
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

УДК 338.4:911.3

В. О. МАНДИБУРА,
*професор, доктор економічних наук,
головний науковий співробітник відділу економічної теорії
ДУ "Інститут економіки і прогнозування НАН України,
вул. Панаса Мирного, 26, 01011, Київ, Україна,*

В. О. ХИЖНЯК,
*доцент, кандидат економічних наук,
головний науковий консультант відділу комплексних проблем державотворення
Інститут законодавства Верховної Ради України,
пров. Несторівський, 4, 04053, Київ, Україна*

ОСНОВНА СУПЕРЕЧНІСТЬ ВІДНОСИН СПОЖИВЧОГО РИНКУ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПОДОЛАННЯ *

Розглянуто мотивації та інтереси суб'єктів споживчого ринку, що зумовлюють антагоністичну суперечність. Розкрито основні фактори зростання реальних загроз для населення, які виникають унаслідок виробництва і реалізації небезпечних для здоров'я і життя людини товарів, насамперед продуктової групи. На прикладі країн з розвинутою ринковою економікою показано особливості формування інституту довіри на засадах взаємодії інститутів консюмеризму і маркетингу. Охарактеризовано етапи та основні показники стану реалізації політики захисту інтересів суб'єктів споживчого ринку. Доведено небезпеку реалізації державою політики лібералізації підприємницької діяльності за умови згорання механізмів захисту прав споживачів та необхідність забезпечення незворотної економіко-правової відповідальності бізнесу за якість і безпеку товарів кінцевого споживання. Показано напрями подолання антагонізмів споживчого ринку шляхом запровадження ефективних механізмів посилення адекватної відповідальності бізнесу в разі злочинно-шахрайських порушень прав споживачів та невиконання умов безпеки товарів для здоров'я і життя людини.

Ключові слова: антагоністична суперечність споживчого ринку; інтереси споживачів; інтереси бізнесу; ризики і загрози споживачів; інститут довіри; маркетинг; консюмеризм; механізми подолання антагонізмів споживчого ринку; механізм забезпечення якості товарів кінцевого споживання.

Бібл. 23; рис. 2.

UDC 338.4:911.3

VIKTOR MANDYBURA,
*Professor, Doctor of Econ. Sci.,
Principal Researcher of the Department of Economic Theory
Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine,
26, Panas Myrnyi St., Kyiv, 01011, Ukraine,*

VLADYSLAVA KHYZHNYAK,
*Associate Professor, Cand. of Econ. Sci.,
Chief Scientific Consultant of the Department of Complex Problems of State-Building
Legislation Institute of the Verkhovna Rada of Ukraine,
4, Nestorovs'kyi Lane, Kyiv, 04053, Ukraine*

© Мандибуря Віктор Омелянович (Mandybura Viktor), 2018; e-mail: mandybura@ukr.net;

© Хижняк Владислава Олександрівна (Khyzhnyak Vladyslava), 2018; e-mail: vladislavahyzhnyak@gmail.com.

THE MAIN CONTRADICTION OF CONSUMER MARKET RELATIONS AND WAYS TO OVERCOME IT

Motivations and interests of the subjects of consumer market, which determine the antagonistic contradiction, are considered. The main factors of growth of real threats for the population, which arise as a result of production and sale of goods hazardous to human health and life (especially the food group), are revealed. Taking countries with developed market economy as an example, it is shown peculiarities of forming an institution of trust on the basis of interaction between institutions of consumerism and marketing. Stages and main indicators of implementation status of the policy of protecting the interests of consumer market subjects are characterized. It is proved: (i) danger of the state's implementation of the policy of liberalization of entrepreneurial activity provided that mechanisms of consumer rights protection are curtailed; and (ii) necessity to ensure irrevocable economic and legal responsibility of the business for quality and safety of end-use goods. Directions of solution of the antagonisms of consumer market are shown by introducing the effective mechanisms to strengthen adequate corporate responsibility in the case of criminal fraudulent violations of consumer rights and non-compliance with conditions of safety of goods for human health and life.

Keywords: antagonistic contradiction of consumer market; consumer interests; business interests; risks and threats of consumers; institution of trust; marketing; consumerism; mechanisms to overcome antagonisms of consumer market; mechanism for ensuring the quality of end-use goods.

References 23; Figures 2.

Завдання економічної науки полягає не тільки в адекватному відображенні в процесі пізнання внутрішньої сутності економічних суперечностей – у кінцевому рахунку мають бути розкриті найімовірніші шляхи оптимального узгодження існуючих економічних суперечностей на основі досягнення консенсусу інтересів сторін. Коли у суб'єктів – носіїв економічних відносин інтереси набувають полярно-антагоністичного характеру, завдання науки полягає в розробці пропозицій, заходів та конкретних механізмів для практичного розв'язання цього питання на засадах подолання конфронтаційної складової таких суперечностей.

Серед нагальних проблем сучасного соціально-економічного розвитку України питання безпечності для здоров'я населення товарів кінцевого споживання є найгострішими. Їх практичне розв'язання визначатиме не тільки підвищення якості життя на засадах впровадження високих європейських стандартів, а й безпосередньо впливатиме на якісні характеристики суспільного відтворення та забезпечення соціальної стабільності й національної безпеки.

Зазначене безпосередньо залежить від реалізації широкого спектра завдань. Стратегічною є проблема, пов'язана з тим, що соціально-економічна політика держави має бути реально спрямована на підрич підвалин формування антисоціальних інтересів та мотивацій, що провокують конфронтаційне загострення основної суперечності у відносинах суб'єктів споживчого рику. Йдеться про усунення будь-яких можливостей щодо виникнення та проявлення спонукальної мотивації бізнесу максимізувати прибутки шляхом соціально небезпечного порушення необхідних нормативів і стандартів безпеки, реалізованих на ринку життєвих благ (насамперед, харчових продуктів, напоїв і товарів для дітей), тобто всього того, що безпосередньо впливає на стан здоров'я, тривалість життя і репродуктивні

можливості людини. Усе це у кінцевому рахунку є одним з головних чинників, який призводить до масштабної депопуляції населення України, тому від держави вимагається проведення політики, спрямованої на запровадження і забезпечення ефективного функціонування багаторівневої та розгалуженої системи заходів і механізмів, яка гарантуватиме виконання нормативно визначених прав споживачів і посилюватиме економічну, правову та соціально-моральну відповідальність бізнесу за безпеку вироблених і запропонованих до ринкової реалізації товарів народного споживання.

У працях відомих зарубіжних (П. Друкера [1], Ф. Котлера, [2], Р. Хірста [3], Ж.-Ж. Ламбена [4], Г. Кросса [5], П. Стернса [6] та інших) і вітчизняних (О. Язвінської [7], С. Герасимової [8], Л. Галата [9], Т. Городецької [10], Т. Кагала [11], Т. Кисільової [12], Л. Іваненко і О. Дзери [13], А. Мазаракі, Л. Ніколаєвої, Н. Придульської [14], В. Селезньова [15], В. Марцина [16] та інших) економістів розглянуто різні аспекти дослідження сутності, ролі, завдань, особливостей і форм прояву захисту прав населення на безпечне споживання. Велику увагу науковців приділено загальній якісній оцінці консюмеризму як системного соціального явища та економічного механізму захисту прав споживачів; також вони здійснили ґрунтовні дослідження історії розвитку консюмеризму та його структурних складових у різних країнах світу в контексті розв'язання широкого спектра складних проблем захисту прав та інтересів споживачів в Україні та світі.

У цьому зв'язку привертає увагу стаття А. Мазаракі та В. Лагутіна [17], в якій розглянуто теоретичні аспекти забезпечення динамічної збалансованості та самодостатності внутрішнього ринку, доведено, що в Україні має місце суперечливе поєднання моделі національного відтворення, орієнтованої на споживання, з кризою, яка існує у сфері споживання. При цьому основна увага акцентується на розв'язанні суперечності між виробництвом і споживанням залежно від стану і динаміки внутрішнього ринку країни та з'ясуванні можливостей вітчизняного внутрішнього ринку обмежувати негативний вплив наявних дисбалансів між виробництвом і споживанням на процес національного відтворення. Дослідження здійснено з урахуванням можливостей оптимальної реалізації економічних інтересів усіх суб'єктів внутрішнього ринку.

