
УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

УДК 338.4:911.3

В. Е. МАНДЫБУРА,
профессор, доктор экономических наук,
главный научный сотрудник отдела экономической теории
ГУ «Институт экономики и прогнозирования НАН Украины,
ул. Панаса Мирного, 26, 01011, Киев, Украина,
В. А. ХИЖНЯК,
доцент, кандидат экономических наук,
главный научный консультант отдела комплексных проблем государственного строительства
Института законодательства Верховной Рады Украины,
пер. Несторовский, 4, 04053, Киев, Украина

ОСНОВНОЕ ПРОТИВОРЕЧИЕ ОТНОШЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА И ПУТИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ

Рассмотрены мотивации и интересы субъектов потребительского рынка, обуславливающие антагонистическое противоречие. Раскрыты основные факторы роста реальных угроз для населения, возникающие вследствие производства и реализации опасных для здоровья и жизни человека товаров, прежде всего продуктовой группы. На примере стран с развитой рыночной экономикой показаны особенности формирования института доверия на принципах взаимодействия институтов консюмеризма и маркетинга. Охарактеризованы этапы и основные показатели состояния реализации политики защиты интересов субъектов потребительского рынка. Доказаны опасность реализации государством политики либерализации предпринимательской деятельности при условии свертывания механизмов защиты прав потребителей и необходимость обеспечения неотвратимой экономико-правовой ответственности бизнеса за качество и безопасность товаров конечного потребления. Показаны направления устранения антагонизмов потребительского рынка путем внедрения эффективных механизмов усиления адекватной ответственности бизнеса в случае преступно-мошеннических нарушений прав потребителей и невыполнения условий безопасности товаров для здоровья и жизни человека.

Ключевые слова: антагонистическое противоречие потребительского рынка; интересы потребителей; интересы бизнеса; риски и угрозы потребителей; институт доверия; маркетинг; консюмеризм; механизмы устранения антагонизмов потребительского рынка; механизм обеспечения качества товаров конечного потребления.

Библ. 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

© Мандыбура Виктор Емельянович (Mandybura Viktor), 2018; e-mail: mandybura@ukr.net;
© Хижняк Владислава Александровна (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.

Задача экономической науки заключается не только в адекватном отражении в процессе познания внутренней сущности экономических противоречий – в конечном счете должны быть раскрыты наиболее вероятные пути оптимального согласования существующих экономических противоречий на основе достижения консенсуса интересов сторон. Когда у субъектов – носителей экономических отношений интересы приобретают полярно-антагонистический характер, задача науки состоит в разработке предложений, мер и конкретных механизмов для практического решения этого вопроса на принципах преодоления конфронтационной составляющей таких противоречий.

Среди насущных проблем современного социально-экономического развития Украины вопросы безопасности для здоровья населения товаров конечного потребления являются самыми острыми. Их практическое решение будет не только определять повышение качества жизни на основе внедрения высоких европейских стандартов, но и непосредственно влиять на качественные характеристики общественного воспроизводства и обеспечение социальной стабильности и национальной безопасности.

Сказанное напрямую зависит от реализации широкого спектра задач. Стратегической является проблема, связанная с тем, что социально-экономическая политика государства должна быть реально направлена на подрыв устоев формирования антисоциальных интересов и мотиваций, провоцирующих конфронтационное обострение основного противоречия в отношениях субъектов потребительского рынка. Речь идет об устранении любых возможностей для возникновения и проявления побудительной мотивации бизнеса максимизировать прибыли путем социально опасного нарушения необходимых нормативов и стандартов безопасности, реализуемых на рынке жизненных благ (прежде всего, пищевых продуктов, напитков и товаров для детей), то есть всего того, что непосредственно влияет на состоя-

ние здоровья, продолжительность жизни и репродуктивные возможности человека. Все это в конечном счете является одним из главных факторов, который приводит к масштабной депопуляции населения Украины, поэтому от государства требуется проведение политики, направленной на внедрение и обеспечение эффективного функционирования многоуровневой и разветвленной системы мер и механизмов, которая будет гарантировать выполнение нормативно определенных прав потребителей и усиливать экономическую, правовую и социально-нравственную ответственность бизнеса за безопасность производимых и предлагаемых к рыночной реализации товаров народного потребления.

В трудах известных зарубежных (П. Друкера [1], Ф. Котлера, [2], Р. Хирста [3], Ж.-Ж. Ламбена [4], Г. Кросса [5], П. Стернса [6] и других) и отечественных (Е. Язвинской [7], С. Герасимовой [8], Л. Галата [9], Т. Городецкой [10], Т. Кагала [11], Т. Кисилевой [12], Л. Иваненко и А. Дзеры [13], А. Мазараки, Л. Николаевой, Н. Прикульской [14], В. Селезнева [15], В. Марцина [16] и других) экономистов рассмотрены разные аспекты исследования сущности, роли, задач, особенностей и форм проявления защиты прав населения на безопасное потребление. Большое внимание ученые уделили общей качественной оценке консюмеризма как системного социального явления и экономического механизма защиты прав потребителей; также они провели обстоятельные исследования истории развития консюмеризма и его структурных составляющих в разных странах мира в контексте решения широкого спектра сложных проблем защиты прав и интересов потребителей в Украине и мире.

В связи с этим привлекает внимание статья А. Мазараки и В. Лагутина [17], в которой рассмотрены теоретические аспекты обеспечения динамической сбалансированности и самодостаточности внутреннего рынка, доказано, что в Украине имеет место противоречивое сочетание модели национального воспроизводства, ориентированной на потребление, с кризисом в сфере потребления. При этом основное внимание акцентируется на разрешении противоречия между производством и потреблением в зависимости от состояния и динамики внутреннего рынка страны и выяснении возможностей отечественного внутреннего рынка ограничивать негативное влияние имеющихся дисбалансов между производством и потреблением на процесс национального воспроизводства. Исследование осуществлено с учетом возможностей оптимальной реализации экономических интересов всех субъектов внутреннего рынка.

В то же время продолжает оставаться нерешенным широкий круг проблем. Прежде всего, это касается глубокого научного понимания причин существующей полярности мотиваций и интересов субъектов потребительского рынка, которые при определенных условиях приводят к экономическому противоречию их взаимодействия, носящему антагонистический характер.

Дальнейшего исследования требуют главные факторы, активизирующие генерирование роста реальных угроз для населения вследствие производства и реализации опасных для здоровья и жизни человека товаров, в первую очередь продуктовой группы. Также на основе максимально полного использования мирового опыта и объективной оценки состояния дел в отечественной практике необходимо разработать и задействовать эффективные организационно-экономические и экономико-правовые меры и механизмы преодоления конфронтационно опасного противоречия интересов субъектов потребительского рынка на принципах максимально полной реализации интересов населения и усиления социальной, экономической и правовой ответственности бизнеса.

