

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

Факультет економіки та управління

Кафедра економічної теорії

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА	Економічна аналітика
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ	05 Соціальна та поведінкові науки
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ	051 Економіка

Форма навчання: очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему «Економічний аналіз правового регулювання ринку стокових товарів»

здобувачки Десятко Еліни Романівни

(підпис)

Науковий керівник: к.е.н., доц. Галабурда М.К.

(підпис)

Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)

В.о. завідувача кафедри: д.е.н., проф. Кириленко В.І.

(підпис)

Київ 2024

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет економіки та управління

(назва факультету / навчально-наукового інституту)

Кафедра економічної теорії

(назва кафедри)

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ**

**ЕКОНОМІЧНА АНАЛІТИКА
051 – ЕКОНОМІКА**

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

М.К. Галабурда

(підпис) (ініціали, прізвище)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

В.І. Кириленко

(підпис) (ініціали, прізвище)

20__ р.

20__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Десятко Еліні Романівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

денної форми навчання

очної (денної), заочної, дистанційної

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему «Економічний аналіз правового регулювання ринку стокових товарів»

Тему затверджено наказом ректора Університету від "31" січня 2024 р. № 159–ст

**Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах
бази практики компанії TK Maxx Greenford**

План кваліфікаційної бакалаврської роботи	
Розділ 1	МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СТОКОВИХ ТОВАРІВ (назва розділу)
Розділ 2	ОЦІНКА СТАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СТОКОВИХ ТОВАРІВ У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ (назва розділу)
Розділ 3	УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СТОКОВИХ ТОВАРІВ У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ (назва розділу)
Об'єкт дослідження:	ринок стоківих товарів у Великій Британії
Предмет дослідження:	механізми правового регулювання ринку стоківих товарів у Великій Британії
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	обґрунтування теоретичних підходів і практичних рекомендацій щодо вдосконалення механізмів регулювання ринку стоківих товарів у Великій Британії.

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1 | – визначити сутність та особливості розвитку ринку стоківих товарів;
– дослідити методи регулювання ринку стоківих товарів;
– з'ясувати роль державно – правової підтримки в підтримці розвитку ринку стоківих товарів.

У розділі 2 | – надати організаційно – економічну характеристику підприємства;
– проаналізувати сучасний стан регулювання ринку стоківих товарів у Великій Британії;
– визначити особливості й перспективи розвитку механізмів правового регулювання ринку стоківих товарів в у Великій Британії.

У розділі 3 | – дослідити формування принципів удосконалення механізмів правового регулювання ринку стоківих товарів;
– розробити напрями підвищення ефективності механізмів правового регулювання ринку стоківих товарів;
– розробити напрями стратегічного розвитку механізмів державно – правового регулювання ринку стоківих товарів в Британії.

**Завдання підготував
науковий керівник**

М.К. Галабурда

(підпис)

(ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 20 ____ р.

**Завдання одержав
здобувач**



Е.Р. Десятко

(підпис)

(ініціали, прізвище)

« ____ » _____ 20 ____ р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 89 сторінок, 3 таблиці, 4 рисунки, список використаних джерел з 54 найменувань.

«Економічний аналіз правового регулювання ринку стокових товарів»

(назва кваліфікаційної бакалаврської роботи)

Об'єктом дослідження є ринок стокових товарів.

Предметом дослідження є механізми правового регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії.

Метою дипломної роботи є обґрунтування теоретичних підходів і практичних рекомендацій щодо вдосконалення механізмів регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії.

Для досягнення поставленої мети було визначено такі основні завдання:

- з'ясувати сутність та особливості розвитку ринку стокових товарів;
- визначити методи регулювання ринку стокових товарів;
- дослідити роль державно–правової підтримки розвитку ринку стокових товарів;
- надати організаційно – економічну характеристику підприємства;
- проаналізувати сучасний стан регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії;
- з'ясувати особливості й перспективи розвитку механізмів правового регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії;
- дослідити формування принципів удосконалення механізмів правового регулювання ринку стокових товарів;
- розробити напрями підвищення ефективності механізмів правового регулювання ринку стокових товарів;
- визначити напрями стратегічного розвитку механізмів державно – правового регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії.

Практичне значення отриманих результатів. Отримані результати дослідження можуть слугувати базою задля удосконалення вітчизняного державно – правового регулювання ринку стокових товарів з залученням досвіду Великобританії.

Запропоновані та обґрунтовані механізми правового регулювання можуть стати дієвими та ефективними задля правового регулювання ринку стокових товарів.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи 2023–2024.

Рік захисту роботи 2024.

Ключові слова: стокові товари, правового регулювання, міжнародна корпорація, фінансовий аналіз, ліквідність, рентабельність, фінансові результати, державне регулювання, ринок стокових товарів Великобританії, стратегія розвитку.

В і д г у к
про кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувача навчально–наукового інституту /факультету
освітньо–професійної програми «Економічна аналітика»

Десятко Еліни Романівни
на тему «Економічний аналіз правового регулювання ринку стокових товарів»

1. Актуальність теми: тема дослідження є актуальною через значний соціально–економічний вплив ринку стокових товарів багатьох країн. Проблеми правового регулювання цього ринку викликають численні дискусії щодо його впливу на легку промисловість та рівень життя населення. Ефективне регулювання є складовою захисту інтересів як виробників, так і споживачів, стабільності функціонування самого ринку. Досвід Великої Британії може стати корисним для розробки національних стратегій регулювання ринку стокових товарів.

2. Позитивні риси кваліфікаційної роботи:

- Структурована подача матеріалу: робота має чітку структуру, яка включає вступ, три розділи з підрозділами, висновки та список використаних джерел. Такий підхід сприяє логічному і послідовному викладу матеріалу, що полегшує розуміння основних ідей та результатів дослідження.
- Методологічна обґрунтованість: використано широкий спектр наукових методів пізнання, таких як аналіз, синтез, логічне узагальнення, структурно–генетичний підхід, інституціональний аналіз, що забезпечує високий рівень достовірності та об'єктивності результатів дослідження.
- Комплексний підхід до дослідження: робота охоплює як національні, так і міжнародні аспекти регулювання, зокрема досвід Великої Британії, що дозволяє всебічно дослідити проблему і запропонувати ефективні шляхи її вирішення.
- Глибокий аналіз та оцінка: проведено детальний аналіз сучасного стану регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії, що включає організаційно–економічну характеристику підприємства, аналіз сучасного стану регулювання та перспектив розвитку механізмів регулювання.
- Розробка рекомендацій: визначено напрями підвищення ефективності механізмів правового регулювання ринку стокових товарів та напрями стратегічного розвитку механізмів державно–правового регулювання, що підвищує практичну значущість роботи.

3. Наявність самостійних розробок автора полягає в систематизації правових норм регулювання ринку стокових товарів та використанні економічних методів для аналізу цих норм.

4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій

Теоретичні висновки:

- висновки роботи ілюструють прикладне використання знань в галузі економічно аналізу правового регулювання ринків. Вони включають усталені та нові підходи до аналізу та регулювання ринку стокових товарів, що є актуальними в умовах глобалізації та економічної невизначеності.
- Класифікація методів регулювання: теоретично обґрунтовано класифікацію методів державно–правового регулювання ринку стокових товарів на чотири основні групи: методи регулювання попиту, методи регулювання пропозиції, методи регулювання цін та методи регулювання конкуренції.
- Вплив зовнішньоторговельної політики: визначено, що міжнародні стандарти та угоди, такі як Угода про технічні бар'єри в торгівлі (Угода ТБТ) СОТ, мають значний вплив на регулювання торгівлі стоковими товарами. Це підкреслює необхідність врахування міжнародних зобов'язань при розробці національної політики.

Практичні рекомендації:

- Розробка стратегій розвитку: рекомендації щодо стратегічного розвитку механізмів державного регулювання можуть бути використані при формуванні довгострокових стратегій, які сприятимуть сталому соціально–економічному розвитку ринку стокових товарів.
- Захист інтересів споживачів і виробників: практичні рекомендації включають заходи, спрямовані на захист інтересів як споживачів, так і виробників стокових товарів.
- Соціальний вплив: врахування соціальної ролі торгівлі вживаними товарами у рекомендаціях сприятиме зменшенню соціальної нерівності та покращенню доступу малозабезпечених верств населення до необхідних товарів.

5. Наявність недоліків: недостатньої уваги приділено можливості адаптації досвіду Великої Британії до реалій інших країн, зокрема, України.

6. Кваліфікаційна бакалаврська робота Десятко Еліни Романівни на тему «Економічний аналіз правового регулювання ринку стокових товарів» допускається до захисту перед ЕК. Оцінка письмової частини кваліфікаційної роботи 58 балів.

Науковий керівник
доцент кафедри економічної теорії
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана доцент, к.е.н.

Галабурда М.К.

“___” _____ 20__ р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СТОКОВИХ ТОВАРІВ	6
1.1. Сутність та зміст розвитку ринку стоківих товарів.....	6
1.2. Методи регулювання ринку стоківих товарів	11
1.3. Необхідність державно – правової підтримки розвитку ринку стоківих товарів	16
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СТАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СТОКОВИХ ТОВАРІВ У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ.....	20
2.1. Організаційно – економічна характеристика підприємства	20
2.2. Аналіз сучасного стану регулювання ринку стоківих товарів в Британії.....	33
2.3. Особливості й перспективи розвитку механізмів правового регулювання ринку стоківих товарів в Британії.....	46
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СТОКОВИХ ТОВАРІВ У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ.....	53
3.1. Формування принципів удосконалення механізмів правового регулювання ринку стоківих товарів	53
3.2. Розроблення напрямів підвищення ефективності механізмів правового регулювання ринку стоківих товарів	61
3.3. Напрями стратегічного розвитку механізмів державно – правового регулювання ринку стоківих товарів у Великій Британії	70
ВИСНОВКИ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	83

ВСТУП

Актуальність теми. Протягом останніх років в Україні час від часу піднімалося питання про обмеження імпорту стокового одягу, що, на думку уряду, негативно впливало на розвиток легкої промисловості в країні. Зокрема, у вересні 2021 року до проекту Податкового кодексу були включені певні положення, які фактично забороняють імпорт стокового одягу. Вони включали запропоновані зміни у способі сплати ввізного мита на товари, що були у вжитку, та заборону використання спрощеної системи оподаткування роздрібними продавцями одягу, що був у вжитку, а також заборону використання спрощеної системи оподаткування. Зрештою, в результаті значних протестів на захист торгівлі секонд-хендом, ці положення були вилучені з прийнятого податкового законодавства. Однак дискусії щодо імплементації відповідних положень тривають. Безсумнівно, що програми та заходи з підтримки розвитку легкої промисловості необхідні. Водночас, пропонуючи зміни до регулювання торгівлі вживаними товарами, Уряд не врахував важливу соціальну роль, яку відіграє торгівля вживаними товарами в Україні. Зокрема, загальновизнано, що основною причиною виникнення торгівлі вживаним одягом є полегшення доступу до одягу для малозабезпечених верств населення. Досвід інших країн показує, що імпорт стокових товарів, як правило, не є передумовою занепаду легкої промисловості, а тому його обмеження не може бути ефективним інструментом для пожвавлення сектору одягу та взуття.

У сучасних умовах економічних відносин і взаємодії глобального ринку, роль держави в регулюванні економічних процесів, зокрема у сфері ринку стокових товарів, залишається предметом численних дискусій та аналізів. Розвиток торгівлі вживаними товарами, зокрема одягом та взуттям, в Україні та інших країнах, вимагає глибокого дослідження механізмів державного регулювання, які мають забезпечити збалансований розвиток внутрішнього

ринку, захистити інтереси виробників і споживачів, а також сприяти сталому соціально–економічному розвитку.

Основна увага в дипломній роботі приділяється аналізу правового регулювання ринку стокових товарів, що дозволяє виявити існуючі проблеми і запропонувати шляхи їх вирішення. Розглядаються як національні, так і міжнародні аспекти регулювання, з акцентом на досвід країн з розвинутою економікою, зокрема Великої Британії.

Дипломна робота надає цілісне уявлення про необхідність державного втручання в ринок стокових товарів, що обумовлено потребою забезпечення соціальної справедливості, захисту споживачів, збереження внутрішньої ринкової конкуренції та запобігання монополізації.

Ринок стокових товарів необхідний для захисту інтересів споживачів, забезпечення конкурентного середовища, запобігання монополізації та забезпечення стабільності ринку. Втручання держави сприяє збалансованому розвитку економіки та запобігає неконтрольованій конкуренції.

Метою цієї дипломної роботи є обґрунтування теоретичних підходів і практичних рекомендацій щодо вдосконалення механізмів регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії. Для досягнення поставленої мети було визначено такі основні завдання:

- з’ясувати сутність та особливості розвитку ринку стокових товарів;
- визначити методи регулювання ринку стокових товарів;
- дослідити роль державно–правової підтримки розвитку ринку стокових товарів;
- надати організаційно – економічну характеристику підприємства;
- проаналізувати сучасний стан регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії;
- з’ясувати особливості й перспективи розвитку механізмів правового регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії;
- дослідити формування принципів удосконалення механізмів правового регулювання ринку стокових товарів;

– розробити напрями підвищення ефективності механізмів правового регулювання ринку стокових товарів;

– визначити напрями стратегічного розвитку механізмів державно – правового регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії.

Об’єктом дослідження є ринок стокових товарів.

Предметом дослідження є механізми правового регулювання ринку стокових товарів Британії.

Методологічною основою дослідження є сукупність наукових методів пізнання та загальних принципів наукового дослідження, що ґрунтуються на базових положеннях і працях учених з питань формування механізмів державного регулювання сфери послуг в Україні. Зокрема, аналіз, синтез, логічне узагальнення, структурно–генетичний, інституціональний, сценарного прогнозування.

Наукова новизна дослідження: визначено принципи функціонування механізму державного регулювання ринку стокових товарів у Британії в сучасних економічних умовах, посилення невизначеності впливу факторів зовнішнього середовища, що забезпечують збалансоване використання ресурсного потенціалу структурних складових економіки.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СТОКОВИХ ТОВАРІВ

1.1. Сутність та зміст розвитку ринку стокових товарів

У наш час старий одяг та взуття рідко викидається власниками. Стоковий одяг має три основні напрямки використання (рис. 1.1):



Рис. 1.1 Основні напрями використання стокового одягу в світі

Залежно від використання стокового одягу, основних гравців ринку можна поділити на такі групи:

- люди, які віддають вживаний одяг та взуття благодійним організаціям або продають його в магазинах, на ринках чи в Інтернеті;
- люди, які купують вживаний одяг (переважно малозабезпечені верстви населення);
- люди, які отримують вживаний одяг безкоштовно і віддають його малозабезпеченим або продають у власних торгових точках неприбуткові організації, які отримують вживаний одяг безкоштовно і віддають його малозабезпеченим або продають його у власних торгових мережах чи комерційні експортери вживаного одягу;
- експортери та імпортери вживаного одягу.

У більшості країн торгівля вживаним одягом та взуттям останніми роками набуває все більшого поширення. Одним із важливих чинників розширення цієї торгівлі є розшарування населення за рівнем доходу всередині країни та між країнами. Іншою причиною розширення торгівлі є ставлення споживачів у розвинених країнах до частоті зміни гардеробу. Індустріалізація та економічне зростання сприяли поширенню маркетингових кампаній, що просувають нові товари, в тому числі одяг. Посилення індустріалізації та економічного зростання сприяли поширенню маркетингових кампаній з просування нових товарів, у тому числі одягу. Відповідно, ті, хто може дозволити собі оновити свій гардероб, купують новий одяг, враховуючи, що старі моделі та фасони одягу "застаріли".

Крім того, в результаті економічної глобалізації виробництво перемістилося до країн з дешевшою робочою силою (особливо до Китаю), що сприяло зниженню цін на певні види одягу. З боку пропозиції, торгівлі вживаним одягом сприяє широкий спектр можливостей для його продажу. Таким чином, розвиток Інтернету сприяв розширенню торгівлі стоковим одягом одягом. Як наслідок, багато людей продають свій вживаний одяг та інші речі на різних веб-сайтах, в тому числі на онлайн-аукціонах. Дедалі популярнішими стають також комісійні магазини, куди люди приносять свій одяг на продаж. Церкви та благодійні організації мають велику мережу магазинів стокового одягу та благодійних організацій, куди люди жертвують свій старий одяг. У багатьох розвинених країнах також існують прибуткові компанії, які збирають, сортують та експортують вживаний одяг в інші країни. З боку попиту існують й інші причини для відродження цієї торгівлі, окрім неможливості купити новий одяг через брак коштів. Особливо популярними у світі моди стають стилі "ретро".

Жінки та чоловіки, які стежать за модою, відвідують магазини стокового одягу, особливо для того, щоб придбати речі в стилі "ретро". У Північній Америці та Європі магазини секонд-хенду також становлять нішу для споживачів, які шукають дуже спеціалізований одяг. Люди з альтернативним

стилем життя можуть купувати в таких магазинах речі, які їм подобаються, і комбінувати їх з речами, які важко підібрати деінде.

Однією з причин купівлі стокового одягу в Африці є зростаюча популярність одягу західного стилю над традиційним африканським одягом, але це менш важливо, ніж доступність одягу. Жінки більш схильні купувати новий одяг і взуття, тому пропозиція вживаного одягу та інших товарів для жінок у сім разів більша, ніж пропозиція вживаного одягу для чоловіків. У розвинених країнах багато людей купують вживаний одяг у благодійних організацій, щоб підтримати благодійну діяльність своєї сім'ї. Інші вважають за краще купувати стоковий одяг, а не новий, щоб захистити навколишнє середовище.

Таким чином, купівля вживаного одягу розглядається як можливість зменшити загрозу для довкілля, пов'язану зі стрімким зростанням виробництва нового одягу:

- Використання енергоресурсів та викиди парникових газів при пранні та сушінні одягу.

- Використання енергетичних ресурсів при переробці викопного палива для виробництва синтетичних тканин, виснаження ресурсів та викиди парникових газів;

- Значне використання води та токсичність від застосування різних хімічних добрив при вирощуванні тканинних сировинних культур, переважно бавовни;

- Використання води, токсичність, небезпечні відходи та стоки від виробництва барвників для тканин та оздоблювальних матеріалів.

Таким чином, як фактори попиту, так і фактори пропозиції сприяють зростанню торгівлі стоковим одягом. Однак одним із головних рушіїв цієї торгівлі залишається розшарування населення за рівнем доходів. Як наслідок, зовнішньоторговельні потоки здебільшого спрямовуються з розвинених країн до країн з перехідною економікою та країн, що розвиваються. Однак аналіз вигод і витрат від імпорту вживаного одягу не є чітким для багатьох країн.

Світова організація торгівлі (СОТ) відіграє найважливішу роль у встановленні правил зовнішньої торгівлі: Її основними завданнями є моніторинг виконання угод і домовленостей Уругвайського раунду та майбутніх угод, що регулюють міжнародну торгівлю, подальша лібералізація торгівлі, врегулювання торговельних суперечок, внутрішня торговельна політика країн-членів СОТ. Вона проводить консультації щодо багатосторонніх торговельних переговорів та оглядів між зацікавленими країнами-членами, а також співпрацює з іншими міжнародними організаціями з питань, що стосуються функціонування світової торговельної системи. Діяльність СОТ спрямована на забезпечення дотримання певних чітких принципів у торговельних відносинах між країнами-членами. Ці принципи полягають у наступному:

- Взаємний режим найбільшого сприяння в торгівлі. Це означає недискримінацію у застосуванні тарифів та інших регуляторних заходів до товарів і послуг, що походять з різних країн;

- Вступ до СОТ накладає на членів певні зобов'язання, які можна умовно поділити на такі групи:

1. Зобов'язання, що стосуються режиму внутрішньої торгівлі в цілому, включаючи експортні та імпорتنі мита, митні правила та процедури, оцінку та походження товарів, принципи застосування заходів торговельного захисту;

2. Міжнародні принципи та процедури для імплементації на національному рівні, такі як технічні норми та стандарти, санітарні та фітосанітарні заходи, тобто застосування заходів для забезпечення безпеки споживачів;

3. Зобов'язання, що стосуються національних регуляторних режимів для конкретних галузей промисловості, сільського господарства та послуг; Особливе місце в домовленостях та стандартах СОТ посідають нетарифні заходи регулювання торгівлі, такі як технічні норми, які є найбільш важливими. Зокрема, Угода про технічні бар'єри в торгівлі (Угода ТБТ) спрямована на мінімізацію торговельних бар'єрів, що виникають внаслідок

застосування технічних регламентів і стандартів, вимог до пакування та маркування, а також процедур оцінки відповідності товарів таким стандартам і вимогам.