Водночас продовжує залишатися невирішеним широке коло проблем. Насамперед, це стосується поглибленого наукового розуміння причин існуючої полярності мотивацій та інтересів суб'єктів споживчого ринку, які за певних обставин зумовлюють економічну суперечність їхньої взаємодії, що має антагоністичний характер.

Подальшого дослідження потребують головні чинники, які активізують генерування зростання реальних загроз для населення внаслідок виробництва і реалізації небезпечних для здоров'я і життя людини товарів, у першу чергу продуктової групи. Також на основі максимально повного використання світового досвіду та об'єктивної оцінки стану справ у вітчизняній практиці необхідно розробити та задіяти ефективні організаційно-економічні та економіко-правові заходи і механізми подолання конфронтаційно небезпечної суперечності інтересів суб'єктів споживчого ринку на засадах максимально повної реалізації інтересів населення і посилення соціальної, економічної та правової відповідальності бізнесу.

Отже, **мета статті** — обґрунтувати теоретико-методологічні та практично-прикладні засади подолання конфронтаційного характеру основної суперечності інте-

ресів суб'єктів споживчого ринку через реалізацію політики соціального захисту та посилення ефективності механізмів забезпечення задоволення прав споживачів, насамперед, на безпечні для здоров'я і життя товарні блага та послуги.

Підписавши Угоду про асоціацію між Україною та Європейським Союзом (ратифікована Верховною Радою України у вересні 2014 р.), наша держава взяла на себе зобов'язання забезпечити високий рівень захисту прав споживачів, а також досягти необхідної сумісності між системами захисту прав споживачів в Україні та ЄС. У першу чергу, це стосується реалізації соціально-економічної політики запровадження у вітчизняну практику високих стандартів відповідальності бізнесу у споживчій сфері, які сьогодні діють в ЄС.

Поряд з цією проблемою важливе завдання державної економічної політики полягає в забезпеченні створення максимально можливих сприятливих умов лібералізації бізнесової діяльності. Проте розставлені акценти і пріоритети сучасної економічної політики щодо спрощення умов підприємницької діяльності не завжди реалізуються з дотриманням належної безпеки споживання для населення. Сьогодні це проявляється в тому, що заходи щодо спрощення умов підприємницької діяльності проводяться без урахування збільшення реальних загроз у сфері кінцевого споживання, насамперед, злочинних дій з боку підприємців у процесі виробництва та продажу небезпечних для здоров'я населення товарів, у першу чергу продуктової групи.

В умовах ринкових відносин високі споживчі властивості є основою конкурентоспроможності продукції та послуг на внутрішньому і зовнішніх ринках, а гарантоване забезпечення споживання якісних товарів (життєвих благ) піднімає планку стандартів якості життя людей, забезпечує задоволення їх різноманітних потреб, на базі яких відбуваються всебічний та гармонійний розвиток особистості та розширене відтворення людського капіталу. Саме тому Конституція України (ст. 50) гарантує захист прав споживачів, зокрема, право громадян на безпечне для життя і здоров'я довкілля та вільний доступ до інформації про його стан, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її розповсюдження.

Причини конфронтаційного загострення основної суперечності споживчого ринку. Основна суперечність відносин споживчого ринку виникає не тільки через незбіг інтересів, а взагалі є наслідком абсолютної протилежності інтересів його головних суб'єктів: бізнесменів-виробників (реалізаторів), з одного боку, і населення, кінцевих споживачів життєвих благ – з іншого. Отже, зміст суперечності полягає в абсолютній відмінності спонукальних мотивацій суб'єктів капіталістичного ринку, оскільки виробники і реалізатори прагнуть до максимізації особистих прибутків, а населення – до задоволення своїх потреб шляхом споживання безпечних для здоров'я і життя товарів та послуг.

Головна і вкрай небезпечна особливість процесу реалізації життєвих благ полягає в тому, що в разі абсолютного порушення паритетності та еквівалентності відносин між суб'єктами ринкових відносин, які можуть неминуче виникнути внаслідок безвідповідального, безконтрольного і безкарного домінування приватних інтересів з підприємницько-бізнесового боку, зазначена суперечність може настільки загостритися, що перетвориться на антагоністичну.

Пояснення цьому феномену, який коріниться у глибинному та не обмеженому високими моральними принципами прагненні капіталу до максимізації прибутків, навів британський журналіст Т.Дж. Даннінг у статті "Тред-юніони і стач-

ки”, яка була опублікована у Лондоні ще у 1860 р. Він уже на ранньому етапі розвитку капіталістичного способу виробництва стверджував: “Капітал боїться відсутності прибутку,.. якщо є достатній прибуток, капітал стає сміливим.., при 50 процентах ... готовий зламати собі голову, при 100 процентах він порушує всі людські закони, при 300 процентах немає такого злочину, на який він не ризикнув би, хоч і під страхом шибениці” [18, р. 35–36].

Історичний досвід розвитку країн, що мають цивілізовану ринкову економіку, однозначно показує, що за умови бездіяльності держави та слабкості інститутів громадянського суспільства бізнес у гонитві за надприбутками постійно порушує етику ринкових відносин, насамперед, виробляючи і пропонуючи неякісні та шкідливі для здоров’я споживчі товари. Така ситуація була навіть у країнах з розвинутою ринковою економікою ще на початку II половини XX ст.

Багатий матеріал, що характеризує стан справ у сфері якості та безпеки товарів широкого вжитку, міститься у художніх творах, де розкриваються вражаючі факти шахрайства і свавілля, які чинили монополістичні корпорації стосовно безпеки товарів кінцевого споживання. Так, у романі відомого німецького письменника Г. Вейзенборна “Побудовано на піску” в художній формі розкривається кричущий факт свідомого нанесення шкоди здоров’ю споживачів, який мав місце у 1950-ті роки у ФРН, – використання харчовим концерном забороненої технології відбілювання борошна хлором [19, р. 6–7].

Адвокат Р. Найдер у 1969 р. видав у США книгу “Небезпечний на будь-якій швидкості”, де аргументовано довів, що автомобіль марки Chevrolet Corvette фірми General Motors становить серйозну загрозу життю водіїв, а також навів численні свідчення споживачів про злочинну безвідповідальність компанії у питаннях здоров’я і життя тих, хто користувався цією технічно небезпечною продукцією [20].

Наведені приклади свідчать, що своє прагнення отримати більш високі прибутки підприємці не завжди реалізують на легітимній основі і досить часто можуть діяти всупереч і навіть на шкоду інтересам і потребам споживачів. Саме тому ринково-виробнича та ринково-посередницька діяльність вимагає від держави і громадянського суспільства створення постійно працюючих та ефективних систем обліку і контролю, а також проведення соціально-економічної політики, спрямованої на формування і налагодження функціонування відповідних механізмів підтримки жорсткого зворотного економічного та правового зв’язку між суб’єктами ринкових відносин (тобто таких механізмів, які б допомагали великій кількості споживачів відчутно впливати на мотиваційну поведінку підприємців-виробників щодо забезпечення належної якості реалізованих товарів та послуг).

Світовий досвід подолання конфронтаційного характеру основної суперечності споживчого ринку. Він показує, що гонитва капіталу за надприбутками, отриманими будь-якою ціною, аж до прямих злочинно-шахрайських дій, вкрай загострювала соціально-економічні антагонізми, які “вибухали” суспільними збуреннями. Ситуація почала змінюватися на краще у країнах з розвинутою ринковою економікою лише у II половині XX ст.

Одним з важливих каталізаторів посилення системи захисту інтересів і прав споживачів в умовах капіталістичного ринку стали активна позиція представників громадянського суспільства, організованих об’єднань споживачів і конструктивна спрямованість державної політики на оптимальне узгодження інтересів усіх

суб'єктів споживчого ринку на засадах досягнення соціально-економічного консенсусу та адекватного економіко-правового подолання ненажерливих інтересів бізнесу.

У США, країнах Євросоюзу, Японії та інших країнах з розвинутою ринковою економікою почали запроваджувати концепцію “абсолютної відповідальності виробника” за якість та безпеку продукції, що випускається. Саме цей економіко-правовий підхід і став тією важливою ознакою цивілізованості країн, які мають сьогодні ефективні механізми захисту прав споживачів на засадах застосування до підприємців-порушників адекватних санкцій.