Таким образом, **цель статьи** – обосновать теоретико-методологические и практически-прикладные принципы устранения конфронтационного характера глав-

ного противоречия интересов субъектов потребительского рынка путем реализации политики социальной защиты и усиления эффективности механизмов обеспечения удовлетворения прав потребителей, прежде всего, на безопасные для здоровья и жизни товарные блага и услуги.

Подписав Соглашение об ассоциации между Украиной и Европейским Союзом (ратифицировано Верховной Радой Украины в сентябре 2014 г.), наше государство взяло на себя обязательство обеспечить высокий уровень защиты прав потребителей, а также достичь необходимой совместимости между системами защиты прав потребителей в Украине и ЕС. В первую очередь, это касается реализации социально-экономической политики внедрения в отечественную практику высоких стандартов ответственности бизнеса в потребительской сфере, которые сегодня действуют в ЕС.

Наряду с этой проблемой важная задача государственной экономической политики заключается в обеспечении создания максимально возможных благоприятных условий либерализации бизнес-деятельности. Однако расставленные акценты и приоритеты современной экономической политики касательно упрощения условий предпринимательской деятельности не всегда реализуются с соблюдением надлежащей безопасности потребления для населения. Сегодня это проявляется в том, что меры по упрощению условий предпринимательской деятельности проводятся без учета увеличения реальных угроз в сфере конечного потребления, прежде всего, преступных действий со стороны предпринимателей в процессе производства и продажи опасных для здоровья населения товаров, в первую очередь продуктовой группы.

В условиях рыночных отношений высокие потребительские свойства являются основой конкурентоспособности продукции и услуг на внутреннем и внешних рынках, а гарантированное обеспечение потребления качественных товаров (жизненных благ) поднимает планку стандартов качества жизни людей, удовлетворяет их разнообразные потребности, на базе которых происходят всестороннее и гармоничное развитие личности и расширенное воспроизводство человеческого капитала. Именно поэтому Конституция Украины (ст. 50) гарантирует защиту прав потребителей, в частности, право граждан на безопасную для жизни и здоровья окружающую среду и свободный доступ к информации о ее состоянии, о качестве пищевых продуктов и предметов быта, а также право на ее распространение.

Причины конфронтационного обострения основного противоречия потребительского рынка. Основное противоречие отношений потребительского рынка возникает не только из-за несовпадения интересов, а в целом является следствием абсолютной противоположности интересов его главных субъектов: бизнесменов-производителей (реализаторов), с одной стороны, и населения, конечных потребителей жизненных благ – с другой. Таким образом, смысл противоречия состоит в абсолютном различии побудительных мотиваций субъектов капиталистического рынка, поскольку производители и реализаторы стремятся к максимизации личных доходов, а население – к удовлетворению своих потребностей путем потребления безопасных для здоровья и жизни товаров и услуг.

Главная и крайне опасная особенность процесса реализации жизненных благ заключается в том, что в случае абсолютного нарушения паритетности и эквивалентности отношений между субъектами рыночных отношений, которые могут неизбежно возникнуть вследствие безответственного, бесконтрольного и безнаказанного доминирования частных интересов с предпринимательско-бизнесовой стороны, указанное противоречие может настолько обостриться, что превратится в антагонистическое.

Объяснение этому феномену, который коренится в глубоком и не ограниченном высокими моральными принципами стремлении капитала к максимизации

прибыли, привел британский журналист Т.Дж. Даннинг в статье “Тред-юнионы и стачки”, опубликованной в Лондоне еще в 1860 г. Он уже на раннем этапе развития капиталистического способа производства утверждал: “Капитал боится отсутствия прибыли,.. если есть существенная прибыль, капитал становится смелым.., при 50 процентах... готов сломать себе голову, при 100 процентах он попирает все человеческие законы, при 300 процентах нет такого преступления, на которое он не рискнул бы пойти, даже и под страхом виселицы” [18, р. 35–36].

Исторический опыт развития стран, имеющих цивилизованную рыночную экономику, неоспоримо показывает, что при бездействии государства и слабости институтов гражданского общества бизнес в погоне за сверхприбылями постоянно нарушает этику рыночных отношений, прежде всего, производя и предлагая некачественные и вредные для здоровья потребительские товары. Такая ситуация была даже в странах с развитой рыночной экономикой еще в начале II половины XX в.

Богатый материал, характеризующий положение дел в сфере качества и безопасности товаров широкого потребления, содержится в художественных произведениях, где раскрываются поразительные факты мошенничества и произвола, которые совершали монополистические корпорации в отношении безопасности товаров конечного потребления. Так, в романе известного немецкого писателя Г. Вейзенборна “Построено на песке” в художественной форме раскрывается вопиющий факт сознательного нанесения вреда здоровью потребителей, который имел место в 1950-е годы в ФРГ, – использование пищевым концерном запрещенной технологии отбеливания муки хлором [19, р. 6–7].

Адвокат Р. Найдер в 1969 г. издал в США книгу “Опасен на любой скорости”, где аргументированно доказал, что автомобиль марки Chevrolet Corveair фирмы General Motors представляет серьезную угрозу жизни водителей, а также привел многочисленные свидетельства потребителей о преступной безответственности компании в вопросах здоровья и жизни тех, кто пользовался этой технически опасной продукцией [20].

Приведенные примеры показывают, что свое стремление получить более высокие прибыли предприниматели не всегда реализуют на легитимной основе и зачастую могут действовать вопреки и даже в ущерб интересам и нуждам потребителей. Именно поэтому рыночно-производственная и рыночно-посредническая деятельность требует от государства и гражданского общества создания постоянно работающих и эффективных систем учета и контроля, а также проведения социально-экономической политики, направленной на формирование и налаживание функционирования соответствующих механизмов поддержки жесткой обратной экономической и правовой связи между субъектами рыночных отношений (то есть механизмов, которые бы помогли большому количеству потребителей ощутимо влиять на мотивационное поведение предпринимателей-производителей по обеспечению надлежащего качества реализуемых товаров и услуг).

Мировой опыт преодоления конфронтационного характера основного противоречия потребительского рынка. Он показывает, что погоня капитала за сверхприбылями, полученными любой ценой, вплоть до прямых преступно-мошеннических действий, крайне обостряла социально-экономические антагонизмы, которые “взрывались” общественными возмущениями. Ситуация начала меняться к лучшему в странах с развитой рыночной экономикой лишь во II половине XX в.

Одним из важных катализаторов усиления системы защиты интересов и прав потребителей в условиях капиталистического рынка стали активная позиция представителей гражданского общества, организованных объединений потребителей и

конструктивная направленность государственной политики на оптимальное согласование интересов всех субъектов потребительского рынка на основе достижения социально-экономического консенсуса и адекватного экономико-правового преодоления ненасытных интересов бизнеса.

