

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ОРГАНІЗАЦІЯ ІМПОРТУ СПОРТИВНОГО ОДЯГУ ТА
АКСЕСУАРІВ»**

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

Студента 4 курсу, 4 група,
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

**Бідненко Максим
Олександрович**

Науковий керівник
доцент, кандидат наук з державного
управління, доцент кафедри
міжнародного менеджменту

**Коваль Яна
Сергіївна**

Гарант освітньої
програми
доцент, кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного
менеджменту

**П'янкova Оксана
Василівна**

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет _____

Кафедра _____

Спеціальність, спеціалізація _____

Затверджую

Зав. кафедри _____

« ____ » _____ 20 ____ р.

Завдання на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

_____ (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

Затверджена наказом ДТЕУ від « ____ » _____ 20 ____ р. № _____

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета

роботи

Об'єкт

дослідження

Предмет

дослідження

АНОТАЦІЯ

Бідненко М.О. «Організація імпорту спортивного одягу та аксесуарів» (за матеріалами ТОВ «ЕПЦЕНТР К», м. Київ). *Рукопис.*

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент» освітньої програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2023.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації імпорту поставок спортивного одягу та аксесуарів, що передбачає: дослідження ринку продажу означеного товару в Україні та його популярності в споживачів, визначення основних тенденцій розвитку світового ринку спортивного одягу та аксесуарів, дослідження національного ринку спортивного одягу та аксесуарів, аналіз потенційних ринків імпорту спортивного одягу та аксесуарів та прогнозування оцінки результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» спортивного одягу та аксесуарів.

Ключові слова: спортивний одяг та аксесуари, імпорт, зовнішньоекономічна діяльність, асортимент товарів, ринок продажу.

SUMMARY

Bidnenko M. “Organization of import of sports clothes and accessories” (according to the materials LLC "Epicenter K", Kyiv). *Manuscript.*

Graduation qualification work in the specialty "Management", educational program "Management of foreign economic activity". State University of Trade and Economics, Kyiv, 2023.

The graduation qualification work is devoted to the practical aspects of the organization of import supplies of sportswear and accessories, which includes: a study of the market for the sale of the specified product in Ukraine and its popularity among consumers, determination of the main trends in the development of the world market of sportswear and accessories, research of the national market of sportswear and accessories, analysis potential markets for the import of sportswear and accessories and forecasting the evaluation of the effectiveness of the import of sportswear and accessories by LLC "Epicenter K".

Key words: sportswear and accessories, import, foreign economic activity, assortment of goods, sales market.

ЗМІСТ

ВСТУП.	3
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»	18
РОЗДІЛ 2. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ СПОРТИВНОГО ОДЯГУ ТА АКСЕСУАРІВ	28
2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку спортивного одягу та аксесуарів	28
2.2. Дослідження національного ринку спортивного одягу та аксесуарів	36
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» СПОРТИВНОГО ОДЯГУ ТА АКСЕСУАРІВ	41
3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» спортивного одягу та аксесуарів	41
3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» спортивного одягу та аксесуарів	50
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	60

ВСТУП

Актуальність теми. Імпортна діяльність має велику актуальність в сучасному світі, оскільки вона дозволяє забезпечувати внутрішній ринок товарів та послуг необхідними товарами, які не виробляються в достатній кількості або які не можуть бути вироблені взагалі в даній країні. Зокрема, імпортна діяльність спортивного одягу та аксесуарів спричинена популярністю фітнесу, бігу, йоги, футболу та інших видів спорту в нашій країні та призводить до збільшення попиту на спортивний одяг та аксесуари серед споживачів.

Спортивна індустрія є важливим сектором економіки в багатьох країнах світу, оскільки забезпечує робочі місця для тисяч людей і приносить великі прибутки.

В Україні спортивна індустрія також має великий потенціал для розвитку, оскільки споживачі все більше цінують своє здоров'я та активний спосіб життя. Тому, компанії, які займаються імпортом спортивного одягу та аксесуарів, можуть успішно працювати на українському ринку, забезпечуючи споживачів якісним та стильним спортивним одягом та аксесуарами.

В Україні існує сприятливий економічний клімат для імпорту товарів. Країна є членом Всесвітньої організації торгівлі (WTO), що дозволяє здійснювати міжнародну торгівлю з іншими країнами з найбільш сприятливими умовами. Крім того, Україна має ряд податкових пільг та знижок, які можуть допомогти компаніям знизити витрати на імпорт.

Отже, актуальність роботи зумовлена тим, що дослідження імпоротної діяльності спортивного одягу та аксесуарів може сприяти розвитку спортивної індустрії в Україні та забезпечити позитивний вплив на економіку країни в цілому.

Мета роботи полягає в аналізі імпоротної діяльності ТОВ «Епіцентр К» з продажу спортивного одягу та аксесуарів та прогнозування розвитку ринку

спортивного одягу та аксесуарів , розробка рекомендацій по проведенню зовнішньої торгівлі.

Відповідно до визначеної мети сформульовано *завдання* дослідження:

- надати оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «Епіцентр К»;
- проаналізувати імпорту діяльність ТОВ «Епіцентр К»;
- визначити основні тенденції розвитку світового ринку спортивного одягу та аксесуарів;
- дослідити національний ринок спортивного одягу та аксесуарів;
- здійснити аналіз потенційних ринків імпорту спортивного одягу та аксесуарів;
- надати прогнозну оцінку результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» спортивного одягу та аксесуарів.

Об'єктом дослідження є організація імпортої діяльність ТОВ «Епіцентр К».

Предметом методологічні та практичні аспекти організації імпортих поставок спортивного одягу та аксесуарів.

Методи дослідження При проведенні дослідження використовувалися різноманітні загальнонаукові та специфічні наукові методи, серед яких були: економічний і фінансовий аналіз, статистика, графіка, групування, методи аналізу і синтезу, методи узагальнення результатів дослідження тощо. Для створення системи оцінки ефективності діяльності підприємства були використані також економіко-математичні методи.

Застосування цих методів дозволило здійснити глибокий аналіз імпортої діяльності підприємства, оцінити його фінансовий стан, визначити напрямки його розвитку та підвищити ефективність діяльності в цілому.

Інформаційною базою дослідження слугували нормативно-правові акти України, праці зарубіжних та вітчизняних науковців, інформація підприємства ТОВ «Епіцентр К».

Практична значущість роботи полягає у можливості використання результатів дослідження для підвищення ефективності імпоротної діяльності спортивних товарів для українських підприємств.

Загальний обсяг роботи становить 75 сторінок, основний текст викладено на 54 сторінках. Робота містить 15 таблиць, 10 рисунків, 4 додатки. Список використаних джерел налічує 26 найменувань.



РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К»

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

ТОВ «Епіцентр К» є однією з найбільших компаній в Україні в галузі будівельного та господарського товарів. Компанія заснована у 1997 році та має широку мережу магазинів в більш ніж 70 містах України [1].

Товарний асортимент ТОВ «Епіцентр К» включає понад 100 тисяч найменувань товарів, серед яких будівельні матеріали, інструменти, господарські товари, товари для дому та саду, автомобільні товари та інше. Компанія співпрацює з провідними виробниками та постачальниками, що дозволяє забезпечити своїх клієнтів якісними та інноваційними товарами за доступними цінами.

Однією з переваг ТОВ «Епіцентр К» є висока якість обслуговування та професійний підхід до кожного клієнта. Компанія має власну службу доставки та монтажу, що дозволяє забезпечити повний цикл обслуговування клієнтів.

Компанія ТОВ «Епіцентр К» активно розвивається та постійно вдосконалює свої процеси та сервіс, що дозволяє їй залишатись одним з провідних гравців на ринку будівельного та господарського товарів в Україні.

Головний офіс ТОВ «Епіцентр К» знаходиться в місті Київ, за адресою вул. Борщагівська, 154.

Компанія була заснована у 2003 році, і зараз має більше 60 магазинів в різних регіонах країни.

Товарний асортимент компанії включає будівельні матеріали, інструменти, електротехніку, опалення та вентиляцію, сантехніку, меблі, товари для дому та саду та багато іншого. Компанія також пропонує послуги з доставки товарів, розстрочки та кредитування [1]. ТОВ «Епіцентр К» активно

розвивається та планує відкривати нові магазини та розширювати свій товарний асортимент. Компанія має значний вплив на ринок будівельних матеріалів та товарів для дому в Україні і займає провідну позицію в галузі.

Компанія активно розвиває концептуальні магазини всередині торгових центрів (рис.1.2.).



Рис.1.1 Концептуальні магазини всередині торгових центрів ТОВ «Епіцентр К»

Джерело: сформовано автором на основі даних [1]

Для оцінки загального фінансово-економічного стану ТОВ «Епіцентр-К», необхідно провести аналіз майна компанії та його джерела придбання. Для аналізу складу корпоративних активів та пасивів, необхідно узагальнити статті з однорідним змістом для визначення основних тенденцій динаміки балансу.

Для оцінки загального фінансово-економічного стану ТОВ «Епіцентр-К», необхідно провести аналіз майна компанії та його джерела придбання. Для аналізу складу корпоративних активів та пасивів, необхідно узагальнити статті з однорідним змістом для визначення основних тенденцій динаміки балансу.

Аналіз статей балансу дозволить зрозуміти, які види активів та пасивів переважають у майновій структурі компанії, оцінити ризики та можливості, що пов'язані з цими статтями, а також зробити висновки про фінансову стійкість та платоспроможність компанії. Зокрема, слід звернути увагу на рух грошових коштів, розрахунки з постачальниками та клієнтами, стан оборотних засобів та інші показники, які можуть вплинути на фінансову діяльність компанії.

Проте, зростання активів компанії швидше, ніж дохід від реалізації товарів і послуг, може свідчити про необхідність пошуку підприємством резервів для оптимізації поточної структури його активів. Це може включати перегляд інвестиційної стратегії, підвищення ефективності виробничих процесів та інші заходи для забезпечення максимальної ефективності використання майна компанії.

Горизонтальний та вертикальний аналіз активів ТОВ «Епіцентр К» у 2019-2020 рр., тис. грн наведено у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Горизонтальний та вертикальний аналіз активів ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 рр., тис. грн.

Показник	2018		2019		2020		Абсл. приріст, тис. грн.		Відн.приріст,%		Зміни питомій вазі, %
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	2028/2018	2020/2019	2018/2018	2020/2019	
Нематеріальні активи	4870	0,02	12543	0,03	32720	0,07	7673	20177	157,56	160,86	0,05
Незавершені Капітальні інвестиції	1500430	4,98	1869460	5,07	3692156	8,29	369030	1822696	24,59	97,50	3,31
Основні засоби	8568122	28,4	12304648	33,35	15231712	34,21	3736526	2927064	43,61	23,79	5,81
Інші фінансові інвестиції	1750200	5,81	1755267	4,76	3129633	7,03	5067	1374366	0,29	78,30	1,22
Відстрочені податкові активи	0	0,00	68629	0,19	23116	0,05	68629	-45513	0,00	-66,32	0,05
Необоротні активи	11823622	39,2	16010547	43,40	22109337	49,65	4186925	6098790	35,41	38,09	10,45
Запаси	13250000	43,9	13885925	37,64	15389033	34,56	635925	1503108	4,80	10,82	-9,34
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	770000	2,56	1467824	3,98	2182479	4,90	697824	714655	90,63	48,69	2,34
Інша поточна Дебіторська заборгованість	3320100	11,1	4381455	11,88	3859491	8,67	1061355	-521964	31,97	-11,91	-2,43
Грошові кошти та їх еквіваленти	690000	2,29	921054	2,49	642802	1,45	231054	-278252	33,49	-30,21	-0,84
Інші оборотні активи	270000	0,90	224795	0,61	342249	0,77	-45205	117454	-16,74	52,25	-0,13
Оборотні активи	18302900	60,8	20881053	56,60	22416054	50,35	2578153	1535001	14,09	7,35	-10,45
БАЛАНС	30126522	100,00	36891621	100,00	44525391	100,00	6765099	7633770	22,46	20,69	0

Джерело: сформовано автором на основі [2]

Отже, охарактеризуємо фінансовий стан підприємства у 2018-2020 роках. Аналіз динаміки активів ТОВ «Епіцентр-К» (рис. 1.2) відображає зростання господарського потенціалу компанії, що підтверджується збільшенням суми активів на 20,69%. Іншими словами, у досліджуваного підприємства збільшився обсяг наявного майна.

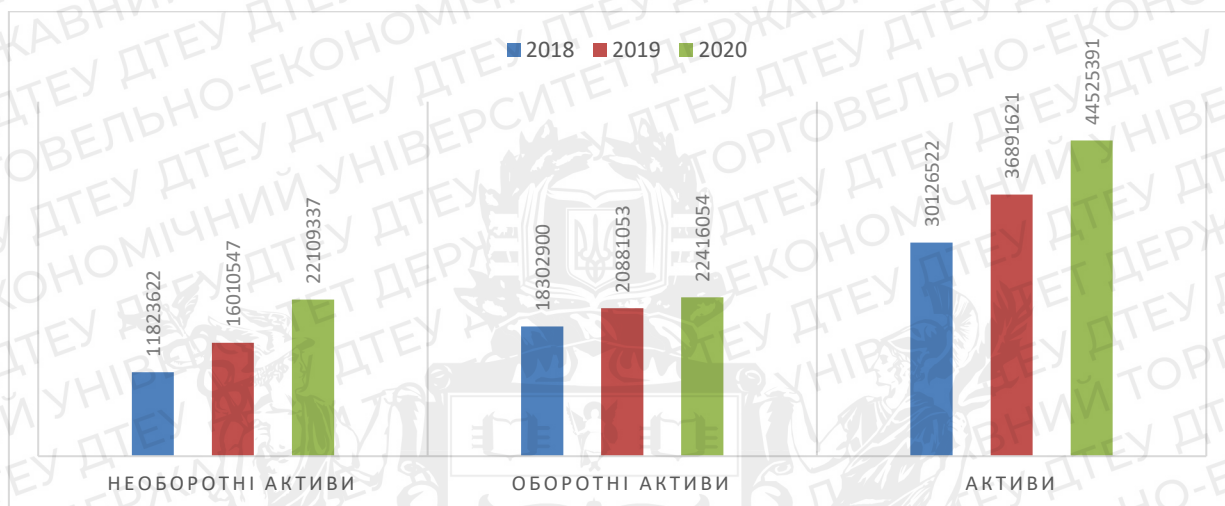


Рис.1.2 Динаміка активів ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 рр.,

тис. грн

Джерело: сформовано автором на основі [2]

Отже, бачимо, що нематеріальні активи продемонстрували значне зростання на 160,86% протягом 2018-2020 років, свідчить про активне інвестування компанії у нематеріальні активи та підвищення конкурентоспроможності на ринку. Зміна питомої ваги цього показника становить +0,05%.