У рамках Європейського економічного співтовариства у 1973 р. було створено спеціальну службу, метою якої були захист прав та інтересів споживачів і охорона навколишнього середовища. У квітні 1975 р. нею було розроблено та ухвалено спеціальну програму, що гарантувала споживачам на ринку товарів та послуг реалізацію п'яти (а у подальшому і восьми) основних прав, а саме:

- 1) право на охорону здоров'я і безпеку споживання;
- 2) право на охорону економічних інтересів;
- 3) право клієнта на матеріальну і моральну компенсацію за завдані збитки (як прями, так і опосередковані) внаслідок використання ним неякісних товарів (або споживання неякісних послуг);
- 4) право на максимально повну та правдиву інформацію щодо реальної споживчої якості товарів (послуг) та відповідну і необхідну для клієнта у зазначеному випадку освіту;

5) право бути вислуханим, яке означає, з одного боку, що інтереси споживачів будуть враховані при формуванні державної економічної політики (у тому числі інвестиційної, кредитно-фінансової, податкової тощо) у напрямках, що сприяють наповненню споживчого ринку, а з іншого – що всі претензії споживачів стосовно реальної якості товарів та послуг будуть професійно, справедливо і оперативно розглянуті адміністративними судами з незворотною процедурою притягнення винних до тих чи інших форм відповідальності у разі порушення ними прав клієнтів та покупців.

У подальшому до наведених прав (Consumers International) були додані:

- 6) право на задоволення базових потреб;
- 7) право на вибір;
- 8) право на здорове навколишнє середовище.

Сучасні стандарти ЄС спрямовані на встановлення високого рівня захисту прав споживачів для забезпечення вільного руху товарів на внутрішньому ринку ЄС. Оскільки різний рівень захисту в країнах – членах ЄС створює бар'єри для вільного руху товарів, в Європейському Союзі було розроблено єдиний для всіх його держав-членів мінімальний комплекс правил споживчого законодавства з метою створення кращих умов функціонування внутрішнього ринку ЄС. Зазначене також є однією з важливих сфер секторальної співпраці ЄС та України, що передбачено Угодою про асоціацію*.

Особливості формування інститутів довіри і недовіри у сфері кінцевого споживання в системі подолання антагоністичної суперечності відносин споживчого ринку

* Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони від 30.11.2015 р. № 984_011. – Розділ V. – Глава 20. Економічне та галузеве співробітництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/984_011.

ку. Розглядаючи інститут довіри як якісно складне і системне явище соціально-економічного життя суспільства, можна стверджувати, що його функціонування у сфері забезпечення необхідної якості товарів і послуг, які задовольняють кінцеві потреби населення, з одного боку, є невід'ємною складовою процесу суспільного відтворення, а з іншого — найбільш пріоритетним і відповідальним напрямом діяльності бізнесу і держави. Адже будь-яке прагнення підприємців максимізувати особистий прибуток шляхом порушення необхідних стандартів якості та безпеки реалізованих на ринку життєвих благ, насамперед харчових продуктів, безпосередньо впливає на здоров'я і репродуктивні можливості людини.

Інститут довіри споживачів не може існувати без його антиподу — інституту недовіри. Саме реальний розвиток інституту довіри у цій площині полягає в діалектичній єдності і боротьбі з недовірою, що або актуалізує основи довіри, або загострюється до рівня антагоністичної суперечності. Поряд з тим, обмеження споживчого вибору внаслідок або монополістичного свавілля, або недостатньої інформації щодо реальних споживчих властивостей товарів та послуг, або кон'юнктурної невідповідності пропозиції рівню ринкового попиту, що проявляється в дефіциті життєвих благ необхідної якості, діють як своєрідний примус до споживання. Отже, за певних умов формується соціально-економічний інститут, сутність якого можна тлумачити як системну сукупність норм і умов специфічного економічно насильницького “зовнішнього примусу до довіри” суб'єктів кінцевого споживання.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що у сфері кінцевого споживання життєвих благ інститут довіри населення має щонайменше *три основні специфічні особливості*, які докорінно відрізняють його дію від дії аналогічного інституту у сфері господарської та комерційної діяльності, а також у сфері відносин, пов'язаних із захистом прав фізичних осіб при розміщенні організованих грошових заощаджень у банківських і небанківських установах та операцій щодо надання їм широкого спектра страхових послуг. Отже, *справа полягає в абсолютній неадекватності ризиків, які мають суб'єкти: на боці пропозиції (виробники, бізнесмени) і на боці попиту (кінцеві споживачі, фізичні особи, населення).*

Перша особливість полягає в тому, що якщо у сфері господарсько-комерційних відносин розвиток інституту довіри перебуває в діалектичній єдності й боротьбі з недовірою, що актуалізує основи довіри на базі мінімізації економічних ризиків, то довіра й недовіра кінцевого споживача щодо якості товарів і послуг пов'язані з абсолютно іншим рівнем ризику — ризиком втрати найдорожчої цінності людини — здоров'я і самого життя.

Друга особливість проявляється в тому, що у сфері господарсько-комерційних відносин при посиленні недовіри, а також у разі нарощування ступеня ризику і невизначеності суб'єкт підприємницької діяльності може їх уникнути шляхом конкретних обмежень своєї ділової активності (аж до її тимчасового припинення на певний, скажімо, кризовий період), у сфері ж кінцевого споживання існує постійний фізіологічний примус до споживання, незалежно від того, чи вірить людина, що продукти та інші товари кінцевого споживання корисні для неї за якістю або шкідливі, тобто спостерігається фізіологічний “примус до довіри”.

Третя особливість пов'язана з тим, що має місце істотне обмеження споживчого вибору кінцевого споживача внаслідок: а) монополістичного свавілля товаровиробника або продавця; б) нестачі достовірної інформації щодо реальних споживчих властивостей товарів та послуг; в) кон'юнктурної невідповідності пропо-

зиції рівню ринкового попиту (який проявляється в дефіциті життєвих благ необхідної кількості та якості).

У розв'язанні питання формування інституту довіри в системі забезпечення якості споживання та захисту прав споживачів повинно йтися, насамперед, про використання досвіду щодо налагодження ефективної внутрішньої системної дії та механізмів інституту консюмеризму, які спрямовані на зняття суперечностей та подолання конфліктів, що виникають у відносинах між виробниками, посередниками і кінцевими споживачами, особливо між продавцями і покупцями.

На перший погляд, досить парадоксальним є той факт, що в країнах з розвинутою ринковою економікою розбудова інституту консюмеризму (як системного інституту недовіри), підвищення його економічної ваги та посилення впливу як суспільної сили відбувалися на фоні бурхливого розвитку маркетингу, який фактично був оголошений діловими колами Заходу найвищою формою реалізації турботи виробників щодо задоволення потреб та інтересів споживачів і єдиною системою, спроможною реально створити інститут довіри у цій площині.

Ретроспективний аналіз свідчить, що, незважаючи на розвиток маркетингу, націленого на формування інституту довіри, консюмеристський рух споживачів бурхливо зростав і був спрямований на захист власних інтересів. Отже, становлення систем і механізмів консюмеризму стало проявом природного протесту громадян країн з розвинутими ринковими відносинами проти випадків їх дискримінації з боку виробників і торгових посередників, які нав'язували їм неякісні та небезпечні товари. Саме тому консюмеризм як соціально-економічне явище не тільки віддзеркалював і персоніфікував об'єктивні суперечності, які неминуче виникали у системі ринково-виробничих відносин (насамперед, між виробництвом і споживанням), але й став першою системною основою подолання головної суперечності відносин споживчого ринку. Це завдання консюмеризм реалізував шляхом бінарної взаємодії організацій громадянського суспільства з державою на засадах застосування адекватних до існуючих загроз методів і механізмів нормативно-правової регламентації, контролю та застосування відповідних санкцій.

Консюмеризм можна розглядати як специфічний інститут недовіри, який діалектично зумовлений потребами впровадження адекватних захисних заходів, що застосовують широкі верстви населення в разі використання бізнесменами небезпечних для споживачів методів виробництва і реалізації товарів та послуг.