Згідно з правилами СОТ, національні стандарти, що визначаються і застосовуються державами–членами, повинні ґрунтуватися на відповідних міжнародно визнаних стандартах і не повинні створювати додаткових обмежень у торгівлі. Приймаючи рішення щодо національних стандартів, держави–члени повинні надавати зацікавленим сторонам широкі можливості для коментування проектів стандартів та враховувати їхні думки.

Система SotU не має спеціальних правил щодо торгівлі вживаними товарами. Тому до цієї групи товарів застосовуються загальні принципи торгівлі, такі як недискримінація, прозорість і використання методів митного захисту. Водночас, програма поступок при вступі кожної країни до СОТ визначає обов'язкові тарифні ставки для групи товарів, на які країни–члени СОТ не можуть підвищувати тарифні ставки. Обмежувальні тарифні ставки розробляються шляхом переговорів.

Окрім застосування тарифів, до торгівлі одягом, що був у вжитку, застосовуються нетарифні заходи. Зокрема, багато країн вжили таких заходів через занепокоєння щодо безпеки вживаного одягу для здоров'я населення. У більшості випадків обмеження включають такі вимоги, як дезінфекція продукції в країні–постачальнику, отримання санітарних сертифікатів та перевірка контейнерів. Згідно з правилами СОТ, технічні бар'єри не повинні створювати необґрунтованих перешкод у торгівлі. Варто підкреслити, що Угода про ТБТ не передбачає встановлення технічних бар'єрів, хоча Угода про ТБТ визнає право країн–членів запроваджувати технічні регламенти для певних цілей, таких як національна безпека, охорона здоров'я та захист навколишнього середовища.

1.2. Методи регулювання ринку стокових товарів

Хоча створення ринкової системи та перехід до ринкових відносин значно зменшили роль держави в економіці, державне регулювання залишається важливим регуляторним механізмом контролю, координації та впорядкування різних ринків, у тому числі ринків товарів і послуг. Державне регулювання ринку стокових товарів є особливо важливим, оскільки часто виникають ситуації, які не можуть бути вирішені лише ринком. Заходи державного регулювання є особливо важливими під час фінансово–економічної кризи, оскільки в ці періоди змінюються позиції інституцій на ринку. Роль держави також стає дуже важливою на етапі економічної глобалізації, оскільки на державу покладається, серед іншого, захист інтересів національних виробників певних товарів та контроль за діяльністю транснаціональних корпорацій з метою контролю за рівнем конкуренції на товарних ринках.

Регулювання ринку стокових товарів, як і в усіх інших сферах державного регулювання економіки, здійснюється з використанням різних методів впливу.

Як зазначає М.І. Белявцев, регулювання ринку здійснюється різними прямими і непрямими методами, які за характером дії можна поділити на чотири групи (рис.1.2):

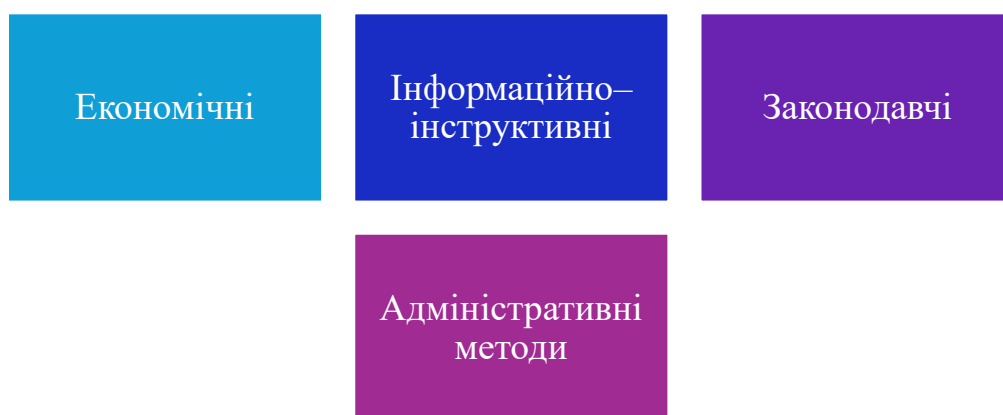


Рис. 1.2 Методи регулювання ринку стокових товарів [8, с. 33].

Економічний підхід вважається найбільш тонким способом узгодження саморегулюючих механізмів ринку з інтересами економіки за умови, що вони не суперечать вимогам ринкового законодавства. Це методи впливу на попит

і пропозицію товарів, умови формування економічних ресурсів, витрати і результати, що включають регулювання цін на товари і тарифів на послуги, а також податкове, митне, валютне і валютне регулювання.

Цей метод регулювання спрямований на узгодження саморегулюючих механізмів ринку з інтересами економіки. Ці методи включають в себе регулювання цін, податкову, митну та валютну політику. Наприклад, держава може встановлювати максимальні або мінімальні ціни на товари, застосовувати податкові стимули або обмеження для підтримки певних галузей або стимулювання економічного зростання.

Методи інформування та орієнтації учасників ринку спрямовані на забезпечення комерційною інформацією виробничих і торговельних підприємств, щоб вони могли вибрати найкращий шлях для досягнення своїх поточних і майбутніх цілей. Ці методи спрямовані на забезпечення доступу учасників ринку до необхідної комерційної інформації. Це може включати надання статистичних даних, рекомендацій та консультацій, що допомагають підприємствам у виборі стратегій та прийнятті рішень.

Законодавчі методи створюють правову базу регулювання товарного ринку, включаючи захист прав власності, підприємців, найманих працівників і споживачів. Законодавчі норми встановлюють правила відносно власності на майно та забезпечують його захист від незаконного захоплення, використання або руйнування. Це включає в себе права власників на виробничі потужності, земельні ділянки, інтелектуальну власність тощо.

Законодавство створює умови для підприємницької діяльності та забезпечує захист прав підприємців. Це може включати в себе регулювання процедур реєстрації бізнесу, захист від недобросовісної конкуренції, а також правила щодо оподаткування та фінансової звітності.

Встановлює правила щодо умов праці, оплати праці, безпеки та охорони здоров'я на робочому місці, а також гарантує право на соціальне забезпечення та відпустки. Передбачає механізми захисту прав споживачів, зокрема,

стандарти якості та безпеки товарів, правила повернення товарів та отримання компенсації у разі порушення прав споживача.

Законодавчі методи регулювання товарного ринку створюють правовий каркас, який встановлює правила гри для всіх учасників ринку, забезпечуючи рівні умови конкуренції та захист прав кожної сторони. Це важливий елемент розвитку економіки, який сприяє стабільності та довірі на ринку, а також сприяє захисту інтересів різних соціальних груп.

Адміністративний метод державного регулювання – це дії органів влади в процесі проведення державної цінової, бюджетної, кредитної, податкової та митної політики (наприклад, дозвіл на виробництво та реалізацію певних товарів, регулювання державного контролю за якістю товарів та послуг, їх стандартизація та сертифікація).

Органи влади встановлюють цінові межі на товари та послуги шляхом установаження максимальних або мінімальних цін. Це може бути важливим інструментом контролю за інфляцією та забезпеченням доступності товарів для населення.

Регулюють розподіл бюджетних коштів, встановлюючи пріоритети у фінансуванні різних галузей та проектів. Це може включати виділення фінансування для розвитку певних галузей, субсидії для підтримки підприємств, а також інвестиційні програми.

Уряд може регулювати умови кредитування, встановлюючи відсоткові ставки, обмеження на обсяги кредитів або надаючи підтримку у формі гарантій чи субсидій. Встановлюють податкові ставки, режими оподаткування та інші податкові обов'язки для суб'єктів господарювання з метою збору податків, забезпечення фінансової стабільності та регулювання економічних процесів.

Органи влади встановлюють митні тарифи, правила та обмеження на зовнішньоекономічну діяльність, що включає імпорт та експорт товарів, а також здійснюють контроль за ввезенням та вивезенням товарів через митниці.

Держава встановлює стандарти якості, вимоги до безпеки товарів та послуг, а також проводить сертифікацію та стандартизацію продукції з метою захисту прав споживачів та забезпечення якості товарів на ринку.

Адміністративний метод державного регулювання зазвичай супроводжується різноманітними адміністративними процедурами та контролем з боку відповідних державних органів, спрямованими на забезпечення дотримання встановлених правил та стандартів.

На нашу думку, розглядаючи методи регулювання ринку стокових товарів, необхідно розділити їх на чотири групи залежно від елементів ринку, на які спрямований регулюючий вплив держави:

– Методи регулювання попиту;

Фіскальна політика. Зміни в оподаткуванні або грошові трансферти можуть впливати на споживчу здатність та попит на стокові товари.

Грошова політика. Контроль над обсягом грошової маси у циркуляції може впливати на рівень загальної попиту на товари та послуги.

Соціальні програми. Уряд може запроваджувати програми соціальної підтримки, які спрямовані на підтримку певних категорій населення та стимулювання споживання.

– Методи регулювання пропозиції;

Ліцензування та регулювання виробництва. Уряд може обмежувати кількість компаній, які мають право виробляти певні товари, або встановлювати квоти на виробництво.

Підтримка виробництва. Заходи державної підтримки, такі як субсидії чи кредитування, можуть стимулювати виробництво певних товарів.

– Методи регулювання цін (державне цінове регулювання);

Встановлення максимальних або мінімальних цін. Уряд може встановлювати цінові межі для стокових товарів для забезпечення доступності для споживачів або запобігання монополізації ринку.

Цінові контролю. Уряд може контролювати ціни на окремі товари або послуги через механізми, такі як цінові рекомендації або обов'язкова фіксація цін.

– Методи регулювання конкуренції (державна конкурентна політика).

Антимонопольне законодавство. Закони, які обмежують зловживання домінуючим становищем на ринку та перешкоджають формуванню монополій.

Регулювання злиття та поглинань. Держава може контролювати фінансові операції, які можуть призвести до значних змін у структурі ринку.

Ці методи можуть застосовуватися окремо або у поєднанні для досягнення різноманітних цілей державного регулювання ринку стокових товарів, таких як забезпечення ефективності ринку, захист прав споживачів та стимулювання економічного розвитку.

Слід також підкреслити, що регулювання цін є метою національної регуляторної системи. Це пов'язано з тим, що саме ціна регулює попит і пропозицію, а отже, регулюючи ціну, держава впливає і на інші елементи ринку.

Водночас, найпоширенішим і найбільш "ринковим" ефектом є державне регулювання конкуренції. Коли конкуренція між виробниками зростає, попит зменшується порівняно з пропозицією. В результаті діяльності великої кількості виробників кількість товару (послуги) збільшується. Як наслідок, ринкова ціна товару (послуги) падає, а кількість виробників і товарів зменшується. І навпаки, коли конкуренція незначна, попит перевищує пропозицію і ринкові ціни зростають [4, с. 17].

Таким чином, регулювання конкуренції також призводить до стабілізації цін. Можна сказати, що основною метою регуляторного впливу держави на товарні ринки є регулювання цін. Держава може досягти цієї мети, застосовуючи різні ефекти, перелічені вище.

Однак слід зазначити, що цінова стабільність є тактичним (постійним) завданням державної системи регулювання ринку стокових товарів. У

стратегічній перспективі вплив держави на ринки товарів і послуг спрямований на забезпечення та підтримку економічної стабільності держави.

Таким чином, ми поглиблено роздивились теоретичний підхід до розуміння природи державного регулювання ринку стокових товарів. Зокрема, запропоновано класифікувати методи державного регулювання на чотири групи відповідно до елементів ринку, на які спрямовується регуляторний вплив держави: методи регулювання попиту, методи регулювання пропозиції, методи регулювання цін (державне цінове регулювання) та методи регулювання конкуренції (державна конкурентна політика).

Перспективи подальших досліджень полягають у більш детальному вивченні окремих механізмів державного регулювання ринку стокових товарів (наприклад, прямих та непрямих методів, окремих заходів впливу). Особливо перспективними для державного регулювання є форсайт-дослідження, що передбачають розробку моделей економічного розвитку на основі використання окремих заходів.

1.3. Необхідність державно – правової підтримки розвитку ринку стокових товарів

Останніми роками розвинені країни все більше уваги приділяють переробці текстильних відходів. Зокрема, йдеться про використання вживаного одягу як сировини для певних видів виробництва. Зокрема, старі штани та спідниці використовуються як набивка для ізоляції автомобілів або оббивки меблів, а також у виробництві руберойду. Трикотажні вироби часто відправляють на підприємства, що спеціалізуються на переробці їх на пряжу для багаторазового використання. Бавовняні та шовкові вироби використовуються як ганчір'я в багатьох галузях промисловості, від автомобільної до гірничодобувної. Вони також можуть використовуватися в целюлозно-паперовій промисловості.

Торгівля вживаним одягом тимчасово затримує погіршення екологічної ситуації: В ЄС все більше уваги приділяється сприянню повторному використанню та переробці текстилю. Це питання, зокрема, розглядається в стратегії поводження з відходами у Великій Британії. У Німеччині переробка вживаного одягу викликає великий інтерес.

Вплив торгівлі стоковими товарами на економіку країн-імпортерів є неоднозначним. Торгівля стоковими товарами має як переваги, так і недоліки. З одного боку, вона робить одяг кращої якості більш доступним для бідних, але з іншого боку, вона може поставити під загрозу розвиток легкої промисловості країни. Тому вплив імпорту стокових товарів на чистий добробут в країнах-імпортерах також залежить від впливу на виробництво та зайнятість у легкій промисловості.

Згідно з розрахунками, ввізне мито на імпорт вживаних товарів (група 6309) становило 0,34% від загальних надходжень до бюджету від зовнішньої торгівлі та становило 0,13% від імпорту. Частка сплаченого ПДВ становила 0,12% від загальних надходжень від ПДВ з товарів, ввезених на територію України. Вона становила 0,12%. Таким чином, внесок імпорту стокових товарів в надходження до бюджету є вищим, ніж його частка в загальному обсязі імпорту. Крім того, приватні підприємці самостійно сплачують податки до місцевих бюджетів та пенсійних фондів.

Торгівля стоковими товарами має велике значення для приватної самозайнятості населення. За даними Асоціації секонд-хенду, від 300 000 до 320 000 осіб торгують товарами, що були у вжитку. Рівень зайнятості серед торговців стоковими товарами є відносно високим через низький рівень інвестицій, необхідних для започаткування бізнесу. У цьому секторі працюють жінки старше 40 років, які є найбільш вразливою групою працівників.

Незважаючи на те, що боротьба з бідністю стала одним з пріоритетів політики українського уряду в останні роки, проблема низьких доходів українців залишається серйозною: 23,8% домогосподарств у 2022 році та 28%

у першій половині 2023 року мали доходи на душу населення нижче прожиткового мінімуму. У 2022 році кожне п'яте домогосподарство (16% у 2020 році) не змогло купити новий одяг та взуття для дорослих у холодну пору року через брак коштів. У сільській місцевості 9% домогосподарств не змогли купити необхідний одяг та взуття для своїх дітей. У цьому контексті можливість купувати дешевший одяг у магазинах стокового одягу видається дуже важливою для бідних. Споживачі вживаного одягу описані в наступному розділі.

У вересні 2021 року уряд України активізував дискусії щодо впровадження заходів, спрямованих на стимулювання розвитку легкої промисловості шляхом внесення змін до Податкового кодексу. Одним із передбачуваних заходів було обмеження імпорту одягу, що був у вжитку. Хоча Податковий кодекс 2021 року не містить відповідних положень, нижче представлено дискусію щодо доцільності такого заходу.

По–перше, документ, прийнятий у першому читанні, містить положення, що забороняють використання спрощеної системи оподаткування роздрібними торговцями вживаним одягом. Оскільки значна кількість роздрібних стоковим одягом вже працює за спрощеною системою оподаткування, такий крок може призвести до скорочення кількості магазинів. Однак не всі малі підприємства зможуть перейти на комплексну систему оподаткування, оскільки не тільки податки будуть вищими, але й звітність буде складнішою.

По–друге, заплановані зміни до фіксованих ставок митного тарифу України призведуть до того, що одяг та взуття, що були у вжитку (УКТЗЕД 6309), сплачуватимуть мито за одиницю товару, а не за кілограм. Враховуючи специфіку цього ринку, реалізація цього заходу практично унеможливить ввезення на митну територію України стокових товарів. Зокрема, стоковий одяг та взуття ввозиться в тюках по кілька кілограмів партіями по кілька тонн, що практично унеможливлює підрахунок кількості товарів всередині тюків. Крім того, такий підхід до тарифікації не узгоджується зі світовою практикою

стягнення мита на імпорт стокових товарів за кілограм ввезеного товару. Запровадження окремих або подвійних тарифів суперечить зобов'язанням України за статтею 8(1)(с) ГАТТ 1994 року.

Відповідно до цієї статті, сторони визнають необхідність мінімізації обсягу та складності імпортних та експортних процедур, а також скорочення та спрощення вимог до імпортної та експортної документації. Передбачається, що запровадження практики митного оформлення значно ускладнить та збільшить обсяг процедур митного оформлення. Тому реалізація запропонованих обмежень може стати предметом ретельного вивчення з боку країн-членів СОТ. Крім того, пропонуючи зміни до правил торгівлі вживаними товарами, Уряд не враховує інтереси малозабезпеченого сегменту громадян України, які є споживачами вживаних товарів.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СТАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СТОКОВИХ ТОВАРІВ У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ

2.1. Організаційно – економічна характеристика підприємства

TJX Companies, Inc. (разом зі своїми дочірніми компаніями, «TJX», «Компанія», «ми» або «наш») є провідним роздрібним продавцем одягу та домашньої моди за зниженими цінами в Сполучених Штатах і в усьому світі. У нас є понад 4800 магазинів і п'ять фірмових сайтів електронної комерції, які швидко змінюють асортимент якісних, модних, брендових і дизайнерських товарів за цінами, які зазвичай на 20–60% нижчі за повну ціну роздрібних продавців (включаючи відділи, спеціальні та великі онлайн-магазини) звичайні ціни на порівняльні товари щодня. Наша місія полягає в тому, щоб щодня надавати клієнтам велику цінність. У наших магазинах і в Інтернеті ми пропонуємо споживачам нашу цінну пропозицію бренду, моди, ціни та якості. Наші оппортуністичні стратегії купівлі та гнучка бізнес-модель відрізняють нас від традиційних роздрібних продавців. Ми пропонуємо досвід полювання за скарбами та швидкий поворот запасів порівняно з традиційними роздрібними продавцями. Наша мета — створити відчуття хвилювання та терміновості для наших клієнтів і заохотити їх відвідувати частіше. Щоб підтримати цю мету, ми купуємо товари різними способами. Ми охоплюємо широке коло клієнтів із різним рівнем доходу завдяки нашій ціннісній пропозиції щодо широкого спектру товарів. Наші стратегії та операції є синергічними для наших роздрібних мереж. Завдяки цьому ми можемо використовувати наш досвід у всьому бізнесі, обмінюючись інформацією, передовим досвідом, ініціативами та новими ідеями, а також розвивати таланти в нашій компанії. Крім того, ми можемо використовувати значну купівельну спроможність нашого бізнесу за допомогою наших глобальних відносин із постачальниками.

Ми працюємо в чотирьох основних сегментах: Marmaxx і HomeGoods, обидва в США, TJX Canada і TJX International. Окрім наших чотирьох основних сегментів, ми керуємо бізнесом Sierra. Результати Sierra включені в сегмент Marmaxx.

Ціноутворення. Наша місія полягає в тому, щоб щодня надавати клієнтам велику цінність. Ми робимо це, пропонуючи якісні, модні, брендові та дизайнерські товари в наших магазинах із роздрібними цінами, які зазвичай на 20%–60% нижчі за звичайні ціни роздрібних продавців (включаючи відділи, спеціалізовані та великі онлайн-магазини) на порівнянні товари, кожен день. Наша практика полягає в тому, щоб не брати участь у рекламних ціноутвореннях, таких як розпродажі чи купони. Загалом ми змогли реагувати на коливання цін на оптовому ринку, щоб підтримувати ціновий розрив у порівнянні з цінами, пропонованими традиційними роздрібними торговцями, а також наші товарні націнки в різних економічних циклах. Низька собівартість операцій Ми працюємо з низькою структурою витрат порівняно з багатьма традиційними роздрібними торговцями. Ми агресивно зосереджуємося на витратах у всьому нашому бізнесі. Наша реклама, як правило, зосереджена на просуванні наших роздрібних банерів, а не на окремих продуктах, у тому числі іноді на просуванні кількох банерів разом, що сприяє тому, що наш рекламний бюджет (у відсотках від продажів) залишається низьким порівняно з багатьма традиційними роздрібними продавцями. Ми розробляємо наші магазини так, щоб створити приємне та зручне середовище для покупок, не витрачаючи значні кошти на обладнання для магазинів. Крім того, наша дистриб'юторська мережа розроблена для економічно ефективної роботи.