Незавершені капітальні інвестиції відзначилися значним зростанням на 97,50% за досліджуваний період, що відображає інвестиційну активність компанії у розвиток та модернізацію своїх об'єктів. Це підтверджується збільшенням питомої ваги цього показника на 3,31%.

Основні засоби продемонстрували стабільне зростання на 23,79% протягом 2018-2020 років. Це свідчить про розширення основних засобів компанії, оновлення обладнання та збільшення майнової бази. Питома вага

основних засобів зросла на 5,81% в порівнянні із початком досліджуваного періоду.

Інші фінансові інвестиції показали зростання на 78,30% за три роки, відображаючи активне управління фінансовими активами компанії та розширення інвестиційного портфелю. Зміна питомої ваги становить +1,22%.

Відстрочені податкові активи зменшилися на 66,32% у 2020 році порівняно з 2019 роком. Це може бути пов'язано зі зміною оподаткування або оптимізацією податкового навантаження. Зміна питомої ваги склала 0,05%.

Запаси продемонстрували стабільне зростання на 10,82% протягом 2018-2020 років, свідчить про розширення асортименту товарів, оптимізацію логістики та підвищення оборотності запасів. Зміна питомої ваги цього показника становить -9,34% по відношенню до початку періоду, що може бути результатом зміни структури активів компанії.

Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи та послуги зросла на 48,69% за період 2018-2020 років. Це може вказувати на збільшення обсягів продажів, але також на збільшення термінів оплати клієнтами. Зміна питомої ваги показника склала +2,34%.

Інша поточна дебіторська заборгованість зменшилася на 11,91% у 2020 році порівняно з 2019 роком. Зміна питомої ваги становить -2,43%, що може свідчити про покращення управління роботою з дебіторами та зменшення кількості прострочених платежів.

Грошові кошти та їх еквіваленти зменшилися на 30,21% у 2020 році порівняно з 2019 роком, що може свідчити про використання грошових коштів на інвестиційні потреби або покриття поточних зобов'язань. Зміна питомої ваги становить -0,84%.

Інші оборотні активи зросли на 52,25% протягом 2018-2020 років, свідчить про підвищення ліквідності та ефективності управління короткостроковими активами. Зміна питомої ваги показника склала -0,13% по відношенню до початку досліджуваного періоду.

Таким чином, ТОВ «Епіцентр К» продемонструвало активне зростання активів, зокрема нематеріальних активів, незавершених капітальних інвестицій, основних засобів та інших фінансових інвестицій протягом 2018-2020 років. Це свідчить про стратегічну спрямованість компанії на розвиток, інвестування у розширення та модернізацію об'єктів, а також підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Одночасно компанія змогла покращити управління роботою з дебіторами, що підтверджується зменшенням іншої поточної дебіторської заборгованості та підвищенням ліквідності та ефективності управління короткостроковими активами. Однак, зменшення грошових коштів та їх еквівалентів може вказувати на необхідність забезпечення оптимального рівня ліквідності для покриття поточних зобов'язань та фінансування інвестиційних проектів. Проведемо горизонтальний та вертикальний аналіз пасивів (джерел фінансування активів) ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 рр., тис. грн. у таблиці 1.2.

Отже, бачимо, що компанія продемонструвала стабільний ріст власного капіталу, зі збільшенням протягом дослідженого періоду. Це свідчить про покращення фінансового стану підприємства та збільшення акціонерної вартості. Значне збільшення довгострокових зобов'язань в основному пов'язане зі зростанням довгострокових кредитів банків. Це може вказувати на активні інвестиції компанії в розвиток, модернізацію та розширення бізнесу.

Незважаючи на збільшення поточної кредиторської заборгованості за час аналізованого періоду характеризується скороченням, питома вага поточних зобов'язань у загальному балансі компанії знизилася на понад 10%. Це може свідчити про зміцнення ліквідності компанії та здатність своєчасно розраховуватись з кредиторами.

Зміна питомої ваги окремих видів заборгованостей вказує на зміну структури зобов'язань компанії. Зокрема, зросла питома вага довгострокових кредитів банків та знизилася питома вага заборгованості за товари, роботи та послуги.

Таблиця 1.2

Горизонтальний та вертикальний аналіз пасивів (джерел фінансування активів) ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 рр., тис. грн.

Показник	2018		2019		2020		Абсл. приріст, тис. грн.		Відн.приріст,%		Зміни питомій вазі, %
	тис. грн.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%	2019/2018	2020/2019	2019/2018	2020/2019	
Зареєстрований капітал	158610	0,53	158610	0,43	158610	0,36	0	0	0	0	-0,17
Нерозподілений Прибуток (непокритий збиток)	12300000	40,8	14542267	9,42	17688086	39,72	2242267	3145819	18,23	321,66	-1,08
Власний капітал	12458610	41,36	14700877	9,85	17846696	40,08	2242267	3145819	18,00	306,90	-1,28
Довгострокові кредити банків	910000	3,02	2008688	44	4142910	9,31	1098688	2134222	120,73	-78,84	6,29
Інші довгострокові зобов'язання	0	0,00	256738	0,70	312170	0,70	256738	55432	100,00	0	0,7
Довгострокові зобов'язання і забезпечення	910000	3,02	2265426	6,14	4455080	10,01	1355426	2189654	148,95	63,03	6,99
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	776000	2,58	776000	2,10	767497	1,9	0	-8503	0,00	-9,52	-0,68
за товари, роботи, послуги	13454053	44,65	14514081	39,34	16290054	36,59	1060028	1775973	7,88	-6,99	-8,06
за розрахунками з бюджетом	180545	0,60	273257	0,74	326833	0,73	92712	53576	51,35	-1,35	0,13
за розрахунками зі страхування	62528	0,21	24716	0,07	17379	0,04	-37812	-7337	-60,47	-42,86	-0,17
за розрахунками з оплати праці	140000	0,46	160208	0,44	137988	0,31	20208	-22220	14,43	-29,55	-0,15
Поточні забезпечення	250620	0,83	509245	1,38	539038	1,21	258625	29793	103,19	-12,32	0,38
Інші поточні зобов'язання	1891166	6,28	3667811	9,94	4144826	9,31	1776645	477015	93,94	-6,34	3,03
Поточні зобов'язання і забезпечення	16754912	55,62	19925318	54,01	22223615	49,91	3170406	2298297	18,92	-7,59	-5,71
БАЛАНС	30126522	100,00	36891621	100,0	44525391	100,00	6765099	7633770	22,46	0,00	0,00

Джерело: сформовано автором на основі [2]

На підставі проведеного аналізу можна зробити висновок, що продемонструвала позитивну динаміку розвитку протягом 2018-2020 років. Зокрема, спостерігається покращення фінансового стану, зміцнення ліквідності та збільшення інвестицій у розвиток підприємства. Однак, збільшення довгострокових зобов'язань та зміна структури заборгованості вимагають подальшого моніторингу та управління ризиками.

Горизонтальний та вертикальний аналіз доходів, витрат і фінансових результатів «Епіцентр К» у 2018-2020 рр., тис. грн наведений у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Горизонтальний та вертикальний аналіз доходів, витрат і фінансових результатів ТОВ «Епіцентр К» у 2018-2020 рр., тис. грн

Показник	2018	2019	2020	Абсл.приріст		Відн.приріст,%	
				2019/2018	2020/2019	2019/2018	2020/2019
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	41400220	43979194 00	5038242500	456519180	640323100	6,23	14,50
Собівартість реал. продукції	30 400 580	30814751,00	35593670,00	414 171	4 778 919	1,36	15,51
Валовий прибуток (збиток)	10 999 640	13164443,00	14788755,00	2 164 803	1 624 312	19,68	12,34
Інші операційні доходи	260 235	530835,00	737243,00	270 600	206 408	103,98	38,88
Адміністративні витрати	540 040	751814,00	872759,00	211 774	120 945	39,21	16,09
Витрати на збут	6 623 200	7985945,00	8648047,00	1 362 745	662 102	20,58	8,29
Інші операційні витрати	396373	254271,00	920408,00	-142 102	666 137	-35,85	261,98
Прибуток (збиток) від операційної діяльності	3630712	4703248,00	5084784,00	1 072 536	381 536	29,54	8,11
Інші фінансові доходи	180 000	3851,00	211555,00	-176 149	207 704	-97,86	5393,51
Інші доходи	52 000	354733,00	554085,00	302 733	199 352	582,18	56,20
Фінансові витрати	91 550	250094,00	295646,00	158 544	45 552	173,18	18,21
Втрати від участі в капіталі	0	24516,00	0,00	24 516	-24 516	0,00	-100,00
Інші витрати	210 000	363438,00	1438592,00	153 438	1 075 154	73,07	295,83
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	3630712	4423784,00	4116186,00	793 072	-307598	21,84	7,95
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-670 000	821675,00	944982,00	123307	122,64	15,01	123307
Чистий прибуток	2 960 712	3602109,00	3171204,00	641 397	-430905	21,66	-11,96

Джерело: сформовано автором на основі [2]

За результатами горизонтального та вертикального аналізу доходів, витрат і фінансових результатів ТОВ «Епіцентр К» можна зробити декілька висновків.

По-перше, з 2018 по 2020 роки компанія відзначила значний приріст чистого доходу від реалізації продукції на 14,5%. Збільшення чистого доходу відбулося внаслідок зростання обсягу продажів, що свідчить про успішність бізнесу та стабільність компанії на ринку.

По-друге, зростання чистого доходу супроводжувалося збільшенням собівартості реалізованої продукції на 15,51%, що може вказувати на збільшення витрат на виробництво. Таким чином, компанії необхідно більше уваги приділяти процесам виробництва та контролю якості продукції.

По-третє, можна зазначити, що на фоні зростання чистого доходу та собівартості, валовий прибуток також збільшився на 12,34%. Однак, показники прибутку від операційної діяльності та чистого прибутку зросли менше - на 21,66% у 2019 році але скоротились на 11,96% у 2020 році відповідно. Це може вказувати на збільшення інших витрат, таких як адміністративні та фінансові, що скорочують чистий прибуток компанії.

По-четверте, доходи від операційної діяльності зросли на 29,54% у 2019 та підвищились ще на 8,11% у 2020 році, що свідчить про зростання ефективності бізнесу та його успішність на ринку. З іншого боку, інші витрати зросли на 1075154 тис. грн., або 295,7% у 2020 році в порівнянні із попереднім, 2020 роком, що може вказувати на погіршення управління фінансами компанії.

По-п'яте, відзначається різке зменшення інших фінансових доходів компанії на -97,8% у 2019 році, що може свідчити про зменшення інвестицій або зміни стратегії управління фінансами. Проте, у 2020 році вони набувають позитивної динаміки. Одночасно інші доходи зросли на 581,8% у 2019 році та ще на 56,20% у 2020 додатково в порівнянні із початком періоду, що може свідчити про успішність інших напрямів бізнесу компанії.

По-шосте, витрати на збут зросли на 20,57% у 2019 та 8,11% у 2020 роках, що може вказувати на збільшення витрат на рекламу та маркетинг, щоб просувати продукцію на ринку.

Отже, горизонтальний та вертикальний аналіз доходів, витрат і фінансових результатів ТОВ «Епіцентр К» за період з 2018 по 2020 роки дає можливість зробити висновки про ефективність бізнесу, а також про ті напрями, де необхідні подальші зусилля щодо управління фінансами та процесами виробництва.

Зростання чистого доходу від реалізації продукції та доходів від операційної діяльності свідчить про ефективність бізнесу та його успішне функціонування на ринку. Однак, збільшення собівартості реалізованої продукції та зростання інших витрат можуть вказувати на потенційні проблеми у виробництві та управлінні. Тому компанії необхідно продовжувати працювати над удосконаленням процесів та оптимізацією витрат. Загалом, результати аналізу дають позитивну оцінку бізнесу ТОВ «Епіцентр К», однак, компанії необхідно вдосконалюватись для подальшого успішного розвитку.

На основі проаналізованих даних доцільно виконати SWOT-аналіз господарської діяльності ТОВ «Епіцентр К».

Таблиця 1.4

SWOT-аналіз господарської діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Широкий асортимент товарів Висока рентабельність Велика мережа магазинів Великий обсяг виробництва Ефективне управління запасами	Високі витрати на збут Залежність від постачальників Низький рівень автоматизації бізнес-процесів Обмежений ринок збуту в Україні
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Відкриття власних виробничих потужностей для скорочення залежності від постачальників Розвиток інтернет-торгівлі Впровадження новітніх технологій в бізнес-процесах Розвиток програм лояльності та партнерських відносин з постачальниками	Конкуренція з боку інших гіпермаркетів та інтернет-магазинів Підвищення вартості сировини та енергетичних ресурсів Падіння покупної спроможності населення Політична та економічна нестабільність в країні

Джерело: побудовано автором

Отже, аналіз фінансових показників свідчить про позитивний розвиток підприємства протягом 2018-2020 років з різними темпами зростання різних показників. Це може свідчити про ефективне управління підприємством, активне використання майнових ресурсів та здатність компанії адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі.

Водночас, слід звернути увагу на ті показники, де спостерігається зменшення, такі як дебіторська заборгованість та інші оборотні активи, що може вказувати на необхідність вдосконалення управління структурою активів та політикою заборгованості підприємства.

Разом з тим, можна стверджувати, що ТОВ «Епіцентр К» є стабільним та успішним підприємством з потенціалом для подальшого зростання та розвитку. Крім того, ТОВ «Епіцентр К» має сильну команду та брендівість, але повинне звернути увагу на питання інтернет-торгівлі та взаємодії з постачальниками. Також, підприємство має можливості для розширення бізнесу та вдосконалення маркетингових стратегій. Необхідно враховувати загрози, пов'язані з конкуренцією та зміною економічної ситуації в країні.

Окрім того, варто розглянути причини значного зростання таких показників, як запаси та витрати майбутніх періодів. Значне збільшення запасів може вказувати на підвищення обсягів продажів, але також може свідчити про потенційні проблеми з оборотом запасів або надмірним накопиченням непроданих товарів. Щодо витрат майбутніх періодів, вони мають певний потенціал для підвищення ефективності компанії в майбутньому, проте слід ретельно вивчити їхню структуру та очікувані результати, щоб уникнути витрат, які не приносять достатньо користі.