В США, странах Евросоюза, Японии и других странах с развитой рыночной экономикой начали внедрять концепцию “абсолютной ответственности производителя” за качество и безопасность выпускаемой продукции. Именно этот экономико-правовой подход и стал тем важным признаком цивилизованности стран, имеющих сегодня эффективные механизмы защиты прав потребителей на основе применения к предпринимателям-нарушителям адекватных санкций.

В рамках Европейского экономического сообщества в 1973 г. была создана специальная служба, цель которой – защита прав и интересов потребителей и охрана окружающей среды. В апреле 1975 г. разработана и принята специальная программа, которая гарантировала потребителям на рынке товаров и услуг реализацию пяти (а в дальнейшем и восьми) основных прав, а именно:

- 1) право на здравоохранение и безопасность потребления;
- 2) право на охрану экономических интересов;
- 3) право клиента на материальную и моральную компенсацию за понесенные убытки (как прямые, так и опосредованные) вследствие использования им некачественных товаров (или потребления некачественных услуг);
- 4) право на максимально полную и достоверную информацию о реальном потребительском качестве товаров (услуг) и соответствующее и необходимое для клиента в указанном случае образование;
- 5) право быть услышанным, означающее, с одной стороны, что интересы потребителей будут учтены при формировании государственной экономической политики (в том числе инвестиционной, кредитно-финансовой, налоговой и т. д.) в направлениях, способствующих наполнению потребительского рынка, а с другой – что все претензии потребителей к реальному качеству товаров и услуг будут профессионально, справедливо и оперативно рассмотрены административными судами с неотвратимой процедурой привлечения виновных к тем или иным формам ответственности в случае нарушения ими прав клиентов и покупателей.

В дальнейшем к приведенным правам (Consumers International) были добавлены:

- 6) право на удовлетворение базовых потребностей;
- 7) право на выбор;
- 8) право на здоровую окружающую среду.

Современные стандарты ЕС направлены на установление высокого уровня защиты прав потребителей для обеспечения свободного движения товаров на внутреннем рынке ЕС. Поскольку разный уровень защиты в странах – членах ЕС создает барьеры для свободного движения товаров, в Европейском Союзе был разработан единый для всех его государств-членов минимальный комплекс правил потребительского законодательства с целью создания лучших условий функционирования внутреннего рынка ЕС. Указанное также является одной из важных сфер секторального сотрудничества ЕС и Украины, что предусмотрено Соглашением об ассоциации*.

Особенности формирования институтов доверия и недоверия в сфере конечного потребления в системе устранения антагонистического противоречия отношений по-

* 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 доступа : http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/984_011.

потребительского рынка. Рассматривая институт доверия как качественно сложное и системное явление социально-экономической жизни общества, можно утверждать, что его функционирование в сфере обеспечения необходимого качества товаров и услуг, которые удовлетворяют конечные потребности населения, с одной стороны, является неотъемлемой составляющей процесса общественного воспроизводства, а с другой – наиболее приоритетным и ответственным направлением деятельности бизнеса и государства. Ведь любое стремление предпринимателей максимизировать личный доход путем нарушения необходимых стандартов качества и безопасности реализуемых на рынке жизненных благ, прежде всего пищевых продуктов, напрямую влияет на здоровье и репродуктивные возможности человека.

Институт доверия потребителей не может существовать без его антипода – института недоверия. Именно реальное развитие института доверия в этой плоскости заключается в диалектическом единстве и борьбе с недоверием, что либо актуализирует основы доверия, либо обостряется до уровня антагонистического противоречия. Наряду с этим, ограничения потребительского выбора вследствие либо монополистического произвола, либо недостаточной информации о реальных потребительских свойствах товаров и услуг, либо конъюнктурного несоответствия предложения уровню рыночного спроса, что проявляется в дефиците жизненных благ необходимого качества, действуют как своеобразное принуждение к потреблению. Таким образом, при определенных условиях формируется социально-экономический институт, сущность которого можно толковать как системную совокупность норм и условий специфического экономически насильственного “внешнего принуждения к доверию” субъектов конечного потребления.

Проведенный анализ позволяет утверждать, что в сфере конечного потребления жизненных благ институт доверия населения имеет по меньшей мере *три основные специфические особенности*, которые коренным образом отличают его действие от действия аналогичного института в сфере хозяйственной и коммерческой деятельности, а также в сфере отношений, связанных с защитой прав физических лиц при размещении организованных денежных сбережений в банковских и небанковских учреждениях и операций по предоставлению им широкого спектра страховых услуг. Таким образом, *дело состоит в абсолютной неадекватности рисков, которые имеют субъекты: на стороне предложения (производители, бизнесмены) и на стороне спроса (конечные потребители, физические лица, население).*

Первая особенность заключается в том, что если в сфере хозяйственно-коммерческих отношений развитие института доверия находится в диалектическом единстве и борьбе с недоверием, что актуализирует основы доверия на базе минимизации экономических рисков, то доверие и недоверие конечного потребителя к качеству товаров и услуг связаны с совершенно другим уровнем риска – риском потери наибольшей ценности человека – здоровья и самой жизни.

Вторая особенность состоит в том, что в сфере хозяйственно-коммерческих отношений при усилении недоверия, а также в случае наращивания степени риска и неопределенности субъект предпринимательской деятельности может их избежать путем конкретных ограничений своей деловой активности (вплоть до ее временной приостановки на определенный, скажем, кризисный период), в сфере же конечного потребления существует постоянное физиологическое принуждение к потреблению, независимо от того, верит человек, что продукты и другие товары конечного потребления полезны для него по качеству или вредны, то есть наблюдается физиологическое “принуждение к доверию”.

Третья особенность связана с тем, что имеет место существенное ограничение потребительского выбора конечного потребителя вследствие: а) монополистиче-

ского произвола товаропроизводителя или продавца; б) недостаточности достоверной информации о реальных потребительских свойствах товаров и услуг; в) конъюнктурного несоответствия предложения уровню рыночного спроса (который проявляется в дефиците жизненных благ необходимого количества и качества).

В решении вопроса формирования института доверия в системе обеспечения качества потребления и защиты прав потребителей речь должна идти, прежде всего, об использовании опыта по налаживанию эффективного внутреннего системного действия и механизмов института консюмеризма, направленных на снятие противоречий и преодоление конфликтов, возникающих в отношениях между производителями, посредниками и конечными потребителями, особенно между продавцами и покупателями.

На первый взгляд, довольно парадоксален тот факт, что в странах с развитой рыночной экономикой развитие института консюмеризма (как системного института недоверия), повышение его экономического веса и усиление влияния как общественной силы происходили на фоне бурного развития маркетинга, который фактически был объявлен деловыми кругами Запада наивысшей формой реализации заботы производителей об удовлетворении нужд и интересов потребителей и единственной системой, способной реально создать институт доверия в этой плоскости.

Ретроспективный анализ показывает, что, несмотря на развитие маркетинга, нацеленного на формирование института доверия, консюмеристское движение потребителей бурно росло и было направлено на защиту собственных интересов. Таким образом, становление систем и механизмов консюмеризма стало проявлением естественного протеста граждан стран с развитыми рыночными отношениями против случаев их дискриминации со стороны производителей и торговых посредников, которые навязывали им некачественные и опасные товары. Именно поэтому консюмеризм как социально-экономическое явление не только отражал и олицетворял объективные противоречия, которые неизбежно возникали в системе рыночно-производственных отношений (прежде всего, между производством и потреблением), но и стал первой системной базой преодоления основного противоречия отношений потребительского рынка. Эту задачу консюмеризм реализовал путем бинарного взаимодействия организаций гражданского общества с государством с помощью использования адекватных к существующим угрозам методов и механизмов нормативно-правовой регламентации, контроля и применения соответствующих санкций.

Консюмеризм можно рассматривать как специфический институт недоверия, который диалектически обусловлен потребностями внедрения адекватных защитных мер, применяемых широкими слоями населения в случае использования бизнесменами опасных для потребителей методов производства и реализации товаров и услуг.

Мировой опыт показывает, что важным элементом зрелого гражданского общества является формирование добровольных организаций потребителей, которые защищают их личные права. Добровольные консюмеристские организации потребителей в США достаточно многочисленные и действуют не только в масштабах города, района или штата, но и на национальном уровне (например, “Национальная лига потребителей”, “Союз потребителей США”, “Федерация потребителей Америки”). Во Франции действует “Национальная федерация объединений потребителей”, “Британская ассоциация потребителей”, которая образовалась в 1957 г. и является одной из наиболее многочисленных организаций в Европе.

К важнейшим направлениям деятельности этих организаций относятся:

– борьба за правдивую рекламу, за обеспечение потребителям твердых гарантий на приобретенные товары, а также совершенствование системы гарантийного и сервисного обслуживания;

- улучшение работы информационных служб и учреждений, контролирующих качество потребительских товаров;
- проверка качества товаров широкого спроса;
- борьба за установление взвешенного уровня цен, которые реально отражают рациональные расходы на производство товаров и услуг;
- обеспечение членов союза разного рода полезной для потребителей информацией;
- борьба за расширение и совершенствование действующего законодательства, обеспечивающего защиту прав потребителей;
- разработка программ дальнейшего развития движения потребителей;
- привлечение к организациям еще более широкого круга потребителей, стремящихся содействовать защите своих прав и др.

Страны с развитой рыночной экономикой создали во II половине XX в. ряд государственных организаций, которые были призваны воплощать в жизнь политику повышения уровня охраны прав потребителей с использованием для этого не только экономических, но и организационно-распорядительных, социально-психологических и экономико-правовых рычагов и методов воздействия государства на недобросовестных и нечестных предпринимателей. Среди таких правительственных организаций: “Управление справедливой торговли” и “Департамент цен и защиты прав потребителей” в Великобритании, “Государственный секретариат по отношениям потребителей” во Франции, “Федеральная комиссия по торговле”, “Комиссия по безопасности потребительских товаров”, “Управление по делам потребителей” в США. Специальные департаменты, которые защищали права потребителей, существовали и сейчас действуют также в ФРГ, Бельгии, Дании, Италии и других странах мира с цивилизованной рыночной экономикой.

Как правило, правительственные структуры призваны, прежде всего, разрабатывать новые законы, которые должны обеспечивать повышение надежности защиты прав и интересов потребителей, процедурно и организационно воплощать их в жизнь, контролировать продажу заранее определенных видов товаров, предоставлять потребителям соответствующую информационную литературу. Государство также осуществляет необходимый патронат и координирует деятельность организаций и союзов потребителей, содействует в создании их материально-технической базы, обеспечивает надлежащие условия для их безопасного функционирования и т. д.

В 1960 г. в Гааге состоялась первая Международная конференция организаций потребителей, на которой была создана Международная организация потребительских союзов (МОПС), выполняющая функции консультативного органа при экономическом и социальном совете ООН и ЮНЕСКО. Наряду с проведением международных совещаний по обмену опытом решения различных вопросов, касающихся защиты интересов потребителей, в современных условиях МОПС координирует деятельность национальных организаций потребителей, а также: 1) способствует проведению сравнительных испытаний товаров; 2) оказывает финансовую помощь добровольным организациям; 3) информирует своих членов путем распространения специального издания, освещающего различные аспекты деятельности организации, и другие вопросы по охране прав потребителей.

Устав МОПС обязывает ее членов действовать исключительно в интересах потребителей, не пользоваться субсидиями, предоставляемых субъектами торговли и производства, не печатать на страницах своих периодических изданий рекламные объявления и др. Организациям – членам МОПС не запрещается контактировать с представителями разных политических партий с целью проведения совместных акций для решения вопросов улучшения положения потребителей.

Таким образом, можно констатировать, что консюмеризм в странах с цивилизованным капитализмом превратился в реальную социальную (и даже политическую) силу, а его организационные структуры и механизмы способны реально оздоравливать все структуры и системы маркетинга, влияя на повышение качества потребления населением жизненных благ, и преодолевать антагонистический характер основного противоречия отношений потребительского рынка.

Совершенствование государственной политики и усиление действия механизма социально-экономической защиты на пути устранения основного противоречия отношений потребительского рынка. В условиях современных динамичных изменений, происходящих на глобальном уровне, чрезвычайную актуальность приобретает способность государства обеспечить реальную действенность своей экономической, социально-экономической и социальной политики. Результатом государственной политики должно быть максимально полное достижение поставленных как стратегических, так и тактических целей. Однако понятие действенности политики не может ограничиваться только способностью к реализации принятых решений путем выполнения аппаратом государственной власти конкретных текущих задач. По мнению Я. Жалило, “предпосылки действенности государственной политики... должны обеспечивать способность государства ...выполнять задачи, связанные с влиянием на социально-экономические процессы, соблюдать определенные приоритеты, а также нейтрализовать возможные риски с применением рычагов, присущих рыночной экономике” [21, с. 5].

Диалектика жизни свидетельствует, что нужна оптимальная реализация двух составляющих экономической и социально-экономической политики: *с одной стороны*, следует проводить либерализацию условий функционирования бизнеса в направлении упрощения требований по осуществлению предпринимательской деятельности, *а с другой* – нужно постоянно совершенствовать меры и механизмы по усилению ответственности бизнеса в сфере обеспечения условий безопасности конечного потребления для населения.

Функциональное назначение социально-экономической политики заключается в политической координации и регулировании государством широкого спектра социально-экономических отношений и процессов на основе и в интересах либо всего населения страны, или властно-господствующих в государстве общественных групп и классов. *По своей сути социально-экономическая политика государства представляет собой совокупность научно сформулированных идей, положений и концептуальных подходов (как долгосрочного, стратегического, так и краткосрочного, тактического характера), которые сочетаются с системой конкретных мер и механизмов, с помощью которых практически осуществляется компетентное регулирование социально-экономических процессов с учетом влияния механизмов рыночно-стихийного саморегулирования.*

Государственная политика социально-экономической защиты прав потребителей является важной составляющей социально-экономической политики, и ее реализация осуществляется путем функционирования (с разным уровнем эффективности) механизма социально-экономической защиты прав потребителей. По своей сути он представляет собой сложную систему взаимосвязанных экономических, социальных, правовых, организационных, организационно-экономических, организационно-социальных, социально-правовых, морально-этических мер, действий, рычагов, инструментов, экономических и правовых санкций, стимулов и общественных мотиваций, с помощью которых государство устраняет конфронтационный характер основного противоречия отношений потребительского рынка. Эта задача осуществляется на раз-

ных институциональных уровнях (предприятия, фирмы, гражданского общества), обеспечивая реализацию законодательно определенных прав субъектов конечного потребления на качественное и безопасное удовлетворение потребностей жизнедеятельности, необходимых не только для простого, но и для расширенного воспроизводства человека как на индивидуально-семейном, так и на общественном уровнях.

Механизм социально-экономической защиты прав потребителей является многофункциональным, системно структурированным и включает ряд составляющих (рис. 1).

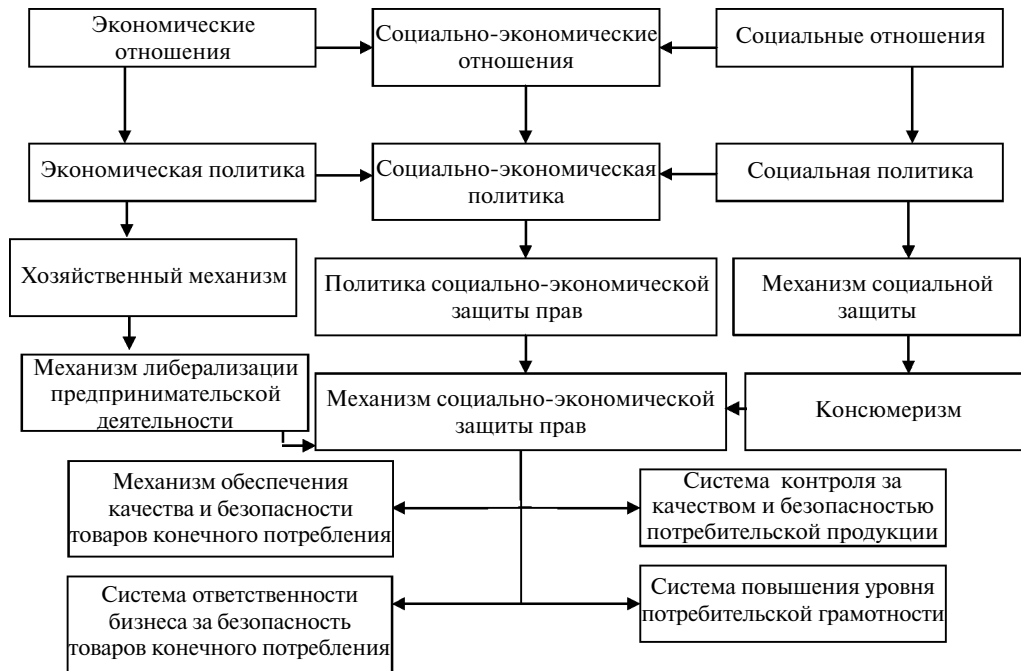


Рис 1. Схема системной взаимосвязи и взаимодействия социально-экономической политики, механизма социально-экономической защиты и его составляющих

Составлено авторами.

Механизм обеспечения качества и безопасности товаров конечного потребления выступает внутрисистемной составляющей общего механизма социально-экономической защиты прав потребителей. Этот внутрисистемный механизм является также многофункциональной (с разным уровнем эффективности) системой действий, инструментов и санкций, с помощью которых формируются мотивационные предпосылки и осуществляется прямое стимулирующее влияние на производителей и рыночных посредников путем: применения соответствующих нормативов и стандартов качества продукции, процедурных мер по ее сертификации, надзору и контролю за процессом производства, соблюдения требований лицензирования предпринимательской деятельности, а также соответствующих условий рыночного доведения этой продукции до конечных потребителей.

Механизм обеспечения качества и безопасности товаров конечного потребления на индивидуальном и общественном уровнях должен способствовать реализации гарантированного права человека потреблять качественные блага и услуги, которые он получает в процессе рыночного обмена (у фирм-производителей, специализированных продавцов и у частных лиц, имеющих право на производство товаров массового спроса и торговлю ими). Механизм действует на принципе бинарного соединения двух организационных составляющих – государства и гражд-

данского общества, что потенциально позволяет преодолеть основное противоречие отношений потребительского рынка.

Важную роль в преодолении антагонистического характера противоречия играют также следующие системные составляющие: 1) система контроля за качеством и безопасностью потребительской продукции; 2) система ответственности бизнеса за безопасность товаров конечного потребления; 3) система повышения уровня потребительской грамотности населения. Содержание этих составляющих требует отдельного рассмотрения.

Основные этапы кардинального изменения государственной политики защиты прав потребителей в Украине. Можно выделить три основных периода, характеризующих приоритеты государственной политики и, соответственно, реальное положение дел с обеспечением защиты прав потребителей в Украине.

1. **1991–2001 гг.** Этот период можно считать достаточно противоречивым. С одной стороны, именно тогда государство способствовало ускоренному формированию в законодательном поле страны разветвленной нормативно-правовой базы по обеспечению защиты прав потребителей на рынке товаров и услуг. Сегодня система включает 8 законов и 13 подзаконных актов [22, с. 89–90]. Именно поэтому на первый взгляд может показаться, что данная правовая система должна действовать достаточно надежно и эффективно защищать интересы конечных потребителей. С другой стороны, в этот период происходило существенное организационное ослабление контроля за некачественными и опасными товарами. Эта ситуация сложилась, прежде всего, вследствие бессистемного демонтажа старой и недостаточного налаживания функционирования новой системы контроля с учетом угроз масштабной коррупции.

В Украине тогда была достаточно разветвленная и действенная государственная система контроля за некачественными товарами. В нее, прежде всего, входила мощная служба санитарно-эпидемиологического контроля Министерства здравоохранения Украины, органы сертификации продукции Госстандарта и других, не ликвидированных министерств и ведомств, а также органы контроля Госпотребзащиты. В частности, в системе Государственной сертификации Украины было аккредитовано 138 органов, 17 министерств и ведомств, функционировало около 680 испытательных лабораторий по 32 видам продукции.

Однако именно в течение первого этапа сформировались самые значительные угрозы для потребителей из-за сокращения контрольно-надзорной и, в частности, лабораторно-исследовательской базы. Они остаются актуальными и сегодня. Так, опасным для отечественных потребителей стало изготовление хлебобулочных изделий с использованием различных пищевых синтетических добавок, не имеющих разрешения Минздрава Украины, например, были зафиксированы случаи обнаружения в хлебе метафоса, а в сырье – продуктов распада метафоса, относящегося к высокотоксичным веществам.

Начавшаяся в этот период кампания по “дерегуляции” экономики привела к ситуации, когда действующее законодательство не запрещало субъектам предпринимательской деятельности, прошедшим процедуру государственной регистрации, производить продукцию без соответствующей технической и технологической квалификации, необходимых нормативных документов и др., что повлекло за собой рост массовых нарушений прав потребителей, в частности права на здоровье. Особенно опасной стала ситуация, возникшая вследствие ослабления внимания к вопросам содействия надлежащему качеству и безопасности продукции детского питания. Так, массовым нарушением стали отсутствие доступной, достоверной и необходимой

информации о товаре, а также реализация продуктов детского питания без сертификатов соответствия и с истекшим сроком годности. Контроль за качеством партии продукции детского питания, поступавшей в Украину по контрактам с иностранными партнерами, осуществлялся не в полном объеме. Как правило, не указывалась дата изготовления, согласно маркировке производителя, а проставлялись только месяц и год изготовления, что лишало возможности идентифицировать конкретную партию продукции с документом, подтверждающим ее надлежащее качество.

Именно в этот период при производстве пищевой продукции предприниматели стали массово использовать опасные для здоровья синтетические добавки:

- красители (применяются для обеспечения привлекательного цвета пищевого продукта); опасные: E110, E123, E127, E129, E150, E151, E173–175;
- консерванты (обеспечивают продление срока годности пищевого продукта к употреблению); опасные: E210, E212, E216–219, E227, E228;
- антиокислители (замедляют окисление, предотвращают порчу продуктов, по действию схожи с консервантами); опасные: E330, E339–341;
- стабилизаторы (обеспечивают сохранение заданной консистенции продукции); опасные: E400–403, E450–452;
- эмульгаторы (поддерживают определенную структуру пищевого продукта, по действию схожи со стабилизаторами); опасные: E521–523, E541–556, E559, E574–579;
- усилители вкуса и аромата; опасные: E620–625.

2. **2001–2011 гг.** Этот период может быть признан наиболее плодотворным в плане усиления защиты прав потребителей, прежде всего, путем повышения требований к качеству и безопасности товаров пищевой группы. Именно тогда соответствующими органами защиты прав потребителей был значительно усилен проверочный контроль производителей и рыночных посредников за качеством продукции (рис. 2).

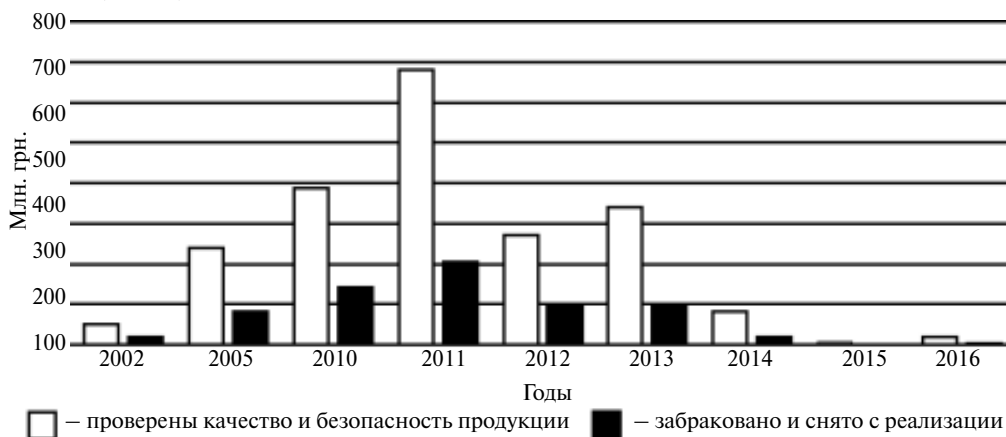


Рис. 2. Динамика объемов проверенной и забракованной продукции

Построено авторами по: Звіти про роботу Держпродспоживслужби [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.consumer.gov.ua/ContentPages/Zviti_Pro_Robotu_Derzhprodspozhivsluzhbi/170.

В работе государственных служб защиты прав потребителей на рынке товаров и услуг конечного потребления можно назвать и ряд положительных моментов, которые заключались в пересмотре действующих в Украине межгосударственных стандартов, принятых до 1992 г., а также разработке и активной реализации новых (что следовало из Программы приведения их в соответствие с Соглашением о технических барьерах в торговле ВТО и их гармонизации с европейской моделью стандартизации).

Основными направлениями выполнения указанной Программы были: 1) проверка межгосударственных стандартов на соответствие законодательству, интересам государства, нуждам потребителей, уровню развития науки и техники, требованиям международных и региональных стандартов, положениям Соглашения о технических барьерах в торговле; 2) пересмотр межгосударственных стандартов с внесением в них изменений, замена их на соответствующие международные или национальные стандарты; 3) отмена межгосударственных стандартов, которые утратили актуальность, не используются и не отвечают требованиям действующего законодательства.

Промежуточным показателем выполнения Программы этого периода является то, что уже по состоянию на 29 декабря 2007 г. в Украине действовали 4565 национальных стандартов, которые были гармонизированы с международными и европейскими.

3. 2012 г. и до настоящего времени. Это период существенного ослабления защиты прав потребителей. Реальная практика показывает, что после усиления действенного проверочного контроля за качеством товаров для выполнения политической установки по предотвращению коррупции и реализации требования “максимальной либерализации бизнес-деятельности” в последние годы резко снизилось количество проверок государственными службами защиты прав потребителей и, соответственно, сократилось выявление случаев преступного нарушения прав потребителей.