Обслуговування клієнтів/досвід покупок. Ми стратегічно оновлюємо та модернізуємо наші магазини через наші роздрібні банери, щоб покращити враження від покупок наших клієнтів і сприяти збільшенню продажів. Незважаючи на те, що ми пропонуємо формат самообслуговування, ми навчаємо наших партнерів магазину надавати доброзичливе та корисне

обслуговування клієнтів і прагнемо укомплектувати персонал наших магазинів, щоб забезпечити позитивні враження від покупок. Зазвичай ми пропонуємо дружню політику повернення. Ми приймаємо різні способи оплати, включаючи готівку, кредитні та дебетові картки. Ми також пропонуємо кредитні картки під брендом TJX у США через банк, але не володіємо дебіторською заборгованістю клієнтів.

Розповсюдження. Ми керуємо розподільними центрами, які охоплюють приблизно 26 мільйонів квадратних футів у шести країнах. Ці центри, як правило, великі й побудовані відповідно до нашої конкретної бізнес-моделі за низькими цінами, з поєднанням автоматизованих систем і ручних процесів для керування різними товарами, які ми купуємо.

Ми доставляємо практично всі наші товари до наших магазинів через мережу дистриб'юторських центрів, центрів виконання та складів, а також центрів доставки, якими керують треті сторони.

Зростання магазинів. Розширення нашого бізнесу шляхом додавання нових магазинів продовжує залишатися важливою частиною нашої глобальної стратегії зростання. У наведеній нижче таблиці наведено інформацію про зростання магазинів для наших чотирьох основних сегментів за останні два завершені фінансові роки, а також наші оцінки довгострокового потенціалу зростання магазинів цих сегментів у їхніх поточних регіонах.

Деякі з наших магазинів домашньої моди розташовані разом з одним із наших магазинів одягу у форматі «combo» або superstore. Кожен із магазинів у форматі combo або superstore ми вважаємо окремим магазином.

Конкуренція. Роздрібна торгівля одягом і домашня мода є висококонкурентною. Ми конкуруємо на основі багатьох факторів, включаючи бренд, моду, ціну, якість, вибір і свіжість; досвід покупок у магазині та онлайн та обслуговування; репутація та розташування магазину. Ми конкуруємо з місцевими, регіональними, національними та міжнародними відділами, спеціалізованими магазинами, магазинами зі знижками, магазинами зі складами та аутлетами, а також іншими роздрібними

торговцями, які продають одяг, домашню моду та інші товари, які ми продаємо в магазинах, онлайн чи через інші медіа чи канали.

Офісні приміщення TJX має корпоративну штаб-квартиру в Массачусетсі, яка складається як з власних, так і з орендованих приміщень. Крім того, ми володіємо та орендуємо додаткові офісні приміщення по всій території США та в різних країнах. Станом на 28 січня 2023 року TJX володіла та орендувала разом 3,3 мільйона квадратних футів офісних приміщень, переважно в США. Інформація про квадратні метри для офісних приміщень відображає загальну площу у власності чи оренді.

Наші звичайні акції котируються на Нью-Йоркській фондовій біржі (символ: TJX). Приблизна кількість власників простих акцій станом на 28 січня 2023 року становила 1933 особи.

Таблиця 2.1 Кількість звичайних акцій, викуплених TJX протягом четвертого кварталу 2023 фінансового року, і середня ціна, сплачена за акцію

	Загальна кількість викуплених акцій	Середня ціна, сплачена за акцію	Загальна кількість акцій, придбаних у рамках публічно оголошених планів або програм	Приблизна вартість акцій, які ще можуть бути придбані в рамках планів або програм
До 30 жовтня 2022 р	1,207,147	74.5	1,207,147	1,903,792,649
27 листопада 2022 року по 31 грудня 2022 року	3,226,241	79.04	3,226,241	1,648,792,687
1 січня 2023 року по 28 січня 2023 року	1,294,774	81.10	1,294,774	3,543,792,734
Всього	5,728,162		5,728,162	

У лютому 2023 року ми оголосили, що наша Рада директорів схвалила нову програму викупу акцій, яка час від часу дозволяла викуп наших звичайних акцій на суму до 2 мільярдів доларів США. Згідно з цією програмою та раніше оголошеними програмами станом на 28 січня 2023 року у нас було доступно приблизно 3,5 мільярда доларів США для викупу.

TJX надає прогнози та інші прогнозні заяви в наступних обговореннях, зокрема щодо наших майбутніх фінансових показників. Ці прогнозні заяви є приблизними на основі інформації, яка наразі доступна нам, зроблені відповідно до положень безпечної гавані Закону про реформу судових процесів щодо приватних цінних паперів 1995 року та з урахуванням застережливих заяв, викладених на сторінці 2 цієї форми 10–К. . Наші результати залежать від ризиків і невизначеностей, включаючи, але не обмежуючись, ті, що описані в Частині I, Пункт 1А, Фактори ризику, і ті, що час від часу виявляються в інших наших документах до Комісії з цінних паперів і бірж. TJX не бере на себе зобов'язань публічно оновлювати будь-які прогнозні заяви, будь то в результаті нової інформації, майбутніх подій чи іншим чином.

Подальше обговорення стосується наших 52–тижневих фінансових років, які закінчилися 28 січня 2023 року (2023 фінансовий рік) і 29 січня 2022 року (2022 фінансовий рік), а також нашого 53–тижневого фінансового року, який закінчився 3 лютого 2024 року (2024 фінансовий рік).

Нижче наведено обговорення наших консолідованих операційних результатів, а потім обговорення наших сегментних операційних результатів. Обговорення статей фінансового 2021 року та річне порівняння між фінансовим 2022 і 2021 фінансовим роком, які не включені до цієї форми 10–К, можна знайти в розділі «Обговорення керівництвом та аналіз фінансового стану та результатів операцій» у частині II, пункт 7 нашого річного звіту за формою 10–К за фінансовий рік, який закінчився 29 січня 2022 року.

Ми є провідним роздрібним продавцем одягу та домашньої моди за зниженими цінами в США та в усьому світі. Наша місія полягає в тому, щоб щодня надавати клієнтам велику цінність. Ми робимо це, продаючи швидко змінюваний асортимент одягу, домашнього одягу та інших товарів за цінами, які зазвичай на 20%–60% нижчі за звичайні ціни роздрібних продавців (включаючи відділи, спеціалізовані та великі онлайн-магазини) на порівняльні товари, щодня. через наші магазини та п'ять фірмових сайтів

електронної комерції. Ми керуємо понад 4800 магазинами через наші чотири основні сегменти: у США Marmaxx (який керує T.J. Maxx, Marshalls, tjmaxx.com і marshalls.com) і HomeGoods (який керує HomeGoods, Homesense і homegoods.com); TJX Canada (який керує Winners, HomeSense і Marshalls у Канаді); і TJX International (який керує T.K. Maxx, Homesense і tkmaxx.com в Європі та T.K. Maxx в Австралії). На додаток до наших чотирьох основних сегментів, Sierra управляє роздрібними магазинами та sierra.com у США. Результати Sierra включені в сегмент Marmaxx.

Основні показники нашої фінансової діяльності за 2023 фінансовий рік включають наступне:

- Чистий обсяг продажів зріс на 3% до 49,9 мільярда доларів США за 2023 фінансовий рік порівняно з 48,5 мільярда доларів США за 2022 фінансовий рік. Станом на 28 січня 2023 року кількість діючих магазинів і продаж квадратних метрів зросла приблизно на 3% порівняно з кінцем 2022 фінансового року.

- У 2023 фінансовому році продажі комп'ютерних товарів у США залишилися без змін. Продажі відкритих магазинів комп'ютерів у США зросли на 17% у фінансовому 2022 році. Чистий обсяг продажів наведено нижче, щоб отримати визначення як продажів у США, так і відкритих магазинів комп'ютерів у США.

- Чистий продаж зріс на 13% для TJX Canada і зріс на 8% для TJX International у 2023 фінансовому році. У незмінній валюті чистий продаж зріс на 18% для TJX Canada і на 22% для TJX International.

- Розбавлений прибуток на акцію становив 2,97 дол. США за 2023 фінансовий рік, що включало 0,14 дол. США без урахування податку, пов'язаного зі списанням і відчуженням наших міноритарних інвестицій у Familia, у порівнянні з 2,70 дол. США за 2022 фінансовий рік, який включав комісію за погашення боргу в розмірі 0,15 дол. за акцію.

- Рентабельність до оподаткування (співвідношення прибутку до оподаткування до чистих продажів) за 2023 фінансовий рік становила 9,3%,

що включає 0,4 відсоткового пункту, пов'язане зі списанням наших міноритарних інвестицій у Familia. Це було збільшення на 0,2 відсоткового пункту порівняно з 9,1% у 2022 фінансовому році, що включало 0,5 відсоткового пункту на погашення боргу.

– Коефіцієнт собівартості продажів, включаючи витрати на купівлю та розміщення, у 2023 фінансовому році становив 72,4%, що на 0,9 відсоткового пункту більше порівняно з 71,5% у 2022 фінансовому році.

– Наш коефіцієнт продажів, загальних і адміністративних («SG&A») витрат на 2023 фінансовий рік становив 17,9%, що на 0,8 відсоткового пункту менше порівняно з 18,7% у 2022 фінансовому році.

– Наші консолідовані середні запаси на магазин, включаючи наявні запаси в наших розподільчих центрах (за винятком запасів у дорозі) і за винятком наших сайтів електронної комерції та магазинів Sierra, зросли на 1% на основі звітів і на 2% на постійній валюті наприкінці 2023 фінансового року порівняно з попереднім роком.

– Протягом 2023 фінансового року ми повернули 3,6 мільярда доларів нашим акціонерам через викуп акцій і дивіденди. У четвертому кварталі 2023 фінансового року було оголошено дивіденди в розмірі 0,295 доларів США на акцію, які виплачені в березні 2023 року.

У наведеній нижче таблиці наведено наші консолідовані операційні результати у відсотках від чистих продажів.

Таблиця 2.2 Операційні результати у відсотках від чистих продажів

Показник	Відсоток чистих продажів	
	2023	2022
Чистий обсяг продажів	100%	100%
Собівартість продажів, включаючи витрати на купівлю та розміщення	72.4	71.5
Знецінення інвестиції в капітал	17.9	18.7
Комерційні, загальногосподарські та адміністративні витрати	0.4	—
Збиток від дострокового погашення боргу	—	0.5
Процентні витрати, нето	0.0	0.2
Дохід до податку на прибуток	9.3%	9.1%

Чистий обсяг продажів за 2023 фінансовий рік склав 49,9 мільярда доларів США, що на 3% більше порівняно з чистим обсягом продажів у розмірі 48,5 мільярда доларів США за 2022 фінансовий рік. Збільшення включає збільшення продажів у некомп'ютерних магазинах на 5%, що частково компенсується негативним впливом курсу іноземної валюти на 2%.

Збільшення продажів у некомп'ютерних магазинах відображає повністю відкриту базу магазинів у 2023 фінансовому році порівняно з тимчасовим закриттям магазинів у 2022 фінансовому році. Чистий обсяг продажів на наших сайтах електронної комерції разом склав менше 3% від загального обсягу продажів за кожен 2023 фінансовий та фінансовий періоди 2022 рік.

Для 2023 фінансового року ми повернулися до нашого історичного визначення порівнянних продажів у магазинах (як визначено нижче). У той час як магазини в США були відкриті протягом усього 2022 фінансового року, значна кількість магазинів у TJX Canada і TJX International зіткнулися з тимчасовим закриттям магазинів через COVID-19 і державними обмеженнями на покупки протягом 2022 фінансового року. Таким чином, ми не можемо виміряти за рік. –річні продажі в магазинах, які можна порівняти з 2022 фінансовим роком у цих регіонах. Як наслідок, порівняльні магазини, включені до показника 2023 фінансового року, складаються лише з магазинів у США, які ми називаємо порівнянними продажами в магазинах США («продажі в магазинах комп'ютерів у США»), і розраховуються на основі продажів за порівняльні періоди 2022 фінансового року. Ми очікуємо, що всі географічні регіони повернуться до історичного визначення порівнянних продажів у магазинах у 2024 фінансовому році.

У 2023 фінансовому році продажі комп'ютерних товарів у США залишилися незмінними порівняно зі зростанням продажів у відкритих магазинах комп'ютерних товарів у США на 17% у 2022 фінансовому році. Продажі в магазинах комп'ютерних товарів у США за 2023 фінансовий рік відображають збільшення середнього кошика, спричинене більшою середньою компенсацією квитків через зменшення трафіку клієнтів. Значні

продажі одягу компенсували падіння продажів домашньої моди у 2023 фінансовому році.

Станом на 28 січня 2023 року кількість наших магазинів зросла на 3%, а площа продажу зросла на 3% порівняно з тим самим періодом минулого року.

Ми визначаємо порівняльні продажі в магазинах або продажі в магазинах як продажі в магазинах, які працювали весь або частину двох послідовних фінансових років, або, іншими словами, магазини, які починають свій третій фінансовий рік. Ми обчислюємо продажі в комп'ютерних магазинах на 52-тижневій основі, порівнюючи щотижневі періоди поточного та попереднього року, які найбільше збігаються. Переміщені магазини та магазини, розмір яких змінився, зазвичай класифікуються так само, як і початкові магазини, і ми вважаємо, що вплив цих магазинів на консолідований відсоток компанії є несуттєвим.

Продажі, виключені з продажів у комп'ютерних магазинах («продажі в некомп'ютерних магазинах»), складаються з продажів із:

- Нові магазини – магазини, які ще не відповідають критеріям продажів у комп'ютерних магазинах, що становить значну більшість продажів у некомп'ютерних магазинах;
- Магазини, які закриті назавжди або на тривалий період часу;
- Продажі з наших сайтів електронної комерції.

Ми визначаємо, які магазини включаються в розрахунок продажів комп'ютерних магазинів на початку фінансового року, і класифікація залишається незмінною протягом цього року, якщо магазин не закрито назавжди або на тривалий період протягом цього фінансового року.

Продажі комп'ютерних магазинів наших іноземних сегментів розраховуються шляхом перекладу продажів комп'ютерних магазинів за поточний рік із використанням обмінних курсів попереднього року. Це усуває вплив змін обмінних курсів валют, що, на нашу думку, є більш точним показником операційної діяльності сегмента.

Інші компанії роздрібно́ї торгівлі можуть називати продажі в комп'ютерних магазинах «у тому самому магазині». Метод підрахунку продажів у магазині комп'ютерів відрізняється в різних галузях роздрібно́ї торгівлі, тому наші показники продажів у магазинах комп'ютерів можуть не порівнюватися з показниками інших компаній роздрібно́ї торгівлі.

Ми визначаємо трафік клієнтів як кількість транзакцій у магазинах, а середній квиток – як середню роздрібну ціну проданих одиниць. Ми визначаємо середню транзакцію або середній кошик як середню вартість транзакцій у доларах.

Через тимчасове закриття магазинів унаслідок пандемії COVID–19 наше історичне визначення продажів у магазинах комп'ютерів не було застосовним у фінансовому 2022 році. Щоб забезпечити показник ефективності магазинів, протягом фінансового 2022 року ми тимчасово повідомляли про відкриті – продаж тільки в магазині *comp*. Продажі тільки відкритих магазинів комп'ютерів включали магазини, спочатку класифіковані як магазини комп'ютерів на початку фінансового 2021 року. Цей показник показав збільшення або зменшення продажів у цих магазинах за ті дні, коли магазини були відкриті у фінансовому 2022 році, порівняно з продажами за ті самі дні у фінансовому 2020 році. , до появи глобальної пандемії. Продажі комп'ютерів у відкритих магазинах у США звітують про продажі лише у відкритих магазинах для наших сегментів *Marmaxx* і *HomeGoods*.

На наші операційні результати впливають курси обміну іноземної валюти в результаті зміни вартості долара США або місцевої валюти підрозділу по відношенню до інших валют. Ми конкретно називаємо «іноземну валюту» впливом трансляційного обміну іноземної валюти та перерахунку похідних інструментів на ринок, як описано нижче. Це не включає вплив курсів обміну іноземної валюти на різні операції, деноміновані у валюті, відмінній від місцевої валюти операційного підрозділу, яка називається «операційна іноземна валюта», і також описана нижче.

У наших консолідованих фінансових звітах ми переводимо операції TJX Canada і TJX International з місцевих валют у долари США за курсами валют, що діють у різні моменти часу. Значні зміни в курсах обміну валют між порівнюваними попередніми періодами можуть призвести до суттєвих змін в активах, зобов'язаннях, чистих продажах, чистому прибутку та прибутку на акцію, а також у чистих продажах і операційних результатах цих сегментів. Перерахунок валют зазвичай не впливає на операційну маржу або впливає на неї лише незначно, оскільки продажі та витрати закордонних підрозділів перераховуються приблизно за однаковими курсами протягом певного періоду.

Ми регулярно використовуємо інструменти хеджування, пов'язані з запасами, щоб пом'якшити вплив на прибуток змін обмінних курсів іноземної валюти на покупки товарів, деномінованих у валютах, відмінних від місцевих валют наших підрозділів, головним чином TJX Canada і TJX International. Оскільки ми не обрали «облік хеджування» для цих інструментів, як це визначено загальноприйнятими принципами бухгалтерського обліку в США («GAAP»), ми реєструємо прибуток або збиток за ринковою оцінкою за похідними інструментами в результатах діяльності на кінець кожного звітного періоду. У наступних періодах вплив коригування ринкової оцінки на звіт про прибутки та збитки фактично компенсується, коли запаси, що хеджуються, отримані та оплачені. Хоча ці ефекти виникають кожного звітного періоду, вони мають набагато більший масштаб, коли відбуваються раптові та значні зміни курсів валют протягом короткого періоду часу. Коригування ринкової вартості цих похідних інструментів не впливає на чистий обсяг продажів, але впливає на собівартість продажів, операційну маржу та прибутки, про які ми повідомляємо.

Собівартість продажів, включаючи витрати на купівлю та розміщення, у відсотках від чистих продажів становила 72,4% у 2023 фінансовому році, що на 0,9 відсоткових пунктів більше, ніж у 71,5% від чистих продажів у 2022 фінансовому році.

Збільшення загальної собівартості продажів, включно з витратами на купівлю та розміщення, в основному було пов'язано зі зниженням товарної маржі та інвестиціями в ланцюжок постачання. Товарна маржа відображала приблизно 1,2 відсоткових пункти додаткових витрат на фрахт, а також вищі уцінки та скорочення витрат, частково компенсовані високими марками.

На собівартість продажів, включно з витратами на купівлю та розміщення, сприятливо вплинули державні програми вартістю приблизно 9 мільйонів доларів США та 27 мільйонів доларів США на 2023 та 2022 фінансовий рік відповідно в регіонах, де ми тимчасово закрили магазини.

Загально-правові та адміністративні витрати, як відсоток від чистих продажів, становили 17,9% у 2023 фінансовому році, що на 0,8 відсоткових пунктів менше порівняно з 18,7% у 2022 фінансовому році. Зменшення коефіцієнта комерційних і адміністративних витрат у 2023 фінансовому році в основному було зумовлене виплатою заробітної плати в магазинах через скорочення витрат, пов'язаних з COVID, і нижчими витратами на компенсацію на основі акцій і стимулів, що частково компенсувалося вищими зарплатами в магазинах.

На загальні та адміністративні витрати сприятливо вплинуло 214 мільйонів доларів США від державних програм на 2022 фінансовий рік у регіонах, де ми тимчасово закрили магазини.

Протягом 2023 фінансового року ми оголосили та завершили продаж наших міноритарних інвестицій у Familia. У результаті в першому кварталі 2023 фінансового року ми зафіксували відшкодування від знецінення в розмірі 218 мільйонів доларів США, що відповідає повній балансовій вартості інвестицій. Крім того, ми отримали податкову вигоду в розмірі 54 мільйонів доларів США, коли завершили відчуження цієї інвестиції в третьому кварталі 2023 фінансового року.

Чисті витрати на відсотки зменшилися в 2023 фінансовому році порівняно з 2022 фінансовим роком, насамперед через збільшення процентного доходу внаслідок підвищення переважаючих ставок, а також

через виплату непогашеного боргу в розмірі 2,75 мільярда доларів США протягом 2022 фінансового року.