На основі проведеного фінансового аналізу компанії ТОВ «Епіцентр К», можна стверджувати, що активізація імпоротної діяльності має великий потенціал для розвитку компанії ТОВ "Епіцентр К". Зростання імпорту може сприяти забезпеченню підвищення якості товарів, розширенню асортименту, залученню нових постачальників та технологій, а також зміцненню конкурентних позицій підприємства на ринку.

Проте, варто зауважити, що активізація імпортової діяльності також потребує адекватного управлінського підходу, ретельного аналізу ринків та ризиків, а також створення ефективних логістичних систем. Успішна реалізація цих завдань сприятиме досягненню стійкого розвитку та забезпечить довгострокові переваги для ТОВ «Епіцентр К» на конкурентному ринку.

1.2. Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К»

Аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К» є важливою складовою аналізу фінансової діяльності підприємства.

Доцільно провести аналіз імпортової діяльності ТОВ «Епіцентр К» за останніми оприлюдненими даними ТОВ «Епіцентр К» (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Імпортна діяльність ТОВ «Епіцентр К», млн. грн

Показник	2019	2020	2021	Абс. приріст,		Відн. приріст, %	
				2020/2019	2021/2020	2020/2019	2021/2020
Обсяг імпорту товарів	2666,7	3019,3	3321,4	352,6	352,6	302,1	13,23
Відсоток імпорту загальному обсязі продажів	10,4%	11,2%	13,4%	+0,8	0,8	2,2	7,69
<i>Розподіл імпортованих товарів за країнами-виробниками</i>							
Китай	1282,5	1488,9	1645,5	206,4	156,6	16,07	10,52
Польща	495,1	522,8	537,3	27,7	14,5	5,59	2,77
Німеччина	191,3	214,2	219,8	22,9	5,6	11,97	2,61
Корея	141,8	138,5	142,3	-3,3	3,8	-2,32	2,74
Італія	98,2	96,1	99,6	-2,1	3,5	-2,14	3,64
Інші	557,8	559,9	587,4	2,1	27,5	0,38	4,91

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Разом з тим, необхідно проаналізувати структуру імпорту в розрізі країн (рис. 1.3).



Рис.1.3 Структура країн імпортерів для ТОВ «Епіцентр К» у 2020 році

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних ТОВ «Епіцентр К»

З рис. 1.2 видно, що основною країною-виробником, з якою ТОВ «Епіцентр К» проводить імпорتنі операції, є Китай. У 2020 році на Китай було витрачено 1488,9 млн. грн., що становить більше половини від загальної суми імпорту. У порівнянні з попереднім роком, частка Китаю у зростаючому імпорті стала ще більшою, збільшившись на 16,07%. Другим за обсягом імпорту партнером є Польща, з якою було проведено імпорт на суму 522,8 млн. грн., що на 5,59% більше, ніж у 2019 році. Німеччина, Корея та Італія також входять до першої п'ятірки країн-виробників, однак їх частки у загальному імпорті є значно меншими. У порівнянні з 2019 роком, частка Кореї та Італії у зростаючому імпорті зменшилась.

Як бачимо, частка Китаю у структурі імпорту ТОВ «Епіцентр К» є найбільшою з кількох причин. По-перше, Китай є найбільшою країною-виробником в світі, що означає, що вони мають широкую розгалужену мережу підприємств, які виробляють товари для експорту. По-друге, Китай пропонує

більш доступні ціни на свою продукцію, що може бути важливим фактором для компанії, яка працює в галузі роздрібною торгівлі та забезпечення товарів народного споживання.

Також важливим фактором є політика Китаю щодо розвитку економіки та експорту, яка сприяє збільшенню кількості експортованих товарів з країни. Обсяги імпорту по категоріях товару за 2019/2021 роки наведено у таблиці 1.6.

Таблиця 1.6

Обсяги імпорту по категоріях товару за 2019/2021

Категорія імпорту	Обсяг імпорту, млрд грн			Відсоток від загального обсягу імпорту, %		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Машини, обладнання, механічні пристрої та їх частини	11,87	12,73	13,1	51,6	49	39,70
Хімічні речовини	3,59	3,82	3,84	15,6	14,7	10,4
Продукти харчування	2,36	2,62	2,71	10,3	10,1	8,21
Транспортні засоби	1,32	1,33	1,37	5,8	5,1	4,15
Текстильні матеріали та вироби	0,90	0,88	0,93	3,9	3,4	2,82
Оптичні прилади та прилади точної механіки	0,72	0,77	0,80	3,1	3,0	2,42
Пластмаси та вироби з них	0,63	0,68	0,73	2,7	2,6	2,21
Електронні компоненти та обладнання	0,59	0,63	0,69	2,6	2,4	2,09
Товари зі скла та кераміки	0,47	0,47	0,55	2,0	1,8	1,67
Спортивні товари та аксесуари	0,38	0,41	0,45	1,6	1,6	1,36
Інші категорії	1,30	1,74	1,83	4,8	4,8	5,55
Разом	26,66	30,19	28,0	100	100	100

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Загальний обсяг імпорту зріс з 26,66 млрд. грн. у 2020 році до 30,19 млрд. грн., а у 2021 році до 33,0, що свідчить про підвищення активності імпорту.

Найбільша частка імпорту припадає на категорію «Машини, обладнання, механічні пристрої та їх частини» з обсягом імпорту 13,1 млрд. грн. у 2021 році, що складає 39,7% від загального обсягу імпорту. У порівнянні з 2020 роком, обсяг імпорту цієї категорії несуттєво скоротився.

Категорія "Хімічні речовини" також відіграє важливу роль у загальному обсязі імпорту, становлячи 14,7% у 2020 та 10,7% у 2021 році. За результатами порівняння з показниками 2019 року у 2020 році, обсяг імпорту зріс, але у 2021 році скоротився.

Значну частку імпорту також складають «Продукти харчування» з обсягом імпорту 2,62 млрд. грн. у 2020 та 2,71 млрд. у 2021 році та відсотком від загального обсягу імпорту 10,1% та 8,21% відповідно. У порівнянні обсяг імпорту зріс на 0,26 млрд. грн. у 2020 році та на 0,9 у 2021 році, але відсоток від загального обсягу імпорту зменшився з 10,3% у 2019 році до 8,21% у 2021 році.

Решта категорій товарів мають менші частки у загальному обсязі імпорту, проте деякі з них продемонстрували значне зростання у порівнянні з попереднім роком.

На рисунку 1.4. відображено динаміку імпорту за категоріями товарів.

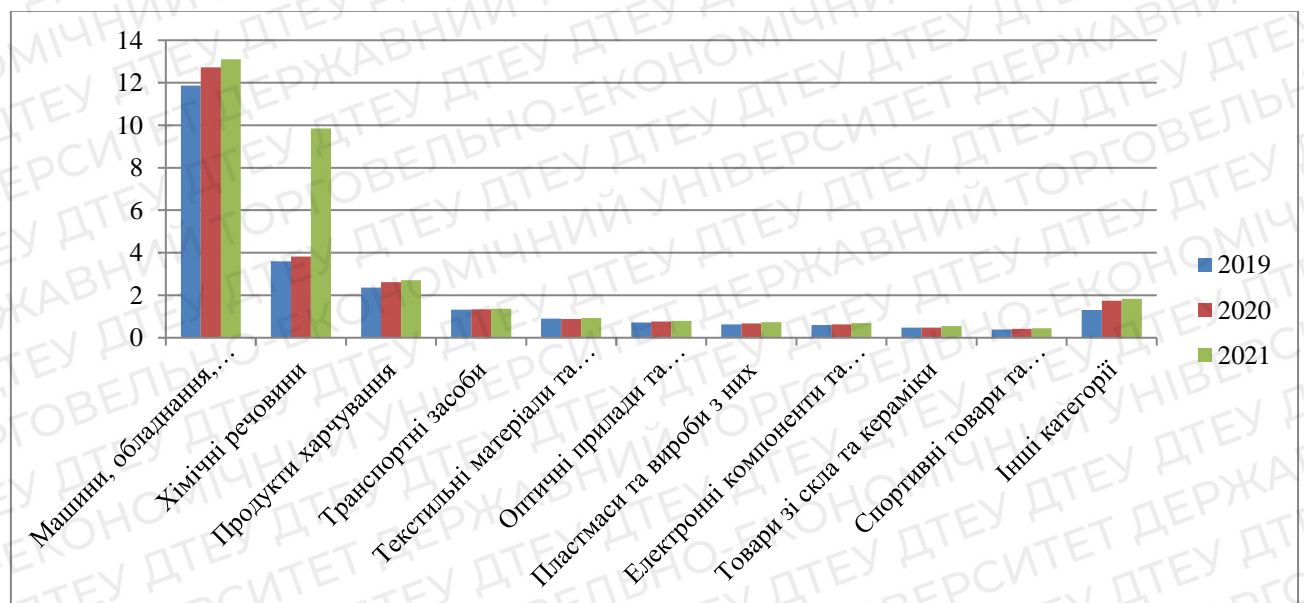


Рис.1.4. Динаміка імпорту товарів за категоріями у 2019-2021 роках

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних підприємства

Відобразимо частку імпорту товарів по категоріях у 2021 році на рисунку 1.5.

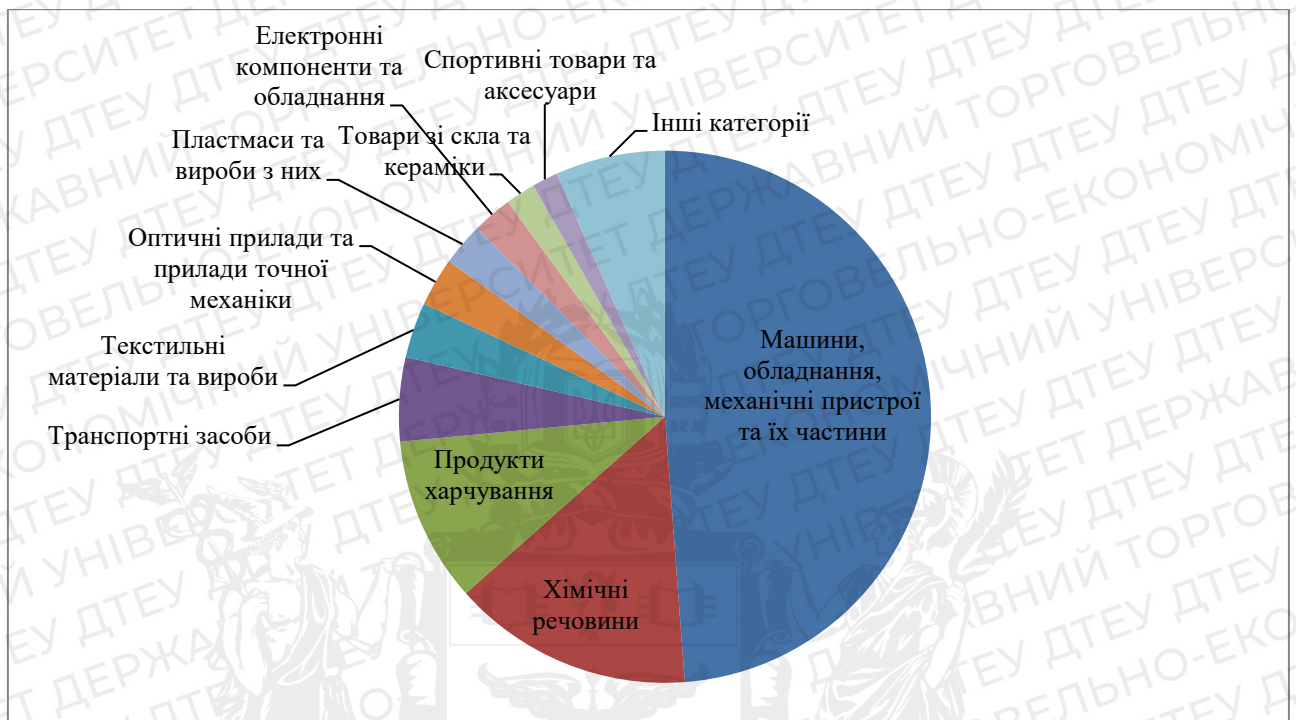


Рис.1.5. Обсяги імпорту за категоріями у 2021 році

Джерело: складено автором на основі внутрішніх даних ТОВ «Епіцентр К»

Отже з рисунка видно, що категорія «Спортивні товари та аксесуари» займає 1,6% від загального обсягу імпорту в 2020 та 2021 роках. Обсяг імпорту спортивних товарів збільшився з 0,38 млрд грн у 2019 році до 0,41 млрд грн у 2021 році, що становить зростання на 7,89%.

Порівняно з іншими категоріями імпорту, спортивні товари мають невелику частку, проте все ж є важливим сегментом імпорту. Варто зазначити, що спортивні товари можуть бути включені в інші категорії, наприклад, «Машини, обладнання, механічні пристрої та їх частини», яка займає найбільшу частку в імпорті.

Аналізуючи дані за 2019-2021 роки, можна стверджувати, що спортивні товари поступово набувають популярності серед українських споживачів і важливі для розвитку спортивної індустрії в Україні.

Проаналізуємо структуру та ціновий діапазон спортивного одягу та аксесуарів, які імпортуються ТОВ «Епіцентр К» (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Перелік імпортного спортивного одягу за видами продукції

Бренди	Категорія товару	Товар
Nike,Puma, 4F, New Balance, Joma, Under Armour, Adidas, Reebok, Columbia, Salomon, Asics, Converse	Спортивні футболки	Чоловічі спортивні футболки Жіночі спортивні футболки Дитячі спортивні футболки Для фітнесу З довгим рукавом Компресійні Для бігу Для футболу
	Спортивні шорти	Чоловічі спортивні шорти Жіночі спортивні шорти Дитячі спортивні шорти Для бігу Для футболу Для плавання Пляжні Для тенісу Для єдиноборств
Nike,Puma, 4F, New Balance, Joma, Under Armour, Adidas, Reebok, Columbia, Salomon, Asics, Converse New Balance, Vans, DC Shoes, Burton Kettler, Head Babolat, Wilson, Yonex	Термобілизна	Для спорту Для чоловіків Для жінок Термошкарпетки Для бігу Термобілизна зимова Для лижного спорту Термотруси
	Спортивні шкарпетки	Дитячі Спортивні Тактичні

	Туристичні Водонепроникні Для бігу Компресійні
Спортивні сорочки	Жіночі спортивні сорочки Чоловічі спортивні сорочки Дитячі спортивні сорочки
Спортивні лосини	Жіночі Дитячі Чоловічі Для фітнесу Для бігу Компресійні Висока посадка Довжина 3/4
Куртки	Чоловічі, жіночі, дитячі Парки Для лижів Вітровки Тактичні Для туризму
Спортивні штани	Чоловічі, жіночі, дитячі Трекінгові Для бігу Водонепроникні Футбольні
Спортивні майки	Для баскетболу Для фітнесу Для бігу

Джерело: сформовано автором на основі [1]

З таблиці видно, що перелік імпортного спортивного одягу включає різні категорії товарів від футболок і шорт до курток та спортивних майок. Найбільш популярні бренди серед спортивного одягу, з якими працює

Епіцентр, включають Nike, Puma, 4F, New Balance, Joma, Under Armour, Adidas, Reebok, Columbia, Salomon, Asics, Converse, New Balance, Vans, DC Shoes, Burton, Kettler, Head, Babolat, Wilson, Yonex.