Однако сегодня отечественная коррупция продолжает “бить все мировые рекорды” [23], а преступность в сфере нарушения прав потребителей и ее негативные последствия для населения постоянно растут. Даже на официальном уровне эта ситуация считается крайне неудовлетворительной. Так, в Концепции государственной политики в сфере защиты прав потребителей на период до 2020 года откровенно признается: “Потребители в Украине не защищены государством и законом вследствие декларативного характера провозглашенных прав и отсутствия механизмов их реализации и восстановления. Отсутствие целостной системы государственного надзора (контроля) приводит к возникновению конкурентных преимуществ для недобросовестного бизнеса. Таким образом, внутренний потребительский рынок более рискованный и опасный для потребителей, нарушения прав которых приобрели массовый характер. Большинство субъектов хозяйствования (производителей) теряют свою конкурентоспособность как внутри страны, так и на мировом рынке. Распространение на внутреннем рынке опасной продукции и продукции ненадлежащего качества становится все более угрожающим для здоровья и жизни населения” *.

Именно поэтому одними из важнейших задач Концепции являются: “гармонизация системы защиты прав потребителей в Украине с принципами, подходами и практиками ЕС; обеспечение конституционных гарантий безопасности и качества потребления; повышение эффективности системы защиты потребителей от опасной продукции, которая может причинить вред жизни, здоровью, имуществу потребителей, окружающей среде, в том числе путем повышения эффективности государственного рыночного надзора и т. д.” **.

Устранение неадекватной экономической ответственности бизнеса за нарушение прав потребителей на пути устранения основного противоречия. Важным направлением ликвидации антагонистических проявлений основного противоречия потребительского рынка является совершенствование системы адекватной ответственности бизнеса за безопасность товаров конечного потребления. В частности, это каса-

* 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 доступа : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/217-2017-%D1%80>.

** Там же.

ется оценки реальной способности существующей нормативно-экономической базы обеспечить адекватную ответственность бизнеса в случае мошенническо-фальсификаторского нарушения регламентированных нормативов и стандартов качества и безопасности реализуемых на рынке жизненных благ, последствия которых непосредственно влияют на состояние здоровья и продолжительность жизни человека.

Основные экономические санкции за конкретные случаи нарушения прав потребителей нормирует ст. 23 Закона Украины “О защите прав потребителей” *.

К древним способам обмана покупателей и заказчиков относятся: обмеривание, обвешивание, обсчитывание; современной же негативной практикой отработан еще более широкий спектр других, “новейших” способов обмана потребителей. В частности, речь идет о всех тех мошеннических способах фальсификации задекларированного потребительского качества, которые используются для реализации некачественных и опасных для жизни и здоровья потребителей товаров, прежде всего, продуктовой группы, а также напитков, в том числе спиртных. Это подтверждает структурный анализ писем-обращений граждан в Госпотребстандарт Украины, который показал, что “42% потребителей жалуются на некачественные или фальсифицированные товары, в первую очередь, продукты питания – мясо-молочные, хлебобулочные, кондитерские изделия, питьевую воду, а также алкогольные и табачные изделия” **.

Важно подчеркнуть, что *субъективная сторона преступлений*, связанных с нарушением права населения на потребление безопасной для здоровья и жизни продукции, характеризуется именно умышленной формой побудительных мотивов, которыми руководствуется субъект бизнеса, осуществляющий преступные действия, которыми определяется его вина. И это тогда, когда вследствие лоббистских усилий из Уголовного кодекса Украины была изъята ст. 225, согласно которой предусматривалась усиленная ответственность за рецидивные действия (то есть совершенные лицом, ранее судимым за обман покупателей или заказчиков), что наказывалось *штрафом от ста до пятисот необлагаемых налогом минимумов доходов граждан или ограничением свободы на срок до трех лет, с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью сроком до трех лет*. В порядке справки необходимо отметить, что в США денежным эквивалентом срока ограничения свободы на три года является сумма взысканий от 10 тыс. до 50 тыс. дол. Если сравнить, то в Украине указанному сроку заключения соответствует абсолютно мизерная, неадекватная сумма в гривнях, на сегодняшний день эквивалентная 325 дол. и по обменному курсу составляющая 500 определенных отечественным законодательством необлагаемых налогом минимумов доходов граждан!

Таким образом, можно сделать вывод, что экономическая ответственность бизнеса за нарушение прав потребителей, которая определена количеством “необлагаемых налогом минимумов доходов граждан”, является не только не адекватной нанесенным убыткам, но и вообще неприемлемой.

Необлагаемый налогом минимум доходов граждан, будучи законодательно утвержденным на уровне 17 грн. в 1995 г., до сих пор не пересматривался. И это несмотря на то, что за период с 1 октября 1995 г. по 1 декабря 2017 г. индекс инфляции цен потребительского рынка, а также курсовое соотношение гривни и доллара выросли более чем на порядок. Например, если на момент утверждения необлагаемого налогом минимума как базовой величины соотношение гривни и доллара

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

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

составляло 1,7:1,0, то сегодня оно превышает 26:1. Это показывает, что за 22-летний период инфляционное падение покупательной способности гривни достигло 15,3 раза, а сам необлагаемый налогом минимум реально снизился с эквивалентного уровня в 10 дол. до скудного эквивалента, сегодня не превышающего 65 центов.

Сказанное свидетельствует о том, что все законодательно закрепленные экономические санкции за проявления преступных нарушений прав потребителей, которые рассчитываются в нормативно определенном количестве “необлагаемых налогом минимумов доходов граждан”, сегодня являются абсолютно мизерными с экономической точки зрения адекватности действующих санкций, а потому неприемлемыми.

Проведенный анализ, прежде всего, позволяет сделать вывод о недопустимости дальнейшего использования необлагаемого налогом минимума доходов граждан как нормативно-базовой величины при определении объемов экономических санкций за преступное нарушение прав потребителей, поскольку в настоящее время их совокупные величины стоимости ничтожны.

Наше предложение по усилению адекватной экономической ответственности бизнеса заключается в необходимости максимально быстрого внедрения в отечественную практику *новой универсальной нормативно-базовой величины, которая бы являлась величиной фиксированного масштаба стоимости, определяемой на основе использования показателей доходной базы консолидированного государственного бюджета. Она должна быть фиксирована в гривневом измерении и действовать в течение текущего бюджетного года.*

Нормативно-базовую величину следует формировать на основе реализации трех основных принципов:

1) обеспечение инфляционной нейтральности масштабной величины стоимости показателя путем применения объективно качественной, научно обоснованной методики ее определения;

2) обеспечение социальной справедливости, что предполагает запрет дальнейшего использования в качестве нормативно-базовой величины существующих социально-экономических нормативов, таких, прежде всего, как минимальная заработная плата, черта малообеспеченности, прожиточный минимум, необлагаемый налогом минимум доходов граждан и др.;

3) лишение лоббистско-корпоративного интереса возможности его практической реализации путем корыстно мотивированного влияния на процесс объективно адекватного определения величины нормативно-базового показателя, а также недопущение его регулярного пересмотра.