У серпні 2022 року було підписано Закон про скорочення інфляції 2022 року (IRA). Серед іншого, IRA запроваджує 15% корпоративний альтернативний мінімальний податок («Корпоративний АМТ») для податкових років, що починаються після 31 грудня 2022 року, і стягує 1% акцизний податок на чисті викуплені акції після 31 грудня 2022 року. Акцизний податок частки IRA від чистих викупів не вплинули на результати нашої діяльності чи фінансовий стан у 2023 фінансовому році, і ми не очікуємо, що корпоративні АМТ, акцизний податок чи інші положення IRA матимуть суттєвий вплив на нашу консолідовану фінансова звітність.

Ефективна ставка податку на прибуток становила 24,5% у 2023 фінансовому році порівняно з 25,4% у 2022 фінансовому році. Зменшення ефективної ставки податку на прибуток у 2023 фінансовому році відбулося насамперед через закінчення терміну давності та вирішення різних податкових питань, а також зміни юрисдикційне поєднання прибутків і збитків, частково компенсоване зменшенням надлишкових податкових пільг від компенсації на основі акцій.

Чистий прибуток склав 3,5 мільярда доларів США у 2023 фінансовому році порівняно з 3,3 мільярда доларів США у 2022 фінансовому році. Розбавлений прибуток на акцію у 2023 фінансовому році становив 2,97 доларів США порівняно з 2,70 долара США у 2022 фінансовому році. Знецінення на суму 218 мільйонів доларів США за нашими міноритарними інвестиціями у Familia за вирахуванням 54 доларів США мільйон податкових пільг, негативно вплинуло на прибуток на акцію у 2023 фінансовому році на 0,14 доларів США. Іноземна валюта негативно вплинуло на прибуток на акцію у 2023 фінансовому році на 0,06 доларів США порівняно з нейтральним впливом на прибуток на акцію у 2022 фінансовому році. Витрата на погашення боргу на суму 242 мільйони доларів США у 2022 фінансовому році негативно вплинуло на прибуток на акцію за 2022 фінансовий рік на 0,15 дол.

2.2. Аналіз сучасного стану регулювання ринку стокових товарів в Британії

У дослідженні Consumer Insights від Statista за 2023 рік британським інтернет-покупцям було поставлене питання, чи купували вони вживані товари за останній рік. Хоча цифри не обмежуються онлайн-покупками, ми можемо використовувати ці відповіді для оцінки готовності споживачів купувати вживані товари.

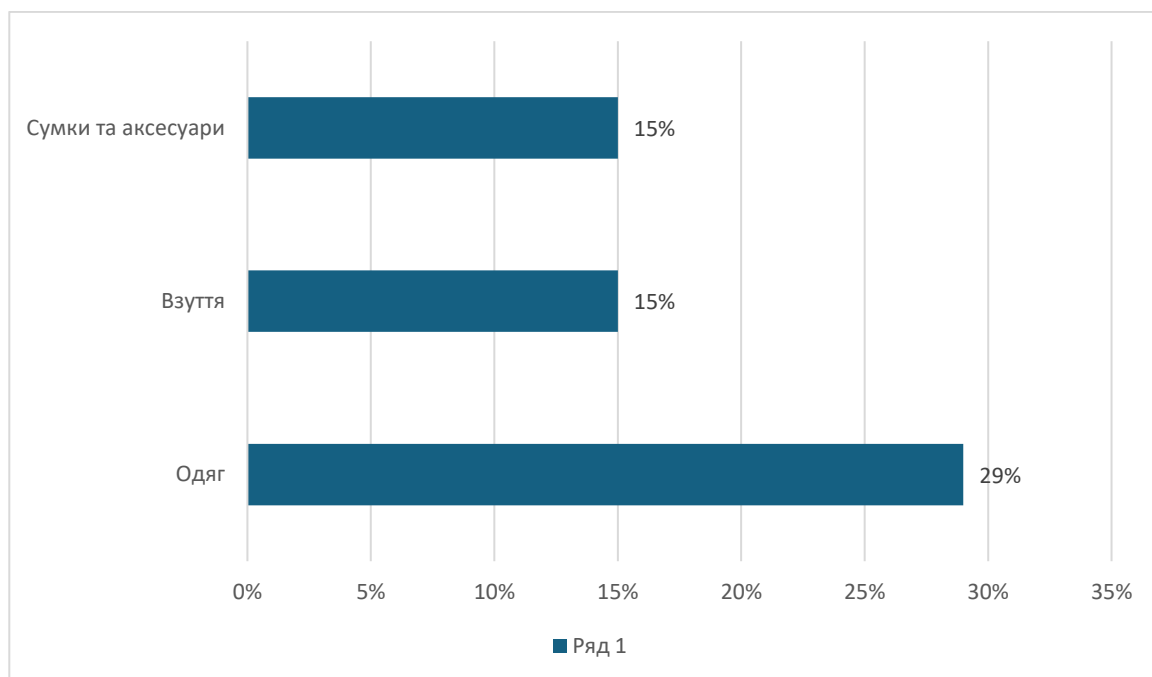


Рис. 2.1 Частка споживачів у Великій Британії, які купують секонд-хенд, за категоріями товарів у 2023 році

Покупки вживаних речей у Великій Британії не рідкість. Одяг користується популярністю серед покупців секонд-хенду у Великій Британії: 29% споживачів стверджують, що за останні 12 місяців купували одяг, що був у вжитку. Що стосується взуття, сумок та аксесуарів, 15% користувачів заявили, що купували товари у цих категоріях.

Дивлячись на покупки вживаних товарів загалом, незалежно від категорії продуктів, ще більший відсоток користувачів із Великобританії кажуть, що нещодавно придбали вживаний товар. Фактично, 60% онлайн-покупців Великобританії кажуть, що купували старі товари минулого року, порівняно з 40%, які цього не робили.

Секонд–хенд популярний серед різного віку. Вік негативно корелює з купівлею вживаних речей, а це означає, що молоді покупці з більшою ймовірністю недавно купили річ, що була у вживанні.

Таблиця 2.3 Покупки секонд–хенду вибраних категорій модних товарів за поколіннями у Великобританії 2023 року

	Покоління Z (1995–2012)	Міленіали/Покоління Y (1980–1994)	Покоління X (1965–1979)	Бєбі–бумер (1946–1964)
Одяг	32%	32%	27%	22%
Взуття	22%	21%	9%	7%
Сумки та аксесуари	20%	21%	9%	6%
Купував б/у, незалежно від категорії	69%	67%	52%	45%

Це узгоджується з попередніми звітами інших видань. Загалом 69% користувачів покоління Z та 67% респондентів–міленіалів заявили, що торік купували вживані товари. Покоління X менш схильне купувати старі речі (52%), за ними йдуть 45% бєбі–бумерів.

Хоча молоді споживачі схильні купувати вживані товари, споживачі, що народилися до 1979 року, повідомляють про надзвичайно високий рівень купівлі вживаних товарів: близько 50% респондентів належать до відповідних вікових груп. Хоча ці цифри не уточнюють, чи були товари куплені через Інтернет або через аналог, вони показують нам, що серед британських споживачів, незалежно від віку, існує висока готовність купувати товари, які були у використанні.

Вживана мода найбільш приваблива для молодих користувачів.

Дивлячись на конкретні категорії модних товарів, ми бачимо, що одяг є категорією секонд–хенду з найменшими відмінностями між поколіннями: 32% онлайн–покупців поколінь Z та Y заявили, що купували старий одяг минулого року, за ними слідують 27% представників покоління X і 22% бєбі–бумерів.

Сумки та аксесуари найпопулярніші серед покупців покоління Z (22%). Вживане взуття купувалося поколінням Z за нижчою ставкою – 20%. Для мілліалів цих відмінностей не існує, оскільки 21% мілліалів минулого року купили і сумки та аксесуари, і взуття.

Літні користувачі менше цікавляться вживаними аксесуарами або взуттям. Дві категорії, крім одягу, становлять набагато менший інтерес для покупців секонд-хенду покоління X та покоління бекі-бумерів. 9% покупців покоління X купили вживані сумки та аксесуари чи взуття, тоді як серед бекі-бумерів ці показники ще нижчі — 7% та 6% відповідно.

Вважається, що причини цієї нерівності між молодими та старшими когортами криються у зміні ставлення до моди та текстильної промисловості. Хоча швидка мода сприяла збільшенню кількості відходів на сміттєзвалищах по всьому світу, доступність також є серйозною проблемою.

З одного боку, молоді користувачі найчастіше купують у таких компаній, як Shein та boohoo, але існує зворотна тенденція: молоді користувачі купують вживані товари, щоб поєднати екологічність із нижчими витратами. Змінна парадигма: лідерство у сфері уживаних ініціатив

Інтернет-магазини модного одягу вже звертають увагу на цю тенденцію і пропонують покупцям вибір одягу, що був у вживанні, а також послуги з ремонту пошкодженого одягу, який ще придатний для носіння або перепродажу.

На додаток до цього, торгові майданчики або інтегрують нові функції вживаного одягу, або починаються як інтернет-магазини повторної комерції, орієнтовані виключно на одяг, що був у вживанні.

Подивіться, які найбільш відомі серед споживачів Великобританії.

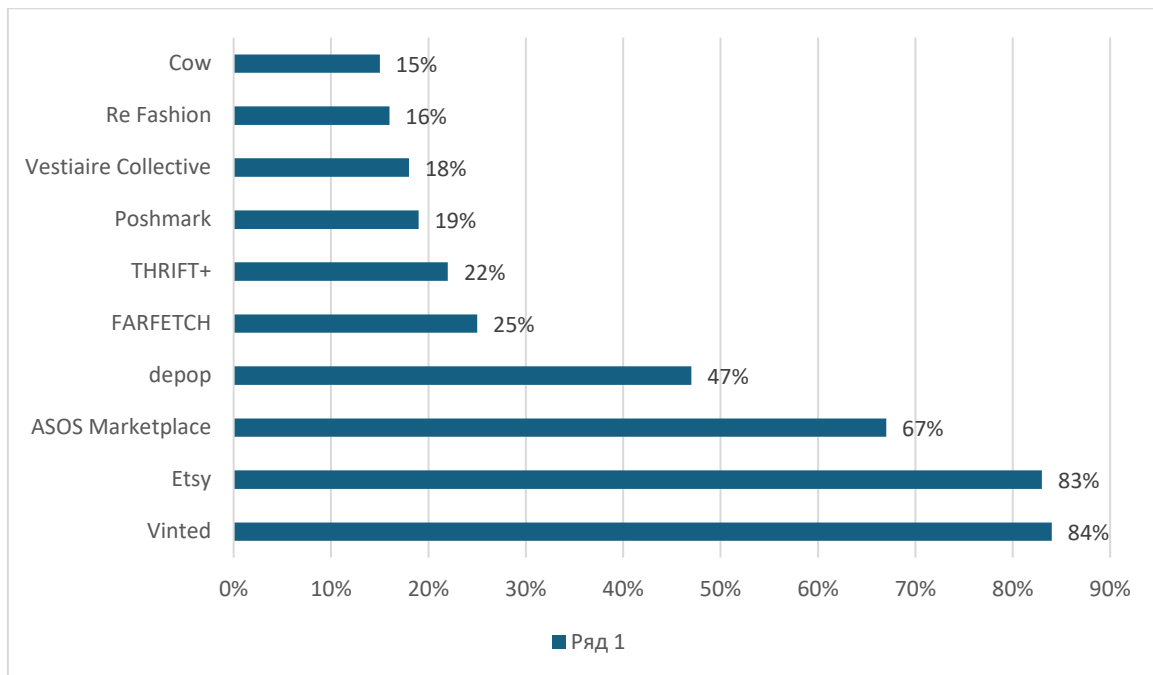


Рис. 2.2 10 найкращих інтернет–магазинів вживаного одягу у Великій Британії за впізнаваністю бренду споживачів за 2023 рік

Vinted та Etsy найбільш впізнавані британськими споживачами: рівень обізнаності відповідно становить 84% та 83%.

ASOS Marketplace займає третє місце за популярністю серед секонд–хендів (57%), за ним слідує depop (47%). Ці чотири інтернет–магазини височіють над іншими в топ–10, що свідчить про їхнє лідерство на ринку. FARFETCH замикає п'ятірку найкращих у цьому списку, але значно менш відома серед британських споживачів (п'ята частина респондентів).

Місця з 6 по 10 займають THRIFT+ (22%), Poshmark (19%), Vestiaire Collective (18%), Re Fashion (16%) та Cow (15%). Не дозволяйте собі обдуритись цими відносно низькими показниками впізнаваності. Всі ці магазини присвятили себе вкладу в економіку замкнутого циклу і доводять, що уживаний та/або вінтажний стиль не обов'язково має бути застарілим чи застарілим.

Хоча високоякісні продукти, безумовно, є пріоритетом для багатьох із згаданих вище магазинів, вони не є обов'язковими для життєздатної бізнес–

стратегії. Більш важливим є гарний баланс між якістю та ціною при смачній подачі продукту.

Аналіз сучасного стану регулювання ринку вживаних товарів у Великій Британії дозволяє краще зрозуміти тенденції та особливості цього сектору економіки. У Великій Британії ринок вживаних товарів має значний вплив на споживчу поведінку та економічну активність. Державне регулювання в цій сфері включає законодавчі та нормативні документи, спрямовані на забезпечення безпеки споживачів, захист їхніх прав, а також на стимулювання конкуренції та підтримку сталого розвитку.

Останні роки показують зростання інтересу до ринку вживаних товарів у зв'язку зі змінами у споживчих уподобаннях та збільшенням уваги до екологічних аспектів. Держава активно впливає на цей ринок шляхом прийняття нових законів та політичних стратегій, спрямованих на захист споживачів та стимулювання розвитку цього сектору.

Одним з важливих аспектів регулювання є контроль за якістю та безпекою вживаних товарів. Уряд Великої Британії активно працює над вдосконаленням системи стандартів та сертифікації, що стосуються вживаних товарів, щоб забезпечити високий рівень їхньої якості та безпеки для споживачів.

Крім того, зростає увага до екологічних аспектів ринку вживаних товарів. Державні органи працюють над стимулюванням переробки та вторинного використання товарів, а також розробляють ініціативи щодо зменшення відходів та підтримки сталого споживання.

Таким чином, державне регулювання ринку вживаних товарів у Великій Британії продовжує еволюціонувати відповідно до змін у споживчих та екологічних вимогах, сприяючи розвитку цього сектору економіки та захисту інтересів споживачів.

У Великій Британії ринок вживаних речей регулюється рядом законів та нормативних актів, які забезпечують безпеку споживачів, захищають їхні

права та стимулюють розвиток цього сектору. Ось деякі з основних законів, які впливають на цей ринок:

1. Закон про продажі вживаних товарів (Sale of Goods Act): Цей закон встановлює правила щодо продажу вживаних товарів, включаючи вимоги до якості та безпеки таких товарів, права споживачів на повернення чи обмін товару у випадку дефектів або невідповідності опису.

2. Закон про торгові стандарти (Trade Descriptions Act): Цей закон забороняє недостовірне описання вживаних товарів та надає споживачам право на відшкодування, якщо товар не відповідає наданим характеристикам.

3. Закон про безпеку продуктів (Consumer Protection Act): Цей закон встановлює вимоги до безпеки продуктів, включаючи вживані товари, та передбачає процедури повернення або заміни товару в разі виявлення небезпечних дефектів.

4. Закон про вторинний ринок (Secondary Market Legislation): Цей закон регулює процедури та вимоги до вторинного ринку, де продаються вживані товари, включаючи правила стосовно гарантій, повернень і обміну товарів.

5. Закон про захист даних (Data Protection Act): Цей закон регулює збір, зберігання та обробку персональних даних споживачів, що може використовуватися при покупці чи продажу вживаних товарів через інтернет або інші канали.

Ці закони сприяють забезпеченню прав споживачів та створюють стабільні умови для функціонування ринку вживаних речей у Великій Британії.

Сполучене Королівство (Велика Британія) офіційно залишило Європейський Союз (ЄС) 31 січня 2020 року. Відповідно до Угоди про торгівлю та співробітництво (ТСА) між Великобританією та ЄС, Великобританія та ЄС продовжують безмитний та неквотований доступ один до одного. ринки. Експорт із США, що постачається безпосередньо до Великобританії, стикається по суті з тими самими митними та прикордонними вимогами, що і коли Великобританія була державою—членом ЄС. Дотримання

законодавства та процедур Великобританії необхідно для розміщення товарів на продаж у Великобританії (тобто в Англії, Уельсі та Шотландії), тоді як дотримання законодавства та процедур ЄС, як і раніше, застосовуватиметься до товарів, виставлених на продаж у Північній Ірландії відповідно до Протокол по Ірландії/Північній Ірландії. Тарифи на товари зі США, що експортуються на ринок Великобританії, вказані у Глобальний тариф Великобританії (UKGT) та на ринок Північної Ірландії в Он-лайн-тариф Північної Ірландії.

Додаткову інформацію про тарифні ставки у Великій Британії звітів ОТЕХА щодо зовнішнього ринку.

Більшість імпорту оподатковується на додану вартість (ПДВ). Деякі винятки включають:

- Більшість товарів дитячого одягу та взуття оподатковуються ПДВ за ставкою 0%, за деякими винятками. Повідомити Повідомлення про ПДВ 714: дитячий одяг та взуття з нульовим рейтингом.

- Певне захисне обладнання, медичні пристрої або обладнання для боротьби зі спалахом коронавірусу (COVID-19) можуть ввозитися без імпорту мита або ПДВ. Рекомендації: не сплачувати імпортне мито та ПДВ на медичне приладдя, обладнання та захисний одяг (COVID-19) і список відповідних продуктів до Списку кодів товарів COVID-19.

Імпортні заборони та обмеження.

Заборонено ввезення котячого чи собачого хутра, а також будь-яких виробів із такого хутра. Бачити Повідомлення імпортерам № 2936 від 31 грудня 2020 р.

Для імпорту хутра або шкіри тварин або риби, що під загрозою зникнення, а також товарів, виготовлених з них (наприклад, ювелірних виробів, взуття, сумок і ременів), потрібен діючий дозвіл. Хутро тварин, спійманих у пастки для ніг, заборонено до ввезення до Великобританії, якщо воно не супроводжується сертифікацією, що підтверджує походження із затвердженої країни-джерела, або дійсним дозволом на імпорт, виданим для

видів, що зникають. Щоб отримати більше інформації. Зверніть увагу, що продаж хутра тюленя у Великій Британії є незаконним.

Додаткову інформацію про митне регулювання та регулювання імпорту див. Комерційний путівник Великобританією. Відповідну інформацію також можна знайти в Комерційному довіднику країн ЄС.

Стандарти.

Після виходу з ЄС Великобританія перенесла існуючі технічні регламенти та вимоги ЄС до британського законодавства, забезпечивши тим самим тісну відповідність між технічними регламентами та вимогами Великобританії та ЄС у перехідний період. Загальні правила безпеки продукції Великобританії 2005 року (GPSR) вимагають, щоб усі продукти були безпечними при їхньому нормальному чи розумно передбачуваному використанні. GPSR поширюється на споживчі товари, такі як одяг, дитячі товари, а також меблі та м'які меблі. У продуктових галузях, де діють спеціальні правила, зазвичай переважну силу має законодавство, що стосується конкретного продукту. Зверніть увагу, що у Великобританії та Північній Ірландії різні правила можуть застосовуватись по-різному.

Хімічні обмеження

UK REACH (Реєстрація, оцінка, авторизація та обмеження використання хімічних речовин) являє собою систему, аналогічну режиму REACH ЄС. Продукти, що продаються або розповсюджуються у Великобританії та містять хімічні речовини, повинні відповідати правилам REACH Великобританії та ЄС. Однак між цими двома режимами можуть виникнути відмінності, оскільки майбутні зміни в REACH ЄС не автоматично відображатимуться в режимі REACH Великобританії, і навпаки. Для отримання додаткової інформації див. Посібник Великобританії щодо дотримання хімічних правил REACH.

До хімічних речовин та небезпечних речовин, обмежених відповідно до REACH, що впливають на текстильну, швейну та взуттєву продукцію, належать:

- Вести;

- Кадмій;
- Азобарвники (барвники та пігменти);
- Диметилфумарат (ДМФ);
- Нікель;
- Поліциклічні ароматичні вуглеводні (ПАУ);
- Пентахлорфенол (ПХФ);
- Хром VI;
- Фталати (в іграшках та товарах для догляду за дітьми).

The Європейський комітет зі стандартизації (CEN–Comite Europeen de Normalisation) опублікував технічний звіт PD CEN/TR 16417:2016–Посібник для взуттєвої промисловості щодо речовин, що викликають особливе занепокоєння (Додаток XIV до REACH), який може допомогти виробникам взуття збирати обов'язкову інформацію від постачальників щодо вмісту цих хімікатів та допомагати виробникам надавати точну інформацію. інформацію своїм клієнтам.