За категоріями товарів, спортивні футболки є однією з найбільш популярних категорій товарів, які імпортує Епіцентр. У цій категорії присутні чоловічі, жіночі та дитячі спортивні футболки, а також футболки для фітнесу, з довгим рукавом, компресійні, для бігу та футболу.

Також відносно популярними категоріями товарів є спортивні шорти та термобілизна, які також включають чоловічі, жіночі та дитячі варіанти, а також варіанти для різних видів спорту.

Серед інших категорій товарів варто зазначити спортивні шкарпетки, спортивні сорочки, спортивні лосини, куртки, спортивні штани та спортивні майки.

Загалом, таблиця показує, що Епіцентр імпортує широкий спектр спортивного одягу та аксесуарів, що представлені різними брендами та категоріями товарів.

Таблиця 1.8

Перелік імпортованих спортивних аксесуарів за видами продукції

Бренди	Категорія товару	Товар
Nike Puma Adidas Reebok Asics Kettler Head Babolat	Рюкзаки	Спортивні рюкзаки Шкільні рюкзаки Рюкзаки тактичні Сумки, рюкзаки та чохли для ноутбуків Міські рюкзаки Туристичні рюкзаки Слінги та рюкзаки-кенгуру Аксесуари до рюкзаків та сумок
Wilson Yonex Joma Salomon	Спортивні сумки	Спортивні сумки дорожні Спортивні сумки через плече Спортивні сумки для футболу Термомішки

Columbia	Сумки для бігу
Under Armour	Спортивні сумки на пояс
4F	Спортивні сумки на пояс
New Balance	Спортивні рюкзак
Vans	Спортивні сумки для фітнесу
DC Shoes	Сумки-рюкзак
Burton	Рюкзак-мішки
Converse	Спортивні сумки для єдиноборств
	Спортивні сумки Тип косметички
	Спортивні сумки для косметики
Захисні бандажі	Захист для активного відпочинку для коліна
	Шолом для активного відпочинку
	Захист для роликів
	Захист для активного відпочинку набори
	Захист для велоспорту
	Захист для активного відпочинку для ліктя
	Захист для активного відпочинку для зап'ястя
	Захист для спини
	Захист для активного відпочинку для голови
	Захист для активного відпочинку для спини
Спортивні сонцезахисні окуляри	Спортивні сонцезахисні окуляри
Магnezія спортивна	Магnezія спортивна
Тейп кінезіологічний	Тейп кінезіологічний

Джерело: складено на основі даних [1]

З таблиці видно, що більшість брендів, що працюють зі спортивними аксесуарами в Епіцентрі, відомі своєю спеціалізацією в одному або декількох конкретних видів продукції. Nike, Puma, Adidas, Reebok, Asics, Under Armour та 4F займаються в основному виробництвом одягу і взуття для спорту, а Kettler, Head, Babolat, Wilson, Yonex - розробкою і виробництвом спортивних інвентарів, таких як ракетки для тенісу, м'ячі та інші. Захисні бандажі,

спортивні сонцезахисні окуляри, магnezія спортивна та тейп кінезіологічний представлені лише декількома брендами. Зокрема, захисні бандажі відомі такими брендами, як Head, Kettler, Salomon, а спортивні сонцезахисні окуляри - Nike, Adidas, Puma.

У таблиці 1.9 наведено структуру імпорту спортивних товарів та аксесуарів за країнами.

За даними таблиць, представленими в ході аналізу імпортової діяльності спортивного одягу в Епіцентрі, можна зробити наступні висновки:

Загальний обсяг імпорту спортивного одягу в Епіцентр становить 1,6% від загального обсягу імпорту товарів у 2020 році, що є незначним відсотком. Найбільшою категорією спортивного одягу є спортивні футболки, шорти та лосіни, що свідчить про популярність цих товарів серед споживачів.

Таблиця 1.9

Структура імпорту спортивних товарів та аксесуарів за країнами у 2021 році

Країна експортера	Відсоток від загального обсягу імпорту, %
Китай	50
США	15
Європейський Союз	12
Туреччина	5
В'єтнам	4
Пакистан	3
Індія	2
Бангладеш	1
Інші країни	8

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Найбільшим імпортером спортивного одягу для Епіцентру є Китай, що становить понад 50% від загального обсягу імпорту спортивного одягу. США та Європейський Союз також значною мірою відзначаються у структурі імпорту спортивного одягу.

Серед спортивних брендів, з якими працює Епіцентр, можна виділити такі відомі бренди, як Nike, Puma, Adidas, Reebok, Asics, New Balance та інші. Серед спортивних аксесуарів, що імпортуються в Епіцентр, можна виділити рюкзаки, спортивні сумки, захисні бандажі, спортивні сонцезахисні окуляри, магnezію спортивну та кінезіологічний тейп.

Отже, імпорт спортивного одягу та аксесуарів є складовою частиною діяльності Епіцентру, який співпрацює з відомими брендами спортивного одягу та аксесуарів з різних країн світу. Китай є основним постачальником спортивного одягу в Епіцентр, а спортивні футболки, шорти та лосіни є найбільш популярними категоріями спортивного одягу серед споживачів.



РОЗДІЛ 2

ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КРАЇНИ-КОНТРАГЕНТА ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІМПОРТУ СПОРТИВНОГО ОДЯГУ ТА АКСЕСУАРІВ

2.1. Визначення основних тенденції розвитку світового ринку спортивного одягу та аксесуарів

Спортивна індустрія займає значне місце на світовому ринку і оцінюється в більше 40 млрд. доларів США на рік, з тенденцією до постійного зростання [6].

Досліджуючи світовий експорт спортивного одягу, було виявлено, що його обсяг значно збільшився за два роки: з 2,147.05 мільйонів доларів у 2017 році до 2,367.26 мільйонів доларів у 2019 році, що становить зростання на 10,26%. За даними аналітичного інструменту TechPro, загальний обсяг експорту збільшився на 2,71% у 2019 році порівняно з попереднім роком [27].

Проаналізуємо також світовий імпорт спортивного одягу. За період з 2017 по 2019 рік його вартість зросла з 2,087.83 мільйонів доларів до 2,386.85 мільйонів доларів, що показує зростання на 14,32%. Тут, також, було зареєстровано позитивну динаміку в 2019 році порівняно з попереднім роком, імпорт збільшився на 6,84% [27].

Спостерігаючи динаміку змін в обсязі експорту серед головних експортерів, найбільше зростання за період 2016-2019 років відбулося у В'єтнамі (69,73%), Камбоджі (57,27%) та Італії (26,60%). Ці дані вказують на стратегічні зміни в промисловості цих країн та їх зростаючу роль у глобальній торгівлі спортивним одягом.

Щодо імпорту спортивного одягу, найбільший приріст у тому ж періоді спостерігався у Великобританії (68,73%), США (63,70%) та Франції (29,05%). Це свідчить про посилення споживання спортивного одягу в цих країнах, що

може бути викликано зростаючим інтересом до здорового способу життя, збільшенням активності населення та розвитком спортивного ринку.

Отже, можна зробити висновок, що глобальний ринок спортивного одягу продовжує розвиватися і змінюватися, набуваючи нових форм в результаті зміни споживчих уподобань, технологічного прогресу та економічної динаміки різних країн. Такий аналіз сприяє кращому розумінню глобальних тенденцій та може бути корисним для визначення стратегії розвитку для компаній, що працюють у цій галузі.

Споживання спортивного одягу поділяється на три сегменти:

Перший сегмент – «професійний» одяг для спортсменів. Ціна на цей одяг є високою, оскільки він виготовляється з використанням передових технологій та дорогих матеріалів, а також враховує специфіку виду спорту, для якого він призначений. Цей одяг придбають професійні спортсмени, а також члени дорогих спортивних клубів та секцій. У світі кількість споживачів цього сегменту не перевищує 5%, але саме вони дають виробникам основний дохід.

Другий сегмент - одяг для спортсменів-любителів. Він має високу якість, але ціна на нього нижча, ніж на професійний одяг.

Третій, найбільший сегмент - це одяг спортивного стилю, такий як спортивні костюми, куртки тощо. Він використовується для активного відпочинку та в повсякденному житті. Основними споживачами є молоді люди [3].

На сьогодні до найбільших світових виробників спортивного одягу належать наступні компанії:

Adidas - німецька промислова компанія, яка спеціалізується на виробництві високоякісного спортивного одягу та застосовує найсучасніші технології та інновації, що полегшують тренування спортсменів. Її частка на світовому ринку спортивного одягу складає 57% [7].

Nike - одна з найбільш відомих та найбільших компаній в світі, яка випускає спортивні товари під брендами Nike, Nike Golf, Total 90, Air Jordan

та ін. Крім того, Nike є власником таких марок, як Umbro, Cole Haan і Converse. Її частка на світовому ринку становить 18% [8].

Lotto - італійська компанія, яка почала свою діяльність у 1937 році, спеціалізується на випуску різноманітного спортивного одягу. Її частка на світовому ринку спортивного одягу складає 12% [9].

Umbro - британський виробник спортивного екіпірування та одягу, що є головним постачальником спортивної амуніції в Англійській прем'єр-лізі.

Карра - італійська компанія, яка займається виробництвом спортивного одягу та екіпіровки з 1916 року. Її частка на світовому ринку спортивного одягу становить 5% [10].

Reebok - компанія, що виробляє спортивні аксесуари, одяг та багато інших товарів. Вона має розвинену рекламну діяльність та контракти з багатьма відомими гравцями NBA, NHL. Наразі є дочірнім підрозділом компанії Adidas. Її частка на світовому ринку спортивного одягу складає також 5% [11].

Puma - німецька компанія, яка виробляє спортивний одяг та інші товари та має багато дочірніх підприємств у різних країнах світу [12].

Joma - іспанська компанія, що спеціалізується на виробництві спортивного одягу. Вона була заснована у 1965 році [13].

Fila - найбільший виробник спортивного одягу в Південній Кореї. Компанія була заснована в 1911 році в Італії, а права на її володіння кілька разів переходили до різних компаній, в результаті чого Fila була викуплена південнокорейським концерном [14].

Ці компанії мають значний вплив на розвиток спортивної індустрії та забезпечують спортсменів та любителів спорту по всьому світу якісним та сучасним спортивним одягом.

У 2019 році Nike та Adidas були провідними компаніями з виробництва спортивного одягу у світі, з комбінованим доходом понад 65 мільярдів доларів США [15].

Under Armour Inc. зайняла третє місце серед спортивних брендів, але глобальний дохід компанії порівняно з її більшими конкурентами Adidas та Nike є незначним. Німецький бренд Puma, який займає четверте місце у світі за виробництвом спортивного одягу, заробляє майже п'ять разів менше, ніж Adidas. Більш відомі бренди стикаються з конкуренцією від Lululemon та Columbia Sportswear Company [15].

У діаграмі на рисунку 2.1. відображені провідні світові компанії з виробництва спортивного одягу, аксесуарів і взуття в 2020 році за обсягом продажів [4].

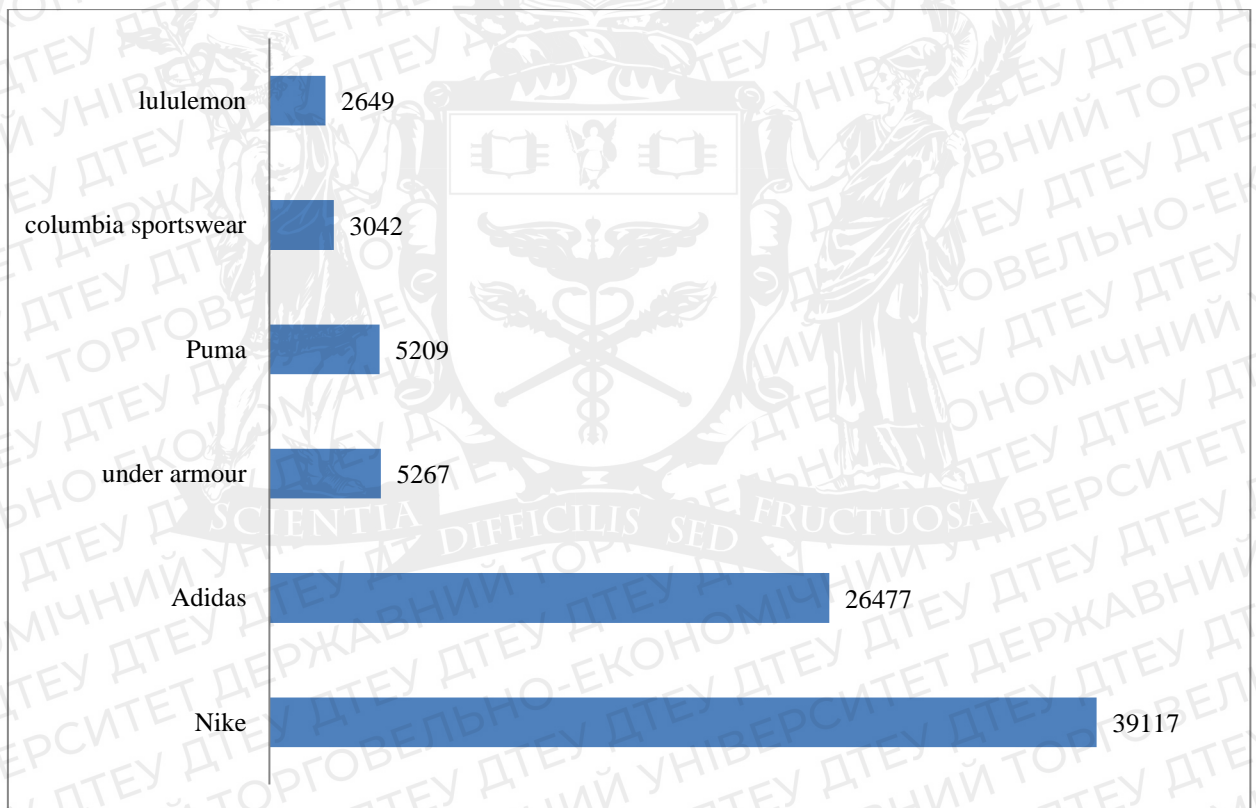


Рис. 2.1. Найбільші світові компанії з виробництва спортивного одягу, аксесуарів та взуття за продажами у 2021 році (в мільйонах доларів США)

Джерело: сформовано автором на основі даних [4]

Враховуючи доходи від продажів, компанія Nike була беззаперечним лідером у досліджуваному періоді. У 2020 році вона заробила 39,117 мільйонів доларів США. У порівнянні з 2010 роком, компанія зростає майже в 2,5 рази.