Світовий досвід доводить, що важливим елементом зрілого громадянського суспільства є формування добровільних організацій споживачів, які захищають їх особисті права. Добровільні консюмеристські організації споживачів у США є досить численними і діють не тільки в масштабах міста, району або штату, але й на національному рівні (наприклад, "Національна ліга споживачів", "Спілка споживачів США", "Федерація споживачів Америки"). У Франції діє "Національна федерація об'єднань споживачів", "Британська асоціація споживачів", яка виникла у 1957 р. і є однією з найчисленніших організацій у Європі.

До найважливіших напрямів діяльності цих організацій належать:

- боротьба за правдиву рекламу, за забезпечення споживачам твердих гарантій на придбані товари, а також вдосконалення системи гарантійного та сервісного обслуговування;
- покращення роботи інформаційних служб і установ, які контролюють якість споживчих товарів;

- перевірка якості товарів широкого попиту;
- боротьба за встановлення виваженого рівня цін, які реально відображають раціональні витрати на виробництво товарів та послуг;
- забезпечення членів спілки різного роду корисною для споживачів інформацією;
- боротьба за розширення і вдосконалення чинного законодавства, яке забезпечує захист прав споживачів;
- розробка програм подальшого розвитку руху споживачів;
- залучення до організацій дедалі більшого кола споживачів, які прагнуть сприяти захисту власних прав тощо.

Країни з розвинутою ринковою економікою створили у II половині XX ст. ряд державних організацій, які були покликані втілювати в життя політику підвищення рівня охорони прав споживачів з використанням для цього не тільки економічних, а й організаційно-розпорядних, соціально-психологічних та економіко-правових підходів і методів впливу держави на несумлінних та нечесних підприємців. Серед таких урядових організацій: “Управління справедливої торгівлі” і “Департамент цін і захисту прав споживачів” у Великобританії, “Державний секретаріат по відносинах споживачів” у Франції, “Федеральна комісія з торгівлі”, “Комісія з безпеки споживчих товарів”, “Управління у справах споживачів” у США. Спеціальні департаменти, які захищали права споживачів, існували та сьогодні діють також у ФРН, Бельгії, Данії, Італії та інших країнах світу з цивілізованою ринковою економікою.

Як правило, урядові структури покликані, насамперед, розробляти нові закони, що мають забезпечувати підвищення надійності захисту прав та інтересів споживачів, процедурно та організаційно втілювати їх у життя, контролювати продаж заздалегідь визначених видів товарів, надавати споживачам відповідну інформаційну літературу. Держава також здійснює необхідний патронат і координує діяльність організацій і спілок споживачів, сприяє у створенні їх матеріально-технічної бази, забезпечує належні умови для їх безпечного функціонування тощо.

У 1960 р. в Гаазі відбулася перша Міжнародна конференція організацій споживачів, на якій було утворено Міжнародну організацію споживчих спілок (МОСС), що виконує функції консультативного органу при економічній та соціальній раді ООН і ЮНЕСКО. Поряд з проведенням міжнародних нарад стосовно обміну досвідом з вирішення різних питань щодо захисту інтересів споживачів у сучасних умовах МОСС координує діяльність національних організацій споживачів, а також: 1) сприяє проведенню порівняльних іспитів товарів; 2) надає фінансову допомогу добровільним організаціям; 3) інформує своїх членів шляхом розповсюдження спеціального видання, яке висвітлює різні аспекти діяльності організації, та інші питання щодо охорони прав споживачів.

Статут МОСС зобов’язує його членів діяти виключно в інтересах споживачів, не користуватися субсидіями, які надані суб’єктами торгівлі й виробництва, не друкувати на сторінках своїх періодичних видань рекламних оголошень тощо. Організаціям – членам МОСС не забороняється контактувати з представниками різних політичних партій з метою проведення спільних акцій для вирішення питань щодо поліпшення становища споживачів.

Таким чином, можна констатувати, що консюмеризм у країнах з цивілізованим капіталізмом перетворився на реальну соціальну (і навіть політичну) силу, а його організаційні структури та механізми стали спроможними реально оздоров-

лювати всі структури та системи маркетингу, впливаючи на підвищення якості споживання населенням життєвих благ, і долати антагоністичний характер основної суперечності відносин споживчого ринку.

Вдосконалення державної політики та посилення дії механізму соціально-економічного захисту на шляху подолання основної суперечності відносин споживчого ринку. В умовах сучасних динамічних змін, що відбуваються на глобальному рівні, надзвичайної актуальності набуває здатність держави забезпечити реальну дієвість своєї економічної, соціально-економічної та соціальної політики. Результатом державної політики повинно бути максимально повне досягнення поставлених як стратегічних, так і тактичних цілей. Однак поняття дієвості політики не може обмежуватися тільки здатністю до реалізації прийнятих рішень шляхом виконання апаратом державної влади конкретних поточних завдань. На думку Я. Жаліла, “передумови дієвості державної політики... повинні забезпечувати здатність держави ...виконувати завдання, пов’язані із впливом на соціально-економічні процеси, дотримуватися певних пріоритетів, а також нейтралізувати можливі ризики із застосуванням важелів, властивих ринковій економіці” [21, с. 5].

Діалектика життя свідчить, що потрібна оптимальна реалізація двох складових економічної та соціально-економічної політики: *з одного боку*, слід проводити лібералізацію умов функціонування бізнесу в напрямі спрощення вимог щодо здійснення підприємницької діяльності, а *з іншого* — треба постійно вдосконалювати заходи та механізми щодо посилення відповідальності бізнесу у сфері забезпечення умов безпеки кінцевого споживання для населення.

Функціональне призначення соціально-економічної політики полягає в політичній координації та регулюванні державою широкого спектра соціально-економічних відносин та процесів на засадах і в інтересах або всього населення країни, або владно-панівних у державі суспільних груп і класів. *За своєю суттю соціально-економічна політика держави являє собою сукупність науково сформульованих ідей, положень і концептуальних підходів (як довгострокового, стратегічного, так і короткострокового, тактичного характеру), які поєднуються із системою конкретних заходів та механізмів, за допомогою яких практично здійснюється компетентне регулювання соціально-економічних процесів з урахуванням впливу механізмів ринково-стихійного саморегулювання.*

Державна політика соціально-економічного захисту прав споживачів є важливою складовою соціально-економічної політики, і її реалізація здійснюється шляхом функціонування (з різним рівнем ефективності) механізму соціально-економічного захисту прав споживачів. За своєю суттю він являє собою складну систему взаємозв’язаних економічних, соціальних, правових, організаційних, організаційно-економічних, організаційно-соціальних, соціально-правових, морально-етичних заходів, дій, підойм, інструментів, економічних і правових санкцій, стимулів і суспільних мотивацій, за допомогою яких держава долає конфронтаційний характер основної суперечності відносин споживчого ринку. Це завдання здійснюється на різних інституційних рівнях (підприємства, фірми, громадянського суспільства), забезпечуючи реалізацію законодавчо визначених прав суб’єктів кінцевого споживання на якісне і безпечне задоволення потреб життєдіяльності, необхідних не тільки для простого, а й для розширеного відтворення людини як на індивідуально-сімейному, так і на суспільному рівнях.

Механізм соціально-економічного захисту прав споживачів є багатофункціональним, системно структурованим і включає ряд складових (рис. 1).

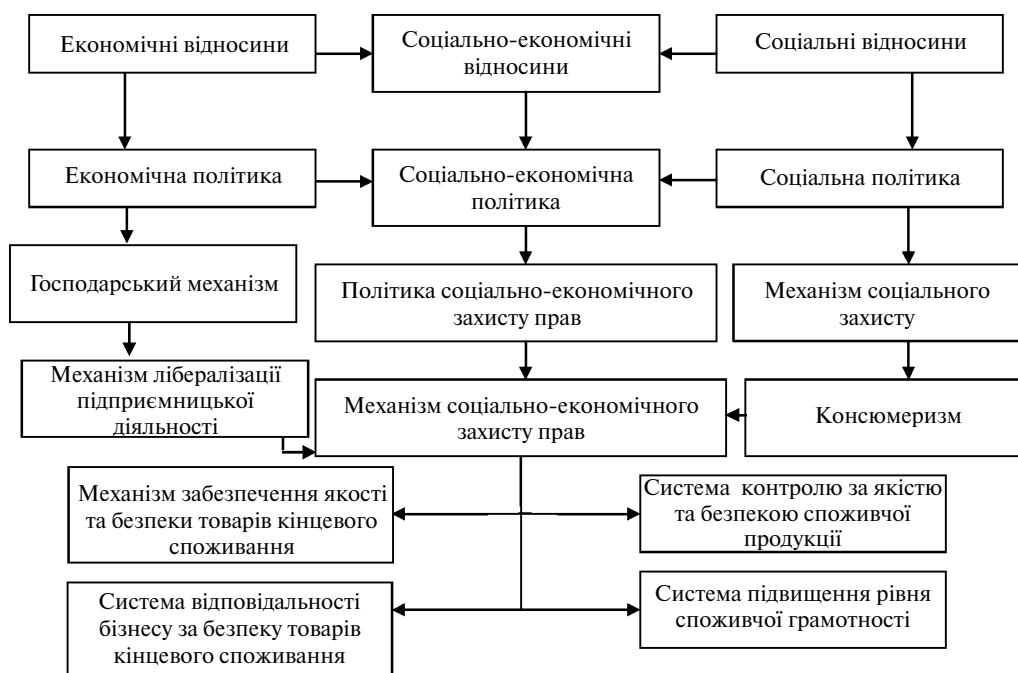


Рис 1. Схема системного взаємозв'язку і взаємодії соціально-економічної політики, механізму соціально-економічного захисту та його складових

Складено авторами.

