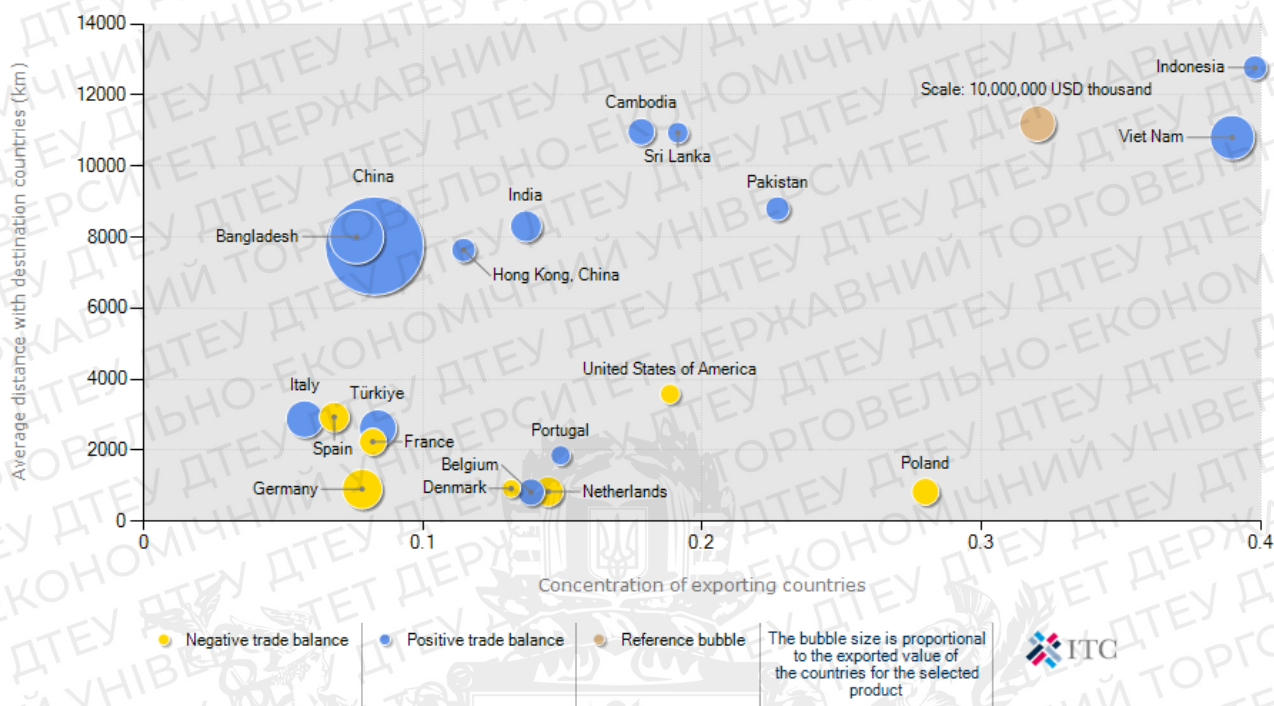


Рис. 2.2. Країни-імпортери товарної позиції 61 «Предмети одягу та аксесуари до одягу, трикотажні або в'язані гачком», 2021р.

Джерело – складено автором на основі (4)

Оскільки споживачі продовжують змінювати свій спосіб життя у бік стійкості, ці тенденції можуть зберігатися довгі роки. [9].

За останні роки тренд «ReCommerce» став популярнішим. Частково ця тенденція пов'язана з переходом до екологічно чистих покупок та скорочення відходів, але також має на увазі «вторинне перероблювання».

Споживачі найчастіше купують одяг у секонд-хендах, вантажних та комісійних магазинах, як в онлайні, так і в офлайні. Такі маркетплейси як «LetGo», «eBay», «DePop», «OfferUp» і навіть «Facebook», безумовно, сприяли розвитку цієї тенденції. Ще одне перевага ReCommerce для споживачів полягає у низькій ціні за товар.

Ставлення споживачів до швидкої моди змінилося через її моральні наслідки з погляду стійкого споживання та прав людини. Альтернативою є «повільна мода». Частково це пов'язано з «несезонною» модою, коли ритейлери відходять від регулярних сезонних колекцій, оскільки такий підхід веде до швидкої моди.

Основна мета створення виникнення в сучасному світі позасезонної моди та протидії слідуванню сезонним тенденціям полягає в тому, щоб спонукати споживачів та інших дизайнерів до раціонального споживання та використання речей більше одного сезону.

Це дає змогу брендам створювати продукцію вищої якості за вищими цінами, яка могла б прослужити кілька сезонів. Багато модних брендів ще не перейняли цю практику. Однак у той час як лідери галузі, такі як «Gucci», взяли на себе ініціативу, великі гравці у сфері швидкої моди, такі як «Zara» або «H&M», можуть наслідувати їхній приклад.

Незважаючи на зростання електронної комерції, деякі покупці побоюються купувати одяг онлайн, не приміряючи його. За останній рік з'явилися технології вирішення цієї проблеми. Так, магазини-продавці одягу значно покращують якість онлайн-покупок за допомогою віртуальної реальності та доповнених технологій. Обидві ці технології дають покупцям можливість використовувати віртуальну примірювальну, щоб побачити, як товар виглядатиме у реальному житті.

До кінця 2021 року ринок жіночого одягу великих розмірів оцінюватиметься в 46,6 млрд доларів, що вдвічі перевищує його оцінку лише трьома роками раніше. Це означає, що у жінок великих розмірів буде більше варіантів одягу, ніж будь-коли раніше.

Крім того, велика увага приділяється расовому розмаїттю. Такі бренди, як SKIMS, створюють «незвичайні» та «нейтральні» речі, які підходять споживачам з будь-яким відтінком шкіри. Інші бренди створюють інклюзивні лінії одягу, які підходять споживачам із різними захворюваннями.

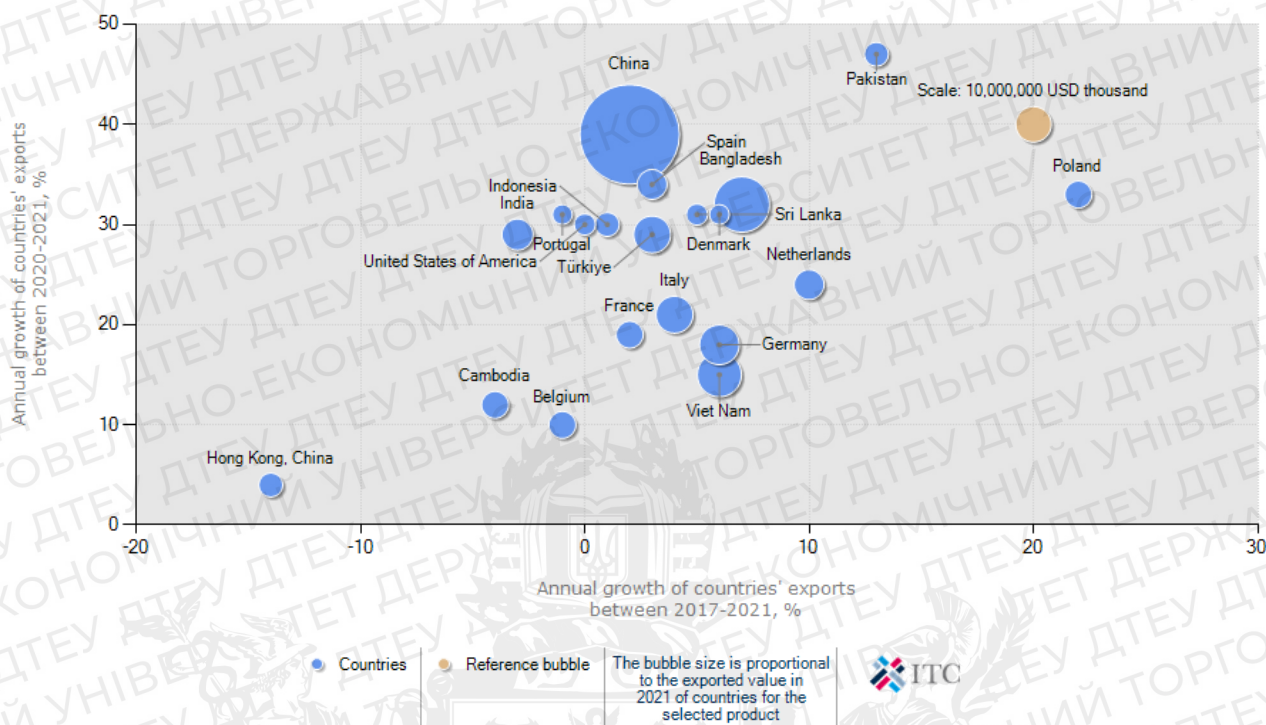


Рис. 2.3. Динаміка зростання імпорту товарної позиції 61 «Предмети одягу та аксесуари до одягу, трикотажні або в'язані гачком» протягом 2017-2021рр.
Джерело – складено автором на основі (4)

Багато роздрібних продавців дозволяють покупцям розплачуватися після покупки. Наприклад, клієнт може розмістити замовлення на 400 доларів та заплатити лише 100 доларів, а потім сплатити залишок рівними частинами протягом наступних трьох місяців.

Цей підхід, що має назву «купи зараз, заплати потім» (BNPL), дозволяє споживачам витратити гроші, яких вони не мають. Вперше така можливість з'явилася у брендів бюджетного сегменту, зараз вона поступово проникає у дизайнерський та люксовий сегмент.

2.2. Дослідження ринку імпортованого одягу в мережевих супермаркетах України

Ринок одягу в Україні частково формується за рахунок продукції вітчизняних виробників, але переважно – за рахунок імпорту. Вітчизняні виробники представлені різними групами одягу: професійного, дизайнерського, ділового,

верхнього одягу, весільного та святкового, домашнього, повсякденного та ін. Мода змінюється, створюючи досить неоднозначний глобальний бізнес, що поєднує в собі функціональність, естетику та сучасні технології.

Текстильним та швейним компаніям в Україні потрібні базові навички розвитку експорту, як і державі на рівні макроекономічної політики. Немає національних інструментів, які б допомогли українським компаніям керувати своїм експортом [2].

Інституційні органи також більш реактивні (наприклад, борються з дешевим і здебільшого нелегальним імпортом одягу з Китаю та інших країн), ніж проактивні (наприклад, навчають компанії розвитку підприємницьких навичок або шукають можливих бізнес-клієнтів за кордоном).

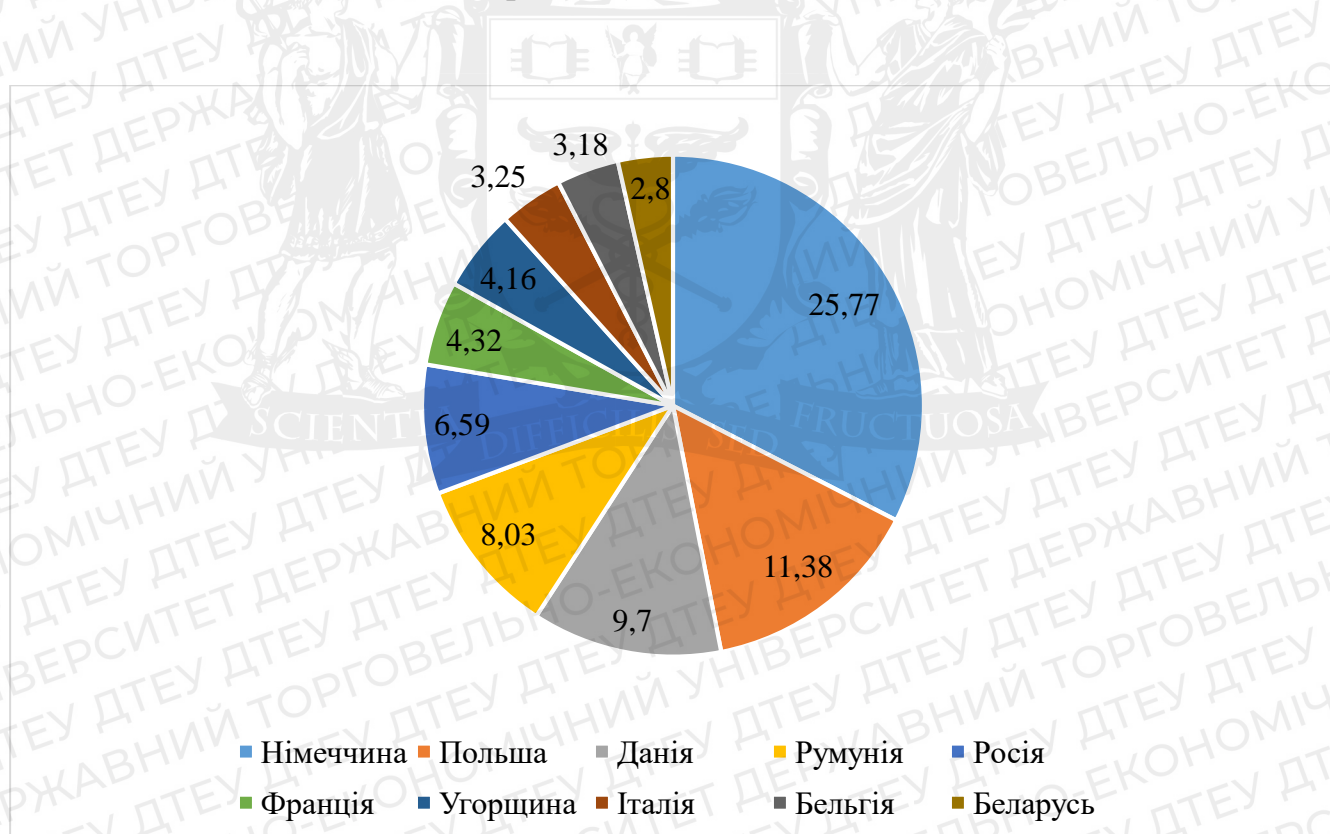


Рис. 2.4. Найбільші країни-експортери продукції текстильної промисловості в Україну в 2021 році, %

Джерело: складено на основі: [31]

Україна імпортує текстильну продукцію з усього світу: Китай - близько \$478,12 млн за частки імпорту 23,75%, Туреччина - близько \$281,03 млн за частки

імпорту 13,96%, Німеччина - близько \$199,83 млн за частки імпорту 9,93%, Польща - близько \$188,64 млн за частки імпорту 9,37%, Італія - близько 105,15 млн за частки імпорту 5,22% (рис. 2.3).

В імпорті переважають такі групи (рис. 2.4). Крім того, обсяг імпорту з 2011 по 2020 рік загалом збільшився, хоча спостерігалися деякі коливання залежно від року. [29].

На ринку України представлені відомі бренди великих іноземних компаній, продукція яких реалізується у роздрібних butikах. Зокрема, популярністю користується продукція групи зарубіжних брендів «LPP» («Reserv», «Cropp», «Mohito», «Sinsay»), а також турецького бренду «LC Waikiki».