Компанія Adidas посіла друге місце у досліджуваному періоді. Ці дві компанії явно випереджали своїх конкурентів.

Однак, Lululemon Athletica Inc. значно зміцнила свою позицію на ринку. Між 2010 та 2020 роками, вартість її продажів збільшилася майже в 18 разів. Це приклад компанії, яка змогла зайняти високу позицію на світовому ринку, незважаючи на відносно короткий період свого існування.

У таблиці 2.1. наведено останні оприлюднені офіційні показники позиції на ринку виробництва спортивного одягу та аксесуарів за 2011-2021 роки.

Таблиця 2.1

Світові доходи провідних компаній із виробництва спортивного одягу, аксесуарів з 2011 по 2021 рік (у мільйонах доларів США) [5]

Компанія	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік
Nike	18928	18324	20117	23331	25313	27799	30001	32370	34350	36397	39117
Adidas	14481	15923	18586	19141	19250	19320	18792	21347	23983	25882	26477
under armour	856	1004	1483	1834	2332	3084	3963	4833	4989	5193	5267
Puma	3863	3464	3983	4076	4344	3921	3296	3751	4102	4889	5209
columbia sportswear	1244	1489	1694	1660	1685	2102	2320	2377	2400	2802	3042
lululemon	353	453	712	1001	1370	1581	1797	2101	2344	2244	2649

Джерело: складено автором на основі [5]

Загальна тенденція показує позитивне зростання доходів для всіх компаній протягом дослідженого періоду. Nike та Adidas очолюють список з найбільшими доходами серед вказаних компаній. У 2021 році доходи Nike становили 39,117 мільйонів доларів США, що на 32,4% більше, ніж доходи Adidas, які становили 26,477 мільйонів доларів США. Обидві компанії продемонстрували стабільне зростання доходів протягом усього періоду.

Under Armour, Puma, Columbia Sportswear та Lululemon мають менші доходи в порівнянні з Nike та Adidas, але також відзначаються позитивним

зростанням. Under Armour збільшила свої доходи з 856 мільйонів доларів США у 2011 році до 5,267 мільйонів доларів США у 2021 році.

Puma та Columbia Sportswear показали стабільне зростання доходів, збільшивши їх з відповідно 3,863 та 1,244 мільйона доларів США у 2011 році до 5,209 та 3,042 мільйона доларів США у 2021 році.

Lululemon зазнала найбільшого відносного зростання доходів серед цих компаній, збільшивши свій показник з 353 мільйонів доларів США у 2011 році до 2,649 мільйонів доларів США у 2021 році, що становить понад семикратне зростання.

Збільшення доходів може бути зумовлене більшою кількістю споживачів, які віддають перевагу активному способу життя, збільшенням популярності спортивних заходів та зміцненням брендів на глобальному рівні.

Також можливе збільшення конкуренції на ринку спортивного одягу та аксесуарів, що може спонукати виробників до інновацій та вдосконалення своїх продуктів для забезпечення конкурентних переваг.

Крім того, екологічні питання та соціальна відповідальність стають все більш важливими для споживачів, тому виробники спортивного одягу та аксесуарів мають зосередитися на використанні екологічних матеріалів та сталого виробництва. Це може сприяти підвищенню репутації компанії та збільшенню її доходів.

Відобразимо динаміку світових доходів провідних компаній із виробництва спортивного одягу, аксесуарів і взуття з 2010 по 2020 рік на рисунку 2.2.

Таким чином, можна стверджувати, що світовий ринок спортивного одягу, аксесуарів і взуття залишається дуже конкурентним, проте компанії, такі як Nike, Adidas, Under Armour і Puma, є лідерами у цьому секторі, маючи стійкі показники зростання доходів.

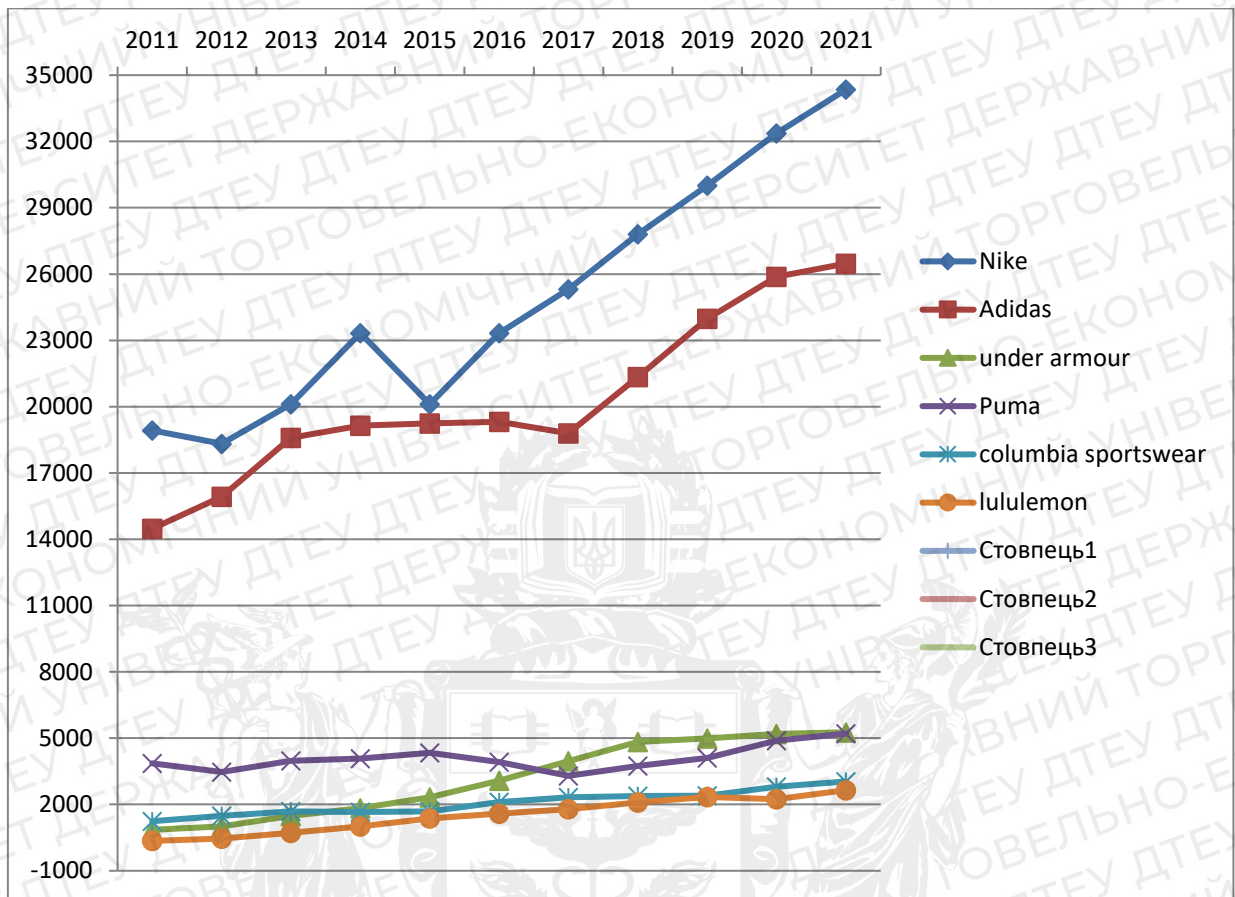


Рис. 2.2. Динаміка світових доходів провідних компаній із виробництва спортивного одягу, аксесуарів з 2011 по 2021 рік, млн. дол.

США

Джерело: сформовано автором на основі [5]

Американська компанія Nike та німецька Adidas є відмінними прикладами глобального розвитку спортивних підприємств. Високий рівень інтернаціоналізації їх діяльності відображається у вартості доходів, які генеруються за межами своєї країни походження. Як Nike, так і Adidas генерують значну частину своїх доходів за кордоном.

Nike займає найбільшу частку ринку глобального спортивного одягу, аксесуарів та взуття, генеруючи дохід по всьому світу.

Територіально, регіон Північної Америки для компанії Nike згенерував найбільшу частину доходу компанії, близько 15,9 мільярдів доларів США в 2021 році. США є ключовим ринком для Nike, при цьому компанія згенерувала близько 41% свого загального доходу саме тут у 2021 році (рис.2.3)

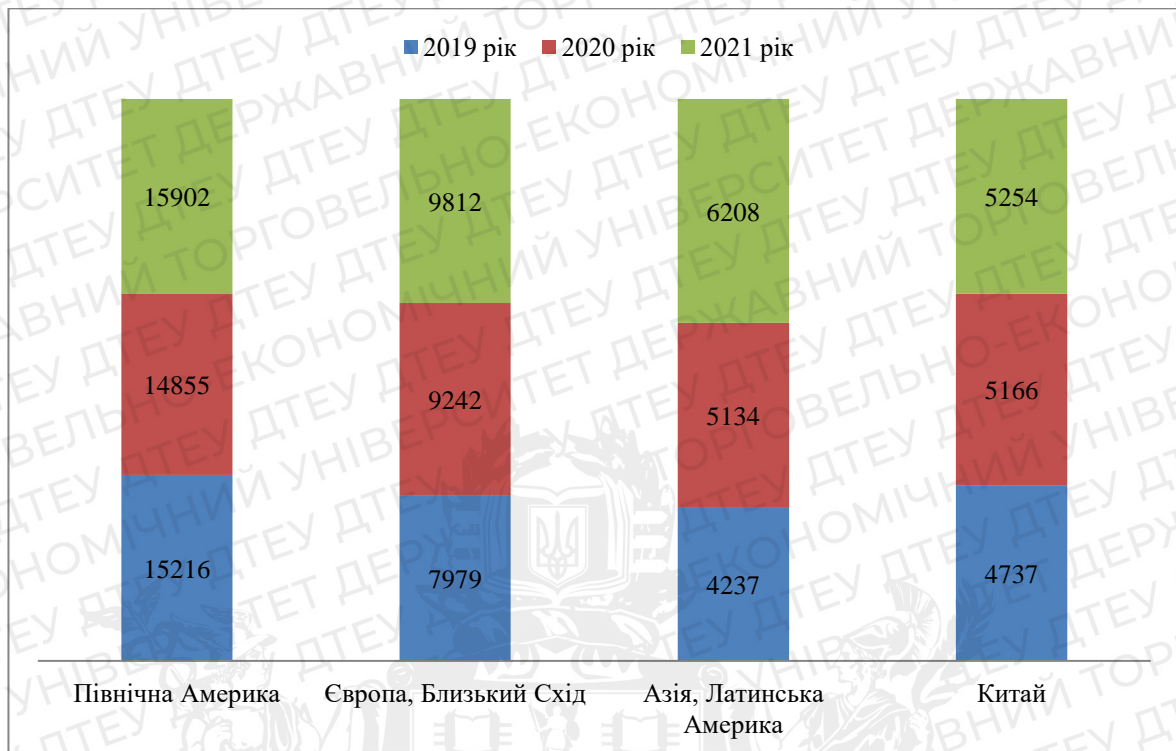


Рис. 2.3. Дохід компанії Nike у всьому світі з 2019 по 2021 роки за регіонами в мільйонах доларів США

Джерело: сформовано автором на основі [15]

Adidas є другою найбільшою міжнародною спортивною компанією. Бренд Adidas став відомим за кордоном вперше у 1954 році, коли збірна Німеччини з футболу носила кросівки Adidas з знімними шипами на фінальному матчі Чемпіонату світу з футболу FIFA у Швейцарії (Schmid et al. 2018). У 2019 році компанія випустила 448 мільйонів пар взуття по всьому світу та 528 мільйонів одиниць спортивного одягу. Тому Adidas став одним з найпопулярніших брендів спортивного одягу серед чоловіків та жінок у всьому світі. У 2020 році Азійсько-тихоокеанський регіон згенерував найбільшу частину доходів компанії (34%). Європа становила 26% доходів компанії. Adidas також має значну частку на ринку спорту в США [15].

Таким чином, глобальний ринок спортивного одягу є дуже прибутковим та прогнозується його подальший зріст у найближчі роки. Nike та Adidas є провідними виробниками спортивного одягу у всьому світі та є провідними глобалістами на ринку спортивних товарів.

Імпортна діяльність провідних брендів спортивного одягу та аксесуарів відіграє важливу роль, оскільки одним із ключових чинників успіху глобальних компаній спортивного одягу, таких як Nike та Adidas, є їхня міжнародна експансія та підкорення нових ринків, що часто вимагає імпорту товарів і послуг з інших країн.

Крім того, імпорт також може впливати на конкурентоспроможність компаній, залежно від цін на імпортовані товари та їх якості. Дослідження показує, що Nike та Adidas генерують значну частину своїх прибутків за кордоном, що свідчить про важливість міжнародної торгівлі та імпорту для успіху на глобальному ринку спортивного одягу.

2.2. Дослідження національного ринку спортивного одягу та аксесуарів

Структура ринку товарів для спорту в Україні різноманітна і насичена. За даними компанії CBRE Ukraine, на ньому переважають монобрендові оператори - вони займають близько 55% сегмента, в той час як частка мультибрендових магазинів складає близько 45% [16].

Якщо аналізувати структуру ринку спортивного одягу та аксесуарів в Україні, можна зазначити, що на ньому переважають іноземні торгові марки. Особливістю українського ринку спортивних товарів є практична відсутність власного виробництва, що є наслідком низької прибутковості підприємств в даному сегменті. Також варто зазначити високий рівень конкуренції з боку зарубіжних виробників.

Так, на ринку представлені такі монобрендові мережі, як Adidas, Nike, New Balance, Under Armour, Reebok, Puma та інші. Мультибрендові мережі - Sportmaster, Intersport, «Мегаспорт» та інші.

Сьогодні в Україні представлено більшість популярних міжнародних монобрендів, як і кілька мультибрендових магазинів, які активно

розвиваються в регіонах країни. При цьому зарубіжні мережі Adidas, Nike, Puma і «Делта Спорт» працюють на нашому ринку більше 20 років [17].

Український ринок спортивних товарів має свої особливості, які можуть вплинути на розвиток бізнесу в цьому секторі. Одним з негативних факторів є велика кількість контрафактної продукції на ринку, яка потрапляє до споживачів без належних перевірок та стандартів якості. Також проблемою є обмеженість якісних торговельних площ, що може обмежувати розвиток брендів на регіональному рівні. Проте, ринок все ще перспективний, тому є можливість для підприємств розвиватися та отримувати прибутки.

В останні роки український ринок спортивних товарів активно розвивається та розширюється завдяки кільком факторам.

Перш за все, на ринку з'являється все більше і більше популярних брендів, що стимулює збільшення конкуренції та підвищення якості товарів. Крім того, зростає популярність активного та здорового способу життя, що пропагується усіма представниками ринку. Бренди активно підтримують різні спортивні заходи, стаючи їх спонсорами та організовуючи власні спортивні події. Наприклад, ДП «АДІДАС-УКРАЇНА» проводить нічні забіги від Adidas, та існує досить велика спільнота Adidas Runners. Крім того, глобальна команда Adidas влаштовує щорічні забіги Run for the Ocean, метою якого є привернути увагу людей до проблем засмічення світового океану [18].

Важливим фактором, що сприяє розвитку ринку, є розширення продажів в онлайн-форматі, що дозволяє більш ефективно рекламувати та продавати товари. Однак, треба зазначити, що на ринку все ще присутня контрафактна продукція, що може негативно вплинути на розвиток бізнесу в цьому секторі.

В таблиці 2.2 наведено рейтинг найбільших мереж магазинів спортивних товарів за даними Асоціації рітейлерів України.

Таблиця 2.2

Найбільші мережі спортивних товарів в Україні

№ з/п	Назва компанії, що розвиває мережу	Країна бренду	Торговельна мережа в Україні	Рік виходу на ринок	Кількість магазинів
1	«Спортмайстер Україна»	Сінгапур/ мультибренд	Sportmaster, Sportlandia, Columbia, Weekender	1996	83
2	«Адідас-Україна»	Німеччина/ Німеччина	Adidas, Reebok	1996	71
3	Мегаспорт	Україна/ мультибренд	«Мегаспорт»	1992	44
4	Марафон	Україна/ мультибренд	«Марафон», Jack Wolfskin, Columbia, Weekender	1999	29
5	Епіцентр К	Україна/ Швейцарія	Intersport	2016	28
6	STL Group	Україна/ США	New Balance	2011	20
7	Делта Спорт Україна	Сербія / мультибренд	«ДелтаСпорт», Nike, Converse, All Stars	1999	20
8	Пума Україна	Німеччина/	Puma	2006	20
9	Peak Sport Ukraine	Китай/Китай	Peak	2011	18
10	Арена-Україна	Україна/ мул.	Arena	1997	14

Джерело: сформовано автором на основі [19]

З таблиці можна зробити висновок, що в Україні присутні як відомі міжнародні бренди спортивних товарів, так і місцеві компанії. Найбільші мережі спортивних товарів у країні, як правило, представляють мультибрендові торгові мережі з іноземним капіталом.

Крім того, серед відомих мереж можна виділити компанії, що представляють один бренд, такі як Puma і Peak Sport Ukraine. У списку також присутня українська компанія Мегаспорт, що розвиває мережу магазинів спортивних товарів.

Варто відзначити, що декілька компаній мають велику кількість магазинів, наприклад, «Спортмайстер Україна» та «Адідас-Україна», що свідчить про значний попит на спортивний одяг і аксесуари в Україні. Загалом, ринок спортивних товарів в Україні розвивається, проте, якщо порівняти з

іншими країнами, можна зробити висновок, що розвиток цього ринку в Україні можна оцінити як середній (рис.2.4).

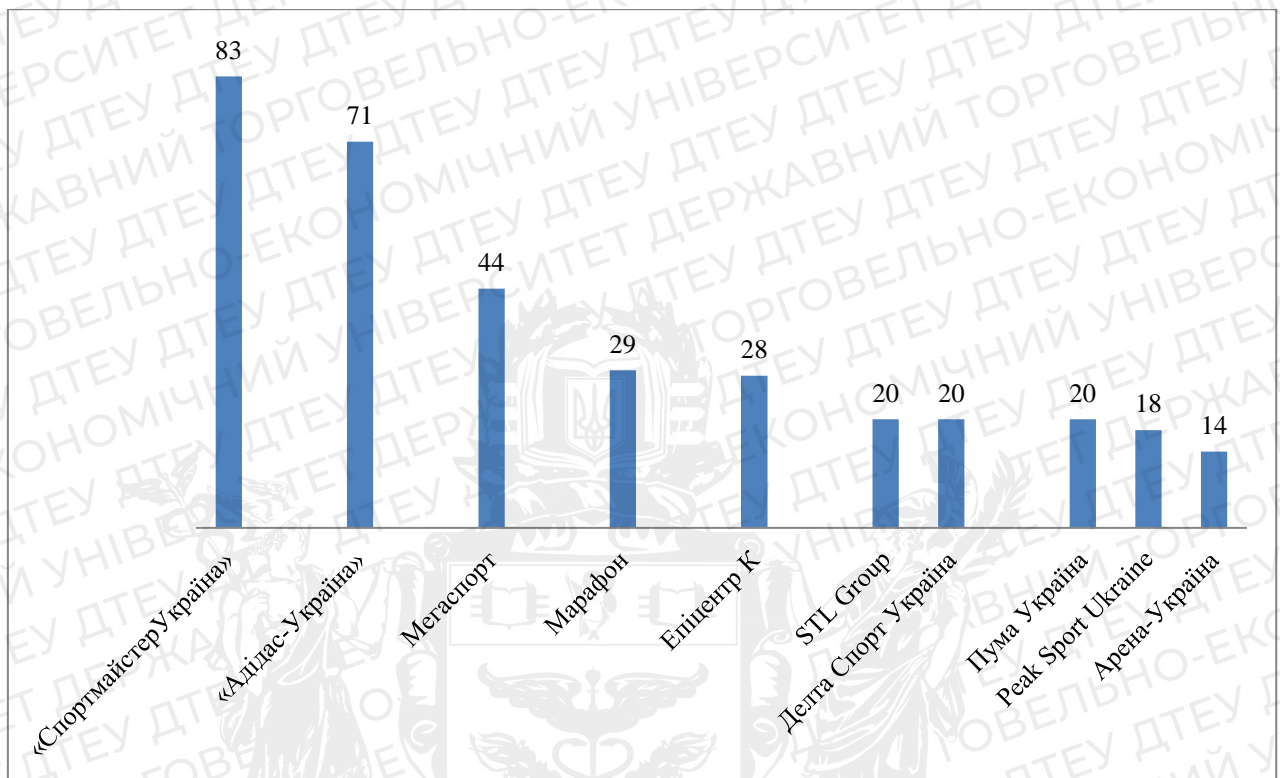


Рис. 2.4. Кількість магазинів спортивного одягу та аксесуарів в Україні станом на початок 2022 р.

Джерело: сформовано автором на основі даних [19]

Як бачимо, мережа «Епіцентр К» входить до топ-5 найбільших мереж спортивних товарів в Україні і пропонує продукцію відомого європейського бренду Intersport. Це може сприяти збільшенню вибору товарів для спорту та активного відпочинку для клієнтів мережі. Проте, у порівнянні з іншими мережами у списку, «Епіцентр К» є наймолодшою та має меншу кількість магазинів, що може вплинути на її ринкову конкурентоспроможність.

Отже бачимо, що український ринок спортивних товарів зараз знаходиться на етапі розвитку, з місткістю приблизно 1,2-1,3 млрд. дол. США. На жаль, частка українських виробників в загальному обсязі цього ринку залишається низькою, коливаючись від 0 до 10% в залежності від категорій товарів. Більшість, приблизно 90%, спортивних товарів на ринку України імпортується з-за кордону [20].

Ринок спортивних товарів в Україні має свої особливості, зокрема, найбільшу частку складають товари для зимових видів спорту. Це пояснюється традиціями зимового відпочинку в Карпатах, а також тим, що приладдя для зимового спорту є дорожчим.

У структурі продажів спортивного одягу на українському ринку лідирують футболки та майки, а також спортивні костюми, частки яких становлять 37,5 % і 29 % від загального обсягу продажів відповідно; продажі курток становлять 1,5 % , продажі шортів і штанів – 3,5 % , купальників – 0,5 %; продажі спортивного взуття – 22,5 % [18].

На сьогоднішній день на українському спортивному ринку можна спостерігати наступні провідні тенденції: високі темпи росту ринку, загострення конкуренції, посилення позицій міжнародних компаній, розвиток регіональних ринків, зміни в системі дистрибуції, формування ринкової інфраструктури та зростання інтересу до спорту та активного способу життя.

Основними споживачами спортивних товарів виступають представники «середнього класу». Ринок спортивних товарів з кожним роком стає все більш привабливим завдяки великій кількості потенційних покупців, недостатній насиченості ринку товарами та моді на спортивний стиль в одязі, взутті та аксесуарах.

Підсумовуючи зазначимо, що на українському ринку спортивних товарів виникають певні проблеми, серед яких значна кількість контрабандного спортивного товару, який часто є застарілим і низької якості. Також однією з найбільших проблем є відсутність кваліфікованих кадрів, особливо дизайнерів та модельєрів. На жаль, деякі українські виробники продовжують випускати несучасні моделі, незважаючи на гарну якість продукції. Проте, загалом ринок спортивних товарів в Україні знаходиться на стадії розвитку, що створює можливості для його подальшого зростання та покращення.

РОЗДІЛ 3

РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ІМПОРТУ ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» СПОРТИВНОГО ОДЯГУ ТА АКСЕСУАРІВ

3.1. Організаційне забезпечення здійснення імпорту ТОВ «Епіцентр К» спортивного одягу та аксесуарів

Сучасні підходи до організаційного забезпечення компанії «Епіцентр К» на вітчизняному торговельному ринку надають можливість стверджувати, що план її постачання є задовільним, бо обумовлений продуманою і раціональною стратегією ефективної роботи.

ТОВ «Епіцентр К» підпорядковується безпосередньо директору, призначеному генеральним директором. Епіцентр К є юридичною особою, є платником пенсійних фондів, фондів соціального страхування, пов'язаних з нарахованою та виплаченою заробітною платою працівників, платником окремих податків відповідних податкових органів. Аналіз попиту та його детермінант є основою дослідження ринку, де метою аналізу є кількісна оцінка потенціалу (ємності) ринку та фактичного рівня первинного попиту.

Структура управління підприємством є ієрархічною, тобто всі працівники прямо чи опосередковано підпорядковуються директорам підприємства. Вищим органом управління є збори учасників. Зборами учасників призначається генеральний директор, який організовує великий супермаркет, підписує договір представляє його в усіх організаціях і установах, видає інструкції, затверджує штатні розклади, формує плани продажу, приймає на роботу та звільняє працівників.

Організаційну структуру ТОВ «Епіцентр К» можна розглянути на рисунку 3.1.



Рис. 3.1. Організаційна структура ТОВ «Епіцентр К»

Джерело: [12]

Товарний попит підприємства «Епіцентр-К» є частиною ринкового попиту, що відповідає ринковій частці підприємства (марки) на базовому товарному ринку у процесі моніторингу ринку, аналізу попиту та прогнозування продукції компанії.

Разом з тим, 90% спортивного одягу та аксесуарів, що продаються в Україні, є імпортованими. А структура імпорту, в свою чергу, визначає цінову сегментацію на ринку одягу. З цієї точки зору виділяють одяг преміум-класу, середньої і низької цінових категорій. Перший імпортується насамперед з європейських країн (Італія, Франція) та США. В середній ціновій категорії пропонується одяг вітчизняного виробництва, доступна продукція

європейських підприємств, а також якісна китайська продукція. І, нарешті, більшість дешевого одягу імпортується в Україну з Китаю [20].

На жаль, в Україні не створено сприятливих умов для іноземного інвестування у національні бренди спортивного одягу, тому всі вони на 100% є результатом капіталовкладень українських бізнесменів. Така ситуація пояснюється нестабільною політичною та економічною ситуацією в країні.

Додатково, труднощі в діяльності вітчизняних виробників пояснюються збільшенням частки контрабандної та контрафактної продукції. На думку фахівців, на легальне виробництво одягу в Україні припадає близько 20-30%, на контрафактну продукцію — близько 20-25%, контрабанда і «сірий» імпорт, відповідно, займають 50-60% українського ринку одягу. Речові ринки є одним з головних каналів поширення контрабандної та контрафактної продукції [21].

Завжди важливо розширювати ринки імпорту товарів, і спортивний сегмент не є виключенням.

Для України пошук нових ринків імпорту спортивних товарів є вкрай важливим з багатьох причин.

По-перше, це може сприяти збільшенню конкуренції на ринку і зниженню цін на спортивний одяг та аксесуари.

По-друге, це дасть можливість українським споживачам мати доступ до більш широкого асортименту спортивних товарів і збільшити свій вибір.

Крім того, це може стимулювати розвиток українського виробництва спортивного одягу та аксесуарів, оскільки конкуренція з іноземними компаніями може змусити виробників підвищити якість своєї продукції та зменшити ціни. Загалом, пошук нових ринків імпорту спортивних товарів є важливим кроком у зміцненні позицій українського ринку спортивного одягу та аксесуарів. Згідно з даними Державної митної служби України за 2021 рік, найбільше спортивного одягу до України імпортується з таких країн [22]:

1. Китай - 29,3% від загального обсягу імпорту.
2. Туреччина - 15,9% від загального обсягу імпорту.
3. Пакистан - 8,8% від загального обсягу імпорту.

4. Бангладеш - 6,8% від загального обсягу імпорту.
5. Камбоджа - 5,6% від загального обсягу імпорту.

Таким чином, можна зробити висновок, що найбільшим постачальником спортивного одягу для України є Китай. Однак, поряд з цим, існують інші країни, які можуть мати потенціал у постачанні спортивного одягу для України, зокрема Європейські країни, такі як Німеччина, Франція, Італія, які мають високі стандарти якості та дизайну в спортивному одязі. Також варто звернути увагу на Японію та США, які є провідними країнами.

Розглянемо більше детально США для імпорту спортивного одягу та аксесуарів.

За останні кілька років Сполучені Штати Америки зберігають стабільну позицію на ринку спортивного одягу та аксесуарів, і мають потенціал для подальшого зростання торгівлі з Україною. Однією з головних переваг США є широкий асортимент продукції відомих брендів, таких як Nike, Adidas, Under Armour та багатьох інших. Брендіві виробники мають великий попит серед українських споживачів, оскільки вони відомі своєю високою якістю, модним дизайном та інноваційними технологіями [23].

Крім того, США є провідною країною у розробці нових матеріалів та технологій для виробництва спортивного одягу та аксесуарів. Такі інновації, як технологія вологовідведення та антибактеріальне покриття, дозволяють створювати більш комфортні та функціональні спортивні виробники, що забезпечують високу продуктивність та безпеку під час занять спортом.

Також варто зазначити, що США має розвинуту систему логістики та дистрибуції, що дозволяє швидко та ефективно постачати продукцію до ринків України. Більшість виробників та постачальників спортивного одягу та аксесуарів мають склади та дистрибуційні центри у США, що дозволяє ефективно організовувати постачання товарів до України.

Зазначимо, що спортивний одяг та аксесуари з США мають високі стандарти якості та безпеки для користувачів, що є важливим аспектом для споживачів українського ринку. Багато американських компаній, які

виробляють спортивний одяг, мають великий досвід у розробці інноваційних технологій та матеріалів, що дозволяє їм створювати продукти, які задовольняють вимоги навіть найвибагливіших споживачів.

Зокрема, в США розробляється та виробляється спеціальний спортивний одяг та аксесуари для різних видів спорту, включаючи біг, баскетбол, футбол, гольф, теніс, бокс та інші. Багато американських компаній спрямовують свої зусилля на розробку спортивного одягу та аксесуарів для занять фітнесом та йогою, які зарекомендували себе як широко поширені та популярні види фізичної активності серед населення.

Також, США має великий ринок спортивного одягу та аксесуарів, який становить значну частку світового ринку. Багато з американських брендів мають світову славу та популярність, що може стати важливим фактором при продажі їх продукції на українському ринку.

Отже, США є перспективною країною для імпорту спортивного одягу та аксесуарів в Україну завдяки своїм інноваційним технологіям та матеріалам, великому внутрішньому ринку та досвіду у забезпеченні якості та безпеки продукції.

Враховуючи вищезазначене можна виділити переваги та недоліки імпорту спортивного одягу та аксесуарів з США (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Переваги та недоліки імпорту спортивного одягу та аксесуарів з США

Переваги	Недоліки
<p>Високі стандарти якості та дизайну; Широкий асортимент продукції; Відомі бренди та визнані лідери у спортивній індустрії; Наявність технологічних інновацій у виробництві; Гнучкість у виробництві та постачанні</p>	<p>Високі вартості виробництва та транспортування; Високий рівень конкуренції на ринку; Проблеми зі сплатою митних зборів та податків; Питання відповідності стандартам якості; Потребується розуміння американських законів та норм</p>

Джерело: сформовано автором

На основі переваг та недоліків імпорту спортивних товарів та аксесуарів з США, проведено SWOT-аналіз (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

SWOT-аналіз імпорту спортивного одягу в Україну з США

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<p>Висока якість спортивного одягу та аксесуарів</p> <p>Широкий асортимент продукції</p> <p>Велика кількість відомих брендів</p> <p>Відомі технології та матеріали</p>	<p>Високі вартості та податки на імпорт</p> <p>Залежність від валютних коливань</p> <p>Труднощі з доставкою та митним оформленням</p>
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<p>Збільшення інтересу до здорового способу життя та фітнесу</p> <p>Збільшення популярності онлайн-шопінгу</p>	<p>Зменшення попиту на спортивний одяг у зв'язку зі зменшенням фінансових можливостей населення</p> <p>Конкуренція з боку інших постачальників</p> <p>Політичні та економічні кризи, що можуть вплинути на імпорт товарів</p>

Джерело: сформовано автором

За результатами SWOT-аналізу імпорту спортивного одягу з США, можна зробити висновок, що ця країна має високий потенціал у постачанні якісного та інноваційного спортивного одягу для України. Перевагами є широкий асортимент та досвід виробництва спортивного одягу, високі стандарти якості та дизайну, а також можливості для співпраці з провідними світовими брендами.

Загрозами можуть бути висока конкуренція з боку інших країн-експортерів, високі вартості виробництва та транспортування, а також можливі проблеми зі зберіганням та розмитненням продукції.

Однак, за наявності ефективної стратегії вибору постачальників та оптимізації логістичних процесів, імпорт спортивного одягу з США може бути дуже перспективним для українського ринку.

Законодавство щодо імпорту спортивного одягу та аксесуарів в Україну регулюється митними правилами та стандартами якості. Україна є членом Світової Торговельної Організації (СТО) та зобов'язана дотримуватися її

правил та зобов'язань. Україна також має підписані договори про вільну торгівлю з багатьма країнами, що сприяє зменшенню митних бар'єрів та спрощенню процедури імпорту.

У США законодавство щодо експорту спортивного одягу та аксесуарів регулюється митними правилами та стандартами якості. Також у США діють закони щодо захисту інтелектуальної власності, що регулюють вивезення контрафактних товарів.

Нижче наведена таблиця, яка демонструє особливості законодавства щодо імпорту спортивного одягу та аксесуарів в Україну з США (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Особливості законодавства щодо імпорту спортивного одягу та аксесуарів в Україну з США

Особливості	Україна	США
Митні правила	Регулюються Митним Кодексом	Регулюються законом «Про мито»
Стандарти якості	Регулюються стандартами ДСТУ	Регулюються стандартами ASTM, ANSI, UL
Закони щодо захисту інтелектуальної власності	Регулюються законом «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг»	Регулюються законами «Про авторське право», «Про товарні знаки», «Про патенти» та іншими відповідними законодавчими актами

Джерело: сформовано автором

Для імпорту спортивного одягу та аксесуарів в Україну з США існують деякі ризики та перешкоди, які можуть стати перешкодою у розвитку цього напрямку. Однією з основних перешкод є митні правила, які регулюються законом «Про мито» [24] та можуть призвести до значних витрат для імпортерів.

Також існують ризики щодо якості і безпеки спортивного одягу та аксесуарів, оскільки законодавство США щодо захисту інтелектуальної власності може бути несприятливим для деяких українських імпортерів.

Крім того, відсутність кваліфікованих кадрів та високі тарифи на доставку товарів також можуть бути значними перешкодами у розвитку імпорту спортивного одягу та аксесуарів з США. Для успішного імпорту спортивного одягу та аксесуарів з США до України, необхідно ретельно вивчити всі законодавчі та митні правила, а також забезпечити високу якість і безпеку товару, що імпортується.

Розглянемо також особливості імпортової діяльності для спортивного одягу та аксесуарів.

Спортивний одяг та аксесуари належить до категорії «Одяг, виготовлений з матеріалів товарних позицій 5602, 5603, 5903, 5906 або 5907: з матеріалів товарної позиції 5602 або 5603: з матеріалів товарної позиції 5602» [26].

Ввізне мито являє собою податок на переміщення товарів через митний кордон України. Див. додатково «Класифікатор звільнень від сплати митних платежів при ввезенні товарів на митну територію України», затверджений наказом Мінфіну від 20.09.2012 року № 1011.

Починаючи з 1 січня 2023 року, відповідно до Закону України ВР №2697-IX від 19.10.2022 «Про Митний тариф України», повна ставка мита становитиме 40%, а пільгова ставка - 10% [26].

При ввезенні товарів на митну територію України базою оподаткування є договірна (контрактна) вартість, але не менше митної вартості цих товарів, з урахуванням мита та акцизного податку, що підлягають сплаті, за винятком податку на додану вартість, що включаються до ціни товарів згідно із законом (див. статтю 190 Податкового кодексу України).

Ставка податку на додану вартість становить 20% та діє з 01.01.2011 року [26].

Єдиний збір стягується з транспортних засобів, які визначені у ст. 5 Закону України від 04.11.99 № 1212-XIV, при їх перетинанні державного кордону, під час здійснення контролю вантажу та транспортних засобів у митних пунктах пропуску, а також під час проїзду автомобільними дорогами, транспортними засобами з перевищенням встановлених загальної маси, осьових навантажень та (або) габаритних параметрів.

Не стягується єдиний збір у разі: перетинання державного кордону авіаційними та водними транспортними засобами, залізничними вагонами без вантажу, залізничними пасажирськими вагонами та легковими автомобілями; транзиту вантажу, який не підлягає пропуску через митний кордон та перевантажується на інший транспортний засіб у зоні митного контролю пункту пропуску, що є одночасно пунктом ввезення та вивезення цього вантажу; в'їзду та виїзду транспортного засобу в межах одного пункту пропуску через держкордон без перетинання митного кордону; переміщення товарів трубопровідним транспортом та лініями електропередачі. Ці правила діють з 01.01.2008 року [26].

У випадку, якщо нормативно-правовим актом передбачена лабораторна перевірка та необхідний відбір проб та зразків товарів для проведення лабораторних досліджень, то такий відбір здійснюється відповідно до встановлених нормативів.

Це передбачено наказом Міністерства фінансів України № 1058 від 02.12.2016 «Про затвердження Порядку взаємодії структурних підрозділів та територіальних органів Державної фіскальної служби України зі Спеціалізованою лабораторією з питань експертизи та досліджень ДФС під час проведення досліджень». Дія наказу починається з 13.01.2017 [26].

3.2. Прогнозна оцінка результативності імпорту ТОВ «Епіцентр К» спортивного одягу та аксесуарів

Для оцінки результативності імпорту спортивного одягу та аксесуарів на ТОВ «Епіцентр К» здійснюється моніторинг витрат на імпорту діяльність. Для аналізу динаміки витрат використовуються показники звітності підприємства та дані, необхідні для горизонтального аналізу імпорту операцій.

Одним із потенційних імпортерів спортивного одягу з США може бути компанія «Sports Unlimited». Вони мають багатий досвід у сфері спортивного одягу та аксесуарів, широкий асортимент продукції та надійні поставки. Крім того, вони пропонують послуги з доставки товару до місця призначення та митного оформлення [25].

З метою прогнозування результативності імпорту спортивного одягу з США для ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» можна скористатись методом ланцюгового індексу. Оцінка результативності буде базуватись на показниках, отриманих з обліку витрат на імпорту діяльність, зокрема загальної суми імпорту за категоріями товарів.

Для цього необхідно визначити закупівельну вартість товару, що є сумою вартості імпортованих товарів. Застосування даного методу дозволяє побудувати прогнозу модель результативності імпорту, що може бути корисною при прийнятті рішень щодо імпорту спортивного одягу та аксесуарів з США для компанії [25].

Одним з найважливіших податків є митний збір. Він обчислюється від закупівельної вартості товару, тобто від вартості самого товару та його перевезення до митного офісу України. Для спортивного одягу та аксесуарів, зазвичай застосовується мито в розмірі 6,5% від контрактної вартості товару. Враховуючи теоретичні відомості щодо оформлення імпорту продукції, визначення ставки мита та обрахунків митної вартості імпортованих товарів спортивного одягу та аксесуарів, здійснимо обчислення митних платежів, які

сплачуються при ввезені на територію України спортивних товарів та аксесуарів.

Таблиця 3.4

Умови здійснення операції постачання спортивних товарів та аксесуарів «Sports Unlimited» в Україну, на умовах поставки EFSE з

Характеристика	Вартість, обсяг
Код УКТЗЕД	6211 Костюми спортивні
Навантаження	925,50
Транспортні витрати	12000 грн
Страховка	5500 грн.
Ставка мита	6,5 %
ПДВ	20%
Курс \$ станом на 17.03.2023 року	36,93 грн.
Вартість однієї одиниці товару	20\$ (738,60 грн.)
Кількість придбаного товару	1000 од.

Джерело: складено автором

Спортивний одяг торгової марки «Sports Unlimited» буде доставлятися до торговельного центру «Епіцентр Калинівка» в Україні, де знаходиться митний центр і термінал. Для цього використовуватиметься послуги міжнародної служби доставки «Meest Express».

Згідно з плановими витратами, транспортні витрати на перевезення партії спортивного одягу складатимуть 12925,50 грн. Завантажувальні роботи, які здійснюватимуться під час прибуття вантажу, обійдуться в суму 5500 грн.

При митному оформленні враховуватиметься ставка мита, яка становить 6,5% від вартості товару, а також ПДВ у розмірі 20%. Ці податки і збори будуть визначені на основі вартості однієї одиниці товару, яка, за поточним курсом долара США, складатиме 20 доларів, або 738,60 грн.

Таким чином, вартість поставки спортивного одягу «Sports Unlimited» в Україну буде складатися з суми вартості товару, транспортних витрат, витрат на завантажувальні роботи, а також мита і ПДВ.

Визначимо митну вартість відповідно до формули та враховуючи витрати покупця (транспортні витрати – 12925,5 грн., завантажувальні – 5500 грн.).

Вартість покупки за контрактом складає 1000 од. (спортивні лосини та спортивні футболки) по 20\$ (738,60 грн.).

На момент перетину кордону курс долара склав 36,93 грн.

Знайдемо вартість контракту, враховуючи, що ціна за одиницю товару складала 738,60 грн./ 36,93, а кількість товару – 1000 шт. (комплектів спортивного одягу)

Визначимо фактурну та митну вартість, враховуючи курс долара станом на 17.03.2023 року:

$$ФВ=20\$ * 1000 \text{ шт.} = 20000,00 * 36,93= 738\ 600 \text{ грн.}$$

Розрахуємо митну вартість для імпортованих спортивних лосін та футболок Sports Unlimited:

$$МВ=738\ 600 + 12000 + 950 + 5500,00 = 757025,50 \text{ грн./} 20498,00\$$$

Ввізне мито для спортивного одягу та аксесуарів імпортованих з США у 2023 році складає 6,5%, тобто дорівнює 49206,63 грн./ 1333\$.

Визначимо суму платежів до державного бюджету.

$$ПДВ=(757025,50 + 49206,63) * 0,2 = 161246,5 \text{ грн.}$$

Сума платежів включає в себе суму всіх нарахованих стягнень і в даному випадку, отже: $161246,5 + 49206,63 = 210456,13 \text{ грн}$

Імпортна вартість контракту в національній валюті (собівартість імпортової операції) = $757025,50 + 210456,13 = 967478,63 \text{ грн.}$

Обрахуємо ефективність здійснюваної імпортової операції.

