

http://papers.univ.kiev.ua/1/ukrainoznavstvo/articles/parkhomenko-n-percularities-of-intellectual-migration-from-ukraine-in-the-age_25276.pdf

3. Медіна Т., Пендюр Н. Інтелектуальна міграція з України: причини та наслідки . Міжнародний часопис: Релігія та Соціум – 2014 - №1-2 (13-14)

О.І. Гнатів

студ. групи МЕ-21

Науковий керівник – к.е.н., доц. каф. ММП Адамик В. В.

ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ БРЕНДОВИМ ОДЯГОМ

У XXI ст. індустрія моди стрімко розвивається та дедалі більше маловідомих раніше брендів виходять на світовий ринок. Це супроводжується труднощами, пов'язаними із імпортом та експортом брендового одягу.

Процес імпорту одягу супроводжується низкою ускладнень. Перш за все, потрібно чітко визначитися з класифікацією згідно УКТ ЗЕД, яка залежить від виду виробу, матеріалу, з якого воно зроблене. Це обумовить мито при ввезенні. Обов'язковим є також проведення санітарно-епідеміологічної експертизи для всього одягу, який ввозиться. На сьогодні багато компаній займають активну позицію щодо закупівлі, беручи до уваги широке коло трудових, соціальних та екологічних питань, включаючи умови праці, екологічність і безпечність продукції. Споживачі та покупці стають свідомішими в питаннях застосування шкідливих хімічних речовин у процесі виробництва одягу. Крім цього, багато провідних світових виробників мають зареєстровані торгові марки, під якими випускають свій одяг як об'єкт інтелектуальної власності. Це означає, що будь-яке переміщення таких товарів можливе тільки з дозволу власника цієї торговельної марки, що створює перешкоди для легкого ввезення брендових речей на територію України.

Світові бренди, одяг яких розповсюджені у країнах Європи, виробляють також і в Україні, однак відразу там не продають. Серед них: *Adidas, Benetton, Esprit, Hugo Boss, Zara, Mexx, Marks & Spencer, Next, s.Oliver, Triumph, Tommy Hilfiger* тощо. Переважно одяг вивозять у Німеччину. Одяг для *Zara* та *New Look* українські майстрині шують на львівській фабриці «Троттола», яка налічує 8 філій у Західній Україні. Щомісяця фабрика виготовляє до 100 тис. одиниць одягу, який повністю експортується до Європи. Іншим прикладом є Балтська швейна фабрика (Одеська обл.), яка активно співпрацює з *Benetton, Esprit, Kookai, Laura Ashley, Max Mara, Mexx, Next, Steilmann, Top Shop, Wallis*. Відповідно готові вироби відразу експортуються.

Зрозуміло, що одяг відомих європейських марок, який двічі проходить через митницю, в нашій країні дуже дорогий. Ціна кінцевого продажу у порівнянні з ціною реалізації продукції вітчизняної фабрики для внутрішнього ринку є більшою у 4, а то й більше разів. Зауважимо, що цінова політика може бути різною для країн Європи. Очевидно, коли ми говоримо про одяг із нових колекцій, то ціна є завищеною. Проте, якщо порівняти ціни в Україні та за кордоном на один і той самий одяг відповідної фірми, то у Польщі або Чехії вони будуть помітно дешевшими, а асортимент ширшим.

Цікавим є те, що *Inditex* та *ASOS* є двома великими європейськими виробниками/власниками брендів одягу, які здійснюють закупівлі за принципом географічної близькості. Це дозволяє задовольняти попит споживачів у сегменті "швидкої моди". Інші відомі європейські роздрібні торговці сегмента "швидкої моди" – *Top Shop, Mango i Next*.

На сьогодні можливості для прямого продажу без послуг агентів, дистриб'юторів, імпортерів та оптових продавців зростають. Це зумовлено, передусім, переходом до онлайн-продажу. Пряма доставка від власника бренду до споживача через пункти отримання й пряма доставка додому через центри електронного виконання замовлень трансформують класичні оптово-роздрібні моделі. Частка електронної торгівлі зростає й надалі. Використання соціальних медіа буде активнішим і стане стартовою точкою в купівлі одягу. Однак, зазначимо, що онлайн-замовлення з-за кордону є вкрай небезпечними для іноземного продавця, оскільки є випадки шахрайства, коли намагаються заробити, продаючи куплене оптом в онлайн-магазинах. У випадку України для захисту легального бізнесу від нечесної конкуренції створено Митний реєстр об'єктів прав інтелектуальної власності, у якому вказано, хто володіє правами на цей бренд, і кого власник наділив правом завозити в Україну або вивозити з України товари під цим брендом. Якщо товар завозиться особою або організацією, яка не зазначена в реєстрі, тоді Державна фіскальна служба України зупиняє митне оформлення, повідомляє про це правласнику і відправляє товар на експертизу. Вона повинна встановити оригінальність товару й вирішити, чи можна його завозити в країну.

Доходимо висновку, що торгівля брендовим одягом є не легким процесом як для імпортерів, так і для експортерів. Проте, ця індустрія має перспективи розвитку в Україні, а тому необхідно і надалі посилювати контрольну та регуляторну функції державного управління у цій сфері.

1. Мірошниченко О. Експорт одягу до Європейського Союзу. Гід для українських підприємців / О. А. Мірошниченко, М. Г. Неліна, О. В. Феленюк. – Київ: 2017, 25-30 с.