

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти

Форма навчання денна

Кафедра товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи

Допускається до захисту

Завідувач кафедри

_____ Г. БІРТА

(підпис)

« ____ » _____ 20 ____ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему «Митне оформлення імпорту спортивного одягу»

зі спеціальності

076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

(шифр, назва)

освітня програма

Товарознавство та експертиза в митній справі

ступеня

магістр

(бакалавр, магістр)

Виконавець роботи

Хурса Діана Володимирівна

(прізвище, ім'я та по батькові)

(підпис, дата)

Науковий керівник

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по батькові)

(підпис, дата)

Полтава – 2025

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Затверджую

Завідувач кафедри

_____ Г. БІРТА

(підпис)

«___» _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ ТА КАЛЕНДАРНИЙ ГРАФІК ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

на тему «Митне оформлення імпорту спортивного одягу»

зі спеціальності _____ 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
(шифр, назва)

освітня програма _____ Товарознавство та експертиза в митній справі

ступеня _____ магістр
(бакалавр, магістр)

Прізвище, ім'я, по батькові _____ Хурса Діана Володимирівна

Затверджена наказом ректора № 102-Н від «13» червня 2023р.

Зміст роботи	Термін виконання	Фактичне виконання
Вибір і обґрунтування теми роботи		
Складання та затвердження плану роботи		
Підбір і вивчення літературних джерел, збір і обробка інформації, необхідної для виконання роботи		
Написання I розділу роботи		
Написання II розділу роботи		

Зміст роботи	Термін виконання	Фактичне виконання
Збір практичного матеріалу, його опрацювання		
Написання III розділу роботи		
Написання IV розділу роботи, розробка та обґрунтування пропозицій		
Написання висновків та подання роботи на кафедру		
Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень і пропозицій наукового керівника		
Подання роботи для направлення на зовнішнє рецензування		
Підготовка доповіді до захисту кваліфікаційної роботи		

Дата видачі завдання «__» _____ 20__ р.

Здобувач вищої освіти _____ Хурса Д.В.
(підпис)

Науковий керівник _____ Ткаченко А.С.
(підпис)

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна робота оцінена на _____
(балів, оцінка за національною шкалою, оцінка за ЄКТС¹)

Протокол засідання ЕК № _____ від «__» _____ 20__ р.

Секретар ЕК _____
(підпис)

Відгук наукового керівника

**на кваліфікаційну роботу, виконану здобувачкою вищої освіти 2 курсу
ступеня магістра спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова
діяльність, освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній
справі», Хурсою Діаною Володимирівною
Тема роботи «Митне оформлення імпорту спортивного одягу»**

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на тему «Митне оформлення імпорту спортивного одягу» присвячена дослідженню процесів митного оформлення імпорту спортивного одягу в Україну, а також аналізу нормативно-правових актів, що регулюють цей процес. У роботі розглядаються теоретичні основи митного оформлення, класифікація та експертиза спортивного одягу для митних цілей, а також питання, пов'язані з аналізом митних тарифів та процедурою заповнення митних декларацій.

У кваліфікаційній роботі представлені результати дослідження світового та українського ринку спортивного одягу. Проведено аналіз основних брендів жіночого та чоловічого спортивного одягу.

Кваліфікаційна робота буде корисною не лише для фахівців у галузі митного оформлення, але й для споживачів спортивного одягу, які хочуть зрозуміти, як митні та екологічні стандарти впливають на якість продукції та вибір товару. Важливим аспектом є також інформування про екологічний вплив бездумного споживання та значення відповідального ставлення до вибору одягу.

Ключові слова: спорт, спортивний одяг, бавовна, поліестер, асортимент, аналіз, матеріал, мито, митне оформлення, класифікація, худі, маркування, експертиза.

ANNOTATION

The qualifying work on the topic “Ministry registration for the import of sportswear” is dedicated to the investigation of the processes of official registration for the import of sportswear to Ukraine, as well as the analysis of legal acts that regulate this process. The work examines the theoretical foundations of military registration, classification and examination of sportswear for military purposes, as well as nutrition, associated with the analysis of military tariffs and the procedure for filling out military declarations.

The qualified robot presented the results of a study of the world and Ukrainian sportswear market. An analysis of the main brands of women's and men's sportswear was carried out.

Qualified work will be useful for those who work in a fashionable galuz, as well as for those who wear sportswear, who want to understand how international and environmental standards affect the quality of their products. select product. An important aspect is also information about the environmental influx of thoughtless living and the importance of careful consideration before choosing clothes.

Key words: sports, sportswear, bavovna, polyester, assortment, analysis, material, mito, mint design, classification, hoodie, labeling, examination.

ЗМІСТ

КЛЮЧОВІ СЛОВА.....	8
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ.....	8
ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА СПОРТИВНОГО ОДЯГУ	
1.1. Асортимент спортивного одягу на вітчизняному ринку.....	11
1.2. Характеристика торгових мереж спортивного одягу.....	24
1.3. Вимоги до якості спортивного одягу.....	33
РОЗДІЛ 2. ОБ'ЄКТИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	
2.1. Огляд товарознавчих характеристик сучасного спортивного одягу.....	46
2.2. Об'єкт дослідження.....	56
2.3. Методи дослідження.....	59
РОЗДІЛ 3. ЕКСПЕРТИЗА СПОРТИВНОГО ОДЯГУ	
3.1. Класифікаційна експертиза спортивного одягу для митних цілей на прикладі об'єкту дослідження	64
3.2. Ідентифікація об'єкту дослідження	67
3.3. Дослідження якості об'єкту дослідження.....	70
РОЗДІЛ 4. МИТНЕ ОФОРМЛЕННЯ ІМПОРТУ СПОРТИВНОГО ОДЯГУ	
4.1. Аналіз договору на митне брокерське обслуговування	76
4.2. Регулювання митних тарифів при імпорті спортивного одягу.....	79
4.3. Оформлення імпоротної декларації із застосування програми MD Office...	84
ВИСНОВКИ.....	89
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	91
ДОДАТКИ.....	97

КЛЮЧОВІ СЛОВА

Спорт, спортивний одяг, бавовна, поліестер, асортимент, аналіз, матеріал, мито, митне оформлення, класифікація, худі, маркування, експертиза.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ДСТУ – Державний стандарт України

ISO – Міжнародна організація зі стандартизації

ЄС – Європейський Союз

ВМО – Всесвітня митна організація

УКТ ЗЕД – Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності

ЄАВТ – Європейська асоціація вільної торгівлі

НАФТА – Північноамериканська зона вільної торгівлі

АСЕАН – Асоціація держав Південно-Східної Азії

МЕРКОСУР – Об'єднаний ринок країн Південного конуса

ВСТУП

Актуальність теми. Спортивний одяг займає важливе місце в повсякденному житті сучасної людини. У світі, де активний спосіб життя та турбота про здоров'я стають все більш важливими аспектами, спортивний одяг не лише відповідає потребам комфорту під час фізичних навантажень, але й виконує функції, пов'язані з модою та індивідуальним стилем. Сьогодні спортивний одяг став невід'ємною частиною гардеробу як для тих, хто займається спортом професійно, так і для тих, хто веде активний спосіб життя, займається фітнесом або просто цінує зручність та функціональність у повсякденному одязі.

У сучасному глобалізованому світі митне оформлення є важливим аспектом зовнішньоекономічної діяльності, яке забезпечує регулювання переміщення товарів між країнами та сприяє розвитку міжнародної торгівлі. Зокрема, спортивний одяг, як один з популярних товарів на ринку, має особливості ввезення в країни, що потребують ретельного митного оформлення. Правильне митне оформлення імпорту спортивного одягу не лише забезпечує дотримання національних законодавчих вимог, але й дозволяє ефективно управляти логістичними витратами та мінімізувати можливі ризики при переміщенні товарів через митний кордон.

Імпорт спортивного одягу є важливою складовою частиною економіки багатьох країн, оскільки попит на таку продукцію зростає з кожним роком. Одяг, що використовується для спортивних занять, повинен відповідати високим стандартам якості та безпеки, що включає не лише товарні характеристики, але й відповідність вимогам щодо маркування, сертифікації та митного оформлення. Це включає необхідність правильної класифікації товарів, визначення митної вартості, а також точного заповнення митних декларацій.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження процесу митного оформлення імпорту спортивного одягу та визначення його впливу на якість продукції, а також на дотримання вимог до екологічної безпеки і сталого розвитку в текстильній промисловості.

Завдання кваліфікаційної роботи:

- Вивчити стан ринку спортивного одягу в Україні та світі.
- Описати різноманіття асортименту спортивного одягу;
- Провести аналіз маркування спортивного одягу;
- Дослідити спортивний одяг за основними показниками якості;
- Виконати класифікацію спортивного одягу відповідно до УКТЗЕД;
- Вивчити особливості тарифного регулювання імпорту спортивного одягу;

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес митного оформлення імпорту спортивного одягу.

Предметом дослідження є критерії якості спортивного одягу та процеси митного оформлення.

Наукова новизна дослідження полягає в проведенні асортиментної ідентифікації та експертизи худі, що дозволяє вибрати продукцію високої якості.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 4 розділів, висновків та рекомендацій, списку використаних джерел, додатків. Робота містить 33 рисунки та 6 таблиць. Основний текст роботи викладено на 104 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТОВАРОЗНАВЧА ХАРАКТЕРИСТИКА СПОРТИВНОГО ОДЯГУ

1.1 Асортимент спортивного одягу на вітчизняному ринку

У сучасному світі спорт і здоровий спосіб життя стали важливою частиною повсякденного життя багатьох людей. Разом з цим зростає попит на спортивний одяг, який не тільки сприяє зручності під час тренувань, а й став невід'ємною частиною моди та стилю. Вітчизняний ринок спортивного одягу постійно змінюється та адаптується до нових тенденцій у спортивній індустрії та змінюється попитом споживачів .

В економічному контексті це проявляється через зростання попиту на спортивні послуги, товари та обладнання. Щороку з'являються нові види спорту, що породжує додаткові потреби в спортивних товарах

Формування портрета споживача на внутрішньому ринку спортивного одягу залежить від кількох важливих факторів. По-перше, це конкуренція між вітчизняними та іноземними виробниками. По-друге, значний вплив мають глобальні тренди та популярність міжнародних зірок. По-третє, на смаки та переваги споживачів впливає існування різних модних напрямків у різних соціальних групах [1].

Спорт позитивно впливає на якість життя та стимулює соціальну активність населення. З економічної точки зору, він має важливий вплив на ринок спортивних товарів та послуг, включаючи фітнес-клуби, спортивні зали, а також продаж спортивного одягу та взуття. Це не тільки сприяє розвитку ринку, а й створює нові робочі місця, підтримує розвиток бізнесу в цій сфері.

Зростання спортивних інтересів та розвиток нових видів спорту сприяють збільшенню попиту на спортивний одяг та взуття серед населення. Сучасна молодь обирає спортивний стиль не тільки через захоплення спортом, але й через прагнення до здорового способу життя та відповідність модним

тенденціям. Це відображається в популярності спортивного одягу, який займає значну частку на ринку спортивних товарів. Така популярність свідчить про важливість спортивного одягу для споживачів і його роль у формуванні їхніх вподобань.

Здоровий спосіб життя та фізична активність стали важливими складовими повсякденного життя для багатьох людей у світі. Це глобальне захоплення здоров'ям і фітнесом, яке охоплює різні вікові групи і соціальні верстви, стало не лише трендом, а й стійкою соціальною тенденцією. Відповідно, він сприяє розвитку та популяризації товарів і послуг, що пов'язані з активним способом життя, зокрема спортивного одягу, взуття та аксесуарів.

Попит на ці товари значно зріс завдяки тому, що люди все більше звертають увагу на своє здоров'я та фізичну форму. Спортивний одяг і взуття, що раніше були орієнтовані лише на професійних спортсменів, тепер стали частиною повсякденного гардеробу багатьох людей. У поєднанні з ростом популярності фітнес-центрів, тренувань на відкритому повітрі, а також дієтичного харчування, цей тренд має безпосередній вплив на ринок товарів і послуг.

Цей тренд не тільки створює попит на спортивні товари, а й має значний вплив на економіку в цілому. Величезний ринок фітнес-послуг та спортивних товарів стимулює розвиток нових технологій у виробництві одягу та взуття, таких як використання інноваційних тканин, які забезпечують більший комфорт і підтримку під час активних тренувань. Крім того, цей тренд підвищує усвідомленість серед людей щодо важливості фізичної активності для збереження здоров'я та гарного самопочуття, спонукаючи їх до змін у повсякденному житті [2].

Загалом, здоровий спосіб життя не тільки є ключем до фізичного та психічного здоров'я, але й створює нові можливості для розвитку різних секторів економіки, включаючи спорт, розваги, харчування та медицину.

Ринок спортивного одягу в Україні та світі, під впливом зростаючого інтересу до здорового способу життя та фітнесу, показує стабільний попит на спортивні товари та послуги. Цей попит сприяє розвитку ринку і має кілька ключових аспектів, серед яких можна виділити наступні:

1. Зростання попиту на спортивний одяг та взуття.

У світі та Україні спостерігається значне збільшення попиту на спортивний одяг і взуття завдяки популяризації фітнесу, активного способу життя та здорового харчування. Спортивний одяг вже не обмежується лише спортивними тренуваннями, а стає частиною повсякденного гардеробу, особливо серед молоді та осіб середнього віку. Люди обирають комфортний одяг для активного відпочинку, бігу, йоги або навіть просто для прогулянок.

2. Різноманіття асортименту.

Ринок спортивного одягу характеризується великим різноманіттям асортименту, що включає різні категорії: одяг для фітнесу, для професійних спортсменів, зимовий спортивний одяг, а також стильні та зручні моделі для повсякденного носіння. Споживачі мають можливість вибирати між широким спектром брендів і моделей, що відповідають різним потребам та стилям життя.

3. Інновації у виробництві одягу.

З розвитком спортивної індустрії, технології виробництва спортивного одягу стають все більш інноваційними. Тканини, які використовуються для виготовлення спортивного одягу, стають більш дихаючими, легкими, еластичними та водовідштовхувальними. Виробники також зосереджуються на створенні одягу, що підтримує м'язи і покращує продуктивність, використовуючи технології, які регулюють температуру тіла, знижують потовиділення і забезпечують зручність під час інтенсивних тренувань.

4. Вплив міжнародних брендів.

В Україні, як і в багатьох інших країнах, домінують міжнародні бренди спортивного одягу, такі як Nike, Adidas, Puma, Reebok, Under Armour та інші.

Ці бренди визначають тенденції на ринку та встановлюють високі стандарти якості. Однак, зростаючий інтерес до здорового способу життя також створює можливості для вітчизняних виробників, які прагнуть зайняти свою нішу, пропонуючи якісний, але доступний одяг для фітнесу та спорту.

5. Вплив соціальних мереж та інфлюенсерів.

Соціальні мережі відіграють важливу роль у просуванні спортивного одягу та активного способу життя. Інфлюенсери, фітнес-блогери та знаменитості, які просувають здоровий спосіб життя і популяризують спортивний одяг, значно впливають на уподобання споживачів, особливо серед молоді. Це створює додатковий попит на стильний спортивний одяг, який асоціюється з активністю, здоров'ям і сучасними трендами.

6. Збільшення кількості фітнес-центрів і спортивних клубів.

Оскільки все більше людей займаються спортом та фізичною активністю, зростає кількість фітнес-центрів, тренажерних залів, йога-студій та спортивних клубів. Це сприяє зростанню попиту на спортивний одяг та аксесуари для тренувань. Крім того, багато людей обирають індивідуальні заняття з тренерами, що також створює попит на спеціалізований одяг.

7. Поширення екологічних тенденцій.

В останні роки на ринку спортивного одягу зростає попит на еко-дружні та стійкі продукти. Бренди все частіше використовують матеріали, що виробляються з перероблених тканин, органічного бавовни або інших екологічних матеріалів. Цей тренд відображає загальну тенденцію до усвідомленого споживання та турботи про навколишнє середовище, яка стає важливим фактором для багатьох споживачів.

8. Зміни в поведінці споживачів.

Люди стали більш свідомими щодо своїх витрат і, як правило, шукають оптимальне співвідношення ціни та якості. Враховуючи широкий вибір брендів та моделей спортивного одягу, споживачі все частіше орієнтуються на ті компанії, які пропонують не лише високоякісні продукти, але й вигідні

умови, такі як знижки, акції, лояльні програми. Це стимулює ринок до постійних змін і адаптації до потреб покупців.

9. Економічний вплив на ринок спортивного одягу.

Зростання попиту на спортивний одяг і взуття позитивно впливає на економіку багатьох країн, оскільки стимулює виробництво, працевлаштування та розвиток торгівлі. Спортивна індустрія стала важливим сектором в економіці, створюючи робочі місця не тільки в виробництві, а й у сфері дистрибуції, маркетингу та роздрібній торгівлі.

Приблизно 85% спортивного взуття та 75% спортивного одягу використовуються не лише для спорту. Комфортний та стильний спортивний одяг стає популярним у повсякденному житті, оскільки його носять не тільки під час тренувань, а й в різноманітних інших умовах. Спортивні моделі часто стають частиною повсякденного гардеробу для роботи, відпочинку чи дозвілля. Люди одягають спортивний одяг на роботу, на прогулянки, на спортивні заходи, а також для виконання професійних обов'язків, наприклад, медсестрами, кур'єрами, персоналом ресторанів та іншими представниками різних професій, для яких важливі зручність та практичність [3].

Структура ринку свідчить, що спортивний одяг і товари для спорту займають важливе місце в роздрібній торгівлі України. Споживачі мають можливість обирати як продукцію відомих монобрендових компаній, таких як Nike, Adidas, New Balance, так і різноманітні бренди в мультибрендових магазинах, що створює здорову конкуренцію та сприяє розвитку ринку. Динамічний розвиток цього сегмента, з щорічним зростанням на рівні 10-20%, свідчить про високий попит на спортивний одяг, взуття та товари для активного способу життя в Україні, що в свою чергу підкреслює важливість цього ринку для економіки країни.

Ринок спортивних товарів переживає активний розвиток, супроводжуваний регулярним оновленням асортименту та інтеграцією новітніх технологій у виробничі процеси. Виробники постійно реагують на

змінювані потреби споживачів, пропонуючи інноваційні рішення в області спортивного одягу, взуття та обладнання [4].

Особливе значення в сучасних умовах має дослідження закономірностей розвитку ринку спортивної продукції, оскільки спортивний одяг не лише забезпечує зручність, практичність і стиль, але й значною мірою впливає на ефективність тренувань. Вибір правильного спортивного одягу може покращити комфорт, підтримку та продуктивність під час фізичної активності. Ринок спортивного одягу в Україні ще не досяг свого пікового стану і продовжує активно розвиватись. Завдяки зростаючому інтересу до здорового способу життя, спортивних тренувань та фітнесу, попит на спортивний одяг залишається стабільним, а виробники постійно удосконалюють свої колекції, пропонуючи нові моделі, технологічні матеріали та інноваційні рішення. Цей процес супроводжується динамічним зростанням ринку, що відкриває нові можливості для як для локальних, так і для міжнародних брендів [5].

Сегмент спортивного одягу займає найбільшу частку у світових продажах товарів для здорового способу життя, з обсягом ринку, що становить 38-40 млрд доларів США щорічно. Водночас світовий ринок спортивного одягу поділяється на кілька окремих підсегментів, кожен з яких має свої специфічні характеристики та потреби.