Методика расчета нормативно-базовой величины предусматривает ее определение как одной миллиардной доли средней величины доходной части сводного бюджета Украины, взятого за три года, предшествующих году принятия бюджета на следующий бюджетный год.

Приведем примеры.

1. Если в 1995 г. доходная часть сводного бюджета Украины составляла 20689,9 грн., в 1996 г. — 30218,7 млрд., в 1997 г. — 28112,0 млрд. грн., то нормативно-базовая величина, утверждавшаяся на 1999 г., должна была равняться **26,3 грн.** (а не 17 грн.).

2. Если в 2007 г. доходная часть сводного бюджета Украины составляла 219936,5 млрд. грн., в 2008 г. — 297893,0 млрд., в 2009 г. — 272967,0 млрд. грн., то нормативно-базовая величина на 2011 г. должна была составлять **263,6 грн.** (а не 17 грн.).

3. Если в 2014 г. доходная часть сводного бюджета Украины составляла 456 млрд. грн., в 2015 г. — 652 млрд., в 2016 г. — 783 млрд. грн., то нормативно-базовая величина,

которая должна была бы утверждаться на 2018 г., устанавливалась бы на уровне **630 грн.** (а не 17 грн.).

Нормативно-базовая величина должна рассчитываться и утверждаться Верховною Радой Украины ежегодно вместе с утверждением Государственного бюджета Украины на следующий бюджетный год, в котором она будет применяться.

С целью адаптации субъектов рыночных отношений к новому уровню нормативно-базовой величины можно предусмотреть введение четырехлетнего переходного периода: в течение первого года должна действовать норма 25% величины нормативно-базовой стоимости, в течение второго года – 50%, в течение третьего года – 75%. И начиная с четвертого года будет действовать норма 100%.

Таким образом, предложенный механизм позволит ежегодно проводить индексацию нормативно-базовой величины с целью максимально полного и объективного учета существующей динамики инфляционного процесса и динамики роста (падения) ВВП и не допустит реального уменьшения стоимостной величины этого показателя до неприемлемого уровня.

Выводы

В условиях евроинтеграции Украина взяла на себя обязательства обеспечить высокий уровень защиты прав потребителей, прежде всего, ввести в отечественную практику действующие в ЕС высокие стандарты безопасности продукции, а также обеспечить адекватную экономическую, правовую и морально-этическую ответственность бизнеса за нарушение прав потребителей. Возникновение антагонистического противоречия отношений потребительского рынка связано с противоположностью интересов главных его субъектов: бизнесменов-производителей, бизнесменов-реализаторов – с одной стороны и населения, или конечных потребителей жизненных благ, – с другой, и обусловлено стремлением бизнеса к максимизации личных доходов любой ценой, даже в ущерб интересам населения, стремящегося удовлетворить личные потребности в потреблении безопасных для здоровья и жизни товаров и услуг.

Выполнение важной политической установки по максимальной либерализации бизнес-деятельности и предотвращению коррупции не должно осуществляться путем ослабления защиты прав отечественных потребителей и невыполнения контрольно-проверочной функции государства. В Украине политика государства должна быть направлена на внедрение евроинтеграционной концепции “абсолютной ответственности производителя” за качество и безопасность выпускаемой и реализуемой продукции.

На пути преодоления основного противоречия отношений потребительского рынка ведущая роль принадлежит механизму социально-экономической защиты прав потребителей, который представляет собой сложную систему взаимосвязанных экономических, социальных, правовых, организационных, организационно-экономических, организационно-социальных, социально-правовых, морально-этических мер, действий, рычагов, инструментов, экономических и правовых санкций, стимулов и общественных мотиваций. Такая задача осуществляется на различных институциональных уровнях и обеспечивает реализацию законодательно определенных прав субъектов конечного потребления на качественное и безопасное удовлетворение потребностей жизнедеятельности, необходимых не только для простого, но и для расширенного воспроизводства человека на индивидуально-семейном и общественном уровнях.

В Украине зафиксированы многочисленные проявления мошеннической фальсификации задекларированного потребительского качества товаров, прежде всего продуктовой группы, а также напитков, в том числе спиртных, что требует усиления

и обеспечения необратимости действия законодательно закрепленных экономических санкций за преступные нарушения прав потребителей. Нужно отказаться от практики определения величины штрафных санкций в нормативно установленном количестве “необлагаемых налогом минимумов доходов граждан”, поскольку в экономическом измерении эти взыскания абсолютно неадекватны, мизерны, следовательно, несопоставимы с теми убытками, которые наносятся потребителям. Именно поэтому дальнейшее использование необлагаемого налогом минимума доходов граждан в качестве базовой величины стоимости при определении объемов экономических санкций за преступное нарушение прав потребителей недопустимо.

Наше предложение заключается во внедрении в практику новой нормативно-базовой величины, которая оперативно реагирует на инфляцию и является величиной фиксированного масштаба стоимости, определяемой на основе показателей доходной базы консолидированного государственного бюджета, фиксирующейся в гривневом выражении и действующей в течение текущего бюджетного года.

Список использованной литературы

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 / Мале підприємництво 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. Потребитель – центральная фигура в рыночных отношениях // Экономика Украины. – 1996. – № 3. – С. 83–85.
17. Мазараки А.А., Лагутин В.Д. Внутренний рынок Украины в условиях дисбалансов между производством и потреблением // Экономика Украины. – 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 Corvaire 1960–1969 – “Опасен на любой скорости” [Электронный ресурс]. – Режим доступа : 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. Мандыбура 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. Мандыбура 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 Priorytety v Tranzytyvni 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 Vyrobnnytstva 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, Zavdanykh Pokuptsevi Vnaslidok Prydbannya Tovariv Nyz'koi Yakosti, v: Male Pidpryemnytstvo 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 Potrebiteleya?* [How to Protect Your Consumer Rights?]. Kharkov, Odissei, 2005 [in Russian].

16. Martsin V. *Potrebitel' – tsentral'naya figura v rynochnykh otnosheniyakh* [The consumer is a central figure in market relations]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, 1996, No. 3, pp. 83–85 [in Russian].

17. Mazaraki A.A., Lagutin V.D. *Vnutrennii rynek Ukrainy v usloviyakh dysbalansov mezhdru proizvodstvom i potrebleniem* [Ukraine's internal market under conditions of disbalances between production and consumption]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, 2016, No. 4, pp. 4–18 [in Russian].

18. Dunning T.J. *Trades' Unions and Strikes*. London, Quarterly Reviewer, 1860, pp. 35–36.

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

20. Klyushnichenko S. *Chevrolet Corvair 1960–1969 – “Opasen na lyuboi skorosti”* [Chevrolet Corvair 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].

*Статья поступила в редакцию 21 ноября 2017 г.
The article was received by the Editorial staff on November 21, 2017.*