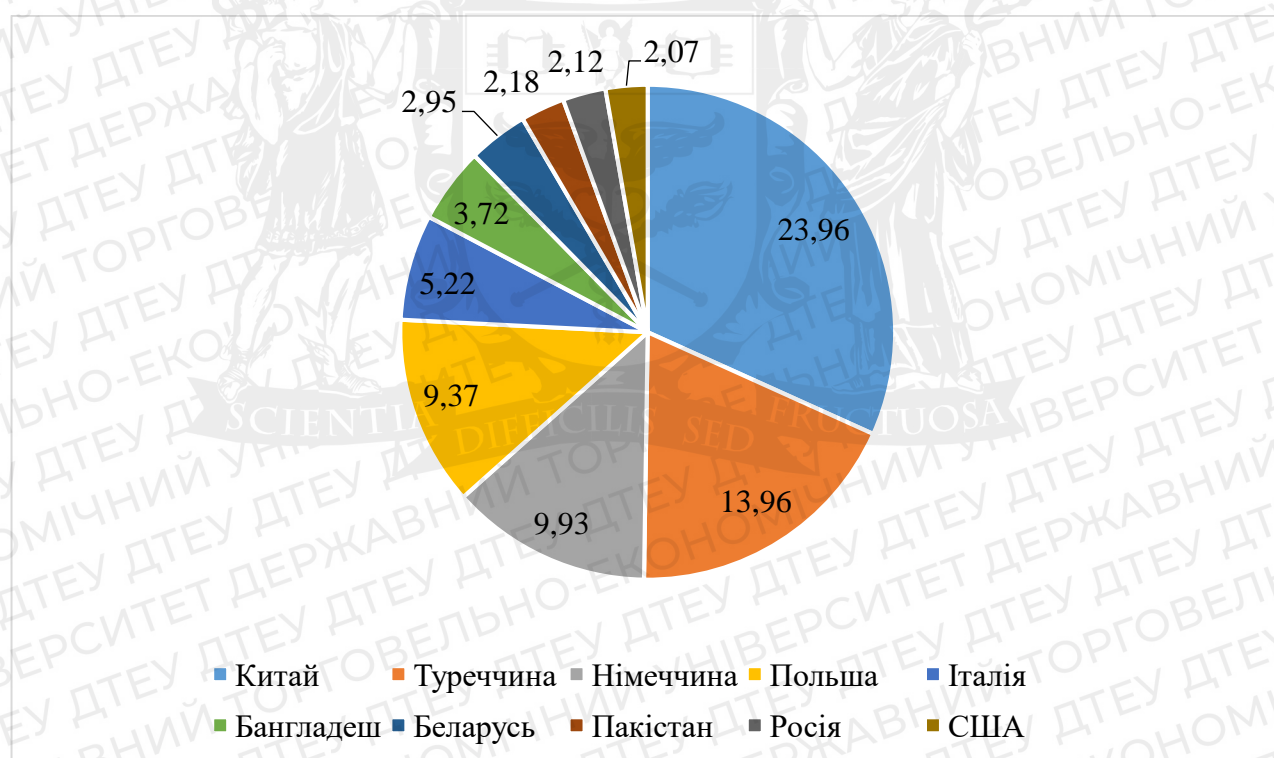


Рис. 2.5. Найбільші країни-імпортери продукції текстильної промисловості в Україну в 2021 році, %

Джерело: складено на основі: [31]

Водночас український ринок, як і раніше, поповнюється дешевими та переважно неякісними товарами турецького та китайського виробництва, які

ввозяться нелегально та реалізуються переважно на речових ринках, а іноді й у магазинах.

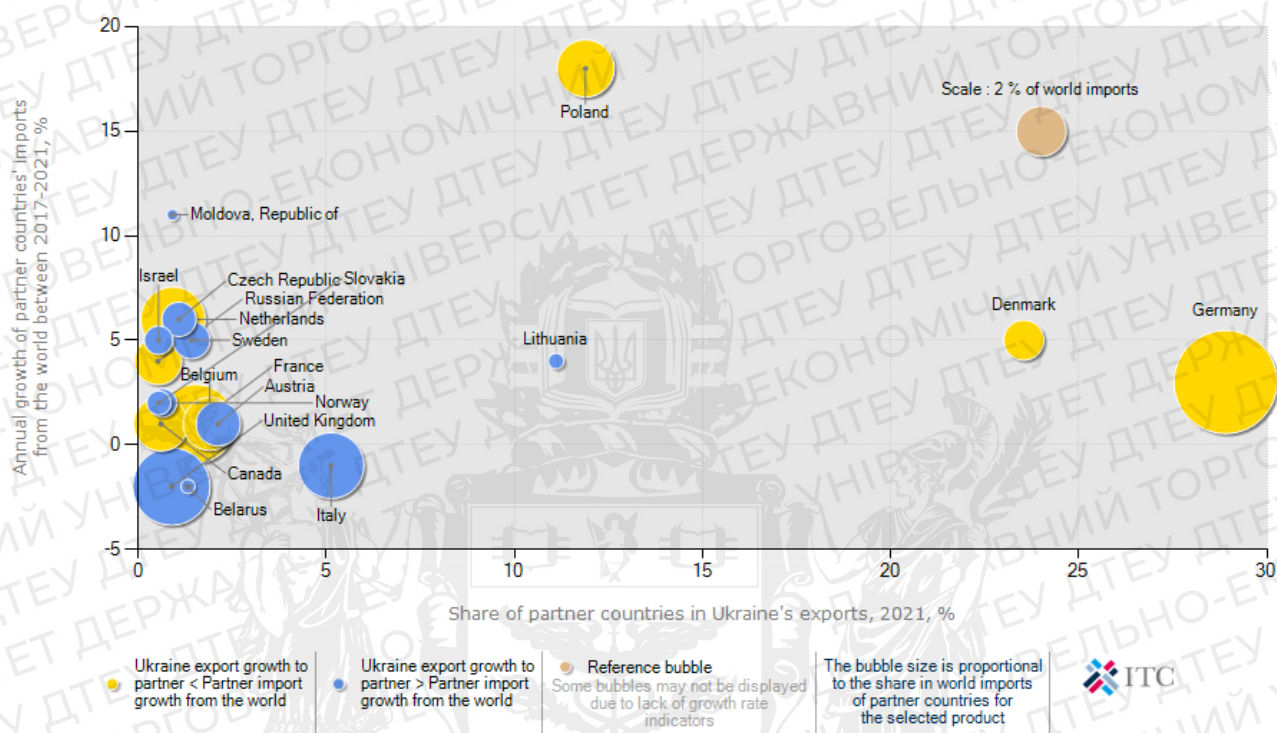


Рис. 2.6. Основні країни-імпортери товарної позиції 61 «Предмети одягу та аксесуари до одягу, трикотажні або в'язані гачком» до України, 2021р.

Джерело – складено автором на основі (4)

Дослідження дозволило виявити такі фактори та тенденції розвитку ринку одягу в Україні (рис. 2.5). Загалом ринок одягу в Україні характеризується високими темпами зростання, що робить його привабливим для підприємців-початківців. Оскільки бар'єри для входу ринку одягу у галузі невеликі, темпи його зростання досить високі.

Наприклад, у сегменті «casual» конкурують такі компанії: «H&M»; «Inditex Group» – «Pull & Bear», «Massimo Dutti», «Bershka», «Zara», «Stradivarius», «Oysho» та інші. Крім того, сьогодні набирає популярності підтримка українських виробників одягу, які все частіше з'являються на ринку.

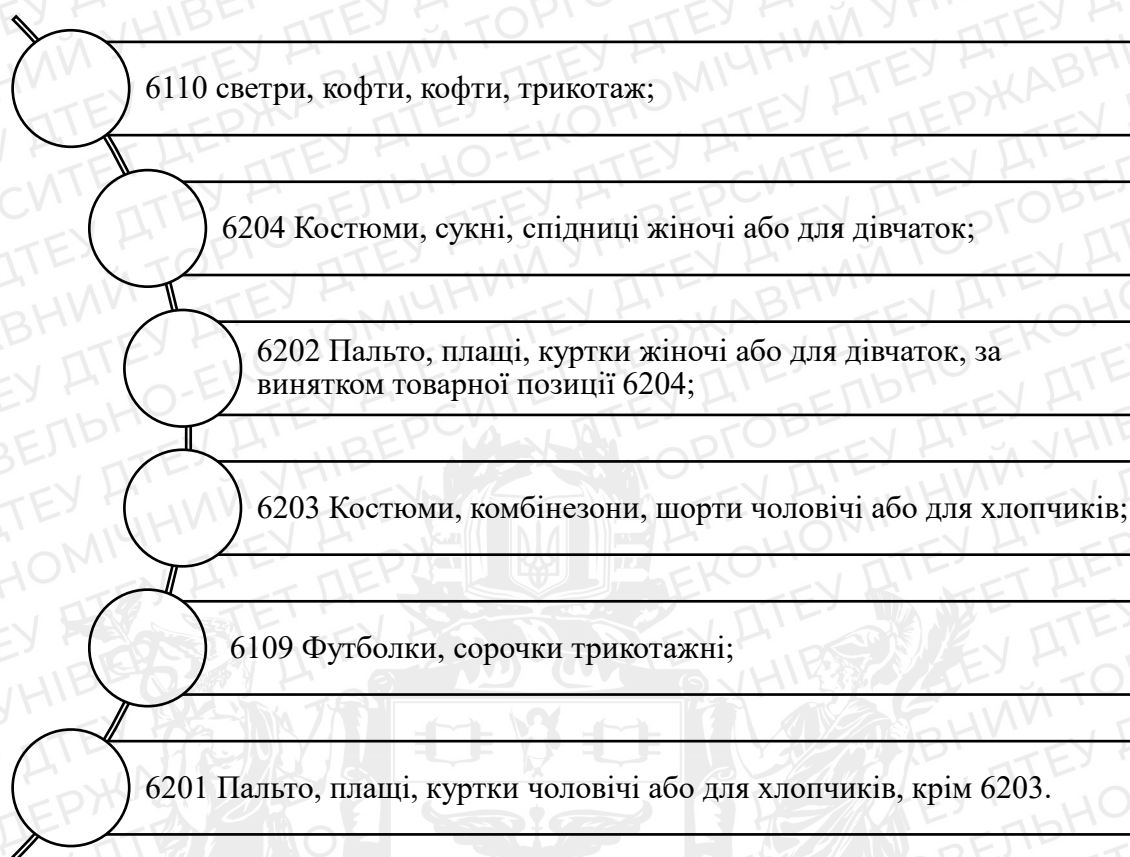


Рис. 2.7. Основні імпорتنі групи одягу

Джерело: складено на основі: [31]

Для підвищення конкурентоспроможності та збереження чи завоювання лідируючих позицій на ринку одягу вітчизняним виробникам слід звернути увагу на такі питання.

1) В епоху швидкого темпу життя споживачі все частіше вибирають стиль «casual» – максимально зручний одяг для активного способу життя. Поширення віддаленої роботи в період карантину також сприяло популярності цього стилю, тому вже відомо, що він суттєво вплине на модні тенденції найближчими роками як в Україні, так і в усьому світі. У зв'язку з цим вітчизняним виробникам варто орієнтуватися на цю тенденцію, щоби не втратити свої позиції серед конкурентів.

2) Оскільки за останні роки аудиторія інтернет-майданчиків різко збільшилася, це призвело до активного зростання онлайн-продажів.

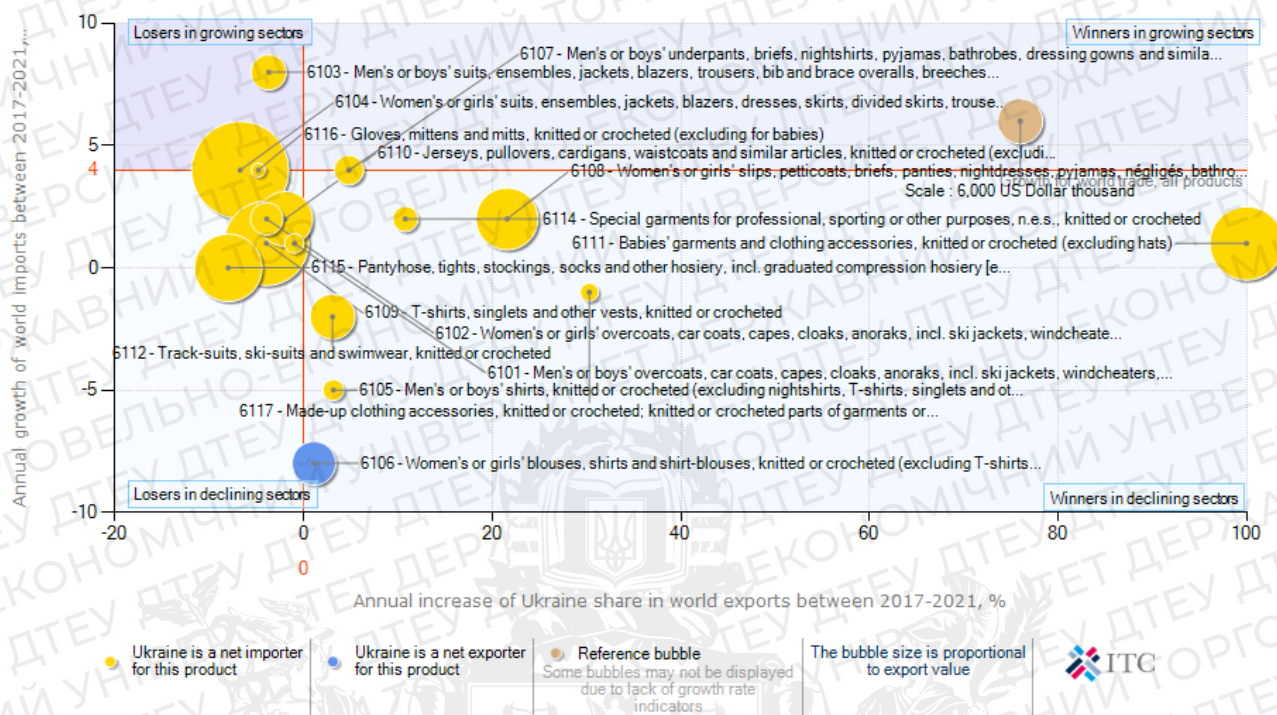


Рис. 2.8. Динаміка зростання національної пропозиції та міжнародного попиту на продукцію, що експортована Україною протягом 2017-2021рр. (товарна позиція 61 «Предмети одягу та аксесуари до одягу, трикотажні або в'язані гачком»)

Джерело – складено автором на основі (4)

Тому для розвитку інтернет-ринку одягу магазинам важливо:

- активно вести облікові записи в різних соціальних мережах та інтернет-платформах, зокрема, таких як «Instagram» та «Facebook»;
- відкривати окремі сайти із товарами;
- розробити мобільні програми, які спростять покупцям оформлення замовлення та перегляд асортименту в магазині;
- розробити чат-ботів у месенджерах, які допоможуть дізнатися про наявність речей та розмірів;
- передбачити можливість доставки додому, щоб приміряти річ та обробити її, якщо вона не підійшла.

3) Крім того, не можна забувати про тенденції соціальної відповідальності виробників, тобто впровадження у виробництво ідей дбайливого ставлення до навколишнього середовища.

Екологічність у речах може бути досягнута за рахунок використання перероблених матеріалів, які легше переробляти. Багато закордонних магазинів підтримують цю тему, відкриваючи торгові автомати, які приймають вже використані речі та дають покупцям знижку на покупку нової.

Однак на вітчизняному ринку одягу поки що такого немає. Запуск цих машин в Україні підвищить обізнаність населення та стане вдалим маркетинговим ходом, який збільшить продаж магазину.

4) Останніми роками різко збільшилася частка людей із надмірною вагою, тому збільшився і попит одяг великих розмірів.

Проте збільшення наявності асортименту товарів у магазинах немає. Тому виробникам, які виходять ринку одягу, необхідно розширити свої пропозиції великих розмірів, щоб задовольнити потреби всіх споживачів.

Хоча український ринок одягу має дуже великий потенціал, його розвитку заважають наявні недоліки, а саме:

- різні конкурентні умови на внутрішньому ринку;
- нестабільність податкового законодавства;
- недосконалий механізм контролю за безпекою продукції;
- низька продуктивність праці;
- нестача персоналу з необхідною підготовкою; обмежений вибір сировини

[22].