Спортивний одяг для професійних спортсменів. Цей сегмент включає одяг для високих навантажень, спеціалізований для різних видів спорту (легка атлетика, футбол, баскетбол, теніс тощо). Виробники часто використовують інноваційні матеріали та технології, щоб забезпечити максимальний комфорт і підтримку під час тренувань та змагань. Одяг для професіоналів також враховує анатомічні особливості, покращуючи результативність та зменшуючи ризик травм.

Спортивний одяг для аматорів та любителів фітнесу. Цей сегмент орієнтований на людей, які займаються спортом або фітнесом на

аматорському рівні. Одяг для таких споживачів має бути комфортним, функціональним і стильним, але не обов'язково професійним. Популярні моделі включають спортивні штани, футболки, спортивні бюстгальтери, легінси та топи, які підходять для занять у залах або на вулиці.

Повсякденний спортивний стиль (athleisure). В останні роки все більше популярності набуває одяг у стилі athleisure — поєднання спортивного одягу з елементами повсякденного гардеробу. Цей сегмент охоплює одяг, який можна носити не тільки під час тренувань, але й у повсякденному житті: на прогулянках, на роботі чи в повсякденних справах. Зручність, стиль та універсальність роблять цей сегмент одним з найшвидше зростаючих на ринку.

Спеціалізований спортивний одяг для певних умов. Це одяг, призначений для специфічних активностей, таких як гірські лижі, альпінізм, водні види спорту або трекінг. Одяг у цьому сегменті виготовляється з високоякісних матеріалів, що забезпечують захист від екстремальних умов (холоду, вітру, води) і дають можливість комфортно проводити час на відкритому повітрі.

Екологічний спортивний одяг. Сегмент спортивного одягу, виготовленого з екологічно чистих матеріалів, також набуває популярності серед споживачів, які прагнуть зберегти природу та підтримати сталий розвиток. Виробники використовують перероблені тканини, органічні матеріали та екологічно чисті виробничі процеси.

Одяг для людей з особливими потребами. Враховуючи інклюзивність сучасного світу, де фізична активність є важливою частиною життя людей з обмеженими можливостями, з'являються спеціалізовані колекції спортивного одягу. Цей сегмент пропонує продукцію, адаптовану для людей з особливими фізичними вимогами або обмеженнями.

Розподіл ринку свідчить про те, що споживачі підходять до вибору спортивних товарів з урахуванням своїх індивідуальних потреб та інтересів у

спорті. Ринок спортивних товарів в Україні характеризується багатим асортиментом, який здатен задовольнити різноманітні потреби як спортсменів, так і тих, хто активно займається фізичними вправами [6].

Найбільшими ритейл-операторами українського ринку спортивних товарів за кількістю торговельних точок є «Спортмастер-Україна» та «Адідас-Україна». Обидві компанії є підрозділами міжнародних корпорацій і займають лідируючі позиції на ринку завдяки розвиненій мережі магазинів, які пропонують широкий асортимент спортивного одягу, взуття та аксесуарів.

«Спортмастер-Україна» є лідером на ринку спортивних товарів в Україні, з наявністю 83 моно- та мультибрендових магазинів під марками Sportmaster, Sportlandia, Columbia та Weekender. Компанія планує розширити свою присутність, відкривши ще вісім нових торгових точок протягом найближчих двох років [7]. Це свідчить про стабільний попит на спортивні товари та активний розвиток мережі.

Серед інших великих міжнародних гравців на українському ринку можна виділити сербську компанію Delta Sport (підрозділ в Україні — «Делта Спорт Україна»), німецьку компанію Puma («Пума Україна») та китайського виробника спортивного спорядження Peak (підрозділ Peak Sport Ukraine). Ці компанії також активно розвивають свої мережі в Україні, пропонуючи широкий асортимент спортивного одягу, взуття та аксесуарів.

«Спортмастер-Україна» є частиною міжнародної групи компаній «Спортмастер», яка спеціалізується на роздрібній торгівлі спортивними товарами в кількох країнах світу. Мережа пропонує великий вибір товарів для різних видів спорту та активного відпочинку, що робить її популярною серед українських споживачів. Постійне оновлення асортименту та доступність високоякісних спортивних товарів роблять «Спортмастер-Україна» важливим гравцем на українському ринку, що відповідає зростаючому попиту на спортивний стиль життя серед населення.

«Адідас-Україна» — підрозділ німецької міжнародної компанії Adidas Group, що спеціалізується на виробництві спортивного одягу, взуття та аксесуарів. Adidas є одним із світових лідерів у галузі виробництва спортивної продукції та активного взуття. Заснована в Німеччині в 1949 році, компанія понад 70 років займає провідні позиції на глобальному ринку спортивного одягу та взуття.

«Адідас-Україна» активно розвивається на українському ринку, пропонуючи широкий асортимент спортивного одягу, взуття та аксесуарів як для професійних спортсменів, так і для людей, що ведуть активний спосіб життя. Бренд активно працює не тільки через свої офлайн-магазини, а й через онлайн-платформи, забезпечуючи зручний доступ до продукції для різних груп споживачів [8].

Компанія постійно оновлює асортимент, впроваджуючи новітні технології у виробництво, що дозволяє створювати спортивні товари, які забезпечують комфорт, ефективність та підтримку під час тренувань. Продукція Adidas є не тільки функціональною, а й модною, що робить її популярною серед людей, які слідкують за трендами в спортивному стилі.

Також важливою частиною стратегії «Адідас-Україна» є розвиток партнерських відносин з фітнес-центрами, спортивними клубами та спортсменами, що сприяє підвищенню впізнаваності бренду та його авторитету в Україні. Adidas продовжує утримувати свою позицію одного з найбільш впізнаваних брендів на ринку спортивної продукції, завдяки високій якості та інноваційним підходам до дизайну і функціональності своїх товарів.

Потенційних покупців спортивного одягу можна структурувати за кількома основними критеріями.

– Споживачі, що займаються професійним спортом
Це люди, для яких спортивний одяг є необхідним елементом тренувального процесу. Вони шукають спеціалізовані товари, що відповідають вимогам їх

виду спорту (легка атлетика, футбол, теніс, баскетбол тощо) і мають високі технічні характеристики (комфорт, підтримка, зручність).

– Споживачі, які займаються аматорським спортом і фітнесом. Ця група складається з людей, які займаються спортом для підтримки фізичної форми, схуднення або загального оздоровлення. Для них важливі як комфорт, так і модний вигляд спортивного одягу, тому вони часто обирають одяг, який підходить для різних видів активності, таких як йога, плавання, біг або заняття в тренажерному залі.

– Молодь, орієнтована на спортивний стиль. Для цієї групи важливі не тільки функціональні характеристики одягу, а й модний вигляд. Молоді люди часто вибирають спортивний одяг як частину своєї щоденної моди, поєднуючи комфорт і стиль. Вони схильні до покупки продукції від популярних брендів, таких як Nike, Adidas, Puma, що надають трендові і стильні колекції (рис. 1.1).



Рисунок 1.1 – Аудиторія користувачів спорттоварами

Добірка українських брендів спортивного одягу, що здобули популярність завдяки своїм унікальним колекціям та підходам до виробництва: [9].

1. Territory of Yoga

Бренд, спеціалізується на спортивному одязі для йоги та фітнесу, що виготовляється з натуральних тканин, які створюють ефект "другої шкіри". Їхні колекції вирізняються авторськими принтами та зручністю для

практикуючих йогу. Бренд був створений тренером з йоги Світланою Масленниковою, що забезпечує глибоке розуміння потреб своїх клієнтів і створення максимально комфортного одягу для тренувань (рис. 1.2) [10].



Рисунок 1.2 – бренд Territory of Yoga

2. Designed For Fitness

Це бренд, який поєднує стиль та функціональність, пропонуючи яскраві фірмові принти і високу якість тканин. Зокрема, серед клієнтів бренду – популярні особистості, як-от Олена Шишкова та Регіна Тодоренко. Designed For Fitness пропонує широкий асортимент товарів для фітнесу та активного відпочинку, орієнтуючись на сучасні потреби спортсменів і людей, що займаються фізичною активністю (рис. 1.3) [11].



Рисунок 1.3 – бренд Designed For Fitness

3. BLVCK LIMIT

Український бренд з західним характером, що здобув популярність завдяки стильному дизайну та зручному спортивному одягу для хлопців. Проте бренд також пропонує лімітовану лінійку для дівчат, що поєднує функціональність та актуальний стиль. Особливістю бренду є стильні речі в

чорно-білій гамі, що підходять для активних тренувань та повсякденного носіння (рис. 1.4) [12].



Рисунок 1.4 – бренд BLVCK LIMIT

4. Rikky Hure

Український бренд, який виготовляє спортивний одяг та білизну, що поєднує комфорт, стиль і високу якість. Колекції Rikky Hure дозволяють відчувати себе впевнено не тільки під час тренувань, але й у повсякденному житті. Вони пропонують стильні комплекти для фітнесу, які акцентують увагу на комфорті та відчутті власної гідності під час активної діяльності (рис. 1.5) [13].



Рисунок 1.5 – бренд Rikky Hure

Ці бренди активно розвиваються і здобувають популярність завдяки унікальним пропозиціям на ринку спортивного одягу в Україні. Вони орієнтуються на потреби активних людей, поєднуючи стиль, комфорт і інноваційні матеріали для спорту та активного способу життя.

Основні тенденції розвитку українського ринку одягу в сучасних умовах включають:

- впровадження новітніх технологій у виробництво одягу, а також зростаючий попит на військовий одяг;
- зниження купівельної спроможності населення;
- розширення ринку домашнього та спортивного одягу;
- орієнтація на середній клас споживачів;
- підвищення якості обслуговування, збільшення кількості великих та монобрендових магазинів, а також посилення конкуренції серед компаній

Вітчизняний ринок одягу має значний потенціал для розвитку, проте для підвищення його конкурентоспроможності та привабливості для споживачів потрібно вжити низку стратегічних заходів. Одним із ключових напрямів є розвиток виробництва одягу в стилі кежуал. Такий одяг відповідає сучасним модним тенденціям і задовольняє потреби споживачів, оскільки він є зручнішим і практичнішим порівняно з класичними варіантами, що є важливим для тих, хто веде активний спосіб життя [14].

Іншим важливим напрямком є підвищення рівня діджиталізації бізнесу. Оскільки все більше споживачів віддають перевагу покупкам онлайн, українським виробникам одягу необхідно активно розвивати свої онлайн-магазини та інтернет-присутність для залучення нових клієнтів і збільшення обсягів продажу.

Крім того, варто звернути увагу на розширення розмірного асортименту. Це дозволить охопити ширшу аудиторію, зокрема людей з різними типами фігур, що в свою чергу сприятиме збільшенню лояльності споживачів і розширенню клієнтської бази.

Таким чином, впровадження інноваційних підходів у виробництво та продаж одягу, а також фокус на розширення асортименту та онлайн-продажі допоможуть підвищити конкурентоспроможність вітчизняного ринку одягу та задовольнити різноманітні потреби сучасних споживачів.

Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного ринку одягу важливо також підтримувати ідеї екологічності та соціальної відповідальності в виробництві. Сталий розвиток виробництва передбачає використання екологічно чистих матеріалів та реалізацію соціальних стандартів, що допоможе підвищити довіру споживачів до українських брендів. Такий підхід не лише відповідає вимогам сучасного ринку, але й сприяє формуванню позитивного іміджу серед покупців, які дедалі більше орієнтуються на відповідальність брендів.

Для збільшення обсягів продажів одягу на внутрішньому ринку важливо створювати умови для зростання платоспроможного попиту. Водночас важливим кроком є стимулювання впровадження нових технологій на підприємствах, що виробляють одяг. Надання податкових пільг, кредитів та інших форм підтримки дозволить підвищити ефективність виробництва та зробити продукцію більш конкурентоспроможною.

Зниження податкового навантаження на виробників і торгові підприємства допоможе знизити ціни на одяг, що зробить його більш доступним для широкого кола споживачів. Особливу увагу слід приділити регулюванню цін на товари для дітей та осіб похилого віку, що дозволить захистити інтереси найбільш вразливих груп споживачів [15].

Завдяки реалізації цих заходів вітчизняне виробництво одягу може значно підвищити свою конкурентоспроможність, а також стати більш привабливим для споживачів, забезпечуючи доступ до якісної та доступної продукції для різних соціальних груп.

1.2. Характеристика торгових мереж спортивного одягу

Торгові мережі спортивного одягу займають важливе місце на ринку спортивних товарів, надаючи споживачам широкий вибір продукції для фізичної активності та активного способу життя. Це можуть бути як великі

міжнародні бренди, так і вітчизняні компанії, які спеціалізуються на виробництві та продажу спортивного одягу, взуття та аксесуарів. Завдяки розвитку спортивної індустрії та зростанню інтересу до здорового способу життя, ринок спортивного одягу продовжує розвиватися, і кожен ритейлер має свою специфіку та стратегію виходу на споживача.

Торгові мережі спортивного одягу можна умовно поділити на кілька категорій залежно від формату роботи, цільової аудиторії та асортименту продукції.

Типи торгових мереж спортивного одягу:

1.1. Монобрендові магазини

Монобрендові магазини спеціалізуються на продажу продукції одного конкретного бренду. Вони дозволяють створити єдиний імідж бренду і пропонують покупцям виключно товар цієї марки. Популярними монобрендовими магазинами в Україні є магазини таких відомих брендів, як Nike, Adidas, Puma, Reebok, New Balance та інші. Особливостями таких магазинів є концентрація на одному бренді, що дозволяє поглиблено розкривати асортимент цієї марки, висока лояльність споживачів, які обирають певний бренд за його якість та стиль, також ексклюзивність, покупці часто мають можливість придбати новинки першими [16].

1.2. Мультибрендові магазини

Мультибрендові магазини продають продукцію різних виробників. Це дозволяє споживачам вибирати між кількома брендами, що пропонують товари в одному ціновому сегменті. Прикладами таких мереж є Sportmaster, Intersport, Марафон, Дельта Спорт та інші. Основними перевагами мультибрендових магазинів це широкий асортимент, можливість обрати одяг і взуття для різних видів спорту від різних брендів. Цінова доступність так як представлені різні марки, є можливість вибору за різними ціновими категоріями. Зручність для покупців, можливо обирати одяг, взуття і

аксесуари для всієї родини або для різних видів активностей в одному місці [17].

1.3. Інтернет-магазини

Інтернет-магазини, які спеціалізуються на продажу спортивного одягу та взуття, надають покупцям зручний доступ до продукції без необхідності фізичного відвідування магазину. Вони часто пропонують широкий асортимент товарів з доставкою додому або в найближчі пункти самовивозу. Онлайн-торгівля також дозволяє здійснювати порівняння цін і асортименту різних брендів. Прикладами таких інтернет-магазинів можуть бути Adidas.ua, Sportmaster.ua, Rozetka, Lamoda та інші. Переваги онлайн-продажів: можливість здійснювати покупки в будь-який час доби, інтернет-магазини часто мають великий вибір, який важко відтворити в фізичних магазинах, онлайн-магазини часто пропонують спеціальні акції, промокоди та знижки для покупців [18].

1.4. Торгові мережі з фізичними магазинами і онлайн-платформами

Деякі торгові мережі успішно поєднують фізичні торгові точки з онлайн-магазинами, таким чином охоплюючи більшу аудиторію. Це дозволяє не лише безпосередньо здійснювати покупки, але й переглядати товар перед покупкою в інтернеті або в фізичних магазинах. Приклади таких мереж включають Sportmaster, Intersport, Adidas, Nike, Puma.

Успіх торгової мережі значною мірою залежить від того, який асортимент продукції вона пропонує своїм покупцям. Продукція спортивних мереж зазвичай включає:

Спортивний одяг:

- Футболки, майки — основний елемент гардеробу для фізичної активності.
- Шорти, лосини, спортивні костюми — для тренувань, йоги, фітнесу або активного відпочинку.

- Спеціалізовані костюми для спорту: для бігу, тренувань, баскетболу, футболу, плавання.
- Куртки та ветровки — для активного відпочинку в прохолодну погоду.

Спортивне взуття:

- Кросівки для різних видів спорту (біг, футбол, баскетбол).
- Тренувальні кеди та кросівки — для зручності на тренуваннях.
- Взуття для активного відпочинку — сандалі, сланці, черевики для туризму, гірських походів.

Аксесуари:

- Сумки, рюкзаки для спортивного інвентарю.
- Головні убори, рукавички, носки для зручності та захисту під час тренувань або активного відпочинку.
- Спортивні гаджети: фітнес-браслети, годинники, пульсометри.

Спеціалізоване спортивне обладнання:

- Товари для йоги (матраци, блоки, ремені), фітнес-інвентар (гантелі, еластичні стрічки), м'ячі, штанги та інші тренувальні прилади.

Цільова аудиторія торгових мереж спортивного одягу може бути досить широкою, адже зростання популярності здорового способу життя охоплює різні вікові та соціальні групи. Такі як: молодь та студенти, професійні спортсмени, люди які ведуть активний спосіб життя.

Для молоді цей стиль став популярним оскільки ця категорія покупців часто шукають модний, але при цьому зручний одяг, який можна носити не тільки для тренувань, а й у повсякденному житті. Для професійних спортсменів важливою є якість та спеціалізація продукції. Спортивний одяг і взуття повинні відповідати вимогам конкретних видів спорту. Через зростаючий інтерес до фітнесу, бігу, йоги, активного відпочинку та здорового способу життя сприяє зростанню попиту на спортивний одяг серед людей різного віку та соціальних груп людей, які ведуть активний спосіб життя.

Торгові мережі спортивного одягу працюють в умовах високої конкуренції і динамічних змін на ринку [20]. Попри успіхи в розвитку та поширенні, вони стикаються з низкою серйозних викликів, які потребують ефективного управлінського підходу та інноваційних рішень.

Серед основних проблем можна виділити:

Конкуренція на ринку спортивного одягу є однією з основних проблем, з якою стикаються торгові мережі. Вона проявляється як на міжнародному, так і на місцевому рівні. Міжнародні бренди (такі як Nike, Adidas, Puma, Reebok) мають значні ресурси для розвитку, реклами та просування своїх продуктів. Вони займають лідируючі позиції на ринку, але їхня висока вартість може бути бар'єром для деяких покупців. Місцеві бренди намагаються знижувати ціни та адаптувати продукцію до специфічних потреб національних споживачів, але через менший бюджет на маркетинг і рекламу часто не можуть конкурувати з міжнародними гігантами.

Ця конкуренція може призводити до зниження цін та падіння маржі, оскільки продавці змушені знижувати вартість товарів для залучення покупців. У таких умовах важливо знаходити правильний баланс між ціною та якістю продукції.

Високі витрати на рекламу та просування. Щоб залучити увагу споживачів і забезпечити конкурентоспроможність, бренди витрачають значні кошти на рекламу та просування своєї продукції. Це включає: телевізійну та онлайн-рекламу: великі бренди активно використовують всі канали комунікації для просування своїх товарів. Спонсорство спортивних подій: бренди, такі як Nike і Adidas, часто є спонсорами великих спортивних подій, що підвищує їх впізнаваність. Інфлюєнс-маркетинг: реклама через блогерів та спортивних зірок стала важливим інструментом для залучення молоді аудиторії.

Водночас ці витрати на рекламу і маркетинг безпосередньо впливають на кінцеву ціну товару. Бренди часто вимушені підвищувати ціни на свою

продукцію, щоб покрити витрати на рекламу, що може негативно позначитися на попиті серед споживачів з середнім і низьким рівнем доходу [21].