Регламент (ЄС) 2018/1513 охоплює обмеження на використання деяких канцерогенних, мутагенних або токсичних для репродукції (CMR) речовин у певному одязі, взутті та інших текстильних споживчих товарах. Ан Пояснювальний посібник з обмеження використання CMR 1a і 1b у текстилі та одязі надає списки продуктів, на які не поширюється обмеження, а також доступні аналітичні методи визначення вмісту речовин CMR. Зверніть увагу, що Регламент (ЄС) 2018/1513 містить менш сувору межу в 300 мг/кг для формальдегіду в куртках, пальто та оббивці на період з 1 листопада 2020 р. по 1 листопада 2023 р. Після закінчення цього періоду діє суворіша . буде застосовуватись 75 мг/кг.

Споживчі товари зі шкіри (наприклад, одяг, рукавички, головні убори, взуття, сумки, ремені, меблі та м'які меблі) підлягають контролю за хімічними речовинами, які можуть бути присутніми внаслідок процесу дублення. Використання таких хімічних речовин, як азобарвники, хром VI та диметилфумарат (ДМФ), обмежено через небезпеку для здоров'я, яку вони

становлять для споживачів. Див. Бізнес–компаньйон у Великій Британії – вироби зі шкіри для отримання додаткової інформації про ці хімічні обмеження.

Дитячий одяг.

Cen TR 16792:2014–Безпека дитячого одягу – Рекомендації щодо проектування та виробництва дитячого одягу – Механічні небезпеки рекомендує методи виготовлення дитячого одягу, що дають змогу уникнути певних небезпек, які можуть становити загрозу для безпеки користувача. Також див. CEN/TS 17394:2020, присвячений безпеці прикріплених компонентів, таких як кнопки та інші дрібні деталі.

BS EN 14682:2014–Безпека дитячого одягу. Шнури та зав'язки на дитячому одязі. Специфікації визначають вимоги до шнурів та зав'язок на дитячому одязі, включаючи костюми та лижний одяг, віком до 14 років.

Невідповідність BS EN 14682:2014 є основною причиною повідомлень/відгуків продукції в Захисні ворота – система швидкого сповіщення про небезпечні нехарчові продукти. Слід зазначити, що існують відмінності між вимогами до шнурів та шнурків у Європі та США, наприклад, у регульованих розмірах одягу та довжині шнурів.

BS EN 16732:2014 — Специфікація для застібок–блискавок (блискавок) включає особливі вимоги до застібок–блискавок на дитячому одязі та інших текстильних виробах, таких як спальні мішки, матраци та подушки.

Нічна білизна для дітей та дорослих.

Технічні та маркувальні вимоги щодо займистості нічних виробів викладені у Правилах нічних виробів (безпеки)–1985. Дитячий одяг, дитячі піжами та нічна білизна для дорослих повинні мати постійне маркування, яке вказує на те, чи відповідають вони стандарту займистості.

Європейський стандарт BS EN 14878:2007–Текстиль. Поведінка дитячої нічної білизни під час горіння. Специфікація охоплює весь нічний одяг для дітей віком до 14 років*, включаючи піжами, усі халати та дитячий одяг, та встановлює особливі вимоги до займистості цього одягу. Цей вік відрізняється

від 13-річного віку, зазначеного в Положеннях про нічні речі (безпеки) 1985 року.

Щоб забезпечити відповідність нормам Великобританії та GPSR, до дитячої нічної білизни, що продається на ринку Великобританії, рекомендується застосовувати більш суворі вимоги як GPSD/BS EN 14878:2007, так і правил Великобританії. Додаткову інформацію про маркування одягу для сну можна знайти в Посібник з правил носіння нічного одягу (безпеки). Також див. UK Business Companion – новий одяг для сну.

Крім особливих вимог до займистості, нічна білизна повинна бути безпечною у всіх інших аспектах, наприклад, щоб уникнути небезпеки задусення, затискання та задухи, викликані шнурами та застібками, а також хімічної небезпеки. Наприклад, використання вогнестійких хімікатів в одязі та інших текстильних виробах має відповідати правилам REACH.

Маркування UKCA/CE

Маркування відповідності вимогам Великобританії (UKCA) використовується для товарів, що надходять на ринок Великобританії (тобто Англії, Уельсу та Шотландії) та поширюється на більшість товарів, які раніше вимагали маркування CE ЄС. Товари, що розміщуються на ринку Північної Ірландії, потребують маркування CE або маркування Сполученого Королівства Північної Ірландії (UKNI). Для отримання додаткових відомостей див. Посібник Великобританії щодо маркування UKCA (який містить посилання на інформацію про маркування UKNI) та Посібник Великобританії з маркування CE.

Біоцидні продукти.

Щоразу, коли біоцидні продукти додаються до текстилю, одягу чи взуття для надання їм певних властивостей (наприклад, відлякування комах або запобігання алергенам), необхідно дотримуватися положень Регламенту про біоцидні продукти (GB BPR). Для отримання додаткової інформації див. веб-сайт Виконавчого директора з охорони здоров'я та безпеки Великобританії, присвячений біоцидам.

Актуальну інформацію про небезпечні продукти, виявлені на ринках Великобританії та країн-членів ЄС/ЄЗ, див. Захисні ворота – система швидкого сповіщення про небезпечні нехарчові продукти.

Додаткову інформацію про національні стандарти, органи з акредитації, національні випробувальні організації та органи з оцінки відповідності див. у розділі Стандарти торгівлі в Сполученому Королівстві. Комерційний посібник по країні. Певна інформація в Стандарти торгівлі в країні Комерційне керівництво для ЄС також може бути актуальним.

Текстильна та швейна продукція.

Виробник або імпортер до Великобританії несе відповідальність за те, щоб на текстильній продукції було маркування із зазначенням вмісту волокна або на виробі, або на упаковці. Етикетка має бути англійською мовою. Етикетка має бути міцною, легко читається, видимою та доступною. Зверніться до Регламенту ЄС № 1007/2011 про назви текстильних волокон та відповідне маркування та маркування текстильної продукції. для отримання інформації про допустимі назви волокон та про компоненти текстильних виробів, які не враховуються при визначенні складу волокон.

Маркування по догляду містить інформацію про рекомендовані методи чищення текстильних та швейних виробів. У Великобританії не потрібно, щоб на етикетці були вказані інструкції з догляду, проте рекомендується вказувати вказівки з догляду, оскільки виробник може нести відповідальність за шкоду, заподіяну продуктам, якщо споживач зробив розумний процес очищення.

Символи догляду, які зазвичай використовуються в Європі, відповідають стандарту ISO 3758:2012–Текстиль. Коди маркування по догляду з використанням стандарту символів, що ґрунтується на символах догляду, розроблених GINETEX. П'ять символів догляду GINETEX є товарними знаками і не можуть бути відтворені, випущені або використані без ліцензії з GINETEX, співвласником товарних знаків разом з COFREET. За використання символів догляду GINETEX також може стягуватися плата.

Повідомляється, що з 2 січня 2021 року для продуктів, що поставляються на ринок Великобританії, необхідно вказувати назву компанії та контактну адресу у Великій Британії. До 31 грудня 2022 року ця інформація може перебувати у супровідній документації. Однак з 1 січня 2023 року ця інформація має бути назавжди закріплена за продуктом. Хоча у Великобританії немає обов'язкової вимоги до маркування місця походження, щоб гарантувати, що споживач не буде введений в оману, може знадобитися також вказати країну походження на етикетці.

Інформацію про маркування займистості див. у розділі «Стандарти».

Стандарт BS EN 13402:2017 – Позначення розмірів одягу. Маркування розмірів на основі розмірів тіла та інтервалів було розроблено для заміни багатьох старих національних систем визначення розмірів у Європі. Як повідомляється, стандарт не було повністю прийнято у всій Європі.

Для отримання додаткових відомостей про маркування див. Керівництво Департаменту бізнесу, енергетики та промислової стратегії з маркування текстилю та Посібник з маркування текстилю у Великій Британії Business Companion.

Хутро та інші частини тварин.

Споживачі повинні бути поінформовані про те, що текстильні вироби містять частини тваринного походження, такі як хутро, шкіра, кістки тощо. ». На етикетці може бути додаткова інформація, наприклад «хутро норки» або «шуба ягняти», але обов'язкова фраза повинна використовуватися завжди. Будь-яке неправильне маркування (наприклад, маркування натурального хутра як штучного) не допускається.

Взуття.

Згідно з Правилами маркування взуття (із зазначенням складу) – 1995 року, взуття має бути марковане із зазначенням основного матеріалу, з якого виготовлені верх, підкладка та носок, зовнішня підошва, у вигляді піктограм (символів) або слів. Якщо використовуються письмові вказівки, мова має бути англійською. Більш детальну інформацію див. Посібник з маркування взуття

Департаменту бізнесу, енергетики та промислової стратегіїПосібник з маркування взуття у Великій Британії Business Companion.

Огляд різних вимог до маркування та маркування, включаючи будь-які обмежувальні методи реклами або маркування, а також інформацію про те, де отримати додаткову інформацію, див. Певна інформація про вимоги до маркування/маркування в Комерційному керівництві для країн ЄС також може бути актуальною.

2.3. Особливості й перспективи розвитку механізмів правового регулювання ринку стокових товарів в Британії

Давайте коротко поглянемо на існуючі закони, які поширюються на покупців у Великобританії. Ми зосереджуємося на двох Законах про права споживачів та Положеннях про споживчі договори. Вони передбачають, що будь-які товари чи послуги, які ви купуєте, мають:

- Задовільної якості: це може бути дещо суб'єктивним, але загалом роздрібний продавець не повинен спотворювати, наскільки якісно були виготовлені товари. Він повинен надавати повний обсяг послуг, які він пропонує, або гарантувати, що товари виконують те, що, за їхніми словами, будуть ефективні.

- Як описано: Товар або послуга мають бути такими, як сказав продавець. Отже, якщо ви купуєте коричневий шкіряний диван, він має відповідати кольору, тканині та опису, наданому продавцем.

- Відповідність цілям: Ви повинні мати можливість використовувати товари чи послуги з метою, для якої вони були поставлені. Отже, якщо ви купили жорсткий диск, призначений для роботи з ноутбуками Apple, він повинен робити саме це.

У законі також зазначено, що товари повинні зберігатися протягом «розумного періоду часу».

Ці закони все ще підпадають під дію секонд-хенду. Але враховується той факт, що предмети використовувалися раніше та можуть мати легкі пошкодження чи інші проблеми.

Не завжди легко визначити, купуєте ви в Інтернеті у фізичної особи чи компанії. Як правило, якщо ви робите покупку в окремому інтернет-магазині, то це бізнес. Але на онлайн-ринках, як, наприклад, eBay, будуть розміщені як окремі продавці, так і компанії.

Це важлива відмінність, оскільки роздрібні продавці у Великобританії підпадають під дію двох вищезазначених законів, які регулюють ваші права на купівлю, коли йдеться про повернення та суперечки. Якщо ви купуєте безпосередньо в роздрібного продавця, ви маєте більше захисту, ніж коли купуєте в фізичної особи, яка продає свій одяг за трохи додаткових грошей.

Хороша новина полягає в тому, що веб-сайти та програми, де торгують як фізичні особи, так і компанії, повинні мати власні схеми вирішення спорів. Однак не припускайте, що ці схеми існують завжди, і майте на увазі, що деякі з них мають сумнівну якість. Насправді суперечки з онлайн-ринками є однією з найбільш швидко зростаючих сфер скарг, які я бачу.

Положення про споживчі договори поширюються на онлайн-продажі від роздрібних продавців і дають вам 14 днів, щоб змінити свою думку щодо більшості покупок. Однак є кілька винятків, наприклад товари, що швидко псуються, і виготовлені на замовлення або персоналізовані товари.

Закон про права споживачів дає вам право повернути несправний або неправильно представлений товар. Будь-який досвідчений покупець вінтажного одягу скаже вам, що речі секонд-хенду неминуче потерті. Однак роздрібний продавець повинен просто повідомити вам про будь-які недоліки або проблеми з товаром.

Проте ви повинні мати реалістичні очікування та розуміти, що предмет, ймовірно, матиме ознаки того, що він був «попередньо улюбленим».

Якщо ви плануєте продавати товари, як роздрібний продавець або фізична особа, ретельно перевірте товари та сфотографуйте їх, щоб дефекти

чи пошкодження були чіткими та чіткими. Це заощадить ваш час і гроші на вирішення суперечок або повернення товарів. Ви навіть можете звернути увагу на фотографії під час підтвердження продажу – про всяк випадок.

Відповідно до Закону про права споживачів, товари, куплені у приватного продавця, мають відповідати «як вони були описані». Продавці не можуть спотворювати товари, але, що важливо, їм також не потрібно перераховувати всі недоліки.

Сукню можна описати як «з певними слідами», а не як список усіх недоліків, але продавець не може стверджувати, що річ нова.

Більшість приватних продавців контролюються оглядами в Інтернеті. Для багатьох напівпрофесійних індивідуальних продавців їхній рейтинг на веб-сайті чи в додатку є життєво важливим. Тож виділіть час, щоб переглянути рейтинги, перш ніж купувати, і будьте ввічливими, але чесними, якщо переглядатимете. Не забувайте, що ви можете надіслати запитання продавцю перед покупкою.

Незалежно від того, купуєте ви чи продаєте нові чи вживані речі, однією з найбільш суперечливих сфер продажу є доставка. Залишаючи осторонь жажливих кур'єрів, те, як ви пакуєте товар, може безпосередньо вплинути на суперечки з покупцями чи повернення.

Важливо дотримуватися інструкцій платформи щодо правильного способу упаковки товарів. Це включає в себе використані матеріали та моніторинг доставки. Подумайте про те, щоб сфотографувати або навіть зняти на відео товар, коли він потрапляє в коробку (продаж і повернення), щоб довести, що коли він вийшов із ваших рук, він справний.

Якщо ви користуєтеся послугами кур'єра, майте на увазі, що їх страхові поліси зазвичай насправді не є страхуванням. Натомість це «контракти про надання послуг» — угоди між вами та бізнесом.

Слідкуйте за винятками в цих контрактах. Я бачив один поліс, який містив майже 200 пунктів, які не покривалися. Поговоріть з кур'єрською

компанією, якщо ви не впевнені, але ви можете уважно вивчити їхню політику пошкодження та втрати.

Розгляд скарг із приватними продавцями секонд-хенду може стати кошмаром, тому що ви часто опиняєтеся на милості послуг із вирішення спорів, які пропонуються на онлайн-ринку.

Схема вирішення спорів веб-сайту зазвичай відсіює будь-яких шахраїв. Тому залишаються проблеми з якістю вживаних товарів. Я вважаю, що варто бути прагматичним. Якщо ви просто хочете отримати відшкодування, а продавець просто хоче повернути свої товари, погодьтеся на повернення, задокументувавши процес фотографіями.

Проте збережіть ці електронні листи чи повідомлення. Якщо ви оплатили карткою, а відшкодування не надійшло, ваш банк може повернути вашу готівку.

Популярність платформ для вторинного продажу, таких як онлайн-майданчики та мобільні додатки, також може відігравати значну роль у майбутньому розвитку ринку вживаних товарів. Уряд може активно співпрацювати з цими платформами для встановлення стандартів безпеки, захисту споживачів та заохочення відповідального використання ресурсів.

Також важливо розглядати можливості для розвитку кругової економіки шляхом стимулювання повторного використання товарів, їх ремонту та переробці. Шляхи підтримки ініціатив у цьому напрямку можуть включати податкові пільги, фінансову підтримку для стартапів, що працюють у сфері вторинного використання, а також розвиток інфраструктури для збору та переробки вживаних товарів.

Загалом, перспективи розвитку механізмів правового регулювання ринку вживаних товарів у Великій Британії залежать від здатності уряду і суспільства адаптуватися до змін у споживчому підході та технологічних інновацій, забезпечуючи при цьому ефективний захист прав споживачів та стабільний розвиток економіки.

Загальне зростання усвідомлення екологічних проблем та сталий попит на екологічно чисті товари й послуги можуть також вплинути на перспективи розвитку ринку вживаних товарів. У зв'язку з цим, уряд може розглядати впровадження додаткових механізмів регулювання, спрямованих на підтримку вторинного використання товарів та відновлення ресурсів.

Крім того, важливим аспектом може бути сприяння інноваційним підходам до розвитку ринку вживаних товарів, таким як використання новітніх технологій для оцінки якості та стану товарів перед їхнім повторним використанням.

Також варто враховувати вплив глобальних тенденцій, таких як росту популярності онлайн-торгівлі та цифровизація ринку, на розвиток та регулювання сектору вживаних товарів. Орієнтація на ці сучасні тенденції може допомогти вирішити виклики та використовувати нові можливості для розвитку цього ринку у Великій Британії.

З 1 січня 2024 року великі онлайн-платформи перепродажу, зокрема Vinted, eBay, Depop і Airbnb, опинилися під новим регуляторним обмеженням, запровадженим урядом Великобританії. Ця ініціатива, яка називається «податковим податком», зобов'язує ці платформи збирати та ділитися інформацією про продавців з HMRC (Податкове та митне управління Її Величності) з метою боротьби з ухиленням від сплати податків.

Раніше HMRC міг запитувати інформацію з британських платформ, але з зобов'язаннями Великобританії перед Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) було встановлено більш суворі правила. Правила ОЕСР вимагають, щоб платформи тепер регулярно повідомляли інформацію про продавця безпосередньо в HMRC. Зобов'язання першої звітності встановлено на кінець січня 2025 року та охоплюватиме такі важливі деталі, як ідентифікаційні податкові номери, інформацію про банківські рахунки та кількість транзакцій, здійснених активними продавцями.

Основною мотивацією уряду для цих заходів є активізація зусиль проти ухилення від сплати податків. Представник HMRC заявив: «Ці нові правила

сприятимуть нашій роботі, щоб допомогти онлайн–продавцям правильно сплатити податки з першого разу. Вони також допоможуть нам виявити будь–яке навмисне недотримання, забезпечуючи рівні умови для всіх платників податків».

Для осіб, які займаються продажем вживаного одягу через такі платформи, як Depop або Vinted, нові правила можуть не вимагати негайних дій, якщо вони не належать до категорії активних продавців. Продавцям надається неоподатковувана пільга в розмірі 1000 фунтів стерлінгів за «прибуток від торгівлі», тобто ті, хто отримує доходи нижче цього порогу, не повинні будуть подавати податкову декларацію. Крім того, згідно з правилами ОЕСР, платформи звільняються від обміну даними про продавців, які здійснюють менше 30 транзакцій або генерують менше 1735 фунтів стерлінгів на рік.

Проте продавцям бажано стежити за своїми прибутками, навіть якщо вони нижчі за вказані пороги. Облік фінансових операцій забезпечує дотримання можливих змін у нормативних актах і запобігає ненавмисному недотриманню.

Адам Джей, генеральний директор Vinted, запевнив користувачів, що ці зміни істотно не вплинуть на більшість. «Насправді досить невелика частка користувачів нашої платформи активує цей поріг, коли нам потрібно надати інформацію», — зазначив Джей. «Лише ті люди, які отримують прибуток від продажу вживаних речей, можуть мати право на оподаткування. Ми будемо активно спілкуватися з цими продавцями, пояснюючи, які нові вимоги та чому вони існують».

Підсумовуючи, незважаючи на те, що нові правила спрямовані на покращення дотримання податкового законодавства та вирівнювання умов гри, вони навряд чи вплинуть на випадкових або рідкісних продавців. Однак активні продавці повинні бути в курсі своїх зобов'язань, щоб уникнути небажаних наслідків і підтримувати прозорість у своїй діяльності з перепродажу онлайн.

Особливості та перспективи розвитку механізмів правового регулювання ринку вживаних товарів у Великій Британії можуть включати наступне:

1. Посилення захисту прав споживачів: Законодавчі зміни можуть спрямовуватися на посилення захисту прав споживачів при покупці вживаних товарів, включаючи збільшення вимог до якості та безпеки таких товарів, а також розширення прав споживачів на повернення чи обмін товару у разі виявлення дефектів.

2. Регулювання онлайн–торгівлі: З урахуванням зростання популярності онлайн–торгівлі вживаними товарами, можливе впровадження нових правил та стандартів для забезпечення безпеки та довіри споживачів до цього сегменту ринку.

3. Створення стандартів якості і сертифікації: Розвиток стандартів якості та сертифікації може сприяти підвищенню довіри споживачів до вживаних товарів, забезпечуючи їм достатній рівень якості та безпеки.