Механізм забезпечення якості та безпеки товарів кінцевого споживання є внутрішньосистемною складовою загального механізму соціально-економічного захисту прав споживачів. Цей внутрішньосистемний механізм є також багатофункціональною (з різним рівнем ефективності) системою дій, інструментів і санкцій, за допомогою яких формуються мотиваційні передумови та здійснюється прямий стимулюючий вплив на виробників та ринкових посередників шляхом: застосування відповідних нормативів і стандартів якості продукції, процедурних заходів щодо її сертифікації, нагляду і контролю за процесом виробництва, дотримання вимог ліцензування підприємницької діяльності, а також відповідних умов ринкового доведення цієї продукції до кінцевих споживачів.

Механізм забезпечення якості та безпеки товарів кінцевого споживання на індивідуальному і суспільному рівнях має сприяти реалізації гарантованого права людини споживати якісні блага і послуги, які вона отримує в процесі ринкового обміну (у фірм-виробників, спеціалізованих продавців та у приватних осіб, які мають право на виробництво товарів масового попиту і торгівлю ними). Механізм діє на засадах бінарного поєднання двох організаційних складових – держави і громадянського суспільства, що потенціально дозволяє подолати основну суперечність відносин споживчого ринку.

Важливу роль у подоланні антагоністичного характеру суперечності відіграють і такі системні складові: 1) система контролю за якістю та безпекою споживчої продукції; 2) система відповідальності бізнесу за безпеку товарів кінцевого споживання; 3) система підвищення рівня споживчої грамотності населення. Зміст цих складових потребує окремого розгляду.

Основні етапи кардинальної зміни державної політики захисту прав споживачів в Україні. Можна виділити три основні періоди, які характеризують пріоритети державної політики і, відповідно, реальний стан забезпечення захисту прав споживачів в Україні.

1. **1991–2001 рр.** Цей період можна вважати досить суперечливим. З одного боку, саме тоді держава сприяла прискореному формуванню в законодавчому полі країни розгалуженої нормативно-правової бази щодо забезпечення захисту прав споживачів на ринку товарів і послуг. Сьогодні система включає 8 законів і 13 підзаконних актів [22, с. 89–90]. Саме тому на перший погляд може здатися, що дана правова система повинна діяти досить надійно та ефективно захищати інтереси кінцевих споживачів. З іншого боку, у цей період відбувалось істотне організаційне послаблення контролю за неякісними і небезпечними товарами. Ця ситуація склалася, насамперед, унаслідок безсистемного демонтажу старої та недостатнього налагодження функціонування нової системи контролю з урахуванням загроз масштабної корупції.

В Україні тоді була досить розгалужена і дійова державна система контролю за неякісними товарами. До неї, насамперед, входила потужна служба санітарно-епідеміологічного контролю МОЗ, органи сертифікації продукції Держстандарту та інших, не ліквідованих міністерств і відомств, а також органи контролю Держспоживзахисту. Зокрема, у системі Державної сертифікації України було акредитовано 138 органів, 17 міністерств і відомств, функціонувало близько 680 іспитових лабораторій з 32 видів продукції.

Проте саме протягом першого етапу сформувалися найбільші загрози для споживачів через скорочення контрольно-наглядової і, зокрема, лабораторно-дослідної бази. Вони залишаються актуальними і сьогодні. Так, небезпечним для вітчизняних споживачів стало виготовлення хлібобулочних виробів з використанням різних харчових синтетичних добавок, які не мають дозволу МОЗ України, наприклад, було зафіксовано випадки виявлення у хлібі метафосу, а в сировині — продуктів розпаду метафосу, що належить до високотоксичних речовин.

Розпочата в цей період кампанія щодо “дерегуляції” економіки спричинила становище, коли чинне законодавство не забороняло суб’єктам підприємницької діяльності, які пройшли процедуру державної реєстрації, починати виробництво продукції, не маючи на те відповідної технічної та технологічної кваліфікації, необхідних нормативних документів тощо, що призвело до зростання масових порушень прав споживачів, зокрема права на здоров’я. Особливо небезпечною стала ситуація, яка виникла внаслідок послаблення уваги до питань сприяння належній якості й безпеці продукції дитячого харчування. Так, масовим порушенням стали відсутність доступної, достовірної та необхідної інформації про товар, а також реалізація продуктів дитячого харчування без сертифікатів відповідності та із закінченим строком придатності. Контроль за якістю партії продукції дитячого харчування, яка надходила до України за контрактами з іноземними партнерами, здебільшого, здійснювався не в повному обсягу. Як правило, не вказувалася дата виготовлення, згідно з маркуванням виробника, а проставлялися тільки місяць і рік виготовлення, що позбавляло можливості ідентифікувати конкретну партію продукції з документом, який підтверджував її належну якість.

Саме в цей період при виробництві харчової продукції підприємці стали масово використовувати синтетичні добавки, які є небезпечними для здоров’я:

- фарбники (застосовуються для забезпечення привабливого кольору харчового продукту); небезпечні: E110, E123, E127, E129, E150, E151, E173–175;
- консерванти (забезпечують подовження строку придатності харчового продукту до вживання); небезпечні: E210, E212, E216–219, E227, E228;
- антиокислювачі (уповільнюють окислення, запобігають псуванню продуктів, за дією схожі з консервантами); небезпечні: E330, E339–341;
- стабілізатори (забезпечують зберігання заданої консистенції продукції); небезпечні: E400–403, E450–452;
- емульгатори (підтримують певну структуру харчового продукту, за дію схожі із стабілізаторами); небезпечні: E521–523, E541–556, E559, E574–579;
- посилювачі смаку і аромату; небезпечні: E620–625.

2. **2001–2011 рр.** Цей період може бути визнаний як найбільш плідотворний у плані посилення захисту прав споживачів, насамперед, шляхом підвищення вимог до якості та безпеки товарів харчової групи. Саме тоді відповідними органами захисту прав споживачів було значно посилено перевірочний контроль виробників і ринкових посередників за якістю продукції (рис. 2).

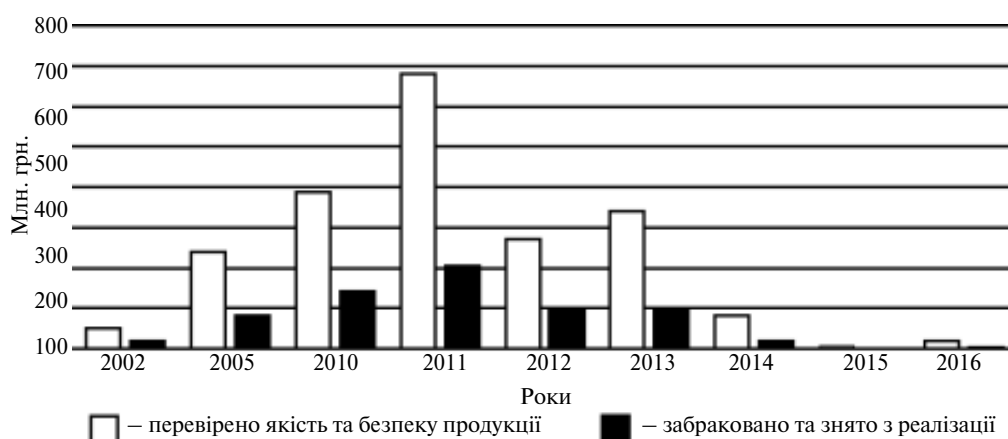


Рис. 2. Динаміка обсягів перевіреної та забракованої продукції

Побудовано авторами за: Звіти про роботу Держпродспоживслужби [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.consumer.gov.ua/ContentPages/Zviti_Pro_Robotu_Derzhprodspozhivsluzhbi/170.