Зміна потреб споживачів. Сучасні споживачі стають більш вимогливими до якості, функціональності та естетики спортивного одягу. Ось кілька аспектів, які змінюють поведінку споживачів:

- Зростання попиту на екологічно чисту продукцію. Споживачі все більше звертають увагу на те, чи використовуються для виготовлення одягу екологічно чисті матеріали, чи продукція є стійкою до впливу навколишнього середовища. Бренди, які не відповідають цим вимогам, можуть втратити свою частку ринку.

- Зміна стильових уподобань. Спортивний одяг поступово стає не лише функціональним, але й модним, частиною повсякденного гардеробу. Тренди змінюються дуже швидко, і бренди повинні оперативно реагувати на нові запити споживачів, в іншому випадку вони ризикують втратити актуальність.

- Індивідуалізація продуктів. Споживачі прагнуть до персоналізації одягу, тому попит на кастомізовані варіанти зростає. Це створює нові виклики для виробників, адже вони повинні знаходити нові способи пропонувати продукцію, яка відповідатиме цим вимогам [22].

У зв'язку з цим бренди змушені постійно адаптувати свої колекції до змінюваних споживчих вподобань, що вимагає значних інвестицій у дослідження ринку, розробку нових моделей та інноваційні технології виробництва.

Економічні та соціальні фактори

Загальноекономічна ситуація в країнах, зміни в купівельній спроможності населення, коливання валютних курсів також можуть мати значний вплив на ринок спортивного одягу. У періоди економічних криз або зростання безробіття попит на дорогий спортивний одяг може значно

знизитися, тоді як попит на більш доступні бренди або акційні пропозиції може зрости.

Проте, торгові мережі спортивного одягу продовжують розвиватися, адаптуючись до змінюваних умов ринку. У майбутньому можна очікувати кілька ключових трендів і факторів, які суттєво впливатимуть на їх розвиток.

Зростання попиту на еко-продукцію

Суспільство стає все більш свідомим у питаннях екології та сталого розвитку, і цей тренд не обійде сферу спортивного одягу. Споживачі все частіше звертають увагу на те, як виробники ставляться до впливу своїх продуктів на навколишнє середовище.

Екологічно чисті матеріали: зростатиме попит на одяг, виготовлений з перероблених або органічних матеріалів. Наприклад, багато брендів уже впроваджують у свої колекції тканини з перероблених пластикових пляшок або органічної бавовни, що дозволяє знижувати негативний вплив на природу.

Етика виробництва: споживачі все більше цінують прозорість виробництва, етичні практики та справедливі умови праці для працівників. Це може стати важливим фактором для покупців при виборі бренду.

Зелені технології: прогрес у виробництві матеріалів, які менш шкодять довкіллю, а також використання енергозберігаючих і водоочисних технологій у виробництві може стати важливим елементом конкурентної переваги для брендів спортивного одягу [22].

Розвиток технологій

Інновації у виробництві спортивного одягу продовжують змінювати індустрію. У найближчому майбутньому можна очікувати значний розвиток технологічних аспектів, що дозволяють покращити функціональність, комфорт і продуктивність одягу.

Технології для комфорту: вже зараз багато брендів використовують матеріали, які забезпечують високу терморегуляцію, відведення вологи та дихаючість тканини. В майбутньому такі технології лише

удосконалюватимуться, дозволяючи створювати одяг, який ще краще підходить для різних видів спорту та активностей.

Інтеграція з електронікою: одним із майбутніх напрямків є використання технологій, які дозволяють інтегрувати в спортивний одяг різні електронні пристрої — наприклад, датчики для моніторингу фізичних параметрів (пульс, температура тіла, активність), які можуть бути використані для персоналізованих тренувальних програм.

Тканини з додатковими функціями: вдосконалення тканин, які не тільки зручні, але й мають додаткові функції, наприклад, водовідштовхувальні властивості, антибактеріальність або навіть вбудовані системи для зарядки пристроїв.

Індивідуалізація продукції: завдяки новітнім технологіям, компанії зможуть пропонувати своїм покупцям більш персоналізовані продукти — наприклад, одяг, який ідеально підходить для конкретних фізичних параметрів або навіть зміни в дизайні за бажанням клієнта.

Глобалізація та інтернаціоналізація

Міжнародні бренди спортивного одягу вже мають значний вплив на ринки в усьому світі, і цей процес лише набиратиме обертів. Глобалізація сприятиме збільшенню конкурентного тиску, але також відкриває нові можливості для розширення ринків.

Розширення на нові ринки: спортивні бренди продовжуватимуть своє розширення на ринки, що розвиваються, зокрема в країнах Східної Європи, Азії та Африки. Це дасть змогу залучати нових споживачів, які стають все більш схильними до активного способу життя.

Зміна стратегій входу на ринок: оскільки конкуренція зростає, компанії будуть шукати нові стратегії для входу на локальні ринки, враховуючи культурні особливості, споживчі вподобання та економічні умови кожної країни. Можливе збільшення частки онлайн-продажів і навіть створення локальних виробничих потужностей для зниження витрат.

Розвиток франчайзингу та партнерств: одним із важливих напрямків буде розвиток франчайзингових моделей, які дозволять міжнародним брендам швидше вийти на нові ринки за допомогою місцевих партнерів. Такі партнери краще розуміють потреби місцевих споживачів і можуть ефективніше організувати продажі.

Інтеграція з глобальними спортивними подіями: бренди спортивного одягу будуть продовжувати тісно співпрацювати з міжнародними спортивними подіями, такими як Олімпійські ігри, чемпіонати світу, спонсорувати спортивні команди і особистостей, що дозволить їм утримувати високий рівень впізнаваності.

Технології в маркетингу та роздрібній торгівлі

Зміни в маркетингових стратегіях і новітні технології також можуть значно вплинути на майбутнє спортивних мереж.

Штучний інтелект та аналітика даних: враховуючи великі обсяги даних про покупців, компанії будуть використовувати штучний інтелект для кращого розуміння потреб своїх споживачів і створення більш ефективних маркетингових стратегій.

Віртуальні магазини та доповнена реальність: розвиток технологій дозволить інтегрувати доповнену реальність у покупку спортивного одягу. Наприклад, клієнти можуть "приміряти" одяг віртуально, не виходячи з дому.

Перспективи розвитку торгових мереж спортивного одягу безсумнівно пов'язані з інноваціями, глобалізацією та змінами в споживчих уподобаннях. Бренди, які зможуть адаптуватися до цих змін і впроваджувати нові технології, зможуть зайняти лідируючі позиції на ринку. Крім того, орієнтація на еко-продукцію, персоналізацію та глобальне розширення відкриває значні можливості для зростання і процвітання в майбутньому.

Отже, успіх торгових мереж спортивного одягу залежить від їх здатності адаптуватися до швидко змінюваного попиту, зберігати високу якість продукції та бути чутливими до соціальних та екологічних змін.

Зважаючи на поточні тренди, майбутнє цієї галузі виглядає обнадійливо, з великим потенціалом для інновацій та розширення на нові ринки.

1.3. Вимоги до якості спортивного одягу

Спортивний одяг є важливим елементом будь-яких тренувань, адже він впливає не лише на комфорт, а й на результативність занять. Щоб отримати максимальний ефект від фізичної активності та уникнути неприємних відчуттів або навіть травм, потрібно правильно вибирати одяг, який відповідає певним вимогам. Хоча ці вимоги з часом змінюються в залежності від розвитку нових технологій та матеріалів, основні критерії вибору спортивного одягу залишаються незмінними.

Одним з основних критеріїв вибору спортивного одягу є комфорт. Одяг повинен бути зручним, не обмежувати рухів і дозволяти виконувати різноманітні фізичні вправи без дискомфорту. Для цього важливо, щоб тканина була еластичною та добре адаптувалася до форми тіла, не перешкоджаючи рухам. Спортивний одяг часто виготовляють з матеріалів, які мають властивості еластичності, наприклад, з лайкри, спандексу, або тканин з додаванням еластану. Важливо, щоб шви не натирали та не створювали неприємних відчуттів, тому в багатьох моделях спортивного одягу використовуються плоскі шви або спеціальні технології безшовного виготовлення [23].

Під час фізичних навантажень тіло виділяє піт, і для того, щоб тренування були комфортними, спортивний одяг має відводити вологу і дозволяти шкірі "дихати". Матеріали, які використовуються для виробництва спортивного одягу, повинні мати хороші вологовідвідні властивості і сприяти терморегуляції. Багато брендів розробляють технології, що дозволяють тканинам швидко відводити вологу, запобігаючи накопиченню поту і забезпечуючи комфорт під час інтенсивних тренувань. Перевага віддається

синтетичним тканинам, таким як поліестер, нейлон або мікрофібра, які не тільки відводять вологу, але й швидко сохнуть.

Одяг для занять спортом має забезпечувати правильний рівень теплообміну в залежності від зовнішніх умов і інтенсивності тренувань. У холодну погоду спортивний одяг має зберігати тепло, влітку — забезпечувати охолодження, щоб не перегрівати тіло. Одяг для зимових тренувань зазвичай виготовляють з ізоляційних матеріалів, таких як фліс або термоактивні тканини. Для літнього одягу використовуються легкі, дихаючі тканини, які добре вентилуються і не дозволяють тілу перегріватися. Багат шаровість є ще одним важливим аспектом при виборі одягу для активних тренувань у різних погодних умовах. Наприклад, базовий шар відповідає за відведення вологи, середній — за теплоізоляцію, а верхній — захищає від вітру і дощу.

Зі зростаючим інтересом до екологічно чистої продукції зростає й попит на спортивний одяг з натуральних або перероблених матеріалів. Такі тканини не лише безпечні для здоров'я, але й мінімізують негативний вплив на навколишнє середовище. Бавовна та вовна використовуються в деяких моделях спортивного одягу, хоча вони не завжди є ідеальними для інтенсивних тренувань через схильність до поглинання вологи і довший час висихання. Бренди активно працюють над створенням спортивного одягу з матеріалів, що підлягають переробці або виготовлені з перероблених матеріалів (наприклад, пластикові пляшки або перероблений поліестер) [24].

Особливо важливою вимогою для спортивного одягу є безпека, особливо для людей, які займаються спортом на вулиці в умовах поганої видимості (ранок, вечір, зима). Для забезпечення видимості виробники оснащують спортивний одяг світловідбиваючими елементами. Багато спортивних брендів додають до одягу спеціальні світловідбиваючі смужки, які забезпечують помітність під час занять у темну пору доби. Окремі колекції спортивного одягу розробляються з акцентом на яскраві кольори, щоб підвищити видимість і безпеку під час тренувань на вулиці.

Заняття спортом, особливо на відкритому повітрі, передбачають високі навантаження на одяг, тому важливо, щоб матеріали були стійкими до зношування, розтягування та деформації. Спортивний одяг має витримувати інтенсивні тренування, багаторазові прання і зберігати свої властивості протягом тривалого часу. У спортивному одязі для активних тренувань часто використовуються посилені вставки в зонах, що піддаються найбільшим навантаженням (наприклад, на колінах, ліктях, плечах), що підвищує зносостійкість. Також можуть використовуватися антибактеріальні обробки, щоб запобігти неприємному запаху та забезпечити довший термін служби тканини [25].

Багато спортивних брендів використовують спеціалізовані тканини з високими показниками повітропроникності та здатністю відводити вологу. Окрім цього, деякі компанії розробили інноваційні системи вентиляції, які автоматично адаптують циркуляцію повітря в одязі в залежності від температури та інтенсивності фізичних навантажень. Це може включати мембрани та покриття, які відкриваються або закриваються відповідно до потреби, або тканини, що реагують на зміну вологості та температури. Ці технології сприяють тому, щоб спортсмени залишались сухими та комфортними під час фізичних навантажень, зменшуючи ризик перегріву і підвищуючи ефективність тренувань. Вони особливо корисні під час довготривалих тренувань, змагань або при виконанні інтенсивних фізичних вправ. Використання спеціальних покриттів та мембран у спортивному одязі є ключовим фактором для створення функціонального та комфортного одягу, який відповідає потребам спортсменів.

Захист від ультрафіолетових променів є важливою характеристикою для спортивного одягу, що використовується на відкритому повітрі. Спеціальні УФ-покриття можуть бути нанесені на тканини, щоб ефективно захистити шкіру від шкідливого впливу ультрафіолетового випромінювання. Це особливо актуально для одягу, призначеного для літніх видів спорту або

активностей на сонці, де тривалий контакт з ультрафіолетовими променями може бути шкідливим для здоров'я.

Водонепроникні та водовідштовхувальні покриття дозволяють одягу залишатися сухим і чистим навіть під час дощу чи снігопаду. Це особливо актуально для зимового та весняного одягу, а також для спортивного одягу, призначеного для тренувань на вулиці в дощову погоду, забезпечуючи комфорт і захист від стихії.

Дихаючі мембрани сприяють ефективному виведенню вологи з поверхні шкіри, водночас запобігаючи проникненню води чи вітру, що дозволяє підтримувати оптимальний рівень терморегуляції для спортсмена. Це допомагає уникнути перегріву і підтримувати комфортну температуру тіла під час фізичних навантажень. Завдяки таким технологіям спортивний одяг не лише захищає від негативних погодних умов та ультрафіолетових променів, але й забезпечує високий рівень комфорту та продуктивності під час тренувань і змагань.

Тинсулейт (Thinsulate) це високотехнологічний утеплювач нового покоління, який отримав визнання завдяки своїм видатним теплоізоляційним властивостям при невеликій товщині (рис. 1.6).



Рисунок 1.6 – Тинсулейт

Основна перевага Тинсулейту полягає в його високій щільності волокон при меншому об'ємі порівняно з традиційними утеплювачами. Завдяки цьому, при однаковій товщині, Тинсулейт надає значно кращу теплоізоляцію, ніж пух або інші матеріали. Він є тонким, легким і має високий коефіцієнт теплоізоляції, що забезпечує ефективне утримання тепла без збільшення

об'єму. Така ефективність робить Тинсулейт популярним вибором для зимового та спортивного одягу, де важливі комфорт і збереження тепла. Цей матеріал дозволяє створювати теплий, легкий одяг, який не обмежує рухи та забезпечує комфорт у холодну пору року [26].

Компресійний одяг набув великої популярності в спортивному світі, завдяки своїй здатності покращувати продуктивність і забезпечувати комфорт під час тренувань та змагань. Основна ідея компресійного одягу полягає в підтримці м'язів і стимулюванні кровообігу, що сприяє кращій фізичній ефективності. Компресійний одяг створює певний рівень стиснення, що підтримує м'язи та зменшує їх вібрацію під час фізичних навантажень. Це може знизити ризик травм і запобігти передчасній втомі м'язів. Крім того, він покращує кровообіг, сприяючи ефективнішому транспортуванню кисню та поживних речовин до м'язів. Це допомагає підвищити витривалість і прискорити процес відновлення після тренувань. Компресійний одяг також сприяє підтримці суглобів і зменшенню ризику набряків під час фізичних навантажень. Забезпечення оптимального комфорту під час тренувань допомагає спортсменам зосередитися на своїх завданнях, що в результаті покращує загальну продуктивність.

Зважаючи на ці переваги, багато спортсменів і тренерів обрали компресійний одяг для покращення ефективності та комфорту під час тренувань і змагань. Такий одяг став важливим елементом спортивного екіпірування в багатьох видах спорту. Серед популярних варіантів компресійного одягу можна виділити:

- рашгарди, футболки та майки;
- штани, лосини або легінси;
- спідня білизна та шорти;
- шкарпетки та гольфи.

Вибір матеріалу для спортивного одягу залежить від специфічних потреб та вимог, які постають залежно від виду спорту. Бавовна з додаванням

синтетичних волокон може бути хорошим варіантом, але важливо враховувати різні фактори при підборі матеріалу для конкретного типу одягу. Для кожного виду спорту існують свої вимоги до тканини. Наприклад, для високих фізичних навантажень потрібні тканини з іншими характеристиками, ніж для легких тренувань. Інтенсивність фізичної активності значно впливає на вибір матеріалу: для інтенсивних тренувань важливими характеристиками є висока повітропроникність і ефективне вологовідведення. У холодну або дощову погоду необхідно використовувати тканини, які захищають від вологи та вітру, тоді як у спекотні дні важливо обирати матеріали, що добре дихають. Вибір тканини також залежить від специфіки виду спорту та вимог до одягу. Для деяких активностей особливо важлива міцність матеріалу, оскільки тканина повинна витримувати великі навантаження. Синтетичні волокна можуть значно підвищити міцність тканини, що робить її більш стійкою до зношування.

У кожної людини є свої вподобання щодо того, як спортивний одяг повинен відчуватися на шкірі. Дехто надає перевагу бавовні, а інші — синтетичним тканинам. Спортивний одяг з синтетичних волокон може мати різну цінову категорію в залежності від бренду та якості матеріалу, при цьому він може бути як дорожчим, так і доступнішим. Отже, немає універсального «найкращого» матеріалу для спортивного одягу, і вибір тканини залежить від конкретних потреб і умов використання. Оптимальний матеріал варто обирати, враховуючи вид спорту, рівень інтенсивності фізичних навантажень, погодні умови та особисті вподобання.

Найбільш популярні матеріали, які використовують провідні бренди спортивного екіпірування, включають бавовну, нейлон, поліестер, поліпропілен та спандекс.

Бавовна — це м'який і комфортний матеріал, який забезпечує відчуття затишку при носінні. Однак вона не є найкращим вибором для відведення вологи, оскільки поглинає піт, але не швидко висихає. Тому бавовняний одяг

ідеально підходить для занять з низьким рівнем потовиділення, де комфорт і м'якість важливіші за ефективне вологовідведення [27]. Це робить бавовну хорошим вибором для повсякденних тренувань або спокійних фізичних активностей, таких як йога чи піші прогулянки. (рис. 1.7).



Рисунок 1.7 – Бавовна

Нейлон — це високоякісний синтетичний матеріал, який має хорошу повітропроникність і швидко сохне. Завдяки своїм властивостям він чудово підходить для інтенсивних тренувань, оскільки ефективно відводить піт від шкіри, допомагаючи зберігати сухість та комфорт під час фізичних навантажень. Нейлон є дуже міцним і зносостійким матеріалом, що робить його ідеальним для спортивного одягу [28]. Він не зношується швидко, навіть при регулярному використанні, та стійкий до механічних пошкоджень, таких як розриви або стирання (рис. 1.8).

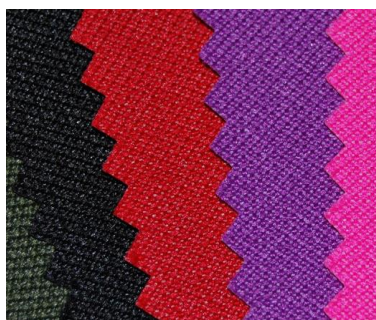


Рисунок 1.8 – Нейлон

Поліестер — це ще один популярний синтетичний матеріал, який активно використовується в текстильній та спортивній промисловості завдяки своїм відмінним властивостям. Він виготовляється з полімерів, які мають

високу стійкість до зношування та можуть витримувати тривале використання без втрати своїх якостей (рис. 1.9) [29].



Рисунок 1.9 – Поліестер

Поліестер є відносно новим синтетичним матеріалом. Його розробка стала відповіддю на потребу в тканині, яку можна було б ефективно виробляти з синтетичних волокон, при цьому з мінімальними витратами на виробництво. Мета полягала в створенні матеріалу, який був би не лише простим у виготовленні, але й мав би хороші експлуатаційні характеристики, а також низьку собівартість. Поліестер відповідав цим вимогам. Перше згадування про поліестер відноситься до 30-40-х років XX століття. Перші технології його виробництва з'явилися в США, де матеріал почали використовувати в упаковці для мішків і навіть як липку стрічку. Проте, усвідомивши багатоцільове використання поліестеру, вже до середини 40-х років він став популярним у різних сферах, починаючи від текстильної промисловості до технічних застосувань.