4. Заохочення використання вторинних ресурсів: Уряд може створити програми та ініціативи, спрямовані на підтримку та заохочення використання вторинних ресурсів шляхом фінансових стимулів чи інших заходів.

5. Сприяння розвитку циркулярної економіки: Поширення концепції циркулярної економіки може призвести до зміцнення правового регулювання ринку вживаних товарів, сприяючи зменшенню відходів та збереженню ресурсів.

6. Удосконалення механізмів контролю та нагляду: З метою забезпечення дотримання законодавства у сфері вживаних товарів може бути потрібне удосконалення механізмів контролю та нагляду з боку відповідних органів влади.

Ці заходи можуть сприяти покращенню якості та безпеки вживаних товарів, стимулювати розвиток цього сегменту ринку та забезпечити більший захист прав споживачів у Великій Британії.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СТОКОВИХ ТОВАРІВ У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ

3.1. Формування принципів удосконалення механізмів правового регулювання ринку стоківих товарів

Ринок стоківих товарів, що включає в себе секонд-хенд, вживані речі та товари, відіграє важливу роль у споживчій та економічній діяльності кожної країни. Державне регулювання цього сегменту ринку є ключовим для забезпечення якості та безпеки товарів, захисту прав споживачів та стимулювання конкурентоспроможності. У контексті постійної динаміки ринкових умов та змін споживчих попитів, виникає потреба у формуванні принципів удосконалення механізмів державного регулювання ринку стоківих товарів.

Це дослідження спрямоване на аналіз та розробку таких принципів, які допоможуть оптимізувати процес регулювання ринку стоківих товарів, забезпечуючи ефективність, прозорість та довіру серед учасників ринку та споживачів. Через огляд поточних практик та вивчення міжнародного досвіду, ми створимо базу для розвитку стратегій та рекомендацій щодо поліпшення державного регулювання цього важливого сегменту економіки.

Ми розробили ряд принципів, які можуть бути використані для удосконалення механізмів державного регулювання ринку стоківих товарів у Великій Британії:

1. Стандартизація та нормативна база. Розробка чітких стандартів якості та безпеки для стоківих товарів, а також встановлення суворих правил щодо їхньої маркування та сертифікації.

Стандартизація та нормативна база в контексті удосконалення ринку вживаного одягу в Британії є ключовими аспектами, спрямованими на забезпечення якості, безпеки та довіри споживачів. Основні складові цього принципу включають:

- Розробка стандартів якості та безпеки. Установлення чітких і консистентних стандартів для вживаного одягу, які визначають мінімальні вимоги до якості матеріалів, конструкції та виробничих процесів.

- Нормативне регулювання у сфері виробництва та обігу. Введення нормативних актів, які регулюють процеси виробництва, транспортування та реалізації вживаного одягу з метою забезпечення відповідності вимогам щодо якості та безпеки.

- Маркування та ідентифікація товарів. Упровадження системи маркування, яка надає споживачам інформацію про походження, склад та інші характеристики вживаного одягу, що допомагає зробити обізнані вибори.

- Контроль якості та відповідності стандартам. Здійснення систематичних перевірок якості та відповідності вживаного одягу встановленим нормам через проведення аудитів та інспекцій.

- Підтримка інновацій та вдосконалення. Сприяння розвитку нових технологій та методів виробництва, які дозволять підвищити якість, ефективність та безпеку вживаного одягу.

- Співпраця з галузевими асоціаціями та організаціями. Взаємодія з представниками галузі для розробки та впровадження стандартів та політик, що відповідають потребам ринку та споживачів.

Цей принцип спрямований на створення стійкої та надійної системи контролю якості та безпеки вживаного одягу на ринку Великої Британії, що в свою чергу сприятиме підвищенню довіри споживачів та розвитку цього сектора економіки.

2. Моніторинг та нагляд: Посилення механізмів моніторингу та нагляду за ринком стокових товарів з метою виявлення та припинення недобросовісних практик, включаючи контрабанду, підробку та незаконні види торгівлі.

Принцип "Моніторинг та нагляд" в контексті удосконалення ринку вживаного одягу в Британії передбачає систему контролю за діяльністю

учасників ринку та вживаних товарів з метою забезпечення дотримання встановлених стандартів якості, безпеки та етичних принципів. Основні аспекти цього принципу включають:

- Регулярні перевірки якості. Проведення систематичних перевірок стану вживаного одягу на предмет відповідності встановленим стандартам та вимогам безпеки.

- Моніторинг та аналіз ринкових тенденцій. Систематичний аналіз ринкових умов та тенденцій для виявлення можливих ризиків та проблемних ситуацій, що потребують уваги.

- Реагування на скарги та виявлення проблем. Швидке реагування на скарги споживачів та виявлення проблемних ситуацій, що можуть становити загрозу для безпеки або якості вживаного одягу.

- Співпраця з правоохоронними органами. Взаємодія з правоохоронними органами для розслідування недобросовісної діяльності та протидії контрабанді та підробці.

- Публічна звітність та прозорість. Забезпечення публічної звітності щодо результатів моніторингу та нагляду за ринком вживаного одягу для забезпечення прозорості та відкритості.

- Освітні заходи для споживачів. Проведення інформаційних кампаній та освітніх заходів для споживачів щодо їхніх прав та обов'язків у сфері придбання вживаного одягу та важливості вибору безпечних та якісних товарів.

Цей принцип спрямований на забезпечення ефективного контролю за ринком вживаного одягу в Британії та зменшення ризику продажу небезпечних чи недостатньо якісних товарів, що сприятиме підвищенню довіри споживачів та розвитку цього сектора економіки.

3. Захист прав споживачів. Вдосконалення законодавства щодо прав споживачів у сфері покупки стокових товарів, включаючи право на повернення та обмін товару, якість та безпеку.

Принцип "Захист прав споживачів" у контексті удосконалення ринку вживаного одягу в Британії спрямований на забезпечення та зміцнення прав та інтересів споживачів у сфері покупки вживаного одягу. Основні аспекти цього принципу включають:

- Гарантування права на інформацію. Забезпечення споживачів достовірною та повною інформацією про товар, включаючи походження, стан, розмір, матеріал та інші характеристики.

- Право на безпечний товар. Гарантування того, що вживаний одяг, який продається на ринку, відповідає стандартам безпеки та не містить небезпечних речовин.

- Право на якість. Захист споживачів від придбання вживаного одягу неналежної якості або виробничого дефекту.

- Право на повернення або обмін товару. Забезпечення можливості споживача повернути або обміняти вживаний одяг у разі виявлення недоліків або невідповідності опису.

- Право на відшкодування збитків. Захист споживачів у разі збитків, заподіяних недобросовісними діями продавців чи виробників.

- Ефективна система скарг та розгляду спорів. Забезпечення доступної та ефективної системи розгляду скарг споживачів та вирішення спорів з продавцями чи виробниками.

- Право на консультацію та підтримку. Забезпечення доступу споживачів до консультаційних служб та організацій, які надають підтримку та поради щодо їхніх прав.

Цей принцип спрямований на забезпечення рівних умов для споживачів на ринку вживаного одягу, забезпечення їхньої безпеки та довіри до придбаних товарів, що сприятиме підвищенню якості обслуговування та розвитку цього сектора економіки.

4. Прозорість та інформаційна підтримка. Забезпечення доступності інформації для споживачів щодо походження, якості та умов придбання

стокових товарів, наприклад, через створення спеціалізованих онлайн-платформ або порталів.

Принцип "Прозорість та інформаційна підтримка" у контексті удосконалення ринку вживаного одягу в Британії спрямований на забезпечення доступності та якості інформації для споживачів про вживаний одяг та умови його придбання. Основні аспекти цього принципу включають:

- Чітка та повна інформація про товар. Забезпечення споживачів достовірною та повною інформацією про властивості, розмір, стан, матеріал та інші характеристики вживаного одягу.

- Інформація про походження товару. Надання споживачам інформації про країну виробництва, умови та умови використання вживаного одягу.

- Публічна доступність інформації. Забезпечення доступу споживачів до інформації про вживаний одяг через різноманітні джерела, такі як магазини, інтернет-платформи, брошури тощо.

- Інформаційні кампанії. Проведення освітніх заходів та інформаційних кампаній, спрямованих на підвищення усвідомленості споживачів про важливість вибору якісного та безпечного вживаного одягу.

- Підтримка споживачів у виборі. Надання консультацій та підтримки споживачам у виборі вживаного одягу, враховуючи їхні потреби та уподобання.

- Прозорість у виробничих ланцюгах. Забезпечення прозорості у виробничих ланцюгах вживаного одягу, включаючи інформацію про виробників, постачальників та умови виробництва.

Цей принцип спрямований на створення сприятливого середовища для споживачів, де вони мають доступ до необхідної інформації для прийняття обізнаних рішень при придбанні вживаного одягу. Це допомагає забезпечити високу якість та безпеку придбаних товарів, а також сприяє розвитку довіри до ринку вживаного одягу.

5. Співпраця з індустрією та громадськістю. Залучення представників галузі та громадських організацій до процесу розробки та впровадження регуляторних змін для забезпечення їхньої ефективності та прийняття всіх зацікавлених сторін.

Принцип "Співпраця з індустрією та громадськістю" у контексті удосконалення ринку вживаного одягу в Британії передбачає активну взаємодію між урядовими органами, промисловими підприємствами та громадськими організаціями для спільного вирішення проблем та покращення умов на ринку. Основні аспекти цього принципу включають:

- Партнерство з індустрією. Співпраця з виробниками, постачальниками та роздрібними мережами вживаного одягу для розробки та впровадження стандартів безпеки, якості та етики.

- Консультації з громадськістю. Залучення представників громадськості та споживачів до діалогу та консультацій з питань політики регулювання ринку вживаного одягу.

- Спільні ініціативи. Розробка та реалізація спільних проектів та ініціатив, спрямованих на покращення умов виробництва, обігу та споживання вживаного одягу.

- Діалог та обмін інформацією. Створення платформ для відкритого діалогу та обміну інформацією між урядовими органами, промисловими підприємствами та представниками громадськості.

- Підтримка інновацій. Сприяння розвитку та впровадженню інноваційних технологій та підходів у виробництві та обігу вживаного одягу.

- Взаємодія з міжнародними організаціями. Співпраця з міжнародними організаціями та іншими країнами для обміну найкращими практиками та впровадження загальноновизнаних стандартів.

Цей принцип спрямований на побудову ефективного партнерства між всіма зацікавленими сторонами з метою забезпечення сталого розвитку та підвищення довіри до ринку вживаного одягу в Британії. Спільна діяльність

та взаємодія дозволяють вирішувати складні проблеми та досягати позитивних змін у цьому секторі економіки.

6. Екологічна та соціальна відповідальність. Залучення принципів сталого розвитку та соціальної відповідальності до регуляторного середовища, включаючи механізми контролю за впливом ринку стокових товарів на довкілля та суспільство.

Принцип "Екологічна та соціальна відповідальність" у контексті удосконалення ринку вживаного одягу в Британії спрямований на забезпечення сталого розвитку цього сектора економіки шляхом зменшення негативного впливу на навколишнє середовище та покращення умов праці у виробництві. Основні аспекти цього принципу включають:

- Зменшення екологічного впливу. Зменшення використання шкідливих речовин та енергозатрат у виробництві вживаного одягу, а також підтримка переробки та вторинного використання матеріалів.

- Соціальна відповідальність. Забезпечення справедливих та безпечних умов праці для робітників у всій ланцюжку постачання вживаного одягу, включаючи фабрики, швейні цехи та склади.

- Підтримка місцевих громад. Сприяння розвитку місцевих спільнот та економічному зростанню шляхом створення робочих місць та інвестицій у соціальні та екологічні проекти.

- Етичне виробництво. Забезпечення дотримання принципів етичного виробництва, які включають в себе відсутність дитячої праці, належну оплату праці та відсутність будь-якої форми тиску на працівників.

- Екологічна інновація. Сприяння розвитку та впровадженню нових технологій та підходів, спрямованих на зменшення впливу виробництва вживаного одягу на навколишнє середовище.

- Освіта та інформування споживачів. Проведення освітніх кампаній та інформування споживачів про екологічні та соціальні аспекти виробництва та споживання вживаного одягу.

Цей принцип спрямований на розвиток сталого та відповідального ринку вживаного одягу в Британії, де усі учасники ланцюжка постачання приділяють увагу як екологічним, так і соціальним аспектам своєї діяльності. Такий підхід допомагає зменшити негативний вплив на довкілля та покращити умови праці, що сприяє створенню більш сталого майбутнього.

7. Сприяння конкуренції та інноваціям: Стимулювання конкуренції на ринку стокових товарів через підтримку новаторських підходів та розвиток технологій у цій галузі, що сприяє покращенню якості та доступності товарів для споживачів.

Принцип "Сприяння конкуренції та інноваціям" у контексті удосконалення ринку вживаного одягу в Британії передбачає створення умов для розвитку здорової конкуренції між виробниками та торговцями, а також стимулювання інновацій та покращень у цьому секторі економіки. Основні аспекти цього принципу включають:

- Зниження бар'єрів для нових учасників. Забезпечення відкритості та доступності ринку для нових учасників, що сприяє появі інноваційних підходів та нових ідей.

- Створення стимулів для конкуренції. Регулювання ринку з метою підтримки конкуренції та запобігання монополізації, що стимулює виробників до пошуку нових способів покращення своїх товарів та послуг.

- Підтримка малих та середніх підприємств. Надання підтримки малим та середнім підприємствам у доступі до ресурсів, фінансових інструментів та інноваційних програм, що допомагає розширювати конкурентні можливості на ринку.

- Заохочення інновацій. Стимулювання інновацій через надання фінансових пільг, грантів та інших стимулів для досліджень та розробок нових технологій та методів виробництва.

- Підтримка індустрії 4.0. Сприяння переходу до цифрової та автоматизованої виробничої моделі, що дозволяє підприємствам бути більш конкурентоспроможними та інноваційними.

– Заохочення співпраці та обміну досвідом. Створення умов для співпраці між виробниками, роздрібними мережами та іншими учасниками ринку з метою обміну досвідом та спільного розвитку нових ринкових можливостей.

Цей принцип спрямований на створення конкурентного та інноваційного середовища на ринку вживаного одягу в Британії, що сприяє підвищенню якості товарів, розвитку нових технологій та покращенню умов для споживачів. Заохочення конкуренції та інновацій допомагає забезпечити широкий вибір якісних та сучасних продуктів на ринку.

Ці принципи можуть бути використані як основа для розробки стратегій та політики удосконалення механізмів державного регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії.

3.2. Розроблення напрямів підвищення ефективності механізмів правового регулювання ринку стокових товарів

Важливо звернутися до актуальності цього питання та підкреслити його значущість у контексті сучасних економічних та соціальних викликів.

Постійний розвиток та динамічні зміни на ринку вживаних товарів в Британії створюють потребу у пошуку нових підходів до його регулювання. З ростом усвідомлення громадськості стосовно проблем сталості, екологічної відповідальності та соціальної справедливості, виникає необхідність у впровадженні ефективних механізмів державного контролю та регулювання на цьому ринку.

У відповідь на ці виклики, урядові органи, громадські організації та бізнес спрямовують свої зусилля на розробку стратегій та напрямів, які сприятимуть покращенню ефективності механізмів регулювання та забезпеченню сталого розвитку цього сектору. Від цього залежить здатність

ринку вживаних товарів адаптуватися до змін, забезпечуючи безпеку, якість та довіру споживачів.

У цьому контексті важливо розглянути ключові аспекти, які визначатимуть ефективність механізмів регулювання, а також виявити можливості для вдосконалення та інновацій, що сприятимуть розвитку ринку вживаних товарів у Британії.

Для розроблення напрямів підвищення ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії важливо врахувати кілька ключових аспектів:

1. Аналіз поточного стану. Проведення комплексного аналізу діючих механізмів регулювання ринку вживаних товарів з оцінкою їхньої ефективності, ідентифікацією проблемних аспектів та визначенням потреб у поліпшенні.

Аналіз поточного стану є ключовим етапом у розробленні стратегій підвищення ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії. Цей аспект дозволяє зрозуміти сильні та слабкі сторони існуючої системи регулювання, виявити проблемні ситуації та визначити напрямки подальших дій. Нижче наведені деякі ключові аспекти аналізу поточного стану:

- Правова база. Оцінка відповідності чинного законодавства в сфері регулювання ринку вживаних товарів сучасним викликам та стандартам. Це включає перевірку наявності необхідних законів та положень, а також їх ефективність у практичному застосуванні.

- Інституційна структура. Аналіз структури та функціонування державних органів, відповідальних за регулювання ринку вживаних товарів. Це включає оцінку компетенції, розподіл обов'язків та координацію між різними органами.

- Методи контролю та нагляду. Визначення ефективності інструментів контролю та нагляду за ринком вживаних товарів, таких як інспекції, аудити, моніторингові програми тощо. Оцінка їхньої потужності та достатності для

виявлення порушень та забезпечення відповідності стандартам якості та безпеки.

- Взаємодія з галузевими групами та громадськістю. Аналіз співпраці з представниками бізнесу, громадськими організаціями та споживачами для виявлення потреб та очікувань у сфері регулювання ринку вживаних товарів.

- Аналіз ринкових тенденцій. Оцінка динаміки ринку вживаних товарів, виявлення тенденцій споживчого попиту, зміни у виробничих процесах та технологіях, що можуть вплинути на ефективність регулювання.

Цей аспект аналізу є важливим етапом у розробленні стратегій підвищення ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії. Він дозволяє зрозуміти поточну ситуацію та визначити пріоритетні напрямки подальших дій для досягнення більш ефективного та стабільного ринкового середовища.

2. Визначення пріоритетів. Встановлення пріоритетних напрямків реформування та підвищення ефективності регулювання, з урахуванням важливості та терміновості вирішення конкретних проблем.

Визначення пріоритетів у підвищенні ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії є ключовим етапом, що визначає напрями дій та розподіл ресурсів для досягнення максимального впливу на поліпшення ситуації на ринку. Ось аспекти, які варто врахувати при цьому аналізі:

- Підвищення безпеки та якості товарів. Одним із основних пріоритетів є забезпечення безпеки та високої якості вживаних товарів. Це включає контроль за вмістом шкідливих речовин, перевірку на відповідність стандартам безпеки та якості.

- Захист прав споживачів. Надання споживачам інформації про їхні права та обов'язки, а також забезпечення можливості вільного вибору та доступу до безпечних та якісних товарів.

- Стимулювання сталого споживання. Пріоритетом може бути розвиток програм та ініціатив, спрямованих на підвищення усвідомленості споживачів

щодо сталого споживання, включаючи переробку та вторинне використання товарів.

- Зменшення впливу на навколишнє середовище. Важливим аспектом є розроблення стратегій та механізмів, спрямованих на зменшення негативного впливу виробництва та споживання вживаних товарів на навколишнє середовище.

- Стимулювання інновацій та розвиток галузі. Пріоритетним може бути підтримка інновацій та розвитку нових технологій у сфері регулювання ринку вживаних товарів, що сприятиме покращенню ефективності та розвитку галузі.

- Підвищення ефективності контролю та нагляду. Надання пріоритету зміцненню механізмів контролю та нагляду за ринком вживаних товарів, що дозволить забезпечити ефективніше виявлення та припинення порушень.

Визначення пріоритетів враховує важливість та терміновість різних аспектів регулювання ринку вживаних товарів і дозволяє зосередити зусилля на найважливіших завданнях для досягнення більш ефективної системи регулювання.

3. Залучення стейкхолдерів: Широке залучення зацікавлених сторін, включаючи урядові органи, підприємства, громадські організації та споживачів, для отримання різноманітних поглядів та визначення спільних цілей.

Залучення стейкхолдерів є важливим аспектом у підвищенні ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії. Це означає включення всіх зацікавлених сторін у процес прийняття рішень та виконання стратегій, що дозволяє врахувати різноманітні погляди та інтереси, а також забезпечити більшу підтримку та легітимність прийнятих рішень. Ось аспекти, які варто врахувати при аналізі цього напрямку:

- Урядові органи. Залучення відповідних урядових органів, таких як Міністерство торгівлі та промисловості, Міністерство охорони здоров'я, Міністерство середовища тощо, є важливим для забезпечення виконання

регуляторних функцій та розроблення політик, спрямованих на покращення ринку вживаних товарів.

- Підприємства. Важливо залучити представників бізнесу, які мають прямий інтерес у функціонуванні ринку вживаних товарів. Це можуть бути виробники, дистриб'ютори, роздрібні торговці тощо, які можуть надати цінний досвід та інформацію про поточні проблеми та можливі шляхи їх вирішення.