У роботі державних служб захисту прав споживачів на ринку товарів і послуг кінцевого споживання можна назвати і ряд позитивних моментів, які полягали в перегляді чинних в Україні міждержавних стандартів, ухвалених до 1992 р., а також розробці та активній реалізації нових (що впливало з Програми приведення їх у відповідність з Угодою про технічні бар'єри в торгівлі СОТ та їх гармонізації з європейською моделлю стандартизації).

Основними напрямками виконання зазначеної Програми були: 1) перевірка міждержавних стандартів на відповідність законодавству, інтересам держави, потребам споживачів, рівню розвитку науки й техніки, вимогам міжнародних і регіональних стандартів, положенням Угоди про технічні бар'єри в торгівлі; 2) перегляд міждержавних стандартів з внесенням у них змін, заміна їх на відповідні міжнародні або національні стандарти; 3) скасування міждержавних стандартів, які втратили актуальність, не використовуються і не відповідають вимогам чинного законодавства.

Проміжним показником виконання Програми цього періоду є те, що вже станом на 29 грудня 2007 р. в Україні чинними були 4565 національних стандартів, які були гармонізовані з міжнародними та європейськими.

3. 2012 р. і дотепер. Це період істотного послаблення захисту прав споживачів. Реальна практика свідчить, що після посилення дійового перевірконого контролю за якістю товарів для виконання політичної настанови щодо запобігання корупції та реалізації вимоги “максимальної лібералізації бізнесової діяльності” за останні роки різко знизилася кількість перевірок державними службами захисту прав споживачів і, відповідно, скоротилося виявлення випадків злочинного порушення прав споживачів.

Проте сьогодні вітчизняна корупція продовжує “бити всі світові рекорди” [23], а злочинність у сфері порушення прав споживачів та її негативні наслідки для населення постійно зростають. Навіть на офіційному рівні ця ситуація вважається вкрай незадовільною. Так, у Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів на період до 2020 року відверто визнається: “Споживачі в Україні не захищені державою і законом внаслідок декларативного характеру проголошених прав та відсутності механізмів їх реалізації та відновлення. Відсутність цілісної системи державного нагляду (контролю) призводить до виникнення конкурентних переваг для недобросовісного бізнесу. Отже, внутрішній споживчий ринок більш ризикований та небезпечний для споживачів, порушення прав яких набули масового характеру. Більшість суб’єктів господарювання (виробників) втрачають свою конкурентоспроможність як усередині країни, так і на світовому ринку. Поширення на внутрішньому ринку небезпечної продукції та продукції неналежної якості стає все більш загрозливим для здоров’я і життя населення” *.

Саме тому одними з найважливіших завдань Концепції є: “гармонізація системи захисту прав споживачів в Україні з принципами, підходами та практиками ЄС; забезпечення конституційних гарантій безпеки та якості споживання; підвищення ефективності системи захисту споживачів від небезпечної продукції, що може заподіяти шкоду життю, здоров’ю, майну споживачів, навколишньому природному середовищу, в тому числі шляхом підвищення ефективності державного ринкового нагляду тощо” **.

Усунення неадекватної економічної відповідальності бізнесу за порушення прав споживачів на шляху подолання основної суперечності. Важливим напрямом ліквідації антагоністичних проявів основної суперечності споживчого ринку є вдосконалення системи адекватної відповідальності бізнесу за безпеку товарів кінцевого споживання. Зокрема, це стосується оцінки реальної спроможності існуючої нормативно-економічної бази забезпечити адекватну відповідальність бізнесу в разі шахрайсько-фальсифікаторського порушення регламентованих нормативів і стандартів якості та безпеки реалізованих на ринку життєвих благ, наслідки яких безпосередньо впливають на стан здоров’я і тривалість життя людини.

Основні економічні санкції за конкретні випадки порушення прав споживачів в нормує ст. 23 Закону України “Про захист прав споживачів” ***.

* Про схвалення Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів на період до 2020 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 29.03.2017 р. № 217-р [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/217-2017-%D1%80>.

** Там же.

*** Про захист прав споживачів : Закон України від 10.06.2017 р. № 1023-12 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : zakon.rada.gov.ua/go/1023-12.

До давніх способів обману покупців та замовників належать: обмірювання, обважування, обрахування, а сучасною негативною практикою напрацьовано ще більш широкий спектр інших, “новітніх” способів обману споживачів. Зокрема, йдеться про всі ті шахрайські способи фальсифікації задекларованої споживчої якості, які використовуються при реалізації неякісних та небезпечних для життя і здоров’я споживачів товарів, насамперед, продуктової групи, а також напоїв, у тому числі спиртних. Це підтверджує структурний аналіз листів-звернень громадян до Держспоживстандарту України, який показав, що “42% споживачів скаржаться на неякісні або фальсифіковані товари, в першу чергу, продукти харчування – м’ясо-молочні, хлібобулочні, кондитерські вироби, питну воду, а також алкогольні і тютюнові вироби” *.

Важливо наголосити, що *суб’єктивний бік злочинів*, пов’язаних з порушенням права населення на споживання безпечної для здоров’я і життя продукції, характеризується саме умисною формою спонукальних мотивів, якими керується суб’єкт бізнесу, що здійснює злочинні дії, якими визначається його вина. І це тоді, коли внаслідок лобістських зусиль з Кримінального кодексу України було вилучено ст. 225, за якою передбачалася посилена відповідальність за рецидивні діяння (тобто вчинені особою, що була раніше судимою за обман покупців чи замовників), що каралося *штрафом від ста до п’ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням волі на строк до трьох років, з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років*. У порядку довідки необхідно зазначити, що у США грошовим еквівалентом строку обмеження волі на три роки є сума стягнень від 10 тис. до 50 тис. дол. Якщо порівняти, то в Україні зазначеному строку ув’язнення відповідає абсолютно мізерна, неадекватна гривнева сума, що на сьогодні є еквівалентною 325 дол. та за обмінним курсом становить 500 визначених вітчизняним законодавством неоподатковуваних мінімумів доходів громадян!

Отже, можна дійти висновку, що економічна відповідальність бізнесу за порушення прав споживачів, що визначена кількістю “неоподатковуваних мінімумів доходів громадян”, є не тільки не адекватною завданням збиткам, а й взагалі неприйнятною.

Неоподатковуваний мінімум доходів громадян, будучи законодавчо затвердженим на рівні 17 грн. у 1995 р., до цього часу не переглядався. І це незважаючи на те, що за період з 1 жовтня 1995 р. по 1 грудня 2017 р. індекс інфляції цін споживчого ринку, а також курсове співвідношення гривни і долара зросли більш як на порядок. Наприклад, якщо на момент затвердження неоподатковуваного мінімуму як базової величини співвідношення гривні і долара становило 1,7:1,0, то сьогодні воно перевищує 26:1. Це показує, що за 22-річний період інфляційне падіння купівельної спроможності гривні сягає 15,3 раза, а сам неоподатковуваний мінімум реально знизився з еквівалентного рівня у 10 дол. до мізерного еквіваленту, що сьогодні не перевищує 65 центів.

Наведене свідчить про те, що всі законодавчо закріплені економічні санкції за прояви злочинних порушень прав споживачів, які розраховуються у нормативно визначеній кількості “неоподатковуваних мінімумів доходів громадян”, нині є абсолютно мізерними з економічної точки зору адекватності діючих санкцій, а тому неприйнятними.

* Про захист прав споживачів в Україні / Радіо Свобода [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.radiosvoboda.org/a/1984258.html.

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок насамперед про неприпустимість подальшого використання неоподаткованого мінімуму доходів громадян як нормативно-базової величини при визначенні обсягів економічних санкцій за злочинне порушення прав споживачів, оскільки сьогодні їх сукупні величини вартості є мізерними.