В Україні поліестер почали активно використовувати лише в 60-ті роки, і хоча спочатку він застосовувався в обмежених сферах, з часом його використання значно розширилося. Сьогодні поліестер є одним із основних матеріалів для виготовлення спортивного одягу завдяки своїм властивостям, таким як міцність, довговічність, легкість, стійкість до зношування та великий вибір кольорів.

Одяг з поліестеру дуже швидко висихає, що важливо для комфортного використання під час або після тренувань. Матеріал не затримує вологу, що

дозволяє уникнути відчуття сирості. Він має невелику вагу, що дозволяє створювати легкий та комфортний одяг, який не обмежує рухів і добре підходить для активних тренувань.

Спандекс (також відомий як еластан або Лайкра) — це синтетичний матеріал, який славиться своєю надзвичайною еластичністю та здатністю розтягуватися до 5 разів від своєї початкової довжини. Спандекс був розроблений в 1958 році американським хіміком Джоном Скоттом, і з того часу він став одним із найбільш популярних матеріалів для виготовлення одягу, що потребує великої еластичності і гнучкості. Спандекс щільно облягає тіло, забезпечуючи комфорт і підтримку м'язів. Це особливо важливо для одягу, що використовується в спорті, фітнесі та йозі, оскільки він не обмежує рухів і забезпечує оптимальний рівень підтримки (рис. 1.10) [30].



Рисунок 1.10 – Спандекс

Також спортивний одяг створюють і з інших тканин: гортекс, кевлар, бамбук, мікрофібра, тефлон.

Gore-Tex — це мембранна тканина, яка володіє водонепроникними і вітростійкими властивостями, при цьому «дихає». Цей матеріал був розроблений компанією W.L. Gore & Associates у 1969 році і з того часу здобув популярність завдяки своїй унікальній здатності поєднувати водонепроникність і повітропроникність. Вона використовується для виготовлення водонепроникних курток, штанів та взуття для спортивного одягу в екстремальних умовах, таких як гірські походи, лижні спуски або

активний туризм. Gore-Tex дозволяє зберігати комфортну температуру тіла, не даючи воді або вітру проникати через тканину (рис. 1.11) [31].



Рисунок 1.11 – Гортекс

Кевлар — це синтетичний матеріал, що є одним із представників арамідів. Кевлар відомий своєю винятковою міцністю та легкістю, що робить його одним з найкращих матеріалів для виготовлення високопродуктивних виробів, зокрема для спортивного одягу та захисного обладнання. Кевлар є дуже міцним матеріалом, який у 5 разів міцніший за сталь при однаковій вазі. Це робить його ідеальним для використання в умовах, де потрібен високий рівень захисту. Незважаючи на свою міцність, Кевлар дуже легкий, що дозволяє виготовляти з нього продукцію, яка не обмежує рухів і не додає значної ваги (рис. 1.12).



Рисунок 1.12 – Кевлар

Має високу термостійкість, витримує високі температури, не плавиться і не горить, що робить його важливим матеріалом для спеціального спортивного та захисного одягу [32].

Бамбук — це природний матеріал, що набирає популярності в текстильній індустрії завдяки своїм екологічним властивостям та численним перевагам. Бамбукове волокно виготовляється з стебел бамбука, і його використовують для створення різноманітних тканин, в тому числі для

спортивного одягу. Бамбук є швидко відновлюваним ресурсом, що робить його екологічно чистим матеріалом. Бамбукові рослини можуть виростати до 1 метра в день, не потребують великої кількості води і не вимагають використання пестицидів чи хімічних добрив. Бамбукове волокно має природну м'якість, схожу на шовк, що робить одяг дуже приємним на дотик. Це дозволяє одягу бути комфортним навіть при тривалому носінні. Бамбукові тканини мають чудові терморегулюючі властивості. Вони зберігають тепло в холодну погоду і дають відчуття прохолоди в спекотну. Це дозволяє створювати одяг, який комфортно носити в різних кліматичних умовах (рис. 1.13).



Рисунок 1.13 – Бамбук

Мікрофібра — це тонкий синтетичний матеріал, виготовлений з волокон, які в 100 разів тонші за людський волос. Вона складається переважно з поліестеру або нейлону і має безліч застосувань у текстильній та спортивній індустрії завдяки своїм унікальним властивостям. Мікрофібра має чудові властивості щодо поглинання вологи, що дозволяє швидко відводити піт від шкіри, зберігаючи спортсменів сухими під час інтенсивних тренувань. Це робить її ідеальним матеріалом для спортивного одягу, особливо для тих, хто займається активними видами спорту (рис. 1.14).



Рисунок 1.14 - Мікрофібра

Мікрофібра відрізняється високою міцністю і довговічністю, що дозволяє їй витримувати часті прання і зберігати свої функціональні властивості протягом тривалого часу.

Тефлон — це синтетичний полімер, який широко використовується в різних галузях, включаючи текстильну та спортивну індустрію. Його офіційна назва — політетрафторетилен (PTFE). Тефлон відомий своїми унікальними властивостями, такими як надзвичайна стійкість до високих температур, хімічна інертність і низький коефіцієнт тертя. Тефлон відомий своєю здатністю відштовхувати бруд та рідину, що допомагає зберігати одяг чистим і доглянутим навіть під час активних фізичних навантажень чи в складних погодних умовах. Тканини з покриттям тефлоном значно менше забруднюються і легко очищаються. Тефлон має дуже високі температурні характеристики. Він витримує температури від -200°C до $+260^{\circ}\text{C}$, тому одяг, покритий тефлоном, може зберігати свої властивості навіть у екстремальних температурних умовах (рис. 1.15) [33].



Рисунок 1.15 - Тефлон

Загалом, комбінація цих матеріалів дозволяє виготовляти спортивний одяг, який відповідає вимогам фізичних навантажень і умовам активного відпочинку, забезпечуючи комфорт та надійний захист.

Висновки до розділу 1

Можна зазначити, що ринок спортивного одягу є динамічно розвиваючим сектором, який відображає глобальні та локальні тренди, пов'язані зі здоровим способом життя, фізичною активністю та модними тенденціями. Зростання інтересу до спорту і фітнесу сприяє підвищенню

попиту на спортивний одяг, що стало важливою частиною повсякденного гардеробу не лише професійних спортсменів, а й людей, які займаються аматорським спортом та активно слідкують за своїм здоров'ям. Ринок спортивного одягу в Україні, як і в світі, показує стійке зростання завдяки популярності спортивного стилю серед різних вікових груп, зокрема серед молоді, а також розвитку нових видів спорту та тренувальних напрямів. Важливими чинниками, які визначають попит на спортивний одяг, є різноманіття асортименту, інноваційні технології у виробництві, співпраця з міжнародними брендами, а також зростання популярності фітнес-центрів і спортивних клубів.

Різноманіття асортименту в спортивних торгових мережах охоплює одяг, взуття та аксесуари для різних видів спорту та активного відпочинку, що забезпечує великий попит з боку різних груп споживачів — молоді, професійних спортсменів і людей, що ведуть активний спосіб життя. Зростаючий інтерес до здорового способу життя та фізичної активності в цілому сприяє розширенню цільової аудиторії, і спортивний одяг стає невід'ємною частиною повсякденного гардеробу для багатьох людей.

Вибір спортивного одягу є важливим фактором для забезпечення комфорту та ефективності фізичних вправ. Правильний підхід до вибору одягу, що відповідає усім перерахованим вимогам, сприятиме досягненню найкращих результатів і мінімізує ймовірність травм чи дискомфорту під час тренувань.

РОЗДІЛ 2. ОБ'ЄКТИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Огляд товарознавчих характеристик сучасного спортивного одягу

Одяг у спортивному стилі вирізняється яскравістю та динамічністю, має мінімум декоративних елементів, але при цьому забезпечує високу функціональність і комфорт. Перетворення повсякденного або святкового одягу на спортивний стиль передбачає використання різноманітних конструктивно-декоративних деталей, таких як кишені, клапани, погони, хлястики, а також металеву фурнітуру, інші деталі оздоблення та строчки. До того ж для прикрашання часто застосовують емблеми, принти та написи, що особливо популярно в молодіжній моді.

Одяг у спортивному стилі відзначається високим рівнем комфорту, оскільки він поступово перейшов від функціонального спортивного одягу до повсякденного використання. Сучасний асортимент спортивного одягу значно розширився завдяки впливу різних видів спорту. Наприклад, від тенісу походять шорти, трикотажні спідниці та сукні, від футболу – футболки та гетри, а від верхової їзди – легінси.

Для пошиву одягу спортивного стилю застосовують різноманітні матеріали, зокрема еластичні тканини, трикотаж, бавовняну тканину типу шотландки, твіду, замшу, шкіру. Найбільш популярними елементами гардеробу є футболки, сорочки-поло, безрукавки, шорти, бермуди, спортивні костюми, велосипедні штани, легінси та джинси.

Окрім них, до спортивного стилю можна віднести й інші види одягу, такі як гольфи, рейтузи, анораки, майки, сукні-сорочки, трико, комбінезони, джинси, плащі, вітрівки, куртки з капюшонами та пуховики, що виготовляються з водонепроникних матеріалів.

Розглянемо спочатку різновиди спортивних футболок. Сучасний гардероб практично неможливо уявити без кількох пар футболок, і це цілком

зрозуміло. Вони чудово комбінуються з різними елементами одягу, а завдяки великій кількості моделей, кольорових рішень та варіантів декору їх легко можна адаптувати до будь-якого стилю [34]. Цей вид одягу можна класифікувати на різні типи залежно від кількох критеріїв: форма вирізу та оздоблення горловини; наявність і форма рукава; довжина та особливості крою; фасон; тканина, використана для пошиття; характеристики декору.

Наведемо огляд основних типів футболок:

- Класика – найпоширеніший варіант в чоловічому і жіночому гардеробі. Круглий комір, прямий або злегка приталений силует, що не надто обтягує фігуру;
- Максі - подовжений крій;
- Кроп-топи - скорочений варіант, відкриває живіт;
- Подвійні - ці моделі допускають наявність двох шарів тканини, які можуть відрізнятися за кольором і фактурою;
- Лонгсліви - крій може бути як вільним, так і приталеним. Основна відмінність – довгий рукав;
- Оверсайз - характерна риса – об'ємний силует. Ефект досягається за рахунок вільного крою і збільшеного розміру.

При цьому рукави по формі і довжині, ділять на:

- без рукава;
- короткий – прикриває плече;
- подовжений або три чверті – до ліктя і трохи нижче;
- довгий – до кисті руки, іноді до середини долоні;
- реглан – рукав є продовженням плеча. Такий крій характерний для спортивного одягу і стилю кежуал; (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 – Типи футболок

Ці варіанти є лише частиною різноманіття на ринку, оскільки індустрія моди постійно розвивається, і з'являються нові стилі, моделі та дизайни футболок.

Виробництво сучасних футболок базується не лише на використанні повністю натуральних тканин, а й на комбінуванні їх зі синтетичними волокнами. Це пояснюється тим, що такі матеріали дозволяють одягу довше зберігати свою форму та гарний зовнішній вигляд. Саме тому футболки зі змішаними волокнами користуються таким же, якщо не більшим, попитом, порівняно з повністю натуральними моделями.

Сьогодні на ринку представлено величезну кількість різноманітних тканин, які застосовуються для пошиття одягу. Розглянемо основні матеріали, що найчастіше використовуються для створення футболок, а також їхні особливості.

Бавовняна тканина є дихаючою, гіпоалергенною та зручна у носінні. Однак вона має й деякі недоліки: невисоку зносостійкість, схильність до швидкого м'яття, а складні плями важко виводяться. З цієї причини сучасні виробники все частіше комбінують бавовну зі штучними волокнами, щоб підвищити якісні характеристики матеріалу.

Льон натуральний і міцний матеріал, який володіє хорошими експлуатаційними властивостями. Проте без додавання синтетичних волокон він має схожі мінуси з бавовною: швидке м'яття та втрата привабливого зовнішнього вигляду після прання.

Віскоза виробляється на основі натуральної сировини і поєднує в собі властивості бавовни та шовку. Тканина відрізняється приємними тактильними властивостями, але швидко втрачає привабливість і схильна до зношування.

Поліестер відомий своєю високою зносостійкістю завдяки синтетичним волокнам, які не викликають алергії. Цей матеріал не мнеться, легко очищується, добре пропускає повітря і має гарні експлуатаційні характеристики. Поліестер часто комбінують із бавовною при пошитті футболок і толстовок, що дає чудові результати.

Шовк вважається дуже елегантним, приємним до тіла, м'яким і гладким матеріалом. У спекотну погоду він створює ефект прохолоди. Проте шовк значно рідше використовують для пошиття футболок через складність у догляді. Неправильне прання, особливо в автоматичній машині, може призвести до пошкодження зовнішнього вигляду виробу.

Сьогодні кожен може обрати для себе оптимальний тип футболки, враховуючи свій індивідуальний стиль, спосіб життя, особливості фігури та особисті вподобання.

Серед одягу, що носить на поясі, найбільшу популярність для занять у залі, йогою, бігом, танцями та іншими активностями здобули спортивні лосини. Цей вид одягу широко відомий як універсальний спортивний одяг для чоловіків і жінок.

Існують різні моделі лосин, які підходять для конкретних видів активностей: бігу, акробатики, силових тренувань та інших напрямків спорту. Вони можуть відрізнятися за такими характеристиками, як тип тканини, крій, дизайн та функціональне призначення, що дозволяє кожному знайти оптимальний варіант залежно від потреб та вподобань [35].

Еластичність є ключовою характеристикою тканин, що використовуються для пошиття спортивних лосин. Одяг повинен забезпечувати свободу рухів під час тренувань, тобто мати високу ступінь

розтягуваності, легку текстуру та хорошу вентиляцію, щоб забезпечити комфорт і ефективність рухів під час фізичної активності.

Найбільш відповідними матеріалами, які відповідають характеристикам спортивних лосин, є:

1. Трикотаж. М'який, приємний до тіла та вискоеластичний матеріал. Має синтетичний склад і відрізняється матовим виглядом. Трикотаж дуже популярний для пошиття дитячих лосин завдяки своїй універсальності, різноманітності кольорів і дизайнів.

2. Дайвінг. Специфічний вид трикотажу з аналогічними властивостями еластичності, але більш щільний. Завдяки своїй структурі, цей матеріал ефективно утримує тепло, що робить його ідеальним для пошиття лосин у холодну пору року.

3. Біфлекс. Легка, блискуча синтетична трикотажна тканина з високою еластичністю. Вона добре облягає фігуру, зносостійка та має теплоутримуючі властивості. Біфлекс приємний на дотик, пружний і еластичний, проте погано пропускає повітря. Це робить його чудовим вибором для облягаючих лосин, проте при інтенсивних тренуваннях слід враховувати, що тілу потрібно більше вентиляції для комфортного дихання.

Розглянемо різновиди спортивних лосин:

Класичні лосини - для пошиття класичних лосин найчастіше використовують трикотажні синтетичні тканини, які забезпечують високу еластичність і хорошу повітропроникність. Ці властивості роблять їх ідеальними для занять у залі, йогою, танцями, а також для бігу в міжсезоння — восени та навесні (рис. 2.2).



Рисунок 2.2 – Класичні лосини

Компресійні лосини - цей тип лосин, відомий як тайтси, спеціально розроблений для бігу, велоспорту та кросфіту. Вони мають компресійний ефект, що забезпечує підтримку м'язів та суглобів, знижуючи ризик травм і перенавантажень під час інтенсивних тренувань.

Тайтси зазвичай виготовляються зі спортивної синтетики або спеціальних тканин, які ефективно відводять вологу, що забезпечує комфорт під час занять. Багато моделей оснащені сітчастими вставками, які забезпечують додаткову вентиляцію та підтримують оптимальний рівень комфортності під час активності (рис. 2.3).



Рисунок 2.3 – Компресійні лосини

Лосини з високою посадкою ця модель є однією з найпопулярніших серед жінок різного віку, оскільки поєднує в собі стиль, функціональність та зручність. Лосини з високою посадкою ідеально підходять для різних видів фізичної активності, а також чудово комбінуються з топами, футболками та рашгардами, створюючи гармонійний та сучасний спортивний образ (рис. 2.4).



Рисунок 2.4 – Лосини з високою посадкою

Основною особливістю цієї моделі є високий пояс у стилі корсету, який створює ефект стрункішої талії, підтягує живіт та боки. На відміну від

класичних моделей, вона не створює ефекту «рятувального кільця», що часто виникає через перетягування поперек над резинкою. Крім того, така модель значно краще фіксується на тілі, забезпечуючи надійну підтримку та комфорт під час занять.

Лосини з класичним кроєм - класичні лосини зазвичай мають резинку — вона може бути широкою, зі стильним логотипом бренду, або вшитою безпосередньо в тканину. Ця модель не має ефекту зменшення талії, але є універсальною та підходить жінкам з будь-якою комплекцією. Це перевірений часом варіант, який використовується по всьому світу протягом багатьох років завдяки своїй зручності, простоті комбінування та універсальності (рис. 2.5).



Рисунок 2.5 – Лосини з класичним кроєм

Капрі-лосини - лосини середньої довжини, які закінчуються приблизно на рівні нижньої частини ікри. Забезпечують свободу руху, зручні для тренувань у спеку, зменшують тертя між ногами (рис. 2.6).



Рисунок 2.6 – Капрі-лосини

Ці різновиди лосин дозволяють адаптувати одяг до будь-якої активності, клімату, потреб, стилю життя та модних трендів. Завдяки такій різноманітності кожна людина може знайти відповідну модель, яка поєднує функціональність, комфорт та стиль.

Кожен спортсмен та поціновувач активного способу життя ретельно підбирає свою спортивну екіпіровку. Окрім високоякісних спортивних костюмів та кросівок, особливу увагу слід приділяти спортивним шкарпеткам. Саме ці шкарпетки забезпечують захист ніг від пошкоджень, підвищують ефективність тренувань та забезпечують комфорт під час фізичної активності.

Існують спеціальні моделі шкарпеток, які призначені саме для занять різними видами спорту, і вони носять назву спортивні шкарпетки. Вони представлені у великій різноманітності, розрізняючись за призначенням, стилем та особливостями, але всі вони мають спільні характеристики: високу якість, зручність, комфорт і функціональність [36].

Спортивні шкарпетки розробляються з урахуванням специфіки фізичної активності та потреб спортсменів. Вони виконують важливі функції, які роблять тренування більш комфортними та ефективними:

1. Захист від тертя та натертостей - спортивні шкарпетки мінімізують тертя між шкірою ноги та взуттям, що знижує ризик натирань, міхурів та інших подразнень.

2. Вологовідведення - більшість моделей мають спеціальні технології, які швидко відводять вологу від шкіри, забезпечуючи сухість навіть під час інтенсивних тренувань.

3. Підтримка та стабільність - завдяки еластичним властивостям та спеціальному крою, спортивні шкарпетки забезпечують оптимальну підтримку стопи, стабільність при бігові, заняттях на тренажерах або при виконанні складних рухів.

4. Терморегуляція - деякі моделі забезпечують захист від холоду або перегріву, допомагаючи підтримувати оптимальну температуру шкіри ніг в різних погодних умовах.