Дохід від реалізації на внутрішньому ринку = 1300,00 (вартість одиниці товару на внутрішньому ринку) * 1000 = 1300000,00 грн.

$$\text{Ефективність} = \text{Дохід} / \text{Витрати}$$

Ефективність імпортової операції = Дохід від реалізації на внутрішньому ринку / ЩК = $1300000,00 / 967478,63 = 1,34.$

За результатами проведеного розрахунку можна зробити висновок, що імпорт спортивних товарів та аксесуарів "Sports Unlimited" в Україні може бути перспективним. Оцінка ефективності операції показала, що при витратах на митні платежі, транспортні та завантажувальні роботи, операція є прибутковою. Крім того, імпорт цього товару має попит на внутрішньому ринку, що ще більше підвищує його перспективність.



ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідження присвячено актуальній проблемі організації імпорту спортивного одягу та аксесуарів. Результати дослідження дозволяють зробити деякі висновки, а саме:

1. ТОВ «Епіцентр К» є однією з найбільших компаній в Україні в галузі будівельного та господарського товарів. Компанія заснована у 1997 році та має широку мережу магазинів в більш ніж 70 містах України. Однією з переваг ТОВ «Епіцентр К» є висока якість обслуговування та професійний підхід до кожного клієнта. Компанія має власну службу доставки та монтажу, що дозволяє забезпечити повний цикл обслуговування клієнтів.

Компанія ТОВ «Епіцентр К» активно розвивається та постійно вдосконалює свої процеси та сервіс, що дозволяє їй залишатись одним з провідних гравців на ринку будівельного та господарського товарів в Україні.

2. Загальний обсяг імпорту спортивного одягу в Епіцентр становить 1,6% від загального обсягу імпорту товарів у 2021 році, що є незначним відсотком. Найбільшою категорією спортивного одягу є спортивні футболки, шорти та лосіни, що свідчить про популярність цих товарів серед споживачів.

Найбільшим імпортером спортивного одягу для Епіцентру є Китай, що становить понад 50% від загального обсягу імпорту спортивного одягу. США та Європейський Союз також значною мірою відзначаються у структурі імпорту спортивного одягу.

Серед спортивних брендів, з якими працює Епіцентр, можна виділити такі відомі бренди, як Nike, Puma, Adidas, Reebok, Asics, New Balance та інші. Серед спортивних аксесуарів, що імпортуються в Епіцентр, можна виділити рюкзаки, спортивні сумки, захисні бандажі, спортивні сонцезахисні окуляри, магnezію спортивну та кінезіологічний тейп.

Отже, імпорт спортивного одягу та аксесуарів є складовою частиною діяльності Епіцентру, який співпрацює з відомими брендами спортивного

одягу та аксесуарів з різних країн світу. Китай є основним постачальником спортивного одягу в Єпіцентр, а спортивні футболки, шорти та лосіни є найбільш популярними категоріями спортивного одягу серед споживачів.

3. Глобальний ринок спортивного одягу є дуже прибутковим та прогнозується його подальший зріст у найближчі роки. Nike та Adidas є провідними виробниками спортивного одягу у всьому світі та є провідними глобалістами на ринку спортивних товарів.

Імпортна діяльність провідних брендів спортивного одягу та аксесуарів відіграє важливу роль, оскільки одним із ключових чинників успіху глобальних компаній спортивного одягу, таких як Nike та Adidas, є їхня міжнародна експансія та підкорення нових ринків, що часто вимагає імпорту товарів і послуг з інших країн.

Крім того, імпорт також може впливати на конкурентоспроможність компаній, залежно від цін на імпортовані товари та їх якості. Дослідження показує, що Nike та Adidas генерують значну частину своїх прибутків за кордоном, що свідчить про важливість міжнародної торгівлі та імпорту для успіху на глобальному ринку спортивного одягу.

4. На сьогоднішній день на українському спортивному ринку можна спостерігати наступні провідні тенденції: високі темпи росту ринку, загострення конкуренції, посилення позицій міжнародних компаній, розвиток регіональних ринків, зміни в системі дистрибуції, формування ринкової інфраструктури та зростання інтересу до спорту та активного способу життя. Основними споживачами спортивних товарів виступають представники "середнього класу". Ринок спортивних товарів з кожним роком стає все більш привабливим завдяки великій кількості потенційних покупців, недостатній насиченості ринку товарами та моді на спортивний стиль в одязі, взутті та аксесуарах.

На українському ринку спортивних товарів виникають певні проблеми, серед яких значна кількість контрабандного спортивного товару, який часто є застарілим і низької якості. Також однією з найбільших проблем є відсутність

кваліфікованих кадрів, особливо дизайнерів та модельєрів. На жаль, деякі українські виробники продовжують випускати несучасні моделі, незважаючи на гарну якість продукції. Проте, загалом ринок спортивних товарів в Україні знаходиться на стадії розвитку, що створює можливості для його подальшого зростання та покращення.

5. Найбільшим постачальником спортивного одягу для України є Китай. Однак, наряду з цим, існують інші країни, які можуть мати потенціал у постачанні спортивного одягу для України, зокрема Європейські країни, такі як Німеччина, Франція, Італія, які мають високі стандарти якості та дизайну в спортивному одязі. Також варто звернути увагу на Японію та США, які є провідними країнами.

США є перспективною країною для імпорту спортивного одягу та аксесуарів в Україну завдяки своїм інноваційним технологіям та матеріалам, великому внутрішньому ринку та досвіду у забезпеченні якості та безпеки продукції.

Для імпорту спортивного одягу та аксесуарів в Україну з США існують деякі ризики та перешкоди, які можуть стати перешкодою у розвитку цього напрямку. Однією з основних перешкод є митні правила, які регулюються законом "Про мито" та можуть призвести до значних витрат для імпортерів. Також існують ризики щодо якості і безпеки спортивного одягу та аксесуарів, оскільки законодавство США щодо захисту інтелектуальної власності може бути несприятливим для деяких українських імпортерів. Крім того, відсутність кваліфікованих кадрів та високі тарифи на доставку товарів також можуть бути значними перешкодами у розвитку імпорту спортивного одягу та аксесуарів з США. Для успішного імпорту спортивного одягу та аксесуарів з США до України, необхідно ретельно вивчити всі законодавчі та митні правила, а також забезпечити високу якість і безпеку товару, що імпортується.

Одним із потенційних імпортерів спортивного одягу з США може бути компанія «Sports Unlimited». Вони мають багатий досвід у сфері спортивного одягу та аксесуарів, широкий асортимент продукції та надійні поставки. Крім

того, вони пропонують послуги з доставки товару до місця призначення та митного оформлення.

У результаті проведеного аналізу, було виявлено, що імпорт спортивного одягу та аксесуарів "Sports Unlimited" з США в Україну є високоефективним, оскільки ефективність імпортової операції становить 1,38. Це означає, що дохід від продажу товару на внутрішньому ринку, який складає 1,300,000.00 грн, значно перевищує загальні витрати на імпорт, що склали 942,888.30 грн. Відповідно, така імпортна операція є економічно вигідною і може бути рекомендована для подальшого використання.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт ТОВ «Епіцентр К». URL: <https://epicentrk.ua/ua/about/>
2. ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ЕПІЦЕНТР К»: бухгалтерська звітність і фінансовий аналіз за 2020 р URL: https://zvitnist.com/32490244_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOJU_VDPOVDA_LNSTU_EPICENTR_K#zahal.
3. Курдюкова О. С., Лабурцева О. І. Аналіз можливостей і загроз на ринку спортивних товарі. *Технології та дизайн*. 2014. № 3.
4. Global apparel market - statistics & facts URL: <https://www.statista.com/topics/5091/apparelmarketworldwide/#dossierKeyfigures>
5. Macrotrends - The Premier Research Platform for Long Term Investors URL: <https://www.macrotrends.net/>
6. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року URL: <https://ips.ligazakon.net/document/KP210179>
7. Офіційний сайт Adidas URL: <https://www.adidas.com/us>
8. Офіційний сайт Nike URL: <https://www.nike.com/>
9. Офіційний сайт Lotto URL: <https://lotto-sport.com.ua/ua/>
10. Офіційний сайт Кappa URL: <https://www.kappa.com/>
11. Офіційний сайт Reebok URL: <https://www.reebok.in.ua/>
12. Офіційний сайт Puma URL: https://ua.puma.com/uk/?&utm_source=GGL&utm_medium=BS&utm_campaign=ggl_bs_np_ser_brand_exact_search_ukraine&gclid=Cj0KCQjwn9CgBhDjARIsAD15h0ADbkdoLOdWasx99Bs3Gl_k71lkkJog4pEriDLSoZbIIY4Y_NMz44aAneIEALw_wcB
13. Офіційний сайт Joma URL: <https://joma.ua/>
14. Офіційний сайт Fila URL: <https://www.fila.in.ua/>
15. The largest athletic apparel, accessories and footwear multinational companies: economic characteristics, internationalization URL: <https://efsupit.ro/images/stories/octombrie2020/Art%20415.pdf>

16. CBRE Ukraine URL: <https://cbre-expandia.com/uk/>
17. Аналіз стану та перспектив розвитку ринку спортивних товарів України. Бачення директора Retail&Development Advisor Таїсії Литовченко URL: <https://rda.ua/news/analiz-stanu-ta-perspektiv-rozvitku-rinku-sportivnih-tovariv-ukrayini-bachennya-direktora-retail-development-advisor-taisiyi-litovchenko.html>
18. Спортивний рітейл – один із сегментів українського бізнесу, що знаходиться лише на старті свого розвитку URL: http://kotly_opalennya.tilda.ws/page4606795.html
19. Асоціація рітейлерів України URL: <https://rau.ua/>
20. Сучасні тенденції розвитку ринку спортивного одягу URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2018/261/pdf/209-222.pdf>
21. Беднарчук М., Семак Б. Проблеми формування асортименту спортивного взуття та одягу. *Товари і ринки*, 2018.- №1.- С. 35-38
22. Статистика та реєстри URL: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri>
23. Supply chain pros and cons for top 10 global apparel companies URL: <https://www.just-style.com/features/supply-chain-pros-and-cons-for-top-10-global-apparel-companies/>
24. Про державне мито: Закон України: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/7-93#Text>
25. Офіційний сайт Sports Unlimited URL: <https://www.sportsunlimitedinc.com/>
26. Довідка по товару УКТЗЕД URL: <https://qdpro.com.ua/uk/goodinfo/6210101000>

ДОДАТКИ

Додаток А

ТОВ «ЕПШЦЕНТР К»
Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2020 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
 На 31 грудня 2020 року
 Форма №1

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

ТОВ «ЕПЦЕНТР К»

Фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2019 року

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

Форма №1

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			
Баланс	1200	0	21

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

Додаток Б

**Звіт про фінансові результати
(Звіт про сукупний дохід)
за 2020-2021 рік
Форма 2
І.ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код	2020	2021
Виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	43 979 194	50 382 425
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	30 814 751	35 593 670
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий			
прибуток	2090	13 164 443	14 788 755
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	530 835	737 243
Адміністративні витрати	2130	751 814	872 759
Витрати на збут	2150	7 985 945	8 648 047
Інші операційні витрати	2180	254 271	920 408
Фінансовий результат від операційної діяльності			
прибуток	2190	4 703 248	5 084 784
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	3 851	211 555
Інші доходи	2240	354 733	554 085
Фінансові витрати	2250	250 094	295 646
Втрати від участі в капіталі	2255	24 516	0
Інші витрати	2270	363 438	1 438 592
Фінансовий результат до оподаткування			
прибуток	2290	4 423 784	4 116 186
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-821 675	-944 982

Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат			
прибуток	2350	3 602 109	3 171 204
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	3 171 204

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

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

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 2020-2019 рік
Форма 2
I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код	2020	2019
Виручка 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	396373
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	3630712
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

Інвойс

РАХУНОК-ПРОФОРМА/PROFORMA INVOICE

Номер рахунку (якщо необхідно) /Invoice number (if applicable) № 1044 від 22.03.2023

ВІД КОГО /SENT BY					
Компанія/Company Name: «Sports Unlimited»					
ПІБ/Відділ/Name/Department: Department of sportswear					
Адреса/Address / 346 Godshall Drive					
Місто/Індекс Harleysville, PA 19438					
Країна/Country: USA					
Тел./Факс/Tel./Fax No.: 800.693.6368					
КОМУ/SENT TO			НАКЛАДНА №/WAYBILL No.		
Компанія /Company Name: ТОВ «Епіцентр К»			К-сть місць/Number of pieces: 10		
ПІБ/Відділ /Name/Department: Петро Михайлишин			Вага Брутто/Total Gross Weight: 100 кг.		
Адреса/Address: м. Київ, вул. Берковецька, 6-К			Умови поставки: 346 Godshall Drive Harleysville		
Місто /Індекс City/Postal Code: 04128,м. Київ					
Країна /Country: Україна					
Тел./Phone No.: +380505748743					
Повний опис товару Full description of goods	Код ТНЗЕД Customs Commodity Code	Країна виробництв а Country of origin	К-сть Quantity	Ціна за од., валюта Unit Value, Currency	Загальна вартість, валюта Subtotal value, Currency
Spory T-Shirt		USA	1000	20,00 \$	20 000\$
Загальна вартість, валюта/Total value, currency			20 000\$		

Умови транспортування (ІНКОТЕРМС-2020)/Term of transportation (INCOTERMS-2020) - FCA,
м. 600 Markley Street Port Reading, NJ 07064 та були здійснені міжнародною доставкою
Meest Express, до пункту терміналу в місті Київ.

Мета експорту / Reason for export: Вільна реалізація на території України у гіпермаркетах
торговельної мережі «Епіцентр» / Free sale on the territory of Ukraine in supermarkets of the
"Epicentr" retail network

Підтверджую, що вищезазначене вірно /I declare that the information mentioned above is true and correct to the best of my knowledge

Підпис/Signature: _____

ПІБ/Name: _____

Дата/Date: 22.03.2023

Місце для печатки/
Stamp place



Вих. №11 від 22.03.2023 р.

**У «Епіцентр Калинівка»
митний центр та термінал**

ДОВІДКА ТРАНСПОРТНИХ ВИТРАТ

Цим підтверджуємо, що транспортні витрати на перевезення спортивного одягу: «Sports Unlimited», що були здійснені міжнародною службою доставки Meest Express склали **12925,50 грн.**

Довідка видана для митного оформлення зазначеної партії спортивного одягу у Київській митниці Держмитселужби України.

Додаткові документи: Інвойс № 3044 від 22.03.2023 року.

З повагою,

Директор ТОВ «Епіцентр К»

Петро МИХАЙЛИШИН