Наша пропозиція щодо посилення адекватної економічної відповідальності бізнесу полягає в необхідності максимально швидкого впровадження у вітчизняну практику *нової універсальної нормативно-базової величини, яка би була величиною фіксованого масштабу вартості, що визначається на засадах використання показників дохідної бази консолідованого державного бюджету. Вона має бути фіксована в гривневому вимірі і діяти протягом поточного бюджетного року.*

Нормативно-базова величина повинна формуватися на засадах реалізації трьох основних принципів:

1) забезпечення інфляційної нейтральності масштабної величини вартості показника шляхом застосування об'єктивно якісної, науково обгрунтованої методики її визначення;

2) забезпечення соціальної справедливості, що полягає в забороні подальшого використання як нормативно-базової величини існуючих соціально-економічних нормативів, таких, насамперед, як мінімальна заробітна плата, межа малозабезпеченості, прожитковий мінімум, неоподатковуваний мінімум доходів громадян тощо;

3) позбавлення лобістсько-корпоративного інтересу можливості його практичної реалізації шляхом корисливо вмотивованого впливу на процес об'єктивно адекватного визначення величини нормативно-базового показника, а також недопущення його регулярного перегляду.

Методика розрахунку нормативно-базової величини передбачає її визначення як однієї мільярдної частини від середньої величини дохідної частини зведеного бюджету України, взятого за три попередні роки перед роком ухвалення бюджету на наступний бюджетний рік.

Наведемо приклади.

1. Якщо у 1995 р. дохідна частина зведеного бюджету України становила 20689,9 млрд. грн., у 1996 р. – 30218,7 млрд., у 1997 р. – 28112,0 млрд. грн., то нормативно-базова величина, яка затверджувалася на 1999 р., мала дорівнювати **26,3 грн.** (а не 17 грн.).

2. Якщо у 2007 р. дохідна частина зведеного бюджету України становила 219936,5 млрд. грн., у 2008 р. – 297893,0 млрд., у 2009 р. – 272967,0 млрд. грн., то нормативно-базова величина на 2011 р. мала дорівнювати **263,6 грн.** (а не 17 грн.).

3. Якщо у 2014 р. дохідна частина зведеного бюджету України становила 456 млрд. грн., у 2015 р. – 652 млрд., у 2016 р. – 783 млрд. грн., то нормативно-базова величина, яка повинна була б затверджуватися на 2018 р., встановлювалася б на рівні **630 грн.** (а не 17 грн.).

Нормативно-базова величина повинна розраховуватися й затверджуватися Верховною Радою України щороку разом з ухваленням Державного бюджету України на наступний бюджетний рік, в якому вона застосовуватиметься.

З метою адаптації суб'єктів ринкових відносин до нового рівня нормативно-базової величини можливо передбачити запровадження чотирирічного перехідного періоду: протягом першого року має діяти норма 25% величини нормативно-базової вартості, протягом другого року – 50%, протягом третього року – 75%. І починаючи з четвертого року діятиме норма 100%.

Таким чином, запропонований механізм дозволить щороку проводити індексацію нормативно-базової величини з метою максимально повного та об'єктивного урахування існуючої динаміки інфляційного процесу та динаміки зростання (падіння) ВВП і не допустить реального зменшення вартісної величини цього показника до неприйняттого рівня.

Висновки

В умовах євроінтеграції Україна взяла на себе зобов'язання забезпечити високий рівень захисту прав споживачів, насамперед, запровадити у вітчизняну практику діючі в ЄС високі стандарти безпеки продукції, а також забезпечити адекватну економічну, правову і морально-етичну відповідальність бізнесу за порушення прав споживачів. Виникнення антагоністичної суперечності відносин споживчого ринку пов'язане з протилежністю інтересів головних його суб'єктів: бізнесменів-виробників, бізнесменів-реалізаторів – з одного боку і населення, або кінцевих споживачів життєвих благ, – з іншого, і зумовлене прагненням бізнесу до максимізації особистих прибутків за будь-яку ціну, навіть на шкоду інтересам населення, що прагне задовольнити особисті потреби у споживанні безпечних для здоров'я і життя товарів та послуг.

Виконання важливої політичної настанови щодо максимальної лібералізації бізнес-діяльності та запобігання корупції не повинно здійснюватися шляхом послаблення захисту прав вітчизняних споживачів і невиконання контрольної-перевірочної функції держави. В Україні політика держави повинна бути спрямована на запровадження євроінтеграційної концепції “абсолютної відповідальності виробника” за якість та безпеку продукції, що випускається і реалізується.

На шляху подолання основної суперечності відносин споживчого ринку провідна роль належить механізму соціально-економічного захисту прав споживачів, що являє собою складну систему взаємозв'язаних економічних, соціальних, правових, організаційних, організаційно-економічних, організаційно-соціальних, соціально-правових, морально-етичних заходів, дій, підойм, інструментів, економічних і правових санкцій, стимулів і суспільних мотивацій. Таке завдання здійснюється на різних інституційних рівнях і забезпечує реалізацію законодавчо визначених прав суб'єктів кінцевого споживання на якісне і безпечне задоволення потреб життєдіяльності, необхідних не тільки для простого, але й для розширеного відтворення людини на індивідуально-сімейному і суспільному рівнях.

В Україні зафіксовано численні прояви шахрайської фальсифікації задекларованої споживчої якості товарів, насамперед продуктової групи, а також напоїв, у тому числі спиртних, що вимагає посилення та забезпечення незворотності дії законодавчо закріплених економічних санкцій за злочинні порушення прав споживачів. Потрібно відмовитися від практики визначення величини штрафних санкцій у нормативно встановленій кількості “неоподатковуваних мінімумів доходів громадян”, оскільки в економічному вимірі ці стягнення є абсолютно неадекватними, мізерними, отже, непорівнянними з тими збитками, які завдаються споживачам. Саме тому подальше використання неоподаткованого мінімуму доходів громадян як базової величини вартості при визначенні обсягів економічних санкцій за злочинне порушення прав споживачів є неприпустимим.

Наша пропозиція полягає у впровадженні в практику нової нормативно-базової величини, що оперативного реагує на інфляцію, є величиною фіксованого

масштабу вартості, яка визначається на основі показників дохідної бази консолідованого державного бюджету, фіксується в гривневому вимірі та діє протягом поточного бюджетного року.

Список використаної літератури

1. *Drucker P.F.* Management. Tasks. Responsibilities. Practices. – New York : Harper & Row, 1974. – 839 p.
2. *Kotler P.* Marketing Essentials. Englewood Cliffs. – N. J. : Prentice-Hall, 1984. – 556 p.
3. *Hirst R.C., Duncan R.W.* The consumer society. – London : Tavistock Rublication, 1977. – 269 p.
4. *Lambin J.-J., Chumpitaz R., Moerloose Ch.* Marketing strategique et operationnel: Du Marketing a l'Orientation-Marche. – Paris : Dunod, 2005. – 718 p.
5. *Cross G.* An All-Consuming Century: Why Commercialism Won in Modern America. – New York : Columbia University Press, 2002. – 256 p.
6. *Stearns P.N.* Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire. – New York : Routledge, 2001. – 160 p.
7. *Язвінська О.М.* Історія консюмеризму : навч. посіб. – 2-ге доп. й перероб. вид. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 364 с.
8. *Герасимова С.В.* Узагальнення підходів до визначення консюмеризму як економічної категорії // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 12. – С. 76–79.
9. *Галат Л.М.* Проблеми захисту прав споживачів: українські реалії // Таврійський науковий вісник. – 1998. – Вип. 8. – С. 133–140.
10. *Городецька Т.Н.* Економіко-правовий механізм захисту прав споживачів / Соціальні пріоритети в транзитивній економіці : зб. наук. пр. – Харків, 1999. – С. 194–198.
11. *Кагал Т.* Споживачам – надійні правові гарантії // Віче. – 1999. – № 2. – С. 116–124.
12. *Кисільова Т.М.* Діяльність Держстандарту України у сфері захисту прав Українського споживача. Боротьба з порушенням у сфері виробництва і торгівлі / Уряду України, Президенту, законодавчій, виконавчій владі: Аналіт. розробки, пропозиції наук. та практ. працівників : зб. – К., 1999. – Т. 12. – С. 552–557.
13. *Іваненко Л.М., Дзера О.В.* Особливості відшкодування моральних збитків, завданих покупцеві внаслідок придбання товару низької якості / Малі підприємство і менеджмент в Україні (публічно- і приватно-правові засади) : зб. наук. пр. – К., 1997. – С. 195–202.
14. *Мазаракі А.А., Язвінська О.М., Ніколаєва Л.В.* та ін. Захист прав споживачів: соціально-правовий аспект. – К. : КНТЕУ, 2002. – 311 с.
15. *Селезнев В.В.* Как защищать свои права потребителя? – Харьков : Одиссей, 2005. – 416 с.
16. *Марцин В.* Споживач – центральна фігура у ринкових відносинах // Економіка України. – 1996. – № 3. – С. 83–85.
17. *Мазаракі А.А., Лагутін В.Д.* Внутрішній ринок України в умовах дисбалансів між виробництвом і споживанням // Економіка України. – 2016. – № 4. – С. 4–18.
18. *Dunning T.J.* Trades' Unions and strikes. – London : Quarterly Reviewer, 1860. – 62 p.