Сучасний ринок пропонує кілька основних видів спортивних шкарпеток, які відрізняються за функціоналом, призначенням і характеристиками.

Бігові шкарпетки - спеціально розроблені для бігу. Мають посилену зону на п'яті та носку для зменшення навантаження на ці ділянки. Забезпечують гарний рівень вологовідведення (рис. 2.7).



Рисунок 2.7 – Бігові шкарпетки

Шкарпетки для тренажерного залу - легкі, еластичні, забезпечують вільний рух під час занять. Мінімізують тиск на стопи під час підйому ваг або силових вправ (рис. 2.8).



Рисунок 2.8 - Шкарпетки для тренажерного залу

Велосипедні шкарпетки допомагають підтримувати оптимальну температуру ніг під час довгих заїздів. Мають спеціальну структуру, що забезпечує комфорт при носінні взуття для велоспорту (рис. 2.9).



Рисунок 2.9 – Велосипедні шкарпетки

Шкарпетки для йоги та пілатесу мають додаткові елементи, які допомагають забезпечити надійність і стабільність на поверхні під час занять. Підвищують комфорт та зменшують ковзання (рис. 2.10).



Рисунок 2.10 - Шкарпетки для йоги та пілатесу

Термальні шкарпетки виготовлені з утеплюючих матеріалів. Ідеальні для занять у холодну пору року або для тих, хто тренується на відкритому повітрі (рис. 2.11).



Рисунок 2.11 – Термальні шкарпетки

Матеріали, які використовуються у спортивних шкарпетках: бавовна-натуральний матеріал, який добре поглинає вологу, забезпечує комфорт та дихаючі властивості; синтетика (поліестер, поліпропілен) міцна, швидко висихає, добре відводить вологу; еластан додає шкарпеткам еластичність, що дозволяє їм добре облягати ногу та не сповзати під час занять; мікрофібра - швидко висихає, забезпечує максимальний комфорт та вологовідведення.

Завдяки різноманітності моделей, функцій та матеріалів кожен спортсмен може знайти модель, яка відповідає його потребам, стилю та специфіці занять [37].

Отже, підбираючи спортивний одяг, важливо звертати увагу на склад матеріалів, з яких він виготовлений. Вибір моделей слід здійснювати залежно від конкретного виду спорту, яким ви плануєте займатися.

Найкраще купувати спортивний одяг у спеціалізованих фірмових магазинах, оскільки там можна бути впевненим у якості товару та його відповідності функціональним вимогам. Слід пам'ятати, що брендові вироби, як правило, не будуть дуже дешевими, проте вони забезпечують надійність, комфорт і довговічність у процесі використання.

2.2. Об'єкт дослідження

Для об'єкту дослідження обрано худі бренду Puma. Puma – це один із найвідоміших світових брендів, що спеціалізується на виробництві спортивного одягу, взуття та аксесуарів (рис. 2.12).



Рисунок 2.12 – Фото об'єкту дослідження

Компанія була заснована в Німеччині у 1948 році братами Рудольфом Дасслером та Адольфом Дасслером. Після розбрату між братами, Рудольф заснував Puma, тоді як Адольф створив бренд Adidas.

Перші продукти бренду були спортивні кросівки, орієнтовані на бігові види спорту, футбол та інші дисципліни.

Puma швидко завоювала популярність завдяки інноваційному підходу до дизайну, функціональності та партнерствам зі знаменитими спортсменами.

Puma є глобальною компанією, що працює у більш ніж 120 країнах світу. Компанія займається розробкою спортивного одягу, взуття та аксесуарів як для професіоналів, так і для любителів активного способу життя [38].

Початково компанія Puma використовувала різні позначення для брендингу. Основний елемент — пума, як символ сили, швидкості та граційності, був обраний, щоб символізувати атлетизм і динамічний стиль бренду.

Офіційний логотип Puma з'явився у 1957 році і був досить простим. У центрі уваги був пума, що стрибає, яка символізувала швидкість, силу та витривалість. Цей дизайн був ідеальним для спортивної тематики та відображав цілі компанії.

Логотип у вигляді стрибучої пуми еволюціонував з часом, але основний його концепт залишався незмінним. Стрибок пуми представляє рух, свободу, агресивність та атлетичність — всі якості, які бренди Puma асоціюють із продукцією.

Сучасний логотип Puma є мінімалістичним, лаконічним і добре впізнаваним. Він складається з графічного зображення пумового силуету, що стрибає, та слова "PUMA" в жирному, простому шрифті.

Логотип використовують у багатьох продуктах бренду: спортивному одязі, спортивному взутті, аксесуарах тощо. Його успішний дизайн відзначає професіоналізм та цільову аудиторію компанії.

Образ пуми був обраний не випадково. Ця тварина символізує такі якості, як:

- Сила
- Швидкість
- Граційність
- Енергія
- Стрибок та рух

Ці характеристики добре відповідають філософії бренду, орієнтованого на спортсменів, активний спосіб життя та інновації.

Таким чином, логотип Puma вважається одним із найпотужніших і найвдаліших у світі спортивної індустрії завдяки своєму мінімалістичному дизайну, символізму та історії (рис. 2.13) [39].

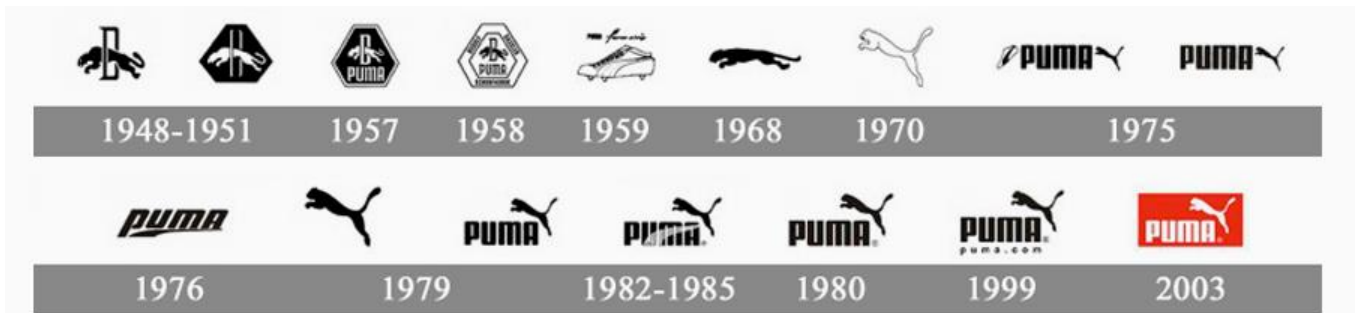


Рисунок 2.13 – Історія створення логотипу

При виготовленні худі було використано такі волокна: бавовна - 70 % та поліестер - 30%. Така комбінація робить худі універсальним для носіння у різних умовах — як для спортивних занять, так і для повсякденного використання. Використання передових текстильних волокон забезпечує оптимальну терморегуляцію, швидке висихання, еластичність та зручність. Додатково забезпечує циркуляцію повітря, що допомагає уникнути перегріву. Асиметричний крій, що додає сучасності, модності та стильного вигляду. Містить капюшон, що забезпечує захист від негоди, а також додає додаткові можливості для стилізації (рис. 2.14).



Рисунок 2.14 – Маркування об'єкту дослідження

Отже, цей одяг поєднує в собі функціональність для занять спортом, повсякденне носіння, а також стильний зовнішній вигляд для модних образів.

2.3. Методи дослідження

Для аналізу об'єкта дослідження можна застосовувати комплексний підхід, використовуючи різні методи дослідження.

Теоретичний метод передбачає вивчення наукових статей, звітів, маркетингових досліджень та інформації від бренду Puma для отримання теоретичної основи дослідження.

Застосування у дослідженні:

Аналіз теоретичних засад використання сучасних волокон у виробництві спортивного одягу (бавовна, поліестер).

Вивчення теорій брендингу, маркетингових стратегій, застосування логотипу та бренду Puma.

Дослідження сучасних тенденцій у сфері спортивного одягу.

Аналіз товару (функціонально-технічний аналіз) - цей метод передбачає оцінку технічних характеристик, функціональних властивостей і складу тканин продукту [40].

Метод порівняльного аналізу. Цей метод передбачає порівняння худі PUMA із аналогічними моделями від інших брендів на ринку.

У рамках дослідження було здійснено порівняння PUMA із аналогічними моделями від інших відомих брендів, таких як Nike, Adidas та Under Armour (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Склад тканини

Бренд/Модель	Склад тканини	Фото
PUMA	70% бавовна, 30% поліестер.	
Nike	80% бавовна, 20% поліестер.	
Adidas	70% бавовна, 30% поліестер.	
Under Armour	75% бавовна, 25% поліестер.	

Склад тканини PUMA поєднує переваги бавовни, поліестеру та еластану, що забезпечує еластичність, комфорт та швидке висихання.

Таблиця 2.2 – Цінова категорія

Бренд	Ціна (грн)
PUMA	2800
Nike	3600
Adidas	3700
Under	3100

Цінова категорія PUMA є конкурентоспроміжною. Ця модель знаходиться в середньому діапазоні, що дозволяє забезпечити доступність для широкої аудиторії при збереженні високої якості.

Таблиця 2.3 Функціональні характеристики

Критерій/Бренд	PUMA	Nike	Adidas	Under Armour
Швидке висихання	✓	✓	✓	✓
Еластичність	✓	✓	✓	✓
Терморегуляція	✓	✓	✓	✗
Повітропроникність	✓	✓	✓	✗

Функціональні характеристики PUMA вважаються конкурентоспроможними, з високими показниками терморегуляції та повітропроникності. Моделі від Nike, Adidas та Under Armour також пропонують функціональні переваги.

SWOT-аналіз об'єкта дослідження це стратегічний інструмент, що використовується для виявлення сильних сторін, слабких сторін, можливостей та загроз, що впливають на об'єкт дослідження [41]. Даний аналіз дозволяє оцінити внутрішні та зовнішні фактори, що визначають конкурентоспроможність продукту на ринку (табл 2.4).

Таблиця 2.4 SWOT- аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Сучасний і функціональний дизайн.	1. Висока конкуренція на ринку.
2. Якісний склад тканини.	2. Висока цінова категорія.
3. Функціональність: швидке висихання, терморегуляція.	3. Залежність від сезонності.
4. Сильний бренд Puma.	4. Можливі логістичні ризики.

Можливості	Загрози
1. Зростання популярності спорту та фітнесу.	1. Посилення конкуренції від інших брендів.
2. Розширення ринків через нові географічні регіони.	2. Зміни в економічній ситуації.
3. Інновації у виробництві та маркетингу.	3. Зміни в споживчих перевагах.
4. Активізація цифрового маркетингу.	4. Логістичні ризики та постачання.

SWOT-аналіз показав, що PUMA має значні сильні сторони, які дозволяють йому конкурувати на ринку, проте існують і потенційні загрози, які потребують уваги. Основний акцент слід робити на використання можливостей для розширення присутності бренду, покращення маркетингових стратегій та оптимізації логістики, щоб мінімізувати ризики та підвищити задоволеність споживачів.

Отже, бренд відомий своєю якістю, інноваціями, стильним дизайном та активною співпрацею зі спортсменами та відомими зірками для просування свого продукту.

PUMA є конкурентоспроможним продуктом на ринку спортивного одягу завдяки поєднанню сучасного дизайну, функціональності, високоякісних матеріалів та інноваційних технологій.

Цей продукт відповідає основним потребам споживачів. Завдяки цьому модель має потенціал подальшого зростання популярності на ринку спортивного та повсякденного одягу.

Висновки до розділу 2

Отже, вибір спортивного одягу є важливим аспектом для комфортного та ефективного заняття спортом. Одяг повинен відповідати низці критеріїв, таких як комфорт, вологовідведення, теплоізоляція, зносостійкість та безпека. Сучасний спортивний одяг виготовляється з матеріалів, що забезпечують

підтримку рухів, збереження тепла або охолодження тіла в залежності від умов.

Puma — це один з найвідоміших брендів у спортивній індустрії, що спеціалізується на виробництві високоякісного спортивного одягу, взуття та аксесуарів. Бренд швидко здобув популярність завдяки інноваційному підходу до дизайну та партнерствам із відомими спортсменами. Худі Puma, виготовлене з комбінації бавовни та поліестеру, є чудовим прикладом універсального спортивного одягу. Ця модель поєднує в собі зручність, функціональність та стильний дизайн, що робить її підходящою як для тренувань, так і для повсякденного використання.

РОЗДІЛ 3. ЕКСПЕРТИЗА СПОРТИВНОГО ОДЯГУ

3.1. Класифікаційна експертиза спортивного одягу для митних цілей на прикладі об'єкту дослідження

При імпорті спортивного одягу, як і будь-якої іншої продукції, митне оформлення вимагає наявності низки документів, які підтверджують правомірність ввезення товарів на митну територію країни. Ці документи необхідні для визначення митної вартості товару, правильного класифікування товару за кодом УКТЗЕД, а також для виконання митних процедур, які передбачають сплату митних зборів, податків і зборів [42].

Для класифікації (кодування) товарів при митному оформленні в Україні використовується Митний тариф України, що ґрунтується на Українській класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД). Ця система є важливою для визначення правильного коду товару, що в свою чергу впливає на митні платежі, обмеження, ліцензування і пільги на імпорт чи експорт товарів.

Згідно з Законом України від 19.10.2022 № 2697-IX "Про Митний тариф України", класифікація товарів здійснюється шляхом присвоєння товару десятизначного коду, який систематизує товар у відповідності до його специфікацій та характеристик [43]. Кожен товар отримує унікальний код, що складається з наступних частин:

1. Код товарної групи (перші 2 цифри)

Це найширша категорія товарів, що визначає загальний тип або клас товару. Наприклад, це може бути група «Одяг» або «Електроніка». Цей код визначає основну галузь або тип товару.

2. Код товарної позиції (перші 4 цифри)

Позиція товару визначає більш конкретний підтип товарів у межах товарної

групи. Наприклад, у групі «Одяг» товарною позицією може бути конкретна категорія, така як «Спортивний одяг».

3. Код товарної підпозиції (перші 6 цифр)

Це ще більш точне визначення товару, яке включає специфікацію, що дозволяє розрізняти товари за певними характеристиками. У разі спортивного одягу це можуть бути, наприклад, різні види одягу для тренувань або змагань.

4. Код товарної категорії (перші 8 цифр)

Категорія є більш вузькою специфікацією товару в межах підпозиції. Це може бути конкретна марка чи тип спортивного одягу, що має певні відмінності, наприклад, «Худі для футболістів» або «Шорти для бігу».

5. Код товарної підкатегорії (перші 10 цифр)

Це найточніша класифікація товару, що описує всі його технічні характеристики, виробника або специфічні властивості. Наприклад, «Спортивне худі з високотехнологічних матеріалів для зимових видів спорту». Цей 10-значний код товару дає змогу точно ідентифікувати товар на митниці, що впливає на його митну вартість, податкові ставки та інші митні процедури. Кожен товар має свій індивідуальний код, що допомагає забезпечити прозорість та точність у митному оформленні.

Для худі, яке є верхнім одягом, виготовленим з трикотажних матеріалів, типовий код: 6101 20 10 00.

За УКТЗЕД було визначено код для об'єкту досліджень худі (рис 3.1).

Група Позиція Підпозиція Категорія Підкатегорія

6101 20 10 00

Рисунок 3.1 – Структура коду за УКТЗЕД худі

1. Роз'яснення визначеного коду згідно з УКТЗЕД.

Розділ XI (50-63) — Текстильні матеріали та текстильні вироби. Цей розділ охоплює текстильні матеріали та вироби, виготовлені з них, зокрема одяг, виготовлений з трикотажних тканин, таких як худі. Вибір цього розділу для

класифікації худі обумовлений тим, що матеріалом для виготовлення цього одягу є текстильні трикотажні полотна. Примітки до розділу не містять додаткової інформації щодо особливостей класифікації трикотажного одягу, окрім того, що готовими виробами вважаються «б. Вироби зі зшитих, склеєних або іншим чином зібраних частин. Асортимент цих виробів дуже різноманітний і включає одяг». Також зазначено, що кускові товари, що складаються з двох або кількох полотнищ ідентичного матеріалу або різних текстильних матеріалів, з'єднаних шарами, не вважаються готовими виробами. Трикотажні вироби, виготовлені машинним або ручним в'язанням за заданою формою, представлені як окремі вироби або у вигляді ряду виробів за довжиною. Розділ включає 13 товарних груп, які охоплюють різноманітні текстильні матеріали та вироби (рис 3.2) [44].

Розділ XI (50-63) Текстильні матеріали та текстильні вироби	
Група 50	Шовк
Група 51	Вовна, тонкий та грубий волос тварин; пряжа і тканини з кіньського волосу
Група 52	Бавовна
Група 53	Інші рослинні текстильні волокна; пряжа з паперу і тканини з паперової пряжі
Група 54	Нитки синтетичні або штучні; стрічкові та подібної форми нитки із синтетичних або штучних матеріалів
Група 55	Синтетичні або штучні штапельні волокна
Група 56	Вата, повсть і неткані матеріали; спеціальна пряжа; шпагати, мотузки, троси та канати і вироби з них
Група 57	Килими та інші текстильні покриття для підлоги
Група 58	Спеціальні тканини; тафтингові текстильні матеріали; мережива; гобелени; оздоблювальні матеріали; вишивка
Група 59	Текстильні матеріали, просочені, покриті або дубльовані; текстильні вироби технічного призначення
Група 60	Трикотажні полотна
Група 61	Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні
Група 62	Одяг та додаткові речі до одягу, текстильні, крім трикотажних
Група 63	Інші готові текстильні вироби; набори; одяг та текстильні вироби, що використовувалися; ганчір'я

Рисунок 3.2 - Розділ XI Текстильні матеріали та текстильні вироби

2. Код товарної групи 61 - одяг, виготовлений з трикотажних матеріалів, включаючи одяг для чоловіків, жінок та дітей. Важливо, що трикотажні матеріали — це тканини, що виготовляються методом в'язання, на відміну від тканих матеріалів.

3. Код товарна позиція 6101 — Одяг для верхньої частини тіла:

Ця позиція включає одяг для верхньої частини тіла, виготовлений з трикотажних матеріалів, таких як футболки, свитери, худі, кофти тощо. Позиція 6101 охоплює загальний тип одягу для верхньої частини тіла.

4. Код товарна підпозиція 6101 20 — Одяг, виготовлений з бавовни: Підпозиція 6101 20 вказує на одяг для верхньої частини тіла, виготовлений з бавовни, що є важливим аспектом класифікації для одягу, виготовленого з натуральних або змішаних матеріалів, таких як бавовна і поліестер (як у випадку з худі Puma).

5. Код товарної категорії 6101 20 10 - одяг виготовлений з бавовни.

6. Код товарної підкатегорії 6101 20 10 00 – це підкатегорія для жіночого одягу (худі, футболки, кофти тощо), виготовленого з бавовни.

Отже, для митних цілей, зокрема при оформленні імпорту худі бренду Puma, присвоєння правильного митного коду є важливим кроком для визначення тарифного та нетарифного регулювання.

3.2. Ідентифікація об'єкту дослідження

Спортивний одяг забезпечує комфорт у будь-яку пору року, адаптуючись до різних навантажень, захищає від погодних умов і травм, а також має стильний і привабливий вигляд. Основні особливості спортивного одягу, що відрізняють його від звичайного повсякденного, включають:

- використання спеціальних технологічних матеріалів;
- анатомічний крій, що гарантує комфорт і свободу рухів (безшовні конструкції, плоскі шви);
- невелика вага і компактність (взимку легкий термоодяг забезпечує кращу теплоізоляцію, ніж об'ємні пуховики);
- спеціальні вставки в ключових зонах (для підвищеної міцності, еластичності, вентиляції, захисту від вологи та вітру, а також для забезпечення видимості в темряві).

Ідентифікація асортименту спортивного одягу полягає в розпізнаванні та визначенні різних моделей, що входять до колекції або асортименту спортивного бренду чи магазину. Це включає аналіз конкретних товарів, їх

характеристик, стилю, призначення та інших важливих параметрів, що допомагають краще задовольнити потреби споживачів і відповідають концепції бренду [45].

ДСТУ 2027-92 визначає основні терміни та їх тлумачення щодо готових швейних, трикотажних та деяких інших виробів побутового призначення. Згідно з цим стандартом, спортивний одяг класифікується як побутовий одяг, призначений для заняття спортом [46]. У таблиці 3.1 наведено характеристику деталей виробу, що підлягає ідентифікації.

Таблиця 3.1 – Деталі об'єкта досліджень

Назва	Опис
Рукав	Деталь або вузол швейного виробу, що вкриває руку
Бочок	Деталь або вузол швейного виробу, що вкриває бокову поверхню тулуба
Спинка	Задня деталь швейного виробу
Перед	Передня деталь швейного виробу з розрізом згори або без нього
Капюшон	Деталь або вузол швейного виробу, що вкриває голову, які пришивають або прикріплюють по лінії горловини Пелерина Деталь швейного виробу, що вкриває плечі, яку пришивають або прикріплюють по лінії горловини
Манжета	Деталь або вузол швейного виробу для оформлення низу рукавів та (або) штанів

Крій анатомічний, що дає можливість рухатись без обмежень. Це дозволяє худі бути зручним не тільки для спортивних занять, але й для повсякденного носіння. Худі має класичний капюшон, що дозволяє захистити голову від вітру або дощу. Попереду також є зручний карман-кенгуру, який дозволяє зберігати дрібні предмети або просто зігріти руки. На рукаві вишитий логотип Puma, який підкреслює спортивний стиль і робить худі ще більш впізнаваним.

Худі оснащено трикотажними манжетами на рукавах та внизу виробу. Манжети виготовлені з еластичної трикотажної тканини, яка забезпечує зручну посадку, щільно облягаючи зап'ястя та низ виробу. Вони не обмежують рухи, але добре утримують форму, запобігаючи проникненню холоду та забезпечуючи додатковий комфорт при носінні. Трикотажні манжети також додають стильний вигляд, підкреслюючи завершеність дизайну худі (рис. 3.3).



Рисунок 3.3 – Ідентифікація об'єкту

Полотно виготовлено з комбінації бавовни та поліестеру, що дозволяє досягти ідеального балансу між природною м'якістю та еластичністю синтетичних матеріалів.

Бавовняне полотно має гладку, приємну на дотик поверхню. Бавовна володіє м'якістю і ніжністю, що робить її ідеальним матеріалом для повсякденного носіння. Вона має природний вигляд з деяким матовим відтінком. Бавовна добре поглинає вологу, дозволяючи шкірі "дихати". Ця характеристика робить полотно з бавовни комфортним для носіння в будь-який час року. Вона також має гарну гіпоалергенну здатність, що підходить для людей з чутливою шкірою.

Поліестер додає полотну більш гладку, блискучу текстуру, що робить тканину більш стійкою до зношування та зміни форми. Поліестерове полотно має характерний блиск і гладкість, яке надає виробу більш сучасний вигляд. Поліестер має високу зносостійкість, він не втрачає форми після численних прань, стійкий до вицвітання кольору, не зминається і швидко висихає.

Завдяки синтетичним волокнам, поліестер надає полотну еластичності та здатності до відновлення форми після натягу.

Поєднання бавовни та поліестеру в полотні худі забезпечує найкраще з обох матеріалів. Бавовна забезпечує комфорт та м'якість, а поліестер додає міцності, еластичності та стійкості до зношування. Це дозволяє виробу зберігати свою форму, колір і м'якість протягом тривалого часу [47].

Полотно виходить еластичним, приємним на дотик і забезпечує хорошу повітропроникність. Така тканина не тільки виглядає стильно, але й забезпечує комфорт впродовж усього дня.

Завдяки комбінуванню бавовняних і поліестерових волокон тканина має високі волого- та термопереносні властивості, що допомагає підтримувати комфорт під час носіння, особливо при змінних погодних умовах. Вона також має гарну стійкість до зношування, що дозволяє худі витримувати інтенсивне використання та зберігати презентабельний вигляд навіть після тривалого носіння.

Таким чином, худі Рута можна чітко ідентифікувати як стильний, практичний спортивний одяг, виготовлений з високоякісних матеріалів, з якісним дизайном і зручним функціоналом, що робить його ідеальним для щоденного носіння в будь-яку погоду.

3.3. Дослідження якості об'єкту дослідження

Дослідження якості об'єкта дослідження є важливим етапом для визначення його відповідності стандартам та вимогам щодо якості, зручності в носінні, зносостійкості та збереження естетичних характеристик протягом використання.

Під час проведення початкової експертизи худі було здійснено аналіз реквізитів маркування, що включає інструкції щодо догляду за виробом.

Правильний догляд є важливим фактором для збереження якості спортивного одягу, оскільки він допомагає підтримувати не лише естетичний вигляд, але й функціональні характеристики, зокрема вологопоглинання, дихаючі властивості або еластичність.

Для худі, маркування символами щодо догляду було перевірено на відповідність національним стандартам, таким як ДСТУ 2122-93 та міжнародному стандарту ДСТУ ISO 3758:2005. Ці стандарти регламентують правила використання маркування щодо методів очищення, прання, прасування і сушіння текстильних виробів, щоб забезпечити довговічність матеріалів та збереження їхніх властивостей.

Зокрема, ДСТУ 2122-93 містить вимоги до маркування текстильних виробів, в тому числі до символів догляду, а ДСТУ ISO 3758:2005 визначає міжнародні стандарти щодо маркування виробів для належного догляду, що дозволяє споживачам правильно обробляти їх для максимальної ефективності та тривалості використання [48].

Символи та вимоги догляду, встановлені стандартами є обов'язковими для виробників і повинні бути зазначені на маркуванні текстильних виробів. (рис. 3.4).

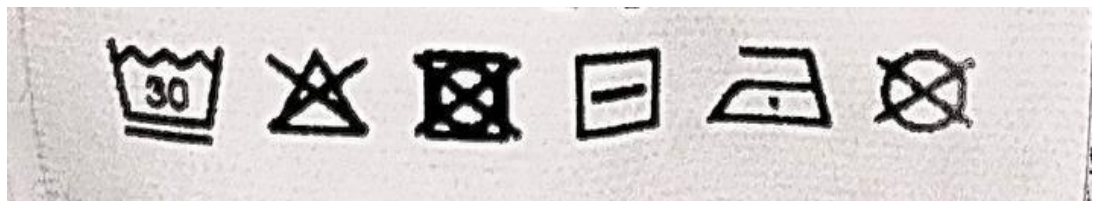
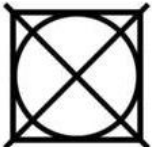
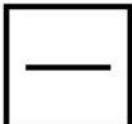


Рисунок 3.4 – Маркування символами щодо догляду на об'єкті дослідження

Згідно з ДСТУ ISO 3758:2005, на текстильній стрічці, що вшита в боковий внутрішній шов худі, вказані символи догляду, що представлені в таблиці 3.2 [49].

Таблиця 3.2 – Маркування на об'єкті дослідження

Позначка	Опис
	Максимальна температура - 30 °С, прискорений режим.
	Не відбілювати.
	Прасування при 110°С .
	Хімчистка не дозволяється.
	Не сушити в сушильній машині.
	Сушити на горизонтальній поверхності.

Згідно даної таблиці можна зробити висновок що рекомендується прати худі при температурі не вище 30°С в прискореному режимі. Це дозволяє зберегти форму та колір матеріалу, мінімізуючи можливість його пошкодження. Не допускається використання відбілювачів для цього виробу. Використання хімічних відбілювачів може пошкодити тканину або змінити її колір. Символ праски з крапкою вказує на те, що прасувати худі слід при температурі не більше 110°С. Це означає, що прасування має бути надзвичайно ніжним, без використання пари. Закреслене коло означає, що для цього виробу заборонена суха хімічна чистка, оскільки це може пошкодити тканину або маркування. Символ закресленого квадрата вказує, що виріб не слід сушити в сушильній машині, оскільки це може призвести до його

деформації або усадки. Рекомендується сушити худі на горизонтальній поверхні, щоб уникнути деформації виробу. Це забезпечить рівномірне висихання без витягування або порушення форми.

Текстильний виріб також повинен містити маркування, що вказує назву та відсотковий вміст кожного виду волокна в порядку зменшення маси. Етикетування та маркування повинні бути чіткими, надійними, добре видимими та доступними для споживачів, а етикетка повинна бути міцно прикріплена до виробу. Торговельна марка або назва підприємства вказуються безпосередньо перед або після інформації про склад волокон текстильного виробу. Маркування повинно бути виконано так, щоб споживач міг без зусиль ознайомитися з інформацією про склад текстильного виробу. Всі символи та написи мають бути чіткими та зрозумілими, а також розташованими таким чином, щоб не стиратися і не втрачати читабельність протягом усього періоду експлуатації виробу. Важливо, щоб маркування було стійким до прання та іншого впливу, зокрема до зносу. Це гарантує, що інформація про догляд і склад виробу буде доступною для споживача протягом усього терміну використання одягу (рис. 3.5).



Рисунок 3.5 – Маркування на текстильних стрічках, вшитих у боковий шов худі.

Одним із важливих аспектів якості худі є стійкість кольору, яка визначається стійкістю до прання, стирання та впливу сонячних променів. Вироби Рима з власного досвіду протестовані на стійкість кольору, та об'єкт дослідження демонструє високу стійкість до вигоряння, змивання барвників та не змінює свій колір навіть після багатьох циклів прання. Тканина не втрачає свого вигляду.

Матеріал також перевірений на міцність до пошкоджень, таких як подрипини, рвані місця, а також на стійкість до вологи.

Тканини, що використовуються для виготовлення виробів, проходять сертифікацію на відсутність токсичних або шкідливих речовин, таких як формальдегід, азо-барвники, важкі метали тощо. Цей аспект особливо важливий, оскільки прямий контакт з шкірою потребує забезпечення максимальної безпеки для здоров'я.

Отже, використання якісних матеріалів, висока міцність конструкції, зручний дизайн та відповідність екологічним і безпековим вимогам роблять худі чудовим вибором для споживачів, які шукають не лише стильний, а й зручний та довговічний одяг для активного способу життя.

Висновки до розділу 3

У результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що митне оформлення спортивного одягу, зокрема худі бренду Рима, є важливим етапом у процесі імпорту товарів. Ключовим аспектом є правильне визначення товарного коду згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД). Присвоєння відповідного коду гарантує точність митних процедур, а також правильне визначення митної вартості, сплату митних зборів, податків та інших необхідних платежів. Для худі Рима використовується код 6101 20 10 00, що визначає його як одяг для верхньої частини тіла, виготовлений з трикотажних матеріалів, зокрема бавовни, що є важливим для правильної класифікації та подальших процедур

митного оформлення. Худі бренду Рита, має ряд важливих характеристик, які роблять його незамінним в будь-яких умовах. Поєднання спеціальних технологічних матеріалів, таких як бавовна та поліестер, забезпечує комфорт, еластичність та стійкість до зношування. Худі відповідає встановленим стандартам щодо зручності, зносостійкості та довговічності. Ретельно перевірене маркування символами щодо догляду на текстильній стрічці демонструє відповідність міжнародним стандартам (ДСТУ ISO 3758:2005) та національним вимогам (ДСТУ 2122-93), що забезпечує правильний догляд за виробом і збереження його функціональних властивостей.

РОЗДІЛ 4. МИТНЕ ОФОРМЛЕННЯ ІМПОРТУ СПОРТИВНОГО ОДЯГУ

4.1. Аналіз договору на митне брокерське обслуговування

Аналіз договору на митне брокерське обслуговування є важливим кроком для забезпечення належного виконання митних процедур при імпорті та експорті товарів. Митні брокери виконують функції, що полягають у забезпеченні відповідності митних операцій законодавству, надаючи послуги з митного оформлення товарів, їх розмитнення та інших митних процедур [50].

Основні елементи договору на митне брокерське обслуговування :

1. Сторони договору

Договір укладається між двома основними сторонами митним брокером (інколи юридична особа або індивідуальний підприємець), що надає послуги митного оформлення та клієнт (підприємство або фізична особа), який є імпортером або експортером товарів і бажає отримати послуги митного оформлення.

2. Основні умови договору

2.1. Предмет договору. У договорі чітко визначається, що митний брокер зобов'язується здійснювати митне оформлення товарів і супроводжуючих документів від імені клієнта. Це включає заповнення митних декларацій, надання митних документів, взаємодію з митними органами та забезпечення виплати митних платежів. Може бути вказано конкретні види товарів, для яких буде здійснюватися митне оформлення, або ж загальні умови для всіх товарів, які імпортує або експортує клієнт.

2.2. Обов'язки митного брокера

- Підготовка та подання митних декларацій.
- Надання консультацій щодо митних процедур і правил митного оформлення.

- Оформлення та подання супровідних документів (інвойсів, сертифікатів, контрактів, товарно-транспортних накладних тощо).
- Перевірка правильності поданих даних, митних платежів.
- Виконання всіх митних формальностей до моменту випуску товару.
- Надання інформації клієнту щодо митного оформлення та термінів випуску товар.

2.3. **Обов'язки клієнта:** забезпечення надання всіх необхідних документів для митного оформлення (документи на товар, транспортні документи, сертифікати тощо). Вчасна сплата митних платежів (мито, ПДВ, акцизи). Надання митному брокеру всієї необхідної інформації, включаючи дані про товар, його вартість, кількість, код УКТЗЕД. Сплата брокерської винагороди за надані послуги.

2.4. **Термін дії договору.** У договорі повинна бути вказана тривалість дії договору, а також умови його продовження або припинення. Часто договори на митне брокерське обслуговування укладаються на невизначений строк з можливістю розірвання за бажанням однієї зі сторін з певним строком попередження (наприклад, 30 днів). Може бути зазначено, що договір діє на певні партії товарів або для певних періодів, з огляду на особливості імпорту чи експорту.

2.5. **Вартість послуг.** У договорі повинна бути чітко визначена вартість послуг митного брокера. Це може бути фіксована сума або відсоток від митної вартості товарів. Також вказуються умови оплати (щомісячно, після надання послуг, авансом і т.д.). Крім основної вартості послуг, можуть бути зазначені додаткові витрати (наприклад, витрати на подачу документів в митницю, вартість консультування, витрати на оформлення специфічних сертифікатів).

2.6. **Права та відповідальність сторін.** У договорі зазначаються права та відповідальність кожної зі сторін: митний брокер несе відповідальність за правильність заповнення митної документації та своєчасне подання документів до митниці; клієнт відповідає за надані дані та документи, а також

за оплату митних платежів. Важливо, щоб клієнт підтвердив, що несе відповідальність за правильність наданої інформації.

2.7. Форс-мажор. Договір часто містить розділ про форс-мажорні обставини, такі як стихійні лиха, страйки, воєнні дії, що можуть перешкодити виконанню умов договору. У цьому розділі також можуть бути вказані терміни та процедури для подолання форс-мажору.

2.8. Конфіденційність. Оскільки митне брокерське обслуговування часто включає обробку конфіденційної інформації (дані про товар, його вартість, умови контракту тощо), договір може містити положення про зобов'язання сторін зберігати конфіденційність цієї інформації.

2.9. Розв'язання суперечок. Договір має вказувати спосіб вирішення суперечок між сторонами, зокрема, через суд або інші альтернативні методи вирішення спорів (арбітраж, медіація).

2.10. Прикінцеві положення. Цей розділ вказує на можливі зміни та доповнення до договору, умови його розірвання, а також інші важливі моменти, які не були охоплені іншими розділами.

3. Переваги та недоліки договору на митне брокерське обслуговування [51].

Переваги:

- Зручність: Клієнт делегує всі митні формальності професіоналам, що дозволяє зекономити час і ресурси.
- Економія на помилках: Професійний митний брокер мінімізує ймовірність помилок в митному оформленні, що може знизити витрати на штрафи та затримки товару.
- Забезпечення правового захисту: Договір чітко регламентує права та обов'язки сторін, що дає юридичну гарантію для обох учасників угоди.

Недоліки:

- Вартість послуг: Деякі підприємства можуть вважати витрати на послуги митного брокера надмірними.
- Залежність від брокера: Підприємство може стати залежним від митного брокера для всіх митних операцій, що в разі некомпетентності брокера може призвести до проблем.

Отже, аналіз договору на митне брокерське обслуговування допомагає забезпечити взаєморозуміння між клієнтом і брокером, а також дозволяє уникнути можливих ризиків, пов'язаних із митним оформленням. Важливо ретельно перевірити всі умови договору, зокрема обов'язки, оплату послуг, відповідальність сторін, а також вимоги до наданих документів, щоб забезпечити успішне митне оформлення та мінімізувати витрати на розмитнення товарів.

4.2. Регулювання митних тарифів при імпорті спортивного одягу

Митні тарифи є важливою складовою міжнародної торгівлі, яка впливає на економічні відносини між країнами. Вони визначають розмір мит, які стягуються при переміщенні товарів через кордон, і служать механізмом захисту внутрішнього ринку, стимулювання експорту та забезпечення економічної безпеки.

Найбільший вплив на формування наднаціонального митного регулювання мають міжнародні організації, такі як Всесвітня митна організація (ВМО/WCO) та Рада митного співробітництва (РМС). ВМО є головним міжурядовим органом, що розробляє стандарти та рекомендації для митних процедур, сприяючи міжнародному співробітництву митних органів. Її основна мета — забезпечити ефективне та безпечне митне оформлення товарів у світовій торгівлі [52].

Завдяки ВМО митні органи країн-учасників мають доступ до інструментів, що дозволяють стандартизувати митні процеси, спрощуючи їх і знижуючи торговельні бар'єри. Окрім того, ВМО займається впровадженням новітніх технологій митного контролю, що забезпечує точніше і швидше оформлення товарів, зменшуючи ризики для безпеки, економіки та довкілля.

Рада митного співробітництва (РМС) активно працює на підвищення ефективності митних органів через обмін досвідом і кращими практиками серед країн-членів. РМС координує дії митних служб, забезпечуючи їх взаємодію, що має велике значення для боротьби з контрабандою, фальсифікацією товарів та для збору митних платежів.

Таким чином, діяльність цих організацій сприяє формуванню єдиних міжнародних стандартів митного контролю, створенню сприятливих умов для законної торгівлі, захисту економічних інтересів країн та стійкого розвитку міжнародних економічних відносин. ВМО забезпечує підтримку співпраці між митними органами, що дозволяє захищати суспільство від небезпечних товарів і сприяє ефективному збору митних доходів.

Уніфікація законодавства та торговельна співпраця, яка реалізується через міжнародні регіональні організації та економічні інтеграційні об'єднання, такі як ЄС, НАФТА, АСЕАН, МЕРКОСУР тощо, сприяє спрощенню та стандартизації національних митних процедур.

Найвищий рівень економічної інтеграції серед економічних союзів у контексті спрощення та гармонізації митних процедур у міжнародній торгівлі на сьогодні досягнутий у рамках Європейського Союзу (ЄС). Система митно-тарифного регулювання зовнішньої торгівлі включає ряд складових: митний тариф, методи визначення митної вартості товарів, що переміщуються через митний кордон, порядок підтвердження країни походження товарів, і також система тарифних преференцій.

Митний тариф — це система ставок митних зборів, що застосовуються до товарів, які переміщуються через митний кордон країни. [53]. Митний

тариф визначає розмір митних зборів залежно від категорії товару, його вартості, країни походження та інших факторів. Цей інструмент використовується для регулювання імпорту та експорту товарів, а також для захисту національного виробника, стимулювання економіки та забезпечення державних доходів. Митний тариф може включати як стандартні ставки, так і пільгові тарифи, що застосовуються у рамках міжнародних угод або торгових преференцій. Митно-тарифні відносини стимулюють розвиток зовнішньої торгівлі, підтримку національної економіки, захист внутрішнього ринку, а також сприяють розвитку певних галузей промисловості. Вони допомагають збалансувати імпорт та експорт, створюючи умови для більш вигідної торгової політики, залучення інвестицій та технологій. Водночас митно-тарифне регулювання може використовуватися для підтримки конкурентоспроможності національних виробників, забезпечення стабільності валютного ринку та сприяння економічному зростанню через оптимізацію торговельних потоків.

Згідно з кодом товару в УКТЗЕД була складена довідка по товару, на основі якої проведено аналіз тарифного регулювання імпорту спортивного одягу на прикладі худі (додаток Б).

При нарахуванні сум ввізного мита варто звернути увагу на те, що для бриджів встановлена пільгова адвалерна ставка у розмірі 12% та повна специфічна ставка у розмірі 40%. Це означає, що для товарів, які підпадають під пільгові умови, буде застосовуватися знижена ставка, тоді як для інших товарів буде стягуватися повна ставка відповідно до митної класифікації.

Товари, що походять з Республіки Ісландія, Князівства Ліхтенштейн, Королівства Норвегія та Швейцарської Конфедерації, мають певні переваги при імпорті до України в рамках Угоди про вільну торгівлю між Україною та Європейською асоціацією вільної торгівлі (ЄАВТ). Згідно з цією міжурядовою угодою, імпортовані з цих країн товари оподатковуються ввізним митом за зниженими ставками, зокрема ставкою 0%. Ця ставка вступає в силу з 1 січня

2025 року на основі угоди щодо сільського господарства та угоди про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ.

Згідно з Угодою між Україною та Республікою Македонія про вільну торгівлю, також передбачено зниження ставок ввізного мита до 0% відповідно до нового Протоколу «В». При імпорті необхідно подати сертифікат переміщення EUR.1, який видається митними органами країни-учасниці угоди. Метою Угоди є зміцнення економічного співробітництва, підвищення добробуту населення країн-учасниць, поступове усунення торгових бар'єрів, забезпечення справедливих умов конкуренції в торгових відносинах, а також створення сприятливих умов для залучення інвестицій, зокрема через спільні інвестиційні проекти. Крім того, Угода сприяє розвитку торгівлі та співпраці на ринках третіх країн [54].

Діють зменшення на підставі міждержавної угоди від 18.01.2001 р. «Угода про вільну торгівлю між Республікою Македонія та Україною» та на основі листа Держмитслужби №15/15-03-02/18266 від 28.11.2024 «Про графік зниження ввізного мита».

Зниження ставок ввізного мита для країн ЄС базується на принципах вільної ринкової економіки, які є основою їхніх взаємин. Ключовими аспектами для зміцнення співпраці між усіма учасниками є верховенство права, ефективне врядування, боротьба з корупцією, а також протидія різним формам транснаціональної організованої злочинності і тероризму. Сприяння сталому розвитку та ефективній багатосторонній взаємодії також є основними принципами цієї співпраці. Тому щороку затверджується зменшення ставок ввізного мита до 0%. Діють дані умови на підставі міждержавної угоди від 27.06.2014 р. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони.

Зменшення ставок ввізного мита для Канади діє відповідно до положень Угоди про вільну торгівлю між Україною та Канадою від 22.09.2023 р.

Сторони Угоди погоджуються, що їхні відносини в сфері торгівлі та економічного підприємництва повинні бути спрямовані на підвищення рівня життя, забезпечення повної зайнятості, а також на досягнення стійкого і значного зростання реальних доходів та ефективного попиту. Вони також прагнуть до розширення виробництва товарів та послуг і торгівлі ними з урахуванням оптимального використання глобальних ресурсів, відповідно до цілей сталого розвитку, захисту навколишнього середовища та покращення умов для досягнення цих цілей, з огляду на їхні національні потреби та інтереси на різних етапах економічного розвитку [55].

Зменшення ставок ввізного мита для Ізраїля діє на підставі міждержавної угоди від 21.01.2019 р. «Угода про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль» та листом Держмитслужби № 15/15-03-02/18266 від 28.11.2024 р. «Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит» [56].

Податок на додану вартість (ПДВ) є непрямим податком, який нараховується та сплачується відповідно до положень Податкового кодексу України. При ввезенні товарів на митну територію України базою для оподаткування є договірна (контрактна) вартість товарів, але не менша за митну вартість, з урахуванням митних зборів та акцизного податку, що підлягають сплаті. ПДВ за ставкою 20% встановлюється згідно з Податковим кодексом України, затвердженим Законом № 2755-VI від 02.12.2010 р [57].

Отже, митний тариф України визначає пільгові та стандартні ставки ввізного мита для худі, які можуть змінюватися залежно від чинних угод про вільну торгівлю чи співробітництво. Для застосування пільгової ставки або зменшення мита необхідно подати документи, що підтверджують країну походження товару.

4.3. Оформлення імпортової декларації із застосування програми MD Office

Оформлення імпортової декларації із застосування програми MD Office є важливим етапом митного оформлення товару, який дозволяє автоматизувати процес подання митних документів та забезпечити правильність та оперативність їх обробки. Програма MD Office є спеціалізованим програмним забезпеченням, яке використовується для заповнення митних декларацій, обробки документації та взаємодії з митними органами в Україні [58].

Кроки для оформлення імпортової декларації із застосуванням програми **MD Office**:

1. Підготовка документації та даних

Перед заповненням декларації в програмі, необхідно зібрати всі супровідні документи: контракт (угода) купівлі-продажу, інвойс (рахунок-фактура), пакувальний лист, сертифікат походження, транспортні документи (накладні, транспортні квитанції), сертифікати якості та відповідності (якщо необхідно), ліцензії (якщо застосовуються).

2. Встановлення програми MD Office

Програма MD Office повинна бути встановлена на комп'ютері митного брокера чи імпортера. Після встановлення користувач повинен налаштувати програму, ввести всі необхідні параметри та дані підприємства (наприклад, інформацію про митного брокера, організацію, що імпортує товар, митний код та інше).

3. Заповнення імпортової митної декларації

В програмі MD Office є спеціалізовані форми для заповнення митних декларацій, які відповідають вимогам митних органів:

- Введення загальної інформації: необхідно ввести загальні відомості про вантаж (наприклад, кількість, вартість, країна походження, митна класифікація товару згідно з УКТЗЕД).

- Інформація про товар: вносяться дані про найменування товару, його код за УКТЗЕД, обсяг, вага, митна вартість, а також інші характеристики товару.
- Дані про постачальника та покупця: вказуються реквізити постачальника та імпортера (найменування, адреса, ідентифікаційний код тощо).
- Інформація про митні платежі: вказується сума митних платежів, що підлягають сплаті при ввезенні товару (мито, ПДВ, акцизний збір та інше).
- Заповнення транспортних даних: вказується інформація про спосіб транспортування товару, найменування перевізника та номер транспортного документа (Bill of Lading, AWB або інші).

4. Автоматичне перевірка на відповідність вимогам митного законодавства

Програма MD Office автоматично перевіряє введені дані на відповідність вимогам митного законодавства України та можливі помилки в оформленні. Це дозволяє уникнути помилок і запобігти затримкам у процесі митного оформлення.

5. Подання декларації до митниці

Після заповнення митної декларації в програмі MD Office, документ передається до митниці через електронну систему. Програма підтримує автоматичну передачу декларацій через електронний кабінет митного органу, що дозволяє значно пришвидшити процес обробки.

6. Отримання підтвердження від митниці

Після подання декларації митними органами буде здійснено перевірку даних. Якщо декларація була заповнена правильно, митниця приймає її для подальшого митного оформлення, і надає підтвердження у вигляді електронного документа.

7. Оплата митних зборів та платежів

Після отримання підтвердження декларації імпортер або митний брокер здійснює оплату всіх необхідних митних платежів (мито, ПДВ, акциз тощо). Програма MD Office також дозволяє вести облік платежів і вносити відповідні дані до митної декларації.

8. Завершення митного оформлення

Після успішного подання декларації та сплати митних зборів товар може бути пропущений через митний контроль, і митні органи оформлюють дозвіл на його випуск для подальшого розподілу або продажу на території України.

Програмний комплекс MD Office призначений для автоматизації процесів, що пов'язані з підготовкою документів для подання до митних органів, та підтримки різноманітних завдань, зокрема в сфері зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД).

Він складається з кількох програм, кожна з яких має своє специфічне призначення:

MD Info – це нормативно-довідкова база, що включає важливі нормативні документи митних органів, міністерств, відомств, товарну номенклатуру ЗЕД, УКТЗЕД, довідники та пошукову систему для полегшення роботи під час митного оформлення. Також містить міжнародні правила тлумачення комерційних термінів (Інкотермс).

MD Form – програма для автоматизованого заповнення документів, таких як митні декларації, товаросупровідні документи, зовнішньоекономічні договори та сертифікати походження товарів.

MD Warehouse – програма для автоматизації обліку товарів на митному ліцензійному складі, що відповідає вимогам українського законодавства. Вона забезпечує формування звітності та документації для роботи з клієнтами (накладні, рахунки-фактури, податкові накладні).

MD WareHL – програма для автоматизації обліку товарів на торговому складі малих та середніх підприємств. Вона дозволяє вести облік товарів,

контролювати залишки та формувати необхідні документи для роботи з клієнтами.

MD Declaration – програма для заповнення митних декларацій (МД), включає перевірку, друк та створення електронної копії МД. Програма також має потужну систему безпеки, розмежування доступу, а також можливості для роботи з різними довідниками та автоматичне заповнення курсів валют.

Переваги використання програми MD Office:

Швидкість: автоматизує процес подання митної декларації, що значно пришвидшує митне оформлення товару.

Точність: зменшує ймовірність помилок при заповненні декларації завдяки автоматичним перевіркам.

Зручність: можливість зберігання та обробки всієї митної документації в електронному вигляді.

Електронна взаємодія з митницею: без необхідності відвідувати митний орган, декларація передається безпосередньо в митну службу через електронні канали.

Застосування програми MD Office дозволяє спростити і автоматизувати процес митного оформлення, зменшуючи ймовірність помилок і скорочуючи час на проходження митних процедур [59].

Отже, процес митного оформлення імпорту спортивного одягу є багатогранним і потребує чіткої організації та взаємодії між різними сторонами — митними органами, брокерами та імпортерами. Важливими етапами цього процесу є правильне визначення коду товару за Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД), оформлення митних декларацій, а також забезпечення супровідних митних документів, що підтверджують правомірність переміщення товарів через митний кордон.

Висновки до розділу 4

Отже, аналіз договору на митне брокерське обслуговування є необхідним для забезпечення ефективного митного оформлення товарів та запобігання потенційним проблемам під час імпорту або експорту. Важливими аспектами є чітке визначення сторін договору, основних умов співпраці, обов'язків як митного брокера, так і клієнта, а також умов оплати та термінів виконання послуг. Договір має забезпечувати правовий захист для обох сторін, мінімізуючи ризики, пов'язані з митними формальностями, помилками або затримками при розмитненні товарів. Митне регулювання в Україні адаптується до міжнародних стандартів та угод, що дозволяє створювати вигідні умови для бізнесу, знижуючи торгові бар'єри і сприяючи економічному співробітництву з різними країнами.

Ключові етапи використання програми MD Office включають підготовку документації, введення необхідних даних, автоматичну перевірку на відповідність митному законодавству, подання декларації до митниці, отримання підтвердження та оплати митних зборів. Всі ці етапи здійснюються швидко та з високою точністю, що покращує ефективність митного процесу.

ВИСНОВКИ

Асортимент спортивного одягу на вітчизняному ринку є результатом комбінації внутрішніх та зовнішніх факторів: від конкуренції між виробниками та впливу світових трендів до змін у соціальних уподобаннях і спортивній активності населення. Ці фактори сприяють не лише розвитку самої індустрії, але й зростанню її економічного внеску в загальний розвиток країни, зокрема через розширення ринку, створення нових робочих місць і підтримку бізнесу в цій сфері. Ринок спортивного одягу активно розвивається як в Україні, так і в світі, і зростаючий попит на продукцію стимулює інновації, розвиток нових брендів і моделей, а також зміни в поведінці споживачів. Спортивний одяг не лише є важливим елементом для тренувань, але й став частиною повсякденного стилю життя.

Сьогодні Puma є глобальною компанією, яка працює у більш ніж 120 країнах світу. Вона розробляє широкий асортимент продукції: спортивний одяг, взуття та аксесуари, орієнтуючись як на професійних спортсменів, так і на любителів активного способу життя. Продукція бренду відома своєю функціональністю, комфортом і стильним дизайном, що робить Puma популярним вибором серед різних категорій споживачів.

Худі Puma є відмінним прикладом спортивного одягу, який поєднує в собі функціональність, комфорт і стиль. Завдяки використанню сучасних технологій та інноваційних матеріалів, ці вироби не лише виконують свою основну роль у забезпеченні комфорту під час активних занять спортом, але й стають популярними серед молоді завдяки стильному дизайну та бренду.

Puma має сильні сторони, які дозволяють їй зберігати конкурентоспроможність, зокрема завдяки високоякісним продуктам, популярності бренду і функціональним перевагам. Проте є кілька зовнішніх і

внутрішніх загроз, таких як конкуренція і економічні зміни, що можуть вплинути на подальші результати діяльності компанії. Для зміцнення своєї позиції Рута повинна орієнтуватися на інновації, покращення маркетингових стратегій і зниження логістичних ризиків, а також використовувати зростаючий інтерес до здорового способу життя для розширення свого ринку.

Згідно з проведеним аналізом маркування худі бренду Рута, всі символи догляду відповідають міжнародним стандартам та ДСТУ, що забезпечує правильний догляд за виробом, сприяючи збереженню його функціональних і естетичних властивостей протягом довгого часу. Правильний догляд, в свою чергу, підтримує високий рівень зносостійкості та комфорт при носінні, що робить цей продукт конкурентоспроможним на ринку спортивного одягу.

Митні тарифи та їх регулювання є важливими інструментами для забезпечення економічної безпеки країни, захисту національних виробників та стимулювання розвитку зовнішньої торгівлі. Міжнародні організації, такі як ВМО та РМС, активно працюють над створенням стандартів для митних процедур, що знижують торговельні бар'єри і полегшують митне оформлення товарів. У свою чергу, економічні інтеграційні об'єднання, такі як ЄС, сприяють гармонізації митних процедур, що полегшує торгові відносини між країнами-учасниками.

Програма MD Office є важливим інструментом для автоматизації процесу митного оформлення товарів. Вона дозволяє швидко і безпомилково заповнювати імпорتنі митні декларації, перевіряти відповідність введених даних вимогам митного законодавства та забезпечувати ефективну взаємодію з митними органами. Використання цієї програми значно знижує ризики затримок і помилок при митному оформленні товарів.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Сучасні тенденції розвитку ринку спортивного одягу <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2018/261/pdf/209-222.pdf>
2. Фіалковська А., Ковальчук І. Сучасні тенденції розвитку ринку спортивного одягу. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 9(261). С. 209–222.
3. Аналіз стану та перспектив розвитку ринку спортивних товарів України. <https://rda.ua/news/analiz-stanu-ta-perspektiv-rozvitku-rinku-sportivnih-tovariv-ukrayini-bachennya-direktora-retail-development-advisor-taisiyi-litovchenko.html>
4. Маркетинг преміальних спортивних брендів і умовах зниження купівельної спроможності
file:///C:/Users/admin17223/Downloads/МогиловаМушкудіані
5. Аналіз привабливості ринку спортивного одягу, взуття та аксесуарів в світі та Україні.
https://ep3.nuwm.edu.ua/24497/1/Студвісник_1%2817%292022_Крук%20М._с.79-82%20%281%29.pdf
6. Курдюкова О. С., Лабурцева О. І. Аналіз можливостей і загроза спортивних товарів на ринку України. URL: <https://knutd.edu.ua/publications/pdf/TD/2014-3/19.pdf>.
7. Аналіз стану та перспектив розвитку ринку спортивних товарів України. <https://rda.ua/news/analiz-stanu-ta-perspektiv-rozvitku-rinku-sportivnih-tovariv-ukrayini-bachennya-direktora-retail-development-advisor-taisiyi-litovchenko.html>
8. Від світового лідера до наздоганяючого: історія компанії Adidas
<https://rau.ua/dosvid/istoriya-kompanii-adidas/>

9. 10 українських брендів, які шийють одяг для йоги та спорту. URL: <https://bzh.life/ua/mesta-i-veshi/1693232876-10-ukrayinskih-brendiv-ki-shiyut-odyag-yogi/>.
10. Territory of Yoga <https://intour.com.ua/statti/lifestyle/territory-of-yog>
11. Designed for Fitness. URL: <https://dfstore.com.ua/uk/informatsiya/pro-kompaniyu/>.
12. Black Limit. URL: <https://blvcklimit.ua/ua/black-limit-brand-history/>.
13. Rikky Hype. URL: <https://rikkyhype.com/ua/>.
14. Оцінка сучасного стану розвитку ринку одягу в Україні. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/87.pdf
15. Аналіз можливостей і загроз на ринку спортивних товарів <https://knutd.edu.ua/publications/pdf/TD/2014-3/19.pdf>
16. Монобрендовий інтернет-магазин [https://ag.marketing/blog/monobrendoviy-internet-magazin/#:~:text=Всі%20інтернетмагазини%20умовно%20можна,передбачена%20для%20дуже%20вузької%20ніші\).](https://ag.marketing/blog/monobrendoviy-internet-magazin/#:~:text=Всі%20інтернетмагазини%20умовно%20можна,передбачена%20для%20дуже%20вузької%20ніші).)
17. Мультибренд <https://elbuz.com/ua/multibrend>
18. Маркетплейси <https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-marketplejsy>
19. Дослідження стану та визначення перспективних напрямів розвитку ринку спортивного одягу в Україні. <https://www.hneu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/07/MV-11-2023.pdf>
20. Використання комунікаційних інструментів при просуванні товару на ринку <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4202>
21. Якими властивостями має володіти якісний спортивний одяг? <https://opt-kolo.com.ua/yakymy-vlastyvostiamy-maie-volodity-yakisnyi-zhinochy-sportyvnyi-odiah/>
22. Мода та екологія – обираємо екологічно чистий одяг <https://fact-news.com.ua/moda-ta-ekologiya-yak-obrati-ekologichno-chistij-odyag>

23. Які вимоги до одягу та взуття для занять спортом?
<https://marathon.ua/uk/kakovy-trebovaniya-k-odezhde-i-obuvi-dlya-zanyatij-sportom.html?srsId=AfmBOoo1Vn81pohwv7LINLqSN2Nzt85hEieJaGdZpy6KRFuvM52bItfI>

24. Мода на екологічно чисті матеріали – тренди та переваги
<https://fact-news.com.ua/moda-na-ekologichno-chisti-materiali-trendi-ta-perevagi>

25. Одяг для занять на відкритому повітрі.
<https://freever.ua/vibor/odezhda-dlya-zanyatij-na-otkrytom-vozdue>

26. Що таке утеплювач Тінсулейт <https://janda.com.ua/shho-take-uteplyuvach-tinsulejt-thinsulate/>

27. Що таке бавовна - що за тканина, властивості, переваги та недоліки
<https://roksana-shop.com/blog/scho-take-bavovna-scho-za-tkanina-vlastivosti-perevagi-ta-nedoliki>

28. Нейлон: що за тканина, виникнення та застосування
<https://alp.com.ua/neilon-shcho-za-tkanyna-vynyknennia-ta-zastosuvannia-blog/?srsId=AfmBOoo0w34eBZ9EunUGTbMrNehvdlm3DTooleuIfoSrghAa7USdLHXv>

29. Що за тканина поліестер: опис та характеристики матеріалу
https://tk.ua/ua/articles/chto-za-tkan-poliester-opisanie-i-xarakteristiki-materiala.html?srsId=AfmBOopBayyXpF-UMl3KcyBhHj1jpGo8SJgDhB_bIQzoy2zc050UtW8r

30. Що таке спандекс — опис і властивості матеріалу https://tkani-atlas.com.ua/ua/chto-takoe-spandeks-opisanie-i-svoystva-materiala/?srsId=AfmBOoriot5XDeeSSJL3SRMn-IKtZWNI3g-TI2_IXom-uaFD0zN1pZck

31. Що таке Гортекс? https://shambala.com.ua/blog/what-is-gore-tex/?srsId=AfmBOoo4-bTlcbCnaVBbYu9au_WeWN9cJf8FWpId9V8jAYIgnzObUqAb

32. Кевлер, усе що потрібно знати https://ukrarmor.com.ua/news/shho-take-kevlar-use-shho-potribno-znati-pro-material?srsltid=AfmBOoq5l6WiitovfesOtblLQQdcPBmS4uD9WaD6mb7eJK60Wyp1_UfD

33. Тефлонові тканини https://kozakplus.ua/articles/consumables/teflon?srsltid=AfmBOoqFBPe_-9PZrPzAdNpV9KY6jLHB8UQ3yvOFgYNVNigl6rqwX7k-

34. Різновид моделей футболок https://maikoff.ua/ua/raznovidnost-modeley-futbolok.html?srsltid=AfmBOorUH2CdcAGnH_QZTIXpjWYzJULWyECJgKJmx15uwyZoFRajkfZX

35. Спортивні лосини, різновиди та їх особливості <https://www.0352.ua/list/408177>

36 Спортивні шкарпетки <http://newsdaily.com.ua/odyag-dlya-sportu/1502-sportivni-shkarpetki.html>

37. Шкарпетки спортивні. URL: <https://nosku.com.ua/novini/noski-sportivnye-optom>

38. Історія бренду Puma <https://dovidnyk.info/index.php/Brand/503>

39. Створення бренду PUMA. Історія легенда бренду Пума. Логотип PUMA https://logomaster.com.ua/index_uk.php?p=4270

40. Теоретичний метод дослідження <https://blog.magistr.ua/teoretychnyj-metod-doslidzhennya/>

41. SWOT-аналіз <https://wedex.com.ua/blog/swot-analiz-shho-tse-take-ta-prikladi-vikoristannya/>

42.Що таке код УКТ ЗЕД і для чого він потрібен? URL: <https://bargen.com.ua/2017/12/21/shho-take-kod-ukt-zed-i-dlya-chogo-vin-potriben/>

43. Про Митний тариф України: Закон України від 19.10.2022 р. № 2697-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-20#Text>.

44. Довідка по товару УКТЗЕД. URL:
<https://qdprou.com.ua/uk/goodinfo/6101201000>
45. Аналіз асортименту функціонального спортивного одягу
<https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/21264>
46. ДСТУ 2027-92 Вироби швейні й трикотажні. Терміни та визначення
https://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=94993
47. Основні переваги тканини бавовна-поліестер
<https://tk.ua/ua/articles/osnovnye-preimushchestva-tkani-hlopok-poliester.html?srsid=AfmBOop5wRtZaH2sa6gwOH1gKesUqNXvATbBpKc3cd5xlwhnIuRwK04g>
48. ДСТУ 2122-93. Матеріали для одягу. Символи та вимоги догляду
49. ДСТУ ISO 3758:2005. Матеріали текстильні. Маркування символами щодо догляду. Київ, 2007.
50. Правила провадження митної брокерської діяльності та порядок контролю за її провадженням <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1673-21#Text>
51. Які переваги дають послуги митного брокера
<https://www.cargosupport.com.ua/ua/yaki-perevagi-dayut-poslugi-mitnogo-brokera/>
52. Ватагович М. І. Сучасні теоретичні засади митного регулювання в контексті державного регулювання національної економіки: міжнародні аспекти. Ефективна економіка № 8, 2017. URL:
<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6933>.
53. Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ від 24.06.2010 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_456#Text
54. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони від 27.06.2014 р. URL:
https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text

55. Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою від 11.07.2016 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124_052-16#Text

56. Угода про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль від 21.01.2019 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/376_001-19#Text

57. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>

58. Програми MD Office
<https://www.mdoffice.com.ua/ru/aMDOFAQ.decl?id=507>

59. Інформаційні системи і технології в митній справі
<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38434/1/mutna%20sprava.pdf>

ДОДАТКИ

Додаток А

Додаток Б

Код товару : 6101 20 10 00**станом на 03.01.2025**

Пальта, півпальта, накидки, плащі, анораки (включаючи лижні куртки), куртки та подібні вироби, трикотажні машинного чи ручного в'язання, для чоловіків або хлопців, крім виробів товарної позиції 6103:

- з бавовни:

- - пальта, півпальта, накидки, плащі та подібні вироби

Основна одиниця виміру: **кг (код 166)**

Додаткова одиниця виміру: **шт (код 796)**

- ІМПОРТ
- ЕКСПОРТ
- ТРАНЗИТ

1. 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 Мініфіну від 20.09.2012 року № 1011.

Пільгова ставка	12%
Повна ставка	40%
Діє	з 01.01.2023

Підстава:

- **Закон України ВР № 2697-IX від 19.10.2022**

Про Митний тариф України

Коментарі:

Пальта, пієпальта, накидки, плащі, анораки (включаючи лижні куртки), куртки та подібні вироби, трикотажні машинного чи ручного в'язання, для чоловіків або хлопців, крім виробів товарної позиції 6103:

-з бавовни:

- -пальта, пієпальта, накидки, плащі та подібні вироби

2. Зменшення ставок ввізного мита (ЄАВТ)

Преференція по миту: "403".

Товари, вказані у коментарі, що ввозяться в Україну згідно з міжурядовою угодою України з державами ЄАВТ оподатковуються ввізним митом за зменшеними ставками.

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2025

Підстава:

- **Міждержавна угода від 24.06.2010**

Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ

- **Міждержавна угода від 24.06.2010**

Угода про сільське господарство між Україною та Ісландією

Коментарі:

Міждержавна Угода з Ісландією

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2025

Підстава:

- **Міждержавна угода від 24.06.2010**

Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ

- **Міждержавна угода від 24.06.2010**

Угода про сільське господарство між Україною та Королівством Норвегія

Коментарі:

Міждержавна Угода з Королівством Норвегія

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2025

Підстава:

- **Міждержавна угода від 24.06.2010**

Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ

- **Міждержавна угода від 24.06.2010**

Угода про сільське господарство між Україною та Швейцарською
Конфедерацією

Коментарі:

Міждержавна Угода з Князівством Ліхтенштейн

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2025

Підстава:

- **Міждержавна угода від 24.06.2010**

Угода про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ

- **Міждержавна угода від 24.06.2010**

Угода про сільське господарство між Україною та Швейцарською Конфедерацією

Коментарі:

Міждержавна Угода з Швейцарською Конфедерацією

3. Зменшення ставок ввізного мита (Македонія)

Преференція по миту: "402".

Згідно нового Протоколу "В" Угоди України з Республікою Македонія про вільну торгівлю положення цієї Угоди застосовуються до продукції, яка походить з території однієї договірної Сторони, під час імпорту до іншої договірної Сторони у разі предствлення сертифікату перемещення EUR.1 (видається митними органами Республіки Македонія).

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2025 до 31.12.2025

Підстава:

- **Міждержавна угода від 18.01.2001**

Угода про вільну торгівлю між Республікою Македонія та Україною

- **Лист Держмитслужби № 15/15-03-02/18266 від 28.11.2024**

Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:

пальта, півпальта, накидки, плащі та подібні вироби

4. Зменшення ставок ввізного мита (ЄС)

Преференція по миту: "410".

Вказані у коментарі товари, що ввозяться в Україну та походять з країн ЄС,

знаходяться у переліку зниження ввізних мит України, розрахованих по роках, передбачених Угодою про асоціацію між Україною та ЄС.

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2025 до 31.12.2025

Підстава:

- **Міждержавна угода від 27.06.2014**

Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони

- **Лист Держмитслужби № 15/15-03-02/18266 від 28.11.2024**

Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:

пальта, півпальта, накидки, плащі та подібні вироби

5. Зменшення ставок ввізного мита (Канада)

Преференція по миту: "420".

Відповідно до положень Угоди про вільну торгівлю між Україною та Канадою на вказані у коментарі товари, походженням з Канади знижено ставки ввізного мита (див. лист ДФСУ від 24.07.2017 № 19504/7/99-99-19-04-17).

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2025 до 31.12.2025

Підстава:

- **Міждержавна угода від 22.09.2023**

Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою

- **Лист Держмитслужби № 15/15-03-02/18266 від 28.11.2024**

Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:

пальта, півпальта, накидки, плащі та подібні вироби

6. Зменшення ставок ввізного мита(Ізраїль)

Преференція по миту: "422".

Відповідно до положень Угоди про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль на вказані у коментарі товари, походженням з Ізраїлю знижено ставки ввізного мита.

Ставка	0 %
Діє	з 01.01.2025 до 31.12.2025

Підстава:

- **Міждержавна угода від 21.01.2019**

Угода про вільну торгівлю між Кабінетом Міністрів України та Урядом Держави Ізраїль

- **Лист Держмитслужби № 15/15-03-02/18266 від 28.11.2024**

Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:

пальта, півпальта, накидки, плащі та подібні вироби

7. Зменшення ставок ввізного мита(Британія)

Преференція по миту: "424".

Відповідно до положень Угоди про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство між Україною та Сполученим Королівством Великої Британії і Північної Ірландії на вказані у коментарі товари,

походженням з Сполученого Королівства Великої Британії і Північної Ірландії знижено ставки ввізного мита.

Ставка	0 %
Діє	з 31.03.2024 до 31.03.2026

Підстава:

- **Міждержавна угода від 08.10.2020**

Угода про політичне співробітництво, вільну торгівлю і стратегічне партнерство між Україною та Сполученим Королівством Великої Британії і Північної Ірландії

- **Лист Держмитслужби № 15-03/1857 від 08.12.2023**

Про графіки зниження ввізних та вивізних (експортних) мит

Коментарі:

пальта, півпальта, накидки, плащі та подібні вироби

8. Податок на додану вартість

Податок на додану вартість - непрямий податок, який нараховується та сплачується відповідно до норм розділу V Податкового кодексу України.

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

- ввезення товарів на митну територію України в митних режимах імпорту або реімпорту, в тому числі постачання товарів з-під митних режимів магазину безмитної торгівлі, митного складу або спеціальної митної зони для їх подальшого вільного обігу на території України;
- вивезення товарів у митному режимі експорту або реекспорту, в тому числі постачання товарів, які перебувають у вільному обігу на території України, до митних режимів магазин безмитної торгівлі, митний склад або спеціальна митна зона.

При ввезенні товарів на митну територію України *базою оподаткування* є договірна (контрактна) вартість, але не менша 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	20%
Діє	з 01.01.2011

Підстава:

- **Кодекс ВР № 2755-VI від 02.12.2010**

Податковий кодекс України

9. Єдиний збір в пункті пропуску

Єдиний збір справляється з транспортних засобів, визначених у ст. 5 Закону України від 04.11.99 № 1212-XIV, які перетинають державний кордон, за здійснення у пунктах пропуску митного (у разі транзиту вантажу і транспортного засобу) контролю вантажу і транспортного засобу, за проїзд транспортного засобу автомобільними дорогами та за проїзд автотранспорту з перевищенням встановлених загальної маси, осьових навантажень та (або) габаритних параметрів.

Не справляється у разі: перетинання державного кордону авіаційними та водними транспортними засобами, залізничними вагонами без вантажу, залізничними пасажирськими вагонами, легковими автомобілями; транзиту вантажу, що не підлягає пропуску через митний кордон та перевантажується на інший транспортний засіб у зоні митного контролю пункту пропуску, який 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.

Діє	з 01.01.2008
-----	---------------------

Підстава:

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

10. Вільна торгівля (імпорт)

Преференція по миту: "400" - країни СНД;

Преференція по миту: "401" - Республіка Грузія;

Преференція по миту: "402" - Республіка Македонія;

Преференція по миту: "405" - Республіка Чорногорія.

В рамках діючих міждержавних угод про вільну торгівлю (з країнами СНД, Республікою Грузія, Республікою Македонія та Чорногорією) можливе звільнення від сплати мита при імпорті вказаного у коментарі товару. Таке звільнення здійснюється при дотриманні умов (наявність сертифіката про походження товару, виконання правил прямого відвантаження та безпосередньої закупівлі), що встановлені кожною окремою угодою.

Азербайджан

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

Діє за умови:

- Підтвердження походження товарів шляхом подання сертифікату СТ-1

- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*
- *Дотримання правил "прямого відвантаження"*

Грузія

- **Міждержавна угода від 09.01.1995**

Угода між Урядом України та Урядом Республіки Грузія про вільну торгівлю

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Діє за умови:

- *Підтвердження походження товарів шляхом подання сертифікату СТ-1(7006) або сертифікату EUR.1(0954) або декларації про походження (7012 або 7016)*
- *Дотримання правил "Безпосередньої закупівлі"*
- *Дотримання правил "прямого відвантаження"*

Молдова

- **Міждержавна угода від 29.08.1995**

Угода між Урядом України та Урядом Республіки Молдова про вільну торгівлю

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Діє за умови:

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

Узбекистан

- **Міждержавна угода від 29.12.1994**

Угода між Урядом України та Урядом Республіки Узбекистан про вільну торгівлю

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**
- **Лист ДМСУ (до 2012) № 13/13-2101-ЕП від 25.04.2001**

Діє за умови:

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

Туркменистан

- **Міждержавна угода від 05.11.1994**

Угоду між Урядом України та Урядом Туркменистану про вільну торгівлю

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Діє за умови:

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

Казахстан

- **Міждержавна угода від 17.09.1994**

Угода між Урядом України та Урядом Республіки Казахстан про вільну торгівлю

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 14/1-2869-ЕП від 26.11.1998**

Діє за умови:

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

Киргизстан

- **Міждержавна угода від 26.05.1995**

Угода між Урядом України та Урядом Киргизької Республіки про вільну торгівлю

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11/2-14-10197-ЕП від 04.07.2003**

Діє за умови:

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

Таджикистан

- **Міждержавна угода від 06.07.2001**

Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки

Таджикистан про науково-технічне співробітництво

Діє за умови:

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

Чорногорія

- **Міждержавна угода від 18.11.2011**

Угода про вільну торгівлю між Урядом України та Урядом Чорногорії

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 16/1-16.1/2472-ЕП від 08.11.2012**

Діє за умови:

Сертифікат про походження EUR.1

Білорусь

- **Міждержавна угода від 18.10.2011**

Договір про зону вільної торгівлі

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11.1/1.2-16.1/10114-ЕП від 07.09.2012**

Діє за умови:

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

Вірменія

- **Міждержавна угода від 18.10.2011**

Договір про зону вільної торгівлі

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 16/2-16.1/2283-ЕП від 19.10.2012**

Щодо набрання чинності Договору про зону вільної торгівлі для Республіки Вірменія

Діє за умови:

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

Казахстан

- **Міждержавна угода від 18.10.2011**

Договір про зону вільної торгівлі

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11.1/1.2-16.1/10114-ЕП від 07.09.2012**

Діє за умови:

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

Молдова

- **Міждержавна угода від 18.10.2011**

Договір про зону вільної торгівлі

- **Лист ДМСУ (до 2012) № 11.1/1.2-16.1/10114-ЕП від 07.09.2012**

Діє за умови:

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

Північна Македонія

- **Міждержавна угода від 18.01.2001**

Угода про вільну торгівлю між Республікою Македонія та Україною

- **Лист Держмитслужби № 15/15-03/7/814 від 21.04.2021**

Про Угоду про вільну торгівлю між Україною та Республікою Македонія

Діє за умови:

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

11. Заборона ввезення

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

Діє

з 12.04.2022

Підстава:

- **Постанова КМУ № 426 від 09.04.2022**

Про застосування заборони ввезення товарів з Російської Федерації

Коментарі:

Заборонити ввезення на митну територію України в митному режимі імпорту товарів з Російської Федерації.

-Товари, переміщення яких територією Російської Федерації здійснено транзитом, та товари, ввезені з Російської Федерації, у тому числі товари походженням з третіх країн, можуть бути поміщені в митний режим імпорту, якщо їх ввезення в Україну здійснено до 24 лютого 2022 р. включно

-У відповідності з п.1, ч. 1 Статті 42 Митного кодексу України від 13/03/2012 N 4495-VI, при митному оформленні, подання сертифікату про походження товару є обов'язковим

12. Посилений контроль (ввезення)

Під час митного оформлення імпорту вказаного у коментарі товару проводиться посилений контроль за правильністю визначення його митної вартості.

Конкретні заходи, що вживаються митним органом визначено у регулюючому документі Держмитслужби України.

Діє	з 11.06.2010
-----	--------------

Підстава:

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

Коментарі:

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

6101

-посилений контроль за митним оформленням одягу під особисту

відповідальність начальника митних органів;

-перевірка вагових, кількісних та вартісних показників товару.

13. Критерії достатньої переробки

Визначення країни вказаного у коментарі товару можливо із застосуванням переліку виробничих та технологічних операцій, які хоч і не ведуть у результаті переробки товару до зміни його коду чи його вартості відповідно до правила адвалерної частки, але з дотриманням певних умов визнаються достатніми.

До товарів, з якими укладено угоди про вільну торгівлю (країни СНД) застосовуються положення Правил визначення країни походження товарів.

Діє	з 17.03.2019
-----	--------------

Підстава:

- **Постанова КМУ № 144 від 27.02.2019**

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

Коментарі:

-повне виготовлення -виготовлення з пряжі

14. Нормативи відбору проб і зразків

У разі, якщо відповідним нормативно-правовим актом встановлено потребу проводити лабораторну перевірку, відбір проб й зразків товарів для проведення лабораторних досліджень (аналізу, експертизи) здійснюється у межах, встановлених нормативами відбору проб та зразків.

Діє	з 13.01.2017
-----	--------------

Підстава:

- **Наказ Мінфіну № 1058 від 02.12.2016**

Про затвердження Порядку взаємодії структурних підрозділів та територіальних органів ДФСУ із Спеціалізованою лабораторією з питань експертизи та досліджень ДФС під час проведення досліджень

Коментарі:

Одяг та додаткові речі до одягу, трикотажні та текстильні; інші готові текстильні вироби; комплекти; мотлох та ганчір'я.