- Громадські організації. Залучення представників громадських організацій, споживчих об'єднань та неприбуткових організацій є важливим для врахування інтересів та потреб споживачів, а також для забезпечення більшої прозорості та відкритості процесу прийняття рішень.

- Академічна спільнота. Залучення наукових установ та експертів у галузі регулювання ринку дозволяє користуватися актуальними дослідженнями та експертними знаннями для прийняття обґрунтованих рішень та розроблення стратегій.

- Міжнародні організації та партнери: Важливо враховувати міжнародний контекст та співпрацювати з міжнародними організаціями, такими як Світова торговельна організація (СТО) та Європейська комісія, для обміну досвідом та найкращими практиками у сфері регулювання.

Залучення стейкхолдерів сприяє збалансованому та зрозумілому прийняттю рішень у сфері регулювання ринку вживаних товарів, що сприяє більш ефективній імплементації стратегій та досягненню бажаних результатів.

4. Розробка стратегій та політик. Розроблення конкретних стратегій та політик, спрямованих на вдосконалення механізмів регулювання, з урахуванням здобутого аналізу та врахуванням потреб ринку та споживачів. Розробка стратегій та політик є важливим напрямом для підвищення ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії. Цей аспект включає в себе розроблення конкретних планів дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей та розв'язання ідентифікованих проблем. Ось ключові аспекти розгляду цього напрямку:

– Визначення стратегічних цілей. Першим кроком у розробці стратегій є визначення конкретних цілей, які потрібно досягти у сфері регулювання ринку вживаних товарів. Ці цілі можуть включати покращення якості товарів, забезпечення безпеки споживачів, стимулювання сталого споживання тощо.

– Аналіз поточного стану. Перед розробкою стратегій необхідно провести аналіз поточного стану ринку вживаних товарів, виявити проблемні ситуації та причини їх виникнення, оцінити ефективність існуючих механізмів регулювання.

– Вибір стратегій та інструментів. На основі аналізу поточного стану можна вибрати оптимальні стратегії та інструменти для досягнення поставлених цілей. Це може включати в себе розробку нових законодавчих актів, створення програм підтримки підприємств, впровадження моніторингових систем тощо.

– Стейкхолдерська участь. Важливо залучити всіх зацікавлених сторін у процес розробки стратегій та політик. Це дозволяє врахувати різноманітні потреби та інтереси різних груп, забезпечуючи більш широкую підтримку прийнятих рішень.

– Моніторинг та оцінка. Після впровадження стратегій важливо здійснювати систематичний моніторинг їхнього впливу та оцінку досягнутих результатів. Це дозволяє вчасно виявляти проблеми та коригувати стратегії для досягнення бажаних цілей.

– Співпраця з міжнародними партнерами. У зв'язку з глобалізацією ринків важливо співпрацювати з міжнародними партнерами та організаціями для обміну досвідом та найкращими практиками у сфері регулювання ринку вживаних товарів.

Розробка стратегій та політик є ключовим етапом у підвищенні ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії, оскільки вона дозволяє систематично вирішувати проблеми та досягати поставлених цілей у цій сфері.

5. Впровадження та моніторинг. Реалізація запланованих заходів з підвищення ефективності регулювання, а також систематичний моніторинг їхнього впливу та коригування стратегій у відповідності з отриманими результатами.

Впровадження та моніторинг є важливим напрямом для підвищення ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії. Цей аспект включає в себе не лише впровадження розроблених стратегій та політик, а й систематичний контроль їхнього виконання та оцінку результатів. Ось ключові аспекти розгляду цього напрямку:

- Впровадження стратегій та політик. Це передбачає прийняття конкретних заходів, передбачених у розроблених стратегіях та політиках. Це може включати ухвалення нових законодавчих актів, встановлення нових стандартів та норм, запровадження програм підтримки тощо.

- Організація ресурсів. Важливо забезпечити необхідні ресурси для впровадження стратегій та політик, включаючи фінансові, людські та інші ресурси. Це може включати виділення бюджетних коштів, навчання персоналу, розробку необхідних інфраструктурних засобів тощо.

- Моніторинг виконання. На цьому етапі важливо систематично відстежувати виконання запланованих заходів та вимог стратегій та політик. Це включає контроль за дотриманням законодавства, виконанням стандартів, впровадженням програм тощо.

- Оцінка результатів. Після впровадження стратегій та політик необхідно провести оцінку отриманих результатів. Це дозволяє визначити досягнуті успіхи, виявити проблемні ситуації та потреби в коригуванні стратегій та політик.

- Коригування стратегій. На основі отриманих результатів може бути потрібно коригувати стратегії та політики. Це може включати в себе внесення змін до законодавства, перегляд стандартів, модифікацію програм тощо.

– Публічна звітність та прозорість. Важливо забезпечити публічну звітність щодо виконання стратегій та політик, що сприяє більшій прозорості та відкритості у процесі регулювання ринку вживаних товарів.

Впровадження та моніторинг є необхідними етапами у підвищенні ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії, оскільки вони дозволяють забезпечити систематичний контроль та оцінку досягнутих результатів та вчасно реагувати на виникаючі проблеми.

6. Інновації та технології. Використання сучасних інформаційних технологій та інноваційних підходів у механізмах регулювання для підвищення їхньої ефективності та реалізації цифровізації процесів.

Інновації та технології є ключовим напрямом для підвищення ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії. Впровадження нових технологій та інноваційних підходів може значно полегшити моніторинг, контроль та управління на ринку вживаних товарів. Ось ключові аспекти розгляду цього напрямку:

– Електронні та цифрові системи моніторингу. Використання сучасних технологій, таких як сенсори, Інтернет речей (IoT) та штучний інтелект (AI), дозволяє створювати ефективні системи моніторингу ринку вживаних товарів. Це дозволяє автоматизувати процеси збору та аналізу даних, швидше виявляти порушення та реагувати на них.

– Електронні системи ідентифікації та відстеження. Застосування систем RFID (Radio–Frequency Identification) та інших технологій ідентифікації та відстеження дозволяє забезпечити більш точне визначення походження та історії товарів, що важливо для забезпечення їхньої якості та безпеки.

– Електронні системи звітності та документування. Використання електронних систем звітності та документування спрощує процеси звітності та контролю за дотриманням вимог, що дозволяє ефективніше виявляти та усувати порушення.

– Аналітика даних та прогнозування. Використання аналітичних інструментів та алгоритмів машинного навчання дозволяє аналізувати великі

обсяги даних та прогнозувати тенденції на ринку вживаних товарів, що сприяє прийняттю більш обґрунтованих рішень.

– Мобільні додатки та онлайн платформи. Створення мобільних додатків та онлайн платформ, що надають інформацію про якість та безпеку вживаних товарів, дозволяє споживачам здійснювати обґрунтовані вибори та забезпечує більшу прозорість на ринку.

– Електронна реєстрація та ліцензування. Впровадження електронних систем реєстрації та ліцензування дозволяє спрощувати та прискорювати процеси отримання необхідних дозволів та контролю за діяльністю суб'єктів на ринку.

Інновації та технології відіграють ключову роль у підвищенні ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії, дозволяючи вдосконалювати процеси моніторингу, контролю та управління у цій сфері.

Ці кроки дозволять розробити комплексні та ефективні стратегії для підвищення ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії, що сприятиме створенню більш стабільного та прозорого ринкового середовища.

У контексті розроблення напрямів підвищення ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів у Британії можна зробити кілька ключових висновків:

1. Широкий спектр заходів. Підвищення ефективності механізмів регулювання вимагає комплексного підходу, який включає розроблення та впровадження стратегій, створення ефективної нормативної бази, моніторинг та оцінку результатів, а також застосування інноваційних технологій.

2. Залучення стейкхолдерів. Успішна реалізація планів з підвищення ефективності механізмів регулювання потребує активної співпраці з різними зацікавленими сторонами, такими як урядові органи, підприємства, громадські організації та академічна спільнота.

3. Сучасні технології як ключовий фактор. Використання сучасних технологій, таких як IoT, AI, аналітика даних та мобільні додатки, може значно полегшити моніторинг, контроль та управління на ринку вживаних товарів, забезпечуючи більшу прозорість та ефективність процесів.

4. Необхідність системності та постійного вдосконалення. Підвищення ефективності механізмів регулювання є постійним процесом, який вимагає системності та постійного вдосконалення. Важливо проводити аналіз результатів та реагувати на зміни в економічному та соціальному середовищі.

5. Глобальна перспектива. У зв'язку з глобалізацією економіки важливо враховувати міжнародний контекст та співпрацювати з міжнародними партнерами та організаціями для обміну досвідом та найкращими практиками.

Отже, розроблення та реалізація напрямів підвищення ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії є складним та багатогранним завданням, яке вимагає системного підходу, активної співпраці та застосування сучасних технологій для досягнення успішних результатів.

3.3. Напрями стратегічного розвитку механізмів державно – правового регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії

В умовах швидкого та постійного розвитку сучасного світу, питання якості та безпеки вживаних товарів стає актуальним і важливим для суспільства. Ринок вживаних товарів у Британії, подібно до інших країн, є не лише місцем економічної активності, але й відображенням споживчих тенденцій, соціальних уявлень та екологічних цінностей. Проте, зростаюча складність цього ринку вимагає постійного розвитку та удосконалення механізмів державного регулювання.

У країні, яка славиться своєю торговельною традицією та культурою споживання, важливо розглядати ринок вживаних товарів як ключовий

елемент економічного ландшафту. Відповідальне та ефективне державне регулювання є запорукою забезпечення якості та безпеки для споживачів, підтримки підприємств та стимулювання інноваційного розвитку.

У цьому контексті розгляд напрямів стратегічного розвитку механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії стає не лише актуальним, але й важливим етапом у забезпеченні сталого та ефективного функціонування цього сектора економіки. Від формування принципів до впровадження інноваційних рішень – кожний крок у напрямку покращення регулювання ринку вживаних товарів має велике значення для подальшого розвитку британської економіки та благополуччя суспільства:

1. Збільшення прозорості та інформаційної доступності. Розвиток онлайн платформ для обміну інформацією між споживачами, виробниками та регулюючими органами сприяє збільшенню прозорості та підвищує рівень інформованості споживачів про якість та походження вживаних товарів.

Збільшення прозорості та інформаційної доступності є ключовим напрямом стратегічного розвитку механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії. Цей напрямок спрямований на створення системи, яка забезпечить споживачам доступність достовірної та об'єктивної інформації про якість та походження вживаних товарів, а також зробить процес купівлі більш прозорим та надійним. Детально розглянемо основні аспекти цього напрямку:

- Розвиток онлайн платформ. Створення спеціалізованих онлайн платформ для обміну інформацією між споживачами, виробниками та регулюючими органами. Ці платформи можуть включати бази даних з відгуками споживачів, рейтингами товарів, а також інформацію про сертифікацію та відповідність стандартам.

Розвиток онлайн платформ є ключовим аспектом стратегії збільшення прозорості та інформаційної доступності на ринку вживаних товарів в Британії. Ці платформи можуть стати центральним майданчиком для обміну

інформацією між споживачами, виробниками та регулюючими органами. Ось детальніше про цей напрямок:

- Створення спеціалізованих онлайн платформ. Розробка та запуск онлайн платформ, спеціалізованих на ринку вживаних товарів. Ці платформи можуть бути веб-сайтами або мобільними додатками, які забезпечують зручний доступ до інформації для всіх зацікавлених сторін.

- Бази даних з відгуками та рейтингами. На платформах можуть бути створені бази даних, в яких користувачі можуть залишати свої відгуки та оцінки щодо вживаних товарів. Це допоможе іншим споживачам зробити обґрунтований вибір при покупці.

- Інформація про сертифікацію та відповідність стандартам. Платформи можуть надавати інформацію про сертифікацію та відповідність стандартам для вживаних товарів. Це може включати інформацію про сертифікати якості, тести безпеки та інші важливі показники.

- Форуми та спільноти. Розробка форумів та онлайн спільнот, де користувачі можуть обговорювати свої досвіди використання вживаних товарів, ділитися порадами та рекомендаціями.

- Інтерактивні елементи. Впровадження інтерактивних елементів на платформах, таких як чат-боти або онлайн консультанти, які надають користувачам інформацію та відповідають на їх запитання у режимі реального часу.

- Спеціалізовані розділи для різних категорій товарів: Розподіл інформації на платформах на різні категорії вживаних товарів (одяг, електроніка, меблі тощо) допоможе користувачам знаходити потрібну інформацію швидко та ефективно.

Розвиток онлайн платформ для ринку вживаних товарів забезпечить споживачам зручний доступ до об'єктивної та достовірної інформації, що сприятиме підвищенню їхнього рівня обізнаності та довіри до цього сектора.

2. Стимулювання екологічних ініціатив. Розробка програм та стимулів для підтримки екологічно відповідального виробництва та споживання

вживаних товарів сприяє зменшенню впливу цього сектора на навколишнє середовище та підвищенню сталості.

Стимулювання екологічних ініціатив є важливим напрямком у стратегії розвитку ринку вживаних товарів в Британії, оскільки сприяє зменшенню впливу споживчих практик на навколишнє середовище та підтримці сталого споживання. Розглянемо детальніше основні аспекти цього напрямку:

- Фінансові заохочення. Надання фінансових заохочень, таких як субсидії або податкові кредити, для підприємств та споживачів, які обирають екологічно чисті або вторинні товари. Це може стимулювати попит на вживані товари, які мають менший вуглецевий слід та менший негативний вплив на довкілля.

- Екологічні сертифікації та маркування. Розвиток систем екологічної сертифікації та маркування для вживаних товарів, що відповідають певним екологічним стандартам. Це дозволить споживачам з легкістю визначити екологічно чисті товари та зробити свідомий вибір.

- Екологічні програми обміну та вторинного використання. Підтримка програм обміну товарів або їх вторинного використання, які дозволяють продовжити термін служби товарів та зменшити кількість відходів. Це може включати створення мережі магазинів вторинного використання або платформ для обміну товарів між споживачами.

- Забезпечення інформаційної підтримки. Надання споживачам інформації про екологічний вплив різних товарів, а також про переваги використання вживаних товарів з екологічною перевагою. Це може включати розробку освітніх кампаній та інформаційних матеріалів про зменшення викидів та енергоспоживання.

- Партнерство з екологічними організаціями. Співпраця з неприбутковими екологічними організаціями для розробки та реалізації екологічних ініціатив, спрямованих на зменшення негативного впливу вживаних товарів на довкілля.

– Підтримка досліджень та інновацій. Фінансування досліджень та розробок, спрямованих на створення нових технологій та інновацій, які допоможуть зменшити екологічний вплив виробництва та використання вживаних товарів.

Стимулювання екологічних ініціатив сприяє розвитку сталого ринку вживаних товарів в Британії та сприяє збереженню навколишнього середовища для майбутніх поколінь.

3. Розвиток цифрових інструментів ідентифікації та відстеження. Використання цифрових технологій, таких як блокчейн, для створення систем відстеження походження вживаних товарів дозволяє забезпечити більшу достовірність та недоторканість інформації про їхню історію.

Розвиток цифрових інструментів ідентифікації та відстеження є важливим напрямком у стратегії розвитку ринку вживаних товарів в Британії. Цей напрямок спрямований на використання сучасних технологій для покращення процесів ідентифікації, відстеження та контролю якості вживаних товарів. Розглянемо детальніше основні аспекти цього напрямку:

– Використання QR-кодів та RFID-технологій. Впровадження QR-кодів та RFID-технологій для маркування вживаних товарів. Це дозволить легко ідентифікувати кожен товар, отримувати доступ до інформації про його походження, історію використання та стан.

– Створення цифрових платформ для відстеження. Розроблення спеціалізованих цифрових платформ, які дозволять споживачам та торговим партнерам відстежувати переміщення вживаних товарів від виробника до кінцевого користувача. Це підвищить прозорість у ланцюжку постачання та дозволить швидко виявляти випадки контрабанди або підробки.

– Розроблення мобільних додатків для перевірки якості. Створення мобільних додатків, які дозволять споживачам перевіряти якість та автентичність вживаних товарів за допомогою камери смартфона. Це допоможе запобігти покупцям купувати підроблені або низькоякісні товари.

- Впровадження блокчейн-технологій. Використання блокчейн-технологій для створення децентралізованих систем відстеження, які забезпечать надійну та необоротну інформацію про кожен товар у ланцюжку постачання. Це підвищить довіру споживачів до походження та якості вживаних товарів.

- Застосування штучного інтелекту та аналітики даних. Використання штучного інтелекту та аналітики даних для автоматизації процесів відстеження та аналізу великих обсягів інформації про вживані товари. Це дозволить вчасно виявляти та усувати проблеми з якістю товарів та оптимізувати управління запасами.

- Партнерство з технологічними компаніями. Співпраця з технологічними компаніями та стартапами для розроблення та впровадження інноваційних цифрових рішень у сфері вживаних товарів.

Розвиток цифрових інструментів ідентифікації та відстеження сприятиме підвищенню якості та безпеки вживаних товарів, підвищить довіру споживачів до ринку та сприятиме його сталому розвитку.

4. Розвиток програм обміну та вторинного використання: Створення програм та ініціатив для стимулювання обміну та вторинного використання вживаних товарів сприяє зменшенню відходів та збереженню ресурсів.

Розвиток програм обміну та вторинного використання є ключовим напрямком у стратегії розвитку ринку вживаних товарів в Британії. Цей напрямок спрямований на створення і підтримку ініціатив, які дозволяють продовжувати життєвий цикл товарів, зменшувати кількість відходів та сприяти сталому споживанню. Розглянемо детальніше основні аспекти цього напрямку:

- Створення мережі обміну та реалізації вживаних товарів. Розроблення спеціалізованих мереж магазинів або онлайн платформ, де споживачі можуть обмінюватися своїми вживаними товарами або придбати вживані товари від інших користувачів. Це сприятиме рециркуляції товарів та зменшенню виробництва нових товарів.

– Підтримка локальних ініціатив обміну. Підтримка локальних громадських ініціатив, таких як обмін одягом або іншими речами, які дозволяють жителям конкретних міст або районів обмінюватися своїми вживаними товарами безпосередньо.

– Розвиток системи оренди. Створення системи оренди вживаних товарів, де споживачі можуть користуватися товаром на певний термін за символічну плату, після чого товар повертається в систему для подальшого використання.

– Підтримка бартерних систем. Розвиток бартерних систем, де споживачі можуть обмінювати свої вживані товари на інші товари або послуги без використання грошей. Це сприяє зменшенню фінансових витрат та стимулює соціальну взаємодію у громаді.

– Популяризація культури вторинного використання. Проведення освітніх кампаній та заходів, спрямованих на підвищення свідомості споживачів про переваги вторинного використання та важливість рециркуляції ресурсів.

– Партнерство з урядовими та громадськими організаціями. Співпраця з урядовими органами та неприбутковими організаціями для розробки та впровадження програм обміну та вторинного використання, а також для створення стимулів для компаній та споживачів для участі у таких програмах.

Розвиток програм обміну та вторинного використання сприяє створенню більш сталого та економічно ефективного ринку вживаних товарів, сприяє зменшенню відходів та має позитивний вплив на довкілля та соціальну сферу.

5. Запровадження ефективних механізмів моніторингу та контролю за якістю. Розвиток систем моніторингу та контролю за якістю вживаних товарів, включаючи відповідність стандартам безпеки та відповідність вимогам екологічної сталості, дозволяє забезпечити високий рівень захисту споживачів.

Запровадження ефективних механізмів моніторингу та контролю за якістю є важливим кроком у стратегії розвитку ринку вживаних товарів в

Британії. Цей напрямок спрямований на забезпечення високої якості та безпеки вживаних товарів для споживачів. Розглянемо детальніше основні аспекти цього напрямку:

- Створення стандартів якості. Розроблення і впровадження стандартів якості для вживаних товарів, які включають в себе вимоги до безпеки, функціональності та екологічної придатності. Це дозволить забезпечити однорідність якості товарів на ринку та збільшити довіру споживачів.

- Створення систем сертифікації. Впровадження систем сертифікації, які підтверджують відповідність вживаних товарів встановленим стандартам якості. Це дозволить споживачам з легкістю визначати якість та безпеку товарів перед їх придбанням.

- Моніторинг у ланцюжку постачання. Впровадження систем моніторингу, які відстежують переміщення вживаних товарів від постачальників до кінцевих споживачів. Це дозволить швидко виявляти та реагувати на будь-які проблеми з якістю товарів та забезпечувати вчасну інформацію споживачам про потенційні ризики.