19. Aaker D.A., Day G.S. Consumerism: Search for the Consumer Interest. – New York : The Free Press, 1974. – 460 p.
20. Ключниченко С. Chevrolet Corvair 1960–1969 – “Опасен на любой скорости” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.drive2.ru/b/2639701.
21. Жаліло Я. Еволюція факторів дієвості економічної політики держави і інституціональна криза в Україні // Економічна теорія. – 2015. – № 2. – С. 5–18.
22. Мандибура В.О., Хижняк В.О. Проблеми забезпечення адекватної економічної відповідальності бізнесу за порушення прав споживачів // Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. – 2017. – № 5. – С. 74–90.
23. Мандибура В.О. Корупція: інституційна сутність та механізми подолання : моногр. – К. : Парламентське вид-во, 2017. – 488 с.

References

1. Drucker P.F. Management. Tasks. Responsibilities. Practices. New York, Harper & Row, 1974.
2. Kotler P. Marketing Essentials. Englewood Cliffs. N. J., Prentice-Hall, 1984.
3. Hirst R.C., Duncan R.W. The Consumer Society. London, Tavistock Rublication, 1977.
4. Lambin J.-J., Chumpitaz R., Moerloose Ch. Marketing Strategique et Operationnel: Du Marketing a l’Orientation-Marche [Strategic and Operational Marketing: Marketing to Market Orientation]. Paris, Dunod, 2005 [in French].
5. Cross G. An All-Consuming Century: Why Commercialism Won in Modern America. New York, Columbia University Press, 2002.
6. Stearns P.N. Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire. New York, Routledge, 2001.
7. Yazvins’ka O.M. *Istoriya Konsyumeryzmu* [History of Consumerism]. Kyiv, KNUTE, 2003 [in Ukrainian].
8. Gerasimova S.V. *Uzahal’nennya pidkhodiv do vyznachennya konsyumeryzmu yak ekonomichnoi katehorii* [Generalization of approaches to the definition of consumerism as an economic category]. *Aktual’ni problemy ekonomiky – Actual problems of economics*, 2005, No. 12, pp. 76–79 [in Ukrainian].
9. Galat L.M. *Problemy zakhystu prav spozhyvachiv: ukrains’ki realii* [Problems of consumer rights protection: Ukrainian realities]. *Tavriis’kyi naukovyi visnyk – Taurian scientific bulletin*, 1998, Iss. 8, pp. 133–140 [in Ukrainian].
10. Gorodets’ka T.N. *Ekonomiko-Pravovyi Mekhanizm Zakhystu Prav Spozhyvachiv, v: Sotsial’ni Priorityty v Tranzhytyvni Ekonomitsi* [Economic and Legal Mechanism for the Protection of Consumer Rights, in: Social Priorities in a Transitional Economy]. Kharkiv, 1999, pp. 194–198 [in Ukrainian].
11. Kagal T. *Spozhyvacham – nadiini pravovi garantii* [To consumers – reliable legal guarantees]. *Viche – Viche*, 1999, No. 2, pp. 116–124 [in Ukrainian].
12. Kysil’ova T.M. *Diyal’nist’ Derzhstandartu Ukrainy u Sferi Zakhystu Prav Ukrains’koho Spozhyvacha. Borot’ba z Porushennyam u Sferi Vyrobnystva i Torhivli, v: Uryadu Ukrainy, Prezydentu, Zakonodavchii, Vykonavchii Vladi: Analit. Rozrobky, Propozytsii Nauk. ta Prakt. Pratsivnykiv* [Activities of the State Standard Committee of Ukraine in the Field of Protecting the Rights of Ukrainian Consumer. Fighting Violations in the Area of Production and Trade, in: To the Government of Ukraine, President, Legislative, Executive Power: Analytical Developments, Proposals of Scientific and Practical Workers]. Kyiv, 1999, Vol. 12, pp. 552–557 [in Ukrainian].

13. Ivanenko L.M., Dzera O.V. *Osoblyvosti Vidshkoduвання Moral'nykh Zbytkiv, Zavadanykh Pokuptsevi Vnaslidok Prydbannya Tovariv Nyz'koi Yakosti, v: Male Pidpnyemnytstvo i Menedzhment v Ukraini (Publichno- i Pryvatno-Pravovi Zasady)* [Peculiarities of Compensation for Moral Damages Caused to the Buyer due to the Purchase of a Low Quality Product, in: Small Business and Management in Ukraine (Public and Private Law Basis)]. Kyiv, 1997, pp. 195–202 [in Ukrainian].

14. Mazaraki A.A., Yazvins'ka O.M., Nikolaeva L.V. et al. *Zakhyst Prav Spozhyvachiv: Sotsial'no-Pravovyi Aspekt* [Protection of Consumer Rights: the Social and Legal Aspect]. Kyiv, KNUTE, 2002 [in Ukrainian].

15. Seleznev V.V. *Kak Zashchishchat' Svoi Prava Potrebityela?* [How to Protect Your Consumer Rights?]. Kharkov, Odissei, 2005 [in Russian].

16. Martsyn V. *Spozhyvach – tsentral'na fihura u rynkovykh vidnosynakh* [The consumer is a central figure in market relations]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, 1996, No. 3, pp. 83–85 [in Ukrainian].

17. Mazaraki A.A., Lagutin V.D. *Vnutrishnii rynek Ukrainy v umovakh dysbalansiv mizh vyrobnytstvom i spozhyvanniam* [Ukraine's internal market under conditions of disbalances between production and consumption]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, 2016, No. 4, pp. 4–18 [in Ukrainian].

18. Dunning T.J. *Trades' Unions and Strikes*. London, Quarterly Reviewer, 1860.

19. Aaker D.A., Day G.S. *Consumerism: Search for the Consumer Interest*. New York, The Free Press, 1974.

20. Klyushnichenko S. *Chevrolet Corvaire 1960–1969 – “Opasen na lyuboi skorosti”* [Chevrolet Corvaire 1960–1969 – “Dangerous at any speed”], available at: www.drive2.ru/b/2639701 [in Russian].

21. Zhalilo Ya. *Evolutsiya faktoriv dievosti ekonomichnoi polityky derzhavy i instytutsional'na kryza v Ukraini* [Evolution of the factors of effectiveness of the state economic policy and institutional crisis in Ukraine]. *Ekonomichna teoriya – Economic Theory*, 2015, No. 2, pp. 5–18 [in Ukrainian].

22. Mandybura V.O., Khyzhnyak V.O. *Problemy zabezpechennya adekvatnoi ekonomichnoi vidpovidal'nosti biznesu za porushennya prav spozhyvachiv* [Problems of restoring adequate economic responsibility of business for violation of consumer rights]. *Naukovi zapysky Instytutu zakonodavstva Verkhovnoi Rady Ukrainy – The Scientific Papers of the Legislation Institute of the Verkhovna Rada of Ukraine*, 2017, No. 5, pp. 74–90 [in Ukrainian].

23. Mandybura V.O. *Koruptsiya: Instytutsiina Sutnist' ta Mekhanizmy Podolannya* [Corruption: the Institutional Essence and Mechanisms to Overcome It]. Kyiv, Parliament PH, 2017 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 21 листопада 2017 р.
The article was received by the Editorial staff on November 21, 2017.