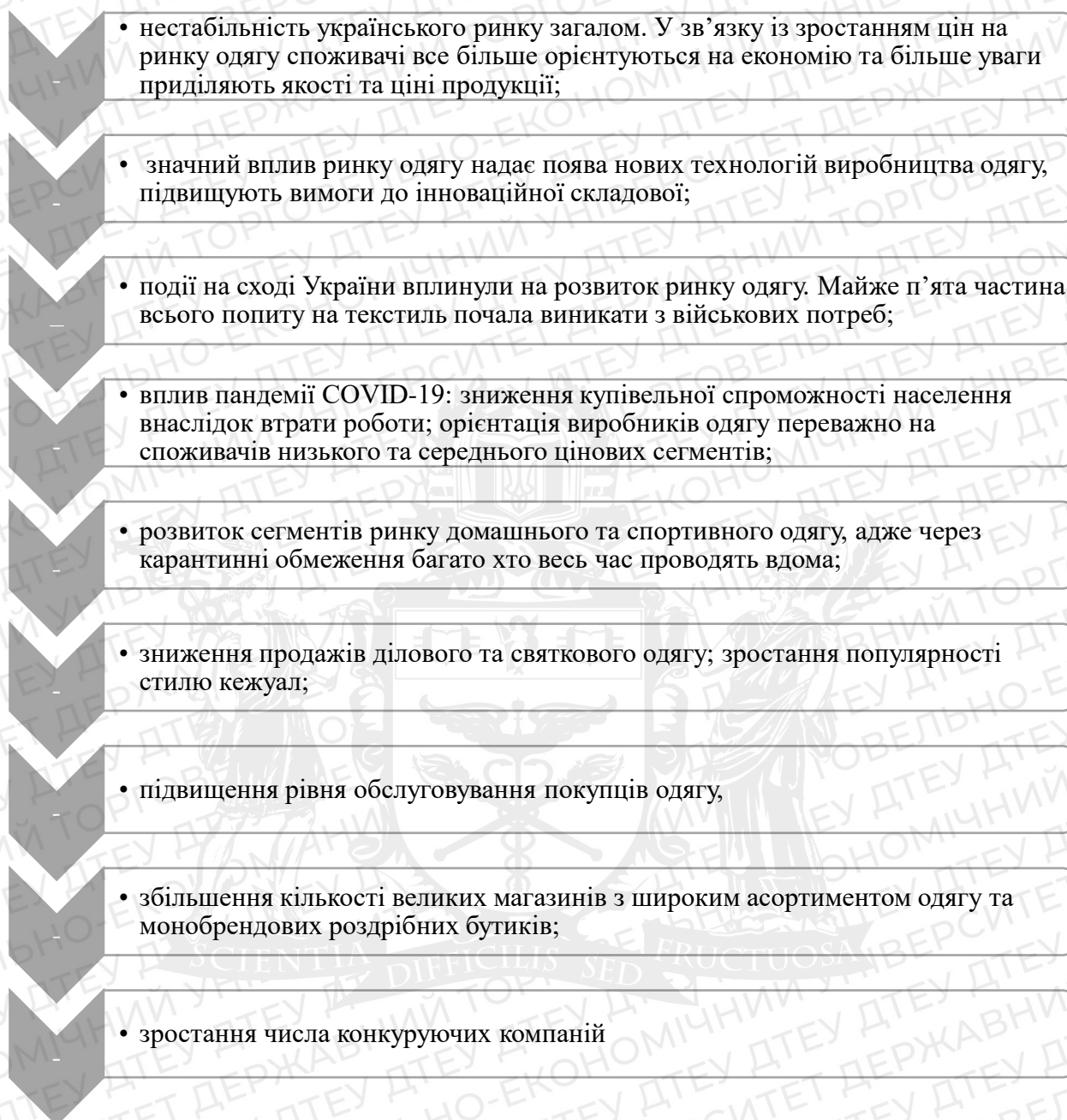


Рис. 2.9. Фактори та тенденції розвитку ринку одягу в Україні, 2021р.

Джерело: складено на основі: [15].

Для поліпшення ситуації над ринком одягу необхідно:

- створити передумови зростання платоспроможного попиту населення;
- створити стимули щодо впровадження нових технологій на швейних підприємствах;
- знизити податкове навантаження на виробників та торгові компанії.

Крім того, державі необхідно регулювати ціни на товари для дітей та людей похилого віку, а також реалізовувати товари не в сезон з вищою відсотковою знижкою.

Вивчення зовнішньої торгівлі України за групами товарів одягу свідчить про зниження експорту одягу за досліджуваний період, у тому числі трикотажу – 33,2% у 2020 році порівняно з 2011 роком та текстилю – 29,7% відповідно.

Слід зазначити, що у експорті переважає текстильна одяг. Імпорт у 2020 р. порівняно з 2011 р. збільшився: сітка – 31%; текстиль – на 37,2%. В Україну в основному імпортуються такі товари: сукні, шарфи, куртки, штучні шуби, жіночі куртки, дитячий одяг, чоловічий та жіночий спортивний одяг, спецодяг, одяг із льону, шовку, бавовни.

Таким чином можна зробити висновок, що на сьогоднішній день на ринку одягу в Україні присутні як вітчизняні так і імпорتنі постачальники та продавці. Низька купівельна спроможність населення України, особливо після початку військового вторгнення, призвела до популяризації одягу більш низького цінового сегменту. А перехід великої кількості бізнесу в онлайн зробив призвів до того, що вишуканий та офісний одяг замінили більш зручні та практичні моделі.

До того ж, неможливість авіаперевезення вантажів, та обмеження судноплавства через війну в Україні сприяють більш активному розвитку внутрішньоготекстильного ринку.

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ОДЯГУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР-К» ЗА РАХУНОК ІМПОРТУ З КИТАЮ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту одягу з Китаю

Підвищення ефективності зовнішньоторговельних операцій безпосередньо проявляється у розробці ефективного планування та організації зовнішньої торгівлі. Так планування зовнішньоекономічної діяльності – визначення її цілей у рамках загального управління і розвитку всередині підприємства найкращих варіантів для їх досягнення.

Основна мета планування для підприємства ТОВ «Епіцентр-К» - нарощування максимальної маси і норми прибутку [22].

Досягнення цієї мети забезпечується вирішенням більш конкретних завдань:

- 1) Розширення продажів за рахунок нових ринків за кордоном, розширення кола покупців товарів;
- 2) Мінімізація витрат, пов'язаних з купівлею, транспортуванням, зберіганням, продажем товарів;
- 3) Скорочення витрат на товари, обравши правильну стратегію продажів.

На досягнення високого зовнішньоекономічного потенціалу ТОВ «Епіцентр-К» впливають чинники зовнішнього середовища такі як:

- 1) Економічна криза – падіння виробництва, падіння ВВП, збільшення технологічного відставання, деформації в структурі економіки, зростання безробіття, зниження рівня життя на душу населення і купівельної спроможності.
- 2) Відсутність розвинутого конкурентного середовища і відчутних результатів щодо демонополізації виробництва.
- 3) Слабкий розвиток ринкової інфраструктури.
- 4) Непривабливий інвестиційний клімат та податкове законодавство, що робить його важким для залучення іноземних інвестицій і викликаючи «відтік» капіталу з країни.
- 5) Кризи неплатежів, хронічна нестача обігових коштів на підприємствах.

6) Суперечливість політики державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності – постійні сутички щодо більшої відкритості економіки зі спробами використання протекціоністських заходів, що призводить до нестабільності тарифів і потім до нестійкої структури і прибутковості операцій з іноземною валютою.

7) Відсутність реальної державної підтримки національних експортерів.

Основні причини ризиків що може зазнати ТОВ «Епіцентр-К» під час імпорتنних операцій:

- некоректне оформлення контрагентом товаросупровідних документів;
- зниження темпів виробництва постачальника, що призводить до нестачі потрібної кількості товару на дату завантаження.;
- невиконання зобов'язань постачальником по полтавці замовлення;
- зміна валютного курсу;
- нестабільність законодавства з питань митного оформлення товарів;
- значні часові витрати на оформлення товарів в пунктах пропуску через митні кордони та ін.

В своїй діяльності підприємство найчастіше стикається з інформаційними ризиками; ризиками щодо надійності партнера; ризиками, пов'язаними з ціною контракту та комерційними ризиками.

ТОВ «Епіцентр-К» при розробці планів із зовнішньо-торговельної діяльності повинне дотримуватись таких вимог:

- чітко визначитись із основною продукцією щодо експорту та імпорту;
- проаналізувати основні умови діяльності зовнішньоторгівельної співпраці із країнами - партнерами (іноземні системи управління торгівлею всередині країни і в зарубіжних країнах - законодавство, оподаткування, митні процедури, тарифи і мита, кількість і положення конкурентів);
- обринути метод здійснення зовнішньоекономічної діяльності: прямий або непрямий;
- оцінити свій потенціал щодо здійснення експортно-імпорتنних операцій (фінансовий потенціал, оборотні кошти, інформаційні ресурси, людський капітал);

- делегувати повноваження щодо максимізації ефективності виконання поставлених завдань;
- прогнозування очікуваного результату (прибутку, рентабельності, терміну настання ефекту від експорту та ефективності від імпорту).

План із зовнішньо-торгівельної діяльності може бути диференційований за часом горизонту. Відповідно до міжнародної практики, оперативні плани (1 рік) визначається для вирішення конкретних завдань для здійснення експортно-імпортних операцій. Вони містять конкретну інформацію про терміни, обсяг, асортимент, першочергові поставки.

Середньострокові плани (2-3 роки) вирішують більш широкі проблеми, пов'язані з реструктуризацією існуючих виробничих процесів, діапазоном відновлення, розширення чи обмеження експорту, відповідно, імпорту, зміни в регіональних акцентах в зовнішній торгівлі.

Особливу роль відіграють стратегічні плани, відправною крапкою яких є аналіз реалізації потенціалу іноземних торгових підприємств, а також аналіз сильних і слабких сторін підприємства в умовах зовнішньої торгівлі. Стратегічні плани іноземних підприємств торгівлі повинні бути органічно інтегровані в загальну стратегію розвитку в цілому.

Підприємства ТОВ «Епіцентр-К», яке планує свою зовнішньоторгівельну діяльність повинне керуватися параметрами, що визначають ефективність планування:

- надходження іноземної валюти, з розбивкою за часом (продукту або групи продуктів по регіонам);
- надходження від експорту;
- рентабельність експортно-імпортних операцій;
- спектр експорту та імпорту;
- частка та значення експорту продукції;
- витрати на імпорт.

Під час здійснення імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр-К» отримуватиме велику кількість вигод [22]:

- Розширення існуючого асортименту, що дозволить компанії пропонувати до реалізації більше товарів;
 - можливість отримання більш якісної сировини, матеріалів, комплектуючих та технологій за нижчою ціною;
 - мінімізація операційного ризику, оскільки компанія може розширити групу постачальників, завдяки чому менше залежить від тиску одного постачальника;
 - забезпечення сприятливого іміджу підприємства на внутрішньому ринку за рахунок імпорту якісніших іноземних товарів;
 - пошук нових зарубіжних партнерів та встановлення з ними міцних відносин;
 - зниження собівартості продукції за рахунок імпорту готової продукції замість її виробництва на власних підприємствах;
 - розвиток нових технологій за рахунок імпорту високотехнологічних товарів та ін.

Однак можуть виникнути деякі труднощі із здійсненням імпортних операцій:

- вибір іноземного постачальника з хорошою репутацією;
- затримки у виробництві та доставці продукції;
- проблеми при складанні зовнішньоторговельного контракту;
- коливання обмінного курсу;
- відсутність товару та неможливість повернення бракованого товару; високі тарифи;
- затримки на митному кордоні; культурні та національні особливості партнерів та ін. [13]

Розвиток імпоротної діяльності підприємства залежить від великої кількості різних взаємозалежних чинників, надають позитивний і негативний вплив формування імпортного потенціалу підприємства. Аналіз цих факторів дозволяє встановити сильні та слабкі сторони в управлінні зовнішньоекономічною

діяльністю підприємства, а також розробити метод планування та прогнозування його ефективності у підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

До війни велику частку ринку займало китайський напрямок з імпорту різних товарів. Залежність від імпорту із внутрішнього ринку сьогодні залишається значною.

При цьому якість українського одягу набагато вища за імпорту, яку продають нам у магазинах і на ринках. Ціна на неї, звичайно, вища, але у виграші залишаються компанії, орієнтовані саме на виробництво якісного одягу – вони мають свій ринок і покупці навіть за кордоном. Якщо порівнювати собівартість одиниці української продукції із середньою за Китаєм, то в 5 із 12 випадків вони нижчі. Левова частка ринку посідає імпорт і секонд хенд – українці обирають дешевші варіанти, офіційне вітчизняне виробництво – трохи більше 10%.

Воєнні події на території України дуже вплинула на економіку країни, особливо на доставку посилок і комерційних вантажів з Китаю. Логістичні компанії повинні звикнути до нових реалій бізнесу та пристосуватися до поточних обставин.

На початку воєнного вторгнення в Україні велика кількість логістичних компаній була змушена свою діяльність. Тому утворився величезний розрив між замовленнями та поставками. Деякі компанії ще не відновили роботу.

У Китаї є 2 типи постачальників:

- компанії-виробники – це заводи та фабрики, що працюють оптом
- посередники, що перепродують товари виробників іноземним покупцям.

Вони можуть придбати невелику кількість товарів різних виробників, тим самим урізноманітнити асортимент.

Китайські фабрики та заводи шукають великі замовлення та довгострокову співпрацю з іноземцями. Для них важливими є постійні клієнти, які замовляють оптом. У цьому випадку підприємець має відповідати вимогам виробника. А саме: замовляти узгоджені обсяги із зазначеною періодичністю.

Представники великої та середньої промисловості часто розповідають про свою продукцію на виставках, форумах та конференціях. Їм можна довіряти, адже учасники часто відбуваються жорстким відбором.

Китайський ринок відрізняється високою конкуренцією, тому сумлінні виробники дуже цінують свій імідж: із задоволенням обговорюють умови повернення, відправляють товар на тестування, розвантажують протягом кількох днів і оперативно відповідають на будь-які питання.

Контейнерні перевезення посідають перше місце серед логістичних послуг. Він надійний, безпечний та економічний. Вантаж поміщається у спеціальні контейнери, які надійно захищені, та був на судно. Один рейс перевозить значну кількість контейнерів. Наприклад, транспортні судна можуть умістити від 1 до 21 тис. Контейнерів [20]. Завдяки цьому вартість морського перевезення є низькою, особливо порівняно з іншими видами транспортування [6].

Перевага у тому, що замовник платить за місце у контейнері, що займає його товар [9].

Китайський ринок прозорий та відкритий для закордонних партнерів, які не бояться відкривати для себе нові цілі та присвячують час якісному дослідженню. І в цьому головний секрет успішної співпраці.

3.2. Прогнозна оцінка імпортової операції закупівлі одягу з Китаю

Прогнозуючи асортимент ТОВ «Епіцентр-К» варто зазначити, що насамперед, у продажу мають бути завжди товари, які максимально затребувані серед покупців: жіночий та чоловічий одяг, одяг для дітей (дівчата та хлопчики). За рахунок їх затребуваності, збільшення різноманітності та зон можна отримати значний прибуток від продажу.

Важливо ефективно організувати торговельний простір, щоб кожен його сантиметр працював для продажу товару. Щоб забезпечити максимальну раціональність у використанні торгових площ, необхідно також визначити послідовність розташування відділів,

Така категорія як «Одяг для молоді» є перспективним напрямом, який за правильного керівництва можна перевести до категорії лідерів. Цього можна досягти за рахунок проведення рекламних акцій та розширення варіацій товару.

Одяг для малюків є менш затребуваним, тому що цьому віку властиве швидке зростання і цей вид товару не зможе зайняти лідируючі позиції. Варіації цієї категорії потрібно зменшити та віддати перевагу більш перспективним.

Категорія «аксесуар» має супутній характер. Товари цієї групи є «тактичними товарами» чи «товарами підтримки», оскільки вони доповнюють основний асортимент магазину. Вони потрібні лише для того, щоб покупці не йшли через них до конкурентів. Тому їх не можна прибирати з асортименту. Туди потрібно додати новинки. Прикладом може бути прикраси, які залучать покупниць, і сприятиме збільшенню обсягів позицій.

Далі необхідно оцінити інвестиційну привабливість цих заходів, ґрунтуючись на величині чистого дисконтованого доходу. На його підставі інвестор може зрозуміти, наскільки обґрунтованими є його початкові капіталовкладення з урахуванням запланованого рівня доходності проекту, не чекаючи на його завершення.

Таблиця 3.1

Умови договору про імпорт товару в Україну з Китаю

код УКТЗЕД	6109 10 00 00
Назва товару	Футболки, майки та інша натільна білизна, трикотажні машинного чи ручного в'язання: - з бавовни Основна одиниця виміру: кг (код 166) Додаткова одиниця виміру: шт (код 796)
Країна походження	Китай
Кількість	10200
Ціна за одиницю, EXW	0,75 дол США
Умови доставки	СІF
Курс валют НБУ	1дол/37,45грн
Ставка ввізного мита	12%
ПДВ	20%

Джерело-складено автором на основі даних (додатку Г)

Нижче в таблиці наведені витрати за правилами Інкотермс 2020 який ми використовуємо для розрахунку контрактної ціни на імпорту одягу.

Таблиця 3.2

**Вихідні умови для розрахунку контрактної ціни
«Імпорт товару в Україну з Китаю»**

Витрати на морське перевезення	До кордону (з урахуванням витрат на навантажувально-розвантажувальні роботи)	4500 дол.США
	По Україні	10250 грн
Страховання партії (% до контрактної вартості за ціною EXW)		14%

Джерело-складено автором на основі даних (Додатку Г)

Перевага Інкотермс 2020 що імпортер та експортер можуть врегулювати всі питання доставки вже обґрунтованим правилам, які дають змогу не змінювати контракт зовнішньоекономічний, а дозволяють істотно скоротити та змінити його. Вони лише фіксують розподіл зобов'язань і фінансових витрат між сторонами операції купівлі продажу, таких як оплата податків і зборів, страхування, а також передача ризиків в разі витрати та можливого пошкодження товару.

Таблиця 3.3

Вихідні умови для розрахунку ефективності операції «Імпорт товару в Україну з Китаю»

№ з/п	Показник	Факт/план
1	Ціна реалізації в Україні , грн/шт	140
2	Вартість доставки до кордону, дол. США	4500
3	Вартість доставки по Україні, грн.	10250

4	Додаткові накладні витрати імпортера (умовно від ціна контракту за умов CIF), %	25
5	Витрати ТОВ «Епіцентр-К», що пов'язані з реалізацією імпортованої продукції (умовно від ціна контракту за умов CIF), %	11
Розрахунок імпортової ціни контракту		
	Фактурна вартість, дол.США	13221
	Митна вартість, грн	495126,5
	Митні платежі:	
	Мито	59415,17
	Акцизний податок	Не стягується
	ПДВ	110908,3
	Загальна сума митних платежів	170323,5
	Імпортна ціна контракту	853945,5
Розрахунок ефективності реалізації імпортного контракту		
	Дохід від реалізації імпортованої продукції, грн	1428000
	Чистий прибуток від імпорту, грн	574054,5
	Ефективність імпортової операції	1,67
	Рентабельність доходу, %	40,2
	Рентабельність витрат, %	67,2

Джерело – складено автором на основі Додатку Г

Дана імпортна операція є ефективною так як значення складає більше 1 та імпорт одягу (**6109 10 00 00**) для підприємства буде прибутковим. ТОВ «Епіцентр-К» має великий потенціал та можливості розширювати свій товарний ряд та приваблювати нових клієнтів.

Оцінка та аналіз асортименту ТОВ «Епіцентр-К» має відбуватися планово: регулярно не рідше одного разу на рік, у деяких випадках – один раз на півріччя, враховуючи особливості сезонного бізнесу. План для проекту імпорту одягу з Китаю ТОВ «Епіцентр-К» складається з 4 етапів, зміст яких представлено в таблиці діаграми Ганта 3.3.



Таблиця 3.3

Структура Ганта етапів імпортової операції ТОВ «Епіцентр-К», 2023 р

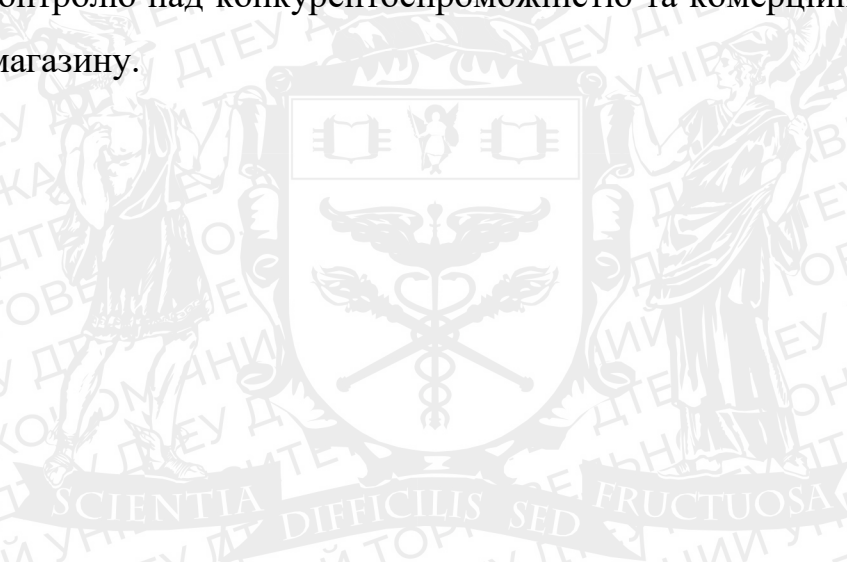
завдання	старт	Дедлайн	01.05.2023	05.05.2023	10.05.2023	15.05.2023	20.05.2023	25.05.2023	30.05.2023	05.06.2023	10.06.2023	15.06.2023	20.06.2023	25.06.2023	30.06.2023
Етап 1. Укладання ділового контракту з торговим партнером в Китаї	01.05.2023	25.05.2023													
1. отримання ТОВ «Епіцентр-К» інформації про товар (одяг);	01.05.2023	05.05.2023													
2. отримання відповіді продавця на замовлення;	05.05.2023	20.05.2023													
3. перевірка продавцем платоспроможності ТОВ «Епіцентр-К» та її підтвердження.	20.05.2023	25.05.2023													
Етап 2. Оформлення замовлення ТОВ «Епіцентр-К» у продавця з Китаю	25.05.2023	10.06.2023													
1. письмові розпорядження ТОВ «Епіцентр-К» про доставку товарів чи послуг;	25.05.2023	26.05.2023													
2. встановлення графіка доставки;	26.05.2023	05.06.2023													
3. визначення мінімальної ціни партії товару;	26.05.2023	05.06.2023													
4. прийняття замовлення.	05.06.2023	10.06.2023													
Етап 3. Деталізація	01.06.2023	08.06.2023													
1. визначення договірної ціни;	02.06.2023	08.06.2023													
2. визначення основних умов поставки;	06.03.2023	08.06.2023													
3. узгодження умов оплати та способів оплати між ТОВ «Епіцентр-К» та торговельним партнером з Китаю	04.06.2023	08.06.2023													
Етап 4. Виконання замовлення продавцем	08.06.2023	15.06.2023													
1. підготовка товару до відвантаження	09.06.2023	15.06.2023													
2. доставка та транспортування вантажів;	10.06.2023	15.06.2023													
3. страхування вантажу - оформлення страхового поліса;	12.06.2023	15.06.2023													
4. митне оформлення - заповнення митної декларації;	13.06.2023	15.06.2023													
5. виставлення рахунку на оплату.	14.06.2023	25.06.2023													
Етап 5. Ретроспективний аналіз	25.05.2023	30.05.2023													

Джерело: складено автором

Небажана також дуже часта зміна товарного асортименту. Будь-який новий асортимент має спочатку «показати» себе. Інакше складно робитиме висновки щодо структури та тенденцій попиту у покупців.

Таким чином, ефективно продумана та спланована асортиментна політика ТОВ «Епіцентр-К» сприятиме стабільнішому розвитку підприємства, збереженню перших позицій магазину одягу на ринку, а також сформує позитивний імідж конкретного підприємства.

А відсутність конкретної виробленої та раціональної асортиментної політики призведе до нестійкості структури асортименту внаслідок дії випадкових факторів; до втрати контролю над конкурентоспроможністю та комерційною ефективністю діяльності магазину.



ВИСНОВКИ

Основна мета асортиментної політики ТОВ «Епіцентр-К» – формування та оптимальне розширення асортименту, своєчасне реагування та забезпечення прийняття ефективних рішень щодо підтримки конкурентоспроможності товару на відповідному рівні. Для підвищення конкурентоспроможності та збереження чи завоювання лідируючих позицій на ринку одягу вітчизняним виробникам слід звернути увагу на такі питання.

В епоху швидкого темпу життя споживачі все частіше вибирають стиль кежуал – максимально зручний одяг для активного способу життя. Поширення віддаленої роботи в період карантину також сприяло популярності цього стилю, тому вже відомо, що він суттєво вплине на модні тенденції найближчими роками як в Україні, так і в усьому світі. У зв'язку з цим вітчизняним виробникам варто орієнтуватися на цю тенденцію, щоби не втратити свої позиції серед конкурентів.

Потрібно враховувати, що за останні роки аудиторія інтернет-майданчиків різко збільшилася, це призвело до активного зростання онлайн-продажів. Крім того, не можна забувати про тенденції соціальної відповідальності виробників, тобто впровадження у виробництво ідей дбайливого ставлення до навколишнього середовища. Багато закордонних магазинів підтримують цю тему, відкриваючи торгові автомати, які приймають вже використані речі та дають покупцям знижку на покупку нової.

Однак на вітчизняному ринку одягу поки що такого немає. Запуск цих машин в Україні підвищить обізнаність населення та стане вдалим маркетинговим ходом, який збільшить продаж магазину.

Останніми роками різко збільшилася частка людей із надмірною вагою, тому збільшився і попит одяг великих розмірів. Проте збільшення наявності асортименту товарів у магазинах немає. Тому виробникам, які виходять ринку одягу, необхідно розширити свої пропозиції великих розмірів, щоб задовольнити потреби всіх споживачів.

Підвищення ефективності зовнішньоторговельних операцій безпосередньо проявляється у розробці ефективного планування та організації зовнішньої торгівлі. Так планування зовнішньоекономічної діяльності – визначення її цілей у рамках загального управління і розвитку всередині підприємства найкращих варіантів для їх досягнення.

Основна мета планування для підприємства ТОВ «Епіцентр-К» - нарощування максимальної маси і норми прибутку. Досягнення цієї мети забезпечується вирішенням більш конкретних завдань:

- 1) Розширення продажів за рахунок нових ринків за кордоном, розширення кола покупців товарів;
- 2) Мінімізація витрат, пов'язаних з купівлею, транспортуванням, зберіганням, продажем товарів;
- 3) Скорочення витрат на товари, обравши правильну стратегію продажів.

На досягнення високого зовнішньоекономічного потенціалу ТОВ «Епіцентр-К» впливають чинники зовнішнього середовища такі як:

- 1) Економічна криза – падіння виробництва, падіння ВВП, збільшення технологічного відставання, деформації в структурі економіки, зростання безробіття, зниження рівня життя на душу населення і купівельної спроможності.
- 2) Відсутність розвинутого конкурентного середовища і відчутних результатів щодо демонополізації виробництва.
- 3) Слабкий розвиток ринкової інфраструктури.
- 4) Непривабливий інвестиційний клімат та податкове законодавство, що робить його важким для залучення іноземних інвестицій і викликаючи «відтік» капіталу з країни.
- 5) Кризи неплатежів, хронічна нестача обігових коштів на підприємствах.
- 6) Суперечливість політики державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності – постійні сутички щодо більшої відкритості економіки зі спробами використання протекціоністських заходів, що призводить до нестабільності тарифів і потім до нестійкої структури і прибутковості операцій з іноземною валютою.

7) Відсутність реальної державної підтримки національних експортерів.

Основні причини ризиків що може зазнати ТОВ «Епіцентр-К» під час імпорتنних операцій:

- некоректне оформлення контрагентом товаросупровідних документів;
- зниження темпів виробництва постачальника, що призводить до нестачі потрібної кількості товару на дату завантаження;
- невиконання зобов'язань постачальником по полтавці замовлення;
- зміна валютного курсу;
- значні часові витрати на оформлення товарів в пунктах пропуску через митні кордони та ін.

Також розроблено заходи, що підвищують ефективність управління асортиментною політикою магазину:

- категорію «Одяг для молоді» перевести до категорії лідерів, за рахунок рекламних акцій, розширення варіацій;
- одяг для малюків є менш затребуваним. Варіації цієї категорії потрібно зменшити та віддати перевагу більш перспективним категоріям;
- категорія «Аксесуар» має супутній характер. Він необхідний лише для того, щоб покупці не йшли через них до конкурентів. Тому їх не можна забирати з асортименту, необхідно додати новинки;
- для «сплячих товарів» є найбільш активне їхнє просування, розміщення у більш вигідному становищі, більш звернене до покупця, запропоновано дисконтну програму, яка дозволить підвищити привабливість магазину, внаслідок чого власник матиме кращі результати, ніж його конкуренти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі : навчальний посібник. Київ : Кондор-видавництво, 2017. 368 с.
2. Гончарук А. З. Україна – Китай: непростий шлях до зміцнення партнерства у суперечливих міжнародних умовах А. Гончарук Україна–Китай». – №1 (15). – 2019. – С. 20–28.
3. Деякі питання митного оформлення окремих товарів, що ввозяться на митну територію України у період дії воєнного стану : Постанова КМУ № 236 від 09.03.2022. Офіційний вісник України. 2022. № 25. С. 330. Ст. 1318.
4. Дергачова Г. М., Пінчук О. В. Підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201167> (дата звернення: 05.01.2023)
5. Дерев'яно Ю.М. Ефективне управління імпорними операціями на підприємстві [Текст] / Ю.М. Дерев'яно, Н.С. Валюх // Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. - Суми: СумДУ, 2015.
6. Динаміка відновлення індустрії у цифрах 2021 року URL: <https://ukrlegprom.org/ua/news/dynamika-vidnovlennya-industriyi-u-czyfrah-2021-roku/>
7. Зовнішня торгівля України товарами у I кварталі 2022 року: експрес-випуск / Державна служба статистики України, 2022. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2022/05/3_4.pdf (дата звернення: 05.01.2023)
8. Зовнішньоекономічна діяльність : навч. посіб. Видан. 6-те, перероб. та доп. / За ред. Козака Ю. Г. Київ : «Центр учбової літератури», 2019. 292 с
9. Кінець епохи fashion: що чекає ринок одягу в Україні. (2020). URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/koniec-epohi-fashion-cho-zhdyot-rynok-odezhdy-v-ukraine> (дата звернення: 05.01.2023)
10. Козак Ю.Г., Спорек Т., Молендовський Е., Грібінцеа А., Лебедева С.Н., Шенгелія Т, Логвінова Н.С., Козак А., Притула Н.В., Осипов В.М., Аліабієва Д.,

Кочевой М.М. Міжнародна торгівля: підручник. Видання 5-те, перероб. та доп. - Київ-Катовіце-Краков: Центр учбової літератури, 2015. - 272 с.

11. Кононенко Я. В. Моделі оцінки економічного ефекту та ефективності експортно-імпортних операцій (на прикладі парфумерно-косметичних підприємств хімічної промисловості). Вісник Національного університету «Львівська Політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. № 819. С. 52–57.

12. Малишко Є. О. Аналіз зв'язку посередників та суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. № 25. С. 149-153.

13. Мельник О. Г., Передало Х. С., Горошко Ю. В. Оцінювання результативності управління зовнішньоекономічною діяльністю на основі цільових показників. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2021. № 2(6). С. 72–81.

14. Мірко Н.В. Оцінка стану та тенденцій розвитку внутрішнього ринку продукції легкої промисловості. Ефективна економіка. №10. 2010. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=345> (дата звернення: 05.01.2023)

15. Моніторинг експортно-імпортного потенціалу та ефективності його використання. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. – 172 с.

16. Насипайко Д. С. Основні ризики зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах розвитку глобалізаційних процесів. Державне управління: удосконалення та розвиток. - 2020. - № 11.

17. Пісьмаченко Л. М. Державне управління зовнішньоторговельною діяльністю в Україні: регулювання на контроль. Донецьк : Юго-Восток Лтд, 2020. 366 с.

18. Про зовнішньоекономічну діяльність – Закон України №4496-VI (4496-17) від 13.03.2012 // Відомості Верховної Ради України. – 2013. – №2.

19. Податковий кодекс України – Офіційний документ ВРУ №2755-VI від 02.12.2010 р. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 05.01.2023)

20. Про тимчасове закриття деяких пунктів пропуску через державний кордон та пунктів контролю: Розпорядження КМУ № 188-р від 26.02.2022. Офіційний вісник України. 2022. № 20. С. 20. Ст. 1068

21. Порядок провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів від 15.06.2006 р. № 833 URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-п> (дата звернення: 14.01.2023)

22. Сайт «YouControl». «Епіцентр-К». Код ЄДРПОУ 32490244 – [«https://youcontrol.com.ua](https://youcontrol.com.ua) (дата звернення: 05.01.2023)

23. Сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.org/uk>. (дата звернення: 05.01.2023)

24. Сайт Інтернет-магазину «Епіцентр-К». URL: <https://epicentrk.ua/ua/shop/odyah-vzuttya-aksesuary/> (дата звернення: 15.01.2023)

25. Халіляєва О. В. Сутність та значення економічного потенціалу, його місце в економіці країни: сучасний аспект в умовах сталого розвитку / О. В. Халіляєва, П. В. Пузирьова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2021. – № 12 (247). – С. 33-40.

26. Шарко Є. І. Підвищення ефективності діяльності малого підприємства шляхом оптимізації оподаткування та залучення зовнішнього аудиту. Креативний простір. - 2021. - № 5. - С. 33-34.

27. Швайко М. Л. Фінансовий механізм зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах глобальної економічної кризи. Економіка та держава. - 2021. - № 6. - С. 118-123.

28. Шталь Т. В. Оцінка зовнішньоекономічної діяльності підприємства: конкурентні переваги та державне регулювання. Бізнес Інформ. - 2021. - № 12. - С. 21-27.

29. China Exports - Trading Economics. – 2021. – URL: <https://tradingeconomics.com/china/exports> (дата звернення: 05.01.2023)

30. Statista: Global tea beverage market size. URL: <https://www.statista.com/statistics/326384/global-tea-beverage-market-size/> (in English). (дата звернення: 12.01.2023)
31. UNCTAD. Trade Indicators. Отримано з UNCTAD. URL: https://wits.worldbank.org/wits/wits/witshelp/Content/Utilities/e1.trade_indicators.ht
32. United Nations Department of Economics and Social Affairs. UN Comtrade Database: International Trade Statistics. URL: <https://comtrade.un.org/data> (In English). (дата звернення: 08.01.2023)
33. Linas Lasiauskas. Export development as a new challenge for the Ukrainian textile and clothing industry: Employers' Group contribution.. URL: <https://www.eesc.europa.eu/en/news-media/news/export-development-new-challenge-ukrainian-textile-and-clothing-industry-employers-group-contribution#> (дата звернення: 05.01.2023)
34. Textile Industry In Ukraine. Ukraine Textile Apparel Business Overviews. URL: <https://www.textileinfomedia.com/textile-industry-in-ukraine> (дата звернення: 05.01.2023)
35. The World Bank. URL: <http://databankworldbank.org> (дата звернення: 05.01.2023) World Trade Organization / Офіційний сайт Світової Організації Торгівлі. URL: <http://www.wto.org> (дата звернення: 05.01.2023)

ДОДАТКИ

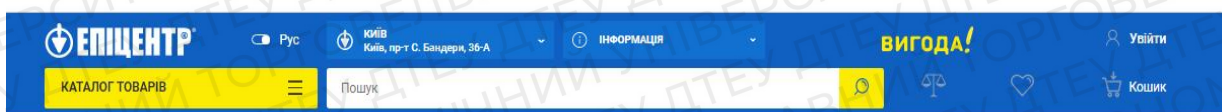
Додаток А

Загальна кількість торгових точок «Епіцентр»

Назва	Рік заснування	Кількість торгових точок на 1 січня 2021	Загальна площа, кв. м на 1 січня 2021
Кераміка Центр 	2005	20	18 000
Галерея ДЕКО 	2008	63	135 500
Пиши, малюй! 	2008	18	10 000
Автомол 	2008	61	17 500
Садовий центр 	2009	43	70 000
Military 	2015	26	15 000
Флора-центр Букет 	2016	28	1500
Зооцентр Лапки 	2009	21	6000
Магазин дитячих товарів E.PIC 	2011	43	55 000
Центр меблів 	2015	30	90 000
Побутова техніка / Центр техніки ЦЕ ТЕ 	2012	28	56 700
Mon Chéri 	2018	13	1900
Студія інтер'єрів 	2020	1	100
Студія Світла 	2020	3	2700
FOOD Market 	2020	10	12 000
Аптека 100+ «Епіцентр вашого здоров'я» 	2020	8	660
All4Rest 	2020	1	1200

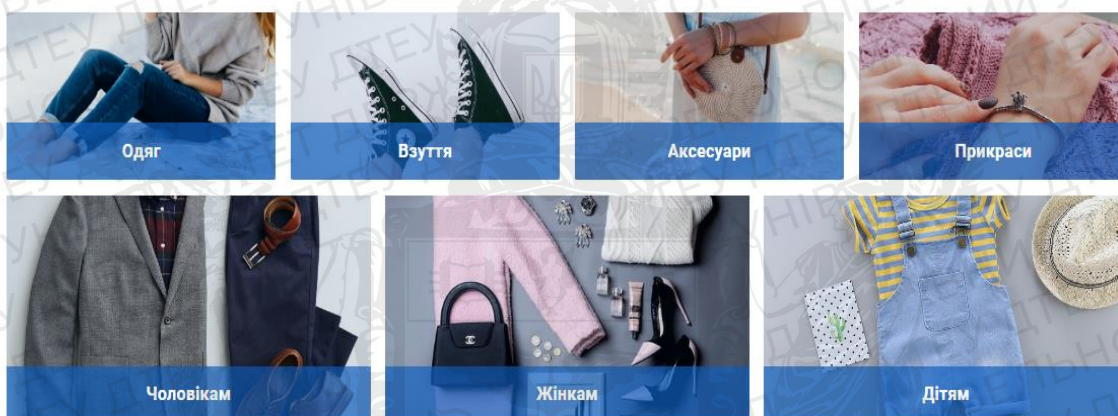
Джерело: складено основі інформації підприємства [22]

Асортимент одягу ТОВ «Епіцентр-К»

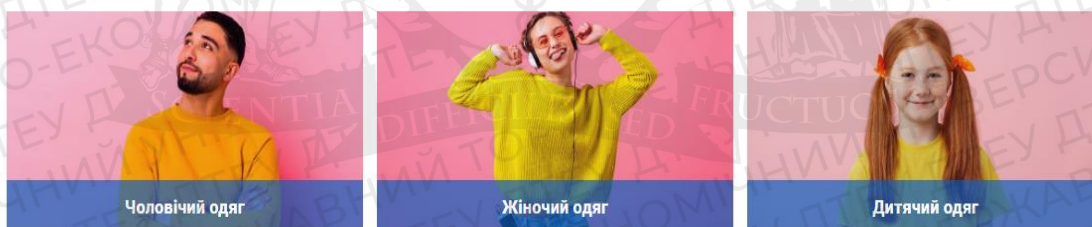


Епіцентр > Каталог > Одяг, взуття, аксесуари

Одяг, взуття, аксесуари



Одяг



Верхній одяг



Штани



Джемпери



Термобілизна

Джерело: складено основі інформації підприємства [24]

Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2020 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

На 31 грудня 2020 року

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	12 543	32 720
первісна вартість	1001	44 846	73 004
накопичена амортизація	1002	32 303	40 284
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 869 460	3 692 156
Основні засоби	1010	12 304 648	15 231 712
первісна вартість	1011	17 210 534	21 335 058
знос	1012	4 905 886	6 103 346
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	1 755 267	3 129 633
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	68 629	23 116
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	16 010 547	22 109 337
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 885 925	15 389 033
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 467 824	2 182 479
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0	0
з бюджетом	1135	0	1
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4 381 455	3 859 491
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	921 054	642 802
Витрати майбутніх періодів	1170	7 322	5 399
Інші оборотні активи	1190	217 473	336 837
Усього за розділом II	1195	20 881 053	22 416 054
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	21	0
Баланс	1300	36 891 621	44 525 391
Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	14 542 267	17 688 086
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	14 700 877	17 846 696
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0

Довгострокові кредити банків	1510	2 008 688	4 142 910
Інші довгострокові зобов'язання	1515	256 738	312 170
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	2 265 426	4 455 080
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	767 497
товари, роботи, послуги	1615	14 514 081	16 290 054
розрахунками з бюджетом	1620	273 257	326 833
у тому числі з податку на прибуток	1621	215 457	244 727
розрахунками зі страхування	1625	24 716	17 379
розрахунками з оплати праці	1630	160 208	137 988
Поточні забезпечення	1660	509 245	539 038
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	3 667 811	4 144 753
Усього за розділом III	1695	19 925 318	22 223 615
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Баланс	1900	36 891 621	44 525 391



Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Актив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	4 870	12 543
первісна вартість	1001	32 540	44 846
накопичена амортизація	1002	27 670	32 303
Незавершені капітальні інвестиції	1005	1 500 430	1 869 460
Основні засоби	1010	8 568 122	12 304 648
первісна вартість	1011	11 500 250	17 210 534
знос	1012	2 932 128	4 905 886
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
Інші фінансові інвестиції	1035	1 750 200	1 755 267
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	68 629
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	11 823 622	16 010 547
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	13 250 000	13 885 925
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	770 000	1 467 824
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130		0
з бюджетом	1135		0
у тому числі з податку на прибуток	1136		0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3 320 100	4 381 455
Поточні фінансові інвестиції	1160		0
Гроші та їх еквіваленти	1165	690 000	921 054
Витрати майбутніх періодів	1170	2 800	7 322
Інші оборотні активи	1190	270 000	217 473
Усього за розділом II	1195	18 302 900	20 881 053
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	21
Баланс	1300	30 126 522	36 891 621
Пасив	Код	На початок року, тис.грн.	На кінець року, тис.грн.
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	158 610	158 610
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	12 300 000	14 542 267

Неоплачений капітал	1425		0
Вилучений капітал	1430		0
Усього за розділом I	1495	12458 610	14 700 877
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	910 000	2 008 688
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	256 738
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	910 000	2 265 426
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	776 000	776 000
товари, роботи, послуги	1615	13 454 053	14 514 081
розрахунками з бюджетом	1620	180 545	273 257
у тому числі з податку на прибуток	1621	130 000	215 457
розрахунками зі страхування	1625	62528	24 716
розрахунками з оплати праці	1630	140 000	160 208
Поточні забезпечення	1660	250 620	509 245
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1891166	3 667 811
Усього за розділом III	1695	16 754 912	19 925 318
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		0
Баланс	1900	30 126 522	36 891 621

Звіт про фінансові результати

(Звіт про сукупний дохід)

за 2020 рік

Форма 2

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	50 382 425	43 979 194
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	35 593 670	30 814 751
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий			
прибуток	2090	14 788 755	13 164 443
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	737 243	530 835
Адміністративні витрати	2130	872 759	751 814
Витрати на збут	2150	8 648 047	7 985 945
Інші операційні витрати	2180	920 408	254 271
Фінансовий результат від операційної діяльності			
прибуток	2190	5 084 784	4 703 248
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	211 555	3 851
Інші доходи	2240	554 085	354 733
Фінансові витрати	2250	295 646	250 094
Втрати від участі в капіталі	2255	0	24 516
Інші витрати	2270	1 438 592	363 438
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	4 116 186	4 423 784
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-944 982	-821 675
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	3 171 204	3 602 109
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншими сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)	2465	3 171 204	3 602 109

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	1 254 935	887 499
Витрати на оплату праці	2505	5 208 532	4 711 766
Відрахування на соціальні заходи	2510	1 056 667	952 162
Амортизація	2515	1 667 998	1 096 995
Інші операційні витрати	2520	3 465 135	2 581 842
Разом	2550	12 653 267	10 230 264

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0



Звіт про фінансові результати

(Звіт про сукупний дохід)
за 2019 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код	За звітний період, тис.грн.	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	43 979 194	41 400 220
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	30 814 751	30 400 580
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий			
прибуток	2090	13 164 443	10 999 640
збиток	2095	0	
Інші операційні доходи	2120	530 835	260 235
Адміністративні витрати	2130	751 814	540 040
Витрати на збут	2150	7 985 945	6 623 200
Інші операційні витрати	2180	254 271	396 373
Фінансовий результат від операційної діяльності			
прибуток	2190	4 703 248	3 700 262
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	3 851	180 000
Інші доходи	2240	354 733	52 000
Фінансові витрати	2250	250 094	91 550
Втрати від участі в капіталі	2255	24 516	0
Інші витрати	2270	363 438	210 000
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	4 423 784	3 630 712
збиток	2295	0	
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-821 675	-670 000
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	3 602 109	2 960 712
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншими сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355, 2460)	2465	3 602 109	2 960 712

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	887 499	750 000
Витрати на оплату праці	2505	4 711 766	3 950 230

Відрахування на соціальні заходи	2510	952 162	805 124
Амортизація	2515	1 096 995	602 365
Інші операційні витрати	2520	2 581 842	1 806 236
Разом	2550	10 230 264	7 913 955

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0



Додаток Г**1. Ввізне мито**

Являє собою податок на переміщення товарів через митний кордон України. Див. додатково "Класифікаційний митну територію України", затверджений наказом Мінфіну від 20.09.2012 року № 1011.

Пільгова ставка	12%
Повна ставка	12%
Діє	з 01.01.2023

Підстава:

- **Закон України ВР № 2697-ІХ від 19.10.2022**
Про Митний тариф України

Коментарі:

*Футболки, майки та інша натільна білизна, трикотажні машинного чи ручного в'язання:
-з бавовни*

2. Зменшення ставок ввізного мита (ЄАВТ)

Преференція по миту: "403".

Товари, вказані у коментарі, що ввозяться в Україну згідно з міжурядовою угодою України з держ

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2023

Підстава:

- **Міждержавна угода від 24.06.2010**
Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ
- **Міждержавна угода від 24.06.2010**
Угода про сільське господарство між Україною та Ісландією

Коментарі:

Міждержавна Угода з Ісландією

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2023

Підстава:

- **Міждержавна угода від 24.06.2010**
Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ
- **Міждержавна угода від 24.06.2010**
Угода про сільське господарство між Україною та Королівством Норвегія

Коментарі:

Міждержавна Угода з Королівством Норвегія

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2023

Підстава:

- **Міждержавна угода від 24.06.2010**
Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ
- **Міждержавна угода від 24.06.2010**
Угода про сільське господарство між Україною та Швейцарською Конфедерацією

Коментарі:

Міждержавна Угода з Князівством Ліхтенштейн

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2023

Підстава:

- **Міждержавна угода від 24.06.2010**
Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ
- **Міждержавна угода від 24.06.2010**
Угода про сільське господарство між Україною та Швейцарською Конфедерацією

Коментарі:

Міждержавна Угода з Швейцарською Конфедерацією

3. Зменшення ставок ввізного мита

Преференція по миту: "402".

Згідно статті 15 розділу V Протоколу "С" Угоди України з Республікою Македонія про вільну торгівлю територією однієї договірної Сторони, під час імпорту до іншої договірної Сторони у разі предствлення Македонія).

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2008

Підстава:

- **Міждержавна угода від 18.01.2001**
Угода про вільну торгівлю між Республікою Македонія та Україною
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-4642-ЕП від 27.03.2003**

Коментарі:

Ставка ввізного мита складає зазначений відсоток від базової ставки ввізного мита для товарів, положень Угоди про вільну торгівлю між Україною та Республікою Македонія

4. Зменшення ставок ввізного мита (ЄС)

Преференція по миту: "410".

Вказані у коментарі товари, що ввозяться в Україну та походять з країн ЄС, знаходяться у переліку передбачених Угодою про асоціацію між Україною та ЄС.

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2023 до 31.12.2023

Підстава:

- **Міждержавна угода від 27.06.2014**
Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергетики і Європейським Союзом з атомної енергетики
- **Лист Держмитслужби № 15-03/1245 від 26.12.2022**
Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:

з *базовни*

5. Зменшення ставок ввізного мита (Канада)

Преференція по миту: "420".

Відповідно до положень Угоди про вільну торгівлю між Україною та Канадою на вказані у коментарі товари (ДФСУ від 24.07.2017 № 19504/7/99-99-19-04-17).

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2023 до 31.12.2023

Підстава:

- **Міждержавна угода від 11.07.2016**
Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою
- **Лист Держмитслужби № 15-03/1245 від 26.12.2022**
Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:

з *базовни*

6. Зменшення ставок ввізного мита(Ізраїль)

Преференція по миту: "422".

Відповідно до положень Угоди про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Ізраїлю, ставки ввізного мита знижено.

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2023 до 31.12.2023

Підстава:

- **Міждержавна угода від 21.01.2019**
Угода про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль

- **Лист Держмитслужби № 15-03/1245 від 26.12.2022**
Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:
з бавовни

7. Зменшення ставок ввізного мита(Британія)

Преференція по миту: "424".

Відповідно до положень Угоди про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство Північної Ірландії на вказані у коментарі товари, походженням з Сполученого Королівства Великої Британії та Північної Ірландії.

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2023 до 31.12.2023

Підстава:

- **Міждержавна угода від 08.10.2020**
Угода про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство між Україною та Сполученим Королівством Великої Британії та Північної Ірландії
- **Лист Держмитслужби № 15-03/1245 від 26.12.2022**
Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:
з бавовни

8. Податок на додану вартість

Податок на додану вартість - непрямий податок, який нараховується та сплачується відповідно до Закону України «Про оподаткування доданої вартості».

Об'єктом оподаткування (див. статтю 185 Податкового кодексу України) є операції платників податку:

- ввезення товарів на митну територію України в митних режимах імпорту або реімпорту, в тому числі в митному складі або спеціальної митної зони для їх подальшого вільного обігу на території України;
- вивезення товарів у митному режимі експорту або реекспорту, в тому числі постачання товарів, які перебувають у митному складі або спеціальній митній зоні, в магазин безмитної торгівлі, митний склад або спеціальна митна зона.

При ввезенні товарів на митну територію України **базою оподаткування** є договірна (контрактна) ціна товару, що підлягає оподаткуванню, з урахуванням акцизного податку, що підлягають сплаті, за винятком податку на додану вартість, що включаються до бази оподаткування (стаття 185 Податкового кодексу України).

Ставка	20%
Діє	з 01.01.2011

Підстава:

- **Кодекс ВР № 2755-VI від 02.12.2010**
Податковий кодекс України

9. Єдиний збір в пункті пропуску

Єдиний збір справляється з транспортних засобів, визначених у ст. 5 Закону України від 04.11.99 «Про єдиний збір в пункті пропуску митного (у разі транзиту вантажу і транспортного засобу) контролю вантажу і транспортно-протяжності автотранспорту з перевищенням встановлених загальної маси, осьових навантажень та (або) габаритів».

Не справляється у разі: перетинання державного кордону авіаційними та водними транспортними засобами, пасажирськими вагонами, легковими автомобілями; транзиту вантажу, що не підлягає пропуску через пункт пропуску митного контролю.

митного контролю пункту пропуску, який є одночасно пунктом ввезення та вивезення цього вантажу через держкордон без перетинання митного кордону; переміщення товарів трубопровідним транспортом.

Діє	з 01.01.2008
-----	--------------

Підстава:

- **Закон України ВР № 1212-XIV від 04.11.1999**
Про єдиний збір, який справляється у пунктах пропуску (пунктах контролю) через державний кордон України
- **Постанова КМУ № 1569 від 24.10.2002**
Про затвердження Порядку справляння єдиного збору у пунктах пропуску (пунктах контролю) через державний кордон України

10. Вільна торгівля (імпорт)

Преференція по миту: "400" - країни СНД;
Преференція по миту: "401" - Республіка Грузія;
Преференція по миту: "402" - Республіка Македонія.

В рамках діючих міждержавних угод про вільну торгівлю (з країнами СНД, Республікою Грузія та іншими країнами) вказаного у коментарі товару. Таке звільнення здійснюється при дотриманні умов (наявність сертифікату вільної торгівлі або посвідчення про вільну торгівлю, що встановлені кожною окремою угодою).

Азербайджан

- **Міждержавна угода від 28.07.1995**
Угода між Урядом України та Урядом Азербайджанської Республіки про вільну торгівлю
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Діє за умови:

- Підтвердження походження товарів шляхом подання сертифікату СТ-1
- Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"
- Дотримання правил "прямого відвантаження"

Грузія

- **Міждержавна угода від 09.01.1995**
Угода між Урядом України та Урядом Республіки Грузія про вільну торгівлю
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Діє за умови:

- Підтвердження походження товарів шляхом подання сертифікату СТ-1(7006) або сертифікату вільної торгівлі
- Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"
- Дотримання правил "прямого відвантаження"

Молдова

- **Міждержавна угода від 29.08.1995**
Угода між Урядом України та Урядом Республіки Молдова про вільну торгівлю
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Діє за умови:

- Підтвердження походження товарів шляхом подання сертифікату СТ-1
- Закупівлі товару резидентом однієї з держав учасниць Угоди про створення зони вільної торгівлі

Узбекистан

- **Міждержавна угода від 29.12.1994**
Угода між Урядом України та Урядом Республіки Узбекистан про вільну торгівлю
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 13/13-2101-ЕП від 25.04.2001**

Діє за умови:

- *Підтвердження походження товарів шляхом подання сертифікату СТ-1*
- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*
- *Дотримання правил "прямого відвантаження"*

Туркменистан

- **Міждержавна угода від 05.11.1994**
Угоду між Урядом України та Урядом Туркменистану про вільну торгівлю
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Діє за умови:

- *Підтвердження походження товарів шляхом подання сертифікату СТ-1*
- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*
- *Дотримання правил "прямого відвантаження"*

Казахстан

- **Міждержавна угода від 17.09.1994**
Угода між Урядом України та Урядом Республіки Казахстан про вільну торгівлю
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 14/1-2869-ЕП від 26.11.1998**

Діє за умови:

- *Підтвердження походження товарів шляхом подання сертифікату СТ-1*
- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*
- *Дотримання правил "прямого відвантаження"*

Киргизстан

- **Міждержавна угода від 26.05.1995**
Угода між Урядом України та Урядом Киргизької Республіки про вільну торгівлю
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Діє за умови:

- *Підтвердження походження товарів шляхом подання сертифікату СТ-1*
- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*
- *Дотримання правил "прямого відвантаження"*

Таджикистан

- **Міждержавна угода від 06.07.2001**
Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Таджикистан про науково-технічне співробітництво

Діє за умови:

- *Підтвердження походження товарів шляхом подання сертифікату СТ-1*
- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*
- *Дотримання правил "прямого відвантаження"*

Чорногорія

- **Міждержавна угода від 18.11.2011**
Угода про вільну торгівлю між Урядом України та Урядом Чорногорії
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 16/1-16.1/2472-ЕП від 08.11.2012**

Діє за умови:
Сертифікат про походження EUR.1

Білорусь

- **Міждержавна угода від 18.10.2011**
Договір про зону вільної торгівлі
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11.1/1.2-16.1/10114-ЕП від 07.09.2012**

Діє за умови:

- *Підтвердження походження товарів*
- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*
- *Дотримання правил "прямого відвантаження"*

Вірменія

- **Міждержавна угода від 18.10.2011**
Договір про зону вільної торгівлі
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 16/2-16.1/2283-ЕП від 19.10.2012**
Щодо набрання чинності Договору про зону вільної торгівлі для Республіки Вірменія

Діє за умови:

- *Підтвердження походження товарів*
- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*
- *Дотримання правил "прямого відвантаження"*

Казахстан

- **Міждержавна угода від 18.10.2011**
Договір про зону вільної торгівлі
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11.1/1.2-16.1/10114-ЕП від 07.09.2012**

Діє за умови:

- *Підтвердження походження товарів*
- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*
- *Дотримання правил "прямого відвантаження"*

Молдова

- **Міждержавна угода від 18.10.2011**
Договір про зону вільної торгівлі
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11.1/1.2-16.1/10114-ЕП від 07.09.2012**

Діє за умови:

- *Підтвердження походження товарів*
- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*
- *Дотримання правил "прямого відвантаження"*

Македонія

- **Міждержавна угода від 18.01.2001**
Угода про вільну торгівлю між Республікою Македонія та Україною
- **Лист Держмитслужби № 15/15-03/7/814 від 21.04.2021**
Про Угоду про вільну торгівлю між Україною та Республікою Македонія

Діє за умови:

- *Підтвердження походження товарів*
- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*

- *Дотримання правил "прямого транспортування"*

11. Виключення з виробничої кооперації СНД

Продукція, що поставляється за виробничою кооперацією згідно з переліками до міждержавних, міжрежим переробки, звільняється від обкладення ввізним, експортним митом, акцизним збором та іншими зборами. Вказане не розповсюджується на імпорту зазначеного у коментарі товару.

Діє	з 01.01.2008
-----	--------------

Підстава:

- **Постанова КМУ № 1648 від 13.12.2001**
Про внесення змін та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України
- **Постанова КМУ № 323 від 18.05.1994**
Про затвердження Положення про порядок поставок і митного оформлення продукції за виробничою кооперацією

12. Заборона ввезення

Ввезення в Україну вказаного у коментарі товару заборонено відповідним законодавчим актом.

Діє	з 12.04.2022
-----	--------------

Підстава:

- **Постанова КМУ № 426 від 09.04.2022**
Про застосування заборони ввезення товарів з Російської Федерації

Коментарі:

Товари, що походять з Російської Федерації
-у відповідності з п.2, ч. 3 Статті 44 Митного кодексу України від 13/03/2012 N 4495-VI, при митному оформленні товарів

13. Деталізація опису товару

Під час декларування вказаного товару до електронного інвойсу вноситься додаткова інформація, яка

Діє	з 11.11.2012
-----	--------------

Підстава:

- **Наказ Мінфіну № 998 від 17.09.2012**
Про затвердження Класифікатора додаткової інформації, необхідної для ідентифікації товарів, що імпортується, заповненої на бланку ЄАД

Коментарі:

Футболки, майки та інша нательна білизна, трикотажна, з бавовни

-Вид одягу

-Розмір одягу

-Марка одягу

14. Посилений контроль (ввезення)

Під час митного оформлення імпорту вказаного у коментарі товару проводиться посилений контроль. Конкретні заходи, що вживаються митним органом визначено у регулюючому документі Держмитз

Діє	з 11.06.2010
-----	--------------

Підстава:

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-10.27/5583-ЕП від 10.06.2010**

Коментарі:

Згідно перехідних таблиць від УКТ ЗЕД 2008-2010 до УКТ ЗЕД оригінальний код : 6101

-посилений контроль за митним оформленням одягу під особисту відповідальність начальника м

-перевірка вагових, кількісних та вартісних показників товару.

15. Критерії достатньої переробки

Визначення країни вказаного у коментарі товару можливо із застосуванням переліку виробничих т до зміни його коду чи його вартості відповідно до правила адвалерної частки, але з дотриманням пев

До товарів, з якими укладено угоди про вільну торгівлю (країни СНД) застосовується положення П

Діє	з 17.03.2019
-----	--------------

Підстава:

- **Постанова КМУ № 144 від 27.02.2019**

Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 20 грудня 2006 р. N 1765

Коментарі:

-повне виготовлення -виготовлення з пряди

16. Нормативи відбору проб і зразків

У разі, якщо відповідним нормативно-правовим актом встановлено потребу проводити лабораторні досліджень (аналізу, експертизи) здійснюється у межах, встановлених нормативами відбору проб та з

Діє	з 13.01.2017
-----	--------------

Підстава:

- **Наказ Мінфіну № 1058 від 02.12.2016**

Про затвердження Порядку взаємодії структурних підрозділів та територіальних органів ДФСУ із час проведення досліджень

Коментарі:

Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні та текстильні; інші готові текстильні вироби; ком

Головне меню

- [Головна](#)
- [Програмне забезпечення](#)
- [Завантаження](#)
- [Форум](#)
- [Курси валют](#)

Навігатор ЗЕД

- [База документів](#)
- [Каталог документів](#)
- [Добірка документів](#)
- [Українська класифікація товарів ЗЕД](#)
- [Єдиний список товарів подвійного використання](#)
- [Класифікаційні рішення ДМСУ](#)
- [Середня розрахункова вартість товарів згідно УКТЗЕД](#)
- [Довідка по товару УКТЗЕД](#)
- [Митний калькулятор](#)
- [Митний калькулятор для громадян \(M16\)](#)
- [Розрахунок імпорту автомобіля](#)

Інформаційна підтримка

- [Електронне декларування](#)
- [Єдине вікно для міжнародної торгівлі](#)
- [Час очікування в пунктах пропуску](#)
- [Перевірити ВМД](#)
- [Митний кодекс України](#)
- [Кодекси України](#)
- [Довідкові матеріали](#)
- [Архів новин](#)
- [Обговорення законопроектів](#)
- [Віддалений контроль ВМД](#)
- [Перелік тестових завдань](#)
- [Поширені питання](#)
- [Реклама на сайті](#)

Дошка оголошень

Пропонуємо послуги:

- [Митне оформлення вантажів, експорт, імпорт та інші режими](#)
- [Митні послуги Одеса Хмельницький Київ Миколаїв Дніпро](#)



Copyright © 2023 НТФ «Інтес» Всі права збережено.
Підтримка: support@qdp.com.ua

м. Київ, Україна	_____ 2023р	Kyiv, Ukraine _____ 2023
<p>«Has Yong», м. Пекін в особі директора, який діє на підставі продавць (далі – Постачальник), з однієї сторони, та Товариство з обмеженою відповідальністю «ЕпіцентрК» (скорочене найменування – ТОВ «Епіцентр»), м. Київ, Україна, в особі директор Михайлишин Петро Йосипович, який діє на підставі Статуту (далі – Покупець), з другої сторони, а спільно – Сторони, а окремо – Сторона, уклали даний Договір поставки № __ від __ 2023року (далі – Договір) про наступне:</p> <p style="text-align: center;">1. Предмет Договору</p> <p>1.1. 1.1.Постачальник приймає на себе зобов'язання поставляти і передавати у власність Покупця дитячі конструктори (далі – Товар), а Покупець зобов'язується приймати та оплачувати Товар, в порядку та на умовах, визначених даним Договором.</p> <p>1.2. Постачальник гарантує Покупцю, що Товар належить йому на праві власності, не перебуває під заборотою відчуження в країні, арештом в судових установах, не є предметом застави та іншим засобом забезпечення виконання зобов'язань перед будь-якими фізичними або юридичними особами в країні, державними органами і установами, а також не є предметом будь-якого іншого обтяження чи обмеження в країні, передбаченого чинним в Польщі законодавством.</p> <p>1.3. Асортимент Товару, номенклатура Товару, код Товару згідно з УКТ ЗЕД, одиниця Товару, кількість Товару, ціна Товару, та інші дані, необхідні для організації поставок Товару,</p>		<p>“Has Yong” represented by the director acting on the basis of the seller (hereinafter referred to as the Supplier), on the one hand, and Epicenter-K Limited Liability Company (abbreviated name - Epicenter LLC), Kyiv, Ukraine, represented by the director Mykhailyshyn Petro Yosypovych, acting on the basis of the Charter (hereinafter referred to as the Buyer), on the other hand, and jointly the Parties, and separately the Party, concluded this Supply Agreement No. ___ dated __, 2023 (hereinafter referred to as the Agreement) regarding the following:</p> <p style="text-align: center;">1. Subject of the Agreement</p> <p>1.1. The Supplier undertakes to deliver and hand over to the Buyer children's construction equipment (hereinafter referred to as the Goods), and the Buyer undertakes to accept and pay for the Goods, in the manner and under the conditions specified in this Agreement.</p> <p>1.2. The Supplier guarantees to the Buyer that the Goods belong to him by right of ownership, are not subject to the prohibition of alienation in the country, seizure by judicial institutions, are not the subject of a pledge or other means of ensuring the fulfillment of obligations to any natural or legal persons in the country, state bodies and institutions, and is not subject to any other burden or restriction in the country provided for by the legislation in force in Poland.</p> <p>1.3. The assortment of the Goods, the nomenclature of the Goods, the code of the Goods according to UCT ZED, the unit of the Goods, the quantity of the Goods, the price of the Goods, and other</p>

<p>визначаються у специфікаціях, які підписуються Сторонами на кожну поставку Товару та є невід'ємними частинами даного Договору.</p> <p>2. Строк та умови поставки Товару</p> <p>2.1. Строк поставки Постачальником Товару – протягом 45 календарних днів з моменту підписання Сторонами специфікації до даного Договору.</p> <p>2.2. Поставка Постачальником Товару здійснюється на умовах CIF (Incoterms 2020).</p> <p>2.3. Товар поставляється Постачальником в експортній тарі (упаковці), яка повинна відповідати стандартам або технічним умовам і забезпечувати його збереження в належному стані під час транспортування та зберігання. Товар повинен супроводжуватися пакувальним листом.</p> <p>2.4. Постачальник несе відповідальність перед Покупцем, в доларах США, за будь-які пошкодження Товару, викликані неправильним упакуванням, за корозію, за додаткові витрати з перевезення та зберігання, які були викликані відвантаженням Товару за неправильною адресою через невідповідне маркування.</p> <p>2.5. Маркування чітко наноситься на англійській мові на кожне вантажне місце.</p> <p>2.6. На кожну поставку Товару Постачальник надає Покупцеві такі документи: рахунок; CMR (товарно-транспортна накладна); пакувальний лист; сертифікат походження; сертифікат якості.</p> <p>Ціна Товару, ціна Договору, порядок та строк розрахунків</p> <p>3.1. Ціна Товару визначається у специфікаціях, які підписуються Сторонами на кожну поставку Товару та</p>	<p>data necessary for the organization of the supply of the Goods are defined in the specifications, which are signed by the Parties for each supply of the Goods and are integral parts of this Agreement.</p> <p>2. 2. Terms and conditions of delivery of the Goods</p> <p>2.1. The term of delivery of the Goods by the Supplier is within 45 calendar days from the moment the Parties sign the specification for this Agreement.</p> <p>2.2. The Supplier supplies the Goods under CIF (Incoterms 2020)</p> <p>2.3. The goods are delivered by the Supplier in an export container (packaging), which must meet the standards or technical conditions and ensure its preservation in proper condition during transportation and storage. The product must be accompanied by a packing list.</p> <p>2.4. The Supplier shall be liable to the Buyer, in US dollars, for any damage to the Product caused by improper packaging, corrosion, additional shipping and storage costs caused by shipping the Product to the wrong address due to improper labeling.</p> <p>2.5. Marking is clearly applied in English on each cargo space.</p> <p>2.6. For each delivery of the Goods, the Supplier provides the Buyer with the following documents: invoice; CMR (waybill); packing list; certificate of origin; quality certificate.</p> <p>3. The price of the Goods, the price of the Agreement, the order and term of payments</p> <p>3.1. The price of the Goods is determined in the specifications, which are signed by the Parties for each delivery of the Goods and are integral parts of this Agreement.</p> <p>3.2. The price of the Goods includes the cost of export containers</p>
---	---

<p>є невід'ємними частинами даного Договору.</p> <p>3.2. Ціна Товару включає вартість експортної тари (упаковки), маркування і митних зборів в країні Постачальника.</p> <p>3.3. Ціна Договору становить 13221 доларів США.</p> <p>3.4. Ціна Договору визначається за загальною сумою поставленого та оплаченого Товару згідно підписаних Сторонами специфікацій та виставлених Постачальником рахунків до даного Договору протягом строку дії даного Договору.</p> <p>3.5. Розрахунок Покупцем за Товар здійснюється в доларах США, у безготівковому порядку, шляхом перерахування Покупцем грошових коштів на рахунок Постачальника, на підставі виставленого Постачальником рахунку до даного Договору.</p> <p>3.6. Всі банківські витрати, пов'язані з банком Постачальника, несе Постачальник. Всі банківські витрати, пов'язані з банком Покупця, несе Покупець. Всі витрати по комісії транзитних банків кореспондентів, несе Покупець.</p> <p>3.7. Розрахунок Покупцем за Товар здійснюється наступним чином – 100 (сто) % суми Товару – протягом 5 днів банківських днів з моменту фактичного отримання Товару Покупцем.</p> <p>4. Якість Товару, комплектність Товару та гарантія на Товар</p> <p>4.1. Якість Товару, що поставляється, повинні відповідати стандартам якості, прийнятим заводом виробником і підтверджуватися сертифікатом якості заводу виробника.</p> <p>4.2. Постачальник несе відповідальність за якість поставленого ним Товару і гарантує його якість в цілому,</p>	<p>(packaging), marking and customs duties in the Supplier's country.</p> <p>3.3. The price of the Agreement is 13,221USD.</p> <p>3.4. The price of the Contract is determined by the total amount of the delivered and paid Goods in accordance with the specifications signed by the Parties and invoices issued by the Supplier for this Contract during the term of this Contract.</p> <p>3.5. Payment by the Buyer for the Goods is carried out in US dollars, in a non-cash manner, by transferring funds from the Buyer to the Supplier's account, on the basis of the invoice issued by the Supplier to this Agreement.</p> <p>3.6. All bank charges related to the Supplier's bank shall be borne by the Supplier. All bank charges related to the Buyer's bank are borne by the Buyer. All expenses for the commission of correspondent transit banks are borne by the Buyer.</p> <p>3.7. Payment by the Buyer for the Goods is carried out as follows - 100 (one hundred) % of the amount of the Goods - within 5 days (banking days) from the moment of actual receipt of the Goods by the Buyer.</p> <p>4. Product quality, completeness of the Product and warranty for the Product</p> <p>4.1. The quality of the delivered goods must meet the quality standards adopted by the manufacturer and be confirmed by the quality certificate of the manufacturer.</p> <p>4.2. The supplier is responsible for the quality of the goods delivered by him and guarantees its quality as a whole, including components and components.</p> <p>4.3. The Supplier guarantees the quality of the Goods within 1 year (12) calendar months from the start of operation of the</p>
---	---

<p>включаючи складові частини та комплектуючі.</p> <p>4.3. Постачальник гарантує якість Товару протягом 1 року (12) календарних місяців з моменту початку експлуатації Товару, однак не більше 2 років(24) календарних місяців з моменту фактичного отримання Товару Покупцем.</p> <p>4.4. У разі заміни Товару неналежної якості на Товар, що відповідає умовам даного Договору, гарантійний строк на нього починає спливати з моменту заміни.</p> <p>4.5. Покупець має право пред'явити письмову претензію Постачальнику у зв'язку з виявленими недоліками Товару протягом гарантійного строку на Товар.</p> <p>5. Відповідальність Сторін</p> <p>5.1. У випадку порушення Сторонами своїх зобов'язань за даним Договором, Сторони несуть відповідальність, що визначається даним Договором та чинним законодавством України.</p> <p>5.2. За прострочення Постачальником строку поставки або недопоставки Товару, Постачальник сплачує Покупцю штраф у доларах США в розмірі 20 % від суми непоставленого або недопоставленого Товару за кожний день прострочення поставки або недопоставки Товару, включаючи день оплати, на підставі письмової претензії Покупця, а також відшкодовує Покупцю понесені Покупцем документально підтвердженні збитки згідно вимог п. 5.6. даного Договору, на підставі письмової претензії Покупця.</p> <p>5.3. За прострочення Покупцем строку оплати Товару, Покупець сплачує Постачальнику штраф у доларах США в розмірі 20 % від суми боргу за кожний день прострочення оплати Товару, включаючи день оплати, на підставі письмової претензії Постачальника.</p>	<p>Goods, but no more than 2 years (24) calendar months from the moment of actual receipt of the Goods by the Buyer.</p> <p>4.4. In case of replacement of goods of inadequate quality with goods that meet the terms of this Agreement, the warranty period for it begins to expire from the moment of replacement.</p> <p>4.5. The Buyer has the right to submit a written claim to the Supplier in connection with the detected defects of the Goods during the warranty period for the Goods.</p> <p>5. Liability of the Parties</p> <p>5.1. In the event of a breach by the Parties of their obligations under this Agreement, the Parties bear the responsibility determined by this Agreement and the current legislation of Ukraine.</p> <p>5.2. In case of delay by the Supplier in terms of delivery or non-delivery of the Goods, the Supplier shall pay the Buyer a fine in US dollars in the amount of 20% of the amount of undelivered or under-delivered Goods for each day of delay in delivery or under-delivery of the Goods, including the day of payment, based on the written claim of the Buyer, and shall also compensate the Buyer for the incurred Damages documented by the buyer in accordance with the requirements of clause 5.6. of this Agreement, based on the written claim of the Buyer.</p> <p>5.3. If the Buyer is late in paying for the Goods, the Buyer shall pay the Supplier a penalty in US dollars in the amount of 20% of the debt amount for each day of delay in payment of the Goods, including the day of payment, based on the written claim of the Supplier.</p> <p>5.4. The supplier is responsible for the quality of the goods delivered by him. If</p>
---	---

5.4. Постачальник несе відповідальність за якість поставленого ним Товару.

Якщо якість Товару не відповідатиме встановленим стандартам якості або в процесі його гарантійного строку будуть виявлені недоліки або приховані дефекти Постачальник зобов'язаний провести заміну неякісного Товару.

Заміну неякісного Товару на Товар належної якості Постачальник повинен провести в 10 (десяти) денний строк з моменту отримання відповідного письмового повідомлення Покупця про це. Всі витрати, викликані заміною неякісного Товару на Товар належної якості, або до- поставкою недопоставленого Товару, включаючи транспортні та митні витрати, несе

Постачальник. При відсутності можливості провести таку заміну Товару Постачальник повертає Покупцю грошові кошти в розмірі суми неякісного Товару та сплачує Покупцю штраф у доларах США в розмірі 20 (двадцять) % від суми неякісного Товару, на підставі письмової претензії Покупця.

5.5. Покупець має право в односторонньому порядку відмовитися від виконання даного Договору у випадку поставки Товару неналежної якості, з письмовим повідомленням про це Постачальника. У цьому випадку

Постачальник зобов'язаний відшкодувати Покупцеві понесені Покупцем документально підтвердженні збитки, пов'язані з достроковим припиненням строку дії даного Договору, на підставі письмової претензії Покупця.

5.6. Незалежно від сплати штрафу в доларах США, Сторона, що порушила умови даного Договору, відшкодовує іншій Стороні фактично нанесені (тобто

the quality of the Product does not meet the established quality standards or defects or hidden defects are discovered during its warranty period, the Supplier is obliged to replace the low-quality Product.

The Supplier must replace the poor quality Goods with Goods of proper quality within 10 (ten) days from the moment of receiving the relevant written notification from the Buyer. All costs caused by the replacement of poor quality Goods with Goods of proper quality, or the delivery of undelivered Goods, including transport and customs costs, shall be borne by the Supplier. If it is not possible to carry out such a replacement of the Goods, the Supplier shall return the money to the Buyer in the amount of the defective Goods and pay the Buyer a fine in US dollars in the amount of 20 (twenty)% of the amount of the defective Goods, based on the written claim of the Buyer.

5.5. The Buyer has the right to unilaterally refuse to perform this Agreement in case of delivery of Goods of inadequate quality, with a written notification of this to the Supplier. In this case, the Supplier is obliged to compensate the Buyer for the documented losses incurred by the Buyer, related to the early termination of this Agreement, based on the written claim of the Buyer.

5.6. Regardless of the payment of a fine in US dollars, the Party that violated the terms of this Agreement shall compensate the other Party for the actually caused (that is, actually accounted for) as a result of this, documented damages in the part not covered by the fine in US dollars, on the basis of a written claim of the corresponding Party.

реально обліковані) в результаті цього документально підтверджені збитки в частині, не покритій штрафом у доларах США, на підставі письмової претензії відповідної Сторони.

5.7. Сплата Стороною штрафу в доларах США та/або відшкодування документально підтверджених збитків, завданих порушенням умов даного Договору, іншій Стороні, не звільняє її від обов'язку виконати даний Договір в натурі, якщо інше прямо не передбачено чинним в Україні законодавством.

6. Порядок вирішення спорів

6.1. При виникненні спорів та/або розбіжностей по даному Договору або у зв'язку з ним, Сторони будуть здійснювати всі необхідні заходи для досягнення згоди шляхом переговорів та/або шляхом письмового листування (надіслання письмових претензій), з відповідними письмовими відповідями на письмовий лист (письмову претензію) не пізніше 14 (чотирнадцяти) календарних днів з моменту отримання, а у разі неотримання (з будь-яких підстав) 14 (чотирнадцяти) календарних днів з моменту надсилання такого письмового листа (письмової претензії) зацікавленою Стороною.

6.2. Якщо Сторони не досягли згоди шляхом переговорів та/або шляхом письмового листування (надіслання письмових претензій), спори та/або розбіжності по даному Договору або у зв'язку з ним, вирішуються в Господарському суді міста Києва, м. Київ, Україна, відповідно до чинного законодавства України. Мова господарського судочинства – українська мова.

7. Форс-мажорні обставини

7.1. У випадку настання форс-мажорних обставин (загроза війни, збройний

5.7. Payment by the Party of a fine in US dollars and/or compensation for documented damages caused by violation of the terms of this Agreement to the other Party does not release it from the obligation to perform this Agreement in kind, unless otherwise expressly provided by the legislation in force in Ukraine.

6. Dispute resolution procedure

6.1. In the event of disputes and/or disagreements under this Agreement or in connection with it, the Parties will take all necessary measures to reach an agreement through negotiations and/or through written correspondence (sending written claims), with appropriate written responses to the written letter (written claim) no later than 14 (fourteen) calendar days from the moment of receipt, and in case of non-receipt (for any reason) 14 (fourteen) calendar days from the moment of sending such a written letter (written claim) by the interested Party.

If the Parties have not reached an agreement through negotiations and/or through written correspondence (sending written claims), disputes and/or disagreements under this Agreement or in connection with it shall be resolved in the Commercial Court of Kyiv, Kyiv, Ukraine, in accordance with current legislation of Ukraine. The language of commercial proceedings is Ukrainian.

7. Force majeure circumstances

7.1. In the event of force majeure (threat of war, armed conflict or serious threat of such conflict, including but not limited to enemy attacks, blockades, military embargoes, acts of a foreign enemy, general military mobilization, hostilities, declared and undeclared war,

конфлікт або серйозна погроза такого конфлікту, включаючи але не обмежуючись ворожими атаками, блокадами, військовим ембарго, дії іноземного ворога, загальна військова мобілізація, військові дії, оголошена та неоголошена війна, дії суспільного ворога, збурення, акти тероризму, диверсії, піратства, безладу, вторгнення, блокада, революція, заколот, повстання, масові заворушення, введення комендантської години, експропріація, примусове вилучення, захоплення підприємств, реквізиція, громадська демонстрація, блокада, страйк, аварія, протиправні дії третіх осіб, пожежа, вибух, тривалі перерви в роботі транспорту, регламентовані умовами відповідних рішень та актами державних органів влади, експорту/імпорту тощо, а також викликані винятковими погодними умовами і стихійним лихом, а саме: епідемія, сильний шторм, циклон, ураган, торнадо, буревій, повінь, нагромадження снігу, ожеледь, град, заморозки, землетрус, блискавка, пожежа, посуха, просідання і зсув ґрунту, інші стихійні лиха тощо), за умови, що постраждала Сторона повідомляє протягом 10 (десяти) робочих днів іншу Сторону в письмовому вигляді про настання таких форс-мажорних обставин (надавши при цьому докази їх існування, підтверджені Торгово-промисловою палатою країни Постачальника або Покупця або уповноваженими нею регіональними торгово-промисловими палатами країни Постачальника або Покупця), і за умови, що такі форс-мажорні обставини продовжуються не більше 14 (чотирнадцяти) календарних днів, інша Сторона погоджується з тим, що строк виконання зобов'язань постраждалою

acts of a public enemy , disturbance, acts of terrorism, sabotage, piracy, disorder, invasion, blockade, revolution, mutiny, uprising, mass riot, curfew, expropriation, forced seizure, seizure of enterprises, requisition, public demonstration, blockade, strike, accident, illegal actions of third parties, fire, explosion, long interruptions in the operation of transport, regulated by the terms of relevant decisions and acts of state authorities, export/import, etc., as well as caused by exceptional weather conditions and natural disasters, namely: epidemic , strong storm, cyclone, hurricane, tornado, storm, flood, accumulation of snow, ice, hail, frost, earthquake, lightning, fire, drought, subsidence and landslide, other natural disasters, etc.), provided that the affected Party notifies the other Party in writing within 10 (ten) working days of the occurrence of such force majeure circumstances (while providing evidence of their existence, confirmed Chamber of Commerce and Industry of the Supplier's country or of the Buyer or regional chambers of commerce and industry of the country of the Supplier or Buyer authorized by it), and provided that such force majeure circumstances continue for no more than 14 (fourteen) calendar days, the other Party agrees that the term of performance of obligations by the affected Party will be extended for a period equal to the period of this delay. In the event that the force majeure circumstances last longer than the specified period, this Agreement becomes invalid (which is executed by the Parties signing an additional agreement to this Agreement), unless the other Party agrees in writing to extend it. At the same time, fines

Стороною буде продовжений на строк, що дорівнює строку цієї затримки.

У випадку, якщо форс-мажорні обставини тривають довше зазначеного строку, даний Договір втрачає чинність (що оформлюється шляхом підписання Сторонами додаткової угоди до даного Договору), якщо тільки інша Сторона не погодиться в письмовій формі продовжити його. При цьому штрафні санкції будь-якою із Сторін до іншої Сторони не застосовуються.

8. Конфіденційність

8.1. Сторони погодилися, що текст даного Договору, будь-які матеріали, інформація та відомості, які стосуються даного Договору, є конфіденційними і не можуть передаватися третім особам без попередньої письмової згоди іншої Сторони, крім випадків, коли таке

передавання пов'язане з одержанням офіційних дозволів, документів для виконання даного Договору або сплати податків, інших обов'язкових платежів, а також у випадках, передбачених чинним законодавством країни Постачальника або Покупця.

8.2. Зобов'язання конфіденційності зберігають свою чинність протягом строку дії даного Договору та 10 (десять) років після закінчення строку дії даного Договору або дострокового припинення строку дії даного Договору.

Строк дії Договору та інші умови

1. Даний Договір набирає чинності з моменту його підписання Сторонами та діє по 31 грудня 2023, але в будь-якому випадку до виконання Сторонами своїх зобов'язань по даному Договору.

9.2. Даний Договір може бути будь-якою із Сторін достроково припинений до закінчення строку дії даного Договору за умови письмового повідомлення Стороною іншої Сторони за 1 (один)

imposed by any of the Parties on the other Party shall not be applied.

8. Confidentiality

8.1. The Parties have agreed that the text of this Agreement, any materials, information and information related to this Agreement are confidential and may not be transferred to third parties without the prior written consent of the other Party, except when such transfer is related to the receipt of official permits, documents for the execution of this Agreement or payment of taxes, other mandatory payments, as well as in cases provided for by the current legislation of the country of the Supplier or the Buyer.

8.2. Confidentiality obligations remain valid during the term of this Agreement and 10 (ten) years after the expiration of this Agreement or early termination of this Agreement.

Term of validity of the Agreement and other conditions

9.1. This Agreement enters into force from the moment of its signing by the Parties and is valid until December 31, 2023, but in any case until the Parties fulfill their obligations under this Agreement.

9.2. This Agreement may be prematurely terminated by any of the Parties prior to the expiration of this Agreement, provided that the Party notifies the other Party in writing 1 (one) calendar month in advance and the Parties properly fulfill all the terms of this Agreement, and is executed by the Parties signing an additional agreement to of this Agreement.

9.3. Expiry of this Agreement or early termination of this Agreement does not release the Parties from its full implementation and responsibility for its violation that occurred during the

календарний місяць про це та належного виконання Сторонами усіх умов даного Договору, та оформлюється шляхом підписання Сторонами додаткової угоди до даного Договору.

9.3. Закінчення строку дії даного Договору або дострокове припинення строку дії даного Договору не звільняє Сторони від повного його виконання та відповідальності за його порушення, яке мало місце під час строку дії даного Договору, а також від гарантійних зобов'язань по даному Договору.

9.4. Зміни та/або доповнення у даній Договір можуть бути внесені тільки за домовленістю Сторін та оформлюються шляхом підписання Сторонами додаткової угоди до даного Договору.

9.5. Додатки та/або додаткові угоди до даного Договору є його невід'ємною частиною і мають юридичну силу, якщо вони викладені у письмовій формі та підписані Сторонами.

9.6. Даний Договір укладений українською та англійською мовами, в 2 (двох) оригінальних примірниках, які мають однакову юридичну силу, по 1 (одному) оригінальному примірнику для Постачальника та Покупця. У разі розбіжності в текстах даного Договору, переважаюче значення має текст українською мовою.

9.7. Даний Договір, додатки до даного Договору, додаткові угоди до даного Договору, а також інші документи, оформленні на виконання даного Договору, підписані та надіслані за допомогою засобів електронної пошти або факсимільного зв'язку, мають однакову юридичну силу з оригіналом при умові наступного обміну оригіналами.

9.8. Сторони в порядку дотримання Закону України «Про захист персональних даних», надають одна

validity period of this Agreement, as well as from warranty obligations under this Agreement.

9.4. Amendments and/or additions to this Agreement may be made only by agreement of the Parties and are executed by the Parties signing an additional agreement to this Agreement.

9.5. Annexes and/or additional agreements to this Agreement are an integral part of this Agreement and have legal force if they are set out in writing and signed by the Parties.

9.6. This Agreement is concluded in Ukrainian and English, in 2 (two) original copies, which have the same legal force, 1 (one) original copy for the Supplier and the Buyer. In the event of a discrepancy in the texts of this Agreement, the text in the Ukrainian language shall prevail.


9.7. This Agreement, annexes to this Agreement, additional agreements to this Agreement, as well as other documents drawn up for the implementation of this Agreement, official permits, documents for the execution of this Agreement or payment of taxes, other mandatory payments, as well as in cases provided for by the current legislation of the country of the Supplier or the Buyer.

9.8. The parties, in compliance with the Law of Ukraine "On the Protection of Personal Data", give each other permission to receive, process and use personal data in order to properly fulfill the terms of this Agreement.

9.9. By signing this Agreement, the Buyer guarantees to the Supplier that he has a sufficient level of legal capacity to sign it, within the meaning of Article 44 of the Law of Ukraine "On Limited and Additional Liability Companies".

<p>одній дозвіл на отримання, обробку та використання персональних даних з метою належного виконання умов даного Договору.</p> <p>9.9. Підписуючи даний Договір, Покупець гарантує Постачальнику, що має достатній рівень правоздатності для його підписання, в розумінні статті 44 Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю».</p> <p>У разі, якщо ціна Договору, що в еквіваленті національної валюти України – гривні, відповідно до офіційного курсу національної валюти України – гривні до долара США встановленого Національним банком України, буде більше 50 (п'ятдесят) % чистих активів Покупця станом на кінець попереднього кварталу (значний правочин), то Покупець, у якого виникло таке перевищення, зобов'язаний отримати згоду на вчинення значного правочину від учасників товариства з обмеженою відповідальністю та надати Постачальнику засвідчену копію з перекладом на Англійську мову (п. 9.6. даного Договору) такої згоди на вчинення значного правочину. Рішення про надання згоди на вчинення значного правочину приймається виключно загальними зборами учасників товариства з обмеженою відповідальністю.</p> <p>9.10. Взаємовідносини Сторін, що не врегульовані даним Договором, регулюються чинним законодавством України.</p> <p>10. РЕКВІЗИТИ ТА ПІДПИСИ СТОРІН</p>	<p>In the event that the price of the Agreement, which is equivalent to the national currency of Ukraine - the hryvnia, according to the official exchange rate of the national currency of Ukraine - the hryvnia to the US dollar established by the National Bank of Ukraine, will be more than 50 (fifty) % of the Buyer's net assets as of the end of the previous quarter (significant transaction), then the Buyer, who has such an excess, is obliged to obtain consent for the execution of a significant transaction from members of the limited liability company and provide the Supplier with a certified copy with a translation into English (Clause 9.6 of this Agreement) of such consent to commit a significant transaction. The decision to grant consent to the execution of a significant transaction is made exclusively by the general meeting of the members of the limited liability company.</p> <p>9.10. The relations of the Parties, which are not regulated by this Agreement, are regulated by the current legislation of Ukraine.</p> <p>10. DETAILS AND SIGNATURES OF THE PARTIES</p>
<p>ПОСТАЧАЛЬНИК Has Yong - Фізичні особи, які ведуть</p>	<p>ПОКУПЕЦЬ ТОВ «Епіцентр-К»</p>

<p>підприємницьку діяльність</p>	<p>Код ЄДРПОУ 32490244 Тел.0445949044 Факс:0445949044 м. Київ вул. Полярна 20д Директор: Михайлишин Петро Йосипович</p>	<p>PROVIDER Has Yong - Natural persons engaged in entrepreneurial activity</p>	<p>BUYER "Epicenter-K" LLC EDRPOU code 32490244 Tel. 0445949044 Fax: 0445949044 m. Kyiv St. Polar 20d Director: Mykhailyshyn Petro Yosypovych,</p>
----------------------------------	---	--	--



Структура асортименту товару ТОВ «Епіцентр-К» за період з листопада 2020 року до квітня 2021 року

Найменування товарної групи	Товарообіг, млн. грн						Питома вага по місяцях, %					
	листопад	грудень	січень	лютий	Березень	квітень	листопад	грудень	січень	лютий	Березень	квітень
Жіночий одяг	1,4	1,5	1,2	1,3	1,6	1,6	16,1	15,3	15,0	13,7	15,5	14,8
Чоловічий одяг	1,1	1,2	1,1	1,3	1,3	1,4	12,6	12,2	13,8	13,7	12,6	13,0
Для молоді (дівчата)	0,9	1	0,9	0,9	1	1	10,3	10,2	11,3	9,5	9,7	9,3
Для молоді (юнака)	0,7	0,9	0,7	0,9	1	1	8,0	9,2	8,8	9,5	9,7	9,3
Для дітей (дівчата)	1,1	1,2	1,1	1,3	1,4	1,4	12,6	12,2	13,8	13,7	13,6	13,0
Для дітей (хлопчики)	1	1,1	1	1,1	1,2	1,3	11,5	11,2	12,5	11,6	11,7	12,0
Для малюків (дівчатка)	0,8	0,9	0,6	0,8	0,8	1	9,2	9,2	7,5	8,4	7,8	9,3
Для малюків (хлопчики)	0,7	0,8	0,6	0,8	0,7	0,8	8,0	8,2	7,5	8,4	6,8	7,4
Взуття	0,6	0,7	0,5	0,6	0,6	0,7	6,9	7,1	6,3	6,3	5,8	6,5
Акcesуари	0,4	0,5	0,3	0,5	0,7	0,6	4,6	5,1	3,8	5,3	6,8	5,6
Разом:	8,7	9,8	8	9,5	10,3	10,8	100	100	100	100	100	100

Джерело: складено основні інформації підприємства [22]

XYZ-аналіз продукції ТОВ «Епіцентр-К»

Найменування товарної групи	Товарообіг, млн. грн						Коефіцієнт варіації, V	Група
	листопад	грудень	січень	лютий	Березень	квітень		
Жіночий одяг	1,4	1,5	1,2	1,3	1,6	1,6	11,4%	Y
Чоловічий одяг	1,1	1,2	1,1	1,3	1,3	1,4	9,8%	X
Для молоді (дівчата)	0,9	1	0,9	0,9	1	1	5,8%	X
Для молоді (юнака)	0,7	0,9	0,7	0,9	1	1	15,8%	Y
Для дітей (дівчата)	1,1	1,2	1,1	1,3	1,4	1,4	11,0%	Y
Для дітей (хлопчики)	1	1,1	1	1,1	1,2	1,3	10,5%	Y
Для малюків (дівчатка)	0,8	0,9	0,6	0,8	0,8	1	16,3%	Y
Для малюків (хлопчики)	0,7	0,8	0,6	0,8	0,7	0,8	11,1%	Y
Взуття	0,6	0,7	0,5	0,6	0,6	0,7	12,2%	Y
Акcesуари	0,4	0,5	0,3	0,5	0,7	0,6	28,3%	Z

Джерело: складено основні інформації підприємства [22]