- Створення систем зворотнього зв'язку. Впровадження механізмів збору відгуків та скарг від споживачів щодо якості вживаних товарів. Це дозволить компаніям оперативно реагувати на проблеми та вдосконалювати якість своїх товарів.

- Проведення незалежних аудитів. Залучення незалежних організацій або експертів для проведення аудитів якості вживаних товарів та оцінки дотримання встановлених стандартів. Це сприятиме об'єктивному оцінюванню якості товарів та підвищить довіру споживачів.

- Постійне вдосконалення механізмів контролю. Постійне вдосконалення систем моніторингу та контролю за якістю на основі аналізу даних та відгуків від споживачів. Це дозволить підтримувати високий рівень якості товарів та відповідати змінам у вимогах ринку та законодавства.

Запровадження ефективних механізмів моніторингу та контролю за якістю сприятиме покращенню якості та безпеки вживаних товарів, збільшить довіру споживачів до ринку та сприятиме його сталому розвитку.

6. Співпраця з міжнародними партнерами та організаціями. Розробка та впровадження спільних стандартів та міжнародних ініціатив у сфері регулювання ринку вживаних товарів сприяє підвищенню його ефективності та конкурентоспроможності.

Співпраця з міжнародними партнерами та організаціями є важливим аспектом стратегічного розвитку ринку вживаних товарів в Британії. Цей напрямок спрямований на забезпечення обміну знань, досвіду та найкращих практик з іншими країнами та організаціями з метою вдосконалення регуляторного середовища та підтримки сталого розвитку ринку. Розглянемо детальніше основні аспекти цього напрямку:

- Обмін досвідом та найкращими практиками. Співпраця з міжнародними партнерами дозволяє обмінюватися досвідом та найкращими практиками у сфері регулювання ринку вживаних товарів. Це допомагає виявити ефективні стратегії та методи, які можуть бути успішно впроваджені в Британії.

- Спільні дослідження та проекти. Реалізація спільних досліджень та проектів з міжнародними партнерами сприяє розробці нових інноваційних підходів до регулювання ринку вживаних товарів, а також дозволяє вирішувати загальні проблеми та виклики.

- Участь у міжнародних ініціативах та програмах. Активна участь у міжнародних ініціативах та програмах сприяє встановленню міжнародних стандартів та норм регулювання ринку вживаних товарів, а також дозволяє залучити додаткові ресурси та експертну підтримку.

- Забезпечення міжнародного обміну інформацією. Створення механізмів для обміну інформацією та аналізу міжнародного ринку вживаних товарів допомагає зрозуміти тенденції та потреби ринку, а також виявити можливості для покращення та розвитку.

– Лобіювання інтересів на міжнародному рівні. Співпраця з міжнародними організаціями та партнерами дозволяє представляти інтереси британського ринку вживаних товарів на міжнародному рівні, а також впливати на формування міжнародних нормативів та стандартів.

– Розвиток міжнародних партнерств. Розширення міжнародних партнерств з метою створення спільних ініціатив та програм, спрямованих на підтримку сталого розвитку ринку вживаних товарів та збільшення його конкурентоспроможності.

Співпраця з міжнародними партнерами та організаціями є важливим елементом стратегії розвитку ринку вживаних товарів в Британії, який сприяє обміну знаннями, ресурсами та інноваціями для досягнення спільних цілей.

Ці напрями спрямовані на забезпечення ефективного регулювання ринку вживаних товарів, збільшення довіри споживачів та підтримку сталого розвитку. Вони відображають стратегічний підхід до управління ринком, спрямований на задоволення потреб споживачів, захист їх інтересів та врахування впливу на довкілля.

ВИСНОВКИ

Таким чином, розвиток Інтернету сприяв розширенню торгівлі стоковим одягом. Як наслідок, багато людей продають свій вживаний одяг та інші речі на різних веб-сайтах, в тому числі на онлайн-аукціонах. Дедалі популярнішими стають також комісійні магазини, куди люди приносять свій одяг на продаж. Церкви та благодійні організації мають велику мережу магазинів стокового одягу та благодійних організацій, куди люди жертвують свій старий одяг. У багатьох розвинених країнах також існують прибуткові компанії, які збирають, сортують та експортують вживаний одяг в інші країни. Сутність механізмів державного регулювання ринку стокових товарів, як ми виявили у дипломній роботі, полягає у забезпеченні збалансованого і стабільного розвитку цього сегменту ринку через комплексні заходи, які включають законодавче регулювання, адміністративне втручання, та інформаційно-просвітницьку діяльність. Ці заходи дозволяють державі ефективно контролювати якість і безпеку товарів, впливати на умови ведення бізнесу та захищати інтереси споживачів.

Методи регулювання полягають у тому, що вони залежать від елементів ринку, на які спрямований регулюючий вплив держави:

- Методи регулювання попиту;
- Методи регулювання пропозиції;
- Методи регулювання цін (державне цінове регулювання);
- Методи регулювання конкуренції (державна конкурентна політика).

Слід також підкреслити, що регулювання цін є метою національної регуляторної системи. Методи регулювання виступають як комплексний інструмент, що сприяє забезпеченню збалансованого розвитку цього сектору економіки. Використання цих методів дозволяє державі ефективно впливати на ринкові процеси, встановлювати правила, що регулюють виробництво, обіг і споживання стокових товарів, а також забезпечувати захист інтересів споживачів та виробників.

В процесі було визначено наступне, що торгівля стоковими товарами має велике значення для приватної самозайнятості населення. За даними Асоціації секонд-хенду, від 300 000 до 320 000 осіб торгують товарами, що були у вжитку. Рівень зайнятості серед торговців стоковими товарами є відносно високим через низький рівень інвестицій, необхідних для започаткування бізнесу. У цьому секторі працюють жінки старше 40 років, які є найбільш вразливою групою працівників.

TJX Companies, Inc. (разом зі своїми дочірніми компаніями, «TJX», «Компанія», «ми» або «наш») є провідним роздрібним продавцем одягу та домашньої моди за зниженими цінами в Сполучених Штатах і в усьому світі. У нас є понад 4800 магазинів і п'ять фірмових сайтів електронної комерції, які швидко змінюють асортимент якісних, модних, брендових і дизайнерських товарів за цінами, які зазвичай на 20–60% нижчі за повну ціну роздрібних продавців (включаючи відділи, спеціальні та великі онлайн-магазини) звичайні ціни на порівняльні товари щодня.

У ході нашого дослідження, ми визначили, що секонд-хенд популярний серед різного віку. Вік негативно корелює з купівлею вживаних речей, а це означає, що молоді покупці з більшою ймовірністю недавно купили річ, що була у вживанні.

Це узгоджується з попередніми звітами інших видань. Загалом 69% користувачів покоління Z та 67% респондентів-міленіалів заявили, що торік купували вживані товари. Покоління X менш схильне купувати старі речі (52%), за ними йдуть 45% бебі-бумерів.

Хоча молоді споживачі схильні купувати вживані товари, споживачі, що народилися до 1979 року, повідомляють про надзвичайно високий рівень купівлі вживаних товарів: близько 50% респондентів належать до відповідних вікових груп. Хоча ці цифри не уточнюють, чи були товари куплені через Інтернет або через аналог, вони показують нам, що серед британських споживачів, незалежно від віку, існує висока готовність купувати товари, які були у використанні.

Загальний аналіз дає нам підтвердження, що ефективне регулювання ринку стокових товарів не тільки сприяє захисту внутрішнього ринку та підтримці національних виробників, але й відіграє критичну роль у захисті споживачів і збереженні екологічного добробуту. Враховуючи високу динаміку змін у глобалізованому світі, постійний розвиток і адаптація регуляторних механізмів є необхідністю.

Положення про споживчі договори поширюються на онлайн-продажі від роздрібних продавців і дають вам 14 днів, щоб змінити свою думку щодо більшості покупок. Однак є кілька винятків, наприклад товари, що швидко псуються, і виготовлені на замовлення або персоналізовані товари.

Закон про права споживачів дає вам право повернути несправний або неправильно представлений товар. Будь-який досвідчений покупець вінтажного одягу скаже вам, що речі секонд-хенду неминуче потерті. Однак роздрібний продавець повинен просто повідомити вам про будь-які недоліки або проблеми з товаром.

Через огляд поточних практик та вивчення міжнародного досвіду, ми створимо базу для розвитку стратегій та рекомендацій щодо поліпшення державного регулювання цього важливого сегменту економіки.

Ми розробили ряд принципів, які можуть бути використані для удосконалення механізмів державного регулювання ринку стокових товарів у Великій Британії.

У контексті розроблення напрямів підвищення ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів у Британії можна зробити кілька ключових висновків:

1. Широкий спектр заходів. Підвищення ефективності механізмів регулювання вимагає комплексного підходу, який включає розроблення та впровадження стратегій, створення ефективної нормативної бази, моніторинг та оцінку результатів, а також застосування інноваційних технологій.

2. Залучення стейкхолдерів. Успішне реалізація планів з підвищення ефективності механізмів регулювання потребує активної співпраці з різними

зацікавленими сторонами, такими як урядові органи, підприємства, громадські організації та академічна спільнота.

3. Сучасні технології як ключовий фактор. Використання сучасних технологій, таких як IoT, AI, аналітика даних та мобільні додатки, може значно полегшити моніторинг, контроль та управління на ринку вживаних товарів, забезпечуючи більшу прозорість та ефективність процесів.

4. Необхідність системності та постійного вдосконалення. Підвищення ефективності механізмів регулювання є постійним процесом, який вимагає системності та постійного вдосконалення. Важливо проводити аналіз результатів та реагувати на зміни в економічному та соціальному середовищі.

5. Глобальна перспектива. У зв'язку з глобалізацією економіки важливо враховувати міжнародний контекст та співпрацювати з міжнародними партнерами та організаціями для обміну досвідом та найкращими практиками.

Отже, розроблення та реалізація напрямів підвищення ефективності механізмів державного регулювання ринку вживаних товарів в Британії є складним та багатогранним завданням, яке вимагає системного підходу, активної співпраці та застосування сучасних технологій для досягнення успішних результатів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білявцев М.І., Шестопалова Л.В. Інфраструктура товарного ринку: Навчальний посібник. Донецьк: ДонНУ, 2020. 418 с.
2. Міхасюк І.Р., Швайка Л.А. Державне регулювання економіки: Підручник. Львів: "Магнолія плюс"; видавець СПД ФО «В. М. Піча», 2019. 220 с.
3. Стельмашук О.М. Державне регулювання економіки: Навчальний посібник. Тернопіль: ТАНГ, 2019. 315 с.

4. Alhonnoro, L., Leipämaa-Leskinen, H., & Syrjälä, H. (2020). Distributed agency in food waste—a focus on non-human actors in retail setting *Food Waste Management* (pp. 141–167).
5. Appelgren, S. (2019). History as business: changing dynamics of retailing in Gothenburg's second-hand market. *Business History*, 61(1), 172–186.
6. Appelgren, S., & Bohlin, A. (2015). Introduction: circulating stuff on second-hand, vintage and retro markets. *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, 7(1), 3–11.
7. Armstrong, C. M., Niinimäki, K., Kujala, S., Karell, E., & Lang, C. (2015). Sustainable product-service systems for clothing: exploring consumer perceptions of consumption alternatives in Finland. *Journal of Cleaner Production*, 97, 30–39.
8. Bianchi, C., & Birtwistle, G. (2019). Sell, give away, or donate: an exploratory study of fashion clothing disposal behaviour in two countries. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 20(3), 353–368.
9. Brembeck, H., & Sörum, N. (2017). Assembling nostalgia: devices for affective captation on there:heritage market. *International Journal of Heritage Studies*, 23(6), 556–574.
10. Cassidy, T. D., & Bennett, H. R. (2018). The Rise of Vintage Fashion and the Vintage Consumer. *Fashion Practice—the Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry*, 4(2), 239–261.
11. Cervellon, M. C., Carey, L., & Harms, T. (2019). Something old, something used: determinants of women's purchase of vintage fashion vs second-hand fashion. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 40(12), 956–974.
12. Cochoy, F. (2018). Calculation, qualculation, calculation: shopping cart arithmetic, equipped cognition and the clustered consumer. *Marketing theory*, 8(1), 15–44.
13. Czarniawska, B. (2017). Shadowing and other techniques for doing fieldwork in modern societies (Vol. 1. [uppl.]). Malmö: Liber.
14. D'Adamo, I., Lupi, G., Morone, P., & Settembre-Blundo, D. (2022). Towards the circular economy in the fashion industry: the second-hand market as a best

practice of sustainable responsibility for businesses and consumers. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(31), 46620–46633.

15. Ekholm, L. K. (2019). Jews, second-hand trade and upward economic mobility: Introducing the ready-to-wear business in industrializing Helsinki, 1880–1930. *Business History*, 61(1), 73–92.

16. Elliott, R., & Jankel-Elliott, N. (2018). Using ethnography in strategic consumer research. *Qualitative market research: an international journal*, 6(4), 215–223.

17. Fernando, A. G., Sivakumaran, B., & Suganthi, L. (2018). Comparison of perceived acquisition value sought by online second-hand and new goods shoppers. *European Journal of Marketing*, 52(7/8), 1412–1438. doi:10.1108/EJM-01-2017-0048

18. Ferraro, C., Sands, S., & Brace-Govan, J. (2016). The role of fashionability in second-hand shopping motivations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 262–268.

19. Fortuna, L. M., & Diyamandoglu, V. (2017). Disposal and acquisition trends in second-hand products. *Journal of Cleaner Production*, 142(Part 4), 2454–2462.

20. Geysmans, R., de Krom, M. P. M. M., & Hustinx, L. (2017). “Fairtradization”: a performative perspective on fair trade markets and the role of retail settings in their enactment. *Consumption Markets & Culture*, 20(6), 539–558. doi:10.1080/10253866.2017.1331909

21. Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2020). Seeking qualitative rigor in inductive research: Notes on the Gioia methodology. *Organizational research methods*, 16(1), 15–31.

22. Gopalakrishnan, S., & Matthews, D. (2018). Collaborative consumption: a business model analysis of second-hand fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 22(3), 354–368.

23. Gregson, N., Crang, M., Laws, J., Fleetwood, T., & Holmes, H. (2013). Moving up the waste hierarchy: Car boot sales, reuse exchange and the challenges

of consumer culture to waste prevention. *Resources Conservation and Recycling*, 77, 97–107.

24. Gregson, N., Metcalfe, A., & Crewe, L. (2017). Moving things along: the conduits and practices of divestment in consumption. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 32(2), 187–200.

25. Hagberg, J., & Fuentes, C. (2018). Retail formations: tracing the fluid forms of an online retailer. *Consumption Markets & Culture*, 21(5), 423–444.

26. Hagberg, J., Kjellberg, H., & Cochoy, F. (2017). Managing leaks: Shoplifting in US grocery retailing 1922—1969. *European Management Journal*, 35(6), 766–775.

27. Hagberg, J., & Normark, D. (2020). From basket to shopping bag. *Journal of Historical Research in Marketing*, 7(4), 452–475.

28. Hedegård, L., Gustafsson, E., & Paras, M. K. (2019). Management of sustainable fashion retail based on reuse – a struggle with multiple logics. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 30(3), 311–330.

29. Hur, E. (2020). Rebirth fashion: Secondhand clothing consumption values and perceived risks. *Journal of Cleaner Production*, 273, 122951.

30. Jenna, M. B., & Pamela, N. (2017). Male apparel disposal: case study of consignment versus donation. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 21(2), 235–246.

31. Kervenoael, R. d., Bajde, D., & Schwob, A. (2022). Liquid retail: cultural perspectives on marketplace transformation. *Consumption Markets & Culture*, 21(5), 417–422.

32. Kim, J., Kim, Y., & Kwon, J. (2021). When a Good Thing Becomes a Better Thing: The Role of Lateral Display in Upcycled Product Advertisements. *Journal of Advertising*, 1–16.

33. Kim, N. L., Woo, H., & Ramkumar, B. (2021). The role of product history in consumer response to online second-hand clothing retail service based on circular fashion. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102457.

34. Laitala, K., & Klepp, I. G. (2018). Motivations for and against second-hand clothing acquisition. *Clothing Cultures*, 5(2), 247–262.
35. Larsen, F. (2019). Valuation in action: Ethnography of an American thrift store. *Business History*, 61(1), 155–171.
36. Liang, J. F., & Xu, Y. J. (2018). Second-hand clothing consumption: A generational cohort analysis of the Chinese market. *International Journal of Consumer Studies*, 42(1), 120–130.
37. Lin, Y.–T., Tseng, T. H., Chang, A., & Yang, C.–C. (2022). A value adoption approach to sustainable consumption in retail stores. *International Journal of Retail & Distribution Management*, ahead-of-print(ahead-of-print).
38. Luo, N. A., Wang, Y., Zhang, M. L., Niu, T., & Tu, J. B. (2020). Integrating community and e-commerce to build a trusted online second-hand platform: Based on the perspective of social capital. *Technological Forecasting and Social Change*, 153, 7.
39. Madsen, S. M. (2021). Gaining customer centric understanding of retail displays for future innovations. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(4), 491–513.
40. Madsen, S. M., & Petermans, A. (2020). Exploring the system of digitised retail design—flattening the ontology. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 102053.
41. Mallard, A. (2016). Concerning urban consumption: on the construction of market agencements for retail trade. *Consumption Markets & Culture*, 19(1), 56–70.
42. Mukherjee, S., Datta, B., & Paul, J. (2020). The phenomenon of purchasing second-hand products by the BOP consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 16.
43. Osterley, R., & Williams, I. (2019). The social, environmental and economic benefits of reuse by charity shops. *Detritus*, 7, 29–35.
44. Park, H., Kwon, T. A., Zaman, M. M., & Song, S. Y. (2020). Thrift shopping for clothes: To treat self or others? *Journal of Global Fashion Marketing*, 11(1), 56–70.

45. Persson, O., & Hinton, J. B. (2023). Second-hand clothing markets and a just circular economy? Exploring the role of business forms and profit. *Journal of Cleaner Production*, 390, 136139.
46. Podkalicka, A. (2022). At home with Gumtree: a cultural analysis of Australia's popular secondhand online marketplace. *European Journal of Cultural Studies*, 13675494221079856.
47. Rizzi, F., Gusmerotti, N., & Frey, M. (2020). How to meet reuse and preparation for reuse targets? Shape advertising strategies but be aware of "social washing". *Waste Management*, 101, 291–300.
48. Schadenberg, D., & Folmer, E. (2022). Getting the story right: how second-hand stores use storytelling to gain legitimacy with multiple audiences. *Social Enterprise Journal*, 18(3), 503–518.
49. Schibik, A., Strutton, D., & Thompson, K. N. (2022). What makes a product vintage? Investigating relationships between "consumer pastness," scarcity and purchase intentions toward vintage products. *European Journal of Marketing*, 56(7), 1830–1855.
50. Silva, S. C., Duarte, P., Sandes, F. S., & Almeida, C. A. (2022). The hunt for treasures, bargains and individuality in pre-loved luxury. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50(11), 1321–1336.
51. Silva, S. C., Santos, A., Duarte, P., & Vlačić, B. (2021). The role of social embarrassment, sustainability, familiarity and perception of hygiene in second-hand clothing purchase experience. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(6), 717–734.
52. Stein, N., Spinler, S., & Vanthournout, H. (2020). Face-to-Face Communication as A Tool to Support Second-Hand Fashion Sales: A Field Experiment at Fashion Week in Berlin. *Sustainability*, 12(5), 12.
53. Syahrivar, J., Kusuma, K., Pahlevi, R. A., Wei, Y. L., Chairy, C., & Genoveva, G. (2022). No longer look down: investigating second-hand clothing purchase in Indonesia. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 21.

54. Valor, C., Ronda, L., & Abril, C. (2022). Understanding the expansion of circular markets: Building relational legitimacy to overcome the stigma of second-hand clothing. *Sustainable Production and Consumption*, 30, 77–88.

Ім'я користувача:
Економічної теорії Журба Тетяна

Дата перевірки:
17.05.2024 13:02:08 EEST

Дата звіту:
17.05.2024 14:12:09 EEST

ID перевірки:
1016258905

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

ID користувача:
100005720

Назва документа: Десятко Е.Р. Економічний аналіз правового регулювання ринку стокових товарів

Кількість сторінок: 83 Кількість слів: 18839 Кількість символів: 144619 Розмір файлу: 161.99 KB ID файлу: 1016046858

2.81% Схожість

Найбільша схожість: 0.37% з Інтернет-джерелом (http://www.adshu.com.ua/fileadmin/media/Second_report_final.doc)

2.09% Джерела з Інтернету

279

Сторінка 85

1.94% Джерела з Бібліотеки

482

Сторінка 87

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень