

НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ
СТРАТЕГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

К. І. АНТОНЮК

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ СПОЖИВАННЯ
В УКРАЇНІ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ:
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ
ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ**

Монографія



Київ – 2020

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ
СТРАТЕГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

К. І. АНТОНЮК

**ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ СПОЖИВАННЯ
В УКРАЇНІ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ:
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ
ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ**

Монографія

Київ – 2020

*Рекомендовано до друку Вченою радою Національного інституту стратегічних досліджень
(протокол № 3 від «17» червня 2020 р.)*

Науковий редактор:

Собкевич О. В. доктор економічних наук, професор, завідувач відділу секторальної економіки центру економічних та соціальних досліджень Національного інституту стратегічних досліджень.

Рецензенти:

Васильців Т. Г. доктор економічних наук, професор, завідувач відділу проблем соціально-гуманітарного розвитку регіонів, ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України»;

Ляш О. І. доктор економічних наук, професор, проректор з наукової та міжнародної діяльності Міжнародного університету фінансів;

Коваль О. П. доктор економічних наук, доцент, с. н. с., головний консультант відділу соціальної стратегії центру економічних та соціальних досліджень Національного інституту стратегічних досліджень.

Антонюк К. І.

A72

Забезпечення безпеки споживання в Україні в процесі євроінтеграції: теоретико-методологічні основи та прикладні аспекти : монографія / К. І. Антонюк. – Запоріжжя : ФОП Мокшанов В. В., 2020. – 452 с.
ISBN 978-617-7520-71-8

Монографія присвячена теоретико-методологічним основам і механізмам забезпечення безпеки споживання в Україні в процесі євроінтеграції. Висвітлено теоретичні та прикладні аспекти зміцнення безпеки споживання товарів і послуг у системі економічної безпеки держави з використанням розробленого методологічного апарату дослідження. На основі обґрунтування індикаторів безпечного споживання, структурно-компонентного аналізу та об'єктно-суб'єктної характеристики інструментів убезпечення споживання товарів і послуг проведено аналіз сучасного стану забезпечення безпеки споживання в Україні та країнах ЄС. Розглянуто інституціональний базис та передумови зміцнення безпеки споживання в Україні на сучасному етапі євроінтеграції. Запропоновано методологічні підходи до моделювання процесу зміцнення безпеки споживання в динамічному вимірі. Обґрунтовано напрями імплементації безпекових імперативів споживання в підприємницьку діяльність шляхом модернізації систем менеджменту якості підприємств, імплементації європейських практик технічного регулювання, модернізації діяльності ринкових посередників, убезпечення споживання в електронній торгівлі в Україні.

Призначена для науковців, фахівців, державних службовців, студентів і викладачів, які займаються проблемами безпекознавства, споживання та соціально-економічного розвитку України.

УДК 339.92(477):330.567.2:351.863

ISBN 978-617-7520-71-8

© К. І. Антонюк, 2020

© Національний інститут стратегічних досліджень, 2020

ЗМІСТ

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ	5
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ БЕЗПЕКИ СПОЖИВАННЯ В ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	13
1.1. Трансформація категорії «безпека споживання» в умовах гло- балізації	13
1.2. Застосування положень теорії безпекознавства в ідентифіка- ції системно-процесних характеристик безпеки споживання ...	37
1.3. Концептуалізація методології дослідження безпеки спожив- вання в умовах євроінтеграції	60
1.4. Теоретико-методичні підходи до формування множини інди- каторів безпечного споживання на основі методик аналізу якості життя	70
Висновки до розділу 1	85
РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ СПОЖИВАННЯ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ	90
2.1. Взаємообумовленість безпеки споживання з глобальними Ці- лями сталого розвитку	90
2.2. Нормативно-правові засади убезпечення споживання на су- часному етапі євроінтеграції України	111
2.3. Структурно-компонентний аналіз безпеки споживання в Україні в глобальному вимірі	131
2.4. Компаративний аналіз об'єктно-суб'єктних характеристик інститутів безпеки споживання в ЄС та Україні	155
Висновки до розділу 2	173
РОЗДІЛ 3. МЕТОДОЛОГІЯ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ЗМІЦНЕННЯ БЕЗПЕКИ СПОЖИВАННЯ В УКРАЇНІ В ДИНАМІЧНОМУ ВИМІРІ	176
3.1. Теоретико-методологічні підходи до ідентифікації та оціню- вання загроз безпеці споживання	176
3.2. Системно-динамічне моделювання причинно-наслідкових зв'язків безпеки споживання в умовах глобальних викликів	192
3.3. Обґрунтування безпекових параметрів процесу споживання товарів (послуг)	201
3.4. Процесні особливості поведінкової моделі безпеки споживання	225
Висновки до розділу 3	249

РОЗДІЛ 4. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ БЕЗПЕКОВИХ ІМПЕРАТИВ СПОЖИВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	252
4.1. Модернізація засадничих принципів підприємницької діяль- ності на засадах безпеки споживання в умовах глобальної економіки	252
4.2. Напрями імплементації європейських практик технічного ре- гулювання товарів в Україні	274
4.3. Модернізація діяльності ринкових посередників з орієнтацією на безпеку споживання	282
4.4. Пріоритети та засоби забезпечення споживання товарів (пос- луг) в електронній торгівлі	291
4.5. Концептуалізація механізмів забезпечення безпеки спожи- вання в Україні	310
Висновки до розділу 4	322
ВИСНОВКИ	326
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	333
ДОДАТКИ	376

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ

- БС – безпека споживання
ВНД – валовий національний дохід
ВРД – валовий регіональний продукт
ЕЦП – електронний цифровий підпис
ЄБА – Європейська бізнес-асоціація
ЄС – Європейський Союз
КСВ – корпоративна соціальна відповідальність
МІП – маркетингова інфраструктура підприємництва
МОП – Міжнародна організація праці
НТП – науково-технічний прогрес
ОЕСР – Організація економічного співробітництва та розвитку
ПІІ – прямі іноземні інвестиції
ПКС – паритет купівельної спроможності
РЕЧВ – ресурсоефективне та чисте виробництво
РІЛР – регіональний індекс людського розвитку
СБС – система безпеки споживання
СДМ – системно-динамічне моделювання
СОТ – Світова організація торгівлі
СЗБС – система забезпечення безпеки споживання
СРГ – соціальне ринкове господарство
СУЯ – система управління якістю
ТНК – транснаціональна корпорація
ЦСР – Цілі сталого розвитку
СЕ (Conformité Européenne) – європейська відповідність
СМУ (Circular Material Use) – циркулярне використання матеріалів
ДМС (Domestic Material Consumption) – внутрішнє споживання матеріалів
GIC (Gross Inland Energy Consumption) – валове внутрішнього споживання енергії
TQM (Total Quality Management) – загальне управління якістю

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку глобальної економіки важливо пом'якшити залежність між соціально-економічним зростанням і деградацією навколишнього середовища внаслідок інтернаціоналізації виробництва та споживання товарів і послуг, які в Україні, за оцінками Програми розвитку ООН, досягає 75% загального впливу на довкілля та 60% супутніх споживчих витрат [1]. Трансформація усталених підходів до споживання набуває актуальності з економічного погляду і водночас сприяє зменшенню ризиків для здоров'я людини та поліпшенню якості життя. Зміна парадигми суспільства споживання на концепцію сталого розвитку є важливою методологічною проблемою на сучасному етапі євроінтеграції через поглиблення відкритості суспільства та суб'єктів господарювання до зовнішніх викликів. Одним з проявів зростаючих глобальних впливів стала пандемія COVID-19, виникнення якої обумовлено зокрема недотриманням і незабезпеченням споживачами, виробниками та державою умов безпеки споживання.

Поряд із глобальними проблемами споживання, для нашої країни актуалізується завдання подолання внутрішньосистемних соціально-економічних і політико-суспільних загроз. Значна частина населення неспроможна купувати якісні товари (послуги) через матеріальну незабезпеченість та відсутність на ринку відповідної пропозиції, унаслідок чого третина захворювань пов'язана із споживанням неякісних і шкідливих продуктів, а також з негативним впливом на довкілля товарів, матеріалів, виробів, приладів [2]. Спостерігається щорічне зростання рівня споживчих витрат домогосподарствами України, зокрема на продукти харчування, що становило у 2018 р. 47,7% від загальних сукупних витрат українських родин [3]. Упродовж 2013–2018 рр. домогосподарства України знизили рівень споживання майже всіх продуктів харчування.

Обраний євроінтеграційний вектор створив передумови для реформ у різних галузях, секторах і сферах економіки, визначених положеннями Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом [4]. З метою досягнення високих стандартів споживання країн-членів ЄС органи державного управління мають зосередити увагу на потребах споживачів, посиленні відповідальності виробників і продавців за безпечність товарів (послуг), вивченні рівня задоволеності споживачів та поширенні інформації у суспільстві [5, с. 56]. Особлива увага має приді-

лятися безпеці життя та здоров'я людини, що потребує забезпечення безпеки довкілля, доступу до якісної питної води, безпеки продуктів харчування та промислових товарів.

Забезпечення сталого розвитку як обов'язкової передумови економіки знань потребує перебудови теоретико-методологічних засад споживання, виробництва та державного управління, інтереси суб'єктів яких є суперечливими. З одного боку, підприємства в умовах нестабільності довкілля, невизначеності та масштабності інформаційних потоків під час прийняття рішень мотивовані на досягнення коротко- та середньострокових цілей, хоча саме в довгостроковому періоді повинні розроблятися, виконуватися та коригуватися цілі і завдання розвитку. З іншого боку, мотивація забезпечення суспільного добробуту з боку індивідів і держави нівелюється впливом короткострокових кон'юнктурних чинників та соціально-економічних, політико-суспільних кризових явищ. Функція держави із стимулювання ділової активності не виконується ефективно, а, отже, не забезпечує формування досконалих інститутів організаційного, економічного та екологічного середовища. На цей час ще не визначені чіткі суспільно визнані цільові орієнтири та обмеження підприємницької діяльності в контексті відносин із кінцевими споживачами товарів і послуг. Унаслідок цього економічні агенти, суспільство й органи державного управління та місцевого самоврядування не здатні до інтеграції зусиль і ресурсів для створення базису політики розумного споживання і гармонізації інтересів бізнесу та споживачів.

Саме тому загальнодержавна політика для досягнення стратегічних програмних цілей сталого розвитку має поєднуватися із задоволенням базових потреб людини та безпекою споживання товарів (робіт, послуг).

Актуальність зазначеної проблеми підтверджується інтересом до неї світової наукової спільноти (наприклад, члени Римського клубу наголошують на необхідності проходження світом швидкої та фундаментальної трансформації систем виробництва і споживання для досягнення цілей Паризької угоди [6]), країн-лідерів (прикладом є проголошення Китаєм курсу на будівництво «екологічної цивілізації», зокрема розвитку альтернативної енергетики, що було зафіксовано в конституції КНР і вже знайшло відображення в планах на 2016–2020 рр. [7]), міжнародних і транснаціональних корпорацій, наднаціональних, мегарегіональних, глобальних організацій. Забезпечення сталого споживання та вироб-

ництва визначено однією з сімнадцяти Глобальних цілей сталого розвитку ООН [8]. Убезпечення споживання потрібно розглядати в межах таких цілей: забезпечення міцного здоров'я і благополуччя, сталого розвитку міст і громад; збереження морських ресурсів; захист та відновлення екосистем суші; пом'якшення наслідків зміни клімату тощо.

Споживання товарів і послуг залишається міждисциплінарною сферою досліджень економістів, філософів, психологів, соціологів, екологів на основі використання специфічного наукового інструментарію. У розвинених країнах активно досліджуються проблеми відповідального, розумного, сталого споживання і виробництва (Дж. Гонтелес, Т. Джексон, Ф. Капра, Л. Мікаеліс, Д. Федріго), соціологічні та психоемоційні чинники споживання (Е. Данн, М. Нортон, С. Любомірські). Значний внесок у дослідження зроблений вітчизняними вченими (О. Грішнова, А. Котенко, А. Колот, О. Мельниченко, Л. Погоріла, Т. Сальтевська).

Проте науковцями ще не сформульовано єдине визначення категорії «безпека споживання», яка переважно трактується як «безпечність товарів (послуг)». Залишаються недостатньо обґрунтованими і чітко окресленими сутнісні системно-процесні характеристики, приховані і безпосередні структурні взаємозв'язки безпеки споживання, причинно-наслідкові аспекти цього процесу та напрями розв'язання породжених системних проблем. Викладене доводить актуальність наукового обґрунтування теоретико-методологічних засад зміцнення безпеки споживання в умовах євроінтеграційного процесу на основі формування категоріального апарату, визначення структурно-сутнісних характеристик і концептуальних засад методології її забезпечення в глобальному середовищі.

Метою монографії визначено дослідження стану та обґрунтування теоретико-методологічних засад і механізмів забезпечення безпеки споживання в Україні в процесі євроінтеграції.

Об'єкт дослідження: дослідження та забезпечення безпеки споживання товарів (послуг) на різних рівнях ієрархії управління в системі економічної безпеки держави.

Предмет дослідження: теоретико-методологічні основи дослідження безпеки споживання товарів (послуг) та обґрунтування концептуальних засад методології й стратегічних пріоритетів і засобів її зміцнення в умовах глобальних викликів.

Для досягнення поставленої мети визначені та вирішені такі завдання:

- розкрити сутнісні характеристики безпеки споживання товарів і послуг;
- дослідити особливості трансформації категорії «безпека споживання товарів (послуг)» в умовах глобальної економіки;
- розробити методологічні засади дослідження безпеки споживання товарів (послуг) у системі економічної безпеки держави;
- провести структурно-компонентний аналіз безпеки споживання товарів і послуг;
- виявити домінантні передумови зміцнення економічної безпеки суб'єктів господарювання через забезпечення споживання;
- обґрунтувати напрями модернізації систем менеджменту якості підприємств на принципах безпеки споживання;
- розробити механізми декларування відповідності товарів вимогам технічних регламентів на внутрішньому та зовнішньому ринках у контексті безпеки споживання;
- обґрунтувати теоретико-методичні основи розвитку інституціонального базису забезпечення споживання товарів і послуг.

У першому розділі монографії «Теоретико-методологічні засади дослідження безпеки споживання в глобальному середовищі» досліджено зміну сутності та значення безпеки споживання товарів і послуг на різних етапах глобалізації, проаналізовано роль та місце безпеки споживання в економічній безпеці держави та суб'єктів господарювання, встановлено її зв'язок із продовольчою, екологічною, інформаційною безпекою. Запропонована типологізація та визначено особливості безпеки індивідуального, організаційного, регіонального, державного, міжнародного споживання товарів і послуг, встановлено взаємозв'язок категорій «розумне» – «стале» – «відповідальне» – «екологічне» – «безпечне» споживання. Розглянуто заходи забезпечення безпеки споживання як засобу переходу від суспільства споживання до інформаційного суспільства на інноваційних засадах розвитку, окреслено теоретичні основи забезпечення безпеки споживання товарів і послуг у системі економічної безпеки держави. У розділі запропонована структурно-логічна схема дослідження безпеки споживання, обґрунтовано використання сукупності теоретичних положень, методів, підходів, а також формування методології дослідження поведінки споживача з урахуванням екологічної, індивідуальної, організаційної компонент безпеки

споживання; досліджено ступінь перехресного впливу параметрів якості життя та безпеки споживання (добробут, культура споживання, споживчий кошик тощо).

Другий розділ «Передумови забезпечення безпеки споживання в процесі євроінтеграції України» містить результати інституціонального аналізу програмних документів ЄС та України у сфері безпеки споживання, на основі якого встановлені інституціональні перешкоди убезпечення споживання на сучасному етапі європейської інтеграції України. Встановлено взаємозв'язок безпеки споживання з глобальними цілями сталого розвитку, а також особливості реалізації відповідних завдань у нашій країні та ЄС. Досліджено кількісні та якісні характеристики структури, обсягів споживання, масштабів і наслідків негативного впливу споживання товарів і послуг на довкілля, ризики для безпеки споживання, а також чинники впливу на безпеку споживання в коротко- та довгостроковій перспективі в країнах-членах ЄС і в Україні.

У третьому розділі монографії «Методологія моделювання процесу зміцнення безпеки споживання в Україні в динамічному вимірі» встановлено та проранговано ризики і загрози за окремими функціональними складниками безпеки споживання (соціальний, економічний, охорони довкілля, продовольчий, зовнішньоекономічний та науково-технологічний), для кожного з яких запропоновано відповідні ідентифікатори. На основі цього проаналізовано зміну рівня безпеки споживання в динаміці за допомогою методу таксономії, розроблено системно-динамічну модель причинно-наслідкових зв'язків безпеки споживання в умовах глобальних викликів, яка дає змогу встановлювати зміни потреби в споживанні залежно від сукупності чинників впливу, дохідних і поведінкових параметрів споживання, виробництва та розподілу, охорони довкілля у зіставленні з безпечним рівнем споживання. Для визначення споживчих мотивацій, чинників впливу на прийняття рішення про покупку, критеріїв вибору товару (послуги) та загроз споживання викладено результати дослідження поведінки споживачів на матеріалах окремого регіону (Запорізької області). Заключним у третьому розділі монографії є розроблення моделі безпечного споживання індивідуального та корпоративного споживача з ідентифікацією чинників впливу, етапів споживчого вибору та процесу прийняття рішення.

У четвертому розділі «Імплементация безпекових імперативів споживання в підприємницьку діяльність в Україні на сучасному етапі єв-

роінтеграції» досліджено світовий і вітчизняний досвід застосування сучасних ефективних механізмів забезпечення виробництва та споживання товарів відповідно до вимог сталого, ресурсоефективного та чистого виробництва (РЕЧВ). Визначено вплив маркетингу на безпеку споживання товарів (послуг), зокрема в межах деструктивного, відповідального, глобального маркетингу. За результатами соціологічних досліджень обґрунтовано напрями модернізації модулів системи менеджменту якості та доведено доцільність формування організаційно-економічного механізму декларування відповідності продукції вимогам технічних регламентів в умовах імплементації в Україні європейської моделі технічного регулювання. Вагома частина розділу присвячена забезпеченню споживання в умовах електронної торгівлі з урахуванням європейського інституціонального базису та практик. З урахуванням цього запропоновано інструментарій гармонізації інтересів держави, суспільства та підприємництва на засадах забезпечення споживання.

Результати дослідження важливі для соціально-економічного розвитку країни та забезпечення її економічної безпеки, а саме сприятимуть: поширенню культури безпечного споживання, підвищенню рівня якості життя, а отже, виконуватимуть культурно-освітню й інформаційну функції; підвищенню рівня інформованості громадськості щодо захисту прав споживачів, поліпшенню взаємодії з державою і підприємництвом, вихованню громадської свідомості; створенню умов для дотримання суб'єктами реального сектору економіки концептуальних положень і принципів безпеки споживання; удосконаленню інституціонального базису гармонізації довгострокових інтересів споживачів, підприємництва та держави; розробленню практичних рекомендації щодо адаптації інфраструктури підприємництва до вимог безпеки споживання; формуванню зовнішньоекономічного вектора розвитку у процесі мегарегіональної інтеграції через виробництво і реалізацію екологічної та безпечної продукції, виробленої на основі гармонізованої з європейською системи технічного регулювання.

Видання орієнтоване на широке коло дослідників безпекознавства, управлінців, законодавців, викладачів вищих навчальних закладів і бізнес-шкіл, студентів, аспірантів, докторантів, громадських діячів та політиків.

Автор висловлює подяку професорам З. С. Варналію, Т. Г. Васильціву, Я. О. Жаліло, О. І. Іляш, О. П. Ковалю, В. В. Химинцю, співробітникам НІСД за змістовні поради під час підготовки та написання моногра-

фії. Щира подяка проф. О. В. Собкевич за довіру та підтримку на всіх етапах дослідження. Нескінченна вдячність проф. А. І. Мокію за надихання на наукових пошук, живий інтерес до роботи, слушні рекомендації та повсякчасне розуміння. Слова любові та вдячності за віру, терпіння та порозуміння моїй родині (синам під невтомним піклуванням бабусь та дідусів) і коханому чоловікові за всебічну і неоціненну турботу.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ БЕЗПЕКИ СПОЖИВАННЯ В ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

1.1. Трансформація категорії «безпека споживання» в умовах глобалізації

Проблему споживання досліджують економісти, філософи, політологи, соціологи, психологи, екологи, медики, товаровознавці, які використовують специфічну наукову базу, понятійний апарат та методологічні підходи.

Спочатку споживання розглядалося лише економічною наукою як передумова досягнення цілей виробництва. Пізніше були закладені основи соціологічного підходу до індивідуального споживання. Варто зазначити, що тісний взаємозв'язок і взаємозалежність як категоріального апарату, так і наукових шкіл, які їх досліджують, обумовлюють віднесення різними науковцями робіт певних авторів до різних напрямів наукової думки (наприклад, тематичні роботи К. Маркса, Т. Веблена, Ж. Бодіяра та інших відносять до політичної економії, соціології, філософії).

Процес споживання, зокрема особистого, завжди перебував у фокусі дослідження політичної економії та економічної теорії. У цьому аспекті його можна розглядати як кінцеву стадію суспільного відтворення, пов'язану зі знищенням або переробленням продукту, а також задоволенням існуючої та появою нової потреби [9, с. 11; 10; 11]. У деяких вітчизняних та більшості англомовних зарубіжних публікацій розкривається значення споживання без посилання на необхідність задоволення потреб [12; 13]. На наш погляд, це дещо звужує сутність поняття, розмежовуючи виробництво та споживання, а отже, сприяє виникненню нових або загостренню існуючих суперечностей. Адже недаремно українські дослідники, зокрема В. Марцин [10], зазначають, що «проблема споживача в цілому, його місця в ринкових відносинах, захист його прав має одночасно економічний, соціальний і політичний аспекти» (рис. 1.1).

Т. Сальтевська вважає, що споживання «формує соціально-економічну основу створення людського потенціалу, творчої особистості» [9, с. 6], породжуючи мотивацію до праці, підвищуючи рівень та якість життя. У цілому, погоджуючись з важливістю взаємозв'язку «споживання – виробництво», зазначимо, що у безпеці споживання на

сучасному етапі розвитку суспільства визначальну роль відіграє обмін, а саме можливість впливати на вибір через комунікації.



Рис 1.1. Сутнісні характеристики категорії «безпека споживання»
Розроблено автором.

Дослідження споживання залежно від характеру задоволення потреб (виробничі і невиробничі) доводить, що найбільш незахищеним, а отже, й загрозливим є особисте споживання, оскільки процеси прийняття рішень у виробничому та суспільному споживанні більш регламентовані та раціональні, і відповідно піддаються кращій організації та контролю. До того ж, для будь-якого виду споживання кінцеве рішення приймає конкретна особа (група осіб), тобто певною мірою особисте споживання можна вважати первинним щодо інших, а його цілі – основою будь-якої економічної діяльності.

На цей час, коли людина прагне сама визначити основні моменти споживання, ґрунтуючись уже більше не на природному, а на штучно створеному нею середовищі, мова йде про перехід від первинних потреб, пов'язаних з фізичним станом, до інтелектуальних і духовних [14, с. 196; 15, с. 14; 16, с. 42; 17, с. 25].

С. Тютюннікова та Т. Сальтевська висувають гіпотезу, що зміна особистого споживання відбувається як у загальносвітовому масштабі, так і в межах трансформаційної економіки [17, с. 26]. Можна погодитися, що споживання «...має свої особливості на кожному історичному етапі розвитку. В суспільстві змінюються не тільки цілі особистого споживання, але й характер його взаємодії з потребами і виробництвом. З розвитком зв'язок між ними слабшає, проявом чого були кризи перевиробництва, голод, обмеження споживання на користь заощадження» [18, с. 34].

Розглядаючи безпеку споживання у контексті задоволення потреб людини відповідно до її культурного рівня, ми підтримуємо В. Марціна [10], який зараховує безпеку до базових чинників споживчого вибору. Втім, не можемо погодитися із твердженням М. Бутка, А. Неживенко, Т. Пепа, що безпека – це насамперед спокій, що приносить послуга або товар, на які можна покластися; міцність, надійність, гарантії часу експлуатації продукту [19]. Зараз споживачеві не варто зупинятися лише на ознаці безпеки товару чи послуги, а необхідно враховувати безпечність споживання взагалі за критеріальними ознаками впливу на здоров'я, довкілля, майбутній розвиток.

Зрозуміти трансформаційні процеси у культурній та економічній свідомості й поведінці як індивіда, так і всього суспільства на основі систематизованих знань дає змогу соціологія споживання [20]. На сучасному етапі соціологія споживання розвивається у двох напрямках, один з яких ґрунтується на економічних засадах, а інший розглядає споживання, застосовуючи семіотичний, історичний, етнографічний аналіз для вивчення символічної сутності споживання [21, с. 35]. Об'єктом дослідження економічної соціології є не процес технологічного (виробничого) споживання, а споживання приватних осіб, у якому акт купівлі та акт споживання розглядаються з погляду на стереотипи поведінки споживачів як єдиного цілого [22, с. 14].

Визначення стилів поведінки в процесі споживання є характерним як для соціології, так і для психології. Нові форми та моделі споживання, які здебільшого базуються на індивідуальних мотиваційних чинниках, також залежать від зовнішніх соціальних умов (соціально-економічних, культурних, політичних), які домінують у суспільстві. Так, у США і Західній Європі інтерес виробників до психології поведінки споживачів, їх методів оцінювання товару і процедур вибору виник в умовах загострення конкуренції, насичення ринків однотипними то-

варами внаслідок широкого використання масового маркетингу [23, с. 38]. Отже, психологія розглядає споживання в межах інструментів та механізмів впливу на поведінку споживача (вибір за певними ознаками товару: колір, форма, розмір, запах тощо; вплив реклами) [24].

Особливості споживання в контексті впливу на довкілля досліджує екологія. Поняття «екологізація споживання» означає процес екологічного вдосконалення сфери споживання виробів і послуг, при цьому ключовим чинником є екологічно орієнтований попит [25].

Марнотратство в західному суспільстві споживання [26], яке поширюється глобалізацією, призвело до посилення антропогенного навантаження на навколишнє середовище, підвівши людство до катастрофи: екологічний баланс зруйнований і відбуваються необоротні процеси [27, с. 131]. Показовим у цьому аспекті є використання поняття «footprint» – екологічного сліду, яке демонструє масштаб і наслідки діяльності людини для довкілля. Із посиленням екологічної кризи головною метою споживання має стати виживання людини як виду, що включає і задоволення базових потреб, і розвиток, оскільки для людства важливе фізичне виживання і високий рівень науки, культури і свідомості людини для здійснення необхідних перетворень для забезпечення балансу природи та людини [17, с. 26].

За І. Єфимчуком, джерелом розвитку залишається конфлікт між природою і людським середовищем, але тепер цей розвиток здійснюється під дією «не ззовні, а зсередини, породженою волею і діяльністю самої людини, а також функціонуванням створених нею інститутів суспільства» [28, с. 145].

Проблема споживання посідає важливе місце в філософських пошуках, а регулювання процесу споживання потребує дослідження теоретико-методологічних підвалин споживчих механізмів як соціального явища та самостійної наукової проблеми в межах філософії безпеки споживання. Разом із зростанням пропозиції високотехнологічних товарів (послуг) підвищуються ризики та загрози невідповідності технічних параметрів і шкідливості впливу на людину та довкілля.

На думку О. Добридень, споживацькі трансформації в Україні перейшли в стадію «безповоротності», оскільки, з одного боку, пов'язані з приватними інтересами, а з іншого – зі стандартизацією культури споживання та згасанням інтересу до критичного аналізу першооснов буття у пересічних громадян [29, с. 158–159]. Таке твердження викликає занепокоєння щодо загроз безпеці не лише споживання, а й національ-

ній безпеці взагалі, втім, на нашу думку, потребує детальнішого дослідження. Доцільно погодитися із тезою автора, що система споживання, заснована лише на економічних і політичних засадах, є вкрай негативною для окремої особистості, а недосконалість інституціонального базису споживання щодо врахування впливу новітніх технологій призводить лише до формального інспектування цього процесу [29, с. 165; 30, с. 130]. Доречним також вважаємо зауваження автора, що базові елементи процесу споживання потрібно розглядати в контексті впливу на біофізіологію та психологію людини [31, с. 84]. Проте, на нашу думку, запропоновані аспекти споживчої діяльності (світоглядно-символічний, релігійний, культурний, демографічний, харчовий, медичний, екологічний, побутовий, електропобутовий, будівельний) варто узагальнити задля комплексного вирішення сучасних проблем, зокрема – забезпечення безпеки споживання.

Дослідження процесу споживання актуалізувалося з розвитком та поширенням суспільства споживання, яке перетворює людину на споживача, який не замислюється про необхідність забезпечення сталого розвитку і збереження життя на планеті. Кризові явища особистого споживання виявляються у розпаді усталених зв'язків між потребами, виробництвом і споживанням, у глибокій інституціалізації та перетворенні споживання на важливий фактор економічного зростання, логічним наслідком чого стає формування перманентно незадоволеного споживчого попиту [18, с. 49].

Серед негативних характеристик суспільства споживання найбільше на безпеку споживання впливають такі: споживач потрапляє у залежність від реклами та норм суспільства споживання; суспільство споживання призводить до посилення деградації навколишнього середовища; відбувається маніпулювання споживачами і формування штучних потреб (зокрема з боку ТНК), які можуть і не відповідати особливостям споживання в кожній конкретній країні; надання надмірного значення споживанню призводить до споживацтва, коли споживання стає кінцевою метою і сенсом існування, перетворюється на сферу самовираження людини [26; 32, с. 56].

У роботі Т. Сальтевської [18, с. 57], з погляду на важливість забезпечення, визначені такі позитивні моменти суспільства споживання: на базі високих соціальних стандартів зростають вимоги споживачів стосовно екологічності продукції; як зріла стадія розвитку ринкової економіки споживання має розвинений законодавчий базис. Проте та-

ка логіка мислення є суперечливою, особливо в умовах нашої країни з її перманентно нестабільним політичним, економічним і соціальним становищем. Т. Сальтевська зазначає, що альтернативою суспільства споживання має стати суспільство соціально відповідального споживання, для якого характерним є обмежене, раціональне споживання з мотивом відповідальності перед майбутніми поколіннями. У праці [17, с. 26] на противагу суспільству споживання запропоновано нову модель – ціннісно-раціонального споживання, яке спрямоване на задоволення розумних потреб, відображає цінності єдиного цілісного організму – людини і природи та може бути сформоване в умовах соціального ринкового господарства (СРГ). Цей підхід варто визнати нереалістичним, адже ймовірнішим в умовах України, на наш погляд, є поетапне забезпечення зазначених у праці [17] ознак СРГ, що сприятиме його формуванню. Також важко погодитись із запропонованими твердженнями, оскільки споживання все одно залишається ключовою категорією в процесі людської життєдіяльності та розвитку. До того ж поняття «відповідальність» передбачає зовнішні обмеження, рамки, необхідність відповідати, що не завжди сприймається як стимул розвитку. Натомість, споживання в умовах сталого розвитку скоріше може сприйматися як бажання поліпшити умови існування для себе та майбутніх поколінь.

Д. Фредріго і Дж. Гонтелес наголошують, що «перехід до схем стійкого споживання та виробництва має означати більше, ніж просто дозвіл споживачам купувати продукти, які є трохи стійкішими. «Безумство зростання» настільки характерне для економіки матеріального споживача, що затьмарює будь-яку стійкість, перевагу від таких «стійких закупівель споживачів». На цьому тлі ми повертаємось до дискусій про позитивність зростання, про актуальність та необхідність проведення політики заохочення «зменшуючої» («degrowth») або «стабільної» («steady-state») економіки для заміни нестабільних припущень, які були збудовані, виточені та закріплені протягом останніх 200 років (а саме: заохочення споживання як засобу стимулювання економіки та підтримки виробництва), для знаходження перспективних рішень у XXI ст. і пізніше» [33, с. 11; 34, с. 2].

Варто зазначити, що у роботі Т. Сальтевської [9, с. 14] доведено, що в сучасних умовах для людства ускладнюється проблема безпеки на тлі нестабільності, зростання кількості та різноманітності загроз у житті суспільства, відбувається видозміна як самого поняття безпеки, так

і зміщення акцентів у його актуалізації. При цьому в ієрархії людських потреб задоволення базових потреб стає невід'ємним від безпеки процесу споживання, вагомим складником якої є безпека харчування. У споживанні продуктів харчування зростають ризики й актуалізується значення безпеки через дефіцит продовольчих ресурсів, поширення захворювань, спричинених харчовими отруєннями і неякісними продуктами. Не лише під час споживання продуктів харчування збільшуються ризики для людини, а й під час споживання інформаційних, розважальних, туристичних послуг через загрози маніпулювання свідомістю людей, зростаючої нестабільності та тероризму.

Сучасний етап розвитку глобальної економіки сприяє формуванню нових моделей споживання. Прямо та опосередковано через споживання глобалізація впливає на рівень і якість життя населення та стан довкілля, обумовлює важливість дослідження нових можливостей розвитку, які породжує економічна інтеграція. Особисте споживання в умовах глобалізації перестає визначатися суто ринковою доцільністю і раціональністю, а на ухвалення економічних рішень істотно впливають соціальні і гуманітарні чинники.

Різноманітні аспекти впливу глобалізації на споживання розглядали Е. Азроянц, З. Бауман, О. Белорус, А. Бузгалін, Г. Задорожний, В. Іноземцев, В. Ільїн, Н. Косолапов, Ю. Павленко, О. Панарін, Дж. Сорос, С. Тютюнникова, А. Філіпенко, М. Чешков, Е. Елвін та інші. Узагальнення досліджень надають підстави стверджувати, що глобалізація сприяє розв'язанню проблем розвитку людства на метарівні системної ієрархії. Проте, з іншого боку, позитивний ефект від глобалізації у різних країнах неоднаковий, що створює додаткові загрози економічній безпеці держави, у тому числі безпеці споживання. Зокрема, для України додаткові загрози безпеці споживання через глобалізацію можуть виникнути внаслідок:

- соціальної та економічної нестабільності, що перешкоджає гармонійному розвитку громадян, насамперед через загрози безпеці споживання [18, с. 96; 35];

- низької платоспроможності населення, для значної частини якого споживання є лише засобом задоволенням базових потреб, при цьому недостатнє й неповноцінне харчування призводить до втрати здоров'я та зниження тривалості життя;

- надмірного нераціонального імпорту продукції, забороненої в розвинених через негативний вплив на екологію та здоров'я.

Проводячи паралель з результатами дослідження [36, с. 37], для України можна передбачити загрозу «...перетворення вітчизняного суспільства на суспільство загального ризику, де розмивається і втрачає свій первинний сенс така базова характеристика способу життя як особиста безпека».

Доречно дослідити вплив глобалізаційних процесів на зміну сутності та моделей споживання, зокрема формування й еволюцію категорії «безпека споживання». Для цього важливо урахувати зміни технологічних укладів, підходів до встановлення ринкових цілей підприємств, концепцій виробництва, які в процесі суспільного відтворення покликані щонайменше задовольняти (або й формувати нові) потреби споживачів. Такий аналіз вбачаємо за доцільне провести в контексті розвитку концепцій маркетингу як функції або філософії діяльності підприємства, спрямованої на задоволення потреб споживачів (табл. 1.1).

До закономірностей процесу еволюції виробництва, споживання та ринкових відносин, на думку О. Олєфіренко, належить те, що зміна одного технологічного укладу іншим ініціює прискорення темпів використання ресурсів планети через збільшення обсягів та розширення номенклатури виробництва, інтенсифікацію споживання та забруднення довкілля. На цій основі відбувається пірамідальний розвиток глобальної економіки, пов'язаний зі значним скороченням доступності та зростанням вартості основних ресурсів, із прискоренням НТП та переходом на новий рівень споживання [37, с. 204].

Еволюцію концепцій маркетингу можна ілюструвати оберненою пірамідою, де маркетинг з кожним новим витком розвитку охоплює все більше потреб ринкових контрагентів, отримує нові перспективні завдання і розширення впливу на соціо-еколого-економічну діяльність (рис. 1.2). На верхньому рівні «піраміди» відбувається об'єднання концепцій економічного розвитку суспільства і маркетингу. Це пов'язано з тим, що нові завдання маркетингу охоплюють сферу задоволення потреб не тільки споживача, виробника і суспільства, а й потреб усього людства.

У процесі встановлення взаємозв'язку еволюції концепцій маркетингу з технологічним та інтеграційним розвитком доцільно розглядати їх у часовому діапазоні, позначеному по осі абсцис (рис. 1.2).

Таблиця 1.1
Еволюція категорії «безпека споживання» на етапах глобалізації та розвитку ринку

Технологічні уклади (цикли індустріального розвитку)	Етапи глобалізації	Етапи інтернаціоналізації виробництва	Концепції маркетингу	Основні характеристики	Сутність та мета споживання	Зміст поняття «безпека споживання»
1	2	3	4	5	6	7
Перший (1785–1845). Головний чинник – енергія води. Пріоритетні галузі – текстильна, металургійна	-	Перший (кінець XVIII – кінець XIX ст.). Взаємодія нац. господарств завдяки простій кооперації. Капітал обміну – найпростіші форми міжнар. екон. зв'язків, насамперед зовнішня торгівля	-	-	-	-
Другий (1846–1900). Головний чинник – енергія пари. Пріоритетні галузі – сталеливарна, залізничний транспорт	1870–1913 ¹ розвиток експортних потоків	Другий (кінець XIX – середина XX ст.) – розвиток складної кооперації, яка базується на міжнар. поділі праці, що стає визначальним фактором поглиблення інтернаціоналізації господарського життя й формування світового господарства	Виробнича (кінець XIX ст. – середина 20-х рр. XX ст.)	Основна увага – виробництву, яке «створює свої основні потреби» – товари продаватимуть себе самі	Ринок виробників – споживання заради задоволення потреб	Відсутне за умов дефіциту товару
Третій (1901–1950) Головний чинник – електрична та хімічна енергія. Пріоритетні галузі – електротехнічна, хімічна, автотранспорт			Товарна (середина 20-х – кінець 30-х рр. XX ст.)	Основна увага – поліпшенню якості, функціональних характеристик, вдосконаленню технологій, асортименту, упаковки, дизайну продукції	Початок формування ринку споживачів – споживання товарів різної модифікації заради задоволення потреб, диференціація	Початок формування вищої безпеки до безпечності продукції
		Збутова (середина 30-х рр. – середина 1950-х рр. XX ст.)		Через посилення конкуренції зміщення центру уваги на системи і процеси винахідливого й агресивного збуту та просування	Остаточне формування ринку споживачів – споживання заради споживання	Безпека продукції як передумова при сутності товару на ринку

Продовження табл. 1.1

1	2	3	4	5	6	7
Четвертий (1951–1990). Головний чинник – атомна енергія, мікроелектронні компоненти. Пріоритетні галузі – авіаційно-космічна, атомно-енергетична, електронна, телекомунікаційна; бурхливий розвиток інновацій	1950 ² –1973 (1980) Відновлення рівня міжнародного стану, стрімке зростання потоків інформації	Третій (сучасний) (з середини XX ст.) – комплексна інтеграція виробництва: усі підсистеми, сфери, країни. Завдяки інтеграції здійснюються головні умови збалансованого економічного розвитку	Маркетингова (середина 50-х – кінець 70-х рр. XX ст.)	Адаптування виробництва до вимог споживачів, потреби яких систематично вивчаються (деструктивний маркетинг, формування хибних споживчих звичок, потреби в інноваційній продукції)	Споживання заради споживання з диференційованим вибором, формуванням лояльності до певних брендів	Безпека продукції як умова лояльності споживачів
П'ятий (1991–2020). Головний чинник – інформатизація. Пріоритетні галузі – інформаційна	1974 (1980) – 2000 (2007) З 70-х рр. XX ст. – потужний розвиток сучасних інформаційних і транспортних технологій	–	Соціально-економічний маркетинг (початок 80-х – середина 90-х рр. XX ст.)	Вивчення та ефективне задоволення потреб споживачів за умови, що ці потреби не шкідливі для суспільства	Споживання з турботою про довкілля та еколого-економічну складову розвитку суспільства	Кожен споживач має право на безпеку, повну інформацію й отримання цінностей, яким відповідає ціна
Шостий (2010–2060). Головний чинник – нанотехнології. Пріоритетні галузі – глобальні інформаційні мережі, альтернативна енергетика Сьомий (з 2050 р.) Головний чинник – штучний інтелект та екзистенціальні ризики	Глобалізація ототожнюється з процесом міжнародної інтеграції економічної діяльності	–	Сучасний маркетинг – початок 90-х рр. XX ст.). Концепції: взаємодії (середина 90-х рр. XX ст.), холістична, латеральна, екологічна	Маркетинг відносин (партнерських стосунків) – впровадження і збереження свого клієнта, його пожиттєва цінність, маркетинг мережевої взаємодії; індивідуалізація маркетингу; маркетинг, заснований на принципах сталого споживання та виробництва	Споживач демократія: покупці володіють інформацією, можуть шукати продавців та ініціювати стосунки з ними на свій вибір	Безпека споживання має розглядатися як передумова сталого розвитку суспільства: не лише як безпека продукції, а й її виробництва

¹ Через війни – перерва.² Міжвоєнний період за основними параметрами показує уповільнення процесів інтеграції, яке пояснюється світовими кризами в усіх індустріально розвинених країнах, наслідками періоду Великої депресії та протекціоністською торговою й обмеженою валютною політиками. У цей період національні економіки менш відкриті у відтворювальному процесі й менше взаємозв'язані, ніж у 1915 р. чи 1900 р.

Складено за [37–46].

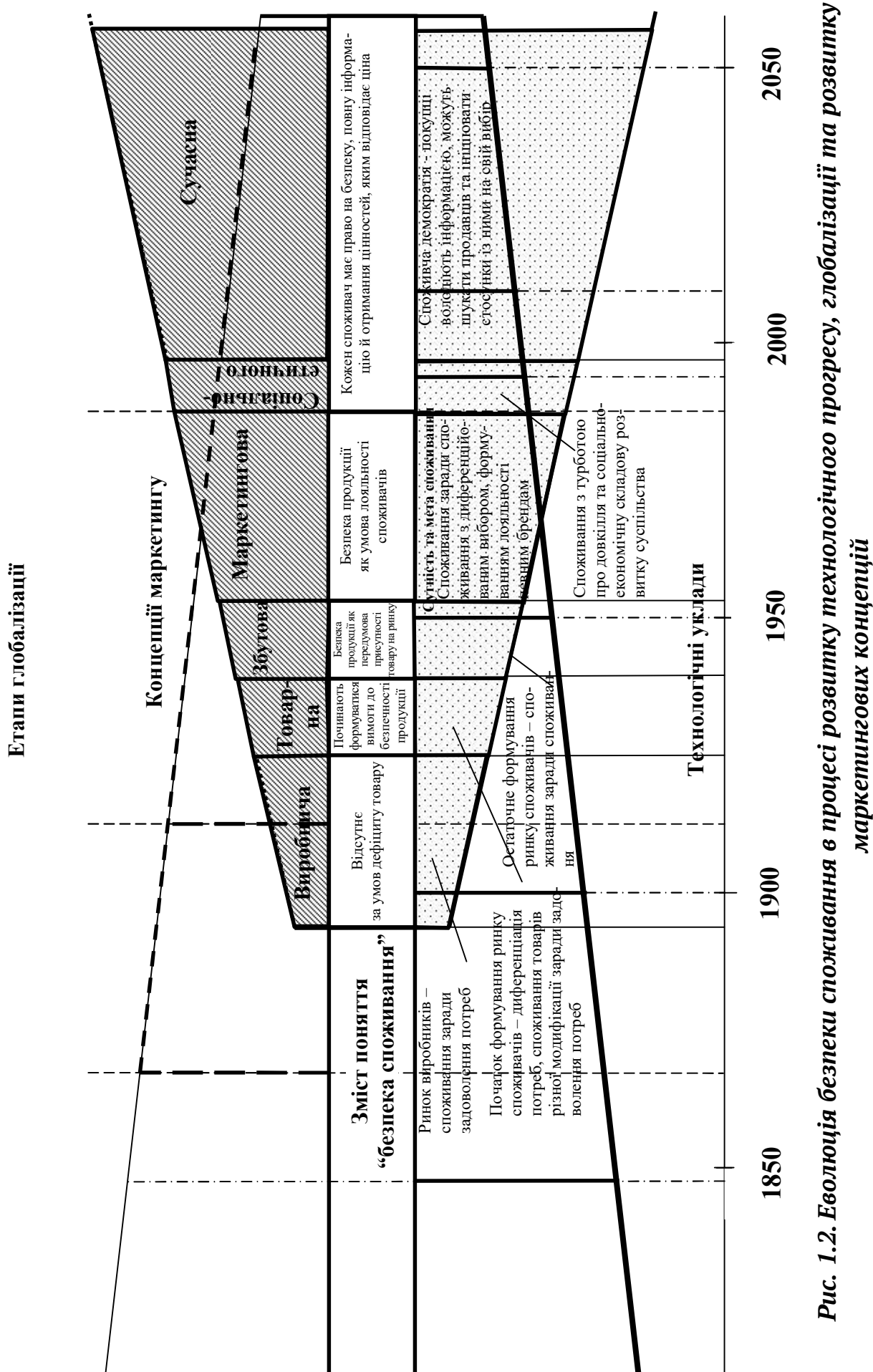


Рис. 1.2. Еволюція безпеки споживання в процесі розвитку технологічного прогресу, глобалізації та розвитку маркетингових концепцій

Розроблено автором.

За Ю. Макогоном, Д. Лук'яненком та іншими [36], якщо зіставити періодичність циклів індустріального розвитку (технологічних укладів) із хвилями глобалізації, то стане очевидним, що другий та частково третій цикли створили передумови для першої хвилі, а четвертий та п'ятий під впливом головних чинників забезпечили виникнення другої хвилі й її зростання.

Можна погодитися з оглядом ООН щодо світових проблем урбанізації [35], що наявність проблемних питань сприяє формуванню багатьох різноманітних підходів щодо особливостей сучасних глобалізаційних процесів, їхнього змісту та ролі у сучасному світі та встановленню певних часових меж і орієнтирів глобалізації.

Усвідомлюючи глобалізацію як об'єктивний і незворотний процес і використовуючи класифікацію глобалізації ОЕСР у контексті предмета дослідження, розглянемо запропоновані Л. Антонюк [47, с. 136] етапи інтернаціоналізації, які розкривають сутність розвитку виробництва. При цьому зміни концепцій маркетингу будемо вважати зв'язуючою ланкою між виробництвом та ринком. Підходи до маркетингової діяльності еволюціонують залежно від зміни ринкового середовища та потреб споживачів, актуальних для певного періоду економічного розвитку [37, с. 203].

У період першого технологічного укладу (1785–1845 рр., розвиток текстильної та металургійної промисловості на основі використання енергії води) та першого етапу інтернаціоналізації виробництва (кінець XVIII – кінець XIX ст., проста кооперація національних господарств, розвиток зовнішньої торгівлі) в умовах обмежених обсягів виробництва відбувалося споживання для задоволення потреб (для більшої частини населення – базових), що, відповідно, обумовлює відсутність поняття «безпека споживання», так і концепції маркетингу.

Другий технологічний уклад (1846–1900 рр., розвиток сталеливарної галузі та залізничного транспорту на основі використання енергії пари) та третій технологічний уклад (1901–1950 рр., розвиток електротехнічної, хімічної, автотранспортної галузей на базі електричної та хімічної енергії) формують умови для другого етапу інтернаціоналізації (кінець XIX – середина XX ст., на основі складної кооперації, міжнародного поділу праці) та першої хвилі глобалізації (1870–1913 рр., розвиток експортних потоків). Відбувається активний розвиток маркетингу в межах фрагментарних концепцій [37, с. 204] – головні зусилля спрямовані на задоволення існуючого попиту, що потребує збі-

льшення обсягів виробництва та інтенсифікації розподілу товару. У період виробничої концепції (кінець XIX ст. – середина 20-х рр. XX ст.) маркетинг виконує допоміжну функцію, а увага приділяється виробництву, яке «створює свої основні потреби» [48]. В умовах ринкового дефіциту та ринку виробників відбувається споживання для задоволення потреб і вимоги щодо безпеки споживання майже не висуваються.

Товарна концепція маркетингу (середина 20-х – кінець 30-х рр. XX ст.) зосереджує увагу на поліпшенні якості, функціональних характеристик, вдосконаленні технологій, асортименту, упаковки, дизайну продукції. У період розвитку цієї концепції починає формуватися ринок споживачів, відбувається диференціація потреб та споживання товарів різної модифікації для їх задоволення. У зв'язку з цим, починають висуватися вимоги до безпечності продукції, зокрема в межах її товарних характеристик. У межах товарної концепції виникає поняття «маркетингової міопії» [48], яка означає впевненість виробників у тому, що споживачі нададуть перевагу товарам високої якості з найкращими характеристиками, що зумовлює пріоритетність їх удосконалення. Хоча з часом це виявилось помилковим, оскільки споживачі схильні порівнювати співвідношення «ціна – якість» і обирати оптимальний за цим показником товар.

Із стрімким насиченням ринку, посиленням конкуренції створюються передумови зміщення центру уваги виробників на системи і процеси агресивного збуту та просування продукції, на чому зосереджена збутова концепція маркетингу (середина 30-х років – середина 50-х років XX ст.). Остаточне формування ринку споживачів сприяє виникненню феномена «споживання заради споживання», коли безпека споживання ототожнюється з безпекою продукції і розглядається споживачем як умова присутності товару на ринку. Проте виробники реалізують агресивну збутову політику, засновану, зокрема, на нав'язуванні, використанні різних засобів введення споживачів в оману для продажу товарів (послуг).

Четвертий технологічний уклад (1951–1990 рр., розвиток авіаційної і космічної, атомно-енергетичної, електронної, телекомунікаційної галузей та інновацій на основі використання атомної енергії і мікроелектронних компонентів) створює умови для третього (сучасного) етапу інтернаціоналізації (із середини XX ст. до цього часу; комплексна інтеграція виробництва) та другої хвилі глобалізації (1950–1973 рр.; відновлення рівня міжнародних зв'язків, стрімке зростання потоків

інформації). Починаючи з кінця 50-х рр. і до середини 90-х рр. ХХ ст. відбувається становлення постіндустріального суспільства, в маркетингу фрагментарні концепції змінює концепція класичного (традиційного) маркетингу. Пріоритетом стає задоволення потреб виробників і споживачів. Маркетинг спрямовано не стільки на вирішення внутрішніх

проблем підприємства, скільки на пошук шляхів адаптації бізнесу до зовнішніх викликів господарювання. Продовжується розвиток негативних характеристик маркетингу – його деструктивність, зокрема щодо формування хибних споживчих звичок, потреби у нових товарах, у збільшенні обсягів споживання. У цей період домінує споживання заради споживання, хоча вибір товару (послуги) стає більше диференційованим, починає формуватися прихильність споживачів до певних брендів, безпека споживання розглядається як безпека продукції, яка разом з іншими чинниками обумовлює лояльність споживачів.

За визначенням Великої економічної енциклопедії [49], постіндустріальне суспільство – це суспільство, в економіці якого в результаті науково-технічної революції і значного зростання доходів населення пріоритет переходить від переважного виробництва товарів до виробництва послуг. Виробничим ресурсом стає інформація та знання, наукові розробки – головна рушійна сила економіки. Найбільш цінними якостями є рівень освіти, професіоналізм, здатність до навчання і креативність працівника.

За Д. Беллом, у постіндустріальному суспільстві центр домінування з церкви та армії (як у доіндустріальному) або підприємств і корпорацій (як в індустріальному) зміщується до теоретичних знань та університетів як місця їх продукування й накопичення [50]. Перехід до постіндустріального суспільства обумовлює зростання вимог до товару, важливості якісних характеристик життя людини, а отже, й якісних, екологічно чистих товарів [18].

Третя хвиля глобалізації (із середини 1970-х рр. на основі потужного розвитку сучасних інформаційних і транспортних технологій), децентралізація та інформатизація суспільства, зокрема поява Інтернету, сформували підґрунтя для переорієнтації суспільного укладу і зміни принципів постіндустріальної економіки на актуальніші – інформаційні та сталого розвитку, які почали обговорюватися у 70-х роках ХХ ст. [37, с. 204].

На початку 80-х років ХХ ст. виникла концепція соціально-етичного (або соціально-відповідального) маркетингу, який спрямований на аналіз потреб і запитів споживачів та задоволення їх кращим, ніж конкуренти, способом за одночасного зростання добробуту всього суспільства. Соціально-відповідальний маркетинг Ф. Котлер трактує як розуміння етичного, екологічного, правового й соціального контекстів маркетингових заходів і програм [51]. У межах цієї концепції повинен досягатися баланс інтересів бізнесу, споживача і суспільства, а сама концепція – сприяти розв'язанню глобальних проблем. При цьому споживання відбувається з турботою про довкілля та еколого-економічний складник безпеки розвитку суспільства, а безпека споживання полягає у тому, що кожен споживач має право на безпеку, повну інформацію й отримання цінностей відповідно до ціни товару (послуги).

Концепція соціально-етичного маркетингу сьогодні найбільше відповідає принципам соціо-еколого-економічного або сталого розвитку [51]. Погоджуємося з думкою Ф. Котлера про те, що хоча ця концепція є найперспективнішою для гармонійного розвитку суспільства та значно поширена, проте її запровадження у країнах, що розвиваються, або з перехідною економікою, ускладнюється через недостатнє задоволення потреб виробників у прибутках від економічної діяльності.

Еволюція світової економіки, зокрема в умовах п'ятого технологічного укладу (1991–2020 рр.; розвиток інформаційної галузі з інформацією як головним чинником), зумовила зміну концепції маркетингу. В так званих «сучасних концепціях» (90-ті роки ХХ ст.) вагоме місце посідає концепція взаємодії (маркетинг відносин, партнерських стосунків, мережевої взаємодії), згідно з якою в основі плідної співпраці лежать взаємоповага, взаєморозуміння, взаємодовіра, урахування інтересів усіх сторін та максимальне зміцнення індивідуальних відносин. Становлення концепції відбувається в умовах посилення глобалізаційних процесів, розвитку конс'юмерізму, «зеленого» маркетингу та маркетингу, заснованого на принципах сталого споживання та виробництва [46].

На початку ХХІ ст. завдяки працям Ф. Котлера та Ф. Тріас де Беза в маркетинговій теорії з'являються латеральний і холістичний маркетинг, при чому ідеї останнього покликані замінити традиційний маркетинг [37, с. 205]. За трактовкою Ф. Котлера, холістичний маркетинг – це підхід, у якому робиться спроба визнати і збалансувати різні компетенції та труднощі маркетингової діяльності (внутрішній, інтегрований, соціально-відповідальний маркетинг та маркетинг взаємодії) за

допомогою їх об'єднання в одній загальній концепції [51]. Включення соціально-відповідального елемента до складу холістичного маркетингу, на наш погляд, підтверджує еволюцію маркетингових концепцій у руслі економіки сталого розвитку.

Незважаючи на те, що більшість вітчизняних і закордонних науковців вважають вищою ланкою еволюції концепцій маркетингу на цей час концепцію соціально-етичного маркетингу (з погляду сталого розвитку), вона не може бути завершальною в процесі еволюційних змін. Потреби учасників ринкових відносин постійно змінюються, з'являються нові контрагенти, завдання, потреби і запити, а маркетинг як прикладна методологія та інструмент їх задоволення повинен пристосовуватися до нових умов. Еволюція маркетингу припускає появу нових концепцій, які враховуватимуть не тільки потреби споживача, виробника і суспільства, а, можливо, й потреби всього людства [48]. Цьому може сприяти становлення шостого (2010–2060 рр.; пріоритетні галузі – глобальні інформаційні мережі, альтернативна енергетика, головний чинник розвитку – нано- та біотехнології) та сьомого (з 2050 р.; головний чинник розвитку – штучний інтелект та екзистенціальні ризики) технологічних укладів, для яких пріоритетними є такі інноваційні фактори розвитку: технологічний рівень капіталу; наукоємність виробництва; розвиненість інноваційної інфраструктури; кваліфікація робочої сили; ресурсоємність та ресурсозбереження; новації в управлінні. Найбільші динамічні конкурентні переваги в цих умовах, на думку Л. Лісогор [52, с. 83], мають національні економіки, які базуються на знаннях (knowledge-based economy), інвестують у розвиток людського капіталу. Звернемо увагу, що чіткої часової межі між п'ятим та шостим (2010, 2020 рр.), як і між шостим та сьомим технологічними укладами (2050, 2060 р.) не існує. Це пов'язано із швидкими змінами в процесі науково-технічного розвитку, можливістю похибки прогнозних оцінок, а також з відмінністю у швидкості та умовах переходу до них країн із різними показниками розвитку.

Таким чином, глобалізація, зокрема інформаційно-технологічна революція, створює передумови повнішого задоволення та розширення потреб людини. У процесі цього виникає так звана споживча демократія, коли покупці володіють інформацією, можуть шукати продавців та ініціювати стосунки з ними на свій вибір [43]. Вважаємо, що на сучасному етапі розвитку глобальної і вітчизняної економіки безпека споживання має розглядатися як передумова сталого розвитку суспільст-

ва в межах: безпечності продукції (безпека здоров'я, фізичного стану тощо); безпеки виробництва (без або з мінімально шкідливим впливом на довкілля і, як наслідок, здоров'я населення); безпеки безпосереднього споживання (зберігання) й утилізації товарів.

Багатоаспектність категорії споживання як ключової детермінанти сталого розвитку суспільства, дослідження за допомогою методологічного апарату різних галузей знань (економіки, соціології, екології, філософії, психології, управління, права) та наукових напрямів обумовило відсутність єдиного тлумачення її сутності та формулювання. Існування таких споріднених понять, як «стале», «розумне», «раціональне», «зелене», «відповідальне», «етичне», ускладнює дослідження, наукове обговорення та імплементацію одержаних результатів для забезпечення добробуту населення в довгостроковій перспективі. Через особливості перекладу з інших мов також відбувається змішування цих категорій. Так, в офіційному перекладі 17 Цілей сталого розвитку людства «відповідальне» (Responsible) замінено на «стале» та «розумне» [8]. Незважаючи на численні дослідження, залишаються недостатньо обґрунтованими та встановленими структурні взаємозв'язки елементів понятійного апарату споживання в контексті сталого розвитку. Саме тому зупинимося на аналізі структурних взаємозв'язків елементів категорії «споживання», зокрема її спрямованості на забезпечення соціально-економічного розвитку, добробуту кожного індивідуума та людства загалом на засадах сталого розвитку, а також визначимо місце безпеки споживання в цьому процесі.

Аналіз підходів до розкриття сутнісних характеристик так званого «споживання заради майбутнього», спрямованого на задоволення не лише короткострокових потреб, а й довгострокових цілей суспільного розвитку дає змогу виокремити сукупність таких використовуваних понять: «стале споживання», «відповідальне (або соціально-відповідальне) споживання», «зелене (органічне) споживання», «розумне споживання», «раціональне споживання», «етичне споживання». Ці терміни відображають різні аспекти категорії «споживання», зокрема щодо його убезпечення, мають багато спільного, іноді дублюють один одного. У своїй більшості (за підходами та за авторами) вони спрямовані на вирішення спільних проблем розвитку людства: зменшення негативно впливу виробництва та споживання на здоров'я, довкілля, суспільство, формування свідомої поведінки (мотивації) споживача. Це є підста-

вою для висунення гіпотези про можливість їх структурно-системного аналізу (табл. 1.2).

У межах предмета нашого дослідження вважаємо за необхідне детально зупинитися на аналізі поняття «безпечне споживання». З одного боку, безпека як базова категорія в ієрархії потреб поступається лише фізіологічним потребам і апіорі повинна бути забезпечена учасниками процесу відтворення. Водночас актуальність її дослідження не применшується через виникнення нових продуктів, технологій. Для України проблема безпеки споживання загострюється в умовах мегаінтеграційних процесів, які супроводжуються переходом від державних стандартів та обов'язкової сертифікації до технічних умов і регламентів. Наслідком цього за інших рівних умов може стати погіршення якості і, відповідно, безпеки споживання товарів (послуг). З другого боку, якщо розглядати безпеку споживання як складник національної, у тому числі економічної безпеки держави, то потребують дослідження усі компоненти безпеки споживання.

Систематизація та узагальнення теоретичних положень і методичних підходів дають змогу виокремити взаємозв'язки у структурі споживання та ієрархічно розмістити елементи за економічним, екологічним, соціальним аспектами (рис. 1.3). Екологічним складником вважатимемо зелене та (або) органічне споживання, тобто споживання продукції, виробництво якої не завдає або завдає найменшої шкоди здоров'ю людини та довкіллю. Мотивацією споживання у цьому випадку стає запобігання марнотратству, негативному впливу на довкілля та здоров'я з відповідними вимогами до виробника, посередника та продавця.

Екологічне (зелене) споживання ініціює виникнення таких понять: екологічне виховання (систематична педагогічна діяльність, спрямована на розвиток екологічної культури із завданням формування екологічних знань, виховання любові до природи, прагнення берегти, примножувати її, формування вміння і навичок діяльності в природі [55]); екологічна поведінка (система взаємозв'язаних дій, у яких реалізуються освіченість людини щодо закономірностей функціонування довкілля, бережливе ставлення до нього [56]); екологізація споживання тощо. Зазначимо, що при цьому поняття «екопродукція» споживачі пов'язують, насамперед, з безпекою для здоров'я людини, а не з усуненням негативного впливу на навколишнє середовище [57, с. 13].

Таблиця 1.2

Структурна побудова понятійно-категоріального апарату споживання в межах концепції сталого розвитку

Елемент структури споживання	Об'єкти впливу			Споживча мотивація	Вимоги до виробника (продавця)
	здоров'я	довкілля	суспільство		
Зелене / органічне (Green / organic)	Споживання продукції, виробництво якої не завдає (або завдає мінімальної) шкоди здоров'ю та довкіллю		Без негативного впливу на інші країни	Запобігання марнотратству, негативно-му впливу на довкілля та здоров'я людини	Без диспропорційної кількості ресурсів
Раціональне (Rational)	Обґрунтований раціон – ознака здорового способу життя	Раціональне природоко-ристування	Поєднання потреб індивідів з потенційними можливостями суспільства	Раціональні потреби, науково- обґрунтовані граничні межі споживання	Не розглядається
Обмежене (Deconsumption)				Свідоме, раціональне обмеження споживання до мінімального задоволення потреб	Не розглядається
Соціально-відповідальне (Social-responsible)	Без шкоди для здоров'я	Уникнення та обмежене використання	Забезпечення соціальних змін; розвиток малого та місцевого підприємництва	Різні профілі споживання на основі особистісних мотивацій, моральних переконань; зменшення індивідуального споживання; вибір без нав'язливої інформації, а за розумними (вплив споживання на суспільство), виваженими потребами	Уникнення безвідп. підпр., які негат. впливають на суспільство; врахування впливу фірм на поведінку спож.; соц. маркетинг
	Максимізація в довгостроковій перспективі позитивного впливу на суспільство та довкілля; урахування наслідків				
Стале (Sustainable)	«Екологічно дружні» товари (послуги)		Економічно прийнятне	Раціональне формування потреб	Міцний взаємозв'язок із сталим виробництвом
Розумне (Intelligent), усвідомлене (Conscious)	Знання показників безпечної та корисної продукції	Розуміння, як споживання впливає на довкілля	Реалізація суспільної необхідності як перед-умови прогресу суспільства	Розуміння природи виробництва, споживання та їх наслідків; дослідження принципів сталого розвитку; розвиток особистості – основа прогресу	Розуміння, як виробництво впливає на показники сталого розвитку
Етичне (Ethic)	Придбання товару за етичними переконаннями		Політичні переконання, соціальні ініціативи	Придбання і використання ресурсів за критеріями сталого розвитку і дотримання прав людини	Етичні марки, продукція етичного походження
Безпечне (Safe)	Безпечна якість	Найменша шкода	Основа добробуту	Розуміння безпеки як передумови не виживання, а самовідтворення	Безпека як споживача, так і відповідальність за стале виробництво

Складено автором з використанням [9; 53; 54].

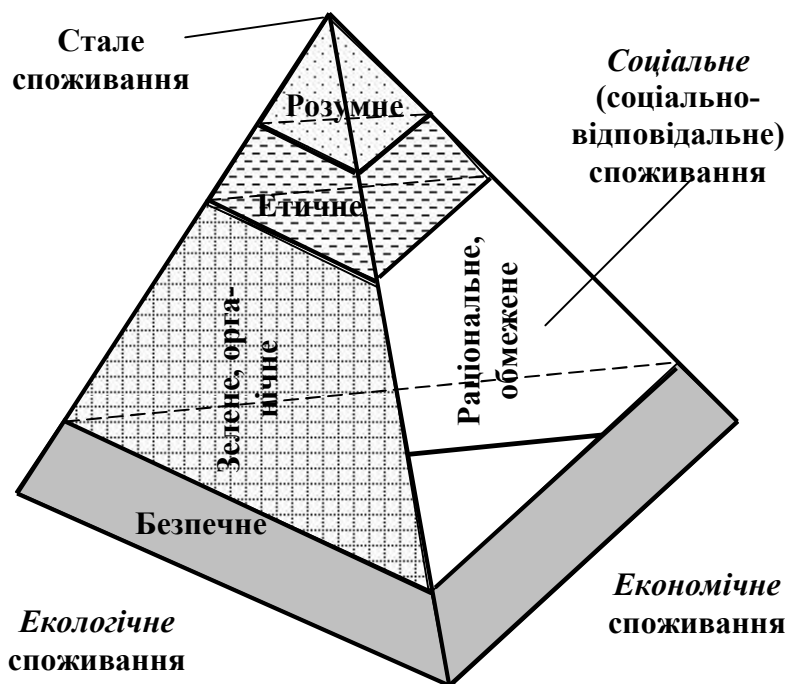


Рис. 1.3. Пірамідальна модель структури категоріального апарату безпеки споживання в межах концепції сталого розвитку

Розроблено автором.

Л. Саприкіна вважає необхідним сприяння розвитку парадигми екологічно-відповідального споживання як системи методологічних і аксіологічних установок, форм, уявлень і цінностей реформування поняття споживання, які відображають його зміну під час переходу до концепції сталої економіки і поділяють всі учасники ринку, тобто суб'єкти торговельної діяльності, товаровиробники і споживачі для досягнення ідеального екологічно-відповідального, ощадливого щодо навколишнього середовища споживання [58, с. 314].

До економічного складника споживання в межах концепції сталого розвитку зарахуємо раціональне, у тому числі обмежене споживання. Відповідно, обґрунтований раціон є ознакою здорового способу життя, раціонального природокористування, гармонізації потреб індивідів з потенційними можливостями суспільства. Зазначимо, що вимоги до виробника та продавця в цих видах споживання не розглядаються. Л. Погоріла називає раціональним споживання населенням товарів і послуг, яке відповідає науково обґрунтованим уявленням про його розумні межі [54, с. 18], а отже, задовольняє раціональні потреби.

Обмежене споживання, деконсумпція (деспоживання) розглядаються як свідоме, раціональне обмежене споживання до розмірів мінімального задоволення потреб. Перевагами такого споживання є те, що позбувшись надмірного споживання, людина одержує час на життя

і кооперацію (серотонін) та комунікацію (окситоцин) як основні гормони щастя [59]. Проте дискусійним вважаємо твердження про можливість саморозвитку за таких умов, а саме: чи сприяє отримання більшого за очікуване появи нових думок, ідей, потреб?

Ціннісно-раціональне споживання Т. Сальтевська [9, с. 12] визначає як спрямоване на реалізацію розумних потреб, завдяки чому забезпечується всебічний цілісний людський розвиток, коеволюційний тип існування людини та природи, збалансоване функціонування основних сфер життєдіяльності. Таке споживання є формою розв'язання протиріччя між безмежним зростанням потреб та імперативом виживання людства.

На нашу думку, ціннісно-раціональне споживання можна розглядати в межах як економічної, так і соціальної компонент сталого розвитку. У групі соціальних елементів споживання в межах концепції сталого розвитку виокремимо відповідальне, або соціально-відповідальне споживання, сутність якого полягає у задоволенні потреб без шкоди для здоров'я шляхом уникнення та скорочення використання, яке забезпечує соціальні зміни, через сприяння розвитку малого підприємництва, максимізації в довгостроковій перспективі впливу на суспільство та довкілля, безумовного прогнозування й урахування його наслідків. При цьому можливі різні профілі споживання на основі особистих мотивацій, моральних переконань, для яких спільним є зниження обсягів індивідуального споживання, вибір не за нав'язливою зовнішньою інформацією, а за розумними виваженими потребами. За такого підходу основні вимоги до виробника та продавця полягають у посиленні безвідповідальності підприємств, врахуванні впливу компанії на поведінку споживачів, проведенні заходів щодо соціального маркетингу.

Соціально-відповідальне споживання – це вибір на користь благ, які не тільки задовольняють споживача своїми властивостями, а й відповідають його смакам і уподобанням (етичним, релігійним, моральним, культурним тощо) [53, с. 15]. Соціальна відповідальність сприяє: ощадливому споживанню з боку держави, організацій, громадян через перегляд потреб та їх раціоналізацію, соціальний маркетинг; розвитку людського капіталу на всіх рівнях системної ієрархії через підтримання кваліфікації, збереження добрих відносин, довіри, соціальної згуртованості; дотриманню соціальних цінностей (честі, гідності, совісті, репутації, обов'язку, дружби); культивуванню національних і родинних

цінностей, здорового способу життя [60, с. 42]. Найвищим орієнтиром соціальної відповідальності людини є ведення такого способу життя, використання таких способів досягнення особистих цілей, які не завдають шкоди їй, іншим людям, природі, суспільству [54; 61; 62].

З приводу цього погоджуємося з дискусійністю, адже більшість науковців використовують саме цю категорію як узагальнюючу або ототожнюють її із сталим розвитком. У той же час важко не погодитися з тим, що сучасне українське суспільство фактично привнесло у категорію «соціальна відповідальність» значний протестний потенціал. Незважаючи на важливість, обґрунтованість у політико-владних елітах ця категорія використовується переважно як абстрактне вербальне поняття. На цей час з усіх сфер життєдіяльності соціуму категорія «соціальна відповідальність» найчастіше використовується в економічній сфері [63, с. 243–244]. На сучасному етапі розвитку глобальної економіки подібне ставлення до життєдіяльності, особливо до споживання, набуває такої важливості та актуальності, що недостатньо лише закликів щодо свідомого ставлення до зовнішнього середовища. Йдеться саме про виживання людини, а отже, і про безпеку особи, нації, держави, у тому числі безпеку споживання, яка стосується кожної людини. Припускаємо, що безпечне споживання стане етапом переходу до соціально-відповідального споживання.

Викладене доповнимо поняттям «стале споживання», використання якого поширене в різних галузях та різними суб'єктами суспільства відтворення (вітчизняні і зарубіжні наукові публікації, програми розвитку національних та наднаціональних організацій, програми інноваційного розвитку реального сектору економіки, програми технічної допомоги тощо). Трактуювання цього поняття Т. Сальтевською як умови, засобу та критерію забезпечення ціннісно-раціонального споживання [9], отже, як цільове спрямування, обумовлюють його вибір як загальний критерій для розгляду різних методологічних підходів до споживання для забезпечення добробуту особи і суспільства у довгостроковій перспективі.

Г. Бузан розуміє під сталим споживанням використання товарів і послуг, що задовольняють основні потреби та підвищують якість життя з мінімальним використанням невідновлюваних природних ресурсів і з найменшою шкодою для навколишнього середовища [64]. Таким чином, стимулюється попит на продукцію, для виробництва якої використовуються енергоефективні технології, нетоксичні матеріали тощо.

Стале споживання передбачає, з одного боку, дбайливе та розважливе формування потреб, а з іншого – відбір «екологічно дружніх товарів і послуг» для їх задоволення, є економічно прийнятним (зокрема споживання у розумному обсязі) та має тісний взаємозв'язок із сталим виробництвом [54].

Достатньо часто у зарубіжних публікаціях стале споживання отожднюють з «відповідальним», а також «розумним» споживанням [65–67]. «Зі збільшенням чисельності населення, економічного та споживчого тиску на природні ресурси освіта споживачів про їхні обов'язки стає новим та необхідним додатком до програм розвитку. Інтелектуальна освіта з питань споживання повинна включати успішні етичні методи. Проект сталого життя пропонує інтелектуальне програмування споживання для типових американських дорослих і старшої молоді. Свідомо підходячи до розуміння культурної, економічної та екологічної етики, ураховуючи бар'єри для сталої життєдіяльності, вивчаючи національні тенденції та визначаючи особисті пріоритети, учасники створюють етичний фундамент для прийняття розумних рішень щодо споживання» [67]. Отже, можна спостерігати тісний зв'язок з етичними аспектами споживання.

Л. Погоріла вважає, що критеріями розумного споживання є структура і рівень потреб, а отже і раціональні нормативи споживання товарів і послуг, які сприяють різнобічному розвитку особи. На думку вченої, через розумне споживання реалізується суспільна необхідність і тим самим забезпечується прогрес суспільства [54].

Таким чином, розумне споживання (іноді застосовується термін «усвідомлене») передбачає: знання споживачем параметрів безпечної та корисної продукції, наслідків впливу споживання на довкілля та розвиток суспільства, поінформованість із процесами виробництва, споживання та їх наслідками; обізнаність з принципами сталого розвитку. Актуальним при цьому залишається формування розумних потреб, на які впливають комунікаційні та комерційні заходи. Для цього недостатнє просте наслідування принципів консюмеризму, потрібна трансформація культури споживання та ціннісних орієнтирів виникнення, усвідомлення та задоволення потреб.

На думку Л. Погорілої, до етичного споживання належить або придбання, або відмова від придбання товару за етичними, політичними або екологічними переконаннями, як особливий спосіб придбання і використання ресурсів з особливою увагою на забезпечення стало-

го розвитку і дотримання прав людини [54]. Перевага надається етичним маркам, продукції етичного походження або продукції, якою підтримуються соціальні ініціативи. Дискусійним у цьому твердженні, на наш погляд, є те, що споживання етичних марок і навіть мода на таке споживання («sustainable fashion») [68] вступає у протиріччя із проблемами марнотратства та надвиробництва, які стимулює мода. До інших проблем належить декларування етичної поведінки виробниками шкідливої продукції (наприклад тонізуючих напоїв, пива, фастфудів в Україні). Альтернативою можна вважати діяльність виробників екологічної продукції за визначенням (наприклад, альтернативні джерела енергії), які, мабуть, не докладають додаткових зусиль для забезпечення сталого функціонування, а подекуди і шкодять довкіллю. Вкажемо також на позитивну тенденцію збільшення кількості дійсно відповідальних, етичних виробників і посередників у різних видах економічної діяльності (виробництво продуктів харчування, логістика тощо).

Загалом, розумне та етичне споживання може бути органічно інтегроване до всіх напрямів і сфер сталого розвитку. При цьому саме безпечне споживання формує основу розумного та етичного споживання, а саме: забезпечує рівень якості товарів і послуг, безпечний для здоров'я людини, сприяє найменшій шкоді довкіллю, є основою добробуту суспільства. Мотивами безпечного споживання є розуміння безпеки не як умови виживання, а як умови самовідтворення людини. Домінантними вимогами до виробника, посередника й продавця є забезпечення їх безпеки як споживачів і відповідальність за стале виробництво та продаж товарів (послуг).

Т. Сальтевська доводить, що в сучасному світі якісно ускладнюється проблема безпеки, зростає нестабільність, посилюються загрози, змінюється поняття безпеки, зміщуються акценти в її актуалізації [9]. В ієрархії людських потреб задоволення базових потреб стає невід'ємним від безпеки цього процесу через посилення ризиків у сфері споживання, що пов'язано з генномодифікованими продуктами, а також, додатково з інформаційним перенавантаженням, інституціональною недосконалістю, суперечністю інтересів тріумваріату «держава-бізнес-суспільство» і особливо, крайніх споживачів.

Визнання актуальності наукового обґрунтування теоретико-методологічних засад зміцнення безпеки споживання на сучасному етапі в умовах євроінтеграційного процесу потребує системного аналізу структурно-сутнісних характеристик категорії «безпека споживан-

ня» на різних рівнях ієрархії системи економічної безпеки держави та розроблення концептуальних засад методології, стратегічних пріоритетів і засобів зміцнення безпеки споживання в умовах глобальних викликів. Припускаючи досягнення синергетичного ефекту безпеки споживання в системі національної безпеки як результату інтегральної взаємодії суспільства, підприємництва та держави, пріоритетними напрямками вважатимемо:

- формування парадигми безпечного споживання у суспільстві;
- створення умов модернізації підприємницької активності в контексті критеріальних обмежень безпеки споживання;
- удосконалення інститутів забезпечення безпеки споживання на регіональному, національному та міжнародному рівнях системної ієрархії.

Першочерговим для цього є ідентифікація системних характеристик процесу споживання та його безпеки на основі теоретико-методологічних положень безпекознавства.

1.2. Застосування положень теорії безпекознавства в ідентифікації системно-процесних характеристик безпеки споживання

Розробленню та розкриттю методологічних засад безпекознавства щодо різних об'єктів і рівнів системної ієрархії безпеки присвячені праці вітчизняних авторів В. Бегми, З. Варналія, О. Власюка, В. Горбуліна, Я. Жаліла, А. Качинського, О. Ляшенко, І. Мігус, О. Собкевич, А. Сухорукова, Ю. Харазішвілі, О. Шарова, Л. Шемаєвої, Н. Юрків та зарубіжних науковців. У контексті предмета нашого дослідження звернемо увагу на поширені в розвинених економіках дослідження відповідального, розумного, сталого споживання та ресурсоефективного і чистого виробництва товарів (Дж. Гонтелес, Т. Джексон, Ф. Капра, Л. Мікаеліс, Д. Федріго), особливо соціологічні та психоемоційні чинники споживання (Е. Данн, М. Нортон, С. Любомірські). Вагомий внесок у цій сфері досліджень зроблений вітчизняними вченими (О. Грішнова, А. Котенко, А. Колот, О. Мельниченко, Л. Погоріла, Т. Сальтевська). Проте у сучасних умовах існуючий теоретико-методологічний базис безпекознавства потребує доповнення і модифікації в аспекті безпеки споживання. Насамперед, безпеку споживання товарів (продукції, робіт, послуг) необхідно розглядати не тільки як властивість товару, а й як процес її забезпечення. Для визначення сутності безпеки споживання

розглядаємо її у вертикально-горизонтальній послідовності зв'язків (рис. 1.4). Для дослідження використано процесний і системний методологічні підходи.

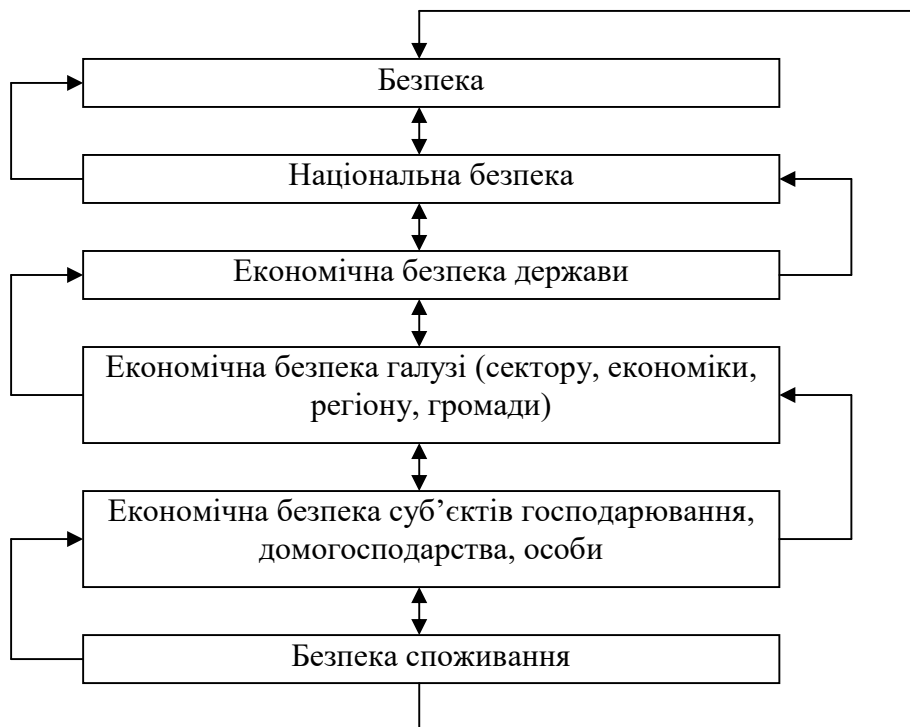


Рис. 1.4. Безпека споживання у вертикально-горизонтальній послідовності зв'язків об'єктів безпеки

Розроблено автором.

Імперативом є те, що потреба у безпеці людини існує в її підсвідомості як фундаментальний біологічний інтерес самозбереження і самовідтворення. Семантичний аналіз категорії «безпека» в різних мовах показує доволі широкий спектр значень: «володіти ситуацією» (грецька), «мир, благополуччя» (іврит), «шлях до спокою» (китайська). О. Ляшенко зазначає, що найчастіше безпеку розглядають як властивість об'єктів (підсистем і систем) зберігати умови взаємодії з мінімальною шкодою людським, природним і матеріальним ресурсам в умовах прийнятної ризику [69, с. 19]. У межах предмета дослідження наголосимо, що в основу категорії «безпека» покладені основні цінності людини та її життєдіяльності. Зустрічаємо трактування терміна «безпека» (safety – англ.; sicherheit – нім.; securite – франц.) як стану захищеності особи та суспільства від ризику зазнати шкоди [70] або «безпека – стан захищеності життєво важливих інтересів особи, суспільства, організації, підприємства від потенційно і реально існуючих загроз або відсутність таких загроз» [69, с. 35]. За А. Уолферсом

[71, с. 148], об'єктивно безпека означає відсутність загрози основним цінностям людини, а суб'єктивно полягає у відсутності страху з приводу того, що цим цінностям справді щось загрожує. Підкреслимо, що безпека споживання безпосередньо впливає на безпеку життєдіяльності, проте обмежує споживача, виробника та державу економічними мотивами, що обумовлює необхідність гармонізації їх інтересів у процесах виробництва і споживання товарів (послуг).

З позиції безпекознавства безпека розглядається як множина елементів, взаємозв'язок яких обумовлює властивості цілісності системи. Головний акцент робиться на виявленні сукупності зв'язків як усередині досліджуваного об'єкта, так і у його взаємозв'язку із зовнішнім середовищем [72]. З точки зору епістемології, категорію «безпека» можна розглядати і як характеристику, і як властивість, і як результат [69, с. 19]. На думку А. Манойло [73, с. 178], до системних ознак безпеки належить успішність її розвитку, яка характеризується набуттям системою нових якостей в оптимальні терміни через використання матеріальних і нематеріальних ресурсів, необхідних для формування таких якостей, як безперервність процесу розвитку системи. Подібне тлумачення зустрічаємо у Ф. Капри [74].

Формування конфігурації взаємозв'язків і взаємозалежностей об'єктів безпеки завжди залежить від множини інтересів певного об'єкта безпеки, які мають підлягати захисту та (або) узгодженню з інтересами інших суб'єктів. За В. Ліпканом [75, с. 108], об'єкт безпеки слід розглядати з позицій системотворення, вивчаючи його як окрему систему безпеки, кожна з яких утворює новий щабель у вертикалі таких систем (глобальна, міжнародна, національна, регіональна, локальна, індивідуальна). Такі «системотворчі види безпеки» можна зіставити із запропонованою А. Мокієм та О. Дацко таксономічною структурою з визначенням цілей за такими рівнями ієрархії: метарівень (глобальна безпека); мегарівень (економічна безпека мегарегіональних утворень); макрорівень (економічна безпека держави); мезорівень (економічна безпека регіонів країни, територіальних громад чи їх об'єднань, економічна безпека галузей як секторів та сфер національної економіки); мікрорівень (економічна безпека суб'єктів підприємницької діяльності, економічна безпека фізичних осіб – підприємців та їх об'єднань; економічна безпека юридичних осіб, які не є суб'єктами підприємницької діяльності), нанорівень (економічна безпека людини, сім'ї) [76, с. 85].

З нашого погляду, проблема забезпечення безпеки споживання товарів (робіт, послуг) актуальна на кожному з рівнів, оскільки виступає об'єктом інтересів суб'єктів безпеки та суб'єктів управління безпекою. Нею переймаються і країни, і промислові споживачі, органи місцевої та державної влади, міжнародні організації та світова спільнота. Саме розв'язання цієї проблеми сприятиме узгодженню інтересів різних суб'єктів безпеки [77, с. 203].

Сучасна архітектура безпеки, на думку О. Семенюк, характеризується її глобалізацією, що передбачає нівелювання ролі кордонів міжлюдських, інформаційних, економічних обмінів. Окрім, безумовно, позитивного впливу цих процесів на розвиток світового господарства, транспарентність кордонів відкриває також шлях вільному поширенню різних ризиків і загроз, унаслідок чого міжнародні системи безпеки не в змозі покладатися на державні кордони як засоби стримування загроз чи локалізації їх джерел [78]. У цьому аспекті важливо звернути увагу на міграційні процеси, які, на думку О. Малиновської [79, с. 54–57], з одного боку, становлять серйозні виклики національній, суспільній, особистій безпеці (приплив іноземців, вплив власних громадян; деградація навколишнього середовища; культурні загрози; наркоманія, злочинність; нелегальна міграція) а з іншого – за наявності ефективної міграційної політики створюють передумови для розвитку (зниження напруження на ринку праці, приплив капіталу завдяки переказам зароблених за кордоном коштів). На безпеку споживання це може чинити подібний вплив.

Погодимось з О. Ляшенко, що незважаючи на надвеликий масштаб глобальної безпеки, унаслідок чого відповідний системотворчий вид безпеки посідає найвищий рівень, найважливішим у такій ієрархії залишається її найнижчий рівень – індивідуальна безпека, тобто безпека окремої людини як головна мета суспільного життя. Оскільки захист інтересів об'єктів безпеки вищого рівня може містити потенційні загрози для того чи іншого об'єкта нижчого рівня ієрархії, придатність застосування кожного способу забезпечення будь-якого виду безпеки має завжди зіставлятися із цінністю людського життя [69, с. 28].

Погодимось з відмінністю понять «безпека особистості» (комплексне поняття, змінне як у часі, так і у просторі) та «особиста безпека» (створення безпечних умов перебування особи впродовж певного періоду часу в конкретно визначеному місці) [69, с. 25]. Подібним чином можна пояснити відмінність між поняттями «безпека споживання» та

«споживча безпека», де остання є вужчою, обмеженою певним місцем, часом, продуктом чи послугою.

Поняття «безпека суспільства», «безпека колективу» можна розуміти досить широко від безпеки родини до безпеки соціальної групи, трудового колективу, і доцільно їх досліджувати в певних сферах (управління підприємством, соціологічні опитування тощо). У нашому дослідженні розглянемо їх у контексті базової категорії – безпеки людини.

Зазначимо, що науковці не мають єдиного термінологічного формулювання рівня економічної безпеки людини в системі економічної безпеки держави. У наукових публікаціях зустрічаються терміни «економічна безпека особи» (О. Власюк, Є. Олейніков, З. Живко, В. Комаровська, А. Сухоруков та ін. [80–82]), «економічна безпека особистості» (Д. Зеркалов, І. Герасимова, Т. Запорожець [83–85]), «економічна безпека людини» (Л. Шевченко, Г. Вечканов, Т. Маляренко, В. Мунтіян [82, 86–88]). За О. Дацко, на найнижчому нанорівні системи економічної безпеки держави знаходиться саме особа (людина, громадянин). Погодимось, тому що людина в економічній системі не лише суб'єкт підприємницької діяльності, а й споживач, службовець, найманий працівник, власник, отримувач допомоги тощо. Зважаючи на те, що поняття «економічна безпека людини» охоплює безпеку громадянина визначеної держави або особи без громадянства, суб'єкта підприємницької діяльності (фізична особа–підприємець) чи ні, вона якнайповніше відображає зміст гарантування від ризиків, належного рівня розвитку і збереження людини як окремої особи, члена суспільства і, загалом, біологічного виду на планеті [89, с. 29].

П. Атаманчук та інші наголошують на тому, що безпека людини – поняття складне, багатогранне і багатofакторне, яке за обсягом і сутністю охоплює всі людські відносини у соціальній і виробничій сферах, життєдіяльність, рівень розвитку і безпосередньо впливає на добробут та якість життя [90, с. 21]. На наш погляд, домінантними є структура взаємовідносин та зв'язки між елементами системи. Безпека людини може виступати сполучною ланкою між національною та індивідуальною безпекою, оскільки відображає можливість і рівність доступу до різних видів ресурсів, можливість вибору (альтернативи) для реалізації своїх потреб та інтересів, а також впевненість у наявності таких можливостей у майбутньому. На думку О. Ляшенко, до загроз безпеки людини належить позбавлення таких можливостей у різних формах прояву та способах дії [69, с. 38]. До того ж система пасивного

забезпечення безпеки, коли лише порушення аномалії спонукає до дій осіб, які ухвалюють і реалізують рішення із забезпечення безпеки, зумовлює надмірні загрози насамперед для громадянина як основного, але найслабшого елемента системи.

Процес еволюції безпекознавства підтверджує, що кожна країна та особа для свого існування і розвитку вирішує питання національної безпеки, у тому числі економічної безпеки. Закон України «Про національну безпеку України» визначає національну безпеку як «...захищеність державного суверенітету, територіальної цілісності, демократичного конституційного ладу та інших національних інтересів України від реальних та потенційних загроз» [91]. Звернемо увагу на безпосередній зв'язок безпеки споживання з вектором Стратегії національної безпеки України, у якій визначена стратегічна мета: «...утвердження прав і свобод людини і громадянина, забезпечення нової якості економічного, соціального і гуманітарного розвитку, забезпечення інтеграції України до Європейського Союзу та формування умов для вступу в НАТО» [92].

Сутнісні характеристики національної безпеки ґрунтовно досліджуються в роботах таких провідних вітчизняних вчених, як З. Варналій, Б. Губський, Я. Малик, А. Сухоруков, Г. Ситник. У більшості визначень головною детермінантою виступають життєво важливі інтереси населення країни [93, с. 163; 94, с. 111; 95, с. 3; 96, с. 12–13]. О. Ляшенко розуміє ці інтереси як сукупність потреб, задоволення яких забезпечує можливості перспективного розвитку особистості, суспільства, держави [69, с. 21].

Узагальнення наукових праць з дослідження функціональної структури національної безпеки [93, с. 163; 95, с. 3; 96, с. 12–13; 97–102] у контексті предмета дослідження, дає змогу доповнити її певними елементами (рис. 1.5), які тісно взаємозв'язані та доповнюють один одного без чіткої межі між ними [103].

Узагальнення методологічних підходів до структуризації, ідентифікації безпекових категорій дає змогу виокремити такі базові складники національної безпеки, як соціальна, геополітична, військова та економічна безпека.

Щільні взаємозв'язки між окремими складниками безпеки (продовольча, екологічна, інформаційна тощо) зумовлюють зарахування їх до певного компонента залежно від предмету досліджень. Важливість складників безпеки та взаємозв'язків між ними потребують доповнен-

ня безпекою споживання, яку розглядаємо в контексті економічної (споживання як етап суспільного виробництва), соціальної (споживання як задоволення потреб), екологічної (вплив на екологію у процесі виробництва та споживання), продовольчої, інформаційної та інших компонентів.



Рис. 1.5. Безпека споживання в структурно-функціональній побудові національної безпеки

Розроблено автором.

Щільний взаємозв'язок безпеки споживання з певними елементами національної безпеки підтверджують дослідження В. Труханова, який розглядає місце людини в національній безпеці, ставлення людини і суспільства до загроз і викликів національній безпеці, а також обумовлені цим життєві позиції людей, їх переконання, ідеали, принципи пізнання і діяльності, ціннісні орієнтації в загальній системі безпеки [104].

Л. Чупрій вважає, що одним із шляхів виходу людства з глобальної кризи є передусім створення духовних засад, які забезпечували б усталеність і безпеку суспільного розвитку, переорієнтацію свідомості з утилітарних, споживацьких на вищі ціннісні основи, актуалізацію екологічних імперативів і повернення до духовних витоків [105]. Це завдання можна вирішити шляхом зміцнення інформаційної безпеки, у межах якої варто виділити безпеку освіти, яка з часом може перетворитися на окремий елемент, адже виховання у людини навичок і переконань самоорганізації та самоуправління безпекою власного життя і довкілля повинно починатися з дитинства і продовжуватися в процесі життя [106].

У контексті предмета дослідження зупинимося на домінантних особливостях процесу забезпечення безпеки споживання в системі економічної безпеки держави, яку Я. Жаліло трактує як «складну багатофакторну категорію, що характеризує здатність національної економіки до розширеного відтворення з метою задоволення на визначеному рівні потреб власного населення та держави, протистояння дестабілізаційній дії чинників, що створюють загрозу стійкому збалансованому розвитку країни; забезпечення конкурентоспроможності національної економіки у світовій системі господарювання» [107, с. 87–88]. Економічна безпека держави як підсистема національної безпеки сформована під впливом зовнішнього та внутрішнього середовища, геополітичних, мегарегіональних і національних економічних інтересів, а її дотримання є генеральною метою політики держави. В окремих публікаціях економічна безпека розглядається як базис національної безпеки, в інших – як один з компонентів системи соціальної або національної безпеки. О. Ляшенко розглядає економічну безпеку як складову частину національної безпеки, її фундамент і матеріальну основу [69, с. 43].

Поділяємо думку А. Гуменюка щодо синтетичного бачення, згідно з яким не можна перебільшувати специфіку економічної безпеки, її автономний характер, враховуючи взаємозумовленість економічної, політичної, соціальної, екологічної, інформаційної та інших складників національної безпеки [97, с. 28]. Отже, економічна безпека, яка проявляється в інших компонентах національної безпеки, проникаючи в них і взаємодіючи з ними, акумулює, підсилює або послаблює їхню дію. Структурні елементи національної безпеки мають економічне підґрунтя та економічні виміри наслідків. Погодимося з О. Власюком, Ф. Вудом, які вказують на необ'єктивність дослідження економічної безпеки з урахуванням лише економічних процесів і явищ [89, с. 157].

Пояснення сутнісних властивостей та конкретних характеристик економічної безпеки значною мірою ускладнено розумінням наукового апарату. Економічна безпека характеризується низкою системних, структурних, функціональних властивостей та рівневих понять, врахування особливостей розвитку яких є важливим для розбудови категоріального апарату безпеки споживання [97].

Т. Васильців вважає, що належний рівень економічної безпеки підприємства є запорукою соціального та економічного розвитку держави [108, с. 9]. Саме тому формування нової теоретико-методологічної моделі управління підприємствами передбачає не тільки переосмислення

усталених уявлень теоретиків і практиків менеджменту та безпекознавства, а й розроблення концептуальних засад економічної безпеки підприємств, адекватних сучасним реаліям. Щодо економічної безпеки суб'єкта господарювання як об'єкта безпеки, на цьому рівні системної ієрархії акцентуємо увагу на ключових аспектах забезпечення безпеки споживання, до того ж діяльність підприємства розглядаємо як таку, яка впливає на безпеку споживання і водночас захищає інтереси суб'єкта господарювання як споживача (користувача) продукції (робіт, послуг). О. Ляшенко економічну безпеку розглядає через призму цілей забезпечення конкурентоспроможності або цілі сталого розвитку [69, с. 42], причому рівень таких тотожностей притаманний усій вертикалі економічної безпеки, і на кожному з рівнів повинна забезпечуватися безпека споживання.

На нашу думку, сутнісні характеристики економічної безпеки варто розглядати в контексті етапів розроблення стратегії її забезпечення як узагальнюючої категорії, яка включає такі складники [97].

Перший з них – це характеристика зовнішніх та внутрішніх загроз економічної безпеки як сукупності умов і чинників, що створюють небезпеку життєво важливим економічним інтересам особистості, суспільства і держави, унеможливають реалізацію національних економічних інтересів.

Причинами виникнення загроз безпеці К. Мердок вважає зміни в обсягах та розподілі доходів і багатства, що погіршують стан економічних суб'єктів, різкі зміни зайнятості, інфляції, доступу на ринок, постачання сировини тощо, які уповільнюють темпи економічного зростання [109, с. 67–98].

До загроз економічній безпеці, на думку А. Гуменюка [97], належать посилення небезпечних тенденцій розподілу суспільства та ескалація соціальних конфліктів, що є безпосередньою ознакою необхідності його розбудови за моделлю інклюзивного розвитку.

Джерелами негативних впливів на економічну безпеку, на думку О. Ареф'єва та Т. Кузенко [110], можуть бути свідомі чи несвідомі дії окремих посадових осіб і суб'єктів господарювання (органів державної влади, міжнародних організацій, підприємств (організацій-конкурентів), збіг об'єктивних обставин (стан фінансової кон'юнктури на ринках даного підприємства, наукові відкриття та технологічні розробки, форс-мажорні обставини тощо), тобто можуть мати об'єктивний і суб'єктивний характер.

У публікаціях з дослідження економічної безпеки до цієї категорії А. Гуменюк включає різноманітні складові [97]. Викликають інтерес наведені системні аспекти трьохелементної вертикально-інтегрованої економічної безпеки держави: самодостатність – різні види економічного потенціалу та ефективність його використання; стійкість – розвинута інституційна інфраструктура, фінансова система, гарантії тощо; розвиток – інвестиційно-інноваційна діяльність, науково-технічний потенціал, заклади освіти, інтеграційні процеси. Проте недоліками такої побудови є: відсутність узагальнюючих категорій, що ускладнює структуру та систематизацію раціонально-вірогідних методів протидії загрозам, включення, поруч із економічними, інших видів національної безпеки без необхідного групування.

Не зовсім обґрунтованим вважаємо включення до структурної побудови системи економічної безпеки, поряд із суто економічними, інших видів національної безпеки без відповідних критеріальних ознак типологізації [97]. Подібний підхід запропонований у Методичних рекомендаціях щодо розрахунку рівня економічної безпеки України [111], де до структури економічної безпеки увійшли макроекономічна, фінансова, виробнича, інвестиційна, науково-технологічна, енергетична, зовнішньоекономічна, соціальна, демографічна та продовольча безпека.

Більш обґрунтованим є підхід С. Фролова та інших науковців, які до економічної безпеки зараховують тільки такі складники, які стосуються економічних відносин або базуються на них (фінансова, виробнича, сировинно-ресурсна, продовольча, енергетична) [77, с.127]. Такий підхід є доцільним для нашого дослідження, урахувавши міждисциплінарний характер категорії «безпека споживання». У кожному складнику економічної безпеки, який щільно пов'язаний з безпекою споживання, потрібно дослідити елементи, пов'язані з безпекою споживання прямим або оберненим зв'язком чи обома видами зв'язку одночасно (рис. 1.6).

Безпеку споживання у системі економічної безпеки необхідно розглядати як компонент, оскільки споживання є одним із етапів процесу відтворення і формує підґрунтя для забезпечення безпеки інших компонентів. Так, економічна безпека щільно пов'язана із соціальною безпекою (додаток А, рис. А1), важливі аспекти якої розкриті у роботах В. Ганжиної [112], О. Іляш [113], М. Лєскова [114], О. Ковалю [115]. О. Коваль розуміє соціальну безпеку як відсутність загроз здоров'ю та життю людини та пропонує розглядати її з позиції положень Концепції безпеки людини, розробленої експертами Програми розвитку ООН [115, с. 8–9],

положення якої також підтверджують щільний взаємозв'язок між різними складниками (підсистемами) національної безпеки.

Безпосередньо безпеки споживання в межах соціальної безпеки можуть стосуватися такі параметри: якість життя (охорона здоров'я, харчування, одяг, послуги, житло, відпочинок тощо); рівень життя, зокрема відношення прожиткового мінімуму до середньомісячної заробітної плати. Оскільки соціальна безпека переважно базується на економічних показниках (прожитковий мінімум, споживчий кошик тощо) [116, с. 1513], то можна припустити, що в Україні існують істотні загрози для соціальної безпеки.

Безпека споживання тісно пов'язана з продовольчою безпекою (додаток А, рис. А2), тобто з таким рівнем продовольчого забезпечення населення, який гарантує соціально-економічну та політичну стабільність, стійкий і якісний розвиток особи, здоров'я та відтворення населення, а також сталий економічний розвиток держави [117–121].

Продовольча безпека є вихідною передумовою збереження здоров'я населення за рахунок внутрішніх ресурсів, а отже, і демографічного потенціалу країни [122, с. 12–13; 123, с. 113–131]. Забезпечення продовольчої безпеки спирається на пропозицію продукції розвиненого агропромислового комплексу та доходи населення і платоспроможний попит, необхідні для придбання продуктів харчування без відмови від задоволення інших потреб [124, с. 41]. Для нашої країни на сучасному етапі євроінтеграції підвищенню якості та безпечності продуктів харчування сприятиме імплементація *acquis communautaire* (спільного доробку ЄС), особливо європейської системи технічного регулювання. При цьому особливої уваги заслуговує модернізація інфраструктури зберігання, постачання товарів і торгівлі у поєднанні з раціональною державною політикою продовольчої безпеки.

Л. Черевко та Н. Гурьянова [125, с. 67] зараховують безпеку споживання лише до продовольчої безпеки. Проте з таким трактуванням не можна погодитися. По-перше, при цьому безпека споживання розглядається звужено, обмежуючись лише купівельною спроможністю. По-друге, вона безпосередньо пов'язана з безпекою розподілу та обміну як чинниками прийняття рішення про купівлю. По-третє, у контексті продовольчої безпеки йдеться саме про безпеку споживання продуктів харчування, а в широкому трактуванні безпека споживання виходить за межі продовольчої безпеки.



Рис. 1.6. Структурно-функціональні зв'язки складових економічної безпеки з безпекою споживання
Складено автором.

На цей час показники споживання продуктів харчування населенням і рівня продовольчої безпеки знизилися до критичної межі. Упродовж більше десяти років склалося одноманітне харчування з перевагою жирів та вуглеводів більшої частини населення [69; 126; 127]. Гострою проблемою на ринку продовольства України залишається значна кількість неякісних продуктів харчування у зв'язку з використанням генетично модифікованих організмів, хімічних речовин неорганічного походження, стимуляторів, ароматизаторів, штучних фарбників, вторинною переробкою продуктів, термін придатності яких закінчився. Це негативно впливає на здоров'я, спричиняє захворювання.

У контексті безпеки споживання важливим компонентом є екологічна безпека (додаток А, рис. А3). Стаття 50 Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища» визначає екологічну безпеку як стан довкілля, при якому забезпечується запобігання погіршенню екологічної обстановки та небезпеки для здоров'я людей через здійснення широкого комплексу взаємозв'язаних екологічних, політичних, економічних, технічних, організаційних, державно-правових та інших заходів [128].

Наукові розробки із безпекознавства в кризових ситуаціях містять кілька складників, а саме: тлумачення екологічних термінів, зрозумілих для науковців та практиків; формалізацію на вербальному рівні явищ або процесів, пов'язаних з національною та екологічною безпекою й їхньою взаємодією [129, с. 144]. Істотне значення для безпеки споживання має екологія біосфери, техноекологія, урбоекологія тощо.

Важливою є також інформаційна безпека (додаток А, рис. А4) – стан захищеності інформаційного середовища, який забезпечує його формування, використання та розвиток в інтересах громадян, організацій, держави [130]. Оскільки інформаційна безпека характеризується мірою стійкості основних сфер життєдіяльності (економіки, науки, техносфери, сфери управління, військової справи тощо) до загроз дестабілізуючих інформаційних впливів, то з позиції економічної безпеки інформаційна безпека визначається здатністю до їх нейтралізації, а для особи – захищеністю психіки та свідомості людини від небезпечного впливу інформації (маніпулювання свідомістю, дезінформування, спонукання до самогубства тощо). Ще більшою загрозою для економічної безпеки, за Д. Олійник [131, с. 90], є відсутність в Україні системи індикаторів розвитку інформаційного суспільства, оскільки існуючий комплекс статистичних показників в Україні унеможлиблює здійснен-

ня моніторингу та оцінювання ситуації у сфері розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та інформаційного суспільства в цілому. Відсутність критеріїв та необхідних статистичних досліджень є однією з причин нинішнього розриву можливостей отримання сучасних послуг в усіх регіонах країни.

Для безпеки споживання в інформаційній сфері загрозливими є: негативний інформаційний вплив і наслідки застосування інформаційних технологій; неповнота, недостовірність і несвоєчасність інформації про товари (послуги); порушення доступності та цілісності інформації. Основне завдання забезпечення безпеки споживання в частині інформаційного складника – це поліпшення інформованості населення на всіх рівнях і у всіх формах освіти.

Зовнішньоекономічний та глобальний компоненти економічної безпеки впливають на безпеку споживання насамперед через процеси глобалізації та мегарегіональної інтеграції, у тому числі євроінтеграції. З одного боку, підвищуються вимоги до уніфікації та якості продукції, а з іншого – вітчизняний ринок розвивається за моделлю суспільства споживання і розглядається для імпорту продукції нижчої якості як вторинний.

Науково-технологічний компонент економічної безпеки прямо й опосередковано впливає на безпеку споживання через задоволення постійно зростаючих потреб до безпечності продукції, використання новітніх та екологічнобезпечних технологій.

Ураховуючи значну кількість показників за кожним компонентом економічної безпеки, які пов'язані та не пов'язані з безпекою споживання, проведемо їх групування за подібністю за допомогою бінарної матриці, де пов'язані компоненти позначені – 1, не пов'язані – 0 (рис. 1.7). Відповідно до Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України [111] економічну безпеку розглянемо за такими складниками: виробничий, демографічний, енергетичний, зовнішньоекономічний, інвестиційно-інноваційний, макроекономічний та фінансовий.

За результатами групування (рис. 1.7) показники виробничого, енергетичного компонентів, які не мають тісного зв'язку з безпекою споживання, входять в одну групу з демографічним, науково-технічним та інвестиційно-інноваційним компонентами економічної безпеки. Взаємозв'язок із показниками безпеки споживання спостерігається для зовнішньоекономічного, інформаційного, макроекономічного

ного та фінансового складників безпеки, які входять у другу групу. Істотний зв'язок з множиною показників безпеки споживання спостерігається для характеристик соціальної, продовольчої безпеки і найбільший – для екологічного компонента.

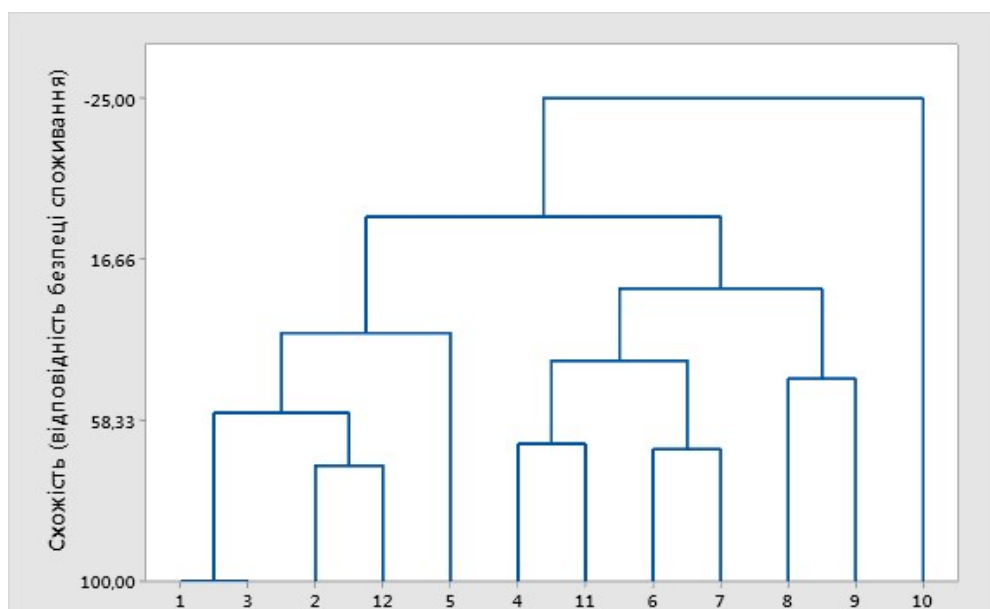


Рис. 1.7. Дендрограма взаємозв'язку із безпекою споживання множин показників складових економічної безпеки: 1 – виробнича; 2 – демографічна; 3 – енергетична; 4 – зовнішньоекономічна; 5 – інвестиційно-інноваційна; 6 – макроекономічна; 7 – фінансова; 8 – соціальна; 9 – продовольча; 10 – екологічна; 11 – інформаційна; 12 – науково-технологічна

Розроблено автором.

Підмножину показників безпеки споживання у формалізованому вигляді представимо кон'юнкцією підмножин складових національної безпеки (NS) з використанням методологічного підходу дослідження електронної торгівлі О. Чернеги, С. Маловичко (рис. 1.8): економічної ($ES, ES \subset NS$); соціальної ($SS, SS \subset NS$); продовольчої ($FS, FS \subset NS$); екологічної ($EcS, EcS \subset NS$); інформаційної ($IS, IS \subset NS$); науково-технологічної ($ScS, ScS \subset NS$).

Їх взаємозалежність, наявність прямих і зворотних зв'язків проявляється й змінюється в часі та формує «локус» (лат. locus – місце) безпеки споживання, під яким розуміємо поле континуальної взаємодії, представлене у вигляді шести множин, які перетинаються і формують складну архітектуру або множину показників. Остання представлена кон'юнкцією множин у точках (1)–(12), які формують окремі сегменти множини показників безпеки споживання. Кожен з них охоплює певні показники складника національної безпеки, які відображаються на

безпеці споживання: (1)–(2)–(3) – економічна активність населення, що визначається рівнем зарплати, купівельною спроможністю, доступністю товарів; (3)–(4)–(5) – соціальні показники безпеки споживання, зумовлені рівнем та якістю життя (охороною здоров'я; харчуванням; забезпеченістю одягом, послугами, житлом, відпочинком тощо); (5)–(6)–(7) – рівень забезпеченості населення продовольством для розвитку людини, забезпечення здоров'я і відтворення населення; (7)–(8)–(9) – уникнення негативного впливу людини та виробництв на довкілля, запобігання погіршенню екологічної обстановки та створенню загроз для населення; (9)–(10)–(11) – захищеність інформаційного середовища від небезпечного впливу товарів і послуг; (11)–(12)–(1) – упровадження інноваційних технологій у всіх сферах діяльності людини.

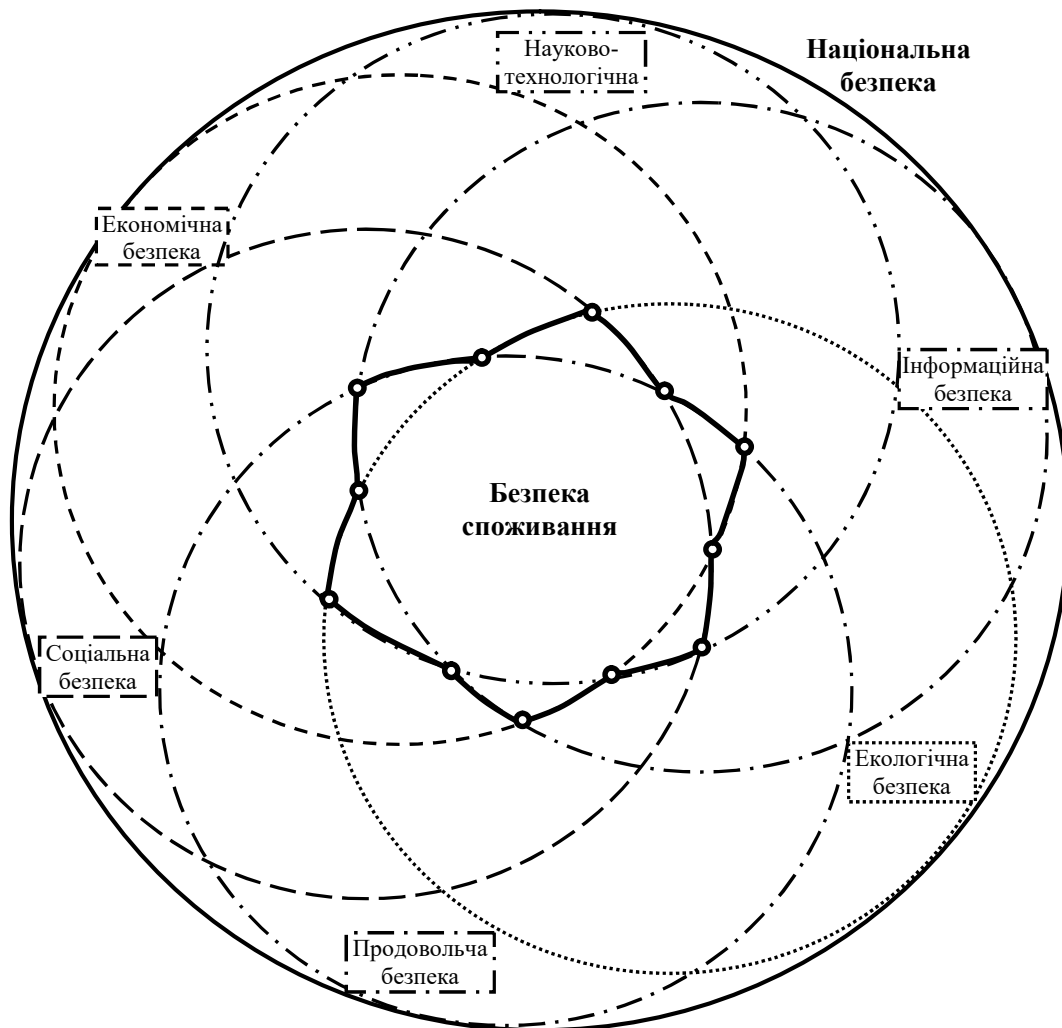


Рис. 1.8. Кон'юнктивна модель безпеки споживання у системі складових національної безпеки

Складено автором з використанням [132].

Отже, архітектоніка «локусу» безпеки споживання являє собою систему із складною ієрархічною структурою, що включає підсистеми,

які відповідають функціональним сферам, спрямована на забезпечення таких внутрішніх і зовнішніх умов господарської діяльності, які мінімізують негативний вплив на здоров'я та життєдіяльність людини і довкілля.

Як вже зазначалося, категорія «безпека споживання» складна, комплексна і багатогранна, без завершеного методологічного підходу до її визначення, хоча є певні напрацювання науковців (табл. 1.3). Найчастіше використовують поняття «безпечність продукції та послуг», яке вважаємо певною мірою неповним, оскільки у нормативно-розпорядчих документах воно тлумачиться як «...властивість не становити й не створювати небезпеки» [133]. Звернемо увагу, що загалом «безпека» складної системи розглядається як такий її стан, «...коли дія зовнішніх факторів і внутрішніх чинників не призводить до процесів, що вважаються негативними щодо даної складної системи відповідно до наявних на даному етапі потреб, знань та уявлень» [133]. Приймаючи за сутнісні характеристики безпеки споживання не лише «безпечність продукції», а й дії усіх суб'єктів та об'єктів процесу забезпечення цього, обмежимося розглядом лише поняття «безпека споживання».

Найбільш поширене трактування безпеки споживання в контексті якості продукції (товару) або сукупності характеристик (наприклад, функцій та вигід від користування) товару (послуги). За О. Іваніловим, якість – це економічна категорія, яка відображає сукупність властивостей продукції (технічних, технологічних, економічних, екологічних тощо), які зумовлюють ступінь її здатності задовольняти потреби споживачів відповідно до свого призначення [139, с. 214]. Варто погодитись з Т. Галушкіною, О. Ліпановою та І. Макаровою, що ринок диктує нові умови до якості виробництва і продукції, ураховуючи тенденції сучасного етапу європейської інтеграції України [140]. Проте зазначимо, що у межах «безпечності товарів і послуг» йдеться, насамперед, про безпеку споживання товарів у сенсі харчування людини, яку М. Піх розглядає як ознаку продовольчої безпеки [141, с. 75], через зростання ризиків, пов'язаних із дефіцитом продовольчих ресурсів, поширенням захворювань, спричинених харчовими отруєннями і неякісними продуктами. Ризики збільшуються не тільки під час споживання продуктів харчування, а й у разі використання інформаційних, розважальних, туристичних послуг через загрози маніпулювання свідомістю людей, зростаючу нестабільність та тероризм [9, с. 15].

Таблиця 1.3

Основні характеристики категорії «безпека споживання»

№ п/п	Сутнісні характеристики	Автор [джерело]
1	Властивість товару, продукту не завдати шкоди людині при його споживанні	Словник бізнес-термінів [134]
2	Споживча властивість товару, що характеризує ступінь захисту людини від впливу небезпечних і шкідливих факторів, які виникають під час його споживання	Великий економічний словник (А. Азріліян) [135]
3	Властивість, яка характеризує відсутність неприпустимого ризику, пов'язаного з можливістю заподіяння шкоди життю, здоров'ю, майну споживача, навколишньому середовищу за звичайних умов використання, зберігання, транспортування, утилізації	А. Ляшко, А. Ходикін, Н. Волошко, А. Снітко [136]
4	Тісно пов'язане з поняттям рівня ділової репутації суб'єкта торгівлі (для послуг). Включає такі складові: надійність, точність, пунктуальність; надання і дотримання торговельним підприємством гарантій якості і безпеки споживання товарів і послуг; відшкодування можливих збитків (гарантійне обслуговування), що в комплексі забезпечує високий ступінь довіри клієнта до підприємства торгівлі	В. Апопій, І. Міщук, В. Ребицький, С. Рудницький, Ю. Хом'як [137]
5	Забезпечує захист людини від небезпечних і шкідливих дій, які виникають під час користування товаром	Д. Зеркалов [138]
6	«Відтворення» організаційних рівнів суспільного споживання й особистих свобод громадян	О. Добридень [29]
7	Забезпечення необхідного рівня життя населення, де найважливіше місце займає задоволення інтелектуальних і духовних потреб, а не все більше задоволення матеріальних потреб, що сприяє збереженню навколишнього середовища, підтримці стабільного стану біосфери і безпечного існування людства, зокрема забезпечення безпеки харчування	С. Тютюннікова, Т. Сальтевська [17]

Складено автором.

Відмінність методологічних підходів трактування категорії «безпека споживання» для товарів або послуг пов'язана із специфікою функціональних, раціональних, емоціональних характеристик поняття, тобто вигод для споживачів, зокрема за мультиатрибутивною моделлю. Звідси відмінність полягає у системній сутності цих понять.

Погоджуючись із важливістю безпеки продукції для безпеки споживання, запропонуємо аргументи для ширшого тлумачення останньої. Так, безпека повинна також спрямовуватися на подолання загроз суспільству споживання, домінантами якого повинні стати критерії безпеки майбутнього та сталого розвитку. Отже, безпека споживання спрямовується не лише на забезпечення належних умов життєдіяльності або якості життя теперішнього покоління, а й на створення умов для розвитку людини, сім'ї, громади, суспільства, країни.

Підкреслимо, що в процесі забезпечення безпеки споживання необхідно враховувати вплив на довкілля і під час виробництва, і в ході безпосереднього споживання (використання) чи після нього та утилізації продукції. Отже, доцільно застосовувати методологічні положення поведінкового підходу в контексті трактування процесу споживання у системній послідовності етапів: від усвідомлення потреби до утилізації відходів. Причому необхідно обов'язково враховувати мотиви та критерії вибору товарів для задоволення потреб, що безпосередньо пов'язано із світоглядом, освітою, базовими цінностями, тобто соціологічною компонентою безпеки для різних об'єктів і рівнів системної ієрархії.

Зазначимо, що в умовах глобальної економічної інтеграції забезпечення безпеки споживання передбачає не лише використання ринкових методів, насамперед, через створення належного попиту, а й формування активної громадянської позиції з розроблення, вдосконалення та застосування інституціонального базису цього процесу. Для прикладу, це підвищення вимог технічних умов, стандартів щодо різних об'єктів (товарів) споживання. Це підтверджується результатами дослідження Дж. Гогевіна, який показав, що у слаборозвинених країнах засоби забезпечення безпеки споживання є вартісними, особливо для домашніх господарств при нестабільних доходах без можливості використання цивілізованих страхових і кредитних інститутів, особливо інститутів гарантування безпеки особи [142]. Б. Гоулд пропонує розглядати поняття «споживання безпеки» як «споживання операцій», які супроводжують купівлю-продаж (окремі акти покупок, практики організаційної безпеки, соціальні та політичні заходи, які спонукають до споживання) [143]. З цим важко погодитися, оскільки забезпечення безпеки споживання є обов'язковою вихідною передумовою рішень про придбання певного товару (послуги).

Систематизація, узагальнення визначень, компаративний аналіз підходів до тлумачення сутності категорій «безпека», «національна

безпека», «економічна безпека» дають підстави розглядати **безпеку споживання як здатність держави, підприємництва, суспільства створювати умови для усвідомленого задоволення індивідумом (людиною) потреб самовідтворення із забезпеченням здоров'я, збереженням довкілля та розвитком суспільства в теперішньому та майбутньому періодах.**

Успішна асиміляція досвіду розвинених країн у формуванні термінологічного апарату національної та економічної безпеки передбачає, що генеза «безпеки споживання» пов'язана з економічними інтересами, потребами, цінностями, цілями, ризиками і загрозами. Дотримання інтересів відображається у досягненні певних цілей, чому можуть протидіяти певні ризики і загрози, виникнення та вплив яких відбувається в зовнішньому середовищі (рис. 1.9). Останнє істотно, а іноді й визначально, впливає на підсистему формування і функціонування безпеки споживання в системі економічної безпеки держави в динамічно змінному часовому періоді [97, с. 311].

Зрозуміло, що підсистему безпеки споживання будемо розглядати як систему (СБС), до суб'єктів якої належать: органи державного управління та місцевого самоврядування; підприємства; споживачі; громадські об'єднання; національні та міжнародні організації. Інститути різного рівня ієрархії та сфери діяльності насамперед формують середовище безпеки споживання. Споживачі та суб'єкти господарювання безпосередньо беруть участь у процесі задоволення потреб. При цьому будь-який із цих суб'єктів може бути й об'єктом (споживачем), характеристики якого відрізняються від особи як індивідуального споживача, що обумовлює дуалістичний суб'єктно-об'єктний характер безпеки споживання як процесу.

Отже, у системі забезпечення безпеки споживання (СЗБС) необхідно виокремити: людину (особу) з конституційними правами та свободами, у тому числі правом на безпеку життєдіяльності; домашні господарства, громади, соціальні групи, народ із завданнями забезпечення здоров'я та якості життя; довкілля та його ресурси із завданням збереження, раціонального та ефективного використання; регіон, галузь чи сектор, сферу економіки, суб'єкт господарювання з правом на розвиток і самостійне визначення стратегічних цілей та завдань господарської діяльності; інформаційне, інфраструктурне та інституціональне середовище впливу на суб'єктів споживання.

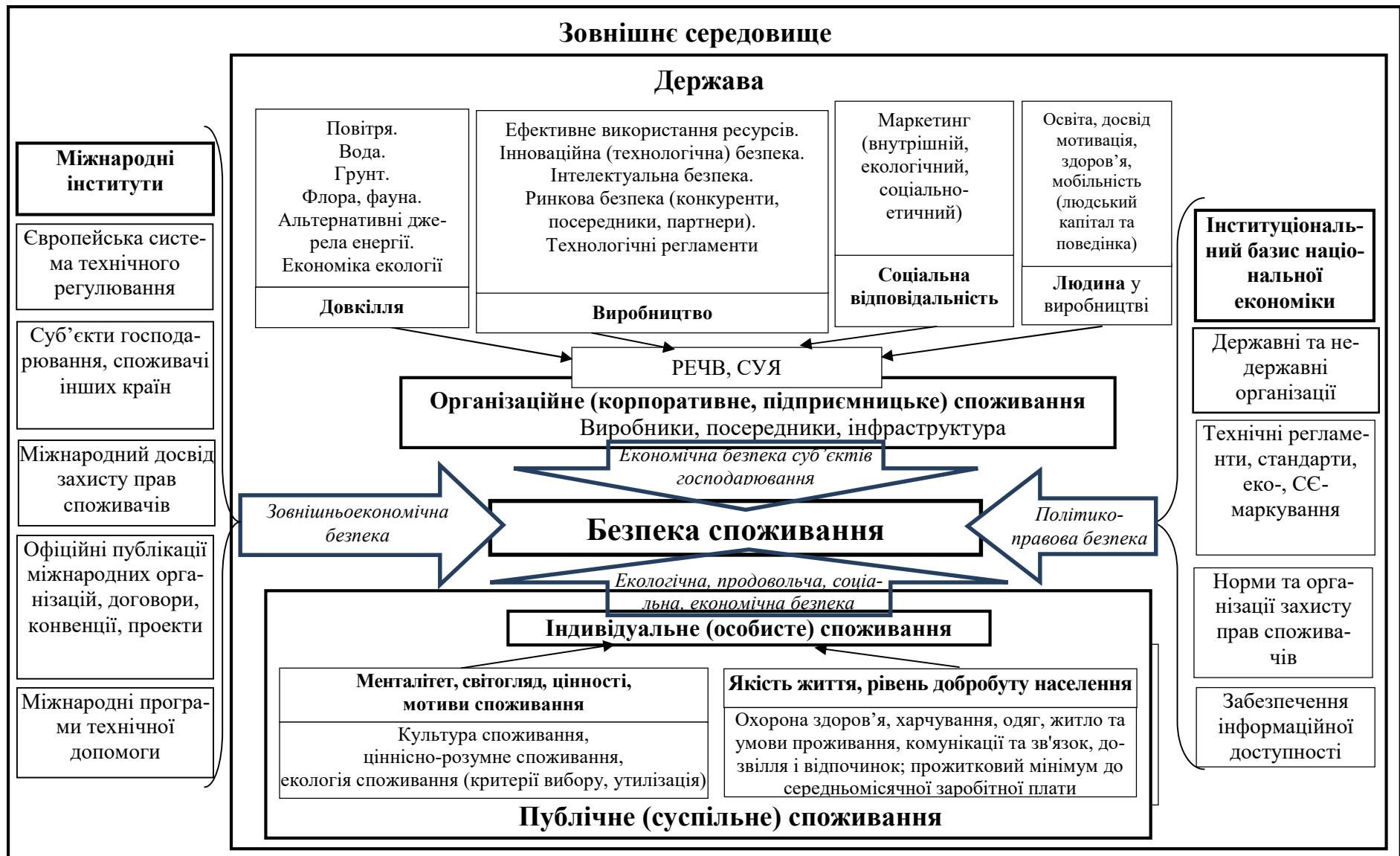


Рис. 1.9. Структурно-логічна суб'єктно-об'єктна побудова системи безпеки споживання

Розроблено автором.

Особливості поведінки особи в процесі усвідомлення потреби, прийняття рішення про купівлю і безпосереднього споживання на різних рівнях системної ієрархії (рис. 1.10) обумовлюють доцільність дослідження цього процесу в контексті індивідуального (фізичними особами для задоволення власних потреб) та колективного споживання (суб'єктами господарювання для здійснення економічної діяльності).

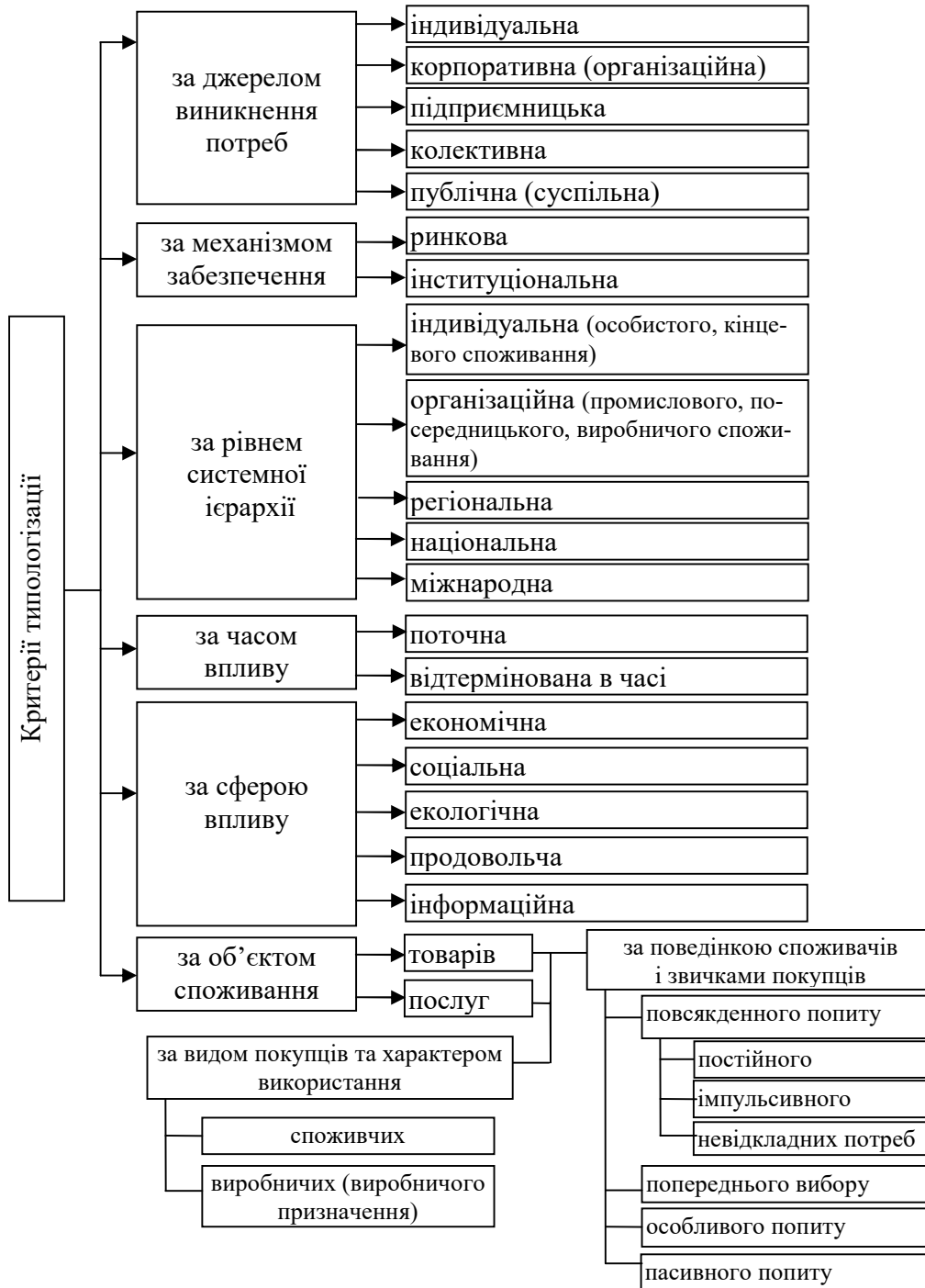


Рис. 1.10. Типологізація безпеки споживання

Розроблено автором.

Безпосередньо об'єктами споживання є товари та послуги, типологізація яких (див. рис. 1.10; [144, с. 367–368]) відображає особливості забезпечення безпеки споживання. Домінантну роль у СЗБС відіграють освітні та інформаційні послуги, які формують поведінку вибору об'єктів споживання (продукції), допомагають аналізувати інформацію про них та приймати рішення.

Предметом дослідження безпеки споживання будемо вважати діяльність людини, суб'єктів господарювання, суспільства і держави із захисту безпеки споживачів від внутрішніх і зовнішніх загроз. Отже, суб'єкти СЗБС повинні визначати й аналізувати чинники впливу на безпеку споживання (ризиків і загрози) в коротко- і довгостроковій перспективі. Головною метою визначимо впровадження механізмів протидії чинникам і загрозам безпеці споживання у межах моделі інклюзивного розвитку. Інклюзивність моделі безпеки споживання обумовлюється залученням усіх учасників процесу з однаковою відповідальністю на всіх етапах процесу споживання товарів (послуг) від виробництва до утилізації.

Методичною основою оцінювання загроз та обумовлених ними наслідків є методи вибору і формування сукупності якісних та кількісних індикаторів, пов'язаних з особливостями поведінки споживачів, а також критичним рівнем безпечності товарів (послуг). До головних загроз безпеці споживання на різних етапах цього процесу належать: технологічні, технічні, екологічні, інституціональні, соціо-ментальні, процесні. Ці загрози необхідно досліджувати як у контексті транзакційних витрат майбутніх періодів на нейтралізацію негативних наслідків загроз, так і для забезпечення та гармонізації інтересів суб'єктів процесу споживання. Методологічно важливо при цьому враховувати рівень безпеки споживання для різних галузей, секторів і сфер національної економіки, а також джерела ризиків і загроз, механізми протидії подолання наслідків. Протидія загрозам безпеці споживання передбачає одержання соціальних і економічних вигод, задоволення та гармонізацію інтересів суб'єктів споживання.

Концептуальні положення розроблення системи програмних засобів зміцнення безпеки споживання є основою стратегії забезпечення безпеки, якою доцільно доповнити національну модель споживання, окреслену А. Коломійцем [145], або модель стратегії розвитку держави. Механізми забезпечення безпеки споживання охоплюють продуктивні, технологічні, інформаційні, ринкові або інституціональні методи, за-

стосування яких забезпечує гармонізацію інтересів суб'єктів та об'єктів СЗБС. Ці доповнення потребують насамперед окреслення концептуальних засад методології дослідження безпеки споживання.

1.3. Концептуалізація методології дослідження безпеки споживання в умовах євроінтеграції

Сучасний етап євроінтеграції України актуалізує підвищення рівня якості життя та добробуту населення з дотриманням засадничих принципів раціонального споживання й обумовлює необхідність розв'язання системних проблем економічної безпеки держави на різних рівнях ієрархії управління, у тому числі безпосередньо безпеки споживання товарів (послуг) як однієї з домінантних передумов формування і задоволення платоспроможного попиту та, водночас, завдяки зворотному зв'язку, – підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, стійкий економічний розвиток і зростання добробуту населення.

Згідно з Угодою про асоціацію між Україною та Європейським Союзом визначені зобов'язання у сфері соціальної політики. Глава 21 Угоди регулює співробітництво України з країнами ЄС у сфері зайнятості, соціальної політики та рівних можливостей для підвищення якості життя, що відображає успішність соціально-економічного розвитку держави, а також забезпечення гідних умов праці шляхом створення гнучкого, справедливого, захищеного, ефективного та безпечного ринку праці [146, с. 4–5]. Виникає потреба у науковому обґрунтуванні теоретико-методологічних основ дослідження безпеки споживання товарів (послуг), ідентифікації ризиків і загроз, управління ризиками й оцінювання індикаторів ефективності реалізації стратегій та засобів її забезпечення.

У цьому контексті Н. Зачосова [147, с. 57] дослідження безпеки споживання розглядає за такими напрямками:

1) визначення процесів і явищ в економічному просторі, які можуть негативно вплинути на убезпечення безпеки споживання через імпорт неякісної продукції (робіт, послуг) в Україну;

2) аналіз впливу негативних факторів (довкілля; рівень та якість життя; охорона здоров'я; культура та освіта населення; інформація) на безпеку споживання в Україні у коротко- та довгостроковому періоді часу;

3) визначення рівня стійкості, захищеності інтересів і можливостей СЗБС протидіяти негативному впливу ризиків і загроз кризових явищ в Україні та за її межами;

4) аналіз безпеки споживання на мікрорівні суб'єктів господарювання.

Незважаючи на взаємопов'язаність, інтегрованість і спрямованість на досягнення однієї мети – забезпечення безпеки споживання, у площині методології ці напрями наукового дослідження, як показав В. Франчук [148], є різними, і кожен із них потребує детального розкриття.

Важливим складником методології дослідження безпеки споживання є розуміння сутнісних характеристик цього процесу, а також характеристик споживачів, споживчих тенденцій і вподобань. Дослідження концентруються переважно у двох напрямках або їх поєднанні: 1) вивчення маркетингової активності підприємств, ринку, галузі, регіону, країни на основі характеристик споживачів (вік, стать, доходи, витрати, вподобання тощо); 2) дослідження поведінки споживачів, їх мотивації, соціально-психологічних чинників впливу на формування та реалізацію споживчої поведінки в контексті економічної соціології [149–151]. Недоліком є вторинність характеристик споживчої поведінки під час розроблення стратегічних програмних документів, що обумовлює ймовірність їх низької ефективності.

Структурно-інституціональна модернізація в усіх сферах соціально-економічної активності України, прискорена підписанням Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, обумовлює удосконалення державного ринкового нагляду, технічного регулювання, захисту прав споживачів, охорони довкілля, підвищення якості життя населення, що в перспективі сприятиме забезпеченню безпеки споживання. Для збереження та формування нових конкурентних переваг для вітчизняної економіки, захисту ринку товарів і послуг необхідно мінімізувати часовий період трансформаційного циклу адаптування інституціонального базису, підприємництва та населення країни до вимог і стандартів ЄС з одночасним впровадженням національної моделі системи безпеки споживання.

Формування системи індикаторів, визначення стану та тенденцій безпеки споживання, розроблення моделей безпечного споживання індивідуального та корпоративного споживача, а також стратегічне програмування розвитку країни на засадах безпечного споживання потребує розроблення методологічних підстав дослідження.

Як показав теоретичний аналіз сутнісних характеристик безпеки споживання в підрозділі 1.2, необхідний системний підхід до її дослідження. Безпека споживання є складною динамічною багатооб'єктною та суб'єктною системою із структурою й ієрархією, що взаємодіє із зовнішнім середовищем. Елементи системи (виробники, споживачі, органи влади та місцевого самоврядування, громадські об'єднання, незалежні експертні організації, інституціональний базис) виконують визначені функції та беруть участь у досягненні спільних цілей. Забезпечення цієї системи ускладнюється впливом різного виду загроз, а також динамічністю як самого процесу забезпечення безпеки споживання, так і його складових частин. Динамічна змінність системи пов'язана з постійною зміною міцності, якості та характеру (прямих чи прихованих) зв'язків.

Семантичний та інституціональний аналіз процесу забезпечення безпеки споживання дає змогу виокремити такі сутнісні характеристики:

- недосконалість теоретико-методологічного базису безпекознавства щодо сутності безпеки споживання через складну міждисциплінарну область прояву, а отже, належність до інших компонент економічної безпеки держави;

- амбівалентність визначення категорії «безпека споживання» не як результату, а як складного процесу, обумовленого значною кількістю компонентів, впливу чинників (довкілля, рівень якості життя населення, виробнича діяльність, маркетингова активність продавців і посередників, інституціональний базис), які постійно розвиваються і змінюються;

- невизначеність суб'єктно-об'єктних взаємозв'язків у процесі споживання, коли суб'єкти системи безпеки споживання (органи державного управління та місцевого самоврядування, підприємства, споживачі, громадські об'єднання) самі можуть бути споживачами, постачальниками товару (послуги);

- складність та багаторівневість структури системи, наявність нелінійних прямих чи зворотних або і прямих, і зворотних зв'язків як у системі забезпечення безпеки споживання, так і з іншими безпековими компонентами (економічним, екологічним, соціальним, продовольчим, інформаційним), які теж не завжди є визначені, чіткі, структуровані, що ускладнює прогностичний аналіз наслідків їх взаємодії;

- слабка прогнозованість та модельованість розвитку системи у неструктурованих ситуаціях через їх часову тривалість і необхідність

контролю через прискорення, що ускладнює застосування аналітичних методів оцінювання.

Для подальшого дослідження безпеки споживання як складного процесу, який постійно розвивається, ураховуючи істотну нестачу інформації і невизначеність розвитку, постійну змінність, структурну неоднорідність, непередбачуваність та некорельованість певних факторів, застосуємо методологічні підходи дослідження систем Дж. О'Коннора та Й. Макдермотта [152], системно-динамічного моделювання Дж. Форрестера [153] та методи нечіткої логіки Л. Заде [154–156]. Системно-динамічне моделювання (СДМ) полягає у створенні моделі складної системи як двох мережевих структур, одна з яких відображає процес руху та нагромадження матеріальних, фінансових й інформаційних потоків, а інша – процес управління цими потоками. Метою СДМ є встановлення причинно-наслідкових зв'язків між елементами структури системи в процесі її динамічної зміни.

Побудова системно-динамічної моделі передбачає дослідження множини параметрів безпеки споживання, інституціональних передумов розвитку та модернізації на основі структурно-логічної схеми (рис. 1.11). При цьому моделювання засноване на теоретичних положеннях:

- безпекознавства, національної та економічної безпеки, які визначають закономірності забезпечення безпеки в економічних, соціальних, біологічних системах;
- інституціоналізму для аналізу економічних проблем у поєднанні з соціальними, політичними, етичними, правовими;
- глобальної та мегарегіональної економічної інтеграції, міжнародних економічних відносин щодо виробництва, обміну і споживання товарів та послуг;
- глобального середовища як процесу структурування простору існування і взаємодії всіх локальних спільнот, «світу як цілого», як «глобального місця взаємодії»;
- поведінкової теорії споживання для виявлення впливу психо-емоційних факторів на рішення людей у процесі споживанні товарів (послуг);
- теорії систем і системної динаміки, яка досліджує зміну систем у часі та залежно від структури елементів системи, взаємодії між ними, а також причинно-наслідкові зв'язки, петлі зворотних зв'язків, затримки реакції, вплив зовнішнього середовища.



Рис. 1.11. Методологічна основа дослідження безпеки споживання

Розроблено автором.

Узагальнення теоретичних засад безпеки споживання в умовах глобальної інтеграції (визначення ролі та місця безпеки споживання в економічній безпеці держави та суб'єктів господарювання; встановлення її взаємозв'язку із продовольчою, екологічною безпекою; типологізація та визначення особливостей безпеки індивідуального й організаційного споживання; дослідження зміни сутності та значення безпеки споживання на різних етапах глобалізації) покладено в основу системного аналізу характеристик безпеки споживання в Україні та світі.

Для визначення місця безпеки споживання у вирішенні глобальних проблем встановимо її взаємозв'язок із глобальними цілями сталого розвитку на різних рівнях ієрархії управління (глобальному, мегарегіональному, національному, регіональному) для порівняння ступеня досягнення глобальних завдань і показників (індикаторів) безпеки споживання в Україні та в країнах-членах ЄС.

З урахуванням сучасного стану та пріоритетів модернізації інституціонального базису України до вимог Спільного доробку ЄС, Угоди про асоціацію між Україною та ЄС здійснений інституціональний аналіз перешкод у забезпечення споживання, поточного стану та напрямів удосконалення програмних методів у системі забезпечення безпеки споживання.

Для визначення кількісних та якісних тенденцій у структурі, обсягах, географії споживання, а також у масштабах і наслідках негативного впливу споживання товарів та послуг на довкілля в Україні й світі проведемо структурно-компонентний аналіз безпеки споживання. Зокрема, необхідне дослідження фактичної структури споживання населенням України, визначення кореляції між обсягами споживання та ВВП, характеристиками споживання та продовольчою безпекою, фінансовою спроможністю, рівнем добробуту населення, обсягами утворених відходів. Для компаративного аналізу використаємо офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, країн ЄС (Євростат) й інших розвинених країн світу. Зазначимо, що їх оновлення відбувається з певною затримкою часу, а разом із загальною тривалістю процесів у системі безпеки споживання ускладнюється ідентифікація позитивних наслідків.

Ураховуючи дуалізм суб'єктно-об'єктного характеру безпеки споживання проаналізуємо чинники впливу на убезпечення споживання в коротко- і довгостроковій перспективі. Для кількісного й якісного аналізу проявів небезпечного впливу продукції і послуг на здоров'я

людини в країнах-членах ЄС та Україні проаналізуємо єдину систему оперативного обміну інформацією про продукцію, що становить серйозний ризик (RAPEX, Rapid Exchange of Information System), та офіційні дані Держпродспоживслужби. Аналіз для країн-членів ЄС за географічною структурою, групами небезпечних товарів, природою ризиків, країною походження продукції проведемо на основі кількості повідомлень (*alerts*), що надійшли в систему RAPEX, про заходи, застосовані проти небезпечної продукції, та кількості подальших дій (*follow up actions*), які застосовували інші країни-члени ЄС у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів. Для дослідження небезпечних категорій товарів і послуг, порушень прав споживачів в Україні використаємо статистичні дані Держпродспоживслужби України.

Для удосконалення структурно-логічної побудови процесу споживання на основі критерію безпечності товарів (послуг), а також дослідження ступеня перехресного впливу показників якості життя на безпеку споживання (добробут, культуру споживання, споживчий кошик) обґрунтуємо індикатори безпечного споживання на основі міжнародних показників якості життя.

Щоб ідентифікувати та ранжувати ризики і загрози безпечного споживання, проведемо таксономічний аналіз за методом З. Хельвіга [113; 157, с. 24]) для аналізу системи безпеки споживання за функціональними складовими, який дає змогу впорядкувати однотипні об'єкти залежно від ступеня сукупного впливу на них факторних ознак. Значна кількість складових і факторів впливу на СЗБС, з одного боку, може розширювати спектр вхідної числової інформації для аналізу, а з іншого – обумовлювати завдання пошуку інтегральних індикаторів безпеки споживання, за допомогою яких можна відстежувати стан окремих функціональних компонент СЗБС (інституціональної, соціальної, екологічної, продовольчої, інформаційної, фінансово-економічної, зовнішньо-економічної, науково-технологічної) та впорядкувати їх за ступенем інтегрального впливу на них часових рядів факторних ознак. Використання методу таксономії доцільне через отримання можливості оцінити рівень безпеки споживання в динаміці, при цьому багатомірність значної кількості індикаторів дає змогу використовувати єдиний узагальнюючий інтегральний показник. Завдяки використанню цього методологічного підходу можна систематизувати значний статистичний матеріал характеристик СЗБС у динаміці й просторовій струк-

турі та отримати єдину кількісну характеристику рівня безпеки споживання України.

Отримані результати інституціонального, системного аналізу характеристик безпеки споживання товарів (послуг) та оцінювання ризиків і загроз безпечного споживання використаємо для системно-динамічного моделювання причинно-наслідкових зв'язків у СЗБС, яке, за Ю. Карповим [158, с. 21], полягає у розробленні моделі СЗБС з відповідною структурною побудовою, нелінійними зв'язками та динамічними змінами.

Побудова системно-динамічної моделі передбачає: опис складників системи та визначення характеристик їх взаємодії на основі прямих (змінюють елемент системи в тому ж напрямі, що й зміни, які спостерігалися раніше) і зворотних зв'язків (ведуть до змін у зворотному напрямку) та побудови причинно-наслідкових діаграм; реалізацію казуальної моделі за допомогою методології й інструментів імітаційного моделювання та перевірку якості моделі на реальних даних, запропонованих у 70-х рр. ХХ ст. Дж. Форрестером [153].

Для виявлення споживчих мотивацій та чинників впливу на рішення про купівлю, а також критеріїв вибору товару (послуги), ризиків і загроз безпеці споживання проведено дослідження поведінки споживачів за матеріалами Запорізької області, де тривалий час спостерігається істотна загроза екологічній безпеці, порівняно низька платоспроможність мешканців, що обумовлює загрози безпеці споживання, і низькі показники стану здоров'я населення.

За результатами кабінетних досліджень вторинної інформації із зовнішніх джерел, висунута гіпотеза, що нині існує достатньо високий рівень загроз безпеці споживання товарів (послуг), які посилюються через вплив таких чинників:

- недостатня поінформованість споживачів щодо споживання небезпечних для здоров'я товарів у майбутньому;
- низький рівень інституціонального захисту від місцевих виробників, імпортерів, посередників;
- відсутність інформації про небезпеку споживання товарів (послуг) певних видів, а також про випадки їх споживання, важливість формування культури споживання;
- поширене застосування деструктивного маркетингу та нерозвиненість корпоративної соціальної відповідальності;

– дисбаланс між ціною та якістю як наслідок низької платоспроможності.

Для перевірки цієї гіпотези проведено дескриптивне маркетингове дослідження, об'єктом якого обрані споживачі області, предметом – особливості їх поведінки у контексті безпеки споживання. У процесі дослідження вирішені такі завдання: виявлено основні споживчі мотивації щодо безпеки споживання, особливості сприйняття, чинники та критерії вибору товарів (послуг) для забезпечення безпеки споживання; проаналізовано рівень культури, етичність і сталість споживання, впевненість споживачів у безпечності продукції та виробників, ступінь захисту їх прав.

Соціологічне дослідження в формі анкетного опитування проведене на основі простої неповторної квотної вибірки з квотами за віком, рівнем доходу, місцем проживання, освітою та статтю з вибором підходу до оцінювання ступеня задоволення фізіологічних потреб споживачів [159, с. 48]). Для визначення обсягу вибірки використано статистичний метод розрахунку за формулою для значних обсягів генеральної сукупності (чисельність населення м. Запоріжжя у віці від 15 років становить 1454,5 тис. осіб [160], з яких 95% є реальними споживачами): $n = \frac{1}{\Delta^2}$, де n – обсяг вибірки, Δ – допустима похибка [161, с. 130].

За допустимої похибки $\Delta=5\%$ обсяг вибірки визначено в розмірі 400 осіб. З урахуванням поправки на коефіцієнти охоплення та завершеності, які показують ступінь наявності відповідних респондентів для участі в дослідженні та частину тих, з якими проведене інтерв'ю, обсяг вибірки скореговано до 430 осіб. Лист опитування (додаток Б) розроблено відповідно до стандартних вимог до анкети з урахуванням результатів аналізу загроз безпеці споживання. Попереднє тестування анкети проведено 9–12 грудня 2019 р., безпосереднє опитування – 16–25 грудня 2019 р. з часткою відмов менше 4%.

За результатами вподобань визначено найбільш значущі чинники, які впливають на поведінку споживачів щодо безпеки споживання. На основі цих чинників побудовано модель ймовірності прийняття споживачем рішення щодо вибору товару (послуги) за критерієм безпеки споживання. Неповнота або відсутність статистичної інформації щодо параметрів безпеки споживання не дає змоги використовувати для цього формальні моделі, засновані на певних припущеннях. Саме тому раціональним способом прогнозування поведінки індивідуальних спо-

живачів вважаємо методи нечіткої логіки, яка дає змогу формалізувати процеси, які за своєю природою невизначені або нечіткі, та описувати алгоритм поведінки споживачів і оцінювати його стан на підставі моделювання вихідних (факторних) ознак [155; 156].

Дослідження світового та вітчизняного досвіду використання успішних підходів сталого, ресурсоефективного та чистого виробництва покладено в основу організаційно-економічного механізму удосконалення діяльності підприємств через впровадження принципів безпеки споживання. Важливим для цього є визначення впливу маркетингу на безпеку споживання товарів (послуг) у контексті деструктивного, відповідального, глобального маркетингу. На основі кабінетних та польових досліджень передбачається обґрунтування напрямів модернізації систем управління якістю (СУЯ) за відповідними модулями та формування алгоритму декларування відповідності продукції вимогам технічних регламентів у процесі імплементації європейської системи технічного регулювання в Україні.

Моделювання СЗБС з урахуванням зміни параметрів і характеристик надає підстави для концептуалізації стратегічних заходів з мінімізації загроз безпеці споживання, обґрунтування програм та стратегій економічного розвитку регіонів з урахуванням критеріальних областей розв'язання проблеми гармонізації інтересів стейкхолдерів, розбудови інституціонального базису вдосконалення економічної, соціальної, екологічної політики та координації дій органів виконавчої влади, інститутів громадянського суспільства і підприємництва із забезпечення сталого розвитку та гармонізації інтересів. Важливими складниками і передумовами розвитку процесу безпечного споживання є: удосконалення інституціонального базису захисту прав споживачів та системи технічного регулювання; залучення міжнародної технічної допомоги й активізація роботи з організаціями-донорами щодо збільшення обсягів фінансування, поширення концепції безпечного споживання товарів і послуг у сфері освіти, з урахуванням принципів інклюзивності та спадкоємності.

Незавершеність формування методологічної основи дослідження безпеки споживання поставило надзвичайно актуальне завдання теорії і практики безпекознавства, вирішити яке можна на основі інституціонального та системного аналізу, розроблення науково-методичних підходів до ідентифікації ризиків і загроз, а також моделювання процесу

забезпечення безпеки споживання індивідуальних і корпоративних споживачів для їх мінімізації.

1.4. Теоретико-методичні підходи до формування множини індикаторів безпечного споживання на основі методик аналізу якості життя

Головною метою сталого розвитку є поліпшення якості життя відповідно до можливостей зовнішньої екологічної системи, тобто належні стандарти життєдіяльності та безпечного споживання населення повинні поєднуватися з його ставленням до навколишнього середовища як до безпосереднього продовження середовища власного помешкання [162, с. 20]. Рівень якості життя населення дуже щільно пов'язаний з безпекою споживання, оскільки відображає ступінь задоволення особистих потреб людини порівняно з використанням доходів на основі власного усвідомлення індивідуальної безпеки. До того ж спостерігається зворотний зв'язок між цими категоріями, адже належний рівень охорони здоров'я та соціального забезпечення, що є складником рівня добробуту чи якості життя, визначається безпечністю споживання товарів (послуг) населенням. Ураховуючи щільний взаємозв'язок і взаємообумовленість цих категорій, детальніше зупинимося на розгляді їх сутнісних характеристик, методологічних підходах до оцінювання та визначення місця України у світових рейтингах, напрямів й індикаторів якості життя, які безпосередньо пов'язані з безпекою споживання

Аналіз рівня життя здійснено у двох площинах: винятково у сфері споживання, тому що це поняття відображає лише ступінь забезпеченості людей відповідними життєвими благами (товарами чи послугами); в аспекті повноти задоволення потреб, пов'язаних з життєдіяльністю людини, які окреслюються поняттям «добробут» [163, с. 15].

У вузькому розумінні рівень якості життя – це характеристика рівнів споживання і ступеня задоволення потреб населення (вимірювання доходів, витрат і споживання благ та послуг). У широкому розумінні під рівнем життя розглядається рівень людського розвитку (стан здоров'я, можливості населення для задоволення своїх потреб) та умови життєдіяльності населення (стан довкілля та безпека населення).

В економічній літературі поняття «рівень життя» розглядається з двох точок зору: рівня задоволення потреб та рівня доходу. За першим підходом [164, с. 135; 165, с. 5] рівень життя розглядається через

масштаби реалізації потреб населення, що виступають базовою одиницею виміру, а також характеризують досягнутий у визначеному періоді часу ступінь задоволення різноманітних потреб населення (фізичні, соціальні, інтелектуальні, духовні, політичні), включаючи реальні економічні джерела та соціально-правові гарантії забезпечення умов життєдіяльності населення. На думку представників другого підходу, поняття «рівень життя» слід розглядати через матеріальне забезпечення людей (заробітна плата, джерела добробуту, забезпечення житлом, роботою, соціальні гарантії тощо).

У зарубіжній науці сформувався дві концепції «рівня життя» [166, с. 16–17]. Згідно з першою з них рівень життя розглядається як матеріальне становище населення (наявність необхідних матеріальних благ у формі доходу для підтримання основних життєвих потреб; забезпеченість певним рухомим і нерухомим майном тощо). Основою є норми раціонального споживання та аналіз відповідності реального стану визначеним критеріям, відношення доходів до купівельної спроможності населення, виокремлення причин нерівномірності розподілу доходів та їх диференціації, визначення стандартів якості життя.

Другий підхід базується на визнанні необхідності задоволення потреб людини не тільки в матеріальних благах, а й в умовах для розвитку й життєдіяльності, що передбачає частковий перехід від макроекономічного до мікроекономічного виміру.

Термін «якість життя» використовувався із середини 50-х рр. ХХ ст., коли з'ясувалося, що категорія «рівень життя» не відображає усіх сторін добробуту населення, внаслідок зміни механізму соціального розвитку, заснованого на зростанні рівня споживання [167].

Вітчизняні науковці розглядають якість життя в кількох аспектах. Одні [168–170] вважають, що якість життя людей визначається сукупним впливом факторів об'єктивного та суб'єктивного характеру, а інші [171; 172] якість життя розглядають як інтегральний показник, який характеризує потреби матеріальних і духовних благ, а також ступінь задоволення потреб населення у цих благах у певний момент розвитку суспільного виробництва.

С. Меркушев розглядає якість життя як інтегральне поняття, яке всебічно характеризує ступінь комфортності суспільного і природного середовища для життя та діяльності людини, рівень добробуту, соціального, духовного і фізичного здоров'я людини [173]. А. Ярчук узагальнює, що загальним вихідним моментом визначень цього поняття

є забезпеченість і задоволеність населення сукупністю потреб та благ, тобто якість життя розглядається як категорія, яка характеризує умови життя й орієнтована на оцінювання ступеня задоволення потреб, які не піддаються прямому кількісному виміру. При цьому вважається, що якість життя відображає досвід людини, а критерії якості життя – це вимір сфер життя, у яких люди відчують різний ступінь задоволення або незадоволення. На думку А. Ярчука, якість життя – «це комплексна характеристика задоволення матеріальних і культурних потреб людей, умов життєдіяльності, що склались, вільного розвитку окремої людини і суспільства в цілому [167].

Таким чином, можна стверджувати, що якість життя населення включає рівень життя (харчування, послуги, стан здоров'я, вільний час, житлові умови, суспільна безпека, рівень освіченості, безпека пересування) та умови життя (санітарні умови, умови для дозвілля, стан транспорту, охорона здоров'я, екологія, психічний стан). Деякі автори (М. Горелов, Г. Завіновська, О. Рофе) відносять до якості життя стан навколишнього середовища, здоров'я населення, можливості отримання освіти, умови праці та побуту. І. Гуськова, О. Єгоршин, О. Єськов, О. Мікрюков доповнюють їх якістю здоров'я, освіти, природного середовища, духовності чи системи цінностей.

Методичні підходи до оцінювання рівня та якості життя засновані на основі використання соціально-економічних показників, які є індикаторами задоволення певних потреб населення (матеріальний добробут, соціальне середовище, умови проживання та інші важливі аспекти людської життєдіяльності). Для цього використовуються кількісні, якісні та інтегральні показники. З перших найбільше поширені: обсяги ВВП чи національного доходу у розрахунку на одну особу; обсяги послуг у розрахунку на одну особу та їх якість; номінальна та реальна заробітна плата; середній рівень заробітної плати; рівень інфляції тощо. Додатково також використовуються індикатори, які визначають середню тривалість життя, рівень народжуваності та смертності, демографічну структуру населення за віковими категоріями. Якісні показники якості життя визначають умови праці, побуту й дозвілля людини. У практиці використовується також інтегральний підхід, який передбачає проведення об'єктивного (на основі статистичної інформації) та суб'єктивного (думки та оцінки конкретних осіб) оцінювання. Зазначимо, що оцінювання якості життя дає змогу визначити узагальнений результат функціонування економіки за певний період, оцінювати

ефективність як державної, так і регіональної політики, встановлювати орієнтири соціально-економічної політики на перспективу, оцінювати рівень бідності, визначати місце країни у загальносвітовому прогресі тощо [174, с.49; 175, с. 9; 176].

Для оцінювання рівня життя в міжнародній статистиці використовуються 12 груп показників: народжуваність, смертність та інші демографічні показники; санітарно-гігієнічні умови життя; споживання продовольчих товарів; житлові умови; освіта й культура; умови праці та зайнятість; доходи й витрати населення; вартість життя і споживчі ціни; транспортні засоби; організація відпочинку; забезпечення; свобода людини [176, с.234].

Згідно з нормативами та стандартами, виокремлюють такі рівні життя населення [177]:

– достаток – це рівень життя, який дає змогу користуватися усіма благами, що забезпечують всебічний розвиток людини;

– нормальний рівень життя – забезпечує раціональне споживання відповідно до науково обґрунтованих норм та нормативів, що дає можливість людині відновлювати свій фізичний та інтелектуальний потенціал;

– бідність – це рівень життя, за якого споживання перебуває на рівні збереження працездатності як нижньої межі відтворення життєвих сил.

При цьому, за даними Інституту соціології НАНУ, бідними вважають себе в Україні 30% молодих людей у віці 18–29 років, понад 40% людей у віці 30–55 років і понад 60% – старше 56 років. Д. Прокопій пояснює це недостатньою для задоволення основних потреб робітника заробітною платою, яка є найнижчою серед європейських країн, заборгованістю з її виплати. Це породжує такі явища, як поглиблення бідності серед населення, у тому числі працюючого, та зниження купівельної спроможності населення, що формує істотні загрози для безпеки споживання [178, с. 8].

На цей час ще не сформований єдиний підхід до оцінювання якості та рівня життя населення, проте використовуються загальноприйняті методики, за допомогою яких можна розрахувати певні індекси та здійснити класифікацію країн, міст і регіонів. Детальніше зупинимось на найпоширеніших з них.

1. *Індекс сталого розвитку* (Sustainable Development Index, *SDI*) за методологією ISC WDS World Data Center for Geoinformatics and Sustainable Development) показує загальну кількісну оцінку сталого розвитку територій у контексті якості та безпеки життя людини. Компо-

нента якості життя одночасно враховує всі три виміри сталого розвитку суспільства (економічного, екологічного і соціального) та відображає взаємозв'язок між ними. Компонента «безпека життя» – це інтегральна оцінка, яка враховує загальний вплив комплексу загроз на сталий розвиток країн [179].

Відповідно до рейтингу країн за індексом сталого розвитку у 2017 р. (додаток В, табл. В1) Україна перебувала на 130 позиції зі 137 країн, при цьому значення індексу упродовж 2005–2013 рр. коливалося приблизно в однаковому діапазоні (0,72–0,74), а з 2015 р. істотно знизилося до 0,48 і знаходиться на дуже низькому рівні (рис. 1.12). Це пов'язане насамперед з низькою позицією за компонентою «якість життя», а саме індексом економічного виміру (0,311), який ураховує ефективність ринку праці, макроекономічне середовище, інноваційність і технологічність економіки, рівень розвитку фінансового ринку та інфраструктури, а також економічні свободи населення. Об'єктивно значення компоненти «якість життя» змінювалося з різким зниженням у 2013 р. та 2015 р. (рис. 1.13).

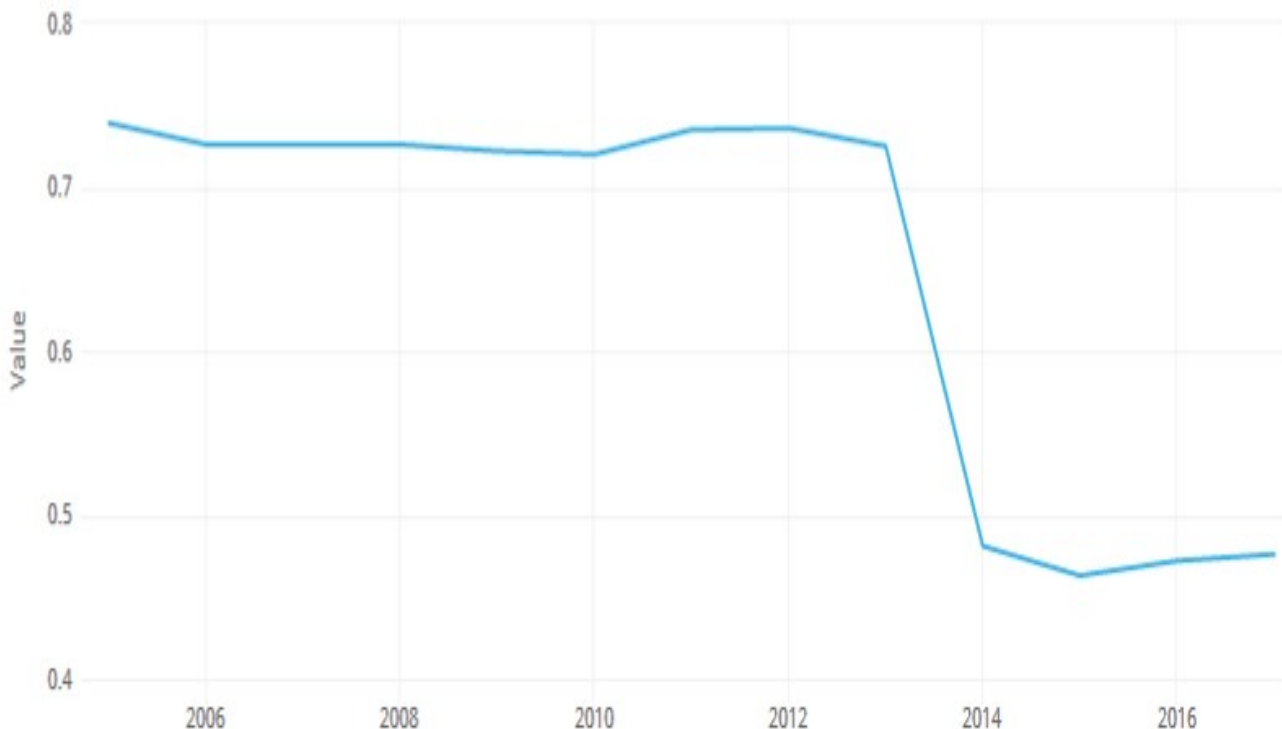


Рис. 1.12. Динаміка зміни індексу сталого розвитку України (2005–2017)
Складено за [180].

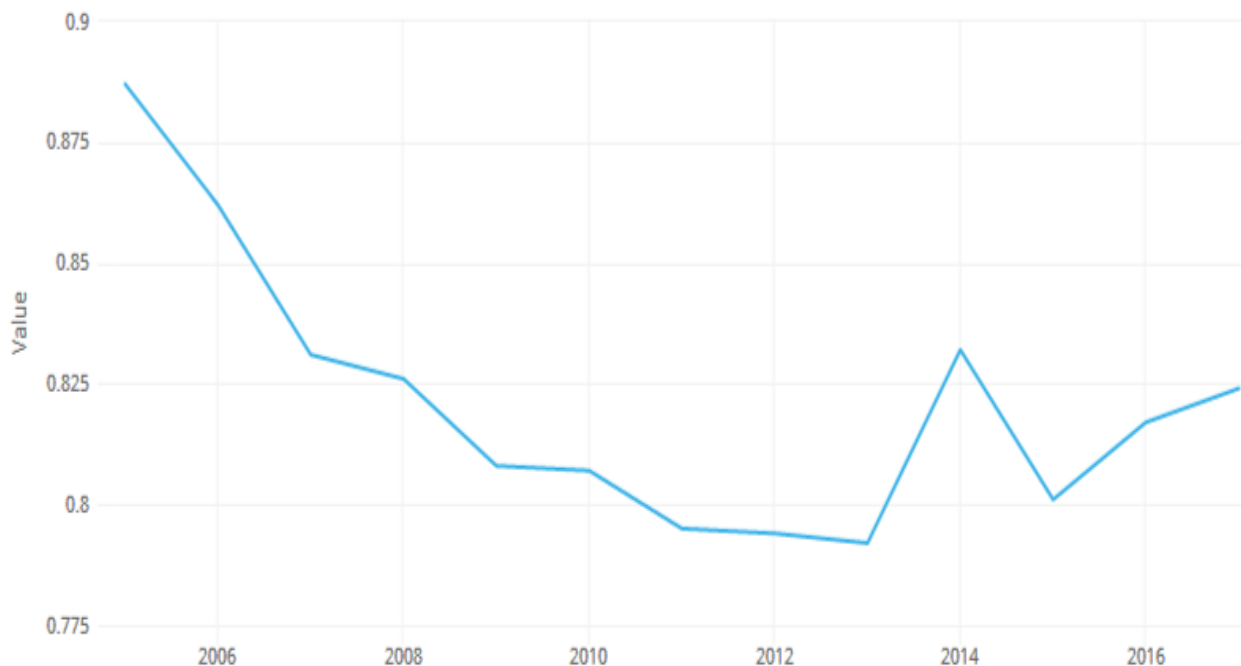


Рис. 1.13. Динаміка зміни компоненти «якість життя» індексу сталого розвитку України (2005–2017)

Складено за [180].

У регіональному вимірі за індексом сталого розвитку згрупуємо регіони (рис. 1.14): з високим індексом – 1,04–1,29 (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Тернопільська, Вінницька, Харківська області); середнім – 0,9–1,03 (Волинська, Рівненська, Житомирська, Київська, Полтавська області); низьким і дуже низьким – менше 0,9 (усі інші області). Така просторова структурна побудова пов’язана з концентрацією промислових підприємств в областях південно-східної України та негативним впливом екологічного фактора на індикатор якості життя населення.

До визначальних показників індексу сталого розвитку належать індекс екологічного виміру, індикатори здоров’я, благополуччя та основних потреб індексу соціального та інституціонального виміру, які тісно пов’язані з безпекою споживання.

2. *Індекс людського розвитку (Human Development Index, HDI)* – інтегральний показник, який щорічно розраховує ООН для оцінювання і порівняння рівня життя, грамотності, освіченості і довголіття населення країн як основних характеристик людського розвитку у трьох основних площинах: довготривале та здорове життя; доступ до знань; гідний рівень життя [181].



Рис. 1.14. Структурно-географічне сегментування регіонів України за індексом сталого розвитку

Складено за [180].

Довге і здорове життя вимірюється середньою тривалістю життя, рівень знань – середньою кількістю років, витрачених на освіту дорослим населенням, тобто середньою кількістю років навчання протягом життя у людей віком від 25 років; доступ до навчання та знань – очікуваними роками навчання для дітей-першокласників, тобто загальною кількістю років навчання, на які дитина шкільного віку може розраховувати, якщо домінуючі моделі вікових показників зарахування до школи залишаються незмінними протягом життя.

Рівень життя вимірюється обсягом валового національного доходу (ВНД) у розрахунку на одну особу в доларах США постійної купівельної спроможності рівня 2011 р., конвертованих за коефіцієнтами переходу на паритет купівельної спроможності (ПКС). Сукупний *HDI* розраховують за формулою [102, с. 32]:

$$HDI = \frac{I_{ВВП/Н} + I_{ОСВ} + I_{ТР.Ж.}}{3}, \quad (1.1)$$

де $I_{ВВП/Н}$ – рівень життя, оцінений через ВНД на душу населення за ПКС у доларах США;

$I_{ОСВ}$ – рівень освіченості населення країни (середня кількість років, витрачених на навчання);

$I_{ТР.Ж.}$ – очікувана тривалість життя.

До країн з високим рівнем людського розвитку належать такі, у яких *HDI* дорівнює 0,8 і вище; до країн із середнім рівнем – 0,5–0,8; з низьким – нижче 0,5. Лідерами за індексом людського розвитку у 2017 р. були Норвегія, Швейцарія, Австралія (додаток В, табл. В2). Україна у 2017 р. отримала значення *HDI* 0,751, що є нижчим за середнє значення для країн у групі з високим Індексом людського розвитку, який становить 0,757, і нижчим за середнє значення для країн Європи та Центральної Азії (0,771). У період 1990–2017 рр. очікувана тривалість життя при народженні в Україні збільшилася на 2,3 роки, середня кількість років навчання збільшилася на 2,2 роки, а середня кількість років навчання зросла на 2,6 роки.

У 2015–2017 рр. рівень життя в Україні, що визначається ВНД у розрахунку на одну особу, зріс приблизно на 9%. Детальний аналіз компонентів *HDI* засвідчує нерівний розподіл показників за освітою, середньою тривалістю життя та доходах серед жінок і чоловіків у різних країнах [179].

Для аналізу безпеки споживання доцільно враховувати індикатор рівня життя в межах розрахунку індексу людського розвитку (додаток Г, табл. Г1).

3. *Індекс якості життя за методологією Європейського інтелектуального союзу* (Economist Intelligence Unit, *EIU*) передбачає суб'єктивне оцінювання життя на основі об'єктивних параметрів соціально-економічного добробуту жителів цих країн. Для визначення рейтингу за цим індексом використовується дев'ять факторів якості життя: здоров'я – очікувана тривалості життя (у роках); сімейне життя – рівень розлучень (на 1 тисячу осіб), ставиться оцінка від 1 (мало розлучень) до 5 (багато розлучень); громадське життя – рівень відвідування богослужінь, членство у профспілках (значення 1, якщо країна має високі показники, нуль – в іншому випадку); матеріальне благополуччя – ВВП на душу населення, паритет купівельної спроможності; політична стабільність та безпека – індекси політичної стабільності та безпеки; клімат та географія – диференціація країн за ознакою теплого

чи холодного клімату; гарантії зайнятості – рівень безробіття, %; політична свобода – індекс політичної та громадянської свободи – шкала від 1 (повністю вільна) до 7 (невільна); гендерна рівність – співвідношення трудових доходів чоловіків і жінок (у середньому).

З 88 країн у 2013 р. перші позиції займали Швейцарія, Австралія та Норвегія (додаток В, табл. В3), а Україна займала 78-му позицію [182].

Під час аналізу безпеки споживання необхідно враховувати індикатори здоров'я, матеріального добробуту та зайнятості (додаток Г, табл. Г1).

4. *Методологічний підхід, застосований Комітетом європейських статистичних систем* (European Statistical System Committee, ESSC), полягає в оцінюванні якості життя за такими напрямками: матеріально-побутові умови (Material living conditions); продуктивна чи основна активність (Productive or other main activity); здоров'я (Health); освіта (Education); дозвілля та соціальні взаємодії (Leisure and social interactions); економічна та фізична безпека (Economic security and personal safety); державне управління та основні права (Governance and basic rights); природа та навколишнє середовище (Natural and living environment); загальне сприйняття життя (Overall experience of life). За кожним напрямком обрано набір показників на основі існуючих статистичних даних, які охоплюють якомога більше сфер. Показники відібрані за критерієм унеможливлення їх перетину та взаємозв'язку [183].

Європейська методика оцінювання якості життя охоплює багато груп індикаторів (доходи, споживання, зайнятість, показники здоров'я, освіти, дозвілля, економічної безпеки, забруднення навколишнього середовища), які безпосередньо впливають на безпеку споживання (див. додаток Г, табл. Г1). Проте обмеженість спектра статистичних даних в Україні унеможливорює використання деяких з них у нашому дослідженні.

5. За *методологією International Living* якість життя населення оцінюють за дев'ятьма напрямками: прожитковий мінімум (вартість життя) (Cost of living); культура (Culture and Leisure); економіка (Economy); навколишнє середовище (Environment); свобода (Freedom); здоров'я (Health); інфраструктура (Infrastructure); безпека і ризик (Safety and Risk); клімат (Climate). Максимальний бал за кожним критерієм становить 100 [167, с. 43]. Для аналізу безпеки споживання доцільно використовувати індикатори з перших чотирьох напрямів: вартість життя («вартість» способу життя), культура (рівень освіченості), економіка

(ВВП на душу населення) та навколишнє середовище (індекс стану навколишнього середовища).

6. *Методологія Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР)* передбачає застосування суб'єктивного методу через онлайн опитування громадян. Експерти ОЕСР виокремили 11 найважливіших складників добробуту за критерієм фізичних умов (житлові умови, дохід, робота) та якості життя (оточення, освіта, екологія, влада, стан здоров'я, задоволеність життям, безпека і баланс роботи та особистого життя). В основу кожного покладено від одного до трьох показників (додаток В, табл. В4).

Наприклад, складник «робота» включає чотири показники: рівень зайнятості, особисті доходи, рівень довготривалого безробіття і гарантію зайнятості. За кожним показником також порівнюються результати серед чоловіків і жінок. У сукупності показники дають підстави для оцінювання впливу соціального та економічного становища на якість життя [184]. Індекс охоплює 34 країни-учасниці ОЕСР, у якій об'єднані більшість розвинених економік світу. З сукупності індикаторів за методологією ОЕСР для аналізу безпеки споживання доцільно виділити параметри за такими напрямками: дохід (чистий дохід домогосподарств, дол. США), оточення (якість мережі підтримки), освіта (рівень освіченості, %), екологія (забруднення повітря, мг/м³; якість води, %) та стан здоров'я (ймовірна тривалість життя, років; самооцінка здоров'я, %).

7. *Індекс Good Country Index (GCI)* використовується для рейтингування країн за внеском у науку і техніку, культуру, міжнародний світ і безпеку, клімат, здоров'я та добробут. Дослідження спирається на дані ООН, Всесвітнього банку та інших міжнародних організацій. Рейтинг кращих країн світу охоплює сім категорій та 35 індикаторів [185]:

– внески до науки та техніки – кількість іноземних студентів, які навчаються в країні; експорт періодичних видань, наукових журналів і газет; кількість статей, опублікованих у міжнародних журналах; кількість нагороджених Нобелівською премією (до 2016 р.); кількість заявок на міжнародні патенти щодо масштабів економіки;

– внески до культури – експорт творчих товарів і послуг; збори ЮНЕСКО за простроченою заборгованістю, у% до внеску; кількість країн і територій, до яких громадяни можуть потрапляти без візи; свобода преси;

– внески до міжнародного миру та безпеки – кількість миротворчих військ, відправлених за кордон для місії ООН; заборгованість із

сплати внесків до миротворчих місій ООН, у% до внеску; кількість жертв міжнародного організованого насильства; експорт зброї та боеприпасів; оцінювання індексу глобальної кібербезпеки;

– внески до світового порядку – частка населення, що займається благодійністю, %; кількість біженців; народжуваність; кількість підписаних договорів ООН;

– внески до планети і клімату – національні рахунки відходів; екологічний слід; дотримання багатосторонніх екологічних угод про небезпечні відходи та інші хімічні речовини, %; експорт небезпечних пестицидів; частка відновлюваної енергії в загальному споживанні кінцевої енергії, %; споживання озоноруйнівних речовин;

– внески на процвітання і рівність – транскордонна торгівля; кількість працівників, які надають допомогу, і волонтерів, які відправляються за кордон; середня вартість трансакції надсилання грошових переказів з конкретної країни, %; відтік ПІІ; внески у розвиток співробітництва;

– внески до здоров'я та добробуту – фінансування продовольчої допомоги; експорт фармацевтичних препаратів; добровільні надлишкові внески до ВООЗ; внески гуманітарної допомоги; дотримання міжнародних медичних правил.

Україна в цьому рейтингу займає 76-ту позицію, з кращими показниками за напрямом наука та техніка (додаток В, табл. В5). Використання цих індикаторів для оцінювання безпеки споживання всередині країни є ускладненим.

8. *Рейтинг щасливих країн світу* (World Happiness Report, WHR) (додаток В, табл. В6) – щорічна доповідь ООН із пошуку рішень для стійкого розвитку. Розраховується на основі таких показників: обсяг ВВП у розрахунку на одну особу; тривалість життя, можливість покластися на когось у важкі часи; сприйняття корупції; поширення щедрості та наявність свободи в життєвому виборі. Перші два з цих показників видаються доцільними для використання під час оцінювання безпеки споживання. Кожен фактор оцінюється за 10-бальною шкалою, а країна порівнюється з гіпотетичною країною під назвою «Антиутопія», яка має найнижчі національні середні значення для кожної ключової змінної і разом з остаточною похибкою використовується як еталон регресії.

9. *Міжнародний індекс стандартів якості життя* (International Living's Quality of Life Index) охоплює дев'ять напрямів: вартість життя; культура; економіка; навколишнє середовище; свобода; здоров'я; ін-

фраструктура; безпека і ризик; клімат [186]. Відносно низький індекс якості життя в Україні (62-га позиція) обумовлений низькими показниками купівельної спроможності та високим індексом забруднення (додаток В, табл. В7). Серед означених показників для аналізу безпеки споживання варто враховувати індикатори індексів купівельної спроможності, охорони здоров'я, вартості життя, забруднення та клімату (див. додаток Г, табл. Г1).

10. *Індекс процвітання країн світу* (Prosperity Index) розраховується за методологією інституту Legatum Institute на основі економетричного аналізу показників за дев'ятьма напрямками, які відображають різні аспекти життя суспільства і параметри суспільного добробуту: економіка; рівень розвитку підприємництва і ведення бізнесу; державне управління; освіта; охорона здоров'я; рівень безпеки; особиста свобода; соціальний капітал [187]. Рейтинг кожної країни (додаток В, табл. В8), визначається обчисленням середньозваженого значення зазначених індикаторів, кожен з яких визначається як основа процвітання. Показники базуються на статистичному аналізі, соціологічних дослідженнях та експертних оцінках учасників опитування. Статистичні дані, використовувані в рейтингу, отримують з ООН, Світового банку, ОЕСР, СОТ, Economist Intelligence Unit та інших міжнародних інститутів. Значущість впливу кожного показника визначається на основі регресійного аналізу або експертних оцінок, що дає змогу побудувати індекси нижнього порядку [171, с. 21].

Важливими в процесі кількісного та якісного аналізу безпеки споживання серед цих показників є охорона здоров'я, природне середовище та освіта.

Окремі країни (США, Велика Британія, Канада, Нова Зеландія, Росія, Білорусь) розробили національні системи із збереження можливостей для міжнародних порівнянь. Ці системи інформативніше відображають актуальні потреби громадян, визначають економічний, соціальний, екологічний, духовний контексти життєдіяльності. Аналіз цих підходів, проведений академіком НАН України Е. Лібановою та колективом авторів [175], доводить достатню гнучкість і пристосованість більшості методик до особливостей розвитку країн. За допомогою деяких методик можна вимірювати якість життя на регіональному рівні. Напрями, за якими здійснюється аналіз, більшою чи меншою мірою уніфіковані та наближені до міжнародних методологічних підходів (див. додаток Г, табл. Г1).

Національна методика оцінювання людського розвитку в Україні базувалася на використанні 96 показників (з часом зменшили до 33), які відображають дев'ять аспектів людського розвитку (пізніше зменшені до 6). Методика передбачає повніше урахування багатоаспектності людського розвитку, охоплюючи соціальне та природне середовище, фінансування відповідних напрямів соціально-економічної політики, безпосереднє віддзеркалення демографічної ситуації та розвитку ринку праці, детальну характеристику рівня життя, умов проживання, стану й охорони здоров'я населення.

З 2001 р. Державна служба статистики України розпочала щорічний моніторинг Регіонального індексу людського розвитку (РІЛР) [188]. Зазначимо, що за десятирічний період його використання відбулися значні зміни у соціально-економічній ситуації, в інформаційно-статистичному забезпеченні досліджень, виникли нові аналітичні потреби. Методика має трирівневу структуру (додаток В, рис. В1, табл. В9), у якій перший рівень – первинні показники, які на другому рівні інтегруються у шість часткових індексів, які відображають такі аспекти людського розвитку, як відтворення населення, соціальне середовище, гідна праця, освіта, добробут, комфортне життя.

На третьому рівні часткові індекси агрегуються в інтегральний індекс РІЛР. Кожному показнику присвоєно ваговий коефіцієнт залежно від його значущості для людського розвитку. Вага коефіцієнтів визначалася з використанням експертних оцінок, спеціальних процедур методу попарних порівнянь експертних думок [188; 189].

У публікаціях вітчизняних науковців системи індикаторів якості життя побудовані на принципах рівноправної взаємодії економічної, політичної, соціальної, екологічної (природної) та інших сфер життєдіяльності людини. Найбільш поширеною є методологія оцінювання якості життя за методикою Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи [175]. Комплекс показників поділено на два класи (див. додаток Г, табл. Г1):

1) об'єктивні (за статистичними характеристиками суспільних процесів), який поділено на оцінювання: стану (характеризує становище природної підсистем, від функціонування якої залежить людський добробут), поточної ситуації (відображає ступінь досягнення бажаних параметрів якості людського життя);

2) суб'єктивні (оцінювання населення під час соціологічних опитувань).

Методологія передбачає виокремлення: природного, соціального, економічного, суспільно-політичного середовища, останні три з яких поділені на субсередовища. Таким чином, матриця має тридцять три структурних елементи. При цьому кожний структурний елемент складається з низки показників.

Проте в науковій спільноті виникають дискусії щодо ступеня впливу певних показників, які характеризують масштаби використання ресурсів, характеристики функціонування окремих секторів соціальної сфери та показників умов життя населення [173, с. 40]. До того ж спостерігається певне дублювання певних показників, які відображають ідентичні аспекти людської життєдіяльності.

Заслуговує на увагу методичний підхід А. Ярчука [167, с. 435], який для оцінювання якості життя запропонував чотири групи показників:

- фінансово-економічні (національне багатство, доходи населення, витрати населення, ціни, інфляція);
- медико-екологічні (здоров'я і медицина, харчування населення, фізкультура і туризм, екологія і навколишнє середовище, сім'я);
- матеріального добробуту (праця і зайнятість, житло і комунальне господарство, транспорт і зв'язок, торгівля і побутове обслуговування, НТП і виробництво);
- духовного добробуту (освіта, культура, соціальне забезпечення, особиста безпека і злочинність, політика і суспільна діяльність).

У контексті дослідження індикаторів безпеки споживання зупинимося на методиці Т. Кізима, який пропонує оцінювати добробут населення за допомогою фінансових характеристик економічних явищ за допомогою:

- макроекономічних показників (валовий внутрішній продукт в абсолютних значеннях та у розрахунку на одну особу);
- показників доходів населення (баланс грошових доходів та витрат; сукупність реальних грошових доходів; оплата праці; пенсії; соціальна допомога; купівельна спроможність доходів);
- відносних параметрів (індекс грошових доходів населення; індекс споживчих цін; рівень бідності; рівень безробіття);
- видатків на споживання (загальний обсяг споживання матеріальних благ та послуг; грошові витрати громадянина; частки споживчих витрат і прирости заощаджень населення, вкладів на депозити, у цінні папери тощо);

- наявного майна та житла (у вартісному й натуральному вимірі; залишки вкладів населення у банках; життєві умови; благоустрій житла);
- розшарування суспільства (розподіл населення за розмірами доходів у розрахунку на одну особу; коефіцієнт співвідношення цих доходів найбільш забезпеченого населення; коефіцієнт концентрації доходів населення; прожитковий мінімум; мінімальний розмір заробітної плати; мінімальний розмір пенсії тощо) [174, с. 51].

Поняття рівня та якості життя населення широко використовуються в науково-практичній діяльності і тісно пов'язані з безпекою споживання. Проте вони не мають визначеної структури й усталеного набору індикаторів. У міжнародних і національних рейтингах та індексах якості життя чи пов'язаних з нею показниках (добробуту; щастя; задоволення; сталості; процвітання) використовуються різні індикатори та методики розрахунку. Варто зазначити, що кількісно визначити деякі з них не вдається через складність оцінювання певних видів діяльності (наприклад, громадського, сімейного життя, політичної чи релігійної стабільності, рівня соціальної взаємодії), які не включені у ринкові відносини, а отже, їх не важко оцінити у вартісному вимірі. Деякі з них суб'єктивні, залежать від можливостей і потреб людей, тісно пов'язані з рівнем соціально-економічного розвитку регіонів і країн. Істотною проблемою залишається недосконалість статистичного обліку, пов'язана з недостатністю та застарілістю показників.

Зважаючи на обмежену кількість інформаційних ресурсів та офіційної статистики, із зазначених методик оберемо лише ті, які пов'язані з безпекою споживання (див. додаток Г, табл. Г1) і мають відповідне статистичне забезпечення у таких сферах і напрямках:

1) доквілля та навколишнє середовище (обсяги утворених відходів, кг на одну особу; частка утилізованих відходів 1–3 класів небезпеки, %; утилізація побутових і подібних відходів, кг на одну особу; частка забруднених вод у загальному об'ємі скидання стічних вод у водні об'єкти, %; викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та переносних джерел забруднення, тонн на одну особу);

2) здоров'я (очікувана тривалість життя при народженні (обидві статі), років; коефіцієнти смертності, на 100 тис. осіб; кількість уперше зареєстрованих захворювань на одну особу; частка витрат на продукти харчування та безалкогольні напої в структурі сукупних витрат домогосподарств, %; частка витрат на охорону здоров'я в структурі сукуп-

них витрат домогосподарств, %; обсяг видатків зведеного бюджету на охорону здоров'я, відсотків ВВП);

3) освіта та культура (частка охоплення дошкільними навчальними закладами дітей віком 3–5 років, %; частка охоплення загальною середньою освітою дітей шкільного віку, %; частка осіб із вищою освітою серед населення 22 років і вище, %; частка витрат на освіту в структурі сукупних витрат домогосподарств, %; відвідуваність населенням закладів культури (театри, музеї, концерти), відвідувань на 100 осіб; частка витрат на відпочинок і культуру в структурі сукупних витрат домогосподарств, %; обсяги видатків зведеного бюджету на освіту, % ВВП);

4) матеріальний добробут населення (ВВП на особу, тис. грн; індекс споживчих цін; індекс реальної заробітної плати; частка населення із середніми еквівалентними загальними доходами на душу за місяць, нижчими від законодавчо встановленого прожиткового мінімуму, %; відношення середньомісячної номінальної заробітної плати до прожиткового мінімуму на одну працездатну особу, разів; співвідношення грошових доходів 10 відсотків найбільше та найменше забезпеченого населення, разів);

5) безробіття, зайнятість (рівень безробіття населення (за методологією МОП), %; рівень тривалого безробіття (більше 12 місяців) за методологією МОП, %; частка професіоналів і фахівців серед зайнятого населення, %; рівень зайнятості населення (частка зайнятих серед населення 20–65 років), %; частка працюючих в умовах, які не відповідають санітарно-гігієнічним нормам, %).

У наступних розділах використаємо сукупність цих показників оцінювання якості життя для дослідження безпеки споживання, передумов, загроз і ризиків її забезпечення.

Висновки до розділу 1

Узагальнення та системний аналіз теоретико-методологічних засад дослідження безпеки споживання в процесі євроінтеграції України дали змогу отримати такі висновки.

1. На сучасному етапі трансформації економіки та суспільства, в умовах поглиблення відкритості, особливо євроінтеграції, істотного значення набуває безпека споживання товарів (послуг) як одна з домінантних передумов економічної безпеки держави. Це пов'язано з посиленням внутрішньосистемних загроз соціально-економічної

і політико-суспільної кризи, низькою купівельною спроможністю населення, насиченістю внутрішнього ринку небезпечними для споживання товарами (послугами) та їх негативним впливом на довкілля. Незавершеність теоретико-методологічного базису безпекознавства щодо безпеки споживання потребує її розгляду в контексті основ безпеки підприємств і споживачів через гармонізацію інтересів суб'єктів та об'єктів процесу споживання.

2. Ідентифікація сутнісних характеристик категорії «безпека споживання» визначається: в економічному плані – структурою, потребами, характером їх задоволення й інтересами, раціональністю та ціннісною орієнтацією, зв'язком з виробництвом та його метою; у соціологічному плані – мотиваційними чинниками, поведінковими патернами, соціальними умовами, масовою культурою та культурою споживання; у психологічному плані – особливостями поведінки споживачів, їх індивідуальними критеріями вибору, формою та моделями споживання, методами оцінювання товарів; в екологічному плані – «екологізацією споживання», «балансом між людиною і природою», «виживанням людини як виду»; у філософському плані – поняттям «філософія безпеки споживання», суспільство споживання та споживацтво як його крайня форма, яке протиставляється суспільству розвитку; у політологічному та правовому планах – необхідністю вдосконалення інституціонального базису.

3. Проведене дослідження часових і сутнісних характеристик еволюції безпеки споживання крізь призму розвитку технологічного прогресу, глобалізації та трансформації маркетингових концепцій доводить, що зміна технологічних укладів сприяє розвитку глобалізації, що, у свою чергу, обумовлює зміну ринкової кон'юнктури, а саме попиту (через зміну моделей і підходів до споживання) та пропозиції (через зміну концепцій маркетингу як інструменту задоволення потреб споживачів). Суперечливість напрямів і масштабів змін, пов'язаних, з одного боку, з розвитком НТП та глобалізацією, які сприяють збільшенню обсягів та зменшенню витрат виробництва, забезпечуючи ринковий профіцит, а з іншого – з вдосконаленням технологій нав'язування та формуванням споживчих звичок, зокрема моделі інформаційного психологічного споживацтва в розвинених країнах та її поширення, обумовлює загрози безпеці розвитку решти країн від глобалізації. При цьому споживачі самі створюють і поширюють негативний вплив суспільства споживання, погіршуючи стан довкілля, загост-

рюючи соціальну напруженість. Проте, як показано, завдяки споживчій демократії споживачі можуть формувати попит на товари (послуги) виробників, які турбуються про безпеку споживання у коротко- і довгостроковій перспективі.

4. Виявлений тісний діалектичний зв'язок безпеки споживання з поняттями «стале», «розумне», «раціональне», «зелене», «відповідальне», «етичне» споживання, які відображають різні параметри сталості та спрямовані на вирішення спільних проблем розвитку людства (зменшення негативного впливу виробництва та споживання на здоров'я, довкілля, суспільство, формування свідомої поведінки (мотивації) споживача), дає змогу запропонувати пірамідальну модель структурної побудови категоріального апарату споживання в межах концепції сталого розвитку з визначенням місця кожного складника структури. Встановлення взаємозв'язків у структурі споживання та систематизація елементів за різними аспектами сталості дає підстави для зарахування до екологічного складника – зелене та (або) органічне споживання, тобто споживання продукції, виробництво якої не завдає або завдає найменшої шкоди здоров'ю та довкіллю, не впливає негативно на інші країни; до економічного складника – раціональне та обмежене споживання; до соціального складника – відповідальне або соціально-відповідальне споживання.

5. Безпеку споживання запропоновано розглядати не лише як властивість товару або послуги, а й як процес забезпечення цієї властивості, який включає основні цінності людини. Безпека споживання безпосередньо впливає на безпеку життєдіяльності, мотивує і водночас обмежує споживачів, посередників, виробників і державу економічними інтересами, чим обумовлена необхідність їх гармонізації під час виробництва і споживання товарів.

6. Як показало дослідження, цілісну сукупність базових складників функціональної структури економічної безпеки (економічного, продовольчого, екологічного, інформаційного, соціального, геополітичного, військового) доцільно доповнити безпекою споживання, взаємопов'язаною і взаємообумовленою з кожним із них. До того ж, безпеку споживання доцільно розглядати в контексті таких компонент економічної безпеки: економічної (споживання як етап суспільного виробництва); соціальної (споживання як задоволення потреб); екологічної (вплив на екологію у процесі виробництва та споживання); продовольчої, інформаційної тощо. Для кожного складника як підсистеми еконо-

мічної безпеки держави властиві певні елементи безпеки споживання, пов'язані прямими (зворотними), або прямими й зворотними зв'язками із безпекою споживання в межах безпеки: економічної; екологічної (вплив на екологію у процесі виробництва та споживання); соціальної (вплив на рівень якості життя і добробуту населення); продовольчої (доступність продовольства для населення; якість та безпека продуктів харчування; фізична та інституціональна інфраструктура виробництва, зберігання, постачання, торгівля продовольчими товарами); інформаційної (негативний інформаційний вплив та наслідки застосування інформаційних технологій; неповнота, недостовірність і несвоєчасність інформації про товари (послуги); перешкоди доступу і цілісності інформації).

7. Систематизація та узагальнення теоретико-методологічних підходів до системно-інституціонального аналізу структурно-сутнісних характеристик безпеки споживання дали змогу визначити її як здатність держави, підприємництва, суспільства формувати передумови усвідомленого задоволення індивідуумом (людиною) потреб самовідтворення із забезпеченням здоров'я, збереженням довкілля та розвитком суспільства в теперішньому та майбутньому періодах. Для забезпечення безпеки споживання доцільно використовувати поведінковий підхід з урахуванням: впливу на довкілля на всіх етапах споживання (виробництво; безпосереднє споживання; утилізація невикористаної продукції та відходів); мотивів та критеріїв вибору товарів для задоволення потреб, безпосередньо чи приховано пов'язаних із світоглядними, культурними, освітніми базовими цінностями, тобто соціологічною компонентою безпеки для різних об'єктів і рівнів системної ієрархії. У системі забезпечення безпеки споживання виокремлено об'єкти, суб'єкти, середовище безпеки споживання для індивідуального та колективного споживання, які складають суб'єктно-об'єктну модель СЗБС. Забезпечення безпеки споживання як складної багатооб'єктної та суб'єктної системи ускладнюється впливом різного роду загроз, а також динамічністю як самого процесу, так і його складників.

8. Методологія дослідження безпеки споживання заснована на принципах системного підходу до виявлення її динамічних суб'єктно-об'єктних характеристик, структури, ієрархії, взаємодії із зовнішнім середовищем з урахуванням основних положень теорій безпекознавства, інституціоналізму, глобалістики, міжнародних економічних відносин, споживання. Теоретичний і системний аналіз дав змогу встанови-

ти наявність значної кількості загроз безпеці споживання, урахування яких, а також динамічності самого процесу споживання і його складових частин, постійної зміни щільності, якості та характеру зв'язків покладено в основу системно-динамічного моделювання причинно-наслідкових зв'язків у СЗБС.

9. Тісний взаємозв'язок і взаємообумовленість безпеки споживання з якістю життя людини, відображені у задоволенні особистих її потреб у зіставленні з доходами на основі власного усвідомлення особистої безпеки, обумовлює систематизацію та узагальнення методологічних підходів до оцінювання світових рейтингів, у яких відображаються компоненти якості життя (індекси сталого розвитку, людського розвитку, якості життя; методології European Statistical System Committee, International Living, Організації економічного співробітництва та розвитку; Good Country Index; World Happiness Report; Міжнародний індекс стандартів якості життя; Індекс процвітання країн світу). Компаративний аналіз методологічних підходів до оцінювання якості життя населення дав змогу визначити напрями (навколишнє середовище; здоров'я; освіта та культура; матеріальний добробут населення; безробіття, зайнятість) та відповідні індикатори якості життя, які безпосередньо пов'язані та використовуватимуться для подальшого дослідження безпеки споживання. Якість життя в Україні є нижчою за середньоєвропейське значення, а позиції у досліджених рейтингах низькі внаслідок несприятливого макроекономічного середовища в країні, низького рівня продуктивності праці, інноваційності та технологічності виробництва, а також обмеженості економічних свобод населення.

РОЗДІЛ 2

ПЕРЕДУМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ СПОЖИВАННЯ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

2.1. Взаємообумовленість безпеки споживання з глобальними Цілями сталого розвитку

Розглядаючи безпеку як основу сталого споживання, доцільно виявити її місце в соціально-економічній системі безпеки на сучасному етапі глобалізації, у розв'язанні глобальних проблем. Це потребує виявлення зв'язку безпеки споживання із глобальними цілями сталого розвитку на різних рівнях ієрархії управління: глобальному, мегарегіональному, національному, регіональному.

Цілі сталого розвитку (ЦСР), або глобальні цілі – це ключові напрями розвитку країн на період від 2015 до 2030 рр., ухвалені на саміті ООН зі сталого розвитку резолюцією Генеральної Асамблеї ООН «Перетворення нашого світу: Порядок денний в області сталого розвитку на період до 2030 року» (Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development). ЦСР включають 17 глобальних цілей з широкою сферою охоплення, розглядом взаємопов'язаних елементів сталого розвитку: економічного зростання, соціальної інтеграції та захисту навколишнього середовища. 15 вересня 2017 р. уряд України представив модифікацію 17 глобальних цілей, адаптованих до специфіки національного розвитку, які охоплюють 86 завдань і 172 показники для їх моніторингу [8; 190; 191].

Аналіз показує, що кожна з цих цілей має тісний зв'язок з безпекою споживання (рис. 2.1).

Так, перша та друга ЦСР пов'язані з подоланням бідності, голоду та розвитком сільського господарства із завданнями: 1.3. Підвищити життєздатність соціально вразливих верств населення; 2.1. Забезпечити доступність збалансованого харчування на рівні науково обґрунтованих норм для всіх верств населення; 2.3. Забезпечити створення стійких систем виробництва продуктів харчування, що сприяють збереженню екосистем і поступово поліпшують якість земель та ґрунтів, насамперед за рахунок використання інноваційних технологій; 2.4. Знизити волатильність цін на продукти харчування. Загалом ці завдання спрямовані на балансування між органічними продуктами з високою вартістю та генномодифікованими з меншою ціною, але з ймовірними

негативними наслідками для здоров'я людини та довкілля, що також входять у пріоритети заходів зміцнення безпеки споживання.

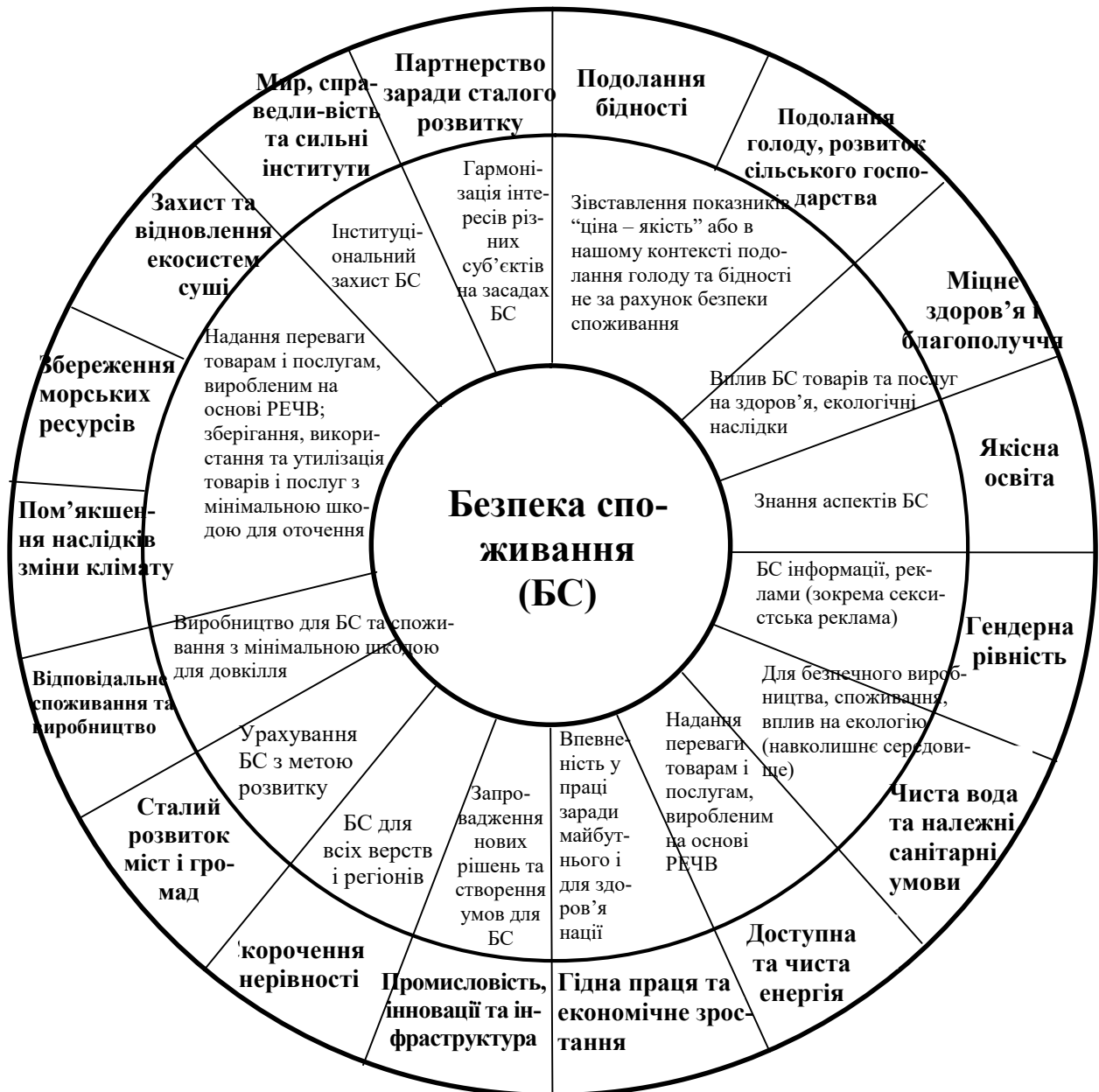


Рис. 2.1. Взаємозв'язок безпеки споживання з Цілями сталого розвитку
Складено автором.

Третя ціль «Міцне здоров'я і благополуччя» та шоста ціль «Чиста вода та належні санітарні умови» теж тісно пов'язані з безпекою споживання, адже її ключові детермінанти (екологія повітря, питної води та утилізація відходів, якість харчування, безпечність умов життя) безпосередньо впливають на здоров'я людей та навколишнє середовище. Важливою метою в забезпеченні безпеки споживання в Україні є якісна освіта (4 ЦСР), оскільки досягти завдань сталого розвитку країни можна

лише за умови впровадження просвітницьких програм і заходів з питань сталого споживання та виробництва на всіх освітніх рівнях (від дитячого садка до програм перепідготовки та підвищення кваліфікації).

Звернемо увагу на необхідність убезпечення споживання через підвищення рівня захисту здоров'я та інтересів споживачів наданням всієї необхідної інформації про товари (послуги) для здійснення свідомого вибору товарів без нав'язування, дискримінації як окремих верств населення, професій, соціальних груп, так і за статтю (5 ЦСР «Гендерна рівність»). Потрібно запроваджувати відповідальність операторів ринку за введення споживачів в оману. У цьому аспекті заслуговує на увагу поняття сексистської реклами, «...яка принижує гідність людини за ознакою статі у контексті, або в сукупності з ознаками фізичних характеристик, інвалідності, соціального статусу, трудової діяльності, сімейного положення та сімейних обов'язків, материнства та батьківства, національності, раси, політичних уподобань, релігійного віросповідання, інших типів і форм соціально-економічних та особистих стосунків людини» [192].

Підвищення економічної активності нерозривно пов'язано зі зростанням споживання ресурсів і енергії. Щоб забезпечити постійне поліпшення якості життя у поєднанні з належним рівнем безпеки споживання, економіка повинна бути ресурсоефективною, екологічною та конкурентоспроможною низьковуглецевою. Важливим завданням у цьому напрямі є забезпечення доступною та чистою енергією, відповідно до 7 ЦСР з вагомою часткою відновлювальних джерел енергоресурсів.

Щільний взаємозв'язок з 8 ЦСР «Гідна праця та економічне зростання» безпеки споживання обумовлений, насамперед, неможливістю реалізації концепції сталого споживання, екологобезпечного та енергоощадливого виробництва без сучасних технологій і відповідного кадрового потенціалу. Крім того, на підприємствах необхідно створювати надійні та безпечні умови праці для всіх працюючих, зокрема шляхом застосування інноваційних технологій у сфері охорони праці та промислової безпеки.

Важливе місце для безпечного споживання посідають інновації у запровадженні нових рішень зі створення передумов для сталого споживання, надійна та доступна фізична інфраструктура, яка базується на сучасних технологіях, у тому числі екологічно чистих видів транспорту, інституціональна інфраструктура інноваційної діяльності роз-

витку наукових досліджень та науково-технічних розробок (9 ЦСР «Промисловість, інновації та інфраструктура»).

Відповідно до 10 цілі «Скорочення нерівності» концепція безпечного споживання має бути доступною для всіх верств і регіонів незалежно від соціального стану, статі, віку, релігійних переконань тощо.

При цьому дуже важливо, щоб цю концепцію враховували у стратегічних цілях соціально-економічного розвитку міст, сільських поселень, громад і регіонів, а також у Стратегії сталого розвитку України та інших стратегічних і програмних документах України (11 ЦСР «Сталий розвиток міст і громад»).

Надзвичайно важливим є взаємозв'язок безпеки споживання з 13 «Пом'якшення наслідків зміни клімату», 14 «Збереження морських ресурсів», та 15 ціллю «Захист та відновлення екосистем суші» цілями, ураховуючи істотний вплив на навколишнє середовище. Споживання на засадах сталого розвитку дає змогу ефективно використовувати ресурси, ураховувати їх вичерпання та мінімізувати негативний тиск на довкілля, сприяти екологічній безпеці. Саме тому пріоритетами є: надання переваги товарам і послугам, виробленим на основі технологій ресурсоефективного і чистого виробництва; зберігання, використання та утилізація товарів і послуг з мінімальною шкодою для оточення.

Найбільше пов'язана з безпекою споживання 12 ціль – забезпечення стійкого споживання та виробництва, що передбачає застосування системних заходів підприємств, політиків, науковців і споживачів для забезпечення сталого виробництва та споживання на основі передових технологічних можливостей, ефективного використання ресурсів та скорочення світових відходів [8; 190].

Сутність цієї мети полягає в розумінні того, що економічне зростання об'єктивно обумовлює збільшення обсягів використання природних ресурсів і виникнення відходів споживання, що посилює антропогенне навантаження на навколишнє середовище. При цьому способи споживання та виробництва істотно впливають на нього. Впровадження сталих моделей виробництва та споживання, побудованих на ефективному використанні ресурсів, зменшить негативний вплив на довкілля, підвищить добробут населення, а також збереже ресурси для майбутніх поколінь.

Головним завданням країн-членів ЄС у цьому напрямі є прискорення економічного зростання та поліпшення рівня життя населення при зменшенні обсягів використання природних ресурсів, а, отже, мі-

німізація негативного впливу на навколишнє середовище. Пріоритетними визначено: збільшення циркулярності матеріалів в економіці, що зменшує обсяги видобутку ресурсів і відходів, безпечне управління хімічними речовинами та перехід від вуглецевих енергоносіїв до відновлювальних джерел енергії [193].

Ключовою проблемою впровадження принципів відповідального споживання та виробництва в нашій країні стає відсутність відповідальності населення за негативні наслідки споживання модифікованих продуктів і механізмів заохочення до раціонального споживання. Виробники й далі формують нові потреби у споживачів, нав'язуючи продукти з низькою споживчою цінністю, але з більшою популярністю на ринку. Це призводить до нераціонального використання природних ресурсів, збільшення обсягів відходів виробництва та споживання.

Не менш важливою залишається проблема нагромадження значних обсягів відходів (за оцінками, понад 30 млрд т) та відсутність ефективною системи їх переробки і повторного використання. В Україні не нагромаджені необхідні ресурси, а окремі спроби штрафних санкцій до забруднювачів не забезпечують позитивного результату. Щоб вирішити цю проблему потрібно створити умови та стимули для роздільного збирання сміття споживачами та його переробки із застосуванням сучасних технологій.

Зіставлення завдань та індикаторів досягнення 12 цілі сталого розвитку в ЄС та Україні (додаток Д, табл. Д1) показує їх суперечливість та відмінності за економічною сутністю. Так, розвинені країни ЄС для раціонального освоєння й ефективного використання природних ресурсів до 2030 р. застосовуватимуть сукупність індикаторів продуктивності використання ресурсів та енергоресурсів, обсягів споживання енергії, часткою відновлювальних джерел енергії, а в Україні запропоновано використовувати лише показник ресурсоемності ВВП. Завдання скорочення вдвічі в перерахунку на одну особу населення загальносвітового обсягу харчових відходів на роздрібному та споживчому рівнях і зменшення втрати продовольства у виробничо-збутових ланцюжках в європейській системі взагалі не квантифікується. В Україні запропоновано обмежитися лише частками післязбиральних втрат у загальному виробництві зернових культур, а також овочів та баштанних культур. Проте, урахувавши складність обліку таких показників, ефективність їх досягнення є сумнівною, до того ж обсяги втрат за овочами та баштанними культурами в офіційній статистиці взагалі відсутні.

Важливим пріоритетом для контрольних інститутів ЄС є раціональне використання хімічних речовин і всіх відходів упродовж усього їх життєвого циклу, істотне скорочення потрапляння цих речовин у повітря, воду і ґрунт, щоб звести до мінімуму їх негативний вплив на здоров'я людей та навколишнє середовище. Для цього використовуються два індикатори – обсяг сукупного споживання токсичних хімічних речовин та середні викиди CO₂ на 1 км від нових пасажирських машин. В Україні це сформульоване як «...забезпечити стале використання хімічних речовин на основі інноваційних технологій та виробництв» [191] і передбачає моніторинг кількості підприємств, які використовують небезпечні хімічні речовини, а також частки підприємств, у яких запроваджено системи управління хімічними речовинами. Проте ця інформація статистично не обліковується.

Ще більше значення для України і країн-членів ЄС має завдання із «суттєвого зменшення обсягу відходів шляхом вживання заходів щодо їх утворення, їх скорочення, переробки та повторного використання» (у редакції ЄС [193]) чи дещо змінене в Україні «зменшення обсягів утворення відходів і збільшення обсяг їх переробки та повторного використання на основі інноваційних технологій та виробництв» [191]. Індикатори для їх моніторингу обрані достатньо коректні, які є в офіційній статистиці та визначають обсяги їх утворення й утилізації. Для ЄС це показник циркулярності використання матеріалів, обсяги виробництва відходів, за винятком основних мінеральних відходів та величина власної переробки відходів. В Україні це обсяги утворених відходів усіх видів економічної діяльності на одиницю ВВП і частка спалених та утилізованих відходів у загальному обсязі утворених відходів.

Загалом, існує певна узгодженість адаптованих для України завдань і індикаторів з європейськими. Проте недосконалість системи статистичного обліку потребує започаткування державними інституціями додаткового моніторингу для відстеження ефективності державної політики уряду досягнення ЦСР.

Для розуміння динаміки досягнення 12 цілі сталого розвитку «Відповідальне споживання і виробництво» в ЄС, а також забезпечення безпеки споживання детально проаналізуємо домінантні тенденції за п'ятнадцятирічний період, пов'язані з впливом на довкілля економічного зростання, споживання енергії та управління відходами. Загалом, ЄС досяг значного прогресу практично в усіх трьох сферах споживання та виробництва, проте протягом останніх кількох років прогрес у ско-

роченні споживання енергії уповільнився. Розглянемо основні тенденції в кожній сфері.

1. Збільшення економічної активності внаслідок зростання споживання ресурсів та енергії. Економічне зростання без завдання шкоди навколишньому середовищу та здоров'ю людини для ЄС набуло актуальності. Прогрес вимірюється такими показниками: відношення використання матеріалів, енергії до ВВП; шкідливий вплив споживання токсичних хімічних речовин на довкілля; викиди, пов'язані з транспортом.

Показники продуктивності ресурсів та енергоресурсів відображають обсяги виробленої продукції (у розрахунку на одиницю використаних матеріалів або енергії). Упродовж 2002–2018 рр. в ЄС збільшена продуктивність ресурсів на 32,9%, до 2,07 євро за кг у 2018 р. (рис. 2.2), а продуктивність енергоресурсів – на 29,2% (2001–2018 рр.), до 8,5 євро на кг енерг. екв. (рис. 2.3). Ці тенденції пояснюються економічним зростанням, а також скороченням внутрішнього споживання матеріалів (DMC) та валового внутрішнього споживання енергії (GIC). Обсяги ВВП ЄС зросли на 21,2% і 22,4% за 2001–2018 рр. та 2002–2018 рр. відповідно. За той же час GIC знизився на 7,2% (2001–2018 рр.), а DMC – на 7,8% (2002–2018 рр.).

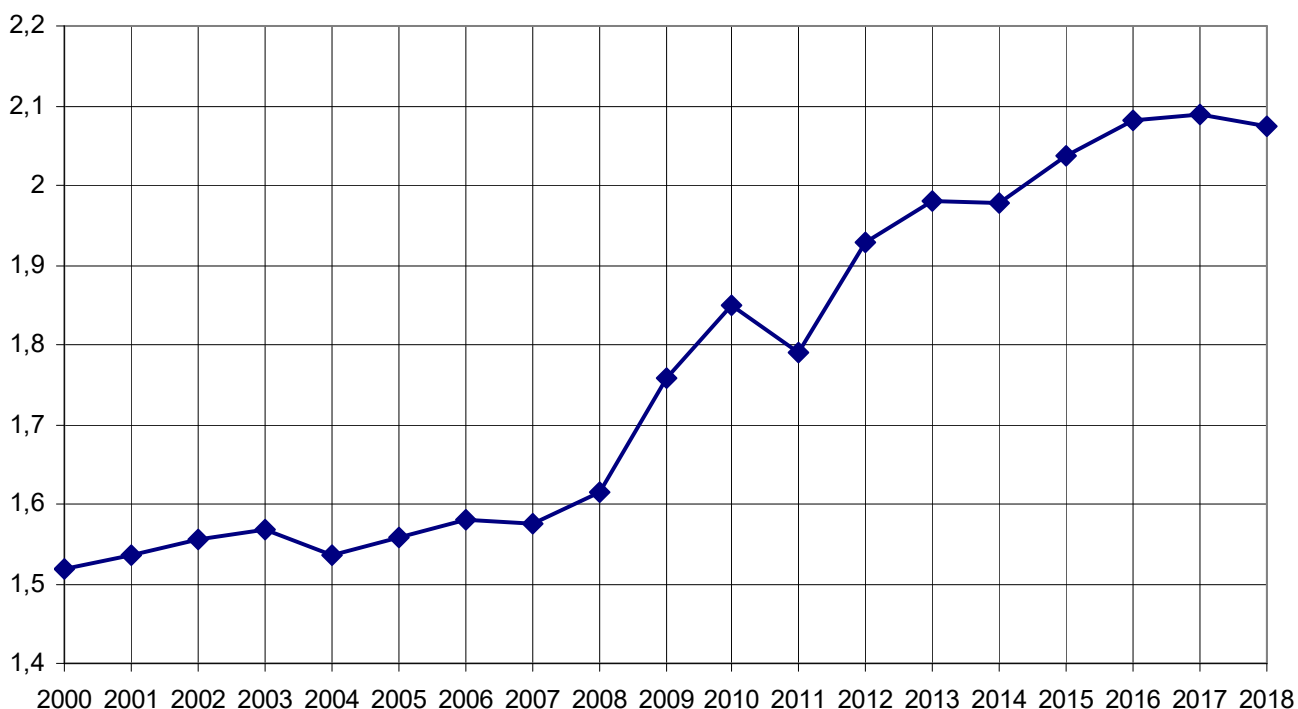


Рис. 2.2. Динаміка зміни продуктивності ресурсів у країнах ЄС, (2000–2018), євро/кг

Складено за [196].

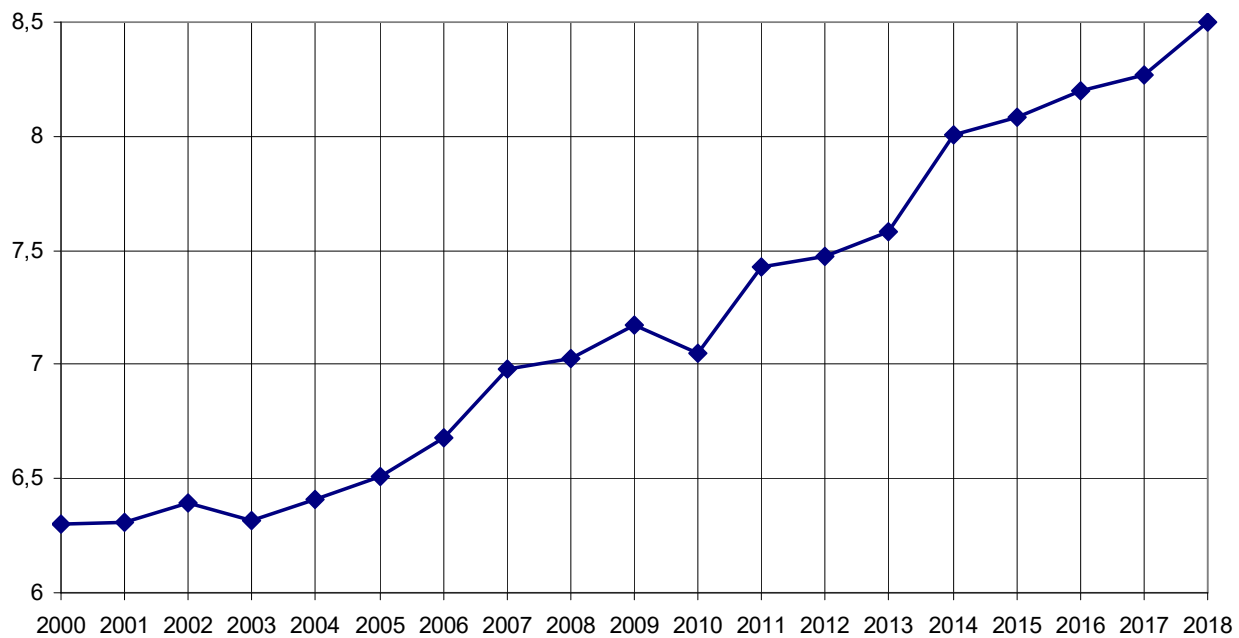


Рис. 2.3. Динаміка зміни показника енергетичної продуктивності в країнах ЄС (2000–2017), євро/кг енерг. екв.

Складено за [194].

Подібні тенденції необхідно інтерпретувати з певною обережністю, оскільки вони не повністю пов'язані з успішною екологічною політикою. Ймовірно, що зниження DMC з 2008 р. пов'язано з економічною кризою 2008–2010 рр., після початку якої використання матеріалів значно скоротилося. У 2017 р. показник DMC був на 16,8% нижчим, ніж у 2007 р.

Такий розвиток подій переважно був викликаний швидким уповільненням темпів зростання будівництва, який припадає на більшу частку у загальному обсязі використання матеріалів. Інші економічні чи технічні фактори також могли вплинути на позитивну динаміку показника продуктивності ресурсів, включаючи довгострокове зрушення ЄС до економіки послуг, вплив глобалізації, зростаючу залежність від імпорту та методичний підхід до його розрахунку. Показник DMC не включає «приховані» потоки сировинних ресурсів, які необхідні для імпорту або експорту, але не обліковуються в імпорті й експорті сировини та продукції [195].

Витрачені матеріальні ресурси розділимо на два види: поновлювані матеріали (біомаса) і невідновлювані матеріали (викопне паливо, метали та неметалеві корисні копалини). Неметалеві корисні копалини (мармур, граніт, пісок, сіль) є найбільшою категорією корисних копалин, з часткою 46,9% у загальному значенні DMC у 2018 р. (рис. 2.4).

Переважно ці копалини використовують у будівельному секторі, інфраструктурних проектах (будівництво шляхів, споруд, шкіл і лікарень), а також для виробництва промислових і споживчих товарів (автомобілей, комп'ютерів, фармакологічної продукції та побутової техніки). Біомаса є другою за обсягами категорією (25,8% у 2018 р.), за нею – викопні енергетичні ресурси (22,1%) та металеві руди (5,2%).

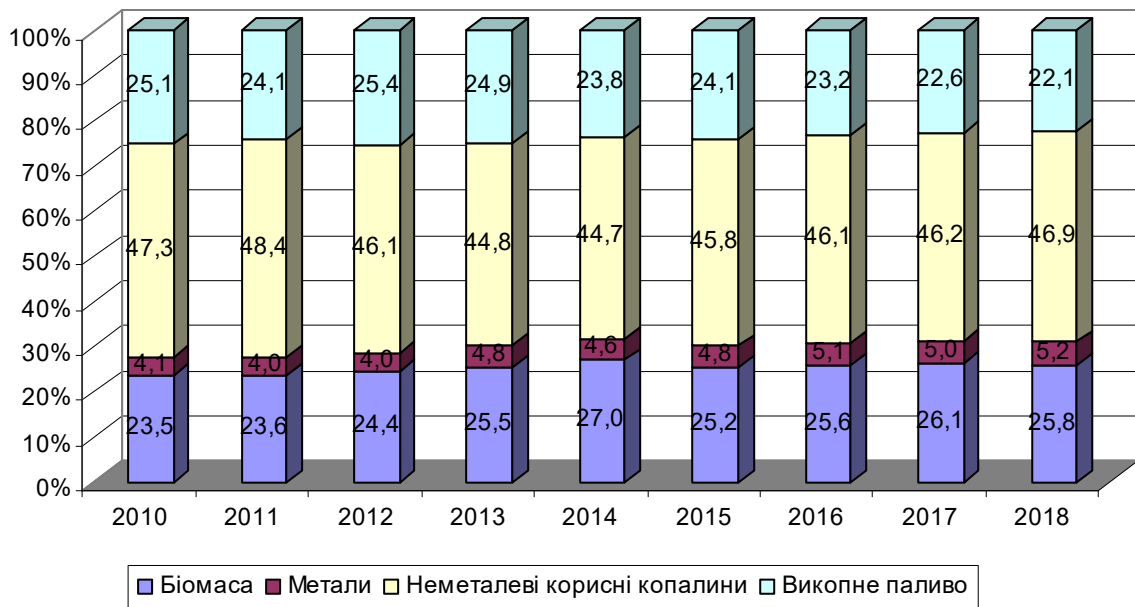


Рис. 2.4. Динаміка зміни структури показника внутрішнього споживання матеріалу (DMI) за типом матеріалу в країнах ЄС (2010–2018), %
Розраховано за [197].

Споживання неметалевих корисних копалин зменшилося на 8,7% протягом 2010–2014 рр. і збільшилося на 9,2% у 2014–2018 рр. (див. рис. 2.4). Споживання викопних енергетичних ресурсів, у тому числі вугілля, газу та нафти, знизилося як у довгостроковому, так і в короткостроковому періодах. При цьому особливо помітне зниження на 11,5% у період 2010–2017 рр. пов'язане з позитивною тенденцією збільшення використання енергії з відновлюваних джерел, а також з поліпшенням загальної енергоефективності економік ЄС [195]. Споживання біомаси збільшилося на 3,2% у короткостроковій перспективі (з 2012 р.), тоді як у довгостроковій перспективі залишалося майже незмінним (з 2002 р.). Тільки споживання металевих руд значно зросло в короткостроковій і довгостроковій перспективі на 25,5% і 17,0% відповідно.

Звернемо увагу на те, що, за експертними оцінками, більша частина продуктів повсякденного споживання, які використовують

підприємства та споживачі, виробляються за участю хімічних речовин, які складають значні обсяги продажу у 2016 р. (507 млрд євро) у сільському господарстві, фармацевтиці, миючих засобах, косметиці, текстилі, будівлях та упаковці [198]. Використання хімічних речовин має певні переваги, але й зумовлює ризики і загрози для довкілля та здоров'я залежно не лише від їх використання, й від впливу в середньо- і довгостроковій перспективі. У 2016 р. в ЄС було спожито 344,7 млн т хімічних речовин, з яких 35,4% (122,0 млн т) класифіковано як небезпечні для навколишнього середовища та 62,2% (214,5 млн т) як такі, які можуть завдати шкоди здоров'ю людей. З 2004 р. обсяги споживання зменшилися на 10,5% для хімічних речовин, небезпечних для навколишнього середовища, і на 10,7% для хімічних речовин, небезпечних для здоров'я (рис. 2.5).

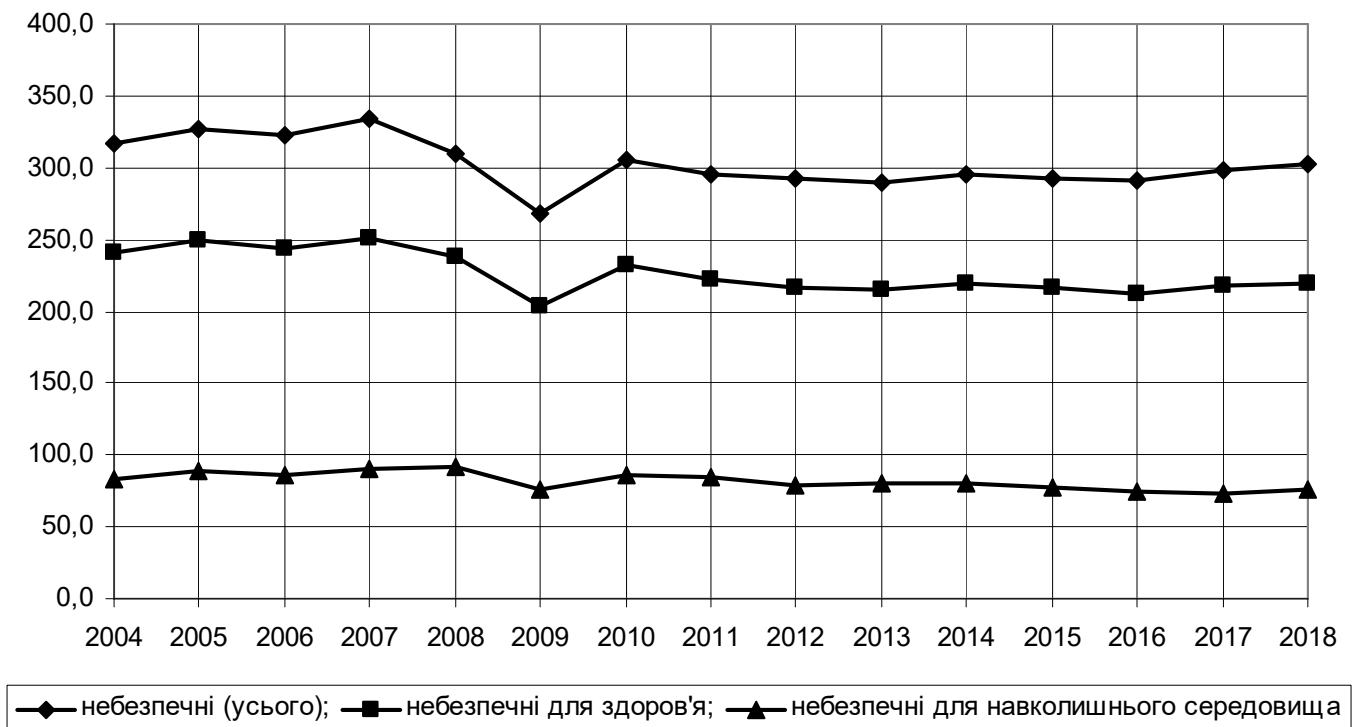


Рис. 2.5. Динаміка зміни обсягів споживання токсичних хімікатів у країнах-членах ЄС залежно від ступеня загрози, млн т (2004–2018)
 Розраховано за [199].

Проте зменшення обсягів споживання токсичних хімікатів не можна пов'язувати зі зменшенням ймовірних ризиків, тому що це може компенсуватися збільшенням обсягів імпорту матеріалів і продуктів з токсичними хімікатами. До того ж виробництво хімічних речовин в ЄС, які не споживаються, але експортуються, може забруднювати територію, де вони виробляються. Крім того, хімікати, які виробляються

та використовуються за межами ЄС, можуть дістатися до Європи через повітря, воду та продукти харчування.

Зазначимо також, що ризики використання токсичних хімікатів не обов'язково пов'язані з обсягами споживання, оскільки деякі види хімічних речовин переробляються в закритих системах, а інші можуть утворюватися під час використання з підвищеними ризиками, або як проміжні товари в контрольованих ланцюгах постачання [200].

Так, за оцінками експертів [201], автомобілі несуть близько 12% загального обсягу викидів основного парникового газу в ЄС, двоокису вуглецю (CO_2), що актуалізує завдання зниження середнього показника викидів для нещодавно зареєстрованих легкових автомобілів (у ЄС у 2015 р. встановлено обов'язковим пріоритетом 130 г CO_2 на 1 км, а у 2021 р. – 95 г CO_2 на 1 км) [202]. Водночас, коли кількість легкових автомобілів майже у всіх країнах-членах ЄС збільшилася протягом останнього десятиліття, середні викиди CO_2 на 1 км від нових легкових автомобілів в ЄС з 2012 р. знизилися на 10,4%, а у 2017 р. – до 118,5 г CO_2 на 1 км (рис. 2.6). Отже, в ЄС досягнуто прогресу в напрямі збільшення чистого автопарку протягом останнього десятиліття, хоча в останні роки ця тенденція сповільнилася. У 2007–2017 рр. обсяги викидів скоротилися в середньому на 2,9% на рік, а у короткостроковому періоді (2012–2017 рр.) скорочення в середньому становило лише 2,2% на рік. Незважаючи, що мета 2015 р. була досягнута за два роки, подальший прогрес є необхідним для досягнення мети 2021 р.

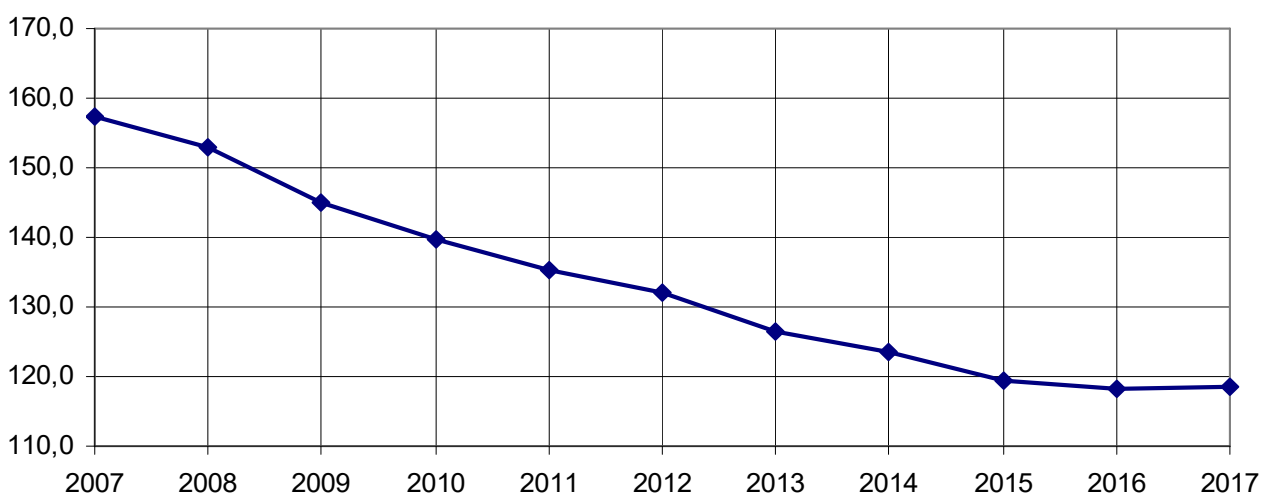


Рис. 2.6. Динаміка зміни середнього рівня викидів CO_2 на 1 км на нові пасажирські автомобілі для країн ЄС-27 та ЄС-28 (2007–2017), г CO_2 на 1 км
Розраховано за [194].

2. Для подальшої трансформації соціально-економічної макромоделі України в контексті безпеки споживання доцільно врахувати успішні політики ЄС, де надійна та доступна енергія, а ефективне її споживання стало домінантою економічного зростання. Об'єктивно збільшення обсягів споживання енергії призводить до подальшого навантаження на навколишнє середовище, виснаження ресурсної енергетичної бази та посилення залежності від імпорту енергоресурсів. Для протидії цьому в ЄС реалізується політика ефективного використання енергії та переходу на відновлювані джерела.

В ЄС здійснюється політика підвищення енергоефективності до 2020 р. на 20% і збільшення частки відновлюваної енергії до 20% обсягу споживання. У довгостроковій перспективі (2000–2018 рр.) споживання первинної енергії скоротилося на 7% (рис. 2.7), а вторинної – 4% (рис. 2.8). У короткостроковому періоді (2011–2018 рр.) спостерігалось зменшення темпів зниження як для первинного, так і для вторинного енергоспоживання.

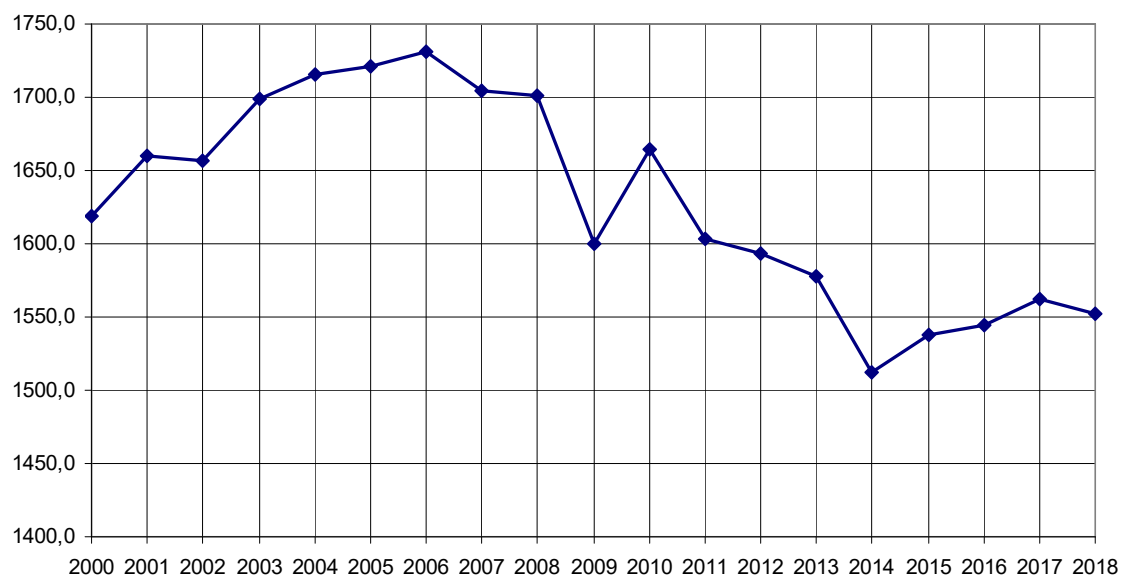


Рис. 2.7. Динаміка споживання первинної енергії в країнах-членах ЄС (2000–2018), млн т масл. екв.

Розраховано за [203].

Оскільки споживання первинної та вторинної енергії знову зростає з 2014 р., до 2020 р. цілі енергоефективності, особливо для вторинного споживання енергії, можуть бути недосяжними. Навпаки, частка енергії, отриманої з відновлюваних джерел має позитивну тенденцію (рис. 2.9). ЄС неухильно збільшує свою частку (з 8,5% у 2004 р. до 18,0% у 2018 р.).

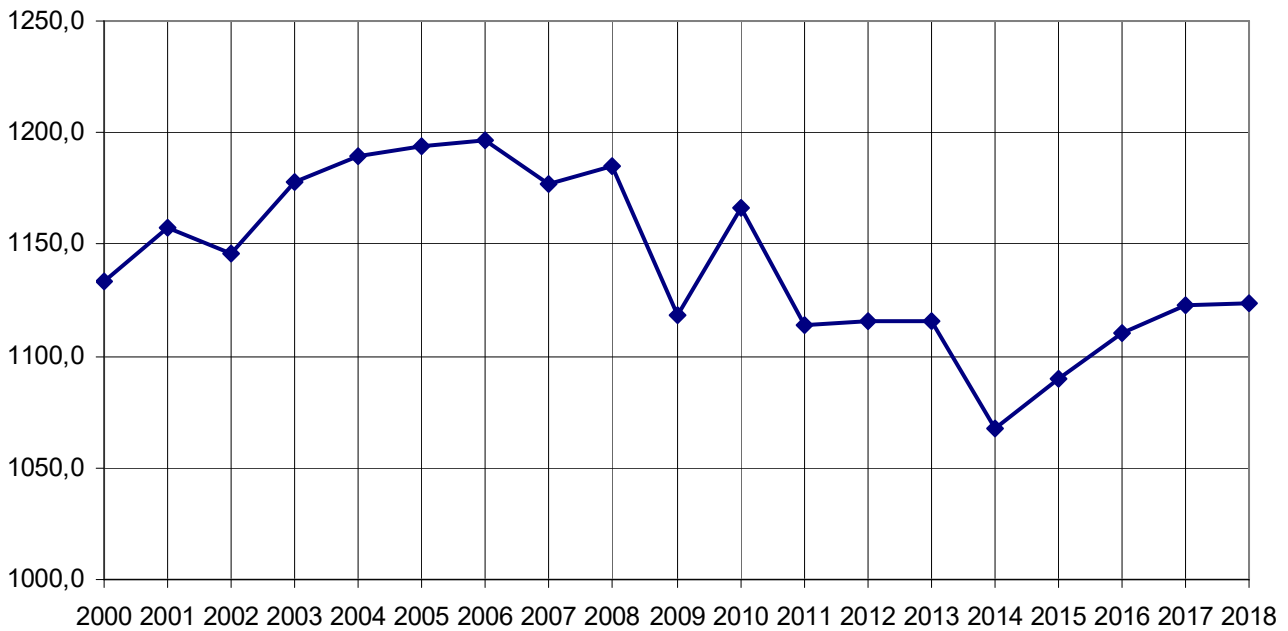


Рис. 2.8. Динаміка споживання вторинної енергії в країнах-членах ЄС (2000–2018), млн т масл. екв.
Розраховано за [204].

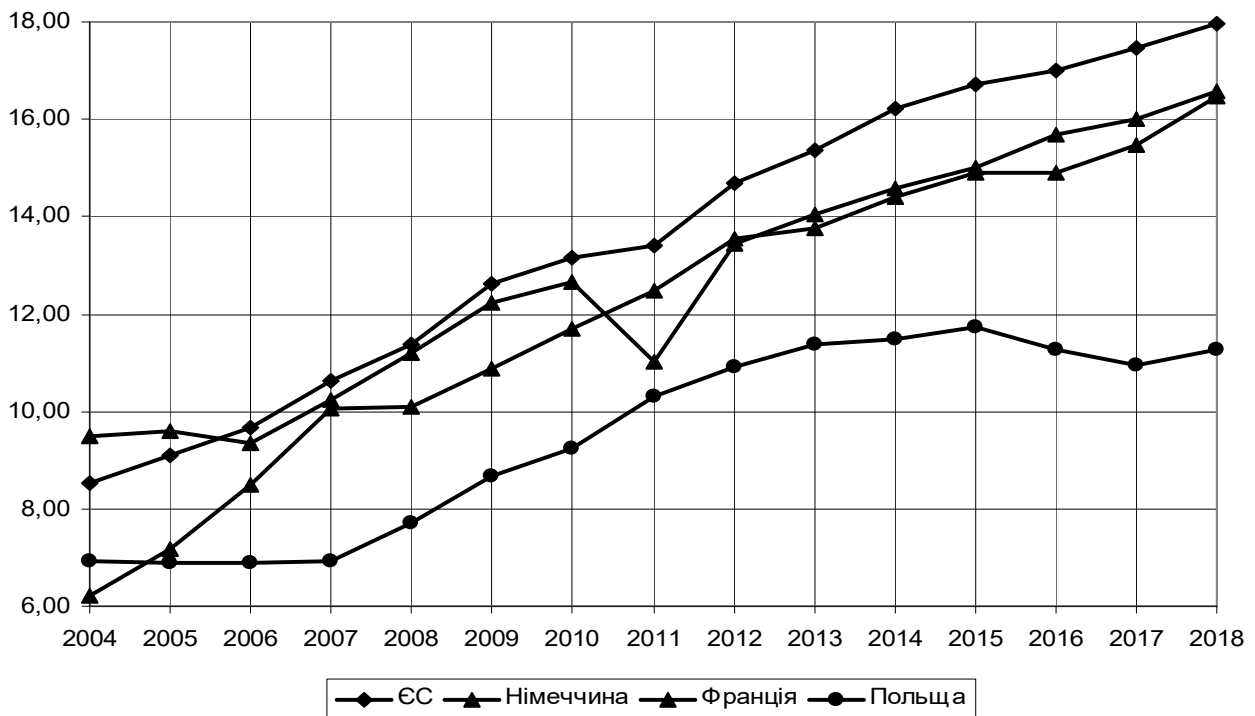


Рис. 2.9. Динаміка зміни частки відновлюваної енергії у загальному обсязі (2004–2016), % від вторинної енергії
Складено за [194].

3. Ефективне управління відходами в процесі виробництва та споживання. ЄС прагне створити циркулярну економіку, у якій кіль-

кість ітерацій використання ресурсів і матеріалів буде якомога більшою, а відходи мінімізуються. Важливим аспектом такої моделі є скорочення як споживання матеріалів, так і виходу відходів шляхом зменшення економічних та екологічних циклів ресурсних потоків. У 2014 р. у ЄС було сформовано 871 млн т відходів, за винятком основних мінеральних відходів, що відповідає 1717 кг відходів на одного мешканця [205]. Відходи матимуть величезний негативний вплив на навколишнє середовище, викликаючи забруднення та викиди парникових газів, які спричиняють зміну клімату [206]. Саме тому ефективною моделлю поводження з відходами обрано їх утилізацію та перероблення, які повертають матеріальні ресурси в економіку.

Упродовж 2004–2016 рр. обсяги утворених відходів у розрахунку на одну особу, за винятком мінеральних відходів, зменшилися на 7,5% (рис. 2.10). Протягом цього ж періоду показник циркулярного використання матеріалів (СМУ, відношення обсягу вторинної сировини до загального матеріалу, використовуваного для побутового призначення), що відображає частку використаних ресурсів з зібраних відходів, збільшився з 8,3% до 11,9% (рис. 2.11). У короткостроковому періоді (2009–2017) зростання було нижче, ніж середньорічне на 1,3%.

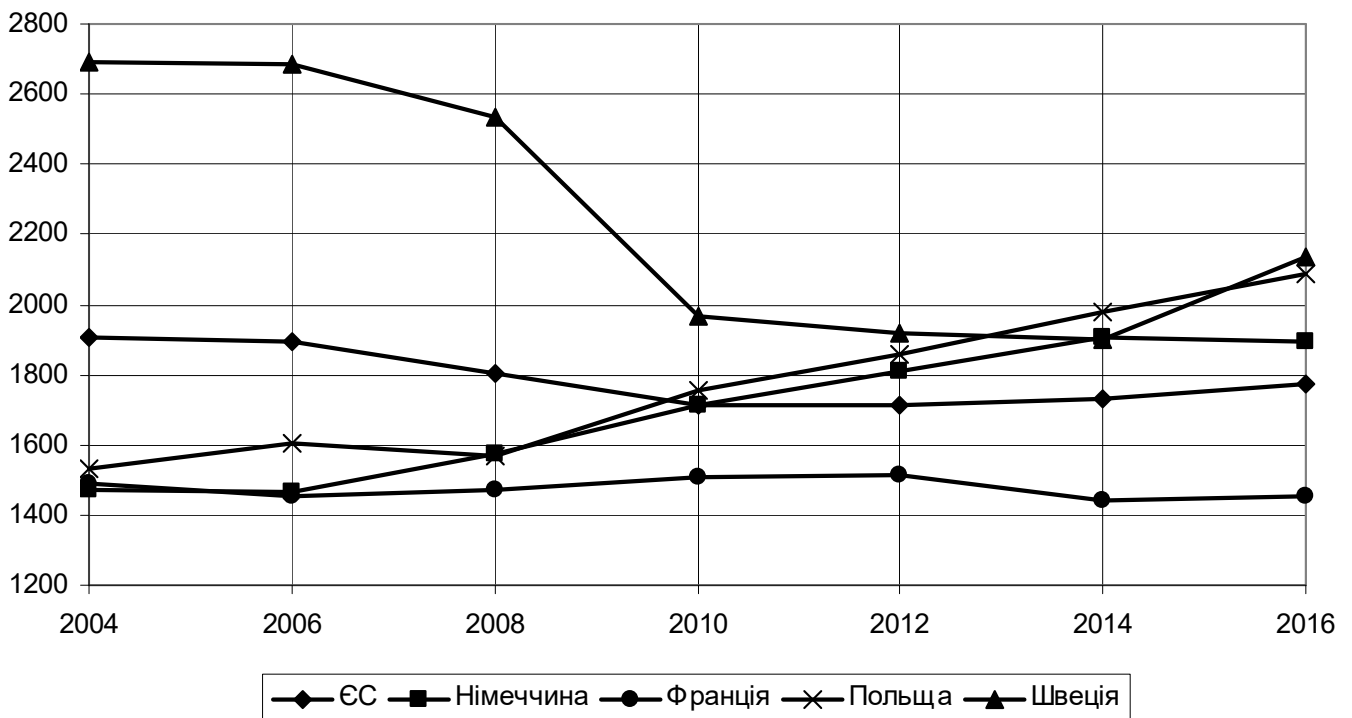


Рис. 2.10. Динаміка зміни обсягів утворених відходів в ЄС (2004–2016), кг на 1 особу

Розраховано за [194].

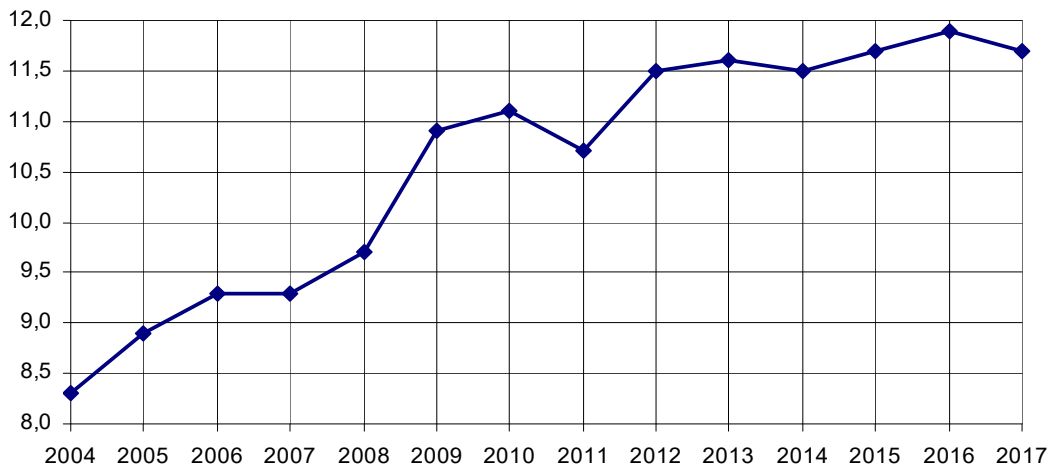


Рис. 2.11. Динаміка зміни показника циркулярного використання матеріалів (CMU) в ЄС (2004–2014), %

Розраховано за [207].

Найбільший показник CMU спостерігався у Нідерландах, Італії, Франції, Бельгії, Великій Британії та Польщі, найменший – у Латвії, Болгарії, Португалії, Ірландії, Румунії, Греції (рис. 2.12).

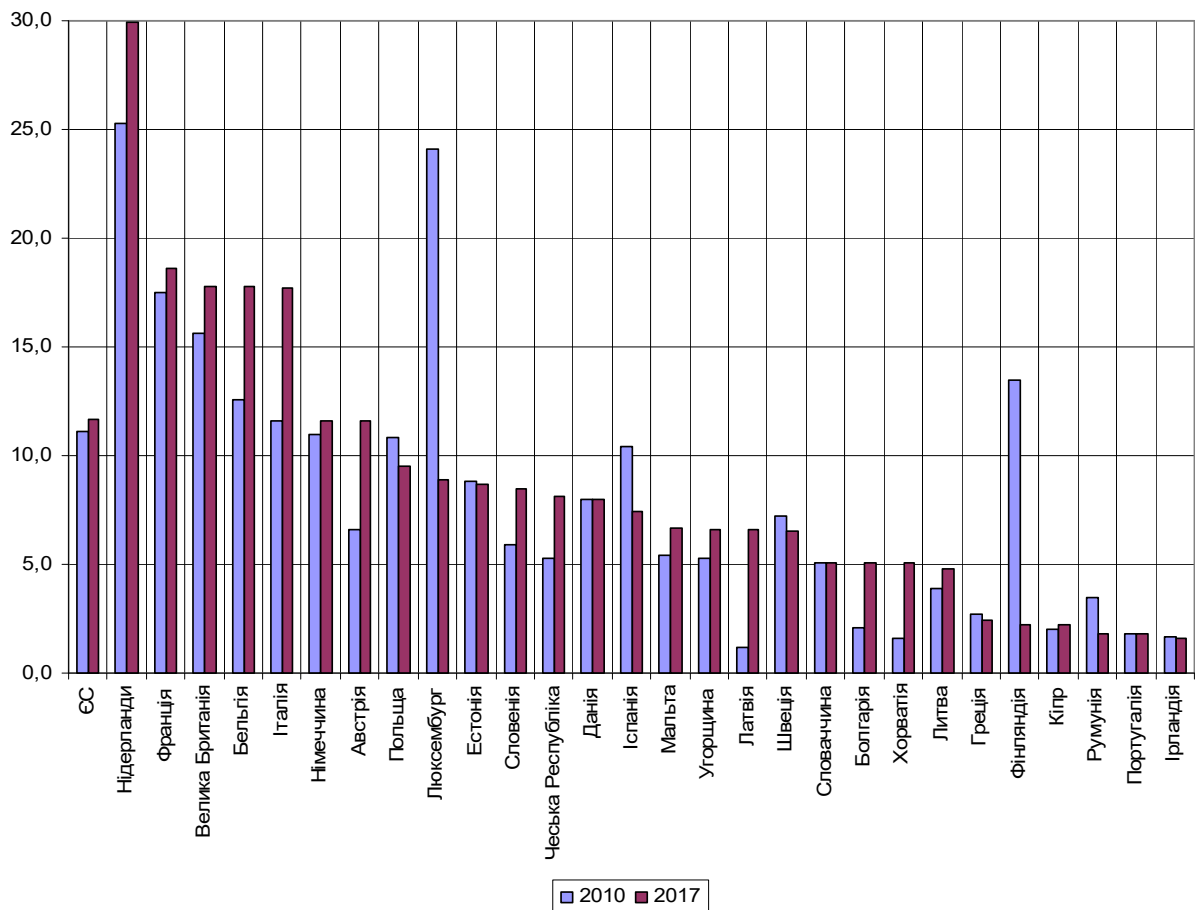


Рис. 2.12. Динаміка зміни географічної структури показника циркулярного використання матеріалів (CMU) у країнах-членах ЄС, %

Розраховано за [207].

На жаль, статистичні дані щодо утилізації відходів, які виключають основні відходи мінеральної сировини, доступні тільки з 2010 р. і відображають незначне збільшення з 53% до 57% у період 2010–2016 рр. Втім, незважаючи на значно вищі темпи рециркуляції, відносно низький ступінь циркулярності в ЄС пояснімо двома структурними бар'єрами. По-перше, значна частина матеріалів використовується для будівництва та утримання будівель, інфраструктури й інших товарів (робіт, послуг) з тривалим терміном експлуатації та обмеженням у доступності для вторинної переробки. По-друге, значний обсяг матеріальних ресурсів використовується для виробництва енергії, тому показник циркулярності є досить низький [208].

У 2016 р. третину обсягів відходів, за винятком основних мінеральних відходів, становили змішані звичайні відходи, зокрема відходи домогосподарств, змішані недиференційовані матеріали та залишки сортування відходів. Відходи, об'єднані у вид «відходи вторинної переробки» (метал, скло, папір та пластик) становили близько чверті, відходи згорання – 15%, тваринні та рослинні відходи – 10%, хімічні та медичні відходи – 6%, мінеральні відходи від переробки стабілізованих відходів – 5%. У 2016 р. обсяги шлаків та обладнання становили близько 2%. У 2016 р. в ЄС було перероблено 57% обсягу відходів (рис. 2.13).

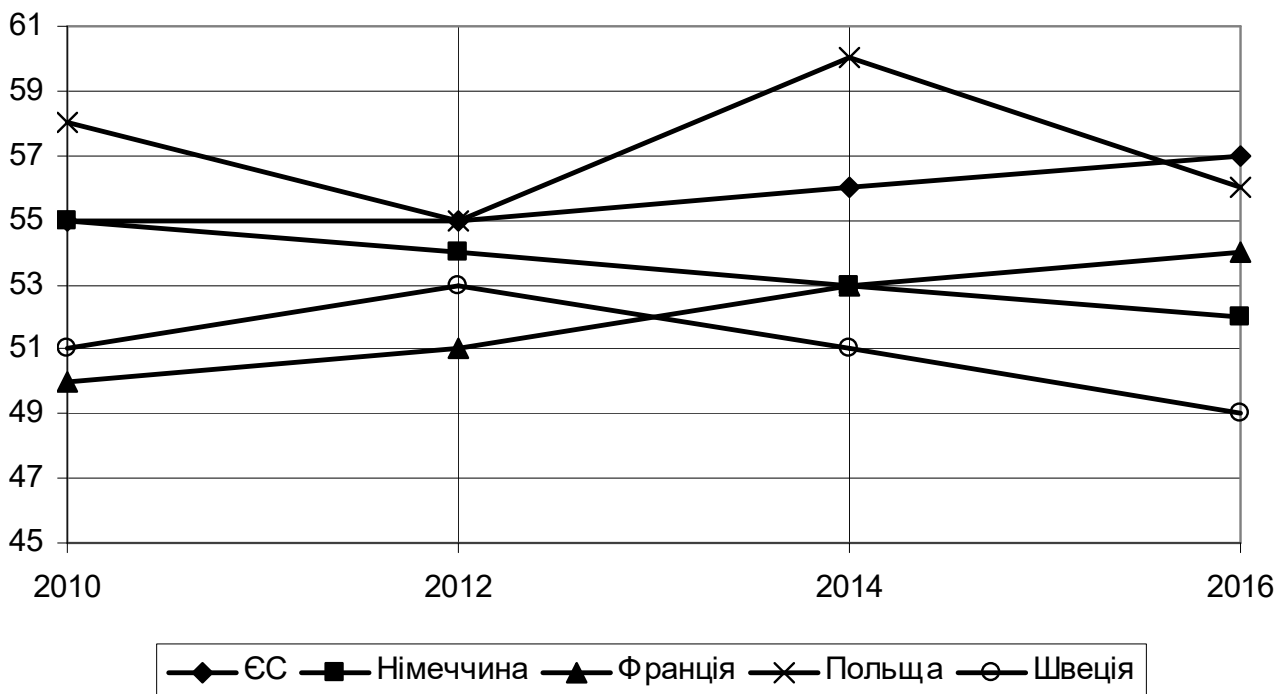


Рис. 2.13. Динаміка зміни частки переробки відходів (за винятком мінеральних відходів) у країнах ЄС (2010–2016), % до загальної кількості відходів

Розраховано за [194].

До 25% обсягу відходів нагромаджено на полігонах (рис. 2.14). У той час, як частка відходів, нагромаджених на звалищах, знизилася з 28% у 2010 р. до 25% у 2014 р., утилізованих через спалювання з енергозбереженням збільшилося з 11% у 2010 р. до 14% у 2014 р.

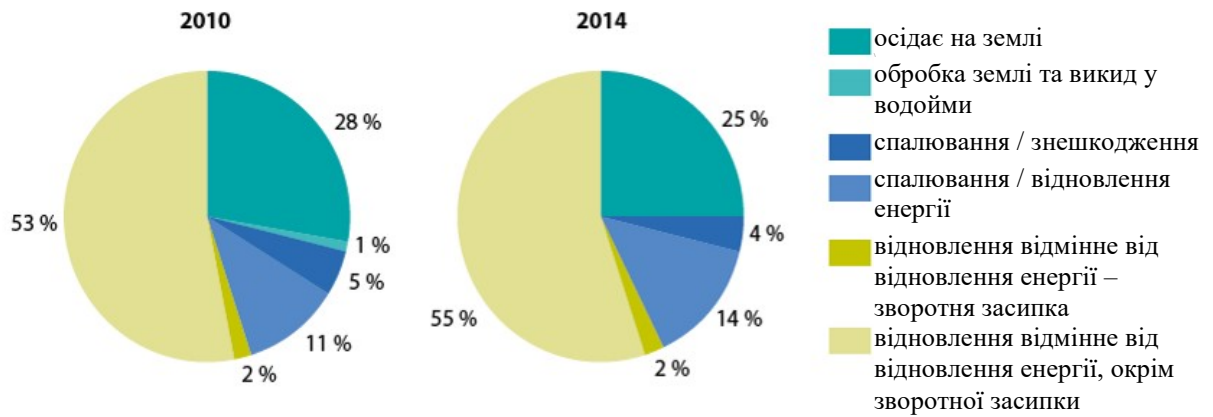


Рис. 2.14. Зміна функціонально-цільової структури управління відходами в країнах ЄС (2010–2014), %

Розраховано за [193].

Швидкість переробки є більшою для загальних відходів, за винятком основних мінеральних відходів, ніж для побутових відходів. Незважаючи на значне зростання, рівень утилізації комунальних відходів залишився у 2016 р. 45,3%, що пов'язано з домінуванням полігонної технології їх утилізації. Проте спостерігається зміна полігонної утилізації на спалювання з відновленням енергії. Так, якщо у 2011 р. 34,4% обсягу комунальних відходів нагромаджені на полігонах і 24,0% спалені, та у 2016 р. частка полігонів становила 24,4% проти 27,6%.

У 2016 р. 7,5% обсягу відходів, за винятком основних мінеральних відходів, або 132 кг у розрахунку на одну особу, оцінювалися як небезпечні для здоров'я або навколишнього середовища (рис. 2.15).

Загальний обсяг відходів у розрахунку на одну особу, за винятком основних мінеральних відходів, зменшувався у 2004–2014 рр. в середньому на 1,0%.

Хоча абсолютні обсяги утворених відходів, за винятком основних мінеральних відходів, значно зменшилися у 2004–2014 рр., ця тенденція не була властивою для всіх секторів економіки. Відходи в системі поводження з відходами зросли на 84% і становили у 2014 р. 27%. 23% відходів вироблено домашніми господарствами, але цей показник залишався відносно стабільним протягом періоду. Відходи виробництва скоротилися за десять років до 21%. Забезпечення комунальних послуг

(електроенергією, газом, парою та кондиціонуванням) становило 10% від утилізованих у 2014 р. відходів.

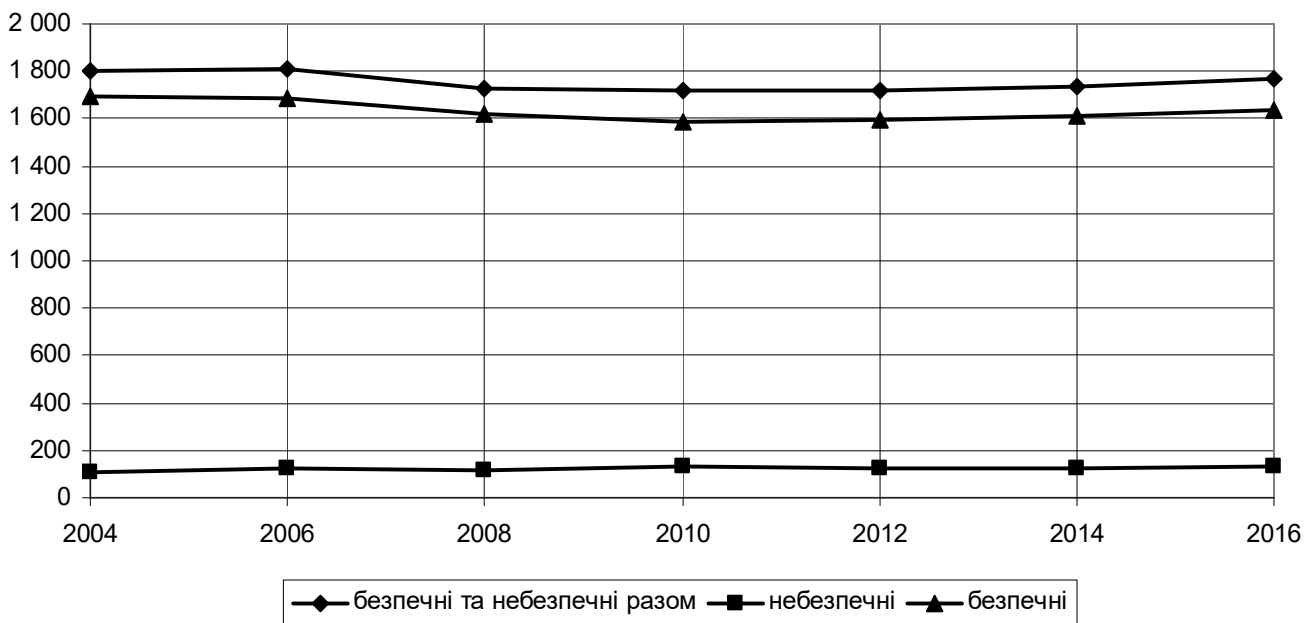


Рис. 2.15. Динаміка зміни обсягів утворення відходів у країнах ЄС (2004–2016), кг на одну особу

Розраховано за [194].

Як вже зазначалося, в Україні акцент реалізованих заходів у досягненні 12 цілі сталого розвитку, тобто забезпечення відповідального споживання та виробництва, зроблений на завдання скорочення післязбиральних втрат у виробництві сільськогосподарської продукції та ефективного поводження з відходами.

Важливість першого завдання обумовлена пріоритетністю розвитку аграрного сектору для національної економіки як реально конкурентоспроможного в середньостроковій перспективі. Але постійне зростання навантаження на земельні ресурси сільськогосподарського призначення через збільшення площ ораних земель, обсягів споживання сільгосппродукції, цін на продукти харчування обумовлює негативні наслідки, які в довгостроковій перспективі являють відчутну загрозу економічній безпеці регіонів із зниженим ресурсним потенціалом забезпечення стабільного агропромислового виробництва [190, с. 73]. Для розв'язання цієї проблеми необхідно зменшити втрати продовольства у виробничо-збутових ланцюгах, динаміку зміни яких доцільно оцінювати з використанням таких індикаторів: частка післязбиральних втрат у загальному виробництві зернових культур (%); частка післязбиральних втрат у загальному виробництві овочів та баштанних культур (%).

У 2015–2016 рр. спостерігається зниження обсягів післязбиральних втрат у загальному виробництві зернових культур (рис. 2.16), частка яких у регіонах України коливається в інтервалі 0,1–3,4%. Видається дискусійним застосовувати для обліку цього показника методичний підхід [190, с. 73], оскільки його реальне значення значно вище, а порівняно з 2011 р. істотно зменшилося. Як цільові значення для національної економіки визначені такі середньорічні показники: 2020 р. – 1,8%; 2025 р. – 1,0%; 2030 р. – 0,5%.

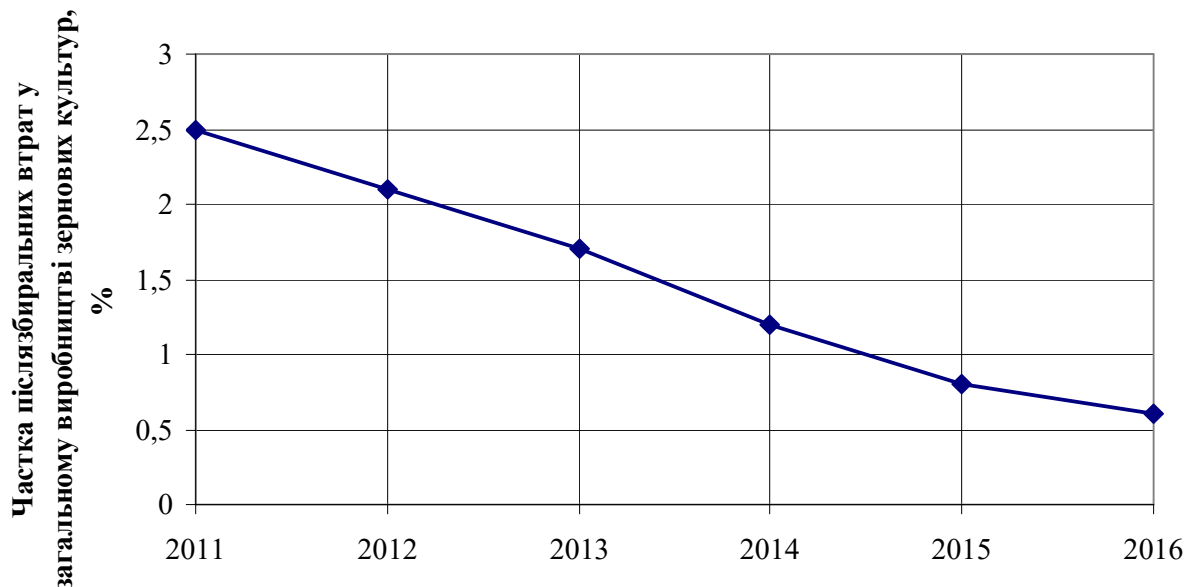


Рис. 2.16. Динаміка зміни частки післязбиральних втрат у загальному виробництві зернових культур, %

Складено за [190, с. 75].

В Україні проблема поводження з відходами набуватиме все більшої актуальності, у тому числі в контексті безпеки споживання. Вирішальним залишається завдання зменшення обсягів утворення відходів і збільшення обсягів їх переробки та повторного використання для мінімізації негативного впливу на довкілля, підвищення ефективності виробництв, а, отже, безпеки споживання товарів (послуг).

Протягом 2015–2019 рр. простежується тенденція до зменшення обсягів відходів I–III класів небезпеки, проте зростає частка відходів IV класу. Певною мірою економічна криза 2008–2009 рр. та воєнно-політичний конфлікт з РФ, починаючи з 2013 р., істотно вплинули на обсяги небезпечних відходів I–III класів. У 2015 р. спостерігається їх помітне зниження на 44% (до рівня 2011 р.), викликане окупацією окремих районів і міст Донецької та Луганської областей, на території яких розміщувалася значна частина підприємств промисловості краї-

ни. Вказані тенденції зумовлені також структурною переорієнтацією галузі з меншими відходами виробництва.

При цьому загальна кількість відходів в економіці збільшується (рис. 2.17). У регіональному вимірі лідерами є: Дніпропетровська обл. з часткою у 2016 р. у загальному обсязі відходів 69,5% (206 млн т.); Кіровоградська (35 млн т); Донецька (20 млн т); Полтавська та Запорізька області (по 5 млн т). Це пов'язано з концентрацією підприємств добувної та переробної промисловості – головних забруднювачів довкілля, частки яких у 2011 р. становили, – 75,0% і 18,0%, у 2016 р. – 74,0% та 18,2% відповідно.

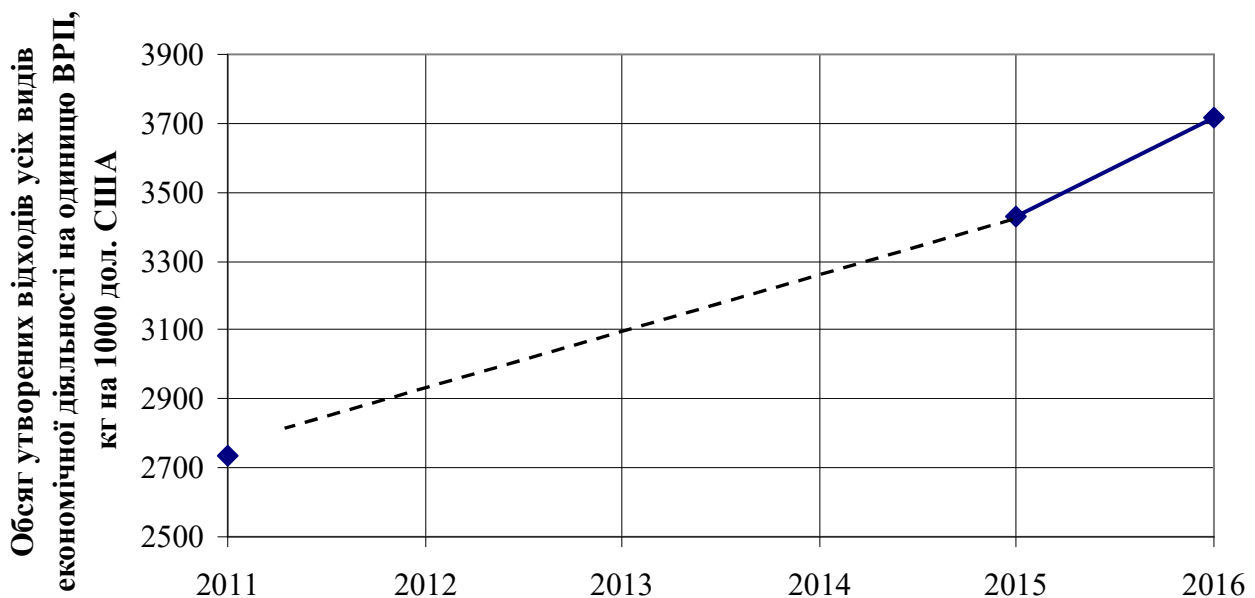


Рис. 2.17. Динаміка зміни обсягів утворених відходів підприємствами усіх видів економічної діяльності у розрахунку на одиницю валового регіонального продукту (ВРП), кг на 1000 дол. США

Розраховано за [190, с. 75].

Обсяги утилізації відходів у регіонах України коливаються в діапазоні 3,8–67,3% загального обсягу. У Запорізькій, Полтавській, Івано-Франківській та Черкаській областях частка спалених і утилізованих на полігонах відходів у загальному обсязі утворених відходів значно перевищувала середній український показник (29%).

Значні обсяги утворених відходів та низькі значення показників їх утилізації зумовлюють збільшення обсягів нагромаджених відходів (табл. 2.1). Загрозлива ситуація спостерігається у Дніпропетровській обл., де зберігається 10 млн т відходів, у Запорізькій обл. (7,7 млн т відходів I–III класів), у Сумській обл. (2,2 млн т відходів I–III класів) та

у Луганській обл. (860,4 тис. т відходів I–III класів). За загальним обсягом відходів, нагромаджених протягом експлуатації, Дніпропетровська і Донецька області у місцях видалення відходів у розрахунку на квадратний кілометр території у кілька разів перевищують інші регіони України [190, с. 74].

Таблиця 2.1

Загальні обсяги відходів, накопичені протягом експлуатації, у місцях видалення відходів у розрахунку на квадратний кілометр території за найбільш забрудненими областями України, т

№ п/п	Область	Роки			Співвідношення до середньо-українського значення, 2016
		2011	2015	2016	
1	Дніпропетровська	292197,3	318310,6	320717,2	14,92
2	Донецька	100791,8	40200,0	32611,6	1,52
3	Запорізька	5578,2	5883,6	5970,2	0,28
4	Кіровоградська	10123,3	13976,5	15274,9	0,71
5	Луганська	54728,7	6445,6	5843,2	0,27

Складено за [190, с. 75].

Стан поводження з побутовими відходами в Україні, за оцінками науковців Національного інституту стратегічних досліджень [209, с. 3–4], характеризується: суперечливістю та недосконалістю законодавчого регулювання (52 нормативно-правові акти, з яких п'ять розцінюються як суперечливі і ще вісім – як неактуальні); низьким рівнем розвитку інфраструктури у сфері управління побутовими відходами (станом на 2018 р. в Україні 6107 сміттєзвалищ та полігонів загальною площею 9172,436 га, з них 984 од. не відповідали нормам екологічної безпеки та 256 од. – перевантажено; потреба у нових полігонах – понад 421 од.); відсутністю економічних стимулів для розширення асортименту послуг у сфері управління побутовими відходами; недосконалою чи взагалі відсутньою інформаційно-просвітницькою роботою у сфері поводження із побутовими відходами серед населення (станом на 2019 р. лише у 1462 населених пунктах впроваджене роздільне збирання побутових відходів; у 28 населених пунктах працюють 34 сміттесортувальні лінії).

Критична ситуація, що склалася з відходами в Україні, не може бути вирішена в короткостроковій перспективі, оскільки потребує за-

лучення значних фінансових та інтелектуальних ресурсів. Імплементация принципів екологічної політики ЄС у напрямках «Управління відходами», «Промислове забруднення та техногенні загрози», «Зміни клімату та захист озонового шару», реалізація інвестиційних проектів щодо впровадження інноваційних технологій переробки відходів із залученням європейських фінансових інституцій допоможе розв'язати цю системну проблему, яка безпосередньо впливає на безпеку споживання.

На цей час в даний час спостерігається визнання значущості впровадження відповідального споживання та виробництва, подальше посилення яких може відбуватися завдяки консолідації дій держави, бізнесу та споживачів у таких напрямках:

- поступове вилучення небезпечних хімічних речовин із процесів виробництва через впровадження системи екологічного маркування продукції та європейських стандартів управління виробництвом;
- створення правових та інституційних передумов становлення в Україні зеленої економіки, реалізація концепції циркулярної економіки, принципів ресурсоефективного та чистого виробництва;
- посилення ролі об'єднаних територіальних громад, збільшення їх повноважень щодо стягнення санкцій з підприємств-забруднювачів навколишнього середовища;
- застосування сучасних технологій і європейських практик поводження з відходами виробництва та споживання товарів (робіт, послуг);
- впровадження програм інформування, просвітництва та освітніх заходів щодо сталого виробництва та споживання товарів (робіт, послуг).

2.2. Нормативно-правові засади убезпечення споживання на сучасному етапі євроінтеграції України

Використання підприємствами харчової та інших видів промисловості різних прийомів, які вводять в оману споживачів, ігнорування їх прав та інтересів, поява значної кількості недоброякісної продукції, безвідповідальність у створенні безпечних умов споживання знижують рівень конкурентоспроможності продукції як на внутрішньому, так і на зовнішніх, зокрема європейському ринку, що пов'язано, насамперед, з недосконалим інституціональним базисом. Узагальнення стратегічних програмних документів регулювання безпеки споживання в частині створення належних екологічних умов для життя населення, захисту прав споживачів, технічного регулювання продукції харчової і не харчової груп показує відсутність координації у формуванні і реалізації єди-

ної державної політики забезпечення споживання як ключової детермінанти в системі економічної безпеки держави.

Проблема забезпечення безпеки споживання товарів (послуг) в Україні має розглядатися, з одного боку, як випуск якісної та безпечної продукції підприємствами та формування інституціонального підґрунтя досягнення цього, а з іншого – як створення екологічно безпечних умов для життя населення, які відповідають світовим стандартам.

Проблема також загострюється в процесі євроінтеграції України, у межах якого вітчизняні підприємства повинні дотримуватися сучасних умов ринкової діяльності. З підписанням Угоди про асоціацію між Україною та ЄС держава взяла на себе зобов'язання щодо адаптації інституціонального базису до відповідних вимог. Це виключатиме технічні бар'єри в торгівлі, а саме для вільного доступу до внутрішнього ринку України товарів іноземних виробників, що підвищить рівень економічної безпеки та забезпечить конкурентоспроможність національної економіки. Зокрема цьому сприятиме запровадження дієвого механізму технічного регулювання у той час, коли значна невідповідність підприємств до відкритості внутрішнього ринку, некомпетентність в оцінюванні відповідності продукції, а через це її неконкурентоспроможність на зовнішніх ринках є реальною загрозою економічній безпеці держави й окремих суб'єктів господарювання зокрема [210, с. 67].

Звернемо увагу й на необхідність адаптації екологічного законодавства України до вимог Спільної екологічної політики ЄС в частині управління довкіллям, якістю атмосферного повітря, води та водними ресурсами, відходами, що визначає ступінь безпечності споживання товарів і послуг в Україні [211, с. 57–58].

Не менш важливим є розроблення вітчизняної дієвої моделі захисту прав споживачів із відповідним інституціональним базисом, заснованої на емуляції та асиміляції досвіду провідних країн світу, оптимальному співвідношенні державного регулювання та участі органів місцевого самоврядування і громадськості [212].

Відсутність взаємозв'язку між окремими складниками (створення сприятливих екологічних умов, захист прав споживачів, технічне регулювання випуску харчової і нехарчової продукції) підсистеми безпеки споживання в системі економічної безпеки держави, неузгодженість інституцій і нормативно-правових актів обумовлюють необхідність модернізації інституціонального базису на основі гармонізації із Спільним доробком ЄС (рис. 2.18).

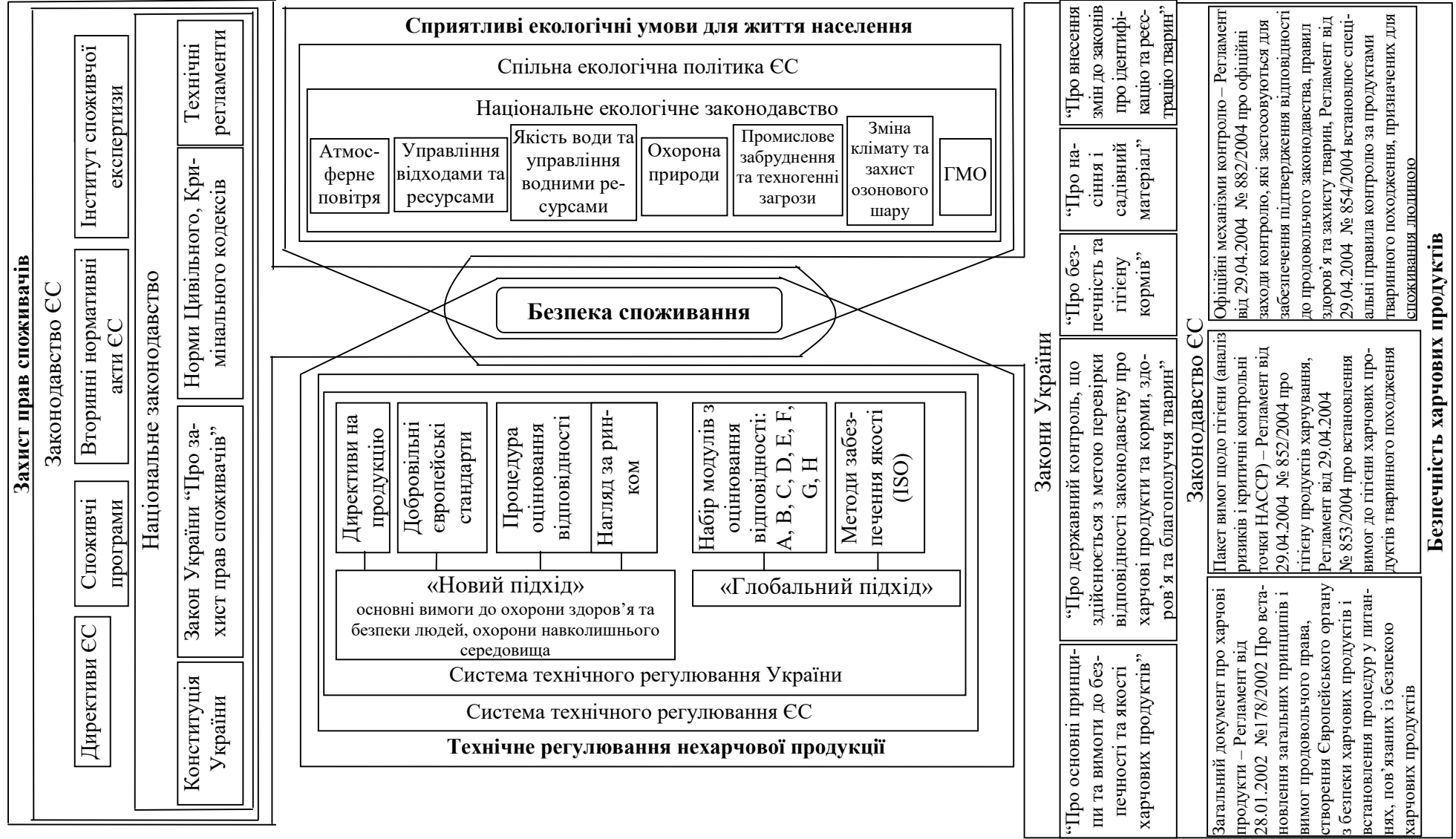


Рис. 2.18. Структурна-логічна схема дослідження інституціонального базису безпеки споживання
Складено автором.

Отже, на основі системного підходу безпеку споживання можна представити як складну категорію, яка охоплює сукупність інститутів зазначених чотирьох сфер, кожна з яких характеризується певною невизначеністю, нечіткістю, неструктурованістю.

У поняттях математичної логіки представимо інститути та інституції за окремими складовими безпеки споживання у вигляді множин:

$E = \{e_1, e_2, e_3, \dots, e_n\}$ – кінцева множина інститутів та інституцій екологічного напрямку;

$C = \{c_1, c_2, c_3, \dots, c_m\}$ – кінцева множина інститутів та інституцій за напрямом захисту прав споживачів;

$F = \{f_1, f_2, f_3, \dots, f_j\}$ – кінцева множина інститутів та інституцій за напрямом забезпечення безпеки харчової продукції;

$T = \{t_1, t_2, t_3, \dots, t_k\}$ – кінцева множина інститутів та інституцій за напрямом технічного регулювання нехарчової продукції.

Виокремимо з множин E, C, F, T підмножини, які охоплюють національні інститути, не гармонізовані з законодавством ЄС (E_1, C_1, F_1, T_1) та європейські норми, вже імplementовані в Україні (E_2, C_2, F_2, T_2). Тоді множини інститутів за кожним напрямом набудуть такого вигляду:

$$E = E_1 \cup E_2, \quad C = C_1 \cup C_2, \quad F = F_1 \cup F_2, \quad T = T_1 \cup T_2 \quad (2.1)$$

Таким чином, інституціональний базис безпеки споживання в Україні можемо визначити об'єднанням множин сукупності інститутів та інституцій, а саме:

$$SC = E \cup C \cup F \cup T. \quad (2.2)$$

Проаналізуємо вітчизняний та європейський інституціональні бази за кожним і з напрямів.

Важливе значення в системі безпеки споживання товарів і послуг має створення належних екологічних умов для життя населення (див. рис. 2.18). За даними офіційної статистики [213, с. 211], близько 45% ВВП та 60% вітчизняного експорту складає видобуток та переробка ресурсів, що викликає утворення відходів і викидів забруднюючих речовин, негативно впливає на екологію, якість життя населення та ресурсний потенціал економіки.

Укладання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС обумовило необхідність узгодження національних нормативно-правових актів з міжнародними нормами з екологічного та сталого розвитку. Насамперед, йдеться про істотне поліпшення ефективності управління сферою охорони навколишнього середовища, раціональне використання

природно-ресурсного потенціалу, формування еколого-економічних передумов переходу на засади екологічного управління [213, с. 210], що загалом відображається на безпечності виробництва та споживання товарів (послуг). Для розуміння сутнісних характеристик безпеки споживання в цьому аспекті детально зупинимося на екологічній політиці Європейського Союзу.

Країни-члени ЄС зосереджують свою увагу на забезпеченні екологічної безпеки та побудові системи «колективної відповідальності» за стан довкілля. Екологічні питання перебувають на одному рівні уваги з економічними, при цьому, не зважаючи на труднощі, пов'язані з дисбалансом у зовнішній торгівлі, та дією різних екологічних стандартів, країнам-членам ЄС вдалося виробити спільну політику в цій сфері (рис. 2.19).

Одним із програмних інституційних результатів діяльності ЄС у сфері захисту навколишнього середовища є Екологічна програма для Європи, в основу якої закладено 12 екологічних проблем сьогодення, п'ять з яких (зміна клімату, руйнація стратосферного озону, втрата біорозмаїття, аварії з тяжкими екологічними наслідками, підкислення і збільшення концентрації тропосферного озону) визначено пріоритетними [214, с. 71].

Ключовими інституціями, що формують екологічну політику ЄС, є: Європейська Рада, Рада Міністрів, Європейська комісія, Європейський парламент, Європейський суд, Рахункова палата. Питаннями захисту та поліпшення стану навколишнього природного середовища опікується Європейське екологічне агентство, яке здійснює моніторинг, збирання, аналіз інформації про навколишнє середовище для підготовки законодавчих і програмних ініціатив [215].

Комісія ЄС відстежує процедури впровадження норм законодавства ЄС країнами-членами, ініціює процедури проти держав. Генеральний директорат з питань довкілля формує політику ЄС щодо вирішення екологічних проблем та забезпечує виконання певних дій країнами-членами. Перед виданням законопроекту Генеральний директорат з питань довкілля забезпечує громадські обговорення та консультації з урядами країн ЄС, громадськими організаціями, асоціаціями, технічними експертами. Після цього комісія подає законодавчі пропозиції на розгляд Ради Міністрів та Європейського парламенту, які формують остаточну версію документа [215].



Рис. 2.19. Інституціональний базис Спільної екологічної політики ЄС
Складено на основі [214, с. 158; 217; 218, с. 57].

Основними нормативно-правовими актами ЄС у сфері екології та охорони навколишнього середовища є [218]:

- Директива Європарламенту та Ради 2003/4/ЄС щодо свободи доступу до інформації відносно стану навколишнього середовища;
- Директива 90/313/ЄС від 07.06.1990 про доступ до екологічної інформації, спрямованої на забезпечення більшої прозорості для окремих громадян та добровільних екологічних програм;
- Регламент Ради (ЄЕС) 793/93 щодо оцінювання і контролю ризику, який може виникнути від цих речовин;
- Регламент Комісії (ЄС) 2592/2001 від 28.12.2001 р. щодо введення в дію положень щодо надання інформації та необхідних перевірок з метою надання дозволу на виробництво та імпорт деяких небезпечних речовин;
- Регламент Комісії 1488/94/ЄС від 28.06.1994 р. щодо принципів оцінювання ризиків впливу на здоров'я людини та навколишнє середовище існуючих небезпечних речовин;
- Директива 2001/42/ЄС Європейського Парламенту та Ради щодо оцінювання деяких планів та програм на довкілля;
- Директива Ради 97/11/ЄС, що доповнює Директиву 85/337/ЄЕС щодо оцінювання впливу деяких державних і приватних проектів на навколишнє середовище;
- Директива Ради 85/337/ЄЕС від 03.03.1997 р. щодо оцінювання впливу деяких державних і приватних проектів на навколишнє середовище;
- Директива Ради 2006/43/ЄС про Звітність окреслює вимоги щодо регулярної звітності;
- Директива Ради про оцінювання впливу на довкілля (Директива ОВОС) 85/337/ЄЕС від 27.06.1985 р. і Директива про Стратегічне екологічне оцінювання впливу на довкілля (Директива СЕО) 2001/42/ЄС Європейського Парламенту і Ради від 27.06.2001 р., які спрямовані на розв'язання екологічних проблем;
- Директива про забезпечення участі суспільства в ОВОС (2003/35) підвищує прозорість і легітимність планів, програм та окремих проектів.

З позицій системного аналізу природоохоронне законодавство країн ЄС характеризується такими особливостями [217]:

- орієнтація на сталий розвиток, що залежить від законодавчих інструментів й ініціатив, рішень і заходів, які використовують органи

влади та місцевого самоврядування під час реалізації природоохоронних дій;

– використання цілісного підходу щодо гармонізації взаємозв'язку норм, що регулюють сферу охорони навколишнього середовища та суспільних інтересів і вподобань.

Політику ЄС у сфері захисту навколишнього середовища фінансують країни-члени ЄС. Проте у разі потреби виделення значних коштів для певної країни Рада ЄС може ухвалювати відповідні рішення з тимчасовими відхиленнями від запланованого бюджету. У процесі децентралізації управління національні уряди багатьох країн-членів ЄС передали широке коло повноважень з охорони навколишнього природного середовища органам місцевого самоврядування [219].

Нові країни-члени ЄС та країни, що співпрацюють з ЄС, зокрема й Україна, повинні адаптувати своє національне екологічне законодавство до «*acquis communautaire*» (спільного доробку) ЄС у вигляді правил, директив та інших екологічних норм ЄС [213, с. 213], для чого необхідні значні інвестиції (до 2–3% обсягу ВВП щорічно протягом кількох років).

Україна в аспекті адаптації екологічного законодавства до стандартів ЄС активно розвивається. Відповідно до Угоди про асоціацію у сфері повноважень Міністерства енергетики та захисту довкілля перебувають 8 напрямів та 20 Директив для імплементації:

- управління довкіллям та інтеграція екологічної політики до інших галузевих політик;
- якість атмосферного повітря;
- управління відходами та ресурсами;
- якість води та управління водними ресурсами, включаючи морське середовище;
- охорона природи;
- промислове забруднення та техногенні загрози;
- зміна клімату та захист озонового шару;
- генетично модифіковані організми.

За кожним з цих напрямів вже прийняті або розроблені проекти відповідних нормативних документів.

На цей час ухвалені Закони України «Про оцінку впливу на довкілля» від 23.05.2017 №2059-VIII та «Про стратегічну екологічну оцінку» від 20.03.2018 №2354-VIII. Перший Закон встановлює «...правові та організаційні засади оцінки впливу на довкілля, спрямованої на запобі-

гання шкоді довкіллю, забезпечення екологічної безпеки, охорони довкілля, раціонального використання і відтворення природних ресурсів ...з урахуванням державних, громадських та приватних інтересів...» [220], а інший спрямований на регулювання «...відносин у сфері оцінки наслідків для довкілля, у тому числі для здоров'я населення, виконання документів державного планування...», які стосуються певних сфер господарської діяльності, поводження з відходами, використання водних ресурсів, охорони довкілля [221]. Отже, незважаючи на необхідність внесення незначних змін до законодавства про доступ до екологічної інформації, горизонтальний сектор екологічної політики можна вважати впровадженим на законодавчому рівні повністю.

Активно удосконалюється інституціональний базис у водному секторі. Після прийняття змін до Водного кодексу України стосовно класифікації користувачів водних ресурсів та спрощення дозвільних процедур для них [222] прийнято всі необхідні підзаконні акти та розпочато підготовку «Планів управління річковими басейнами», які будуть розроблені з метою досягнення екологічних цілей, визначених для кожного району річкового басейну.

В організаційній компоненті інституціонального базису запропоновано «Концепцію реформування Держводагентства» відповідно до принципу інтегрованого управління водними ресурсами та принципів належного урядування OECD, яка дає змогу з використанням кращих світових практик впровадити європейську модель управління водними ресурсами. Нова система управління водними ресурсами передбачає ефективне державне інтегроване управління водними ресурсами за басейновим принципом; ефективні економічні механізми стимулювання раціонального водокористування; забезпечить розвиток меліорації; створить та забезпечить ефективне функціонування автоматизованих інформаційно-вимірювальних систем з прогнозування паводків і управління водними ресурсами в межах районів річкових басейнів тощо [223].

З 1 січня 2020 р. запроваджена нова європейська система моніторингу водних ресурсів (відповідно до Водної рамкової директиви Європейського Союзу), метою якої є визначення екологічного, хімічного, кількісного станів кожного окремого масиву вод для управління річковими басейнами. При цьому ця система передбачає лише функцію моніторингу, без контролю як було раніше. Інструментами оцінювання даних є: п'ять класів екологічного стану масивів поверхневих вод, два класи хімічного стану масивів підземних вод [224].

В управлінні відходами розроблено та схвалено урядом «Національну стратегію поводження з відходами», яка запроваджує в Україні європейські принципи поводження з усіма видами відходів: твердими побутовими, промисловими, будівельними, небезпечними, відходами сільського господарства тощо. Стратегія передбачає запровадження принципів циклічної економіки та розширену відповідальність виробника, що заохотить бізнес до мінімізації утворення відходів та зацікавленості в їх переробці, а також впровадження п'ятиступеневої ієрархії поводження з відходами, яка працює в Європейському Союзі. Документом також передбачено зменшення кількості місць видалення твердих побутових відходів та загального обсягу їх захоронення. Заплановано створення мережі з 50-ти регіональних полігонів, які відповідатимуть вимогам європейських директив [225]. Ведеться активна робота з Верховною Радою України над рамковим законом про відходи.

У глобальному вимірі дуже важливою залишається проблема зміни клімату та захисту озонового шару. У липні 2016 р. ратифіковано Паризьку угоду, схвалено Концепцію реалізації державної політики у сфері зміни клімату на період до 2030 року, прийнятий План заходів з реалізації Концепції.

На цей час розроблено Стратегію низьковуглецевого розвитку України до 2050 року [226], проект Закону України «Про системи моніторингу, верифікації та звітності щодо викидів парникових газів» (відповідно до Директиви 2003/87/ЄС про встановлення схеми торгівлі викидами парникових газів у рамках Співтовариства). З метою захисту озонового шару презентовано проект Закону України «Про озоноруйнуючі речовини та фторовані парникові гази», стосовно щодо атмосферного повітря розробляється нова система моніторингу.

У напрямі промислового забруднення та техногенних загроз Міністерство енергетики та захисту довкілля розробило проект Концепції про реформування системи природоохоронних дозволів та технічну редакцію проекту Закону України «Про систему природоохоронних дозволів», остаточні пропозиції якого залежать від стану реалізації низки інших системних реформ, зокрема реформи державного управління, дерегуляції та децентралізації. Зазначене вказує на тісний зв'язок екологічних аспектів з проблемами забезпеченням безпеки споживання: з одного боку, екологія безпосередньо впливає на безпеку споживання, а з іншого – раціональність та розміркованість споживання чинить відповідний вплив на навколишнє природне середовище.

Комерційне застосування генетичних модифікацій викликає великі суперечки в усьому світі. Існують сподівання на те, що генетично модифіковані організми (ГМО) можуть вплинути на забезпечення безпеки харчових продуктів. Проте наукове середовище поки ще не надало чіткої відповіді на питання про загрозу ГМО для людського організму і довкілля. Саме тому законодавці і політики опинилися в складному становищі, оскільки їм доводиться займатися вирішенням проблем, і Україна не є винятком. На цей час розроблено нову редакцію Закону України «Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів», який ураховує вимоги щодо вивільнення в навколишнє середовище та транскордонне переміщення генетично модифікованих організмів та сприятиме впровадженню в законодавство України вимог Директиви № 2001/18/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 12.03.2001 про вивільнення у навколишнє середовище генетично модифікованих організмів та Регламенту Європейського Парламенту та Ради № 1946/2003 від 15.07.2003 про транскордонне переміщення генетично модифікованих організмів.

Виходячи із важливості екологічних проблем у забезпеченні високих стандартів якості життя людей та вирішальної ролі в сталому розвитку країн, зрозуміло, що екологічна політика стає ключовим інструментом внутрішньої інтеграції ЄС, а розглянуті інструменти (див. рис. 2.18) забезпечують створення чітких прозорих умов взаємодії влади, бізнесу та людини в єдиній збалансованій і гармонізованій мегасистемі. Значні позитивні зміни в екологічному векторі модернізації інституціонального базису соціально-економічної системи України мають бути підкріплені усвідомленням бізнесу необхідності імплементації ключових аспектів екологічної політики ЄС та впровадження принципів сталого виробництва. До того ж, ураховуючи істотну екологічну диверсифікацію та особливості соціально-економічного розвитку регіонів України, В. Химинець вважає за потрібне розробити регіональну еколого-економічну політику. Для ефективного вирішення екологічних проблем, на думку автора, необхідно: ефективніше використовувати економічні інструменти поліпшення стану та охорони довкілля на всіх ієрархічних рівнях; реформувати інституціональний базис охорони навколишнього середовища й управління природними ресурсами; впроваджувати політику запобігання забрудненню та оздоровлення довкілля у масштабі як держави, так і окремих регіонів; розробляти

і реалізовувати відповідні національні, регіональні, місцеві і секторальні плани [227, с. 204–205].

Посилення конкуренції на ринках товарів і послуг призводить до використання виробниками широкого спектру методів боротьби за споживача, які можуть вводити його в оману та не завжди відповідають нормам законодавства. Саме тому захист прав споживачів є домінуючою підсистемою забезпечення безпеки споживання в системі економічної безпеки держави (див. рис. 2.18). В економічно розвинених країнах цей напрям є одним із пріоритетів соціальної політики, а його інституціональний базис формувався протягом століть. Багаторічний досвід довів ефективність моделі системи захисту прав споживачів, за якої саме органи державної влади займаються законотворчою діяльністю, спираючись на думку асоціацій підприємств, громадських організацій, і здійснюють контроль за дотриманням вимог законодавства. Проте в багатьох країнах, де сформовані історичні передумови домінування місцевого самоврядування та ментальності населення, захист прав споживачів належить до компетенції органів місцевого самоврядування [212, с. 17].

Основою європейської системи захисту прав споживачів є споживча політика Європейського Союзу як індикатор стану і розвитку європейського економічного, політичного й суспільного простору. Європейська Комісія реалізує прийняту нею «Стратегію споживчої політики ЄС», в основу якої закладено зміщення акценту з можливостей виробників на потреби споживачів [5, с. 56]. Стратегією визначено такі пріоритети в діяльності Європейської Комісії та урядів країн ЄС:

- розбудова системи моніторингу споживчих ринків та національних споживчих політик;
- дієве законодавство щодо порушення прав споживачів та вчасні відшкодування;
- освічений та поінформований споживач із зростаючим рівнем потреб;
- збільшення впливу споживачів на політику інших секторів;
- вдосконалення законодавчої бази.

Основним засобом регулювання захисту прав споживачів, як і в інших сферах, є директиви, які містять мінімальні стандарти захисту. Регулювання споживчого сектору в країнах ЄС можна поділити на дві загальні категорії: горизонтальні та галузеві директиви [228]. До перших належать директиви: про загальну безпеку продукції 2001/95/ЄС; про

оманливу рекламу 97/55/ЕС з доповненнями, внесеними директивою про порівняльну рекламу 84/450/ЕЕС; про індикативні ціни 1998/6/ЕС; про недобросовісні умови споживчих контрактів 93/13/ЕЕС; про продаж споживчих товарів і асоційованих гарантій 99/44/ЕС.

Галузевими директивами є: про харчову продукцію 2000/13/ЕС; про косметичні засоби 76/768/ЕЕС; про найменування текстильної продукції 96/74/ЕС; про медичну продукцію для застосування людьми 2001/83/ЕС; про комплексні тури 90/314/ЕЕС; про захист прав споживачів під час укладення договорів поза бізнес-приміщеннями 85/577/ЕЕС; про споживче кредитування 87/102/ЕЕС; про контракти за умов дистанційної торгівлі 97/7/ЕС; про вимірювальні прилади 2004/22/ЕС; про набуття права використання нерухомого майна протягом певного часу 94/47/ЕС.

Рада ЄС та Парламент ЄС ухвалюють Споживчі програми, які спрямовані на забезпечення [229, с. 43]:

- високого рівня захисту прав споживачів через удосконалення механізму передачі інформації, поліпшення консультування та кращого представництва інтересів споживача;

- ефективного застосування правил захисту прав споживачів, особливо через розвиток співробітництва між органами влади та організаціями, що відповідають за виконання законодавства про захист прав споживачів, інформування, освіти, вирішення спорів тощо.

Директива 2001/95/ЕС про загальну безпеку продукції передбачає функціонування в ЄС інформаційної системи RAPEX попередження про товари, які становлять небезпеку для споживачів [230].

Вторинні нормативні акти ЄС у сфері захисту прав споживачів охоплюють:

- уніфіковані вимоги до виробників продукції та надавачів послуг;
- вимоги щодо реалізації прав споживача на етапі придбання продукції, отримання послуг;

- положення, які передбачають захист прав споживача у разі їх порушення;

- заходи у разі виявлення небезпеки, негативного впливу на навколишнє середовище, безпеку людей.

В організаційно-інституціональній компоненті базису істотну роль відіграє інститут споживчої експертизи, що передбачає можливість перевірки товарів, продукції, послуг. Широко застосовуються практика консультування споживачів, позасудові інститути і механізми вирішення спорів (European Extra Juridical Network, «ICPEN-Європа»,

Європейська асоціація координації споживчого представництва у процесах стандартизації, Європейська мережа споживчих центрів) [229].

Важливе місце в системі захисту прав споживачів в ЄС відводиться організаціям громадянського суспільства, які є неурядовими і, отже, незалежними в діяльності. Уряди багатьох європейських країн підтримують таку громадську активність і делегують їй частину важливих для держави функцій. Європейські підходи до стимулювання громадянської діяльності споживачів та врахування позицій провідних незалежних споживчих організацій постійно знаходяться в центрі уваги Європейської комісії та урядів країн Євросоюзу.

Таким чином, ЄС прагне до створення загальноєвропейських стандартів у сфері споживання, які визначають певний рівень економічного та соціального розвитку ЄС і є взірцем для нових членів Євросоюзу, а також для країн-кандидатів у майбутньому. Проте, крім загальноєвропейської політики захисту прав споживачів, кожна країна має свої унікальні механізми і досвід.

В Україні інституціональний базис захисту прав споживачів, крім Закону України «Про захист прав споживачів», охоплює понад 30 законодавчих та підзаконних нормативних актів. Насамперед, права споживачів захищає Конституція України, стаття 42 якої проголошує: «Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів» [231]. Також у Конституції закріплено норми, які прямо або опосередковано стосуються питань захисту прав й інтересів споживачів: у частині I статті 50 – право громадян на вільний доступ до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів та предметів побуту; у статті 22 – конституційні права і свободи гарантуються і не можуть бути скасовані, не допускається звуження змісту та обсягу чинних прав, що безпосередньо стосуються захисту прав споживачів.

Особливого значення в законодавстві України набувають норми Цивільного, Цивільно-процесуального, Кримінального, Кримінально-процесуального, Арбітражного процесуального кодексів, а також Кодексу України про адміністративні правопорушення. Так, норми Цивільного кодексу встановлюють правила укладання договорів купівлі-продажу, підяду, зберігання та інших угод, юридичну відповідальність за неналежне їх виконання чи невиконання [232]. Дотримання

громадянами цих правил має стати надійною правовою гарантією захисту їх порушених прав як споживачів.

Стаття 227 Кримінального кодексу передбачає, що випуск на товарний ринок або інша реалізація споживачам недоброякісної, тобто такої, що не відповідає встановленим стандартам, нормам, правилам і технічним умовам, або некомплектної продукції і товарів, здійснені відповідальними за це особами, вчинені протягом року після накладання адміністративного стягнення за такі ж порушення, караються штрафом від трьох до п'ятисот мінімальних розмірів заробітної плати [233].

Закон України «Про захист прав споживачів» регулює відносини між споживачами товарів (крім харчових продуктів), робіт і послуг та виробниками й продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг. Законом встановлено, що «...держава забезпечує споживачам захист їх прав, надає можливість вільного вибору продукції, здобуття знань і кваліфікації, необхідних для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання продукції відповідно до їх потреб, і гарантує придбання або одержання продукції іншими законними способами в обсязі, що забезпечує рівень споживання, достатній для підтримання здоров'я і життєдіяльності» [234].

Права споживачів захищають центральний орган виконавчої влади, який формує та забезпечує реалізацію державної політики у сфері захисту прав споживачів, центральний орган виконавчої влади, який реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, місцеві державні адміністрації, інші органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування згідно із законом, а також суди.

Підписання Угоди про асоціацію потребувало удосконалення механізмів і форм захисту прав споживачів. На жаль, поки що наближення законодавства України до вимог ЄС із захисту прав споживачів відбулося не в повному обсязі. Частково у 2017 р. приведений у відповідність до права ЄС Закон «Про захист прав споживачів», який ураховує окремі норми ЄС щодо забезпечення захисту прав споживачів, проте потребує подальшого удосконалення з урахуванням досвіду провідних країн. Було досягнуто прогресу в адаптації директиви стосовно товарів, які становлять загрозу для здоров'я та безпеки споживачів; директиви, що стосується захисту прав споживачів під час встановлення цін на товари, що пропонуються споживачам, а також прийняття закону України «Про інформацію для споживачів харчових продуктів».

Важливими в контексті предмета дослідження – захисту прав споживачів є законодавчі норми, які стосуються споживчого кредитування та електронної комерції. Також прогресивними законодавчими змінами у цій сфері є запропоновані законопроекти, що вносять зміни до законодавства у сфері захисту прав споживачів (№ 5548), щодо удосконалення захисту прав споживачів фінансових послуг (№ 2456), а також внесення змін до закону про туризм (№ 7300).

Аналізуючи різні моделі захисту прав споживачів провідних країн світу, слід зазначити, що вони базуються на певному співвідношенні державного втручання та активній позиції асоціацій підприємств і громадськості за наявності відповідної нормативно-правової бази та інфраструктури. Імплементация європейської практики, принципів побудови, директив та установ в українське середовище не зможе забезпечити гідного захисту споживачів через ментальні, організаційні та ресурсні особливості нашої країни. Захист прав споживачів у контексті забезпечення безпеки споживання має базуватися на власній моделі, адаптованій відповідно до кращих світових практик.

Однією з вирішальних складових економічної, продовольчої безпеки та безпеки споживання є безпека харчової продукції (див. рис. 2.18), яка визначає спроможність органів державного управління ефективно контролювати виробництво і ввезення безпечного та якісного продовольства.

Згідно з європейською моделлю ключовим документом, який регламентує безпечність харчових продуктів та встановлює норми продовольчого права, є Регламент № 178 від 2002 р., за інституціональним аналізом якого можна зробити такі висновки: законодавство ЄС у сфері безпеки продуктів харчування має горизонтальну структуру; норми продовольчого права спрямовані на ефективний захист споживачів, включаючи застосування чесних практик торгівлі харчовими продуктами, і забезпечують рівні права та свободу переміщення харчових продуктів у межах ЄС; основна відповідальність за дотримання правил безпеки покладається на операторів ринку, тоді як держава виконує дорадчі, наглядові й регуляторні функції; контроль за безпекою продуктів харчування за принципом «від лану до столу» охоплює всі етапи виробництва, перероблення й реалізації харчових продуктів; контроль за безпекою харчових продуктів базується на оцінюванні ризиків; у країнах ЄС продукти харчування не потребують сертифікації [235, с. 62].

Система державного регулювання безпечності харчових продуктів в ЄС побудована таким чином, щоб уникнути зайвого навантаження на бізнес. Вимоги висувають такі, які потрібні для гарантування безпечності. У цих умовах, як зазначають Т. Чурилова та А. Малус, контролюючий суб'єкт сприймається як наставник, головною метою якого є навчити виробника, а не покарати [236, с. 176].

Загальні правила офіційного контролю у ЄС закріплені Регламентом №854/2004 про особливі правила організації офіційного контролю за продуктами тваринного походження [237] та Регламентом № 882/2004 про особливі правила перевірки дотримання законодавства про харчові продукти та корми для тварин, охорону здоров'я та благополуччя тварин [238]. Відповідно до них офіційний контроль має проводитися регулярно, без попереднього повідомлення, винятково компетентним органом, базуватися на аналізі ризиків, охоплювати всі етапи виробництва та обігу харчових продуктів і кормів, які експортуються з ЄС, вводяться в обіг на його території та імпортуються в ЄС із третіх країн [238].

Якість продуктів харчування регулюють самі виробники за допомогою стандартів управління якістю. Для цього Міжнародною організацією стандартизації (ISO) розроблено близько 1000 стандартів, спеціально призначених для харчових продуктів, їх маркування та пакування [235, с. 62]

У контексті Угоди про асоціацію в напрямі безпечності харчових продуктів в Україні ведеться активна робота із забезпечення належного рівня захисту споживачів. Угода дає змогу українським виробникам не лише вийти на ринок ЄС, а й зробити безпечнішими продукти харчування для національного споживача. На цей час ухвалена стратегія імплементації глави 4 Угоди, що передбачає впровадження понад 250 актів ЄС. Прийняті рамкові закони України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», «Про державний контроль, що здійснюється з метою перевірки відповідності законодавству про харчові продукти та корми, здоров'я та благополуччя тварин», «Про побічні продукти тваринного походження, не призначені для споживання людиною» та зміни до Закону України «Про насіння і садовий матеріал».

Закон України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» передбачає запровадження європейської системи забезпечення безпеки харчових продуктів, побудованої на

принципі «від лану до столу». Відповідно до цього закону держава лише визначає параметри безпечності продукції та здійснює контроль за їх дотриманням. Контрольні функції покладені на єдиний державний орган, сфера відповідальності якого охоплює весь харчовий ланцюг, включаючи здоров'я та благополуччя тварин, завдання ветеринарної медицини, ідентифікації й реєстрації тварин, безпечності харчових продуктів і кормів, здоров'я та захисту рослин, а також побічних продуктів тваринного походження. Важливим є покладення відповідальності за безпечність на операторів ринку. Розробленням стандартів займаються асоціації товаровиробників і споживачів, екологічні громадські організації. Закріплений обов'язок поетапного впровадження постійно діючих процедур на основі принципів системи аналізу небезпечних факторів та системи НАССР, яка в Україні з вересня 2019 р. є обов'язковою для всіх харчових підприємств. Сертифікація харчових продуктів є необов'язковою, під час виробництва харчових продуктів оператор ринку може користуватися технічними умовами, державна реєстрація яких є необов'язковою. Змінюються загальні вимоги до гігієни під час поводження з харчовими продуктами, які замінюють значну кількість санітарно-ветеринарних правил.

З погляду на правове регулювання безпечності продуктів харчування, звернемо увагу на Закон України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин» у частині забезпечення проведення державного моніторингу безпечності харчових продуктів [239]. Він передбачає збирання, системний аналіз та оцінювання [240]:

- інформації щодо безпечності харчових продуктів і кормів, здоров'я та благополуччя тварин, зокрема щодо виявлення в харчових продуктах і кормах залишків ветеринарних препаратів, пестицидів та забруднюючих речовин, а також формування відповідних баз даних;
- звернення фізичних та юридичних осіб щодо порушень законодавства про харчові продукти та корми, здоров'я та благополуччя тварин, а також іншої необхідної інформації.

Зараз спостерігається значний прогрес у виконанні Угоди про асоціацію в частині імплементації нормативно-правової бази з безпечності харчових продуктів. Створення такого потужного інституціонального підґрунтя для безпеки споживання дасть змогу забезпечити захист інтересів споживачів, надання їм належної інформації про хар-

чові продукти, підвищити загальну безпечність харчових продуктів і кормів, захист життя і здоров'я людей, тварин і рослин. Проте існують певні загрози, пов'язані з недосконалістю організаційної структури Держпродспоживслужби в контексті реформи децентралізації в частині забезпечення державного нагляду за безпечністю та окремими показниками якості харчових продуктів, а також нерозумінням підприємствами європейської моделі регулювання ринку.

Поряд із формуванням інституціонального базису безпечності харчових продуктів, істотно модернізується система технічного регулювання товарів нехарчової групи (див. рис. 2.18). У межах Світової організації торгівлі (СОТ) Угодою про технічні бар'єри в торгівлі [241] та Угодою про санітарні та фітосанітарні заходи [242] застосування стандартів є добровільним, обов'язковими є встановлені в національних законодавчих і нормативно-правових актах вимоги до безпеки продукції та послуг для здоров'я і життя громадян, майна, рослин, тварин, навколишнього середовища, національної безпеки та боротьби з оманною практикою.

Головним завданням системи технічного регулювання є забезпечення розміщення на ринку продукції, безпечної для споживачів, користувачів та навколишнього середовища, та запровадження економічної політики, спрямованої на стимулювання інновацій, підвищення конкуренції, скорочення виробничих витрат (національний рівень) та сприяння розвитку торгівлі шляхом усунення технічних бар'єрів (міжнародний рівень) [243, с. 7].

Концептуальною відмінністю європейської системи технічного регулювання є пріоритетність і першочерговість безпечності продукції і послуг, їх споживання та користування для людини, навколишнього середовища, тварин, а також належне інформування про властивості товарів. Система побудована завдяки технічній гармонізації законодавства та взаємному його визнанню. Гармонізація стандартів є позитивним чинником розвитку економіки, оскільки досвід розвинених країн підтверджує, що кожна одиниця національної валюти, вкладена в стандарти, надалі дає змогу отримати від 20 до 40 одиниць прибутку. Країни оптимізують рівень використання міжнародних стандартів у загальному числі національних для захисту внутрішнього ринку, підтримки національного виробника, забезпечення економічної безпеки країни. Так, у країнах-членах ЄС рівень гармонізованих стандартів досягає 60–80% [244, с. 59–60].

Технічне регулювання при новому підході акцентує увагу на вимогах до продукції з метою забезпечення високого рівня захисту населення, а технічне розв'язання цих завдань – це безпосередньо відповідальність виробника. Якщо у старій системі сертифікації та стандартизації контроль безпечності продукції відбувався через документи – сертифікати, то в новій європейській системі технічного регулювання – методами ринкового нагляду, тобто шляхом контролю за готовою продукцією, а не за процесами її виробництва. Отже, система технічного регулювання ЄС забезпечує вільний обіг товарів та обмежує адміністративне втручання в господарську діяльність підприємств.

Таким чином, безпека споживання є складною, нечіткою та інституціонально невизначеною категорією, яка охоплює сукупність інститутів чотирьох сфер (створення екологічно безпечних умов життя населення, захист прав споживачів, технічне регулювання харчових і нехарчових товарів), кожна з яких характеризується своїм власним інституціональним базисом, що модернізується в процесі євроінтеграції.

Істотні позитивні законодавчі зміни в екологічному векторі безпеки споживання в Україні повинні підкріплюватися усвідомленням з боку бізнесу необхідності імплементації ключових аспектів екологічної політики ЄС та впровадження принципів сталого виробництва.

Імплементація європейської практики захисту прав споживачів, принципів побудови, директив та установ в соціально-економічне середовище України не зможе забезпечити гідного захисту споживачів через ментальні, організаційні та ресурсні особливості нашої країни. Саме тому захист прав споживачів у контексті забезпечення безпеки споживання має базуватися на власній моделі, заснованій на певному співвідношенні державного втручання та активній позиції асоціацій підприємств і громадськості за наявності відповідної нормативно-правової бази та інфраструктури.

Значний прогрес щодо імплементації європейської нормативно-правової бази в частині безпечності харчових та нехарчових товарів сприятиме розміщенню на ринку продукції, безпечної для споживачів, користувачів та навколишнього середовища.

Відсутність взаємозв'язку між окремими складовими безпеки споживання в єдиній комплексній системі, неузгодженість інституцій і нормативно-правових актів обумовлює необхідність подальшої модернізації її інституціонального підґрунтя на основі гармонізації із Спільним доробком ЄС у процесі євроінтеграції. Для кращої реалізації

цього завдання необхідно розуміти особливості споживання у вітчизняних реаліях (зокрема говоримо про специфіку загроз і перешкод для забезпечення його безпеки), що вважаємо доцільним зробити в межах структурно-компонентного аналізу.

2.3. Структурно-компонентний аналіз безпеки споживання в Україні в глобальному вимірі

Обсяги споживання, його структура та динаміка, доступність і якість освітніх, медичних, культурних та інших соціальних послуг визначають рівень соціально-економічного розвитку країни та її населення. Аналіз структури споживання дає можливість оцінити матеріальний добробут, який з поліпшенням умов праці та житлово-побутових умов сприяє зростанню працездатності й культурного рівня людей, і виявити структуру та ієрархію потреб, які обумовлюють споживання, виходячи з конкретних економічних обставин. Встановлення обмежень у задоволенні потреб споживача щодо вибору предмета споживання значно посилює ризики погіршення безпеки споживання.

У більшості розвинених країн рівень життя населення визначається вартістю споживчого кошика, на основі якого розраховується прожитковий мінімум та розмір соціальних виплат для громадян. До прожиткового мінімуму (додаток Е, табл. Е1) входять вартість продуктового кошика, тобто продукти харчування, необхідні, щоб людина була ситою і здоровою. Тривалий час заморожений в Україні розмір прожиткового мінімуму (разом з розміром усіх прив'язаних до нього соціальних виплат) негативно позначився на добробуті домогосподарств і призвів до збільшення нерівності доходів. Як зазначає О. Коломієць, в особливо вразливому становищі опинилися домогосподарства зі значною часткою доходів від соціальних трансфертів, для яких невідповідність прожиткового мінімуму вартості споживчого кошика становила лише частину проблеми забезпечення, інша частина виникла або через відв'язування соціальних виплат від прожиткового мінімуму, або через розрахунок окремих соціальних виплат на основі показника «гарантований мінімум» [245, с. 2].

Спостереження за динамікою рівня життя в Україні проводиться на основі фактичного прожиткового мінімуму, який є значно вищим за встановлений прожитковий мінімум, оскільки для обрахунку використовують осучаснений споживчий набір на відміну від споживчого кошика – основи для обрахунку прожиткового мінімуму, де не врахо-

вується низка життєво необхідних витрат на придбання або оренду житла, освіти, оздоровлення, утримання дітей у дошкільних навчальних закладах, платні медичні послуги тощо [246, с. 5].

Прожитковий мінімум у країнах ЄС, який визначається на основі споживчого кошику, не обраховується нормативно. Норми споживання замінюються середньою заробітною платою. Прожитковий рівень становить майже 60% від розміру середньої заробітної плати. На основі цього розраховується межа бідності в країні та, відповідно, кількість тих, хто має право на соціальну допомогу від держави. Водночас нормальний рівень життя має властивість змінюватися, що відображається і в споживчому наборі товарів (послуг) [247].

До того ж споживчий кошик як орієнтовний асортимент (набір) товарів (послуг), який необхідний для збереження здоров'я людини та забезпечення її життєдіяльності [248], має цінові (вартісні) та національні особливості в кожній країні. У розвинених країнах склад споживчого кошика визначається за статистичними даними та результатами опитування населення. При цьому продукти харчування становлять лише 30% його загальної вартості. У Швейцарії, Данії та Нідерландах витрати на продукти харчування не перевищують 20%, у Франції – до 30%. Раціональний споживчий бюджет має таку структуру: продукти харчування – до 30%, непродовольчі товари – 47% (з них тканини, одяг, взуття – 20%; меблі, предмети культури і побуту – 18%; інші товари – 9%), усі послуги – 23% [249; 250].

У Німеччині Федеральне статистичне відомство раз на п'ять років оновлює вміст споживчого кошика на основі опитування різних верств населення; тобто, споживчий кошик формують самі споживачі залежно від набору товарів і послуг, які вони купують та використовують. Споживчий кошик включає: продукти харчування, меблі (2–12 років), тютюн, алкоголь, місячну оплату послуг дитячого садка, вартість амбулаторного догляду за хворими, доставку їжі, відвідування кафе. У Великій Британії до нього включені також виплата заробітної плати домашньому персоналу, вартість послуг для догляду за дитиною, послуги ортодонта, оренда автомобіля, поїздки на таксі, їжа для домашніх тварин. У Франції додаються ще рідке мило, послуги перукаря та засоби для волосся. У США під час розрахунку споживчого кошика враховують не мінімальну, а ринкову вартість продуктів, послуг і товарів. Весь набір продуктів визначається за бюджетом Геллера, розрахунки робляться на основі доходу середньостатистичної сім'ї (батьки та двоє дітей) і вклю-

чають вартість освітніх, медичних, комунальних послуг, оплату Інтернету, мобільного зв'язку, витрати на тютюнові та алкогольні вироби [247].

В Україні склад споживчого кошика регулюється Постановою Кабінету Міністрів України від 11.10.2016 р. № 780 та повинен переглядатися кожні п'ять років зі зміною цін, економічної ситуації та вподобань споживачів [251]. Фактична структура споживання населення України далека від раціональної, тому на цей час у споживчому кошику продукти харчування становлять майже 58%, послуги – 31%, непродовольчі товари – 10% [252]. Компаративний аналіз структури споживчого кошика України та розвинених країн виявляє розбіжності у статтях: освіта, послуги зв'язку, придбання побутових приладів, комп'ютерної та іншої техніки (табл. 2.2), тобто в товарах і послугах, які сприяють розвитку особистості, що обмежує формування споживачами усвідомленого вибору. У нашій країні акцент робиться на задоволенні потреб у їжі і мінімальному забезпеченні життєздатності, абсолютно не враховано потреби в освіті, культурному та духовному розвитку, відпочинку та дозвіллі.

Таблиця 2.2

Компаративний аналіз структури споживчого кошика окремих країн

Країна	Кількість найменувань	Продукти харчування	Одяг	Меблі, товари побутового призначення	Алкоголь	Тютюнові вироби	Освіта	ПК, ноутбуки, інші прилади	Послуги закладів культури	Послуги перукарні
США	350	Так	Так	Так	Так	Так	Так	Так	Так	Так
Велика Британія	350	Так	Так	Так	Ні	Ні	Так	Так	Так	Ні
Франція	507	Так	Так	Так	Ні	Ні	Ні	Так	Так	Так
Грузія	288	Так	Так	Так	Так	Ні	Ні	Ні	Ні	Ні
Білорусь	290	Так	Так	Так	Ні	Ні	Ні	Ні	Ні	Ні
Україна	297	Так	Так	Так	Ні	Ні	Ні	Ні	Так	Ні

Складено за [253].

Споживчий кошик в Україні є більш фізіологічний, ніж соціальний, оскільки найбільшу частку в сукупних витратах населення становлять витрати на продукти харчування, а духовні потреби залишаються незадоволеними. Цим обумовлені серйозні загрози для безпеки роз-

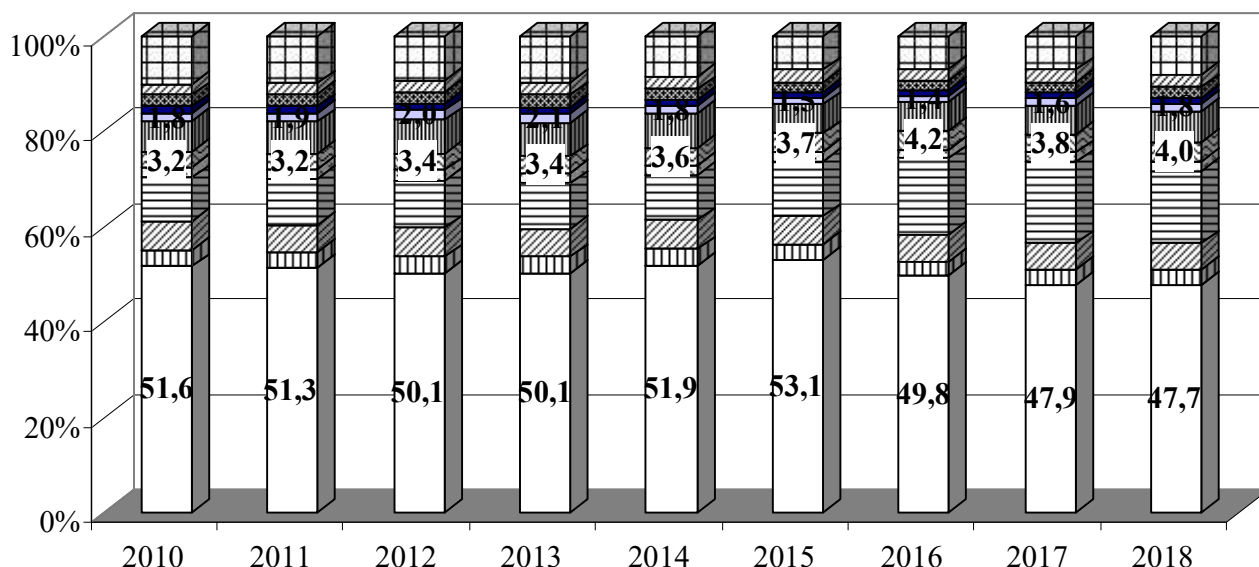
витку держави, виховання здорових, раціонально мислячих, ресурсо- та екологічно ощадливих громадян, які усвідомлено вибирають товари і послуги в процесі споживання не лише під впливом інструментів деструктивного маркетингу (введення в оману, нав'язування), а й на засадах турботи про себе, своїх нащадків і довкілля.

Структуру споживання населення України не можна вважати раціональною, що пов'язано з обмеженістю ресурсів та небажанням збільшувати видатки, законодавчо закріплені за споживчим кошиком. Проте для розвитку України на засадах безпечного і раціонального споживання необхідно підвищити соціальні стандарти, збереження здоров'я населення, що потребує перегляду нормативів структури споживчого кошика з урахуванням реальних цін на товари та послуги. Для вдосконалення методики встановлення розміру споживчого кошика необхідно враховувати: відповідність його складу та розміру сучасним умовам життя населення; розширення складу та поліпшення якості мінімального споживчого кошика; забезпечення належного співвідношення витрат на продовольчі й непродовольчі товари та послуги.

В Україні рівень споживання домашніми господарствами матеріальних благ і послуг досить низький, що істотно посилює ризики погіршення безпеки споживання. Споживчі витрати протягом останніх 20 років становили близько 90% сукупних витрат домогосподарств (додаток Ж, табл. Ж1). Переважну їх частину складають товари першої необхідності – харчування та соціально-побутові послуги (рис. 2.20–2.22).

У 2017 р. у домогосподарствах великих міст 51,5% грошових витрат припадало на суто продовольчі товари, 23,5% – на непродовольчі, 20,2% – на послуги і лише 4,8% – на неспоживчі витрати (рис. 2.20). У 2018 р. структура дещо змінилась у бік зменшення продовольчих витрат (до 49,6%) та збільшення непродовольчих (до 23,9%) (див. рис. 2.20).

Подібна структура властива і домогосподарствам малих міст: 51,4% у 2017 р., 51,4% у 2018 р. – продовольчі товари; 26,6% у 2017 р., 26,7% у 2018 р. – непродовольчі товари; 13,7% у 2017 р., 13,6% у 2018 р. – послуги; неспоживчі грошові витрати – лише 8,4% у 2017 р. та 8,3% у 2018 р.



- неспоживчі сукупні витрати
- ▨ різні товари і послуги
- ▩ ресторани та готелі
- освіта
- відпочинок і культура
- ▨ транспорт, зв'язок
- ▩ охорона здоров'я
- ▨ предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла
- ▩ житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива
- ▨ одяг і взуття
- ▩ алкогольні напої, тютюнові вироби
- продукти харчування та безалкогольні напої

Рис. 2.20. Структура сукупних витрат домогосподарств України (2010–2018), %
Складено за [254].

У сільській місцевості завдяки вирощуванню продуктів харчування власними силами обсяги витрат на продовольчі товари менші порівняно з домогосподарствами міст (46,2% у 2017 р. та 45% у 2018 р.). Самостійне вирощування харчової продукції знижує ризики здоров'ю через обмежене використання генно-модифікованих організмів, пестицидів, гербіцидів та інших хімічних препаратів, які також негативно впливають на довкілля. Проте в сільських домогосподарствах збільшуються витрати на утримання житла, застосування предметів домашнього вжитку, тобто товари непродовольчої групи (28,5% у 2017 р. та 28,9% у 2018 р.) (див. рис. 2.20, 2.21). Необхідність використання особистих підсобних господарств, купівлі та ремонту нерухомості, будівництва житла та інших будівель в сільській місцевості збільшує неспоживчі грошові витрати (15,3% у 2017 р. та 15,5% у 2018 р.).

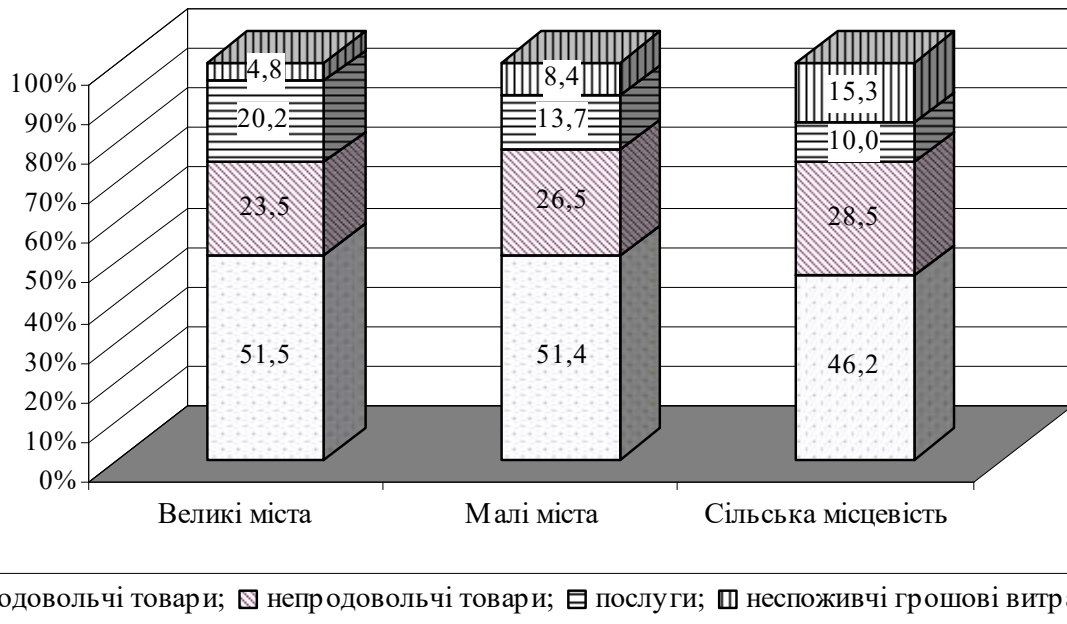


Рис. 2.21. Структура грошових витрат домогосподарств у містах та сільській місцевості у 2017 р.

Складено за [254].

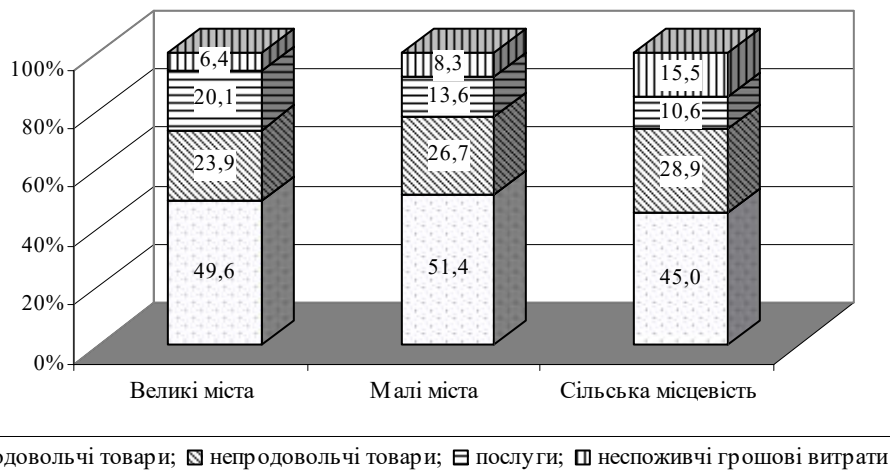


Рис. 2.22. Структура грошових витрат домогосподарств у містах та сільській місцевості у 2018 р.

Складено за [254].

У структурі грошових витрат міських та сільських домогосподарств на харчування переважають витрати на хліб і хлібопродукти, м'ясо і м'ясопродукти (рис. 2.23, 2.24). При цьому населення великих міст більше грошей витрачає на м'ясну продукцію (23,5% у 2017 р. та 24,4% у 2018 р.) та менше на хлібну (13,3% у 2017 р. та 12,8% у 2018 р.), а малих міст і сільської місцевості – більше на хлібопродукти (23,0% у 2017 р., 22,5% у 2018 р.), що пояснюється утриманням власної худоби в домогосподарствах сільської місцевості.

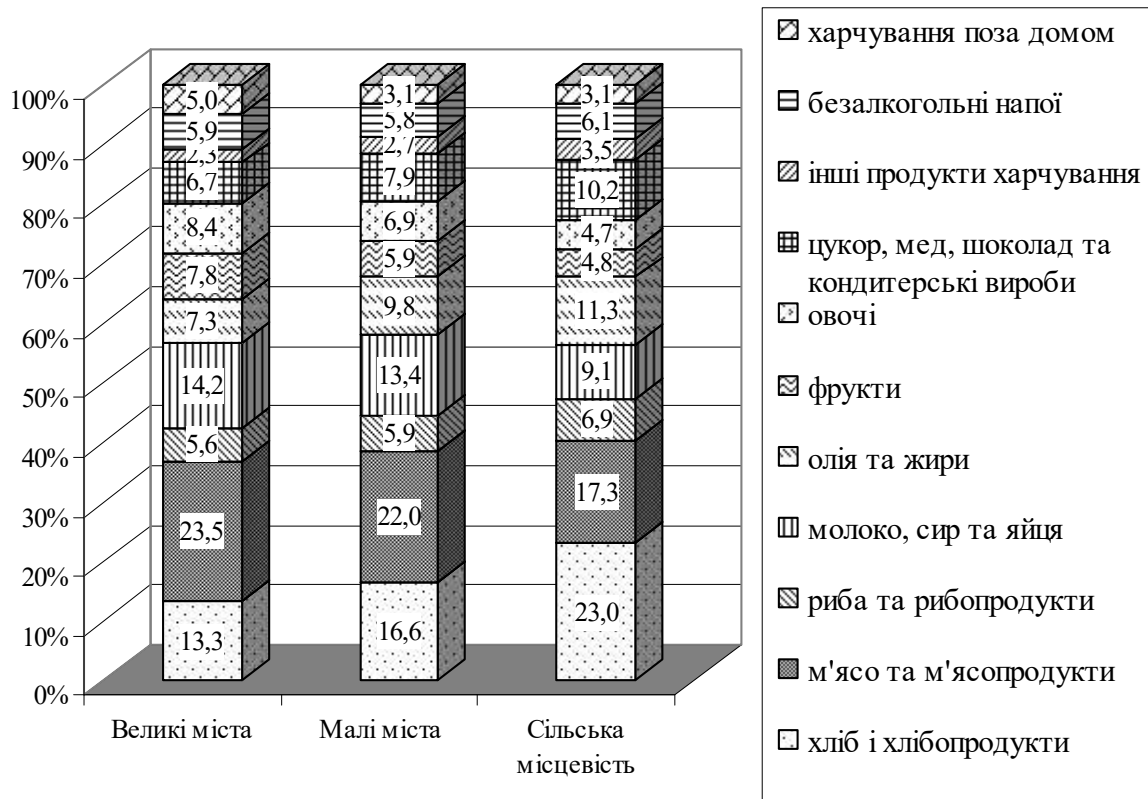


Рис. 2.23. Продуктова структура грошових витрат міських і сільських домогосподарств на харчування у 2017 р.

Складено за [254].

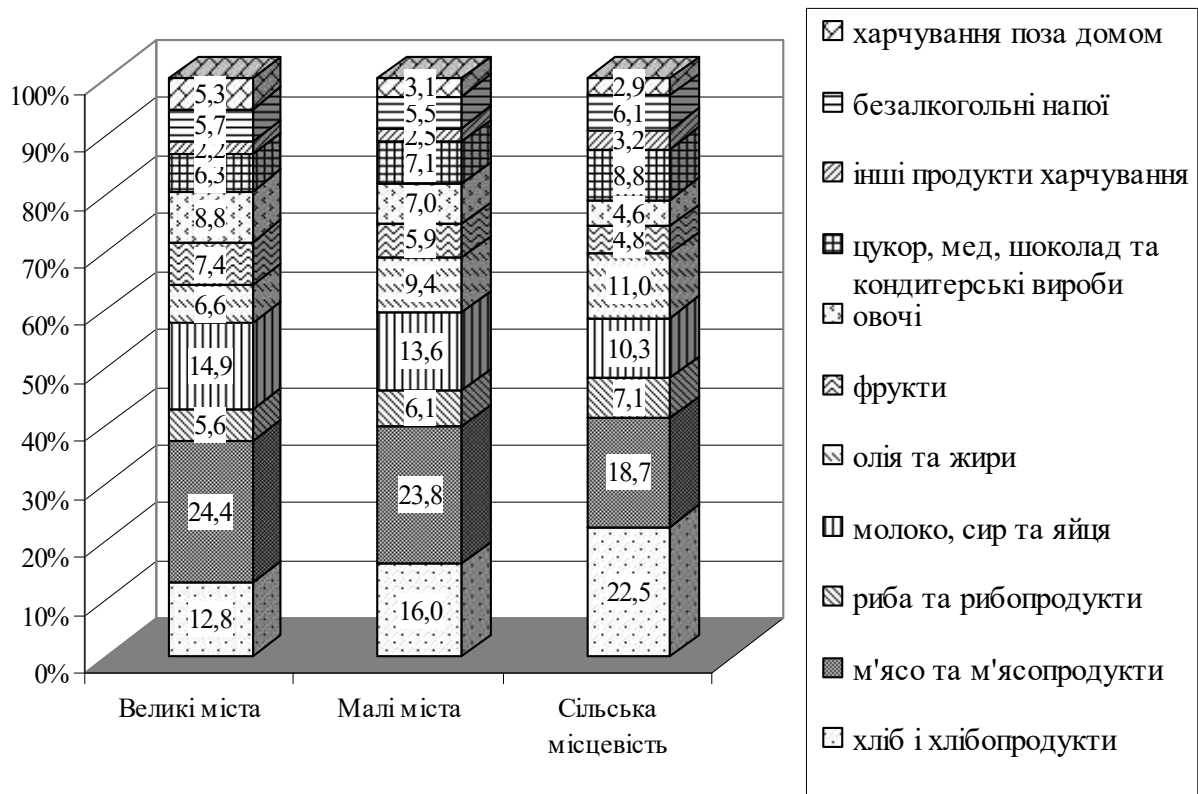


Рис. 2.24. Продуктова структура грошових витрат міських і сільських домогосподарств на харчування у 2018 р.

Складено за [254].

Така тенденція для міських домогосподарств створює певну загрозу споживання більш дешевої неякісної і шкідливої м'ясної продукції, вирощеної за скороченою технологією з підвищеним використанням преміксів, концентратів, кормових консистенцій тощо.

Інші складники витрат на харчування в міській і сільській місцевості знаходяться на однаковому рівні, за винятком витрат на харчування поза домом, частка яких у великих містах більша (5,0% у великих містах та 3,1% у сільській місцевості у 2017 р.; 5,3% та 3,1% відповідно у 2018 р. (див. рис. 2.23, 2.24) через значну завантаженість людей, пропозицію в ресторанах, кафе, інших закладах харчування. Це створює певні загрози для споживачів через недосконалість інституціонального базису регулювання діяльності закладів харчування, відсутність системи НАССР і перешкоджає забезпеченню безпеки споживання.

Аналіз структури грошових витрат домогосподарств залежно від доходів на одну особу відображає чітку залежність зменшення витрат на продовольчі товари із збільшенням розміру середніх еквівалентних грошових доходів на душу населення як для міських (з 61,1% у разі доходу менше 1920,0 грн до 42,8% у разі доходу більше 5160,00 грн (рис. 2.25)), так і для сільських (з 56,1% у разі доходу менше 1920,0 грн до 36,8% у разі доходу більше 5160,00 грн (рис. 2.26)) домогосподарств.

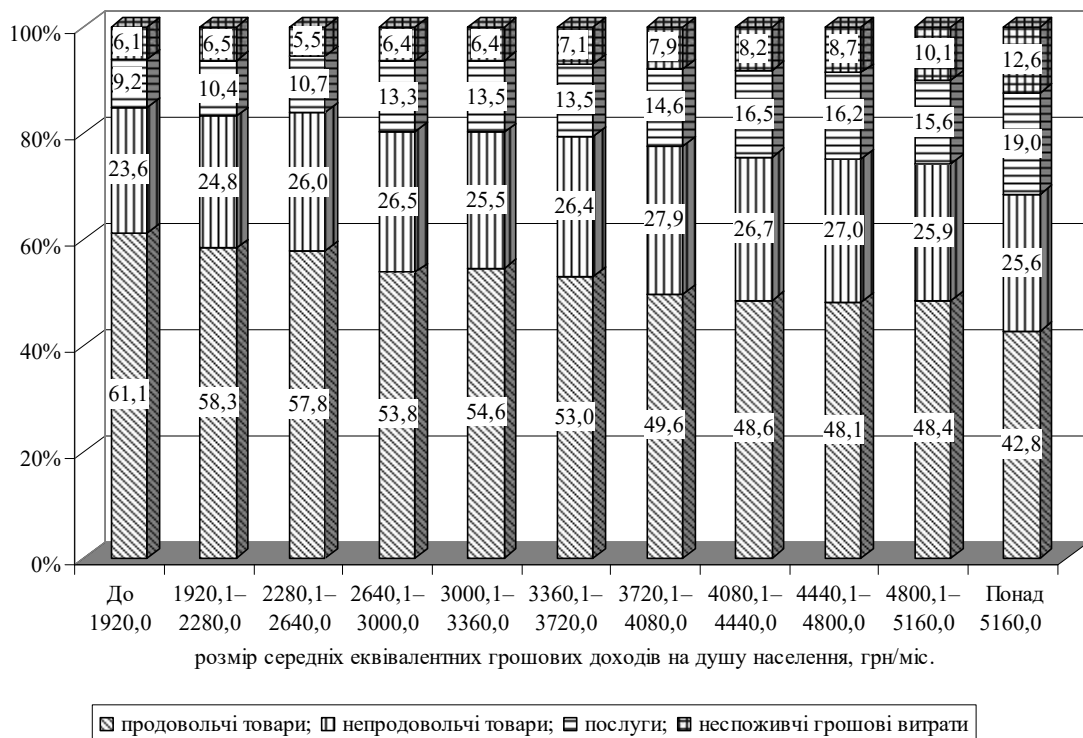


Рис. 2.25. Структура грошових витрат міських домогосподарств залежно від розміру середніх еквівалентних грошових доходів на душу населення у 2018 р.
Складено за [254].

Частка непродовольчих товарів для обох сегментів коливається в одному інтервалі (23,6–25,6% для міських і 26,4–29,1% для сільських), а витрати на послуги та неспоживчі грошові витрати збільшуються зі збільшенням середнього доходу на одну особу (див. рис. 2.25, 2.26). Зростання витрат на охорону здоров'я, освіту, культуру, обслуговування в якісних закладах харчування, з одного боку, зменшує загрози для забезпечення безпеки споживання, а з іншого – збільшує через маніпулювання свідомістю людей використання маркетингових підходів до підвищення значущості та вартості послуг. До того ж, зі зростанням доходу домогосподарства інвестують ресурси у нерухомість, купівлю акцій, сертифікатів, валюти, здійснюють вклади в банки, що позитивно впливає на створення гідних умов життя для населення в майбутньому.

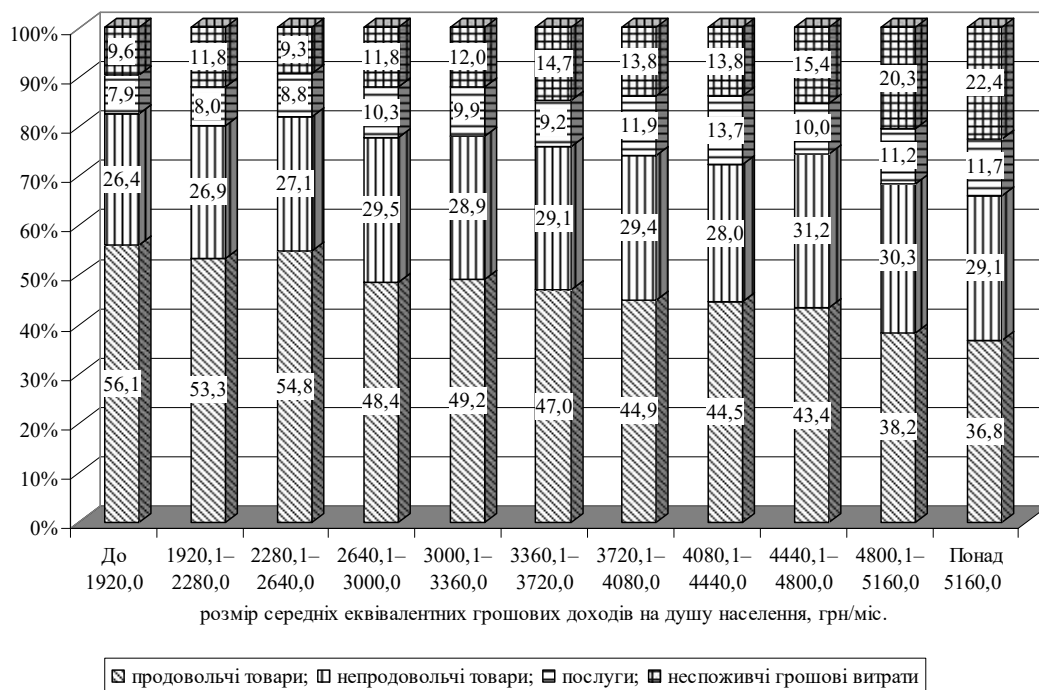


Рис. 2.26. Структура грошових витрат сільських домогосподарств залежно від розміру середніх еквівалентних грошових доходів на душу населення у 2018 р.
Складено за [254].

Подібна тенденція відповідає споживчій поведінці середнього класу, для якого характерно задоволення потреб у повноцінному харчуванні, у модному одязі, товарах тривалого використання, інтелектуальному та духовному зростанні (книги, диски, розважальні заходи, дозвілля, туризм). Проте, за оцінкою Т. Сальтевської, прошарок середнього класу в Україні становить близько 10%, і питання щодо його збільшення не втрачає своєї актуальності через нестабільність політичної, економічної, соціальної ситуації [9].

У регіональному вимірі у 2018 р. найбільші витрати домогосподарств на продовольчі товари спостерігалися в Донецькій (через близькість до зони військових та окупацію окремих районів), Київській, Львівській, Одеській, Херсонській та Хмельницькій областях (рис. 2.27). Непродовольчі товари споживалися в регіонах приблизно на одному рівні, на послуги найбільші витрати спостерігалися у м. Києві, Одеській, Київській, Запорізькій та Дніпропетровській областях.

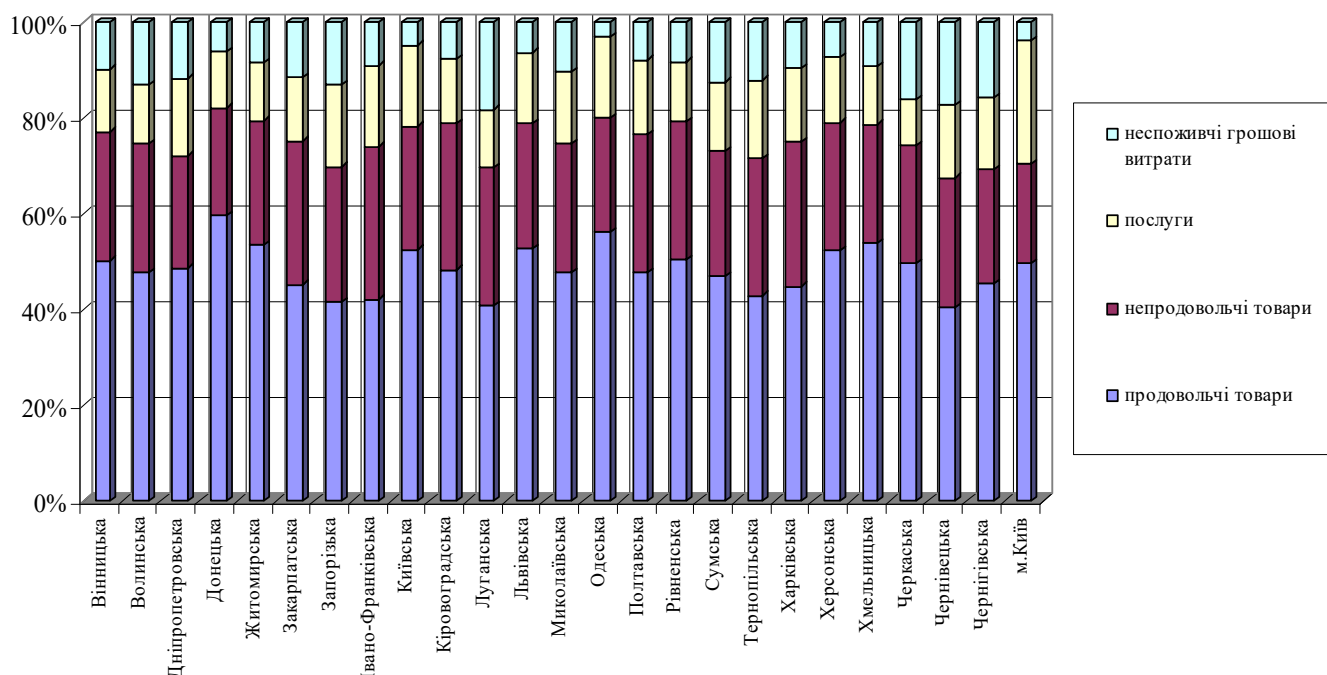


Рис. 2.27. Просторова структура грошових витрат домогосподарств у 2018 р.
Складено за [254].

У структурі витрат на продукти харчування переважало м'ясо та м'ясні вироби, хліб і хлібопродукти, молоко, сир і яйця, причому найбільше їх споживання простежувалося у Волинській, Житомирській, Миколаївській, Рівненській, Херсонській, Хмельницькій та Чернігівській областях, де в структурі виробництва домінує агропромисловий комплекс та переробка сільськогосподарської продукції (рис. 2.28).

Подібна структурна побудова впливає на забезпечення безпеки споживання товарів і послуг, оскільки в умовах низького рівня доходів населення, з яких 75–80% витрачається на товари першої необхідності, споживач обирає продукцію з найменшою ціною, нівелюючи її якість для зменшення витрат. Це негативно відображається в довгостроковій перспективі на здоров'ї людини, її дітей та довкілля.

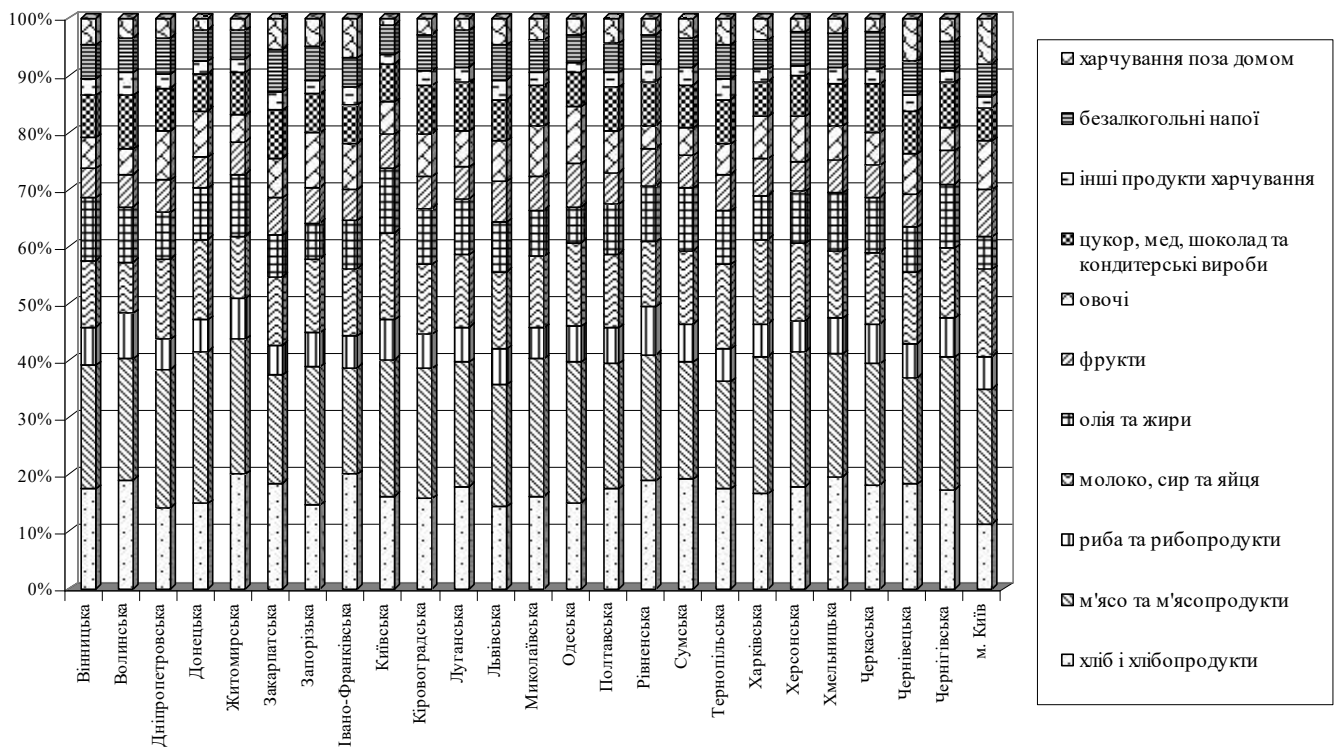


Рис. 2.28. Просторова структура грошових витрат домогосподарств на харчування у 2018 р.

Складено за [254].

Для забезпечення безпеки споживання товарів і послуг важливо враховувати рівні їх забезпеченості та споживання населенням. Саме тому для диференціації країн за рівнем споживання використаємо інтегральний показник рівня споживання товарів та послуг, запропонований К. Кисельовим [255], основою якого є метод багатовимірної середньої. Для розрахунку як стимулятори обрано три показники (табл. 2.3).

1) обсяг ВВП (за ПКС) у поточних цінах, який витрачається домашніми господарствами і некомерційними організаціями, що обслуговують домашні господарства, у розрахунку на одну особу (тис. дол. США), що відображе рівень витрат населення країни та регіону;

2) індекс фізичного обсягу роздрібної торгівлі (відношення обсягу роздрібного товарообігу за звітний період звітного року до обсягу відповідного періоду попереднього року, перерахованого в порівняльних цінах з використанням індексу споживчих цін, обчисленого за індивідуальними індексами споживчих цін на товари) як критерій платоспроможності населення країни;

3) середньомісячна номінальна заробітна плата (у дол. США) як основне джерело доходу населення.

Таблиця 2.3

Вхідні показники для розрахунку інтегрального показника рівня споживання товарів та послуг за окремими країнами (2017)

Країна	Розмір ВВП (за ПКС) у поточних цінах, який витрачається домашніми господарствами і некомерційними організаціями, що обслуговують домашні господарства, у розрахунку на 1 особу, тис. дол. США	Індекс фізичного обсягу роздрібно-ї торгівлі	Індекс витрат на кінцеве споживання домашніх домогосподарств	Індекс споживчих цін	Середньомісячна номінальна заробітна плата, дол. США
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Австрія	28,477	102	104	114	2650
Білорусь	2,802	154	124	459	375
Бельгія	25,959	105	105	113	2010
Болгарія	13,014	146	111	108	595
Угорщина	14,627	123	109	115	760
Німеччина	28,204	112	108	109	2958
Греція	20,113	71	80	101	890
Данія	25,633	97	106	109	2600
Іспанія	22,881	90	98	108	1907
Італія	25,509	94	97	109	2350
Латвія	17,060	112	120	111	622
Литва	21,874	113	118	113	630
Нідерланди	24,615	100	102	111	2879
Норвегія	28,063	109	115	115	3781
Польща	17,657	123	115	110	798
Португалія	21,553	94	96	109	1203
Велика Британія	30,416	117	111	116	2780
Україна	7,769	116	99	235	168
Фінляндія	26,100	107	108	110	2923
Франція	24,958	121	105	107	2465
Чехія	18,283	120	115	111	980
Швейцарія	36,248	118	111	98	3855
Швеція	23,373	121	113	107	3352
Азербайджан	8,087	168	153	150	435

Продовження табл. 2.3

1	2	3	4	5	6
Вірменія	9,353	92	93	124	378
Ізраїль	21,533	112	128	106	2310
Індія	3,727	134	151	160	223
Казахстан	13,963	162	142	169	480
Китай	5,378	118	164	119	746
Корея	18,576	121	112	113	2100
Таджикистан	2,597	191	144	159	110
Узбекистан	4,012	231	117	160	235
Японія	22,724	99	103	100,4	2865
Бразилія	9,300	102	108	156	1050
Канада	27,939	125	115	112	2352
Мексика	13,180	127	118	130	982
США	41,160	118	115	112	3120
Австралія	28,510	121	115	116	1920

Складено за [256–258].

Як дестимулятори обрано (див. табл. 2.3):

1) індекс витрат на кінцеве споживання домашніх домогосподарств, який характеризує середню зміну цін на товари та послуги в складі кінцевого споживання домашніх домогосподарств;

2) індекс споживчих цін, який характеризує зростання цін на товари та послуги і зниження попиту на них.

По суті ці показники є неоднорідними та мають різні одиниці виміру. Для їх приведення до порівняльного вигляду нормуємо їх в інтегральні оцінки на основі відхилень $(x_{ij}-a)$, стандартизованих варіаційним розмахом $(x_{max}-x_{min})$ (табл. 2.4). При цьому для стимуляторів $a = x_{min}$, а для дестимуляторів $a = x_{max}$:

$$X_{ij} = \frac{x_{ij} - x_{min}}{x_{max} - x_{min}}; \quad (2.3)$$

$$X_{ij} = \frac{x_{msx} - x_{ij}}{x_{max} - x_{min}}. \quad (2.4)$$

Інтегральний показник рівня споживання товарів і послуг для кожної країни розрахуємо як середню величину стандартизованих показників (табл. 2.4):

$$Y_j = \frac{1}{m} \sum_1^m X_m. \quad (2.5)$$

Таблиця 2.4

Стандартизовані показники рівня споживання товарів та послуг населенням окремих країн (2017)

Країна	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	Сума	Інтегральний показник, Y
Австрія	0,671	0,194	0,714	0,956	0,678	3,213	0,643
Білорусь	0,005	0,519	0,476	0,000	0,071	1,071	0,214
Бельгія	0,606	0,213	0,702	0,958	0,507	2,986	0,597
Болгарія	0,270	0,469	0,631	0,972	0,130	2,472	0,494
Угорщина	0,312	0,325	0,655	0,953	0,174	2,419	0,484
Німеччина	0,664	0,256	0,667	0,970	0,760	3,317	0,663
Греція	0,454	0,000	1,000	0,992	0,208	2,654	0,531
Данія	0,597	0,163	0,690	0,970	0,665	3,085	0,617
Іспанія	0,526	0,119	0,786	0,972	0,480	2,883	0,577
Італія	0,594	0,144	0,798	0,970	0,598	3,104	0,621
Латвія	0,375	0,256	0,524	0,964	0,137	2,256	0,451
Литва	0,500	0,263	0,548	0,958	0,139	2,408	0,481
Нідерланди	0,571	0,181	0,738	0,964	0,739	3,193	0,639
Норвегія	0,660	0,238	0,583	0,953	0,980	3,414	0,683
Польща	0,391	0,325	0,583	0,967	0,184	2,450	0,490
Португалія	0,492	0,144	0,810	0,970	0,292	2,708	0,541
Велика Британія	0,721	0,288	0,631	0,950	0,713	3,303	0,661
Україна	0,134	0,281	0,774	0,620	0,015	1,824	0,365
Фінляндія	0,609	0,225	0,667	0,967	0,751	3,219	0,644
Франція	0,580	0,313	0,702	0,975	0,629	3,199	0,640
Чехія	0,407	0,306	0,583	0,964	0,232	2,492	0,499
Швейцарія	0,873	0,294	0,631	1,000	1,000	3,798	0,759
Швеція	0,539	0,313	0,607	0,975	0,866	3,300	0,660
Азербайджан	0,142	0,606	0,131	0,856	0,087	1,822	0,364
Вірменія	0,175	0,131	0,845	0,928	0,072	2,151	0,430
Ізраїль	0,491	0,256	0,429	0,978	0,587	2,741	0,548
Індія	0,029	0,394	0,155	0,828	0,030	1,436	0,287
Казахстан	0,295	0,569	0,262	0,803	0,099	2,028	0,406
Китай	0,072	0,294	0,000	0,942	0,170	1,478	0,296
Корея	0,414	0,313	0,619	0,958	0,531	2,835	0,567
Таджикистан	0,000	0,750	0,238	0,831	0,000	1,819	0,364
Узбекистан	0,037	1,000	0,560	0,828	0,033	2,458	0,492
Японія	0,522	0,175	0,726	0,993	0,736	3,152	0,630
Бразилія	0,174	0,194	0,667	0,839	0,251	2,125	0,425
Канада	0,657	0,338	0,583	0,961	0,599	3,138	0,628
Мексика	0,274	0,350	0,548	0,911	0,233	2,316	0,463
США	1,000	0,294	0,583	0,961	0,804	3,642	0,728
Австралія	0,672	0,313	0,583	0,950	0,483	3,001	0,600

Розраховано автором.

У разі високих значень i -ї ознаки X_{ij} наближається до 1, а при низьких – до 0. Таку саму властивість має й інтегральна оцінка Y_m : чим вищий рівень розвитку властивості, тим далі від нуля відхиляється значення Y_m [255].

За результатами розрахунку згрупуємо країни за рівнем споживання товарів та послуг населенням у 2017 р. за значенням інтегрального показника:

- I група (дуже низький рівень) – значення менше 0,3;
- II група (низький рівень) – значення в інтервалі 0,31–0,4;
- III група (середній рівень) – значення в інтервалі 0,41–0,5;
- IV група (високий рівень) – значення в інтервалі 0,51–0,6;
- V група (дуже високий рівень) – значення понад 0,6.

До групи з дуже низьким рівнем споживання товарів і послуг (табл. 2.5) потрапили Білорусь, Індія, Китай, що пояснюється значною чисельністю населення Індії та Китаю, порівняно невеликим обсягом ВВП у Білорусі, а відповідно низьким значенням розміру ВВП (за ПКС), який витрачається домашніми господарствами у розрахунку на одну особу.

Країни, що входили до складу СРСР (Азербайджан, Україна, Таджикистан) складають II групу з низьким рівнем споживання товарів та послуг. Незважаючи на позитивні зміни у розвитку роздрібної торгівлі та обсягах споживання домашніми господарствами, обсяги ВВП та розмір середньомісячної заробітної плати залишаються дуже низькими порівняно з розвиненими країнами світу.

До групи із середнім рівнем споживання товарів увійшли відносно нові країни – члени ЄС (Болгарія, Угорщина, Латвія, Литва, Польща, Чехія), деякі країни, що входили до СРСР (Вірменія, Казахстан, Узбекистан), а також Бразилія та Мексика. Для них характерно середня, порівняно з розвиненими країнами, заробітна плата, зростаючі обсяги роздрібної торгівлі та споживання домогосподарствами, а також динамічно щорічно зростаючі обсяги ВВП.

Високий і дуже високий рівень споживання спостерігається в країнах ЄС-25, а також високорозвинених країнах (США, Канада, Японія, Австралія, Корея), у яких значний обсяг середніх заробітних плат дає змогу населенню збільшувати витрати домогосподарств на товари та послуги, що, відповідно, постійно пожвавлює фізичний обсяг роздрібної торгівлі та стримує зростання цін.

Таблиця 2.5

Групування окремих країн за рівнем споживання товарів та послуг населенням у 2017 р.

Група країн	Рівень споживання	Значення інтегрального показника Y	Країни світу
I	Дуже низький	<0,3	Білорусь, Індія, Китай
II	Низький	0,31–0,4	Азербайджан, Україна, Таджикистан
III	Середній	0,41–0,5	Болгарія, Бразилія, Вірменія, Казахстан, Латвія, Литва, Мексика, Польща, Угорщина, Узбекистан, Чехія
IV	Високий	0,51–0,6	Бельгія, Греція, Іспанія, Португалія, Ізраїль, Корея
V	Дуже високий	>0,6	Австралія, Австрія, Бельгія, Велика Британія, Данія, Італія, Німеччина, Нідерланди, Норвегія, Фінляндія, Франція, Швейцарія, Швеція, Японія, Канада, США

Розраховано автором.

Групування підтверджується аналізом структури споживання товарів і послуг в країнах світу (рис. 2.29). У розвинених країнах п'ятої групи частка витрат на продукти харчування та безалкогольні напої становить лише 5,8–8,0%. Достатньо вагомими порівняно з іншими країнами є житлово-комунальні послуги, електро-, водо-, газопостачання. Значно більшими (12–17%) у цих країнах є також витрати на різні товари та послуги, що поживає роздрібну торгівлю та сферу послуг.

Населення країн IV групи більше витрачає на охорону здоров'я, освіту, користування послугами готелів та ресторанів. У домогосподарствах країн із середнім рівнем інтегрального показника споживання вагомішу частку (14–21%) мають витрати на продукти харчування та безалкогольні напої, меншу – на користування послугами готелів і ресторанів, придбання товарів і послуг. Для країн I та II груп витрати на харчування та житлово-комунальні послуги ще значніші.

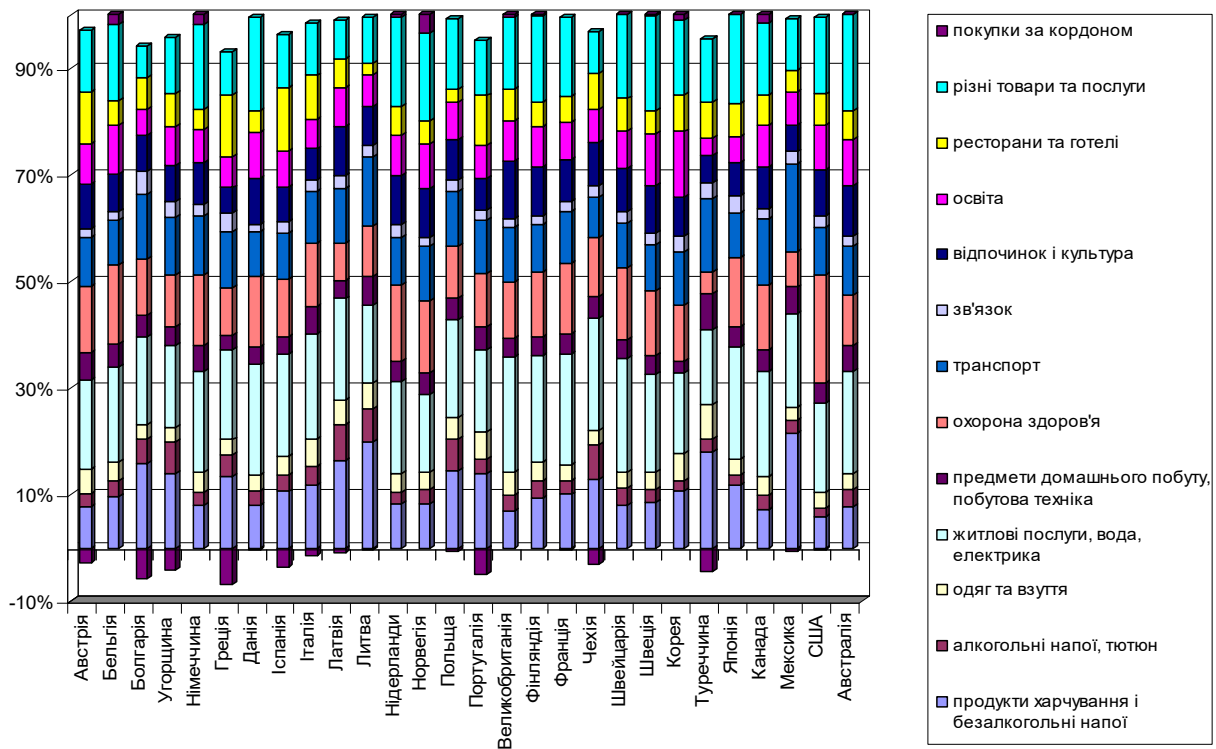


Рис. 2.29. Компонентна структура споживання в країнах світу, 2017 р.
Складено за [256].

Одержані результати групування показують нерівномірність рівня споживання товарів (послуг) у країнах, яке залежить від обсягів ВВП країни, чисельності та рівня життя населення, що обмежує можливості придбання матеріальних благ, а отже, і підприємницьку активність. Виявлена поліноміальна зростаюча залежність між обсягом ВВП країни у розрахунку на одну особу та інтегральним показником рівня споживання товарів (послуг) домогосподарствами (рис. 2.30).

Аналіз структури та обсягів споживання в глобальному вимірі виявив залежність індексу людського розвитку, який характеризує рівень якості життя, грамотності, освіченості і довголіття як основних характеристик людського потенціалу від інтегрального показника рівня споживання товарів і послуг (рис. 2.31). Найвищий інтегральний показник рівня споживання, який спостерігається в Швейцарії, США та Норвегії, супроводжується найвищими показниками індексу людського розвитку – 0,944, 0,924 та 0,953, відповідно. Другу групу об'єднують країни з високим рівнем споживання (Австралія, Австрія, Бельгія, Велика Британія, Данія, Канада, Корея, Німеччина, Нідерланди, Португалія, Фінляндія, Франція, Швеція, Японія), що забезпечило високий рівень їх соціально-економічного розвитку і, отже, високі значення індексу людського розвитку (0,88–0,94).

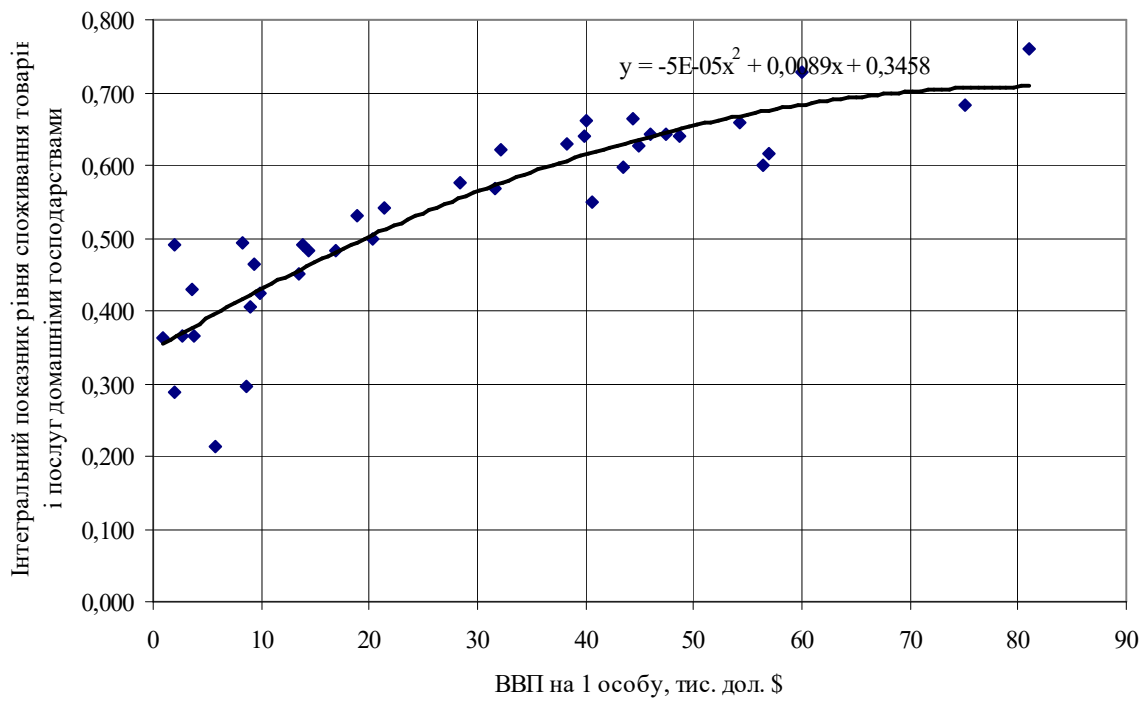


Рис. 2.30. Взаємозв'язок між ВВП країни на одну особу та інтегральним показником рівня споживання товарів (послуг) домашніми господарствами
Складено автором.

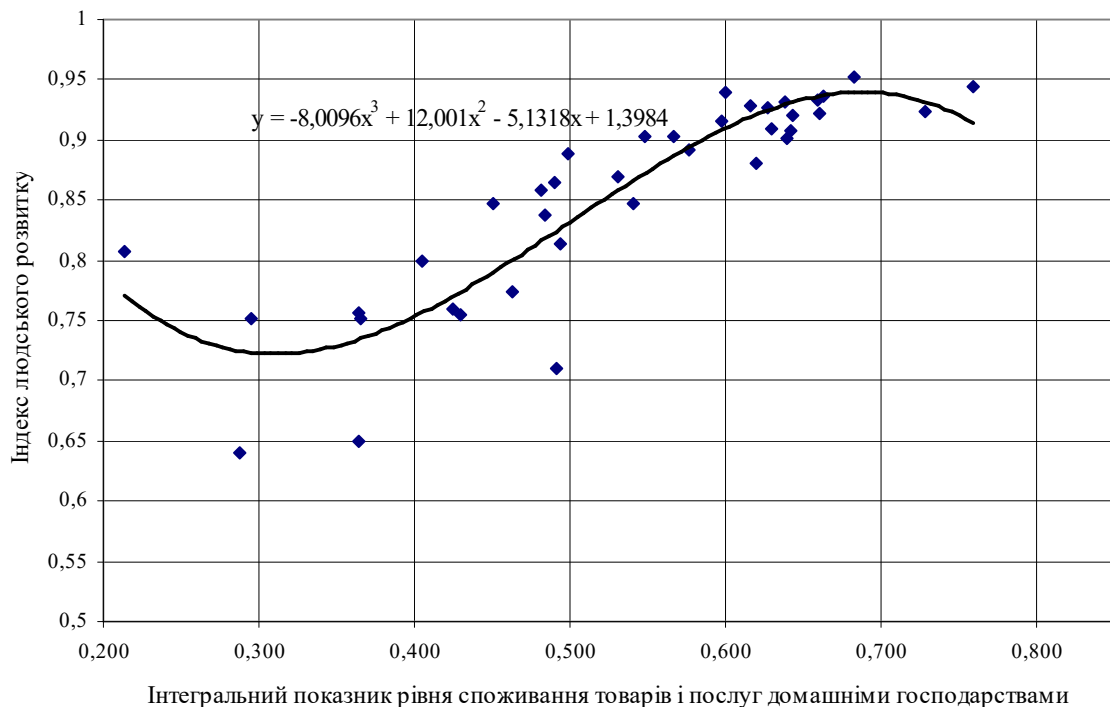


Рис. 2.31. Взаємозв'язок інтегрального показника рівня споживання товарів (послуг) з індексом людського розвитку (2017)
Розраховано і складено автором.

Для країн з низьким, середнім та частково високим рівнем споживання характерний значний інтервал індексу людського розвитку: для

Угорщини, Литви, Латвії, Польщі, Чехії – 0,85–0,9; Білорусі, Вірменії, Азербайджану, Казахстану, Узбекистану – 0,75–0,8. В Україні, на жаль, спостерігаються низькі рівні інтегрального показника рівня споживання та індексу людського розвитку.

Наголосимо, що важливість дослідження безпеки споживання для нашої країни обумовлюється тим, що в структурі ВВП споживання є основним елементом, на який припадає найбільша частка усіх витрат суб'єктів економічної діяльності. Частка кінцевих споживчих витрат домогосподарств у структурі ВВП за останні 18 років істотно зросла: з 56% у 2001 р. до 66,3% у 2017 р. із найбільшим значенням у 2013 р. – 71,4% (додаток 3, табл. 31). Споживання є одним із найдинамічніших складників ВВП, а темпи його зміни завжди корелюють із темпами зміни ВВП і є завжди більшими. При цьому в кризовий 2009 р. темпи зниження обсягів споживання (–15,6%) відповідали темпам падіння ВВП (–15,1%), а в 2014 і 2015 рр. становили –8,3% і 6,6% та –19,8% і –9,8% відповідно (рис. 2.32). У період кризових явищ в Україні спостерігалася зміна споживчої поведінки на продовольчому ринку, населення раціоналізувало споживання, відмовившись від низькоенергетичних продуктів на користь високоціннісних [259]. У кризовий 2015 р. спостерігалось ще більше падіння обсягів споживання всіх продуктів без ідентифікації їх цінності. Можна стверджувати, що в Україні сформувалася особлива модель структурування ВВП, у якій домінантною є частка споживчих витрат у різних формах, за якої практично не формується потенціал зростання економіки.

Як вже зазначалося, домінуючими в структурі споживання є продовольчі товари. Отже, обсяг і якість їх споживання характеризують стан продовольчої безпеки, певні показники якої є складниками безпеки споживання. В умовах скорочення реальних доходів населення істотного значення набуває проблема економічної доступності продуктів харчування, причому не стільки потреба в тих чи інших продуктах харчування, скільки можливості їх придбання.

Через низьку платоспроможність покупців продовольство стає недоступним для значної частини населення України, унаслідок чого спостерігаються порушення в харчуванні, що негативно впливає на здоров'я в довгостроковій перспективі. У 2016 р. загальні сукупні витрати одного домогосподарства на місяць становили 5720 грн, а сукупні споживчі витрати – 5331 грн. При цьому щомісяця домогосподарством на харчування витрачалось в середньому 2944 грн. Індикатор економічної доступності становив 51,5% при граничному значенні 60%.

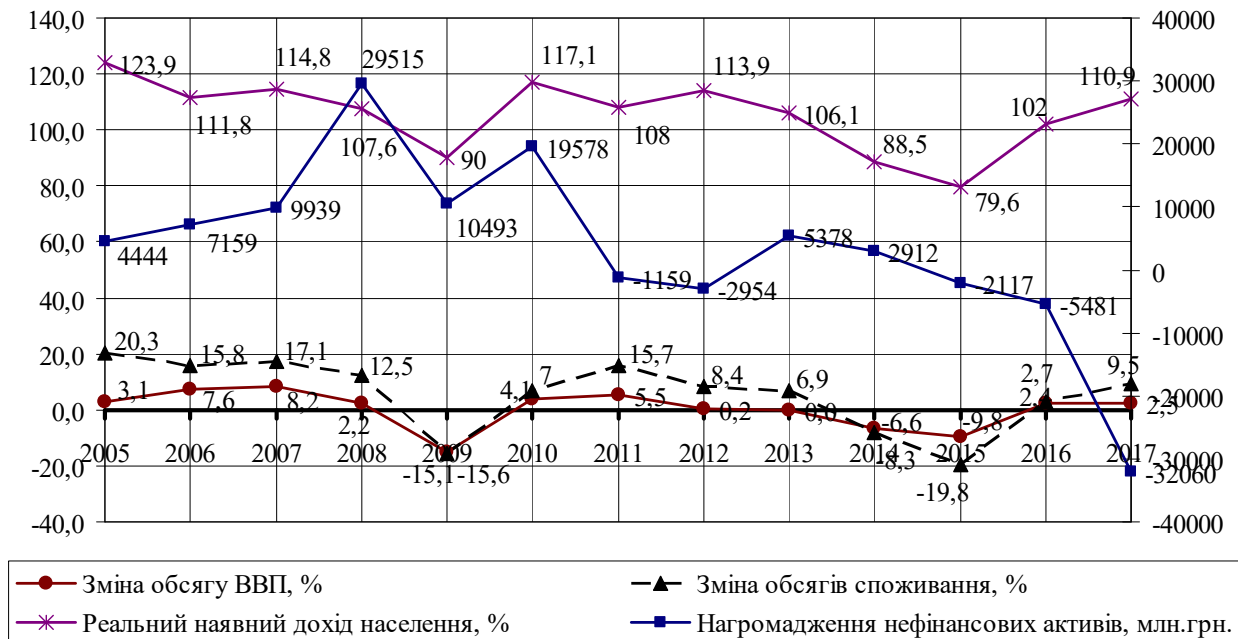


Рис. 2.32. Взаємозв'язок зміни обсягів споживання і ВВП та наявного доходу і нагромаджень нефінансових активів населення України (2005–2017)
Складено автором.

Порівняно з 2015 р. цей показник зменшився на 1,7%. Тенденції останніх років свідчать про поліпшення економічної доступності продовольства до населення, але у той же час за індикаторами калорійності раціону та достатності споживання окремих продуктів спостерігається помітне погіршення. Це пояснюється змінами в структурі споживчих витрат домогосподарств, насамперед, за рахунок значного подорожчання тарифів на житло, воду та енергоносії. Щодо останніх індикаторів, за даними статистики, у 2016 р. у середньому українці споживали 2742 ккал на добу, або на 57 ккал менше, ніж у 2015 р.; при гранично допустимому рівні індикатора – 2500 ккал. За статистичними даними, у 2016 р. лише 29% середньодобового раціону забезпечувалося за рахунок споживання продукції тваринництва, що майже у два рази менше необхідного для здорового харчування (55%). Щодня житель України споживав у середньому 84 г протеїнів, що є одним із найнижчих показників серед країн ЄС та на 18% менше середнього рівня цього показника у розвинених країнах (103 г на добу). Причиною цього є не тяжіння середньостатистичного українця до вегетаріанства, а переважно обмежені фінансові можливості.

Виходячи з викладеного, за критерієм доступності продуктів харчування в Україні основними загрозами продовольчої безпеки є: висо-

ка частка витрат домогосподарства на продукти харчування у структурі загальних витрат; висока диференціація витрат на харчування за соціальними групами; зростання цін на сільгосппродукцію на внутрішньому ринку. Таким чином, можна припустити низький рівень продовольчої безпеки в Україні [260]. Отже, першочерговими заходами щодо забезпечення продовольчої безпеки країни мають бути: підвищення доходів населення з урахуванням міжнародних стандартів, у тому числі європейських; стабілізація цін на продукти харчування на рівні, який дасть змогу наблизитися до раціональної норми їх споживання і збалансувати раціон харчування; підвищення купівельної спроможності населення, що сприятиме поліпшенню асортименту харчування.

Безпека споживання певною мірою визначається фінансовою спроможністю та рівнем добробуту населення. Населення, якому коштів вистачає лише на забезпечення продуктами харчування, мінімізує витрати за рахунок придбання низькоякісних товарів і послуг. Показники витрат населення на споживання продуктів харчування в останні роки досягають значення 50–52% загальних витрат, що відповідає показникам бідних країн світу [259, с. 324]. Темпи приросту заощаджень у всіх формах (реальний наявний дохід населення та нагромадження нефінансових активів) знижувалися в кризові періоди поруч зі зміною ВВП та обсягів споживання (див. рис. 2.32). При цьому нефінансові активи останні п'ять років постійно знижуються, що відображає тенденцію «проїдання». Заощадження населення є потужним внутрішнім фінансовим джерелом розвитку економіки, тому їх скорочення обмежує внутрішній потенціал зростання економіки країни і, отже, обмежує забезпечення споживання.

У процесі забезпечення безпеки споживання необхідно враховувати не лише безпеку споживання товарів у сенсі харчування людини, а й їх вплив на довкілля в процесі виробництва, безпосереднього використання чи утилізації продукції. Звернемо увагу на кореляцію між обсягами споживання та утвореними відходами в домогосподарствах України як в абсолютному вимірі, так і в розрахунку на одну особу (рис. 2.33). Зменшення обсягів споживання в 2013–2016 рр. зменшує обсяги побутових відходів і стимулює процеси переробки, що відображають обсяги зібраних відходів у домогосподарствах. Надалі, починаючи з 2016 р., істотного збільшення обсягів побутових відходів не спостерігається (рис. 2.33, 2.34).

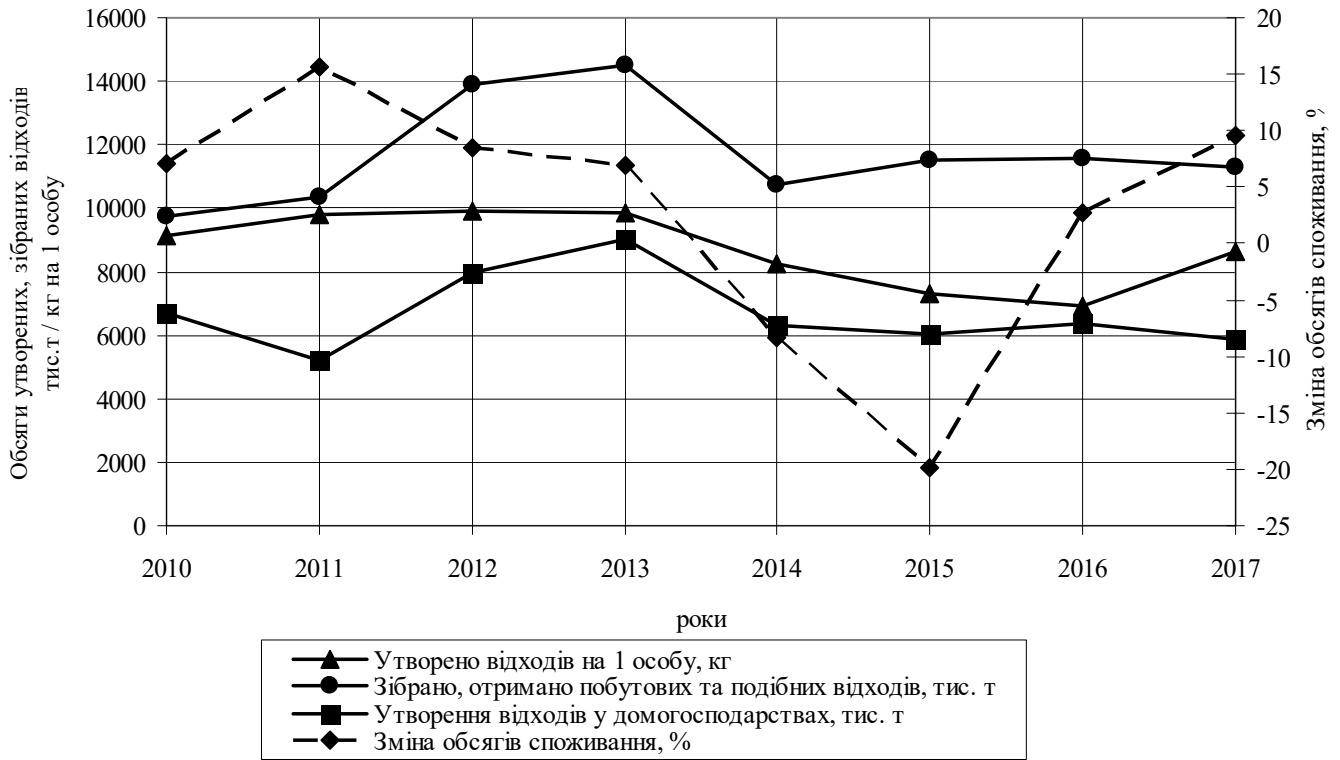


Рис. 2.33. Взаємозв'язок обсягів споживання та утворених та зібраних відходів (2010–2017)

Розраховано і складено автором.

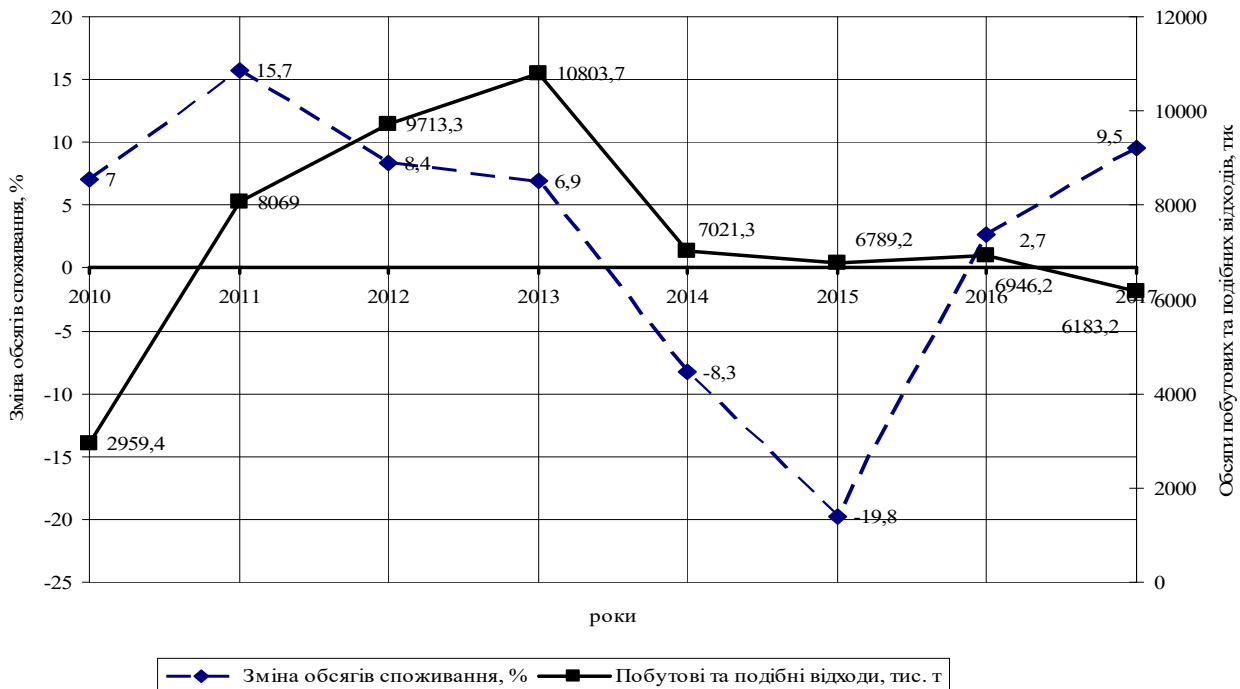


Рис. 2.34. Динаміка взаємозв'язку обсягів споживання та утворених побутових відходів (2010–2017)

Розраховано і складено автором.

Звернемо увагу на відсутність зв'язку між обсягами споживання та статистично облікованими обсягами утворених пластикових і паперових відходів, незважаючи на гіпотезу про постійне збільшення обсягів їх випуску та використання (рис. 2.35). Поясненням цього є низький рівень їх статистичного обліку та утилізації в Україні, що загалом негативно відображається на довкіллі.

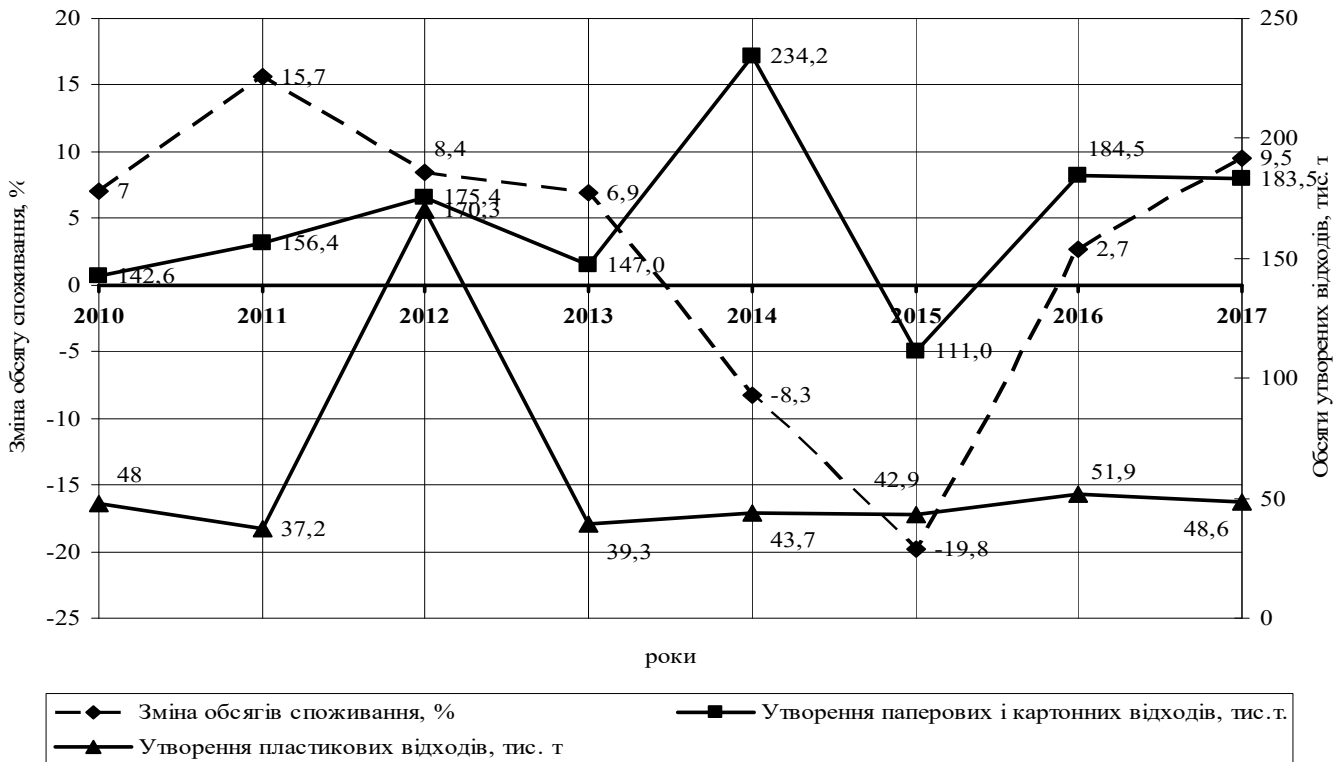


Рис. 2.35. Динаміка взаємозв'язку обсягів споживання товарів (послуг) та утворених відходів (2010–2017)

Розраховано і складено автором.

Результати структурно-компонентного аналізу безпеки споживання покладені в основу визначення кількісних та якісних тенденції в зміні структури, обсягів, географії споживання, а також масштабів негативного впливу споживання товарів (послуг) на довкілля:

- ірраціональність структури споживання населення України, пов'язана з обмеженістю ресурсів та недосконалістю методики визначення споживчого кошика, гальмує довгостроковий розвиток економіки країни на засадах безпечного споживання;

- домінування споживчих витрат і витрат на товари першої необхідності (харчування та соціально-побутові послуги) у загальній структурі споживання в міських і сільських домогосподарствах істотно посилює ризики погіршення безпеки споживання;

– збільшення обсягів витрат населення на охорону здоров'я, освіти, культуру, обслуговування в якісних закладах харчування, інвестиції у нерухомість, цінні папери, валюту, з одного боку, зменшує загрози для безпеки споживання, а з іншого – збільшує через маніпулювання свідомістю людей використання маркетингових підходів підвищення значущості та вартості товарів (послуг);

– нерівномірність розподілу рівня споживання в країнах світу, який визначається обсягами ВВП країни, чисельністю та рівнем якості життя населення;

– взаємозв'язок динаміки зміни обсягів споживання з економічним зростанням через домінування споживання в структурі ВВП України;

– кореляція окремих показників продовольчої безпеки з показниками безпеки споживання через переважання продуктів харчування в структурі споживання;

– безпека споживання значною мірою визначається фінансовою спроможністю та рівнем добробуту населення (темпами приросту заощаджень, реальним наявним доходом населення, нагромадженнями нефінансових активів).

– існування щільного зв'язку між обсягами споживання та утвореними відходами домогосподарств як в абсолютному вимірі, так і в розрахунку на одну особу.

Ураховуючи останні події, пов'язані з коронакризою, звернемо увагу на високу ймовірність зміни споживчих уподобань та настроїв, зокрема через зміну доходів і зайнятості. Якщо в період карантину обсяг попиту скоротився до розміру потреб у товарах першої необхідності, на етапі послаблення заходів протидії пандемії можливе його зростання за рахунок відкладених потреб, у той час як надалі позитивна динаміка може загальмуватись через обережність та соціальну дистанційованість. Так, за джерелом [261] можна виділити такі напрями впливу на структуру споживання: зменшення загальних обсягів споживання, економія витрат та прагматизація споживання, збільшення частки купівлі в онлайн-магазинах, зменшення попиту на все, що передбачає соціальні контакти, зростання попиту в точках продажу «поруч із домом». За оцінками експертів [262] такі тенденції можуть демонструвати не лише зміну споживчих вподобань, але й формування нової культури споживання, зокрема в межах віртуального споживання.

Виявлені тенденції покладені в основу подальшої логічної послідовності дослідження об'єктно-суб'єктних характеристик і методів

зміцнення безпеки споживання в Україні порівняно з країнами-членами Європейського Союзу.

2.4. Компаративний аналіз об'єктно-суб'єктних характеристик інститутів безпеки споживання в ЄС та Україні

Як показано в підрозділі 1.2, кожен із суб'єктів системи безпеки споживання (органи державного управління та місцевого самоврядування, підприємства, споживачі, громадські об'єднання) може бути споживачем і постачальником товарів (послуг), чим обумовлений дуалізм суб'єктно-об'єктних характеристик безпеки споживання. З позиції процесного підходу взаємозв'язок, взаємообумовленість і переважаюча невизначеність суб'єктно-об'єктних взаємовідносин ускладнює проведення системного аналізу чинників та економетричного аналізу факторів впливу на безпеку споживання в коротко- і довгостроковій перспективі.

В інституціональному плані визначальне місце в цьому процесі займає державний нагляд за товарами (послугами), який адаптується до європейської моделі і зосереджується на контрольній функції за безпечністю продукції. У країнах ЄС існує достатньо суворе регулювання якості і безпеки продуктів харчування, яке забезпечується на всіх стадіях циклу виробництва, переміщення до споживача та споживання товарів за принципом «від лану до столу» єдиною європейською інституцією. Для нехарчової продукції застосовується більш лояльний підхід, і лише якщо є вагомі підстави для регулювання щодо окремих видів продукції, встановлюють обов'язкові вимоги відповідними регламентами. Для нехарчової продукції з підвищеним рівнем ризику для споживачів запроваджено доринковий контроль за встановленими процедурами оцінювання відповідності, які можуть передбачати як наявність внутрішнього контролю на виробництві, так і залучення до оцінювання незалежної експертної організації. Вимоги до продукції встановлюють у відповідних директивах і регламентах ЄС, а стосовно тих, які підлягають оцінюванню, – у директивах ЄС Нового і Глобального підходів. Важливою функцією убезпечення споживання є здійснення державного нагляду за зберіганням товарів на складах, у торговельних мережах, місцях монтажу. При цьому основну увагу зосереджують на перевірці маркування та дотриманні показників безпечності, а не на наявності сертифікатів чи декларацій. У разі виявлення невідповідності проводять перевірки виробника, у результаті яких можлива тимчасова чи повна заборона продукції, вилучення її з обігу

та відкликання у споживачів, стягування істотних штрафів тощо, причому основна відповідальність покладається на виробника [263, с.19].

Існують дві моделі ринкового нагляду в країнах ЄС. Перша модель передбачає, що ринковий нагляд за промисловою продукцією здійснює спеціально уповноважений орган влади з деякими винятками для окремих видів продукції. Так, Болгарське державне агентство метрології та технічного нагляду здійснює наглядові функції, пов'язані з дотримання законодавчих актів (Закон про технічні вимоги до продукції, Закон про вимірювання тощо), державний нагляд за використанням засобів вимірювальної техніки, контроль за розфасовуванням товарів, процесом експлуатації обладнання, користування яким пов'язано з високим ризиком безпеки (ліфти, крани, резервуари під тиском). За такою моделлю також працює французьке міністерство промисловості, фінансів та зайнятості і підпорядкований йому генеральний директорат з питань торгівлі, захисту споживачів та боротьби з шахрайством. Контроль на кордоні за безпекою цієї продукції здійснює головне управління митної та акцизної служби [249].

Друга модель передбачає, що ринковий контроль здійснює велика кількість спеціально уповноважених органів влади. Наприклад, у Швеції близько 20 наглядових органів відповідають за різні сфери виробництва [250].

Засади функціонування ринкового нагляду в ЄС містяться в Регламенті 765/2008, згідно з яким висувається єдина вимога щодо безпечності продукції. Директивою ЄС 2001/95/ЄС від 03.12.2001 (статті 10, 12 та Додаток II) щодо загальної безпечності продукції запроваджена єдина система оперативного обміну інформацією стосовно продукції, що становить серйозний ризик – RAPEX (Rapid Exchange of Information System). Ця система охоплює нехарчову споживчу та професійну продукцію, однаково застосовується до негармонізованої продукції та до продукції, на яку поширюється Гармонізоване законодавство Союзу.

Система швидкого оповіщення дає змогу урядам країн обмінюватися інформацією про небезпечні продукти, завдяки цьому інші країни-члени ЄС можуть моніторити власний ринок і вживати відповідні заходи у разі появи небезпечного товару. Процедура RAPEX така [264]:

1. У разі встановлення небезпечної продукції компетентний національний орган вживає заходів щодо усунення ризику через вилучення продукції з обігу, відкликання її від споживачів або винесення попередження. Після цього Національний контактний пункт інформує Євро-

пейську комісію про продукцію, ризики, які вона становить, та заходи, які вживаються органом для запобігання ризикам і нещасним випадкам.

2. Європейська комісія поширює цю інформацію через Національні контактні пункти інших країн ЄС, публікує щотижневі огляди продукції, яка становить серйозний ризик, та заходи з усунення ризиків.

3. Національні контактні пункти в кожній країні ЄС забезпечують перевірку відповідальними органами присутності на їх ринках продукції, щодо якої надано повідомлення. За умови присутності такої продукції державні органи вживають заходів щодо для усунення ризику або вимагають вилучення з обігу або відклику від споживачів і винесення попереджень.

Функціонування RAPEX дає змогу:

- здійснювати обмін інформацією між країнами-членами ЄС про заходи, вжиті для запобігання й обмеження поширення або використання продукції з істотною небезпекою для здоров'я і безпеки споживачів;

- контролювати виконання заходів щодо небезпечної продукції та відстежувати заходи, здійснені на добровільних засадах;

- контролювати торговельні відносини ЄС як в межах ЄС, так і з третіми країнами, збирати інформацію про несумлінних постачальників;

- регулярно вносити інформацію про підробки та небезпечні товари в спеціально створену базу системи RAPEX і швидко її розповсюджувати не тільки серед органів контролю і нагляду, а й серед споживачів.

Обмін інформацією здійснюється на основі Інформаційно-комунікаційної системи ринкового нагляду (ICSMS) для зв'язку між усіма органами ринкового нагляду. Система складається з внутрішньої, доступної лише для органів ринкового нагляду, та загальнодоступної частин і дає змогу органам управління оперативно та ефективно обмінюватися інформацією про продукти, які не відповідають вимогам (результатами випробувань, ідентифікаційними даними продукту, фотографіями, інформацією про суб'єкт господарювання, оцінками ризиків, інформацією про нещасні випадки, про заходи, вжиті наглядовими органами тощо) [266].

Усвідомлюючи те, що надійний обмін інформацією є надзвичайно важливим для ринкового нагляду, необхідно визнати, що додатковою перевагою системи ICSMS може бути платформа для впровадження європейської політики ринкового нагляду. У зв'язку з цим, коли націо-

нальний орган управління висловлює бажання обмінятися інформацією про продукт, який досліджують, з іншими органами, щоб поділитися ресурсами (наприклад для перевірок продукту), вжити спільних заходів або консультуватися з іншими органами, він зобов'язаний внести до системи ICSMS відповідну інформацію. Це необхідно здійснити якомога раніше і перед ухваленням рішення про заходи щодо продуктів, які становлять ризик. Так, якщо національний орган не може визначити рівень ризику відповідного продукту (товару) і провести дослідження, він зобов'язаний використовувати систему ICSMS для зв'язку з компетентними органами інших держав-членів ЄС.

Звернемо увагу на те, що функції системи ICSMS не обмежуються лише нагромадженням даних про продукти (товари), які не відповідають вимогам, а й про всі продукти, які перевірили регуляторні органи, навіть якщо результати перевірок показали, що невідповідності не виявлено. Це допомагає регуляторним органам уникати будь-якої подвійної або багаторазової перевірки.

Для детальнішого розуміння сутності і місця суб'єктно-об'єктних взаємовідносин у системі забезпечення безпеки споживання товарів продовольчої групи в ЄС здійснено кількісний аналіз повідомлень (*alerts*), що надійшли в систему RAPEX, про заходи, вжиті проти небезпечної продукції, та подальших дій (*follow up actions*), які вживали інші країни у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів. Перший індикатор (*alerts*) є важливим для забезпечення безпеки споживання через необхідність швидкого інформування інших країн про небезпечну продукцію. За допомогою цього кожна країна може перевіряти національні ринки та вживати заходів щодо цієї продукції, про що свідчить другий показник (*follow up actions*). Розглядаючи ці показники в динаміці (рис. 2.36), зазначимо, що кількість повідомлень про небезпечну продукцію знаходиться в середньому на одному рівні: у 2011–2014 рр. збільшилося з 1792 до 2424; у 2014–2015 рр. зменшилося до 2112; у 2015–2018 рр. зросло до 2254. При цьому кількість випадків реагування в інших країнах ЄС у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів істотно зростає. Це пояснюється посиленням ролі національних органів ринкового контролю в Європі, які, долаючи мовні та культурні бар'єри, контактують між собою, забезпечують національні ринки та частіше реагують на загрози з інших країн для захисту споживачів від небезпечних товарів.

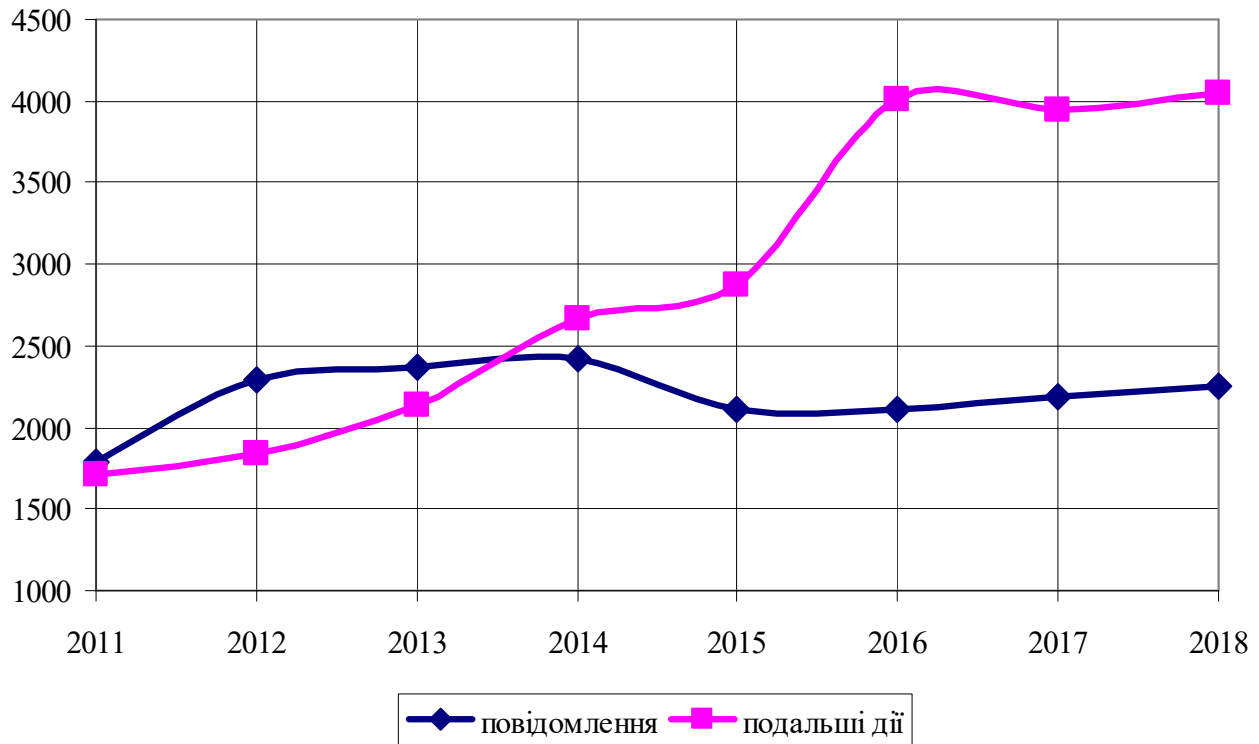


Рис. 2.36. Динаміка зміни кількості повідомлень про небезпечну продукцію та подальших дій, які вживали інші країни ЄС у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів (2011–2018)

Складено за [266].

Найбільша кількість повідомлень про небезпечну продукції за останні роки (рис. 2.37) спостерігалася у Німеччині, Франції, Угорщині, Кіпрі, Польщі, Фінляндії, Іспанії, Чехії, що відображає більшу споживчу розвиненість цих ринків і зацікавленість імпортерів у них. Стосовно подальших дій, які вживали країни ЄС у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів (рис. 2.38), вкажемо на активність урядів та органів ринкового нагляду Німеччини, Франції, Великої Британії, Португалії, Польщі, Іспанії, Нідерландів, що, поряд з турботою про споживачів, ймовірно, пов'язано з кращою інституціональною спроможністю органів контролю в цих країнах та захистом власного виробника.

Менші кількісні показники подальших дій у відповідь на попередження в Норвегії, Ісландії, Бельгії, Словенії, Естонії підтверджують впевненість урядів цих країн у високому рівні споживчої культури населення, що унеможливорює споживання небезпечної продукції, а отже, прийняття певних практичних дій щодо заборони чи вилучення цієї продукції з ринку є не обов'язковим.

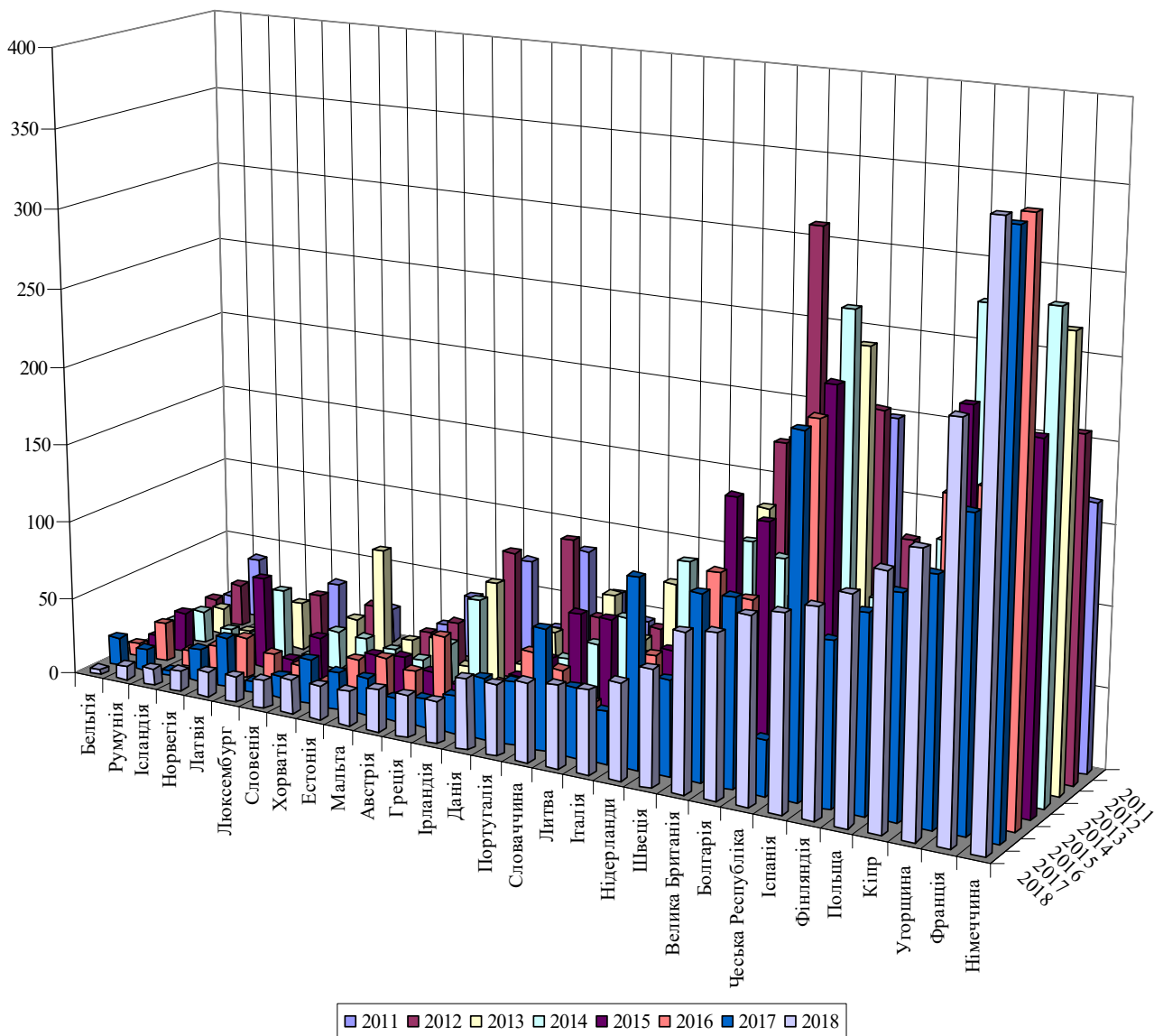


Рис. 2.37. Географічна структура кількості повідомлень, що надійшли в систему RAPEX, про заходи, вжиті проти небезпечної продукції в країнах-членах ЄС (2011-2018)

Складено за [266].

Найбільш небезпечними групами товарів за кількістю повідомлень з боку споживачів є: іграшки (31,4% з усієї кількості оповіщень у 2018 р.; 28,9% – у 2017 р.; 25,6% – у 2016 р.); автомобілі (19% – у 2018 р.; 19,8% – у 2017 р.; 19,4% – у 2016 р.); одяг, текстиль і модні речі (10,5% – у 2018 р.; 11,8% – у 2017 р.; 12,7% – у 2016 р.); електричні прилади та обладнання (8,3% – у 2018 р.; 6,6% – у 2017 р.; 7,3% – у 2016 р.); косметика (6,6% – у 2018 р.; 4,1% – у 2017 р.; 4,6% – у 2016 р.); освітлювальне обладнання, ювелірні вироби, хімічні продукти, предмети догляду за дітьми та дитяче обладнання (кожна з груп близько 3%) та інші (не більше 1% із загальної кількості оповіщень) (табл. 2.6).

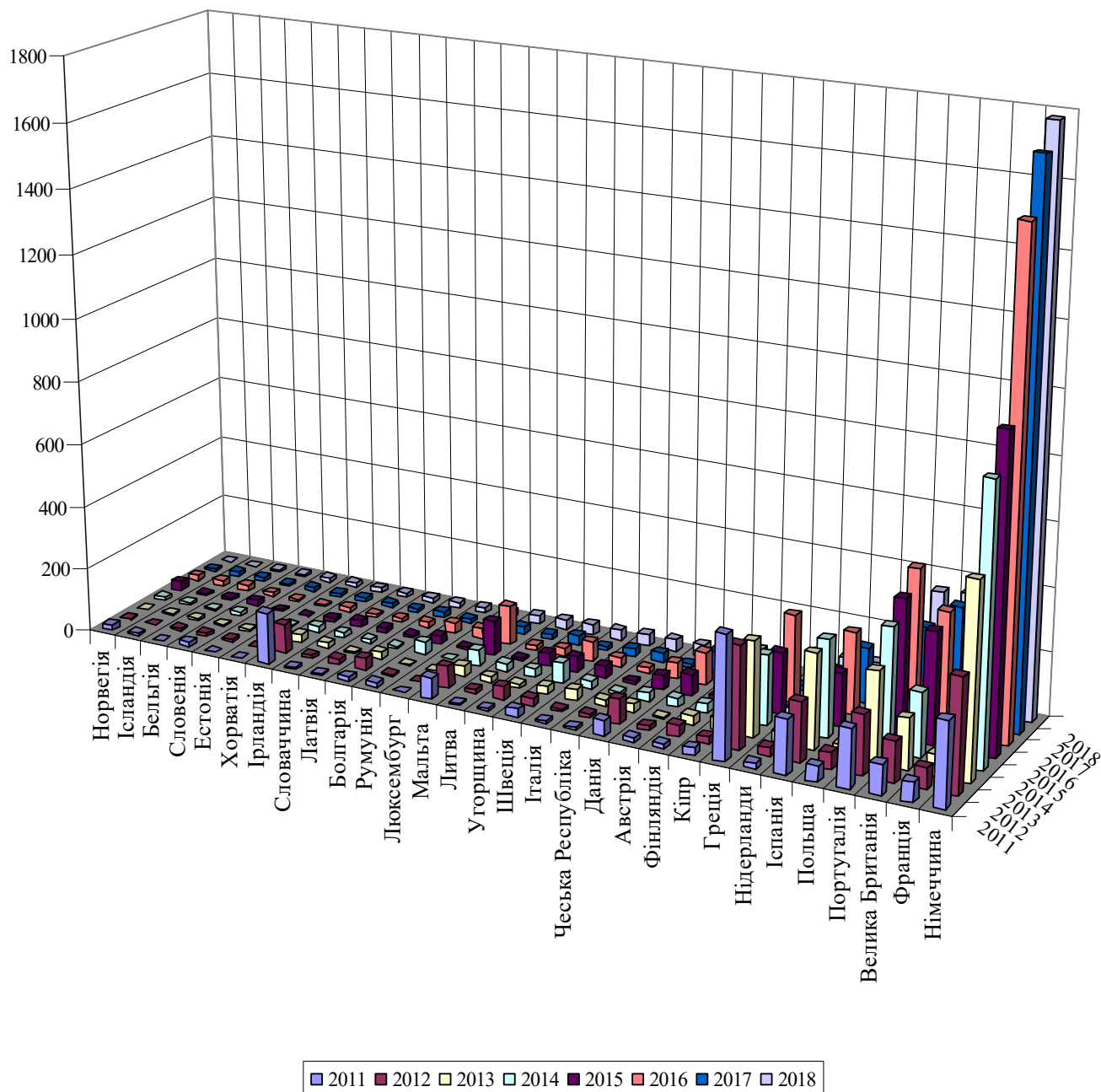


Рис. 2.38. Географічна структура кількості подальших дій, які вживали інші країни-члени ЄС у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів (2011-2018)

Складено за [266].

Подібна структура пояснюється характером небезпек та ймовірними наслідками, які можуть завдати серйозної шкоди людині та навколишньому середовищу. Щодо подальших дій в інших країнах ЄС подібна структура зберігається (див. табл. 2.6), проте переважно всі органи ринкового нагляду більшу увагу приділяють убезпеченню автомобілів, що, можливо, пов'язано з захистом власних автовиробників (Volkswagen, Opel, Peugeot, Renault тощо).

Таблиця 2.6

**Структурна побудова небезпечних непродовольчих товарів
у країнах-членах ЄС, за даними системи RAPEX (2016–2018)**

№ з/п	Категорії товарів	Кількість повідомлень про небезпеку в системі RAPEX			Кількість подальших дій в інших країнах ЄС		
		2018	2017	2016	2018	2017	2016
1	Іграшки	709	636	545	300	227	305
2	Автомобілі	428	436	412	3104	3145	2931
3	Одяг, текстиль та модні речі	236	259	269	97	103	119
4	Електричні прилади та обладнання	188	145	155	51	43	110
5	Косметика	150	91	98	87	40	71
6	Освітлювальне обладнання	73	77	19	19	24	46
7	Ювелірні вироби	72	45	66	24	18	19
8	Хімічна продукція	59	59	54	63	38	52
9	Предмети догляду за дітьми та дитяче обладнання	55	109	100	91	103	95
10	Лампи освітлення	50	39	80	10	3	7
11	Інше	29	24	43	13	31	21
12	Декоративні вироби	27	17	31	8	8	15
13	Хобі / спортивне спорядження	26	2	53	57	41	100
14	Лазерні покажчики	23	6	20	3	3	8
15	Захисне обладнання	22	40	25	12	25	27
16	Запальнички	20	18	51	24	24	9
17	Машини	19	37	1	13	29	29
18	Меблі	16	1	6	16	13	3
19	Піротехнічні вироби	16	18	9	3	1	1
20	Комунікаційне та медіа-обладнання	12	10	3	34	7	12
21	Будівельна продукція	9	13	26	6	13	7
22	Кухонні аксесуари	6	76	13	5	3	3
23	Гаджети	3	13	3		4	2
24	Канцтовари	3	3	4	2	2	1
25	Газові прилади та комплектуючі	2	2	4	2	11	5
26	Обладнання / посудини під тиском	2	1	3	3	2	5
27	Ручний інструмент	1	10	1	–	–	–
28	Підйомники	1	11	30	3	–	–

Складено за [266].

На основі аналізу природи ризиків, які виникають під час користування товарами непродовольчої групи в країнах ЄС, зробимо висновок, що більшість із них пов'язана з такими причинами (рис. 2.39): хімічним впливом на здоров'я людини (у 2016 р. – 21,9% від загальної кількості подальших дій; у 2017 р. – 22,3% ; у 2018 р. – 25,3%), травмами (у 2016 р. – 25,6%; у 2017 р. – 28%; у 2018 р. – 25,2%) та задущливістю (у 2016 р. – 14% ; у 2017 р. – 16,8%; у 2018 р. – 17,6%), під час експлуатації ураженнями електричним струмом (у 2016 р. – 10,9%; у 2017 р. – 10,4%; у 2018 р. – 10,4%), вогненебезпекою (у 2016 р. – 8,6%; у 2017 р. – 6%; у 2018 р. – 7,7%), удушшенням (у 2016 р. – 5,6%; у 2017 р. – 4,5%; у 2018 р. – 3,3%) та опіками (у 2016 р. – 2,9%; у 2017 р. – 3,2%; у 2018 р. – 3,1%). Усі інші загрози (пошкодження зору, слуху, порізи, асфікція, мікробіологічні ризики) мають обмежений, епізодичний характер, але в певних випадках спостерігаються.

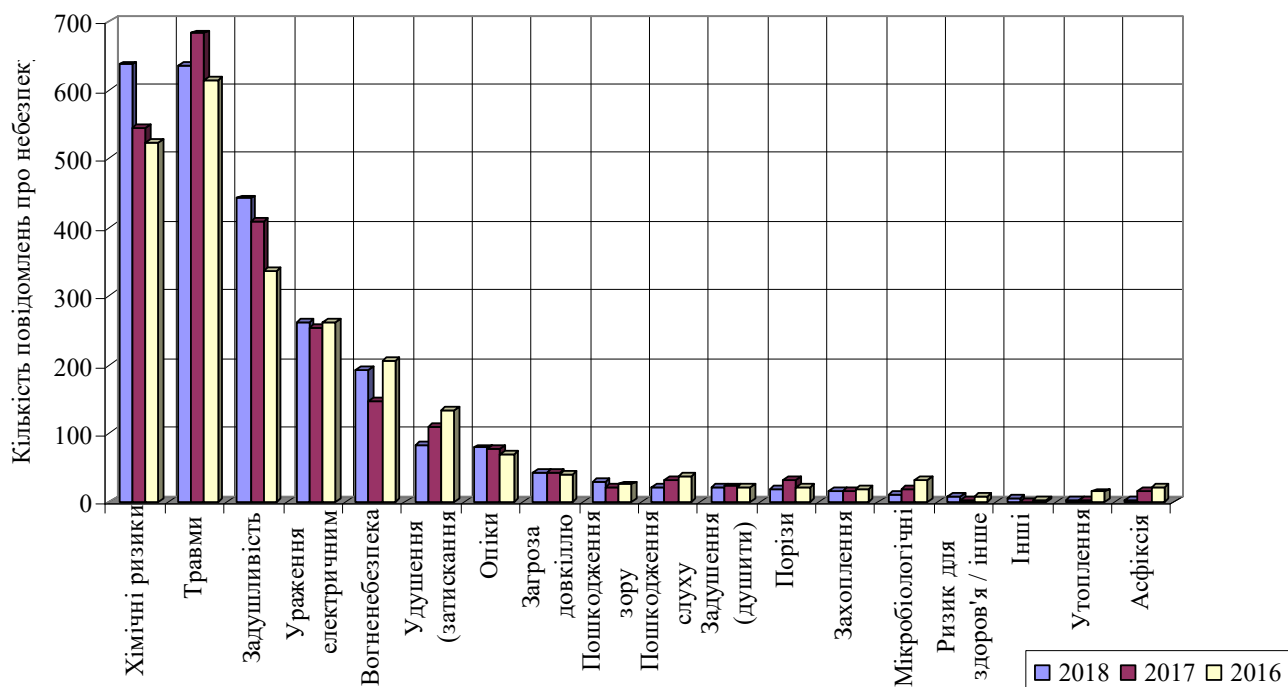


Рис. 2.39. Повидова структура ризиків для здоров'я людини під час використання непродовольчих товарів у країнах-членах ЄС (2016–2018)
Складено за [266].

Подальші дії, які вживали інші країни ЄС у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів, були спрямовані на убезпечення від травм (у 2016 р. – 65,8% від загальної кількості подальших дій; у 2017 р. – 72,3%; у 2018 р. – 68,3%), вогненебезпеки (у 2016 р. – 12,5% від загальної кількості подальших дій; у 2017 р. – 9,8%; у 2018 р. – 11%), хімічних ризиків (у 2016 р. – 6,6% від загальної кількості подальших дій;

у 2017 р. – 5,8%; у 2018 р. – 8,6%) і задихливості (у 2016 р. – 5,1% від загальної кількості подальших дій; у 2017р. – 3,7%; у 2018 р. – 4,8%) у випадках можливої експлуатації непродовольчих товарів (рис. 2.40).

Серед всієї сукупності непродовольчих товарів, які імпортувалися до країн ЄС протягом 2016–2018 рр. (табл. 2.7), найбільшу небезпеку становили товари з Китайської Народної Республіки (51,9% від кількості повідомлень у 2018 р.; 52,5% – у 2017 р.) унаслідок експансії китайськими товарами підробок та неякісних товарів.

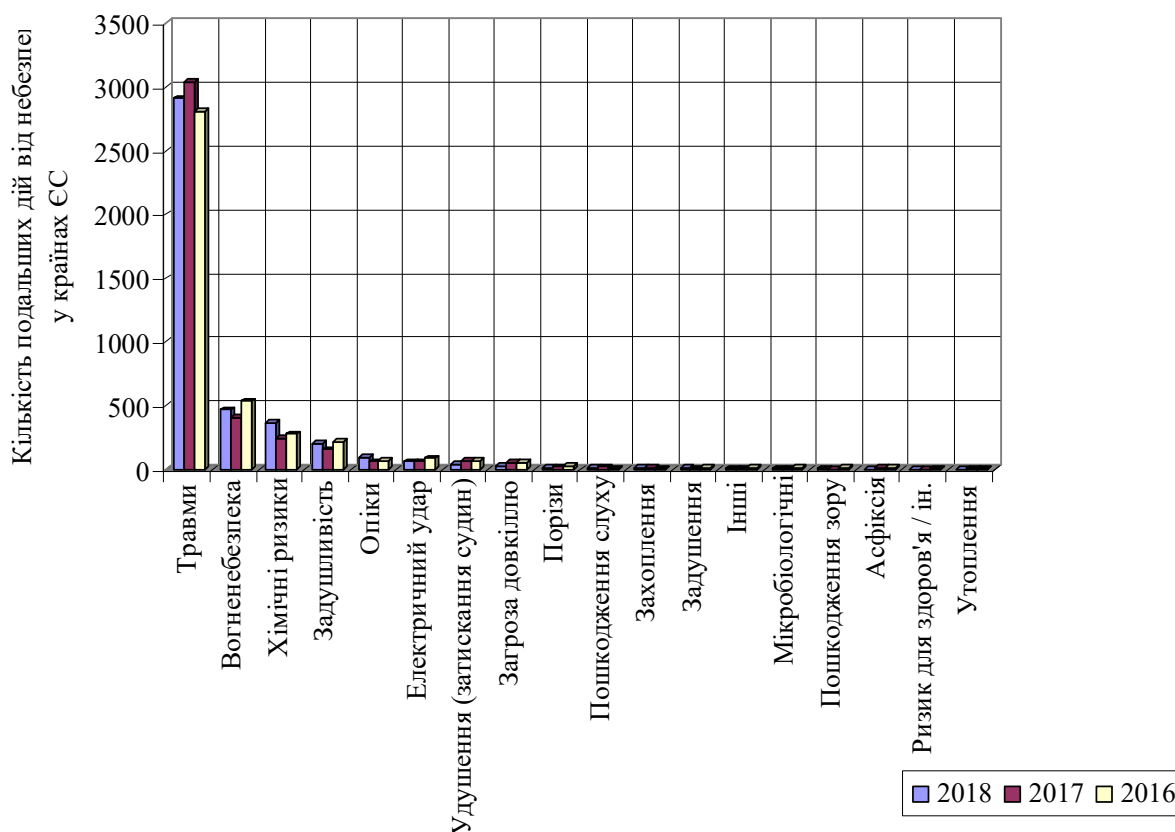


Рис. 2.40. Повидова структура потенційних ризиків здоров'ю людини на основі подальших дій, які вживали країни-члени ЄС у відповідь на попередження щодо небезпечних товарів (2016–2018)

Складено за [266].

Друге місце в цій географічній структурі посідали товари невідомого чи не встановленого виробництва (близько 10% від кількості повідомлень у 2018р.; 7% – у 2017 р.), які нелегально вироблялися чи завозилися на територію країн-членів ЄС. Товари, вироблені в Німеччині, які не відповідали вимогам безпечності для людини та навколишнього середовища, становили близько 7,6% від всієї кількості повідомлень про небезпеку у 2018 р. і 8,4% у 2017 р. Це пояснюється активністю німецьких виробників, мотивацією до оптимізації витрат за рахунок виконання вимог щодо безпечності продукції.

Таблиця 2.7

Географічна структура походження небезпечних непродовольчих товарів, які надходили до країн ЄС, за даними системи RAPEX (2016–2018)

№ з/п	Країна походження	Кількість повідомлень про небезпеку в системі RAPEX, од.		
		2018 р.	2017 р.	2016 р.
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1	Китай	1171	1155	1090
2	Не встановлена	226	155	167
3	Німеччина	172	184	153
4	Франція	85	118	81
5	Туреччина	74	74	53
6	США	67	72	102
7	Японія	53	24	41
8	Італія	50	49	51
9	Польща	49	37	35
10	Велика Британія	41	53	45
11	Іспанія	34	21	24
12	Нідерланди	24	10	18
13	Індія	23	25	44
14	Республіка Корея	16	7	11
15	Румунія	12	11	2
16	Чеська Республіка	11	9	14
17	Тайвань	11	11	18
18	Болгарія	10	9	6
19	Гонконг	10	12	11
20	Таїланд	9	8	6
21	Греція	7	13	9
22	Індонезія	7	7	5
23	Мексика	7	6	4
24	Угорщина	6	4	7
25	Кот-д'Івуар	6	5	4
26	Португалія	6	10	8
27	Австрія	5	10	11
28	Бельгія	5	10	9
29	Швеція	5	9	8
30	Пакистан	4	14	12
31	Сербія	4	2	3
32	Україна	4	4	1
33	В'єтнам	4	4	11
34	Ірландія	3	0	1

Продовження табл. 2.7

1	2	3	4	5
35	Ізраїль	3	6	0
36	Бангладеш	2	5	4
37	Білорусь	2	2	0
38	Канада	2	3	2
39	Естонія	2	2	0
40	Фінляндія	2	0	2
41	Малайзія	2	2	3
42	Мороко	2	5	2
43	Словаччина	2	0	3
44	ПАР	2	8	1
45	Того	2	0	0
46	Боснія та Герцеговина	1	0	0
47	Бразилія	1	0	1
48	Хорватія	1	1	0
49	Ісландія	1	0	0
50	Іран	1	0	0
51	Латвія	1	1	2
52	Ліван	1	1	0
53	Литва	1	2	14
54	Нігерія	1	0	1
55	Російська Федерація	1	5	2
56	Словенія	1	1	1
57	Швейцарія	1	2	3
58	ОАЕ	1	1	1
59	Албанія	0	0	2
60	Австралія	0	0	1
61	Камерун	0	0	1
62	Чилі	0	0	1
63	Колумбія	0	0	1
64	Хорватія	0	0	1
65	Данія	0	6	8
66	Домінікана	0	1	0
67	Йорданія	0	0	1
68	Норвегія	0	3	0
69	Філіппіни	0	0	1
70	Уругвай	0	1	0

Складено за [266].

На основі компаративного аналізу повідомлень і подальших дій щодо небезпечної продукції в країнах ЄС на основі системи RAPEX іден-

тифіковано найактивніші країни, товари, типи ризиків, причини, об'єкти та суб'єкти системи забезпечення безпеки споживання, використання якої дає змогу оперативно обмінюватися інформацією про небезпечну продукцію. Завдяки цьому інші країни-члени ЄС можуть контролювати національні ринки і вживати необхідних заходів у разі її виявлення. Впровадження такої системи в Україні сприятиме проведенню оперативного моніторингу чинників впливу на безпеку споживання в коротко- і довгостроковій перспективі.

В інших розвинених економіках також створені системи ідентифікації небезпечної продукції. Так, світовий ресурс GlobalRecalls (globalrecalls.oecd.org) веде список відкликаної продукції, яка загрожує здоров'ю та довкіллю; Австралійська комісія з питань конкуренції та захисту споживачів (ACCC; www.productsafety.gov.au/recalls) збирає і нагромаджує інформацію про відкликання товарів різних видів; платформа RecallOwl (www.recallowl.com) містить інформацію з відкликань різних видів продукції (харчової промисловості, ліків та медичних засобів, побутової техніки й автотранспортних засобів); уряд Канади на сайті Health Canada акумулює дані щодо відкликань продукції.

В Україні ринковий нагляд призначений для проведення регуляторних заходів щодо продукції, яка становить загрозу здоров'ю людини, довкіллю та суспільним інтересам, з відповідним інформуванням громадськості про це. Правові та організаційні засади здійснення державного ринкового нагляду встановлені Законами України «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» [267]; «Про загальну безпечність нехарчової продукції» [268] та іншими нормативно-правовими актами.

Державний ринковий нагляд покладено на органи державного ринкового нагляду (Держпраця, Держлікслужба, Держпродспоживслужба, Укртансбезпека, Держекоінспекція, ДСНС, Держархбудінспекцією), які діють відповідно до секторальних планів за видами продукції та відповідальності кожного з органів, при цьому визначається належність цих видів продукції до певного ступеня ризику (рис. 2.41).

В Україні статистична база щодо небезпечної продукції досить обмежена і не використовує такого інструментарію, як в ЄС. Хоча в 2018 р. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України ініціювало створення ресурсу «Увага», як українського аналога європейського RAPEX, де розміщується список небезпечної нехарчової продукції, виявленої у продажу. Інформація на ресурсі структурована

за категоріями, брендом, країною походження, найменуваннями товарів. Інформація про небезпечну продукцію потрапляє до ресурсу «Увага», якщо під час перевірки органи державного ринкового нагляду виявляють, що продукція становить небезпеку та не відповідає вимогам технічних регламентів [270].

Проаналізуємо найнебезпечніші категорії товарів і послуг, а також порушення прав споживачів на основі статистичних даних Держпродспоживслужби України (рис. 2.42). Протягом 2018 р. до її територіальних органів надійшло понад 20,9 тис. звернень і скарг від споживачів щодо небезпечності продукції та надання послуг. Цей показник щорічно зростає (9770 звернень – у 2016 р.; 19700 звернень – у 2017 р.). Більшість звернень (рис. 2.42) стосувалися якості непродовольчих товарів (44,8% звернень у 2018 р.; 43,2% – у 2017 р.; 49,9% – у 2016 р.) та якості наданих послуг (робіт) (39,2% – у 2018 р.; 39,9% – у 2017 р.; 35,3% – у 2016 р.). При цьому більше «скарг» було на якість житлово-комунальних послуг (28,9% звернень у 2018 р.; 24,2% – у 2017 р.; 25% – у 2016 р.) та фінансових і банківських послуг (1,8% звернень у 2018 р.; 1,9% – у 2017 р.; 2,9% – у 2016 р.). Щодо якості продовольчих товарів чисельних порушень не відзначалося (6,2% звернень у 2018 р.; 6,2% – у 2017 р.; 5,2% – у 2016 р.) через суворе регулювання та державний контроль за харчовою галуззю [271].

Особливий сегмент становили звернення споживачів після купівлі товарів через Інтернет, поза торговельними або офісними приміщеннями, у разі укладання договору на відстані (6,3% звернень у 2018 р.; 6,5% – у 2017 р.; 4,8% – у 2016 р.), який надалі, на нашу думку, збільшуватиметься у зв'язку з цифровізацією економіки, розвитком електронної торгівлі. Тому дослідження суб'єктно-об'єктних «он-лайн» взаємовідносин у системі безпеки споживання потребує окремого дослідження. За результатами розгляду звернень громадян у 41,5% вимоги споживачів були задоволені.

Органи державного ринкового нагляду проводять планові та позапланові перевірки відповідних характеристик продукції. Планові перевірки проводяться у продавців продукції згідно із секторальними планами, а позапланові – у розповсюджувачів та виробників такої продукції за зверненнями споживачів (користувачів) відповідної продукції, а також органів виконавчої влади, виконавчих органів місцевих рад, правоохоронних органів, громадських організацій споживачів (об'єднань споживачів), у яких міститься інформація про розповсюдження продукції, що завдала шкоди суспільним інтересам.

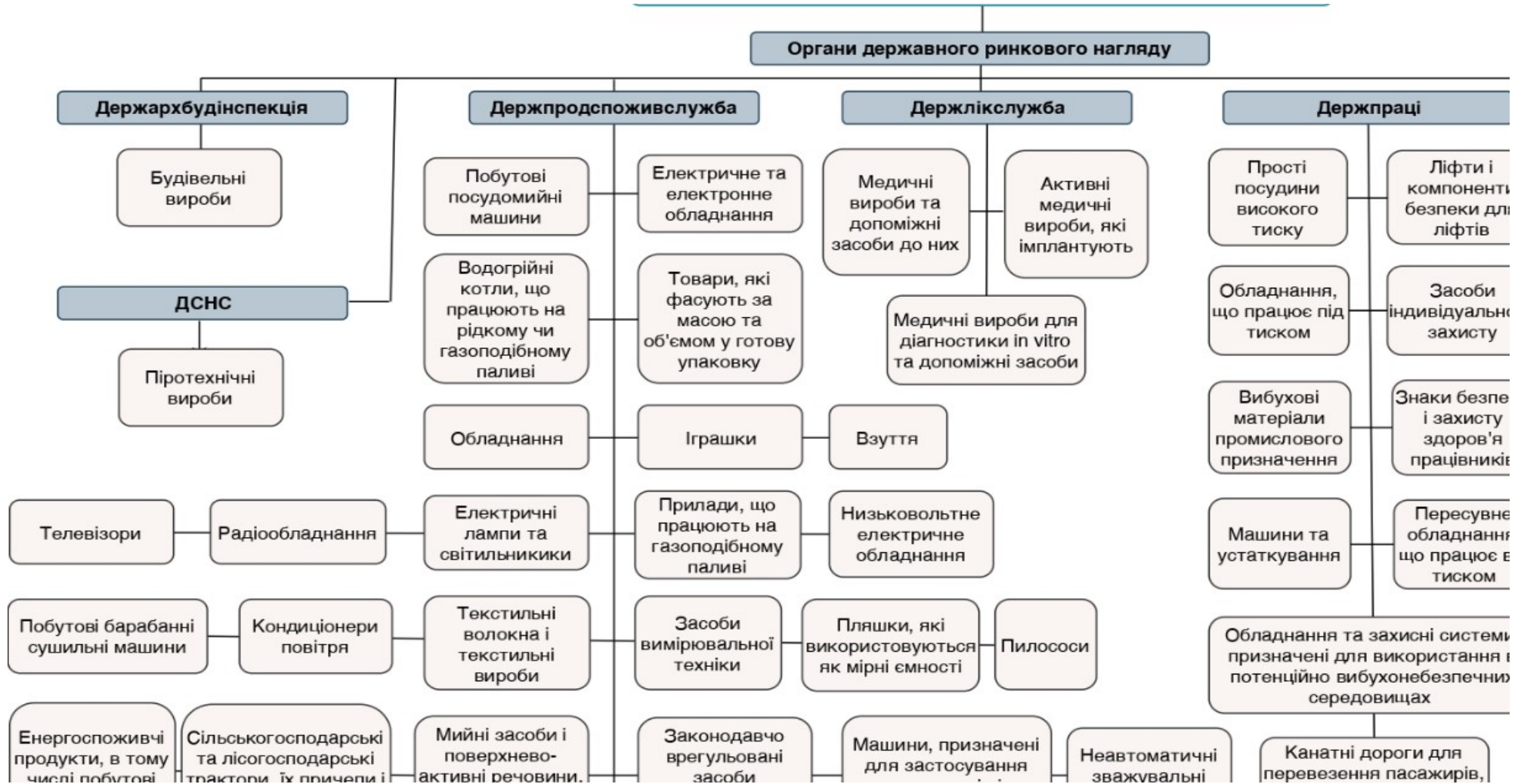


Рис. 2.41. Інституціональна структура відповідальності органів державного ринкового нагляду України за видами продукції

Складено за [269].

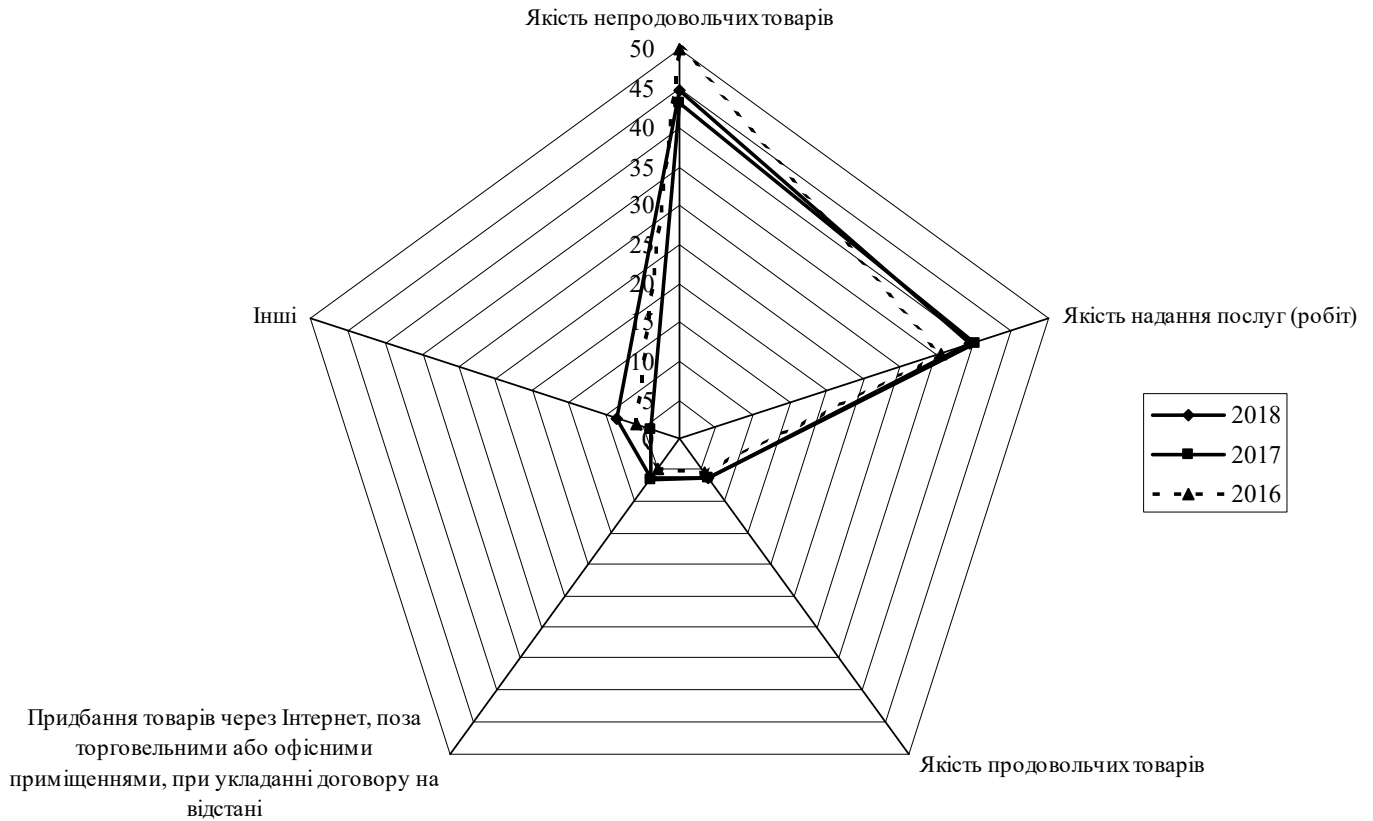


Рис. 2.42. Розподіл звернень споживачів щодо якості товарів і послуг в Україні (2016–2018)

Складено за [271].

За даними Мінекономрозвитку [272], упродовж 2018 р. проведено 4334 перевірки характеристик продукції, з яких: 3357 – планові, 977 – позапланові. За результатами перевірок прийнято 6889 рішень про здійснення обмежувальних (корегувальних) заходів, з яких: 5956 – рішення про обмеження надання продукції на ринку; 900 – про заборону надання продукції на ринку (заборона надання продукції на ринку здебільшого стосувалась дитячого одягу та іграшок для дітей); 35 – про вилучення продукції з обігу; 2 – про відкликання продукції з ринку. З метою здійснення моніторингу результативності здійснених суб'єктами господарювання обмежувальних (корегувальних) заходів проведено 31 перевірка характеристик відповідної продукції (згідно з секторальними планами) у її розповсюджувачів.

Відповідно до Закону «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції» органи ринкового нагляду здійснюють відбір та експертизу (випробування) зразків продукції (якщо є підстави вважати, що продукція небезпечна, становить ризик та/або не відповідає встановленим вимогам). Для проведення експертизи (випробування) відби-

рають продукцію з підвищеним ступенем ризику, а саме: іграшки, дитячий одяг, текстильні вироби, обладнання електронне та електричне, лампи побутового використання тощо. За результатами відбору проведено 1222 випробування зразків продовольчих товарів, з них у 374 випадках встановлено невідповідність вимогам нормативних документів та прийнято 375 рішень про заборону поширення товарів на ринку.

Держпродспоживслужба проводить контрольні перевірки дотримання вимог законодавства про захист прав споживачів у сфері торгівлі, ресторанного господарства та надання послуг (робіт). Кількість перевірок і кількість порушень щорічно збільшується (табл. 2.8), при цьому видова структура порушень не змінюється. Переважають порушення, пов'язані з відсутністю необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію або продавця (88,3% – у 2018 р.; 74,8% – у 2017 р.; 75,8% – у 2016 р.) та реалізацію товару, строк придатності якого минув (7,4% – у 2018 р.; 17,2% – у 2017 р.; 8,9% – у 2016 р.). Усі інші порушення незначні – менше 1% (див. табл. 2.8).

Результати таких перевірок вказують на значний фінансовий ефект (понад 83,0 млн грн – у 2018 р., 55,1 млн грн – у 2017 р., 18,59 млн грн – у 2016 р.), локально попереджують придбання і використання населенням неякісних продовольчих, непродовольчих товарів (послуг, робіт) (понад 21,67 млн грн (26,1%) – у 2018 р.; 8,9 млн грн (16,1%) – у 2017 р.; 3,75 млн грн (20,2%) – у 2016 р., проте не створюють передумов для формування системних ознак безпеки споживання в довгостроковому періоді.

Відсутність таких передумов, розуміння особливостей її суб'єктно-об'єктних характеристик, пов'язані, насамперед, з недосконалістю системи державного регулювання ринкових відносин. Хоча в інституціональному плані цей напрям розвивається відповідно до норм ЄС, оцінювання ефективності роботи за кількістю перевірок концептуально хибне. Потрібно створити механізм безпеки на основі аналізу та прогнозування ризиків і загроз. Позитивним є впровадження національної системи ідентифікації загроз та інформування про них населення (Ресурс «Увага»). Важливо узгодити цей ресурс з загальноєвропейським порталом RAPEX та проводити освітню діяльність із споживачами для попередження загроз та інформування про них.

Таблиця 2.8

Видова структура порушень вимог законодавства про захист прав споживачів сфери торгівлі, ресторанного господарства та надання послуг (робіт) (2016–2018)

№ з/п	Види порушень	Видова структура, %		
		2018	2017	2016
1	Відсутність необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію або продавця	88,3	74,8	75,8
2	Реалізація небезпечного товару без належного попереджувального маркування, а також без інформації про правила й умови безпечного його використання	0,6	0,1	0,2
3	Реалізація товару, строк придатності якого минув	7,4	17,2	8,9
4	Невиконання або несвоєчасне виконання припису про усунення порушень прав споживачів	0,7	0,8	0,5
5	Порушення умов договору між споживачем і виконавцем про виконання роботи, надання послуги	0,6	0,9	1,6
6	Відмова споживачу у реалізації його прав, установлених Законом України «Про захист прав споживачів» у разі придбання неякісного товару, обміну на якісний товар, надання послуги	0,4	0,4	3,3
7	Реалізація продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації в державній системі сертифікації, але в документах, згідно з якими її передано на реалізацію, відсутні реєстраційні номери сертифіката відповідності або свідоцтва про визнання відповідності	0,5	2	0,1
8	Виготовлення або реалізація продукції, яка не відповідає вимогам нормативно-правових актів	0,9	2,7	2,7
9	Створення перешкод службовій особі у проведенні перевірки якості продукції, а також правил торговельного та інших видів обслуговування	0,3	0,3	1,9
10	Обмеження або відмова в реалізації прав споживачів, установлених ч. 2 ст. 17 Закону України «Про захист прав споживачів»	0,2	0,4	4,7
11	Реалізація продукції, забороненої відповідним державним органом для виготовлення та реалізації (виконання, надання)	0,1	0,4	0,3
	Загальна кількість порушень, тис.	15,6	8,7	1,2
	Загальна кількість перевірених підприємств, тис.	6,3	4,8	3,0

Складено за [271].

Встановлені передумови забезпечення безпеки споживання в глобальному та національному вимірі сприятимуть розробленню методики й аналізу стану безпеки споживання в Україні, а також та формуванню рекомендацій щодо впровадження певних заходів.

Висновки до розділу 2

1. Дослідженням зв'язків безпеки споживання з глобальними цілями сталого розвитку (ЦСР) на різних рівнях ієрархії управління встановлено їх існування з усіма 17 ЦСР. Найтісніший зв'язок спостерігається з 12-ю метою забезпечення стійкого споживання та виробництва, що передбачає застосування комплексного набору заходів від підприємств, політиків, науковців і споживачів для забезпечення сталого виробництва та споживання на основі передових технологічних можливостей, ефективного використання ресурсів і зменшення обсягів відходів. Зіставлення завдань та індикаторів для 12-ї ЦСР в ЄС і в Україні дало змогу встановити їх відмінність за сутністю й економічним змістом. Ключовими завданнями країн ЄС у цьому напрямі ідентифіковано прискорення економічного зростання та поліпшення рівня якості життя населення від використання ресурсів, а також мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище завдяки збільшенню ступеня циркулярності виробництва, безпечному управлінню хімічними речовинами та переходу від використання вуглецевих енергоресурсів до сталого виробництва відновлюваних джерел енергії. В Україні акцент у досягненні 12-ї ЦСР, забезпечення відповідального споживання та виробництва зроблений лише на скороченні післязбиральних втрат у виробництві сільськогосподарської продукції та ефективному поводженні з відходами, що може досягатися зменшенням втрат продовольства у виробничо-збутових ланцюгах, зменшенням обсягів утворення відходів, збільшенням обсягу їх переробки та повторного використання. Спостерігається розуміння значущості впровадження відповідального споживання та виробництва, проте збалансоване врегулювання цього потребує певних зусиль, сфокусованих як на виробництві, так і на споживанні товарів (послуг).

2. Безпека споживання є складною, нечіткою та інституціонально невизначеною категорією, охоплює сукупність інститутів чотирьох сфер (довкілля, захист прав споживачів, технічне регулювання харчових і нехарчових товарів), кожна з яких характеризується своїм інституціональним базисом, модернізованим у процесі євроінтеграції. Істотні

позитивні законодавчі зміни в екологічному складникові безпеки споживання в Україні потребують підкріплення усвідомленням бізнесом необхідності імплементації ключових аспектів екологічної політики ЄС та впровадження принципів сталого виробництва. Без цього імплементація європейської практики захисту прав споживачів, директив та установ у вітчизняну соціально-економічну макросистему не дасть змоги забезпечити гідний захист споживачів через ментальні, організаційні та ресурсні особливості. Саме тому забезпечення безпеки споживання в контексті захисту прав споживачів має базуватися на власній моделі, заснованій на певному співвідношенні державного втручання та активній позиції асоціацій підприємств і громадянського середовища за умови наявності досконалого інституціонального базису та інфраструктури. Значний прогрес в імплементації європейської інституціональної бази безпечності харчових та продовольчих товарів (послуг) сприятиме розміщенню на ринку продукції, безпечної для споживачів, користувачів та навколишнього середовища. Дисгармонійність взаємозв'язку між окремими складниками безпеки споживання в єдиній системі, інституціями і нормативно-правовими актами є підставою подальшої модернізації інституціонального підґрунтя в напрямі гармонізації з вимогами Спільного доробку ЄС на подальших етапах процесу євроінтеграції.

3. Для побудови системно-динамічної моделі в роботі досліджені кількісні та якісні характеристики структури й обсягів споживання, масштаби та наслідки негативного впливу споживання товарів і послуг на довкілля, ризики для безпеки споживання. Завдяки проведеному структурно-компонентному аналізу встановлено: ірраціональність структури споживання в Україні, обумовлену обмеженістю ресурсів та недосконалістю споживчого кошика; домінування споживчих витрат і витрат на товари першої необхідності в загальній їх структурі; дуалістичність ефекту збільшення витрат населення на охорону здоров'я, освіту та культуру, пов'язану зі зменшенням загроз безпеці споживання та розширенням можливостей маніпулювання свідомістю споживачів; чітку кореляцію між темпами зміни обсягів споживання та ВВП, показниками безпеки споживання та продовольчої безпеки, фінансовою спроможністю та рівнем добробуту населення, обсягами утворених відходів у домогосподарствах та безпекою споживання.

4. Дуалістичність суб'єктно-об'єктних взаємовідносин у системі забезпечення безпеки споживання обумовила потребу в аналізі чинни-

ків впливу на безпеку споживання в коротко- і довгостроковій перспективі для країн ЄС і України. Компаративний аналіз повідомлень і подальших дій щодо небезпечної продукції в країнах ЄС на основі системи RAPEX покладений в основу ідентифікації найбільш активних країн, товарів, типів ризиків, причин, об'єктів та суб'єктів системи безпеки споживання. Виявлена недосконалість системи державного ринкового нагляду в Україні, зокрема оцінювання ефективності роботи за кількістю перевірок, створює загрози безпеці споживання в довгостроковій перспективі. Йдеться про неефективність оцінювання роботи за кількістю перевірок, чим обумовлена необхідність переходу до убезпечення споживання на основі аналізу та прогнозування потенційних ризиків і загроз, а також обміну цією інформацією з іншими країнами на основі взаємоузгодження розробленого інструментарію (ресурсу «Увага») з загальноєвропейською системою RAPEX.

РОЗДІЛ 3

МЕТОДОЛОГІЯ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ЗМІЦНЕННЯ БЕЗПЕКИ СПОЖИВАННЯ В УКРАЇНІ В ДИНАМІЧНОМУ ВИМІРІ

3.1. Теоретико-методологічні підходи до ідентифікації та оцінювання загроз безпеці споживання

Ураховуючи складність, багатооб'єктність і суб'єктність системи забезпечення безпеки споживання (СЗБС), значну кількість чинників впливу, визначення її рівня безпеки потребує ідентифікації критеріїв визначення загроз, ризиків та показників стану СЗБС, раціональної сукупності індикаторів безпеки та розроблення методики їх оцінювання.

До індикаторів безпеки споживання належать нормативні показники, які у кількісній формі відображають загрози безпеці споживання, мають високу чутливість і гнучкість щодо попередження споживачів про небезпеки у зв'язку зі зміною інституціонального базису, агресивної дії виробників і трейдерів не відокремлено, а у взаємодії між собою.

Відповідно до цього, вибір критеріїв та індикаторів безпеки споживання, які адекватно відображають реальний стан безпеки споживання, є важливим завданням аналізу, оцінювання й управління системою забезпечення безпеки споживання на основі вимірювання і прогнозування безпеки у певному часовому діапазоні під впливом визначених факторів. Сукупність індикаторів оцінювання системи безпеки споживання визначимо на основі ідентифікації загроз і ризиків. Аналіз законодавчого базису національної, у тому числі економічної безпеки держави (Закон України «Про національну безпеку України» [91], Стратегія національної безпеки України [92]), показує, що забезпечення безпеки споживання на сучасному етапі взагалі недостатньо повно розглядається як реальна чи потенційна загроза. Згадка про загрози лише опосередковано міститься в п. 3.4 Стратегії національної безпеки України – Економічна криза, виснаження фінансових ресурсів держави, зниження рівня життя населення (зменшення добробуту домогосподарств та зростання рівня безробіття) та п. 3.9 – Загрози екологічній безпеці (надмірний антропогенний вплив і високий рівень техногенного навантаження на територію України, значний обсяг відходів виробництва та споживання і неналежний рівень їх вторинного використання, переробки та утилізації) [92].

Як і для продовольчої безпеки держави, загрозами безпеці споживання П. Бощевський і Л. Дейнеко визначають сукупність умов

і чинників, які створюють небезпеку життєвоважливим інтересам економічних, політичних, соціальних суб'єктів, порушують процес відтворення, погіршують досягнутий рівень якості життя населення, загострюють соціальне напруження в суспільстві та негативно впливають на імідж країни у світі, виникають з протиріч економічних інтересів різних суб'єктів, які взаємодіють як всередині, так і ззовні соціально-економічної системи, та визначають зміст і напрями діяльності із забезпечення безпеки [274].

У нашому дослідженні сукупність загроз безпеці споживання будемо розглядати за окремими функціональними складниками безпеки споживання: соціальним, економічним, навколишнім середовищем, продовольчим, зовнішньоекономічним та науково-технологічним. Ці загрози виникають внаслідок дисгармонійності інтересів різних суб'єктів процесу споживання товарів (людина, суспільство, бізнес, держава, громадськість), які взаємодіють як всередині національної макросистеми, так і з зовнішніми мета- та мегасистемами в умовах глобальної економічної інтеграції. Підкреслимо, що значна їх кількість обумовлена недосконалістю інституціонального базису, особливо в умовах євроінтеграційного процесу, неефективністю системи державного регулювання, оподаткування та стимулювання, що посилює деструктивні тенденції в сфері виробництва, обігу та споживання товарів (послуг).

Істотні загрози для безпеки споживання виникають у соціально-гуманітарній сфері, адже постійне зниження рівня життя населення, освіти, культури та загострення соціального напруження, поряд з перенасиченням вітчизняними й зарубіжними небезпечними товарами меншої ціни, обумовлює зростаючі загрози для населення, які тісно пов'язані з економічними та інформаційними загрозами, тому що підвищення рівня якості життя залежить від економічного зростання, а більша інформованість зменшує ризики споживання небезпечних товарів.

Загрози екологічній безпеці в контексті безпеки споживання є найбільш небезпечними, оскільки безпосередньо впливають на життя та здоров'я людей. Унаслідок незадовільного поточного стану довкілля знижуються корисні властивості товарів, втрачається їх функціональна цінність, здатність до тривалого зберігання та посилюється загроза безпеки для здоров'я людини [275].

Зовнішньоекономічний складник безпеки споживання заснований на неконтрольованості експорту та імпорту агропродовольчої і харчо-

вої продукції; негативному впливі змін кон'юнктури світового ринку продовольства; перенасиченості пропозиції імпортованими товарами. Продовольчі товари стають вагомим важелем політичного та економічного тиску в міжнародних відносинах.

Посилення залежності за окремими видами продуктів харчування від імпорту аж до критичного рівня, недостатній контроль з боку держави і громадського середовища над безпекою та якістю продуктів, низька екологічність продуктів харчування й якість імпортованих харчових продуктів створюють істотні загрози продовольчому складнику безпеки споживання.

Загрози в науково-технологічному сенсі є наслідком низького рівня інноваційності і технологічності та надмірної ресурсовитратності економіки, недостатньої державної та регіональної підтримки українських виробників. Цим обумовлена кардинальна трансформація системи забезпечення безпеки споживання. З урахуванням цього індикатори безпеки споживання оберемо за окремими функціональними складниками: соціальному, економічному, охорони довкілля, продовольчому, зовнішньо-економічному та науково-технологічному (додаток К, табл. К1).

До індикаторів соціального складника безпеки споживання зараховано показники, які характеризують: тривалість життя та смертність населення, рівень харчування, проживання, захворюваності, освіти та культури, зайнятості та безробіття, а також умов праці. Тривалість життя та коефіцієнт смертності залежать від умов життя населення, якості харчування, задоволення життям, що визначається споживчими цінностями. Очікувана тривалість життя щорічно збільшується з 70,44 років у 2010 р. до 71,76 років у 2018 рр., а коефіцієнт смертності на 100 тис. населення коливається у діапазоні від 1454 до 1522,2.

Дестимулятори (кількість уперше зареєстрованих захворювань на одиницю населення; частка витрат на охорону здоров'я; частка працівників, які працюють в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам) відображають рівень і якість медичних послуг та становлять істотні загрози для безпеки споживання. Значення першого показника коливається з 0,7197 до 0,7226 у 2011 р., після чого спостерігається його зменшення до 0,5918 у 2014 р. та поетапне збільшення до 0,633 у 2018 р. Частка витрат на охорону здоров'я в структурі витрат домогосподарств щорічно зростає (з 3,2% у 2010 р. до 4,0% у 2018 р.), що може свідчити про погіршення стану здоров'я населення, зменшення їх доходів та зростання цін на медичне обслуговування. Ці індика-

тори відображають стан здоров'я нації, формування нездорового покоління та втрату трудового потенціалу.

Для дослідження системи безпеки споживання обов'язково потрібно враховувати освітні індикатори (чистий показник охоплення дошкільними навчальними закладами дітей віком 3–5 років; охоплення загальною середньою освітою; частка витрат на освіту в структурі сукупних витрат домогосподарств; частка осіб із вищою освітою серед населення старше 22 років), оскільки саме вони визначають рівень інтелектуального потенціалу населення, а отже, здатність свідомо та виважено підходити до обрання товарів і послуг для споживання. Стимулятори охоплення освітою зростають (дошкільними навчальними закладами – з 53% у 2010 р. до 58% у 2018 р. з піком 61% у 2013р.; загальною середньою освітою – з 79,8% у 2010 р. до 81,1% у 2018 р. з піком 83% у 2013 р.), а частка витрат на освіту в структурі витрат домогосподарств зменшується з 1,3% у 2010 р. до 1,0% у 2018 р. (див. додаток К, табл. К1). Незважаючи на зростання частки осіб із вищою освітою з 22,7% у 2010 р. до 27,3% у 2018 р., спостерігаються диспропорції в неузгодженості змісту вищої освіти з потребами ринку праці, що зумовлює виникнення проблем: високий рівень трудової неактивності та безробіття серед осіб з вищою освітою; структурні дисбаланси на ринку праці; невідповідність якості підготовки фахівців потребам роботодавців [286, с. 2–3].

Вагоме значення в дослідженні соціального складника системи безпеки споживання мають показники-стимулятори культурного рівня населення – відвідуваність населенням закладів культури та частка витрат на відпочинок і культуру в структурі сукупних витрат домогосподарств. Зниження цих показників є істотною загрозою для безпеки споживання, оскільки призводить до зростання рівня неграмотності, низького культурного та духовного розвитку населення, що дає змогу маніпулювати свідомістю споживачів під час вибору товарів (послуг). Відвідуваність закладів культури у 2010–2012 рр. зростала, але у 2013–2014 рр. зменшувалася. До 2018 р. цей показник зростав до 64 відвідувань на 100 осіб. Обсяги витрат на відпочинок і культуру протягом 2010–2018 рр. коливаються в діапазоні 1,4–2,1% від сукупних витрат домогосподарств.

Не менш важливими для дослідження є індикатори ринку праці, зайнятості та професіоналізму населення (показники-дестимулятори – рівень безробіття та рівень тривалого безробіття; показники-стиму-

лятори – рівень зайнятості, частка професіоналів і фахівців серед зайнятих), негативна зміна яких призводить до зниження рівня життя, погіршення матеріального становища, поширення бідності, зниження підприємницької ініціативи, що істотно знижує споживчі можливості та вподобання населення і, отже, відображається на безпеці споживання. Рівень безробіття має тенденцію до зменшення з 8,1% у 2010 р. до 7,2% у 2013 р., зростання через кризові явища у 2014 р. до 9,3% і стрибкоподібної зміни до 8,8% у 2018 р. Рівень тривалого безробіття досягає найбільших значень у 2017 р. – 26,7% порівняно з 23,6% у 2010 р. та 21,6% у 2018 р. У 2014 р. зросла частка професіоналів і фахівців серед зайнятого населення з 26,15% до 29,39% і збереглася до 2018 р. на тому ж рівні.

Безпека споживання значною мірою визначається структурою витрат домогосподарств, особливо їх часткою на продукти харчування, безалкогольні напої, житло, воду, електроенергію, газ та інші життєво необхідні статті витрат, збільшення яких призводить до погіршення соціального самопочуття, матеріального становища, поширення бідності. Незважаючи на позитивну тенденцію зменшення витрат на продукти харчування з 51,6% у 2010 р. до 47,7% у 2018 р. з піком 53,1% у 2015 р. значно зросли житлово-комунальні витрати (з 9,2–9,4% у 2010–2014 рр. до 16% у 2016 р.), що обумовлено зміною вартості газу та державною системою компенсації витрат за послуги житлово-комунального господарства.

Для точнішого відображення економічного складника системи забезпечення безпеки споживання до індикаторів зараховано макроекономічні показники, характеристики економічної активності населення та зарплати, а також ключові групи видатків зведеного державного бюджету України.

Для врахування інфляційних процесів, змін загального рівня цін на товари (послуги) для невиробничого споживання, що також впливає на безпеку споживання, індикатори доповнено індексом споживчих цін, який з позитивною тенденцією у 2010–2012 рр. до зменшення у 2013–2015 рр. у зв'язку з кризовими процесами зростав і, починаючи з 2016 р., знизився до 109,8 у 2018 р. Подібна тенденція властива і динаміці зміни індексу реальної заробітної плати, який відображає відношення зміни номінальної заробітної плати до індексу споживчих цін (індексу інфляції), і до 2012 р. знаходився на рівні 111, а упродовж

2013–2015 рр. знижувався з 106,7 до 90,1, у 2016–2017 рр. знаходився в інтервалі 111,6–118,9 та знизився у 2018 р. до 109,7.

Покращується ситуація з населенням, яке має дохід нижчий за прожитковий мінімум (частка зменшується з 8,6% до 1,3%). Зазначимо, що ця позитивна тенденція відображається лише в статистичних показниках, адже реальний прожитковий мінімум значно вищий від законодавчо встановленого, а середня заробітна плата його значно перевищує, про що свідчить зростання відношення середньомісячної номінальної зарплати до прожиткового мінімуму (з 2,651 у 2010 р. до 4,810 у 2018 р.). При цьому знижується економічна активність населення у віці 15–75 років з 63,7% у 2010 р. до 62,6% у 2018 р. з екстремумом 65% у 2013 р. Співвідношення грошових доходів 10% найбільше та найменше забезпеченого населення протягом 2010–2016 рр. має позитивну тенденцію до зменшення з 5,9 до 4,9%, а з 2017 р. збільшується до 6%. Означені тенденції за умови подальшої негативної динаміки спричинять люмпенізацію, погіршення якості життя населення, що обумовлює істотні загрози безпеці споживання товарів (послуг).

Такі показники-стимулятори, як частка видатків зведеного бюджету на охорону здоров'я та освіту визначають загальнонаціональний рівень здоров'я та грамотності населення, його духовного розвитку та освіченості і, отже, впливають на безпеку споживання. Динаміці цих показників властива негативна тенденція до зменшення: витрати на охорону здоров'я коливаються у межах 3,1–4,23% з мінімальними значеннями 3,4% у 2016 р.; 3,1% у 2017 р.; 3,5% у 2018 р. Частка витрат на освіту знижується з 8,4% у 2010 р. до 5,4% у 2016 р. і зростає до 6% у 2017 р. та 5,9% у 2018 р.

Не менш важлива для забезпечення безпеки споживання товарів (послуг) екологічна безпека, а саме в контексті предмета дослідження оцінювання стану повітря, води, землі, наявність у них шкідливих речовин, концентрація відходів, що в довгостроковій перспективі негативно вплине на здоров'я майбутніх поколінь. Саме тому перелік індикаторів складника охорони довкілля доповнено дестимулятором – обсяги утворених відходів та стимуляторами – частка утилізованих відходів 1–3 класу небезпеки та маса утилізованих побутових відходів у розрахунку на одну особу. Динаміка зміни першого показника характеризується тенденцією до збільшення у 2010–2013 рр. з 9285 до 9837 кг на одну особу в умовах зростання обсягів промислового виробництва, а у 2016 р. зменшується до 6933,5 кг унаслідок рецесії економіки та зро-

стає у 2018 р. до 8335 кг на одну особу. Незважаючи на введення в дію сміттєпереробних виробництв і часткове впровадження роздільного збирання та сортування побутових відходів, спостерігається негативна тенденція зменшення обсягів утилізованих відходів (частка утилізованих відходів 1–3 класу знижується з 0,441% у 2010 р. до 0,267% у 2018 р.; обсяги утилізованих відходів знизилися з 1,7 кг на одну особу у 2010 р. до 0,4 кг на особу у 2018 р.).

Поводження споживачів з питною водою протягом останнього десятиріччя щодо її забруднення після скидання у водні об'єкти знаходиться на одному рівні – 0,16–0,22%, а для обсягів шкідливих речовин, які надходять в атмосферне повітря, властива позитивна динаміка до зменшення (0,145 т на одну особу у 2010 р., 0,091 т на одну особу у 2018 р.). Вірогідно, це пов'язано з модернізацією виробництв, поступовим впровадженням підприємствами очисних споруд, переходом до електротранспорту зі зменшенням викидів CO₂.

Безпечність харчової продукції значною мірою залежить від стану сільськогосподарських угідь, якість яких поліпшується з обробленням мінеральними та органічними добривами, частка площ яких за даними індикаторів зростає. Істотний негативний вплив на довкілля чинять атомні, теплові та гідроелектростанції, при цьому спостерігається позитивна тенденція до збільшення обсягів альтернативних джерел електроенергії (вітро-, сонячної, біо-) з 2% у 2010 р. до 5,4% у 2019 р. до загального обсягу виробництва електроенергії.

Для відображення стану продовольчого складника безпеки споживання використано показники, рекомендовані Методичними рекомендаціями щодо розрахунку рівня економічної безпеки України [111], а саме: добова калорійність харчування людини; співвідношення обсягів виробництва та споживання м'яса, молока, яєць, олії, цукру, картоплі та інших овочів; обсяги виробництва зерна, рівень запасів зернових культур та частка продажу імпортованих продовольчих товарів через торговельні мережі. Загалом зміна індикаторів має позитивну динаміку з незначним спадом у 2013 р. З 2015 р. спостерігається тенденція до зменшення добової калорійності харчування людини (з 2939 ккал на одну особу у 2014 р. до 2707 ккал на одну особу у 2018р.). Звернемо увагу на негативну тенденцію до збільшення такого показника-дестимулятора, як частка продажу імпортованих продовольчих товарів через торговельні мережі (з 11,8% у 2010 р. до 18,6% у 2018 р.), що в умовах недосконалості інституціонального базису технічного регулювання ха-

рчової продукції створює ризики і значні загрози для безпеки споживання, оскільки зростають ризики споживання небезпечних продуктів.

До індикаторів зовнішньоекономічного складника системи забезпечення безпеки споживання, яка обумовлює вагомі ризики перенасичення вітчизняного ринку імпортом нормативно допустимих, але низької якості товарів, зарахуємо показники-стимулятори (відкритість економіки; коефіцієнт покриття експортом імпорту; індекс умов торгівлі), а також показники-дестимулятори (частка провідної країни-партнера у загальному обсязі імпорту (експорту); частка імпорту в обсязі споживання). На ці індикатори негативно вплинула суспільно-політична криза 2012–2013 рр., а також воєнна агресія РФ і пов'язані з нею торговельні війни, які призвели до знецінення національної валюти, зміни структури та обсягів зовнішньої торгівлі, переорієнтації з ринку РФ на ринки країн-членів ЄС.

Негативна тенденція простежується для динаміки зміни показників науково-технологічного складника, який відображає відносно низький рівень інноваційності підприємств та сировинний характер економіки. Незважаючи на зростання кількості інноваційних підприємств (з 11,5% у 2010 р. до 15,6% у 2018 р.), їх інноваційна активність залишається недостатньою (частка інноваційної продукції в обсязі виробництва знизилася з 3,8% у 2010 р. до 0,8% у 2018 р.). Позитивним є щорічне збільшення кількості маловідходних і ресурсозберігаючих технологій (з 479 од. у 2010 р. до 926 од. у 2018 р.), що відображає усвідомлення бізнесом необхідності заощадження ресурсів та збереження довкілля у довгостроковій перспективі, а отже, опосередковано сприяє зміцненню безпеки споживання.

Іншим важливим з погляду на безпеку споживання товарів (послуг) індикатором є індекс інвестиційної сприятливості бізнес-середовища, який відображає стан бізнес-клімату за експертними оцінками керівників компаній-членів Європейської бізнес-асоціації (ЄБА), які оцінюють інвестиційний клімат з погляду на тріаду «ретроспекція – діагноз – проспекція», де ретроспекція – аналіз поточного стану порівняно з тим, який був півроку тому; діагноз – оцінювання поточного стану інвестиційного клімату; проспекція – безпосередній прогноз стану інвестиційного клімату на наступні півроку. Тенденція зміни цього показника має спадний характер до 2013 р. (з 3,28 до 1,81) і щорічне зростання до 3,07 упродовж 2013–2018 рр. До основних чинників, які не сприяють поліпшенню бізнес-середовища, експерти зараховують де-

кларативність та відсутність реальних дій щодо реформування економіки, а також відсутність реальної боротьби з корупцією.

Подібний тренд має інший важливий індикатор науково-технологічного складника безпеки споживання – частка продукції, що була реалізована на конкурентних ринках країни (знаходилася на рівні 49–50% у 2010–2012 рр., досягла мінімальних значень у 2013 р. – 46% та у 2015 р. – 42% і зросла до 51% у 2018 р.) Зростання цього показника позитивно відображається на якості продукції, оскільки саме в конкурентних умовах ринок отримує найкращі і безпечні для споживача товари (послуги).

Аналіз сутнісних характеристик індикаторів окремих складників безпеки споживання дає підстави для висновку про досить низький її рівень. Можна констатувати, що в пікові періоди соціально-економічних і політичних криз спостерігається погіршення індикаторів економічного, продовольчого, зовнішньоекономічного складників безпеки споживання. Динаміка зміни індикаторів соціального складника має певний період затримки, що загалом негативно відображається на життєдіяльності людини і знижує рівень безпеки споживання в країні. Починаючи з 2016 р., рівень безпеки споживання за багатьма показниками дещо поліпшився, проте є досить низьким за напрямками, що формують соціальні основи існування людини (умови життя, праці, здоров'я, життєдіяльності), тобто підґрунтя для безпеки споживання у довготривалому періоді. Для аналізу та прогнозування цих процесів у динаміці потрібно розробити комплексні показники за кожною складовою системи безпеки споживання та інтегральний.

На наступному етапі дослідження проаналізуємо зміну рівня безпеки споживання в динаміці за допомогою методу таксономії для впорядкування багатовимірної сукупності показників відносно нормативного вектора-еталона. Використання методу таксономії допоможе «згорнути» багатовимірний статистичний масив індикаторів за кожним складником безпеки споживання у часі та просторі в єдине кількісне, тобто інтегральне оцінювання рівня безпеки споживання для підвищення ефективності управління нею.

Для розрахунків модифікуємо запропонований О. Іляш науково-методичний підхід [113] (рис. 3.1). Інформаційною базою для таксономічного аналізу є множина індикаторів безпеки споживання за визначеними шістьма складниками (соціальний, економічний, охорони довкілля, продовольчий, зовнішньоекономічний, науково-технологічний) у 2010–2018 рр. (див. додаток К, табл. К1).



Рис. 3.1. Структурно-логічна побудова таксономічного аналізу безпеки споживання

Модифіковано за [113, с. 294].

Для побудови таксономічного показника застосуємо транспоновані матриці, елементами яких будуть фактори впливу (C_1, C_2, \dots, C_{p_k} ; p_k – кількість факторів матриці $Y^{(k)}$, $k=1,2,\dots,7$), а об'єктами дослідження – 2010–2018 рр. (G_1, G_2, \dots, G_n , $n = 9$), з отриманням шести матриць за кожною складовою та сьомої – за всіма складовими водночас:

$$Y^{(k)} = \begin{pmatrix} y_{11}^{(k)} & y_{12}^{(k)} & \dots & y_{1p_k}^{(k)} \\ y_{21}^{(k)} & y_{22}^{(k)} & \dots & y_{2p_k}^{(k)} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ y_{n1}^{(k)} & y_{n2}^{(k)} & \dots & y_{np_k}^{(k)} \end{pmatrix}, \quad (k = \overline{1,7}). \quad (3.1)$$

Стандартизуємо отримані матриці для нівелювання різними одиницями виміру індикаторів:

$$x_{ij}^{(k)} = \frac{y_{ij}^{(k)} - y_j^{-(k)}}{\tilde{\sigma}_j^{(k)}}, \quad i = \overline{1, n}; \quad j = \overline{1, p_k}; \quad k = \overline{1, 7}), \quad (3.2)$$

де $\bar{y}_j^{(k)} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n y_{ij}^{(k)}$ – середні значення для j -ї ознаки;

$\bar{\sigma}_j^{(k)} = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n \left(y_{ij}^{(k)} - \bar{y}_j^{(k)} \right)^2}$ – стандартні відхилення для j -ї ознаки.

Побудова показника ефективності використання полягає у визначенні елементів матриці спостережень та їх стандартизації, після чого здійснюється диференціація ознак.

На наступному етапі для кожної матриці з урахуванням поділу індикаторів на стимулятори та дестимулятори (див. додаток К, табл. К1) визначимо вектори-еталони розвитку системи :

$$\bar{z}^{(k)} = \begin{cases} \max_{1 \leq i \leq n} y_{ij}^{(k)}, & \text{якщо ознака } C_j \text{ – стимулятор;} \\ \min_{1 \leq i \leq n} y_{ij}^{(k)}, & \text{якщо } C_j \text{ – дестимулятор.} \end{cases}$$

Кожний об'єкт $G_i^{(k)}$ у матрицях $X^{(k)}$ можна розглядати як вектор з p_k координатами $G_i^{(k)} = (x_{i1}^{(k)}, x_{i2}^{(k)}, \dots, x_{ip_k}^{(k)})$, а відстані між кожним із векторів $G_i^{(k)} (1 \leq i \leq n)$ та вектором-еталоном $\bar{z}^{(k)}$ – визначати як евклідові відстані між точками p_k -вимірного простору:

$$c_{i0}^{(k)} = \sqrt{\sum_{j=1}^{p_k} \left(x_{ij}^{(k)} - \bar{z}_j^{(k)} \right)^2}, \quad (i = \overline{1, n}) \quad (3.3)$$

Для кожної з підсистем $G_i^{(k)} (i = \overline{1, n}; j = \overline{1, p_k}; k = \overline{1, 7})$ визначимо спочатку допоміжні величини $\bar{c}_0^{(k)}, S_0^{(k)}, c_0^{(k)}$:

$$\bar{c}_0^{(k)} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n c_{i0}^{(k)}; \quad (3.4)$$

$$S_0^{(k)} = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n \left(c_{i0}^{(k)} - \bar{c}_0^{(k)} \right)^2}; \quad (3.5)$$

$$c_0^{(k)} = \bar{c}_0^{(k)} + 3S_0^{(k)}, \quad (3.6)$$

а потім коефіцієнти $d_i^{(k)}$ рівня розвитку складових системи безпеки споживання:

$$d_i^{(k)} = 1 - \frac{c_{i0}^{(k)}}{c_0^{(k)}}. \quad (3.7)$$

Через поширення на практиці нормального розподілу для знаходження $c_0^{(k)}$ використано «правило трьох сигм», яке забезпечує практично нульову ймовірність того, що коефіцієнти $d_i^{(k)}$ не потраплять у проміжок від 0 до 1.

Розраховані таксономічні показники $d_i^{(k)}$ (табл. 3.1, рис. 3.2, 3.3) є кількісними характеристиками, які відображають напрям зміни і масштаби впливу сукупності індикаторів на рівень розвитку безпеки споживання в Україні, причому чим більше $d_i^{(k)}$ наближається до 1, тим вищий рівень розвитку безпеки споживання. Завдяки отриманим показникам з'являється можливість оперувати одним напрямом і масштабом змін у процесах, що представлені значною сукупністю індикаторів безпеки споживання.

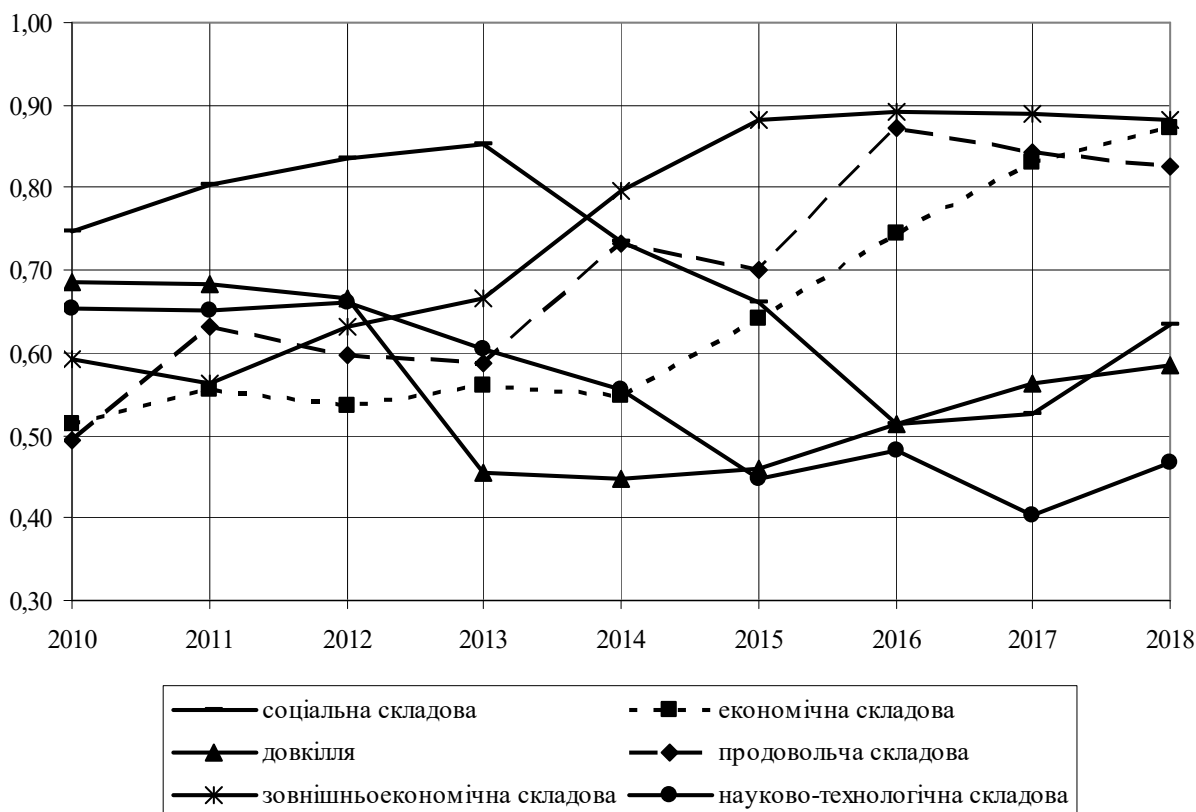


Рис. 3.2. Динаміка зміни таксономічних показників безпеки споживання за функціональними складовими (2010–2018)

Розраховано та складено автором.

Аналізуючи отримані результати розрахунків, зазначимо, що соціальний складник безпеки споживання до 2013 р. зростає, можливо, за рахунок «запасу міцності», сформованому до кризового 2012 р., після цього спостерігаємо негативну тенденцію до зниження і лише в 2018 р. незначне збільшення за цією функціональною складовою. Негативний вплив створює істотні ризики для безпеки споживання, пов'язані з депопуляцією населення, погіршенням стану здоров'я, якості освіти, еміграції економічно активного населення, що в довгостроковій перспективі негативно впливатиме на демографічний та соціальний потенціал країни.

Таблиця 3.1

Результати таксономічного аналізу безпеки споживання

Роки	Функціональні складники безпеки споживання												Загалом по всій системі безпеки спо- живання	
	соціальний		економічний		охорони довкілля		продовольчий		зовнішньо- економічний		науково- технічний			
	$c_{i0}^{(1)}$	$d_i^{(1)}$	$c_{i0}^{(2)}$	$d_i^{(2)}$	$c_{i0}^{(3)}$	$d_i^{(3)}$	$c_{i0}^{(4)}$	$d_i^{(4)}$	$c_{i0}^{(5)}$	$d_i^{(5)}$	$c_{i0}^{(6)}$	$d_i^{(6)}$	$c_{i0}^{(7)}$	$d_i^{(7)}$
2010	0,470	0,746	1,871	0,514	1,551	0,686	1,483	0,495	1,458	0,592	0,851	0,655	3,433	0,299
2011	0,362	0,804	1,711	0,556	1,558	0,684	1,078	0,632	1,558	0,564	0,862	0,650	3,219	0,343
2012	0,306	0,834	1,791	0,535	1,650	0,666	1,178	0,598	1,315	0,632	0,837	0,660	3,211	0,345
2013	0,271	0,853	1,693	0,560	2,693	0,454	1,209	0,588	1,192	0,666	0,977	0,604	3,798	0,225
2014	0,491	0,734	1,743	0,547	2,731	0,447	0,786	0,732	0,729	0,796	1,094	0,556	3,702	0,244
2015	0,625	0,662	1,383	0,641	2,673	0,458	0,877	0,701	0,424	0,881	1,366	0,446	3,620	0,261
2016	0,900	0,513	0,982	0,745	2,394	0,515	0,377	0,871	0,385	0,892	1,280	0,481	3,217	0,343
2017	0,876	0,526	0,654	0,830	2,161	0,562	0,460	0,843	0,396	0,889	1,475	0,402	3,029	0,382
2018	0,678	0,633	0,488	0,873	2,048	0,585	0,509	0,826	0,418	0,883	1,315	0,467	2,771	0,434
$\overline{c_0}^{(k)}$	0,553		1,368		2,162		0,884		0,875		1,118		3,333	
$S_0^{(k)}$	0,648		1,241		1,387		1,025		1,348		0,674		0,783	
$c_0^{(k)}$	1,848		3,850		4,936		2,934		3,571		2,466		4,900	

Розраховано автором.

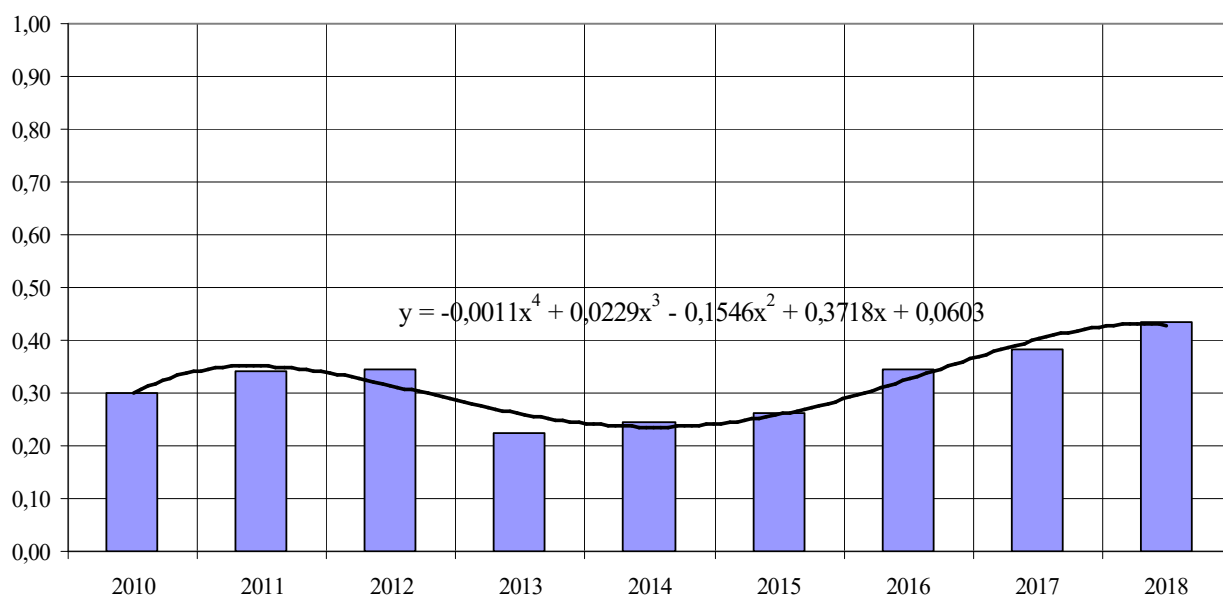


Рис. 3.3. Динаміка зміни таксономічного показника безпеки споживання України (2010–2018)

Розраховано та складено автором.

Економічний складник безпеки споживання у 2010–2014 рр. коливався у діапазоні 0,514–0,560, після чого спостерігалось його збільшення до 0,873 у 2018 р., чому сприяло зростання обсягів ВВП у розрахунку на одну особу, зниження індексу споживчих цін, збільшення середньомісячної номінальної заробітної плати та індексу реальної заробітної плати. Разом з тим посилювалися загрози для безпеки споживання, пов'язані зі зменшенням бюджетних видатків на освіту, науку, медицину, збільшилася дистанція між найбільш та найменш забезпеченим населенням, що негативно відобразилося на добробуті та якості життя населення.

Істотне зниження показника охорони довкілля з 0,686 до 0,454 спостерігалось у 2013 р., проте, починаючи з 2014 р., відбувається щорічне зростання завдяки зменшенню обсягів виробництва і, відповідно, викидів шкідливих речовин в атмосферу, збільшенню обсягів генерування джерел альтернативної електроенергії, сільськогосподарських угідь, оброблених засобами захисту рослин, а головне – завдяки усвідомленню керівниками господарських суб'єктів необхідності впровадження ресурсоефективних та екологічнобезпечних технологій. Серйозними загрозами для складника охорони довкілля в зміцненні безпеки споживання залишаються підвищення середньорічної температури, забруднення водного басейну, перевантаження ґрунту неорганічними сполуками. Подальше продовження позитивної динаміки сприятиме створенню передумов зміцнення безпеки споживання товарів (послуг).

Для продовольчого складника процесу безпеки споживання властива чітка тенденція до зростання протягом 2010–2018 рр., обумовлена потужним агропромисловим потенціалом України. Подібна тенденція властива й зовнішньоекономічному складнику безпеки споживання, зростання якого загальмувалося в 2018–2020 рр. через структурні зміни в зовнішній торгівлі. Загрозами в цих сферах можуть стати імпорتنі інтервенції і перенасичення внутрішнього ринку дешевими імпортними продовольчими товарами та можливе відкриття ринку земельних ресурсів для іноземних інвесторів.

Вагомий спад упродовж 2012–2020 рр. спостерігається для науково-технологічного складника безпеки споживання, обумовлений зменшенням бюджетних витрат на науково-технологічну сферу, зменшенням кількості інноваційних підприємств, обсягів високотехнологічної продукції, еміграцією науковців і висококваліфікованих кадрів. У цих умовах посилюються загрози закріплення сировинного характеру вітчизняної економіки, неспроможності забезпечувати переробку продукції із зростанням доданої вартості, що негативно відобразиться на безпеці споживання в довгостроковому періоді.

За інтегральним таксономічним показником рівень безпеки споживання в Україні досягає мінімального значення у 2013 р. (0,225), а потім поступово зростає за поліноміальною залежністю до 0,434 у 2018 р. (див. рис. 3.3). Незважаючи на негативні тенденції його зміни, важливо встановити взаємозв'язок між окремими функціональними складниками безпеки споживання, а також їх вплив на розвиток системи взагалі. Для цього визначимо кореляцію між факторними ознаками та матрицю часткових коефіцієнтів кореляції:

$$R = \begin{pmatrix} 1 & -0,814 & 0,230 & -0,848 & -0,839 & 0,859 & -0,479 \\ -0,814 & 1 & -0,157 & 0,858 & 0,799 & -0,845 & 0,715 \\ 0,230 & -0,157 & 1 & -0,395 & -0,610 & 0,528 & 0,541 \\ -0,848 & 0,858 & -0,395 & 1 & 0,882 & -0,850 & 0,501 \\ -0,839 & 0,799 & -0,610 & 0,882 & 1 & -0,956 & 0,261 \\ 0,859 & -0,485 & 0,528 & -0,850 & -0,956 & 1 & 0,309 \\ -0,479 & 0,715 & 0,541 & 0,501 & 0,261 & 0,309 & 1 \end{pmatrix}. \quad (3.8)$$

Як бачимо, існує слабкий кореляційний зв'язок складника охорони довкілля безпеки споживання з економічним і соціальним складниками, а також незначний зв'язок показників інтегрального ($d_i^{(7)}$) із зов-

нішньоекономічним ($d_i^{(5)}$) та науково-технологічним ($d_i^{(6)}$) складниками, але нехтування цим зв'язком у рівнянні регресії не можна.

Побудуємо множинну лінійну регресійну залежність інтегрального таксономічного показника від показників функціональних складників (табл. 3.3):

$$y = -0,777 + 0,194x_1 + 0,316x_2 + 0,600x_3 + 0,205x_4 + 0,239x_5 + 0,176x_6, \quad (3.9)$$

де y – інтегральний показник розвитку безпеки споживання;

x_1, x_2, \dots, x_6 – показники функціональних складників процесу безпеки споживання.

Статистична значущість регресійної залежності підтверджується значенням коефіцієнта детермінації – 0,999 та критерію Фішера – 0,00046.

Отримані результати показують, що найістотніше на безпеку споживання впливають складники охорони довкілля (коефіцієнт регресії 0,5996) та економічний (коефіцієнт регресії 0,3155), найменше впливають науково-технологічний (коефіцієнт регресії 0,1763) та соціальний (коефіцієнт регресії 0,1940) складники (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Параметри регресійної моделі залежності інтегрального показника безпеки споживання та функціональних складників

	Коефіцієнти	Стандартна похибка	t-статистика	P-значення
Y-перетинання	-0,7769	0,0292	-26,5953	0,0014
Змінна X_1	0,1940	0,0133	14,5990	0,0047
Змінна X_2	0,3155	0,0135	23,3777	0,0018
Змінна X_3	0,5996	0,0135	44,4353	0,0005
Змінна X_4	0,2053	0,0132	15,5906	0,0041
Змінна X_5	0,2389	0,0202	11,8236	0,0071
Змінна X_6	0,1763	0,0266	6,6387	0,0219

Розраховано автором.

Таким чином, за допомогою таксономічного аналізу безпеки споживання запропоновано метод оцінювання її стану в Україні на основі індикаторів за шістьма функціональними складниками (економічним, соціальним, охорони довкілля, продовольчим, зовнішньоекономічним, науково-технічним). За отриманими результатами у 2010–2018 рр. спостерігався низький рівень розвитку безпеки споживання, найбільш значущими показниками визначені показники охорони довкілля та економічний. Отримана регресійна залежність дає змогу здійснювати

систематичне оцінювання та прогнозування динаміки стану розвитку безпеки споживання в Україні та її регіонах.

3.2. Системно-динамічне моделювання причинно-наслідкових зв'язків безпеки споживання в умовах глобальних викликів

Обґрунтування стратегічних пріоритетів і системи засобів впливу на кількісні й якісні параметри споживання товарів (послуг), нейтралізація негативного впливу наслідків вимог високотехнологічного виробництва та продукції на здоров'я людини і стан довкілля, а також удосконалення системи державного регулювання в контексті забезпечення споживання потребують розроблення узагальнюючої моделі безпеки споживання в глобальному середовищі. Як показано в підрозділі 1.2, безпека споживання розглядається не як наслідок, а як процес, зумовлений значною кількістю підсистем і факторів (довкілля; рівень якості життя населення; промисловий сектор; маркетингова активність трейдерів; інституціональний базис тощо), які перебувають у динамічному розвитку. Окреслимо сутнісні характеристики безпеки з урахуванням методології дослідження систем Дж. О'Коннора та Й. Макдермотта [152], системно-динамічного моделювання Дж. Форрестера [153] та нечіткої логіки Л. Заде [154–157].

Як зазначалося вище, середовище споживання є динамічно змінною системою, яка складається із сукупності підсистем і елементів (виробники; споживачі; органи державного управління та місцевого самоврядування; громадські об'єднання; незалежні експертні організації) з відповідною структурою. Динамічна змінність системи пов'язана зі зміною міцності, якості та характеру прямих чи прихованих зв'язків елементів. Структурна побудова системи та взаємозв'язки підсистем (елементів) інколи є невизначеними і нечіткими, що ускладнює встановлення наслідків їхньої взаємодії.

У процесі зміцнення безпечності споживання товарів (послуг) за умови впливу на систему чи окремі її елементи (погляди споживача, технологічний процес виробництва, регуляторні дії) спостерігатиметься значна кумулятивна протидія. При цьому внаслідок управлінських впливів виникає зворотний зв'язок: посилюючий (посилення початкового стану); балансуєчий (відновлення втраченої рівноваги); випереджуючий (передбачення майбутнього). Зміни у складній динамічній системі викликатимуть причинно-наслідкові зв'язки, відокремлені в часовому періоді. Наприклад, використання генно-модифікованих

організмів у харчовій продукції може негативно впливати на здоров'я людини, застосування пестицидів, гербіцидів та інших хімічних препаратів – на довкілля. Отже, процес споживання має непрогнозований і невизначений вплив на здоров'я людини, наслідки якого проявляються через певний часовий період. Зростання динамічної складності системи та процесу споживання обумовлює збільшення часового інтервалу для отримання сигналу зворотного зв'язку.

Особливо значимо впливають на безпеку споживання виробники продукції, які використовують дешеві матеріали, неекологічні та ресурсовитратні технології для мінімізації витрат і збільшення обсягів продажу та доходу. Зменшення величини витрат зумовлює виробництво товарів з потенційно негативним впливом на споживача і значними обсягами відходів після споживання. Наголосимо, що суб'єкт споживання неспроможний виявити наслідки зворотного зв'язку, оскільки реакція ще не завершила цикл у системі. У деяких випадках нічого не відбувається аж до досягнення порогу реакції, при якому система відновлюється або руйнується.

Для розуміння структурної побудови системи споживання з використанням методологічного підходу Дж. О'Коннора та І. Макдермотта [152] побудуємо діаграму причинної циклічності (Causal loop diagram (CLD)) (рис. 3.4). В основу діаграми моделі безпечного споживання покладено балансуєчий контур, приведений в дію такими силами: бажання досягти певного рівня споживання та якості життя; задоволення існуючим рівнем споживання. Зростання дисбалансу стимулює до витрати більших ресурсів, обмежених вартісною оцінкою попиту як різниці доходів і витрат.

У цьому блоці діють такі зрівноважувальні петлі: перша – встановлює баланс між витратами та наявними ресурсами; друга – намагається зменшити відмінність між дійсним та бажаним рівнями споживання. Коли ресурси вичерпуються, суб'єкт зменшує обсяги споживання. Через певний час ресурси збільшуються, що призводить до збільшення споживання і починає діяти друга зрівноважувальна петля, тобто витрати збільшуються.

Інші три контури (зворотні зв'язки), які відображають бажаний рівень споживання, засновані на зростаючому бажанні особи (споживача) бути здоровим завдяки безпечному споживанню, посилюючому контурі впливу поведінки споживача на споживання, балансуєчому впливі поведінки споживача на здоров'я. Від якості споживання зале-

жить здоров'я людини, від недостовірної інформації про товар, негативного впливу на довкілля залежить споживання загрозованих для здоров'я товарів. При цьому балансуєчим зворотним зв'язком є вплив поведінки споживача на здоров'я людини. Звуження обмежень поведінки споживача щодо вибору об'єкта споживання посилює ризики погіршення безпеки споживання. Бажаний рівень споживання необхідно гармонізувати зі здоров'ям людини та впливом на довкілля, а для запобігання негативно-му впливу поведінкового складника суб'єкта споживання на його здоров'я потрібно гальмувати посилюючі контури балансуєчим.

Інші цикли зворотних зв'язків стосуються процесів виробництва продукції. Перший посилюючий контур пов'язаний із зменшенням собівартості продукції, що, крім прогресивно-позитивного розвитку технологій, переважно негативно впливає на споживчі властивості товару через використання синтетичних матеріалів, низькокваліфікованої робочої сили, відхилень від екологічних обмежень тощо.

Другий посилюючий контур відображає споживання продукції, небезпечної для особи (споживача) та довкілля, з утворенням значних обсягів відходів після споживання та забруднення довкілля під час виробництва і безпосередньо в процесі споживання (використання) товарів (послуг). На противагу застосування екологічно-безпечних, ресурсо-ефективних технологій і матеріалів збільшує вартість продукції і, відповідно, зменшує обсяги її споживання. Балансуєчим контуром при цьому може бути лише негативна залежність результатів виробництва (відходів, забруднення довкілля і погіршення здоров'я людини).

Саме виявлення та обмеження такого негативного впливу на життєдіяльність людини є завданням держави. Запропоновані діаграми причинної циклічності доцільно використовувати для концептуалізації теоретичних та методологічних основ дослідження безпеки споживання і, на цій основі системно-динамічного моделювання причинно-наслідкових зв'язків у системі забезпечення безпеки споживання.

Системно-динамічне моделювання передбачає розроблення та імітаційне моделювання системи з відображенням структурно-функціональної побудови та поведінки об'єкта дослідження у часі в умовах зовнішніх викликів. Ураховуючи значну кількість стохастичних складників, нелінійних зв'язків у системі безпеки споживання, їх відокремленість і часову затримку наслідків, невизначеність динаміки зміни самої системи, саме ця методологія моделювання є доцільною для дослідження порівняно з аналітичними методами.

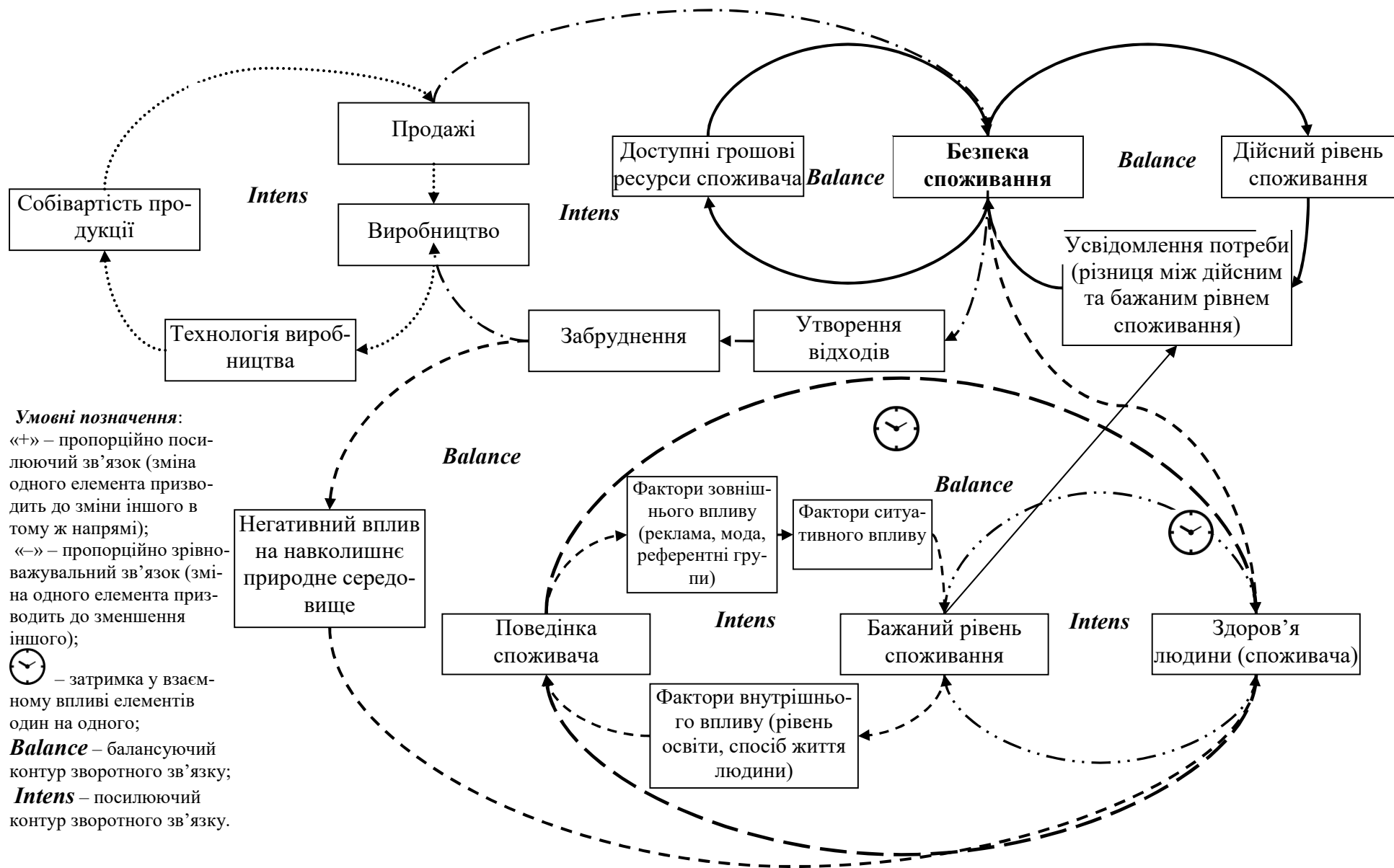


Рис. 3.4. Діаграма причинної циклічності Causal Loop Diagram забезпечення безпеки споживання
 Розроблено автором

Для побудови системно-динамічної моделі зупинимося на певних позначеннях і припущеннях. Основним елементом моделі є змінні, перший вид яких (запаси або рівні (stock)) відображає нагромадження інформації, нематеріальних або фінансових ресурсів, другий вид змінних (потоки (flows)) – зміну рівнів за певний період часу. Нагромадження рівня здійснюється за рахунок вхідних і вихідних потоків, які визначаються лінійними та нелінійними зв'язками між різними змінними за певний період часу. У разі неважливості функціональної змінної її позначають через конвертер [287; 288].

Ураховуючи залежність між потоками та запасами, сутність системно-динамічного моделювання полягає у відображенні взаємозв'язків між змінними та їх математичній формалізації системою диференціальних рівнянь у неперервній чи дискретній зміні часу [289].

Побудова системно-динамічної моделі включає певні стадії. На першій стадії визначають проблему дослідження, виявляють особливості зміни індикаторів, описують складники системи, визначають змінні, а також характеристики їх взаємодії [290]. При цьому використовуються поняття концепції зворотних зв'язків: прямих (позитивних), які призводять до зміни елементів системи в тому ж напрямі, що й зміни, які відбувалися раніше; негативних обернених зв'язків, які призведуть до змін у зворотному напрямку [291, с. 158; 292, с. 21; 293]. Ця стадія реалізується через створення казуальних або причинно-наслідкових діаграм чи діаграм причинної циклічності (див. рис. 3.4) з математичним програмуванням залежностей.

Друга стадія передбачає побудову системи рівнянь з чітко визначеними взаємозв'язками між змінними, ідентифікованими на першій стадії моделювання.

На наступному етапі виконується реалізація моделі казуальних зв'язків за допомогою комп'ютерних програм імітаційного моделювання (iThink чи AnyLogic) та перевірка її якості. Модель перевіряється на адекватність встановленням рівноважного стану системи, після чого проводиться аналіз чутливості системи, а також переведення з рівноважного стану на актуальні дані реальної поведінки [294].

Остання стадія передбачає імплементацію моделі на основі прогнозування поведінки системи і тестування різноманітних сценаріїв її розвитку.

В основу системно-динамічної моделі безпеки споживання (рис. 3.5) покладемо принципи кейнсіанського підходу, модель виробничої функції Кобба-Дугласа [295] та динамічну інтегровану модель клімату та економіки В. Нордгауза [296; 297].

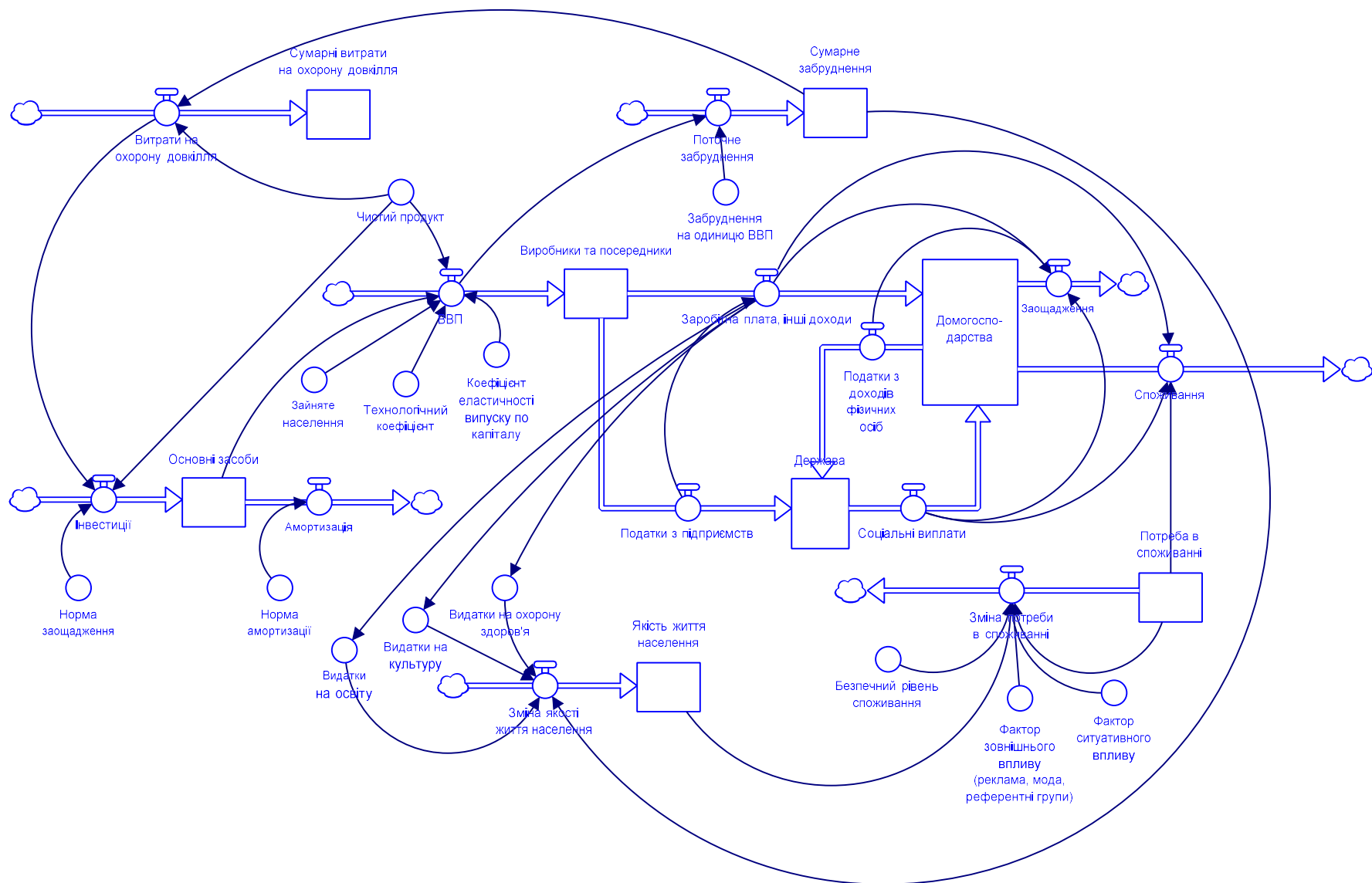


Рис. 3.5. Системно-динамічна модель причинно-наслідкових зв'язків безпеки споживання
Складено автором.

Модель складається з блоків відповідно до визначених контурів: споживання на основі доступності грошових ресурсів; споживання з урахуванням поведінкових аспектів, виробництва та охорони довкілля. Показником оптимізації безпеки споживання будемо вважати «Зміну потреби в споживанні», яка визначається різницею «Потреби в споживанні» та «Безпечного рівня споживання» з урахуванням «Фактора зовнішнього впливу (реклама, мода, референтні групи)» та «Фактора ситуативного впливу».

Блок «Виробництво» моделюється через створення ВВП (GDP) з наявних основних засобів, трудових ресурсів за виробничою функцією Кобба-Дугласа [298, с. 51–52]

$$GDP(t) = AK(t)^\alpha L(t)^{1-\alpha}, \quad (3.10)$$

де A – технологічний коефіцієнт;

$K(t)$ – обсяг основного капіталу;

$L(t)$ – чисельність зайнятих;

α і $1-\alpha$ – коефіцієнти еластичності випуску за капіталом та трудовими ресурсами відповідно.

Динаміка змінної $L(t)$ описується експоненціальною залежністю

$$L(t) = L_0 e^{nt}. \quad (3.11)$$

Зміна обсягу капіталу $K(t)$ відбувається з урахуванням інвестицій та амортизації:

$$K(t+1) = K(t) + I(t) - D(t), \quad (3.12)$$

де $I(t)$ – капітальні інвестиції;

$D(t) = \delta_K K(t)$ – величина амортизаційних відрахувань;

δ_K – фіксована норма амортизації.

«Споживання» відображає схему розподілу доходів від виробництва за категоріями економічних агентів (виробники та посередники, домогосподарства, держава) та обумовлює рівень приватного споживання на основі розподілу [299]. Фінансові ресурси від виробництва продукції та її розподілу надходять до виробників і посередників, які після сплати податків спрямовують їх домогосподарствам у вигляді заробітної плати та інших доходів фізичних осіб [300, с. 142–143]

$$R_{pr}(t) = R_{pr}(t-dt) + (In - T_b - W)dt, \quad (3.13)$$

де R_{pr} – фінансові ресурси виробників;

In – дохід виробників;

T_b – податки з підприємств;

W – заробітна плата та інші доходи.

Домогосподарства після сплати податків з доходів фізичних осіб розподіляють свій дохід на споживання та заощадження, обсяг і співвідношення яких визначається величиною доходу, потребами в споживанні, культурно-освітнім рівнем членів домогосподарства та зовнішніми чинниками (реклама, мода, оточення тощо), тобто встановлюється потреба в споживанні:

$$R_h(t) = R_h(t - dt) + (W + P_s - T_p - C - S)dt, \quad (3.14)$$

$$C = (W + P_s - T_p) \cdot C_n, \quad (3.15)$$

де R_h – фінансові ресурси домогосподарств;

P_s – соціальні виплати;

T_p – податки з доходів фізичних осіб;

C – обсяги споживання;

S – обсяги заощадження;

C_n – потреби в споживанні.

Держава спрямовує акумульовані податкові надходження на «Соціальні виплати» та опосередковано впливає на «Зміни потреби в споживанні» (див. рис. 3.5).

$$R_s = R_s(t - dt) + (T_b + T_p - P_s)dt, \quad (3.16)$$

де R_s – фінансові ресурси країни.

Блок «Охорона довкілля» може бути описаний з урахуванням концептуальних засад модифікованої макроекономічної динамічної моделі Нордгауза [298, с. 51–52]. Величина кінцевого продукту скорочується на величину витрат, пов'язаних з екологією, змінами клімату:

$$Q(t) = GDP(t) - TC(t), \quad (3.17)$$

де $Q(t)$ – чистий кінцевий продукт;

$GDP(t)$ – обсяги валового внутрішнього продукту;

$TC(t)$ – витрати на охорону атмосферного повітря та компенсації впливу зміни клімату.

Чистий кінцевий продукт використовують для споживання, заощадження та розраховують за формулою:

$$Q(t) = C(t) - I(t), \quad (3.18)$$

де $C(t) = (1-s)Q(t)$ – кінцеве споживання;

$I(t) = sQ(t)$ – капітальні інвестиції;

$(1-s)$ і s – фіксована норма споживання та заощадження відповідно.

Виробнича діяльність пов'язана з негативним впливом на довкілля, зокрема зміною середньої температури повітря внаслідок утворення викидів діоксиду вуглецю, тому зв'язок між обсягами ВВП та обсягами забруднення представимо так:

$$E(t) = \sigma(t) \cdot GDP(t), \quad (3.19)$$

де $E(t)$ – викиди діоксиду вуглецю стаціонарними джерелами;

$\sigma(t) = \sigma_0 e^{\sigma_1 t}$ – технологічний параметр, який відображає характер зменшення викидів на одиницю ВВП.

У свою чергу викиди та забруднення негативно впливають на середню температуру повітря залежністю:

$$\bar{T}(t_0, t) = \phi_0 + \phi_1 \bar{E}(t_0, t), \quad (3.20)$$

де $\bar{T}(t_0, t)$ – середня температура повітря за період з t_0 по t ;

$\bar{E}(t_0, t)$ – обсяги середніх викидів за період з t_0 по t ;

ϕ_0, ϕ_1 – коефіцієнти.

Обсяги витрат на охорону довкілля і компенсація впливу зміни клімату обумовлюються обсягом ВВП, температурою (T) і рівнем технологічності:

$$TC(t) = \theta(t) \cdot GDP(t) \cdot T(t), \quad (3.21)$$

де $\theta(t) = \theta_0 e^{\theta_1 t}$ – технологічний параметр, який відображає зменшення витрат на одиницю ВВП*градус Цельсія вище нуля з часом з використанням більш ресурсоефективного та екологічно безпечного обладнання і технологій, впровадження яких потребує значних обсягів інвестицій (взаємозв'язок «Витрати на охорону довкілля» – «Інвестиції»).

Визначальну роль у процесі споживання відіграє блок урахування поведінкових аспектів, який відображає потік «Зміна якості життя населення», рівень державного впливу, чинники зовнішнього впливу, а також ситуативний фактор.

Якість життя (QL) залежить від доходів споживача (заробітна плата та інші доходи), обсягів витрат на освіту (K_e), культуру (K_c), охорону здоров'я (K_h), які обумовлюються станом довкілля, тобто обсягами сукупних забруднень ($E(t)$):

$$QL(t) = QL(t - dt) \cdot K_e \cdot K_c \cdot K_h \cdot E(t_0, t). \quad (3.22)$$

Розроблення й апробація системно-динамічної моделі причинно-наслідкових зв'язків у процесі безпеки споживання в Україні дає змогу виявляти взаємозв'язки між зміною потреб у споживанні залежно від доходних і поведінкових параметрів споживання, виробництва та розподілу, охорони довкілля порівняно з безпечним рівнем споживання. За допомогою цієї моделі можна оцінювати вплив широко спектра чинників на безпеку споживання в Україні. Запропонована системно-динамічна модель адаптивна й у разі потреби доповнення іншими параметрами може бути застосована для аналітико-прогнозного оцінювання позитивних і негативних тенденцій у процесі забезпечення безпеки споживання в Україні.

Виявлені взаємозв'язки між окремими елементами цього процесу, їх якісні значення, безпосередні і приховані зв'язки доцільно надалі використовувати для прогнозування наслідків та рівня ефективності стратегічних програмних заходів у забезпечення споживання в Україні.

3.3. Обґрунтування безпекових параметрів процесу споживання товарів (послуг)

Забезпечення безпеки споживання формує підстави реалізації концепції сталого споживання як передумови сталого розвитку. Концептуальним принципом сталого споживання є формування раціональних споживчих звичок не лише в заощадженні коштів, а й у збереженні здоров'я, економії ресурсів та обмеженні негативного впливу на довкілля, яке залишається вагомим складником якості й безпеки життя людей. Споживча поведінка, будучи комплексом дій, пов'язаних з виникненням та усвідомленням потреби, рішенням реалізувати певну практику споживання через вибір товару (послуги) та його споживання (використання) й утилізації [301, с. 141], відображає різні аспекти людської життєдіяльності [23, с. 35]. Саме тому в контексті предмета дослідження важливим є розуміння особливостей поведінки споживачів та, відповідно, моделювання процесу споживання з урахуванням значної кількості змінних.

Можна погодитися з В. Коваліско, Н. Домбровською [23, с. 35], що глобалізація та пов'язані з нею технологізація, урбанізація, інформатизація, уніфікація та плюралізація соціального простору з одночасним зростанням економіки та матеріального забезпечення, збільшення кількості вільного часу, підвищення рівня освіти надало більше можливостей для появи та задоволення нових індивідуальних потреб

і бажань. Проте не менш глобальний характер мають проблеми споживачтва, марнотратства, нераціонального природокористування, які, як показано в підрозділі 1.2, зможе розв'язати у довгостроковій перспективі система забезпечення безпеки споживання.

Узагальнення результатів досліджень, висвітлених у наукових публікаціях [302], дає підстави стверджувати, що науковці розвинених країн приділяють значну увагу дослідженню сталого споживання, аналізу особливостей попиту, сприйняття, моделей поведінки споживачів, життєвих стилів, культури споживання, корпоративної соціальної відповідальності, етичності брендів, зберіганню та утилізації продукції тощо. Спостерігається достатня поширеність розвинених сталих аспектів споживання (рис. 3.6), хоча вагома роль відводиться державі, науково-технічному прогресу. При цьому порівняно часто зазначається про неготовність витратити додаткові фінансові ресурси на розв'язання цих проблем.

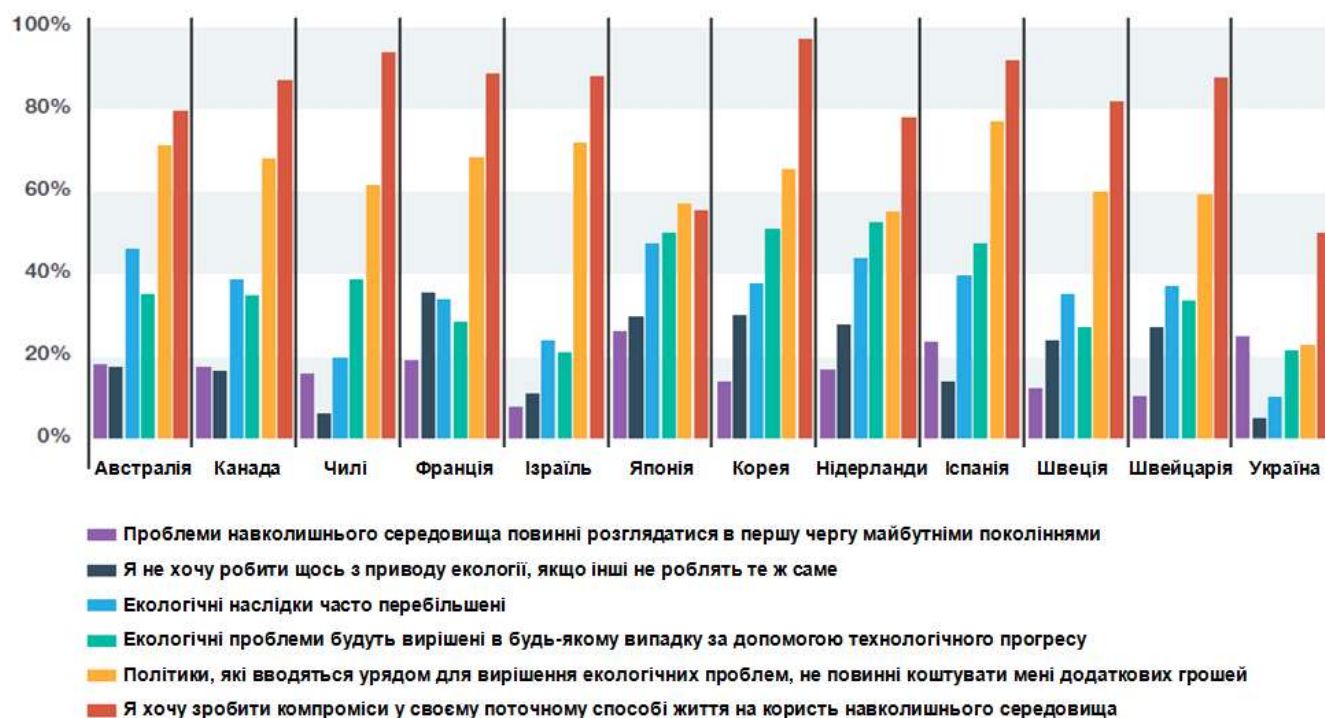


Рис. 3.6. Ставлення споживачів до захисту довкілля

Складено за [302] та результатами авторського дослідження.

Для вітчизняних споживачів (див. рис. 3.6), як показало соціологічне дослідження, тільки половина з них «...хотіли б зробити компроміс у поточному способі життя на користь навколишнього середовища» і ще по 25% висловилися, що: «проблеми навколишнього середовища повинні розглядатися, насамперед майбутніми поколіннями»; «екологічні проблеми будуть вирішені в будь-якому випадку за допомогою

технологічного прогресу», «політики, які вводяться урядом для вирішення екологічних проблем, не повинні коштувати додаткових грошей». Подібна ситуація пов'язана з низькою платоспроможністю значної частини населення та сподіванням на політичне або технологічне розв'язання проблем (здебільшого респонденти вважають головними причинами безвідповідальність власників і керівників підприємств через недієвість державного контролю).

За даними опитування О. Прокопенко, екологічні проблеми хвилюють значну частину населення [303], майже всі респонденти відзначають погіршення стану екології і готові нести певні витрати, зокрема купувати екологічні товари для запобігання погіршенню довкілля. Цим підтверджується потенційний попит на екологічні товари та потенціала поширення принципів безпеки споживання. Як свідчить практика, екологічні товари вже користуються попитом у представників середнього класу (принаймні, його верхнього прошарку), що почав формуватися в Україні. Насамперед, це екологічно чисті продукти харчування, побутові прилади, одяг, матеріали для ремонту квартир тощо [303, с. 63–68], що надає підстави сподіватися на підвищення свідомості щодо захисту довкілля.

Втім, загальним для споживачів-респондентів різних країн є те, що вони надають позитивнішу інформацію («ту, яку хочуть від них почути», «більш соціально схвальну» тощо) для поліпшення враження про себе в очах інтерв'юера, суспільства тощо. Так, глобальне екологічне онлайн-опитування, проведене в 2011 р. компанією Nielsen, охопило понад 25 тис. споживачів у 51-й країні світу. 83% респондентів відзначили, що їм важливо, щоб компанії впроваджували програми для поліпшення стану навколишнього середовища, але тільки 22% заявили, що готові платити більше за екопродукт [304]. Чотири роки пізніше частка готових платити більше за екотовари становила вже 66%, а близько 10% заявили, що купували такі товари [305, с. 13]. Це може бути пов'язане із поширенням зацікавленості у вирішенні екологічних проблем з боку громадськості, наукової спільноти, державних інституцій. Дослідження, проведені у Великій Британії в торговій мережі супермаркетів TESCO, показали, що понад 50% споживачів не проти заплатити за товари додаткову ціну, знаючи про їх екологічність. Під час вивчення ринків США ця група споживачів становила понад 30%, але на практиці, коли у продаж надійшли ці самі товари, частка готових платити більше становила лише 5–11% [303].

Порівняння щодо готовності купувати «зелену» продукцію (рис. 3.7) також свідчить не на користь вітчизняних споживачів, не зважаючи на десятирічний лаг у дослідженнях. Результати зарубіжного дослідження (див. рис. 3.7, а) припускають наявність незабезпеченого латентного попиту на «зелену» продукцію, який можна задовольнити розробленням відповідних продуктів, забезпеченням їх доступності, комунікацією та логістикою у місцях продажу. У нашій країні приблизно однакова частка респондентів відповіли, що купували «зелену» продукцію, втім за бажанням купувати такі товари ситуація вдвічі гірша. До того ж залишається відкритим питання про лояльність або постійність споживачів, які вже купували «зелену» продукцію в обох дослідженнях.

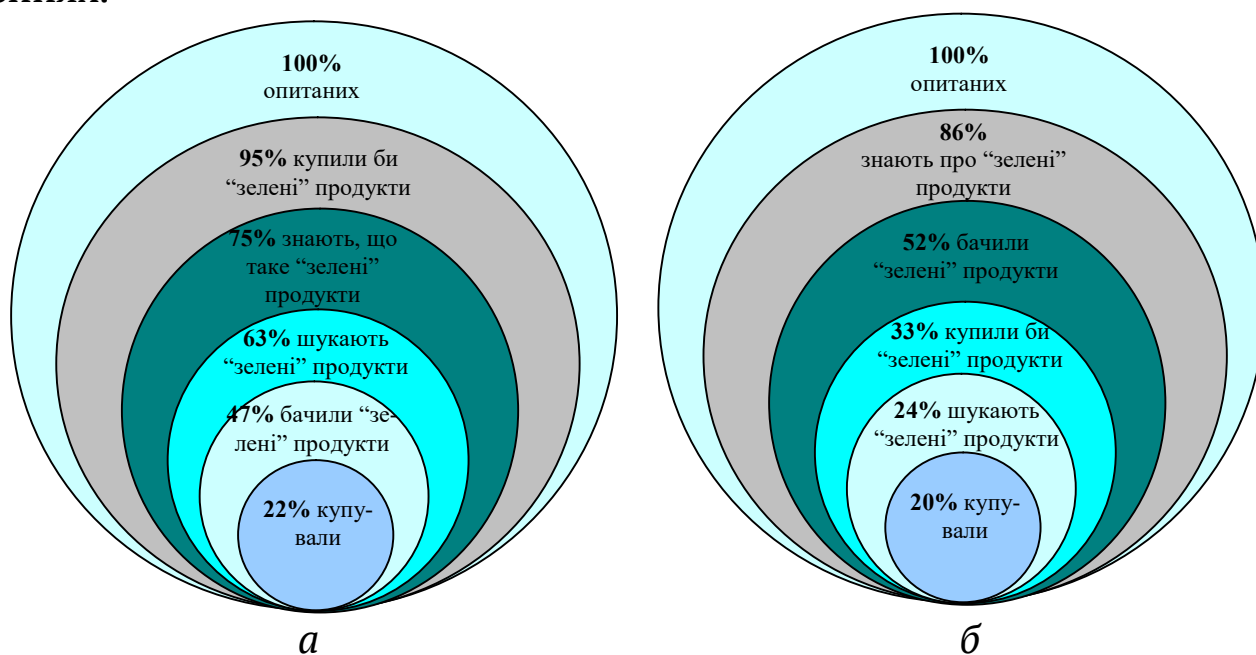


Рис. 3.7. Готовність споживачів купувати «зелену» продукцію за результатами: а – іноземних досліджень; б – вітчизняних досліджень (проведено автором)
Складено за [307, с. 3] та результатами авторського дослідження.

Соціологічне опитування споживачів, проведене О. Прокопенко [303], показує: 90,4% усіх опитаних вважають за необхідне вживати екопродукцію, але лише 76,4% вживають її; споживачі екопродукції головну увагу приділяють ступеню її корисності і запобіганню шкоді своєму здоров'ю (38,6% та 33,4% відповідно), а не усуненню негативного впливу на навколишнє середовище [306, с. 13]; найбільша частка опитаних (36%) отримує інформацію про екопродукцію з упаковки, усі інші джерела мають практично однаковий ступінь інформатизації споживачів; споживачі не купують екопродукцію переважно через не-

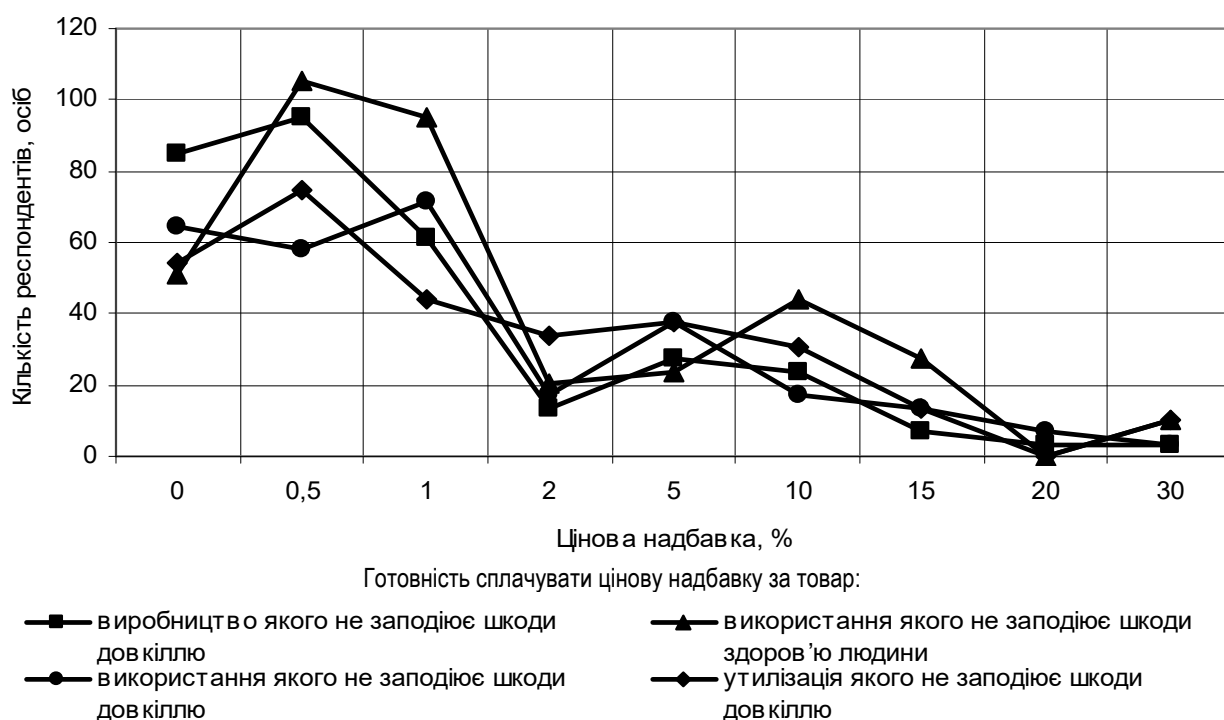
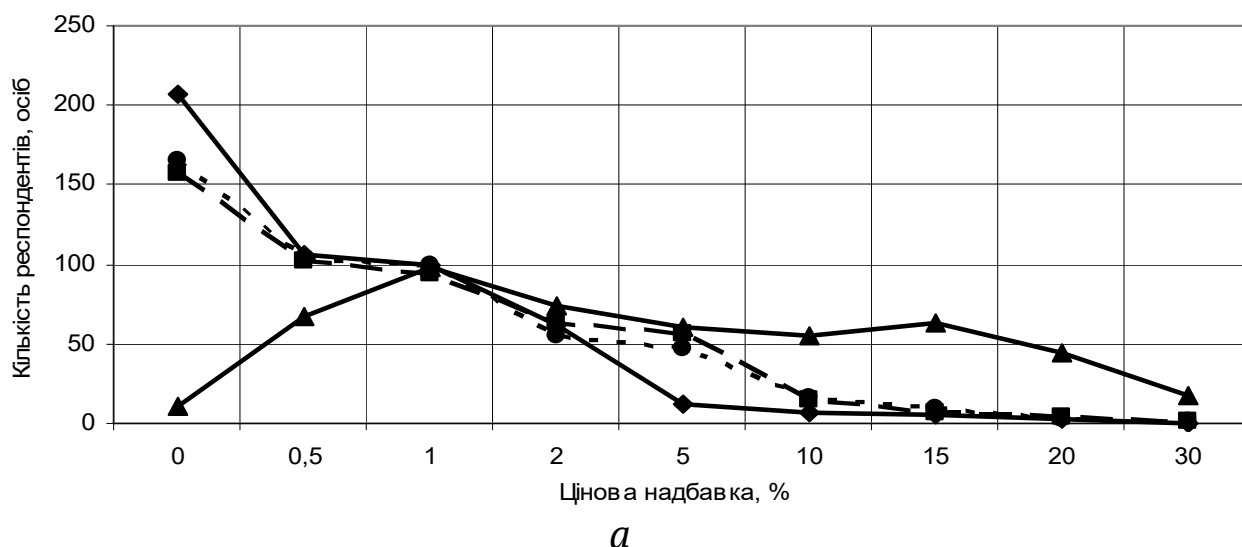
стачу коштів (82%); лише 18% респондентів купують товари з особистих уподобань та смаків [303, с. 63–68]. Встановлено, що частка тих, хто готовий платити більше за екологічні товари, постійно знижується. Це пояснюється значною мірою зловживанням у рекламних компаніях атрибутами з зображенням живої природи та іншими натяками на екологічність, які вводять в оману споживачів [303, с. 63–68].

Готовність споживачів сплачувати більшу ціну за продукцію (рис. 3.8) пояснюється тим, що люди завжди активно протидіють очікуванім найближчим часом негативним явищам і проявляють певну байдужість до негативних явищ, які очікуються у далекій перспективі. Це є теж однією з причин більшої готовності сплачувати за екологічну продукцію, яка безпосередньо впливає на здоров'я людини, порівняно з продукцією, яка впливає опосередковано через погіршення довкілля у певний період часу.

Простежується певний зв'язок між даними опитувань 2011 р. [303] та 2019 р. (польове авторське соціологічне дослідження). Незважаючи на те, що можна вказати на часові (8 років), просторові (різні області України), кількісні (обсяг вибірки) розбіжності, вони скоріше відображають релевантність результатів та динамічність змін (рис. 3.8).

Можна стверджувати про готовність більшої частки респондентів сплачувати додаткові (хоча, і незначні 0,5–1%) кошти за безпечність продукції і не лише такої, що не завдає шкоди здоров'ю. Порівняні спади в інтервалі 2, 15–20% можна вважати підтвердженням тези про нечутливість споживачів до незначної різниці у ціні з одночасним прагненням до економії. Це підтверджується у роботі [303], у якій зазначено, що цінова надбавка до 2% знаходиться за межами свідомості людини, її можна застосовувати навіть для споживачів, байдужих до екологічності. Водночас зростання кількості споживачів, не згодних сплачувати додаткові кошти за безпечний товар, можна пояснити їх недовірою до інформації, що надається через комунікаційні заходи, у місцях продажу та на пакуванні.

Цікавою є теза О. Прокопенко [303, с. 63–68], що при необхідності екологічності для задоволення первинних потреб, за це згодна платити більша кількість споживачів, оскільки вплив екологічності на здоров'я відбувається відразу і тому є більш відчутним. Якщо ж оплата стосується задоволення вторинних потреб, то на неї згодна менша кількість споживачів і лише ті, найвищі рівні потреб яких є актуалізованими.



б

Рис. 3.8. Готовність споживачів України сплатити цінову надбавку за екологічну продукцію: а – 2011 р.; б – 2019 р.

Складено за [303, с. 63–68] та результатами авторського дослідження.

Підсумовуючи вищезазначене, зробимо висновок, що за економічної ситуації в нашій країні придбання екологічних товарів можна вважати елементом розкоші, яку за інших рівних умов (насамперед проблем із здоров'ям) можуть собі дозволити представники верхівки середнього та вищого класу, що відображено у групуванні споживачів Т. Сальтевською [9, с. 14]). Зазначимо, що розв'язання цієї проблеми повинно переходити в площину інституціонального аналізу – у кон-

тексті державного регулювання пропозиції продукції, загрозової для здоров'я, довкілля та майбутніх поколінь.

О. Прокопенко наголошує на актуальності оперативного моніторингу готовності споживачів до придбання екопродукції для формування заходів з мотивування виробництва і споживання продукції менш ефективною для виробників, але необхідною для забезпечення екологічної безпеки держави чи її регіонів [303, с. 63–68]. Попит на продукцію, на погляд О. Прокопенка, можна збільшити за допомогою аргументів екологічної маркетингової комунікації, використання еко-маркування, зрозумілого та знайомого споживачам.

На цей час в Україні становище з використанням екологічної продукції як визначальної передумови сталого споживання є незадовільним. До найвагоміших перешкод сталого розвитку належать: економічні, інституціональні, управлінсько-організаційні, світоглядні, ментальні. Проте, якщо у розвинених країнах пріоритетним є соціальна й екологічна компоненти та стабільна динаміка економічного складника, то в Україні, на наш погляд, саме макроекономічна нестабільність, геополітичний вплив є головними причинами низької результативності системних заходів щодо забезпечення сталого розвитку. Підкреслимо, актуальність набуває не стільки сталість розвитку, скільки безпека споживання різних суб'єктів ринкових відносин, особливо безпосередніх споживачів.

При цьому акцент у дослідженні необхідно зробити на споживачі як одному з основних суб'єктів і об'єктів убезпечення споживання за будь-яких нестабільних або інших рівних умов. Сутнісні характеристики кожного кінцевого, індивідуального, корпоративного споживача розкриваються через мотивації, характеристики, критерії купівлі товару (послуги), моделі поведінки [308, с. 21].

На думку В. Бриндзи, Р. Савчинського, динаміка зміни мотивації споживачів зумовлюється соціокультурними (культура, соціальна група, геодемографія, референтні групи), ситуативними (політично-правове, економічне, природне, соціальне середовище; поточна ситуація; чіткість завдань; вплив попередньої події, досвіду і помилок), індивідуальними (психологічними) чинниками, а також маркетинг-міксом виробників [309, с. 64]. На наш погляд, серед вказаних чинників доцільно акцентувати увагу на тих, які впливають на безпеку споживання.

Крім того, для виявлення структурних особливостей забезпечення безпеки споживання заслуговують на увагу сталі мотиви, що висту-

пають як цінності, набуті протягом життя людини. Мотиви поділяються на термінальні та операційні (визначають, що та яким чином бажано досягти) [310, с. 21]. У контексті предмета дослідження цінності розуміємо як глибинні переконання, уявлення про те, що є правильним [311]. Людям властиві цінності як об'єктивні параметри внутрішнього середовища, чітке дотримання яких є домінантою їх успішного розвитку [312]. Цінності формуються протягом усього життя і найактивніше у молодшому віці, тому їх потрібно розуміти, враховувати, а також намагатися їх наслідувати (насамперед, батькам, вихователям, вчителям, викладачам) [311].

Поряд із споживчими цінностями важливим для безпеки споживання є поняття національних цінностей – предметів, явищ та їх властивостей, що гарантують безпечне існування та прогресивний розвиток особі, суспільству і державі [313]. Дослідники Інституту соціології НАН України виокремлюють п'ять груп ціннісних синдромів громадян [314]. Ознаки безпеки споживання в її звуженому розумінні відображаються у складових першого ціннісного синдрому, який охоплює здоров'я, сім'ю, дітей та добробут. У широкому сенсі безпека споживання відображена у цінностях четвертої групи (зокрема в напрямках реалізації, підвищення освітнього рівня, розширення культурного бачення).

Академік В. Горбулін та професор А. Качинський поділяють сукупність національних цінностей на цінності індивіда, суспільства та держави. У наведеній класифікації ознаки безпеки споживання на кожному рівні можна визначити як передумову саморозвитку в межах прав людини та загальнолюдських цінностей (індивідуальні цінності), як основу добробуту та матеріальних надбань (суспільні цінності), як компонент природокористування, національної безпеки, системи міжнародних зв'язків (цінності держави). На думку вчених, майбутнє існування держави і нації необхідно розглядати крізь призму її ціннісного ядра, яке консолідує суспільство і включає національну безпеку, духовні надбання, добробут, систему міжнародних зв'язків, патріотизм і соціальну справедливість. До системи цінностей потрібно додати такі індивідуальні потреби, як релігійність, терпимість, миролюбність, доброзичливість, гостинність, працелюбство, сім'я, які завжди були притаманні українцям [315]. У контексті нашого дослідження звернемо увагу на те, що такі національні цінності, як терпимість і миролюбство не завжди можуть позитивно впливати на забезпечення безпеки споживання.

Узагальнення теоретичних положень європейських та інших дослідників цінностей (European Social Survey за методологією Шварца; World Values Survey за методологією Інглгарта і Вельцеля) доводить, що українське суспільство знаходиться на позиціях, протилежних до демократичних цінностей збереження і самоствердження, традиційності і виживання (додаток Л, рис. Л1, Л2), для яких важлива безпека як суспільства, так і особистості. Характеристика культурного тла українського соціуму як суспільства виживання означає домінування цінностей, пов'язаних з базовими потребами (фізичне існування, тілесний та психологічний комфорт, фізична та соціальна захищеність), а детермінантою дій і ставлень є безпека, в процесі їх задоволення. Це відображається в такій особливості поведінки людей, як нормування низьких стандартів життя, поєднаних із соціальним роздратуванням щодо атрибутів якості життя в інших країнах [311].

До того ж українське суспільство одночасно долає і загрози безпеці виживання, і загрози безпеці розвитку (гідність, якість життя). Рівень загроз обумовлює короткий горизонт планування, при якому людина як суб'єкт процесу споживання не здатна оцінити перспективність стратегічних рішень, намагаючись тактично використати наявну ситуацію на користь собі за існуючих умов. На думку В. Бриндзи, недовіра органам державного управління призводить до того, що громадянин використовує як споживач пропонувані державою блага [311]. Як зазначено у Національній парадигмі сталого розвитку, «...соціальні домінанти сталого розвитку пов'язані з одним із найактуальніших завдань сучасності – пошуком інструментарію подолання обмежень так званого суспільства споживання, в якому дедалі більше пригнічується особистість: втрачається раціональність споживчого попиту, відбувається розрив між споживанням і задоволенням реальних потреб людини, формуються «хибні» потреби, визначальним мотивом яких стає незмірне бажання «мати»» [246, с. 19]. У багатьох розвинених країнах стимулювання збуту побудовано таким чином, щоб якомога більше знизити рівень критичного сприйняття споживача. Так, поєднання процесу купівлі товарів (послуг) та розваг у великих торговельних центрах зменшує здатність до критичного аналізу купівельної поведінки. У споживанні починає реалізовуватися не лише об'єктивно-практична, а й психологічна потреба. При цьому «ілюзорні» споживчі потреби відіграють роль додаткового тягаря для соціальної сфери та навколишнього середовища [316, с. 15–16].

Недопущення погіршення стану довкілля, відмова від тих видів транспортних засобів і побутових приладів, які істотно погіршують екологічну ситуацію, можливі під впливом культури споживання, яку Г. Шамбровський розглядає як соціально-психологічну характеристику, індивідуальну манеру, особливість поведінки людини у процесі споживання, індивідуалізовану форму певного стилю споживання [258]. Йдеться не лише про задоволення потреб споживача, а й про унікальний спосіб використання матеріальних і духовних надбань, традицій і цінностей, які формують уподобання і переконання особи щодо користі результатів діяльності. Культура споживання формується під впливом внутрішніх і зовнішніх соціальних, економічних і психологічних чинників.

Підґрунтя для розвитку культури споживання формують культурні цінності [258] – сукупність соціальних норм, правил, стандартів, яких дотримується більшість людей і які виконують регулятивну функцію щодо їх поведінки. Цінності є найбільш стійкою, традиційною структурою свідомості і постають у вигляді своєрідних вірувань (звичаї, філософія, міфи, фольклор, закони), підлягають сильному стабілізуючому впливу з боку етнічних, регіональних і релігійних традицій. Вираховування цінностей є обов'язковим у системі маркетингу, оскільки товари, послуги й соціальні ідеї, які їм суперечать, сприймаються людьми, як ворожі. Проте, в умовах гострих соціально-економічних криз культурні цінності можуть істотно змінюватися. У разі руйнування старих цінностей виникає часовий вакуум, який заповнюється стихійно і переважно спрощеними, часто й соціально неприйнятними цінностями, або потребує заповнення державною культурною політикою прийнятним набором нових цінностей [317]. Прикладом цього може бути відповідь респондентів на питання про основні перешкоди зміцнення безпеки споживання в Україні (рис. 3.9), де головними причинами названі відсутність відповідних цінностей та існуючі звички.

Дотримання норм традиційної моралі можливе в межах етики споживання як сукупності відповідних принципів поведінки споживача. О. Євтушевська розуміє етичне споживання як процес споживання, що відповідає етичним принципам [316, с. 15]. Специфіка споживання обумовлюється культурними, релігійними особливостями, економічним становищем. Універсальними принципами етичного споживання, на її думку, є: дбайливе ставлення до довкілля, дотримання прав лю-

дини, милосердне ставлення до тварин, підтримка вітчизняного товаровиробника, доброзичливе ставлення до інших споживачів.

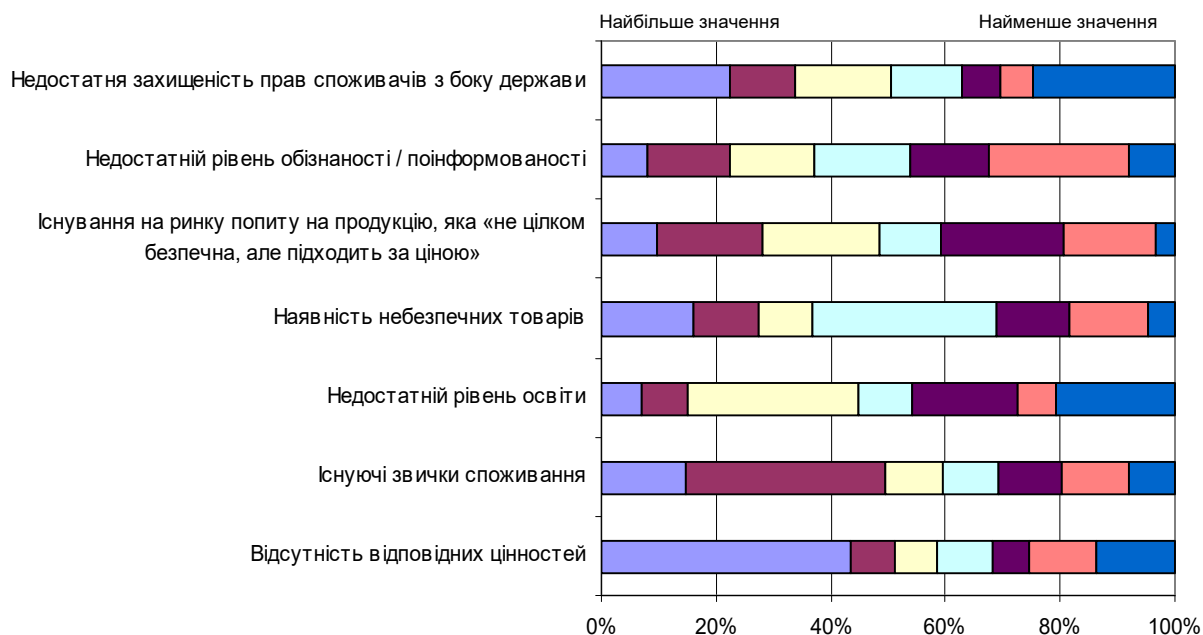


Рис. 3.9. Основні перешкоди забезпеченню безпеки споживання в Україні
Джерело: результати авторського дослідження.

Вітчизняні споживачі увагу, насамперед, приділяють (рис. 3.10) дбайливому ставленню до довкілля (35%), дотриманню прав людини (32%) та підтримці вітчизняного виробника (31%), що корелює з визначеними національними цінностями. Несприятливим вважаємо те, що жоден із зазначених принципів не хвилює більшу частину споживачів, а 18% респондентів навіть про них не думали.

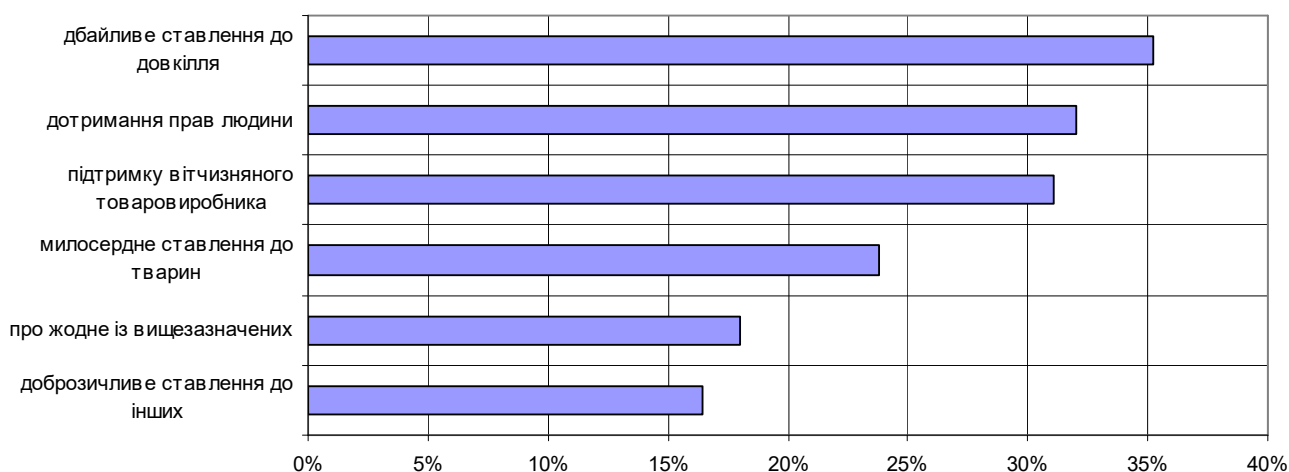


Рис. 3.10. Дотримання споживачами принципів етичного споживання
Джерело: результати авторського дослідження.

Отже, слід погодитися з Г. Шамбровським, який вважає, що конкретні економічні, ідеологічні, геополітичні характеристики, відносини і зв'язки, матеріальна і духовна культура впливають на формування соціально-психологічного типу особистості з відповідним стилем мислення, сприйняття, соціального самопочуття і благополуччя [258].

Часто поряд з поняттями «цінності» або «культурні цінності» вживають поняття «менталітет» (від лат. *mens (mentis)* – розум, мислення, душевний склад). К. Галушко розуміє його як сукупність соціально-психологічних настанов, автоматизмів та навичок свідомості, які формують способи бачення світу та уявлення людей, які належать до тієї або іншої культурної спільноти [318]. Поняття «менталітет» включає погляди, оцінки, цінності, звички, норми моралі, типові реакції людей, спосіб їхнього мислення і переваги [319]. Це – рівень суспільної свідомості, на якому думки не відрізняються від емоцій, від латентних звичок чи прийомів. Менталітет також діє на рівні людської підсвідомості, впливає на діяльність і вчинки людей, найяскравіше проявляється під час кризових ситуацій [320]. На нашу думку, поняття «менталітет» більшою мірою стосується психологічних особливостей людини, характеризує вплив її підсвідомості на процес споживання зокрема. Саме тому основними науковими дисциплінами, які досліджують феномен менталітету, є соціальна психологія, соціолінгвістика, соціальна історія, культурна та соціальна антропологія [318]. Як зазначає Т. Шевченко [321], вживання терміна істотно скоротилося, коли «концепція *mentality*» в 90-ті рр. ХХ ст. зазнала нищівної критики і була більшою мірою замінена іншими поняттями: *mindset* – «спосіб мислення» (коли мова йде про осмислення змін), «ідентичність» (щодо культурних та інших особливостей нації). Усе це разом свідчить про доцільність використання поняття «цінності» (національні, культурні, особистісні) у межах досліджуваної проблематики.

Більш вузькими, порівняно з розглянутими рівнями цінностей, є споживчі цінності. З економічного погляду, «цінність» є діалектичною єдністю суспільної корисності певної маси товарів для споживача та їх вартості (суспільно необхідних витрат виробництва) для виробників цих товарів [322, с. 547–548]. Втім поняття «споживча цінність» може трактуватися так: низька ціна; вигода, яку споживачі розраховують отримати; одержувана якість за сплачувану ціну; відношення атрибутів товару до ціни, зважених відповідно за їх оцінками. Узагальнюючим можна вважати визначення споживчої цінності, що надається, як різ-

ниці між сукупною споживчою цінністю (загальна сума цінностей товару, послуг, обслугового персоналу та товарного образу, що систематизовано у моделях – так званих списках цінностей, таких як за М. Рокичем, Ш. Шварцем, Е. Калом, CedarCreek тощо (додаток М)) і сукупними витратами (загальна сума грошових, енергетичних і психологічних витрат) споживачів під час придбання товарів. Тут слід погодитись із тим, що більшість споживачів неспроможні ретельно зважувати компоненти збитку та прибутку [323, с. 124; 324, с. 609–611, 617]. Отже, для забезпечення безпеки споживання важливим є врахування всіх видів витрат: транзакційних, майбутніх періодів тощо, – що буде розглянуто детальніше під час моделювання поведінки споживачів (підрозділ 3.4).

Г. Хулей зазначає, що появі корисностей, які створюють цінність у процесі споживання, напряду сприяють технології, персонал, назва, репутація, охоплення системами розподілу, а опосередкованими чинниками є ефективні системи регулювання витрат, які перетворюються на нижчі ціни або на пропозицію додаткових корисностей за рахунок отриманої економії, тощо [325, с. 464]. Варто підкреслити, що зазначені джерела появи корисностей можуть бути або загрозами (у разі введення в оману), або, навпаки, гарантувати безпеку в процесі забезпечення безпеки споживання. У цьому аспекті безпека споживання може розглядатися у більш вузькому значенні – як ознака товару або послуги; а відсутність відповідного критерію в процесі прийняття рішення про покупку можна пояснити розумінням її як обов'язкової умови в розвинених країнах або дуже низьким рівнем культури споживання в нашій країні.

Проблема цінностей з погляду на ринкові відносини означає проблему визначення образу або стилю життя [317], а динамічні цінності формують мотиви. Оскільки мотивації є складним поняттям, вони розглядаються з боку різних однойменних теорій, які О. Зозульов поділяє на загальні (теорії А. Маслоу, З. Фрейда, С. Макклілана, неофрейдизм (архетипи), еґо-психологія, біхевіоріальний (І. Павлов та інші), когнітивний (Д. Келі) напрями тощо) та спеціальні (теорія протилежних процесів, «стимул – реакція», теорії підтримки оптимального рівня активації тощо) [326, с. 39–43]. Мотивації, за Д. Джоббером, поруч із обробленням інформації, думками та відносинами, способом життя, життєвою мовою складають індивідуальні чинники, які впливають на купівельну поведінку разом із ситуативними та соціальними чинника-

ми, а також входять до критеріїв вибору в групі особистих показників (разом з технічними, економічними та соціальними) [327, с. 76]. Крім того, у кожної людини структура мотивації індивідуальна за набором складових, а подібні мотиви у різних людей мають різну силу прояву або ступінь впливу на поведінку в різний час [303, с. 63–68]. У межах предмета дослідження – забезпечення безпеки споживання – головним мотивом вважатимемо безпеку споживання у вузькому та широкому розумінні, яка для більшості споживачів апріорі має бути забезпечена. Також можуть викликати інтерес мотиви споживання екологічної продукції (додаток Н), які серед інших мають бути більш свідомими та орієнтованими на перспективу.

Іноді вважають, що до екологічного споживання людину спонукає лише емоційна мотивація. Так, С. Ілляшенко виділяє такі основні мотиви споживання екологічно безпечної продукції, які характеризують емоційний тип мотивації [328]: занепокоєння станом свого здоров'я і здоров'я рідних та близьких; стурбованість благополуччям майбутніх поколінь; соціальна відповідальність перед членами суспільства, що можуть постраждати від забруднення довкілля; так звана мода на «екологію»; почуття власної значущості (цілеспрямовано купуючи екологічну продукцію, споживач може впливати на обсяг забруднення). Насправді вибір екотоварів далеко не завжди є емоційним. Особливо це стосується індустріального споживача, який найчастіше обирає екотовари раціонально. Як і вибір звичайних товарів, вибір екологічних товарів може базуватися на раціональній та емоційній мотивації.

Дослідження особливостей поведінки потенційних вітчизняних споживачів екологічно безпечної продукції (2010–2011 рр., ЖНАЕУ [302]) показали, що споживачі готові купувати екологічну (органічну) сільськогосподарську продукцію: для себе та своєї родини, тому що екологічно безпечна продукція не завдає шкоди здоров'ю (79,3%); для дітей, тому що хімічні речовини особливо небезпечні для них (11,7%); для того, щоб поліпшити екологічну ситуацію в країні, оскільки виробництво такої продукції не завдає шкоди довкіллю (9,0%). Згідно з результатами дослідження А. Ізвекова [329], зацікавлені у придбанні екологічно чистих фруктів та овочів відповідно 67,3 і 72,1% споживачів. Споживачі виділяють такі потреби задоволення споживання екологічно чистих фруктів і овочів: екологічний захист дітей (відповідно 31,2 і 26,8%); необхідність, що диктується різними захворюваннями (23,1 і 27,5%); гарантована безпека і нешкідливість (25,4 і 22,6%);

харчова (біологічна) цінність (4,7 і 3,8%). Дослідження мотивів купівлі органічної продукції активними споживачами, проведені в Канаді у 2008 р., показали: 34,9% споживачів купують органічні продукти для збереження здоров'я членів родини; 22,1% споживачів турбуються про власне здоров'я; 32,8% споживачів купують органічну продукцію, оскільки вона не завдає шкоди довкіллю; 6% респондентів споживають органічні продукти, тому що вони не містять ГМО; 2,6% споживачів вважають, що органічні продукти харчування смакують краще за традиційні аналоги; 1,7% респондентів купували органічні продукти тому, що їм цікаво було їх спробувати [330]. Таким чином, існуюче відчуття незадоволення екологічним станом довкілля, якістю продуктів харчування та необхідність убезпечувати власне здоров'я та членів своєї родини можна розглядати як мотивацію споживачів на ринку екологічної продукції. Таку мотивацію можна назвати закономірною для забезпечення безпеки споживання, хоча вона й не повністю розкриває його специфіку.

Екотовар споживається не обов'язково (здебільшого не в першу чергу) завдяки його екологічній складовій. Наприклад, мотиви купівлі товарів у великих (економічних) упаковках можуть бути як економічними, так і екологічними. Аналогічно і безпеку споживання можна назвати лише базовою умовою, зокрема, там, де є компенсаторні моделі прийняття рішення.

Результати авторського дослідження найважливішим мотивом вибору продукції визначають безпеку для здоров'я, при чому ця умова є найголовнішою в ознаках якості товарів і послуг (рис. 3.11) та в їх безпечності (рис. 3.12). Вітчизняні споживачі найактуальнішою вважають проблему якості продуктів харчування. Проведені дослідження (2010–2011 рр., ЖНАЕУ) свідчать, що майже 70% опитаних споживачів не задоволені якістю сільськогосподарської продукції, яку купують, та вважають її вплив на здоров'я негативним [331]. Ставлення споживачів до товарів харчової промисловості, особливо м'ясних і молочних продуктів, є ще гіршим [332, с. 62].

Розгляд розподілу респондентів щодо впевненості у безпечності продукції (рис. 3.13) вказує на нестабільність економічної ситуації, недосконалість інституціонального базису, низький рівень інформаційної обізнаності про безпеку споживання. Так, впевненими можуть бути споживачі, які дуже піклуються про стан свого здоров'я, і ті, які взагалі не звертають увагу на цю проблему. Можна припустити, що вони вва-

жають безпеку для здоров'я обов'язковою умовою вибору товару, не замислюючись над проблемою у довгостроковій перспективі. Це знову раз підтверджує гіпотезу про короткочасність горизонту прийняття рішень споживачем в Україні, що відповідає критичним умовам існування (життєдіяльності).

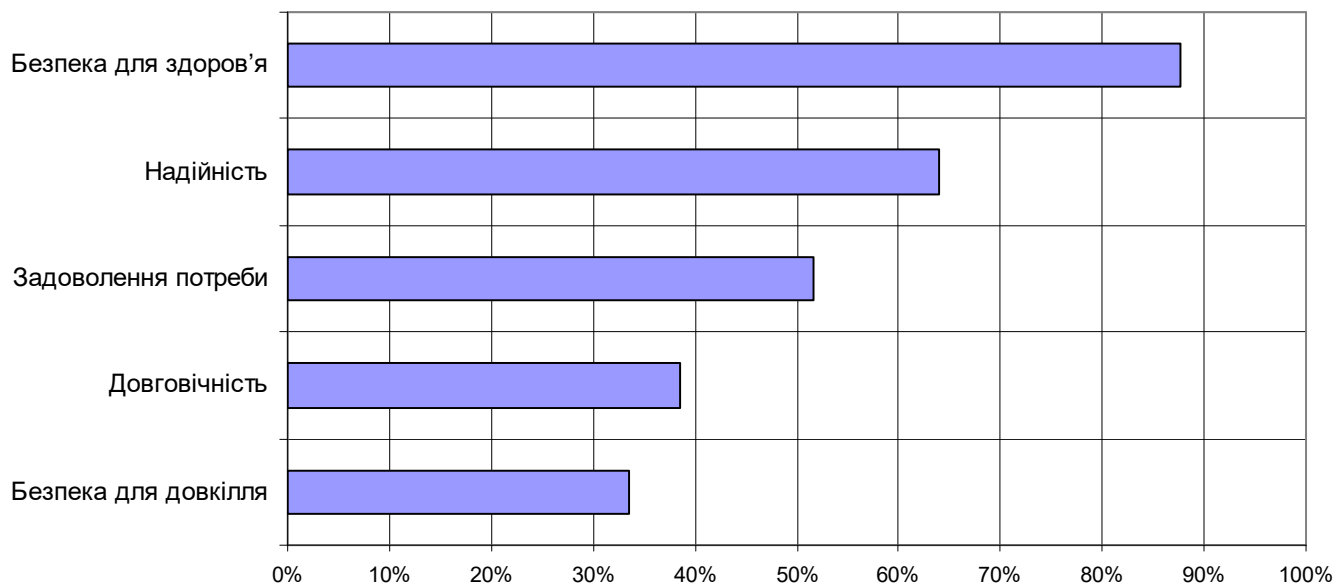


Рис. 3.11. Основні ознаки якості товару або послуги

Джерело: результати авторського дослідження

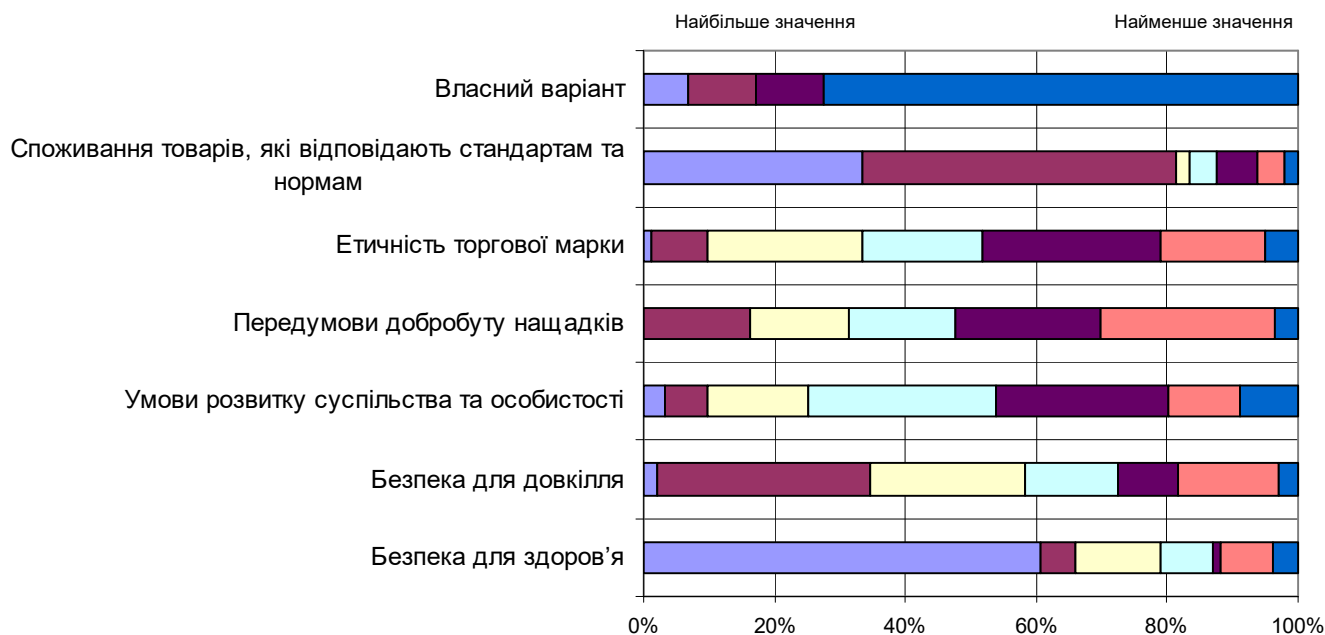


Рис. 3.12. Основні ознаки безпеки споживання

Джерело: результати авторського дослідження.

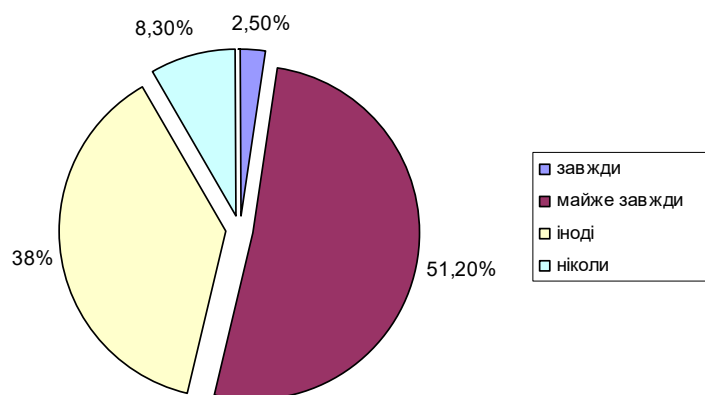


Рис. 3.13. Впевненість споживачів у безпеці споживання

Джерело: результати авторського дослідження.

Водночас невпевненість може бути пояснена усвідомленням недосконалості інституціональної бази та неспроможністю сплачувати більші кошти за безпечнішу продукцію або недовірою до наявної на ринку інформації. Зазначені гіпотези потребують подальшого уточнення у фокус-групах або під час проведення глибинних інтерв'ю, зокрема з оглядом на рівні освіти та доходу.

Хоча критерії вибору продукції можуть бути різними для різних сегментів, під час обрання продукції (товарів та послуг) споживачі у своїй більшості керуються ціною (86%), натуральністю (59%), складом (55%), наявністю акцій (44%), корисністю (43%), торговельною маркою (37%) та репутацією виробника (33%) (рис. 3.14). А серед основних ознак безпечності називають: термін використання, склад, зовнішній вигляд, цілісність пакування та репутацію виробника (рис. 3.15). Це, з одного боку, свідчить про залежність рішення від ціни, зокрема через порівняно низьку платоспроможність, а з іншого – залишається достатньо високою довіра до виробника, а ознаки безпеки доповнюються вимогами до зовнішніх характеристик.

Якщо говорити про загрози безпеці споживання, то насамперед варто звернути увагу на невідповідність продукції технічним умовам, регламентовано незадовільний склад та неправдиву інформацію на пакуванні, що свідчить про достатньо низький рівень довіри як до виробників (продавців), так і до інституціональної захищеності (рис. 3.16). Також на безпеку споживання, на думку респондентів, можуть впливати: місце купівлі, обставини споживання та країна походження (додаток П, рис. П1–П4).

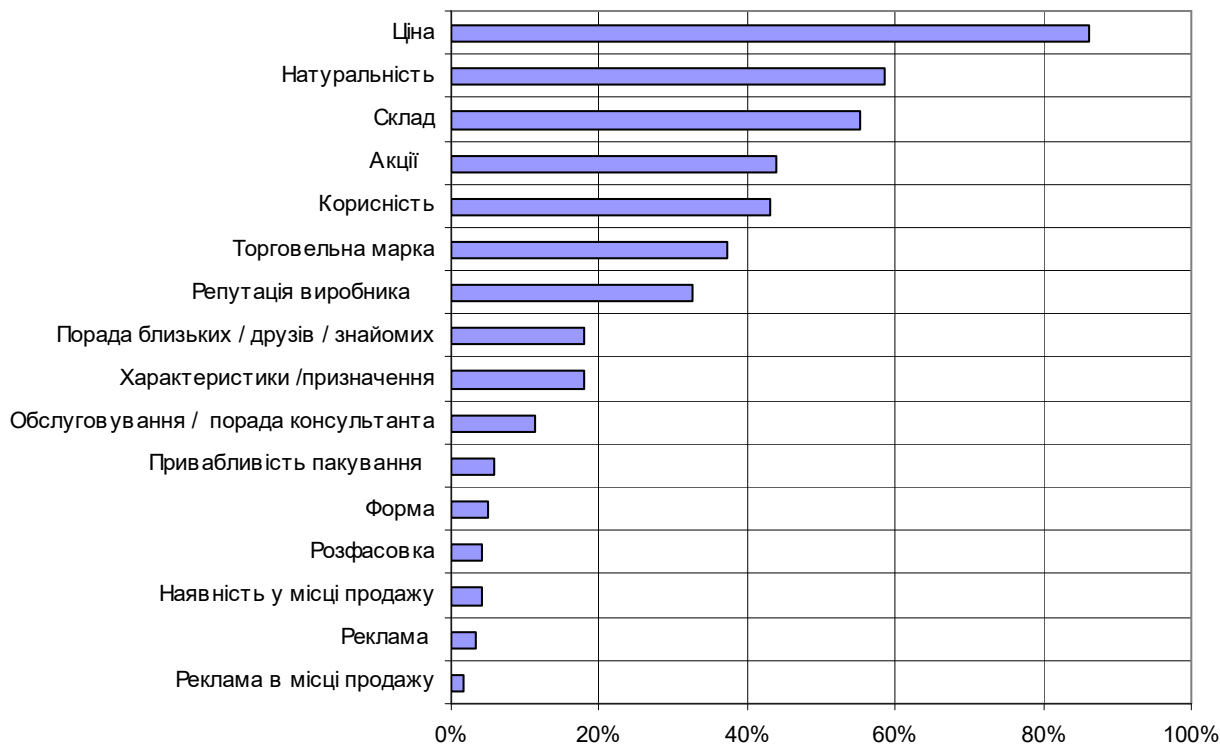


Рис. 3.14. Критерії вибору продукції споживачами
 Джерело: результати авторського дослідження.

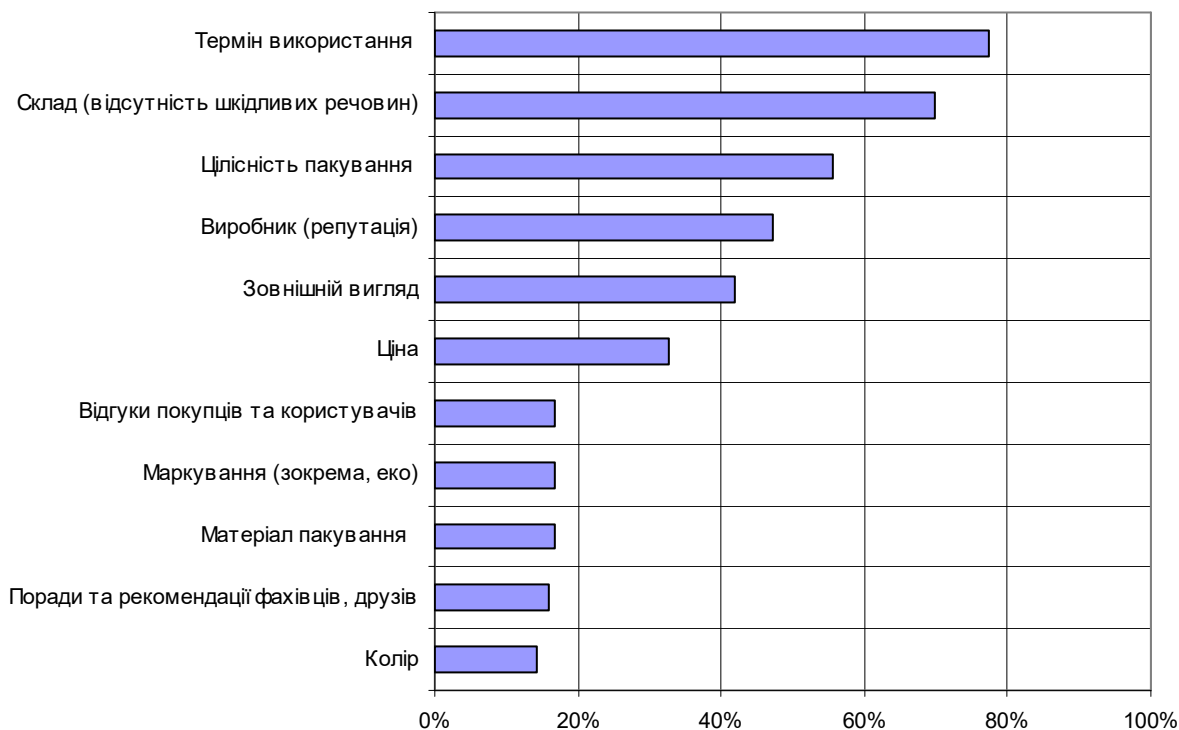


Рис. 3.15. Основні ознаки безпечної продукції
 Джерело: результати авторського дослідження.

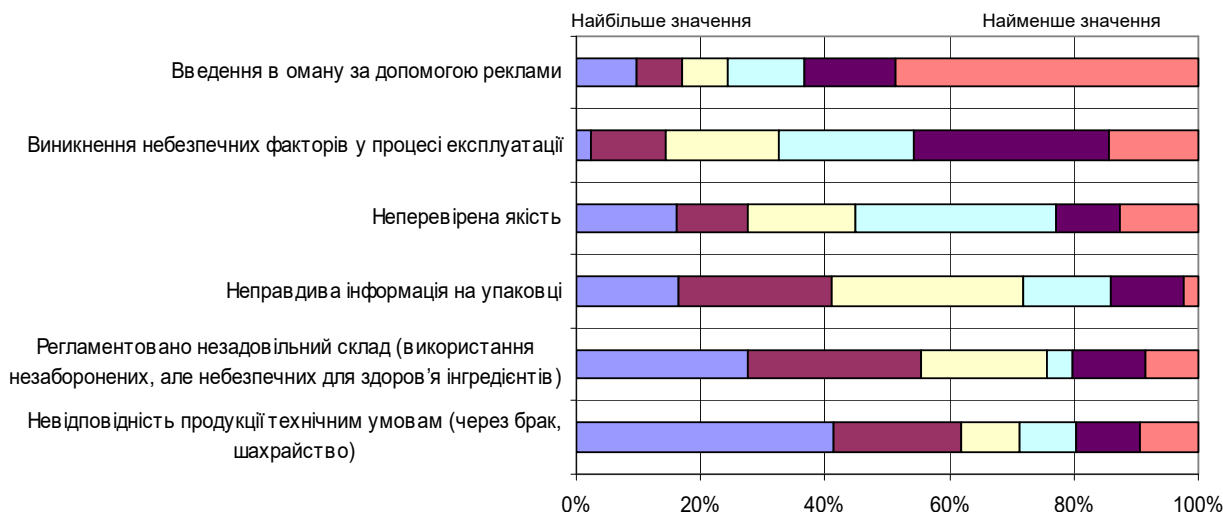


Рис. 3.16. Причини небезпеки споживання

Джерело: результати авторського дослідження.

Більше половини респондентів (60%) хотіли би бути поінформованими про небезпечні товари та послуги, а ще майже третина (28%) лише за умови безкоштовності та відсутності додаткових зусиль з їх боку (додаток П, рис. П5). Зараз споживачі під час самостійного пошуку відповідної інформації довіряють: відгукам на сайтах (60%), спеціалізованим програмам та повідомленням ЗМІ (48% і 31% відповідно), відгукам у соціальних мережах (43%) (додаток П, рис. П6). При чому мало відомою залишається інформаційна база RAPEX, що може бути пов'язане з її орієнтацією на європейські ринки, невідомістю заходів із її популяризації та відсутністю аналогу в Україні.

Ситуативні чинники нині характеризуються здебільшого негативним впливом на забезпечення покупцями безпеки споживання. Варто відзначити недосконалість інституціонального базису безпеки споживання, зокрема низький рівень захищеності прав споживачів. Це, поруч із низьким рівнем розвитку корпоративної соціальної відповідальності та незадовільним соціально-економічним та екологічним станом розвитку країни (див. розд. 2 та 3) ускладнює процес прийняття рішення споживачем щодо вибору товару (послуги). Впливовими в такому випадку можуть стати і попередні події, досвід і помилки. Так, більша частина респондентів (56%, рис. 3.17) іноді стикалася з небезпечним споживанням, а серед випадків введення в оману найчастіше називали недоброчесну рекламу та акції, приховування небезпечних складників та недостовірність інформації на пакуванні.

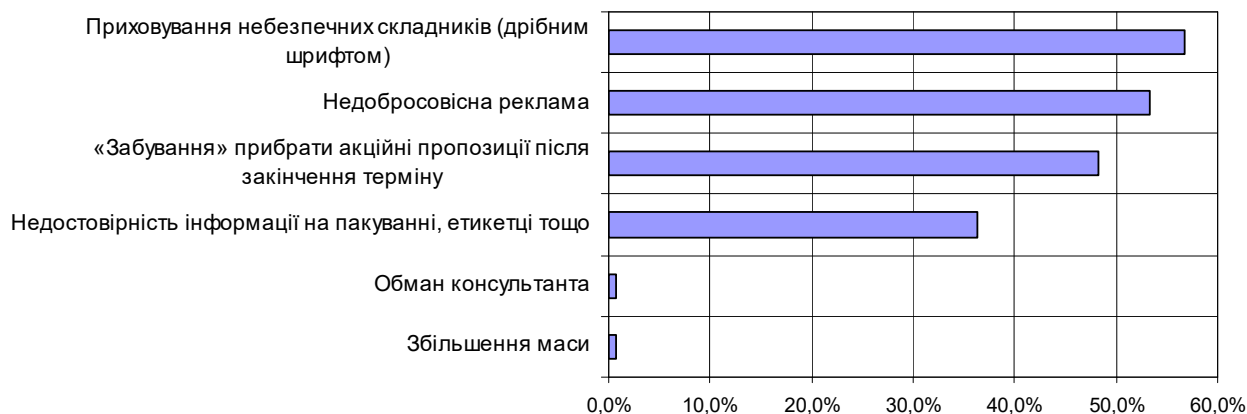


Рис. 3.17. Поширеність випадків введення споживачів в оману
Джерело: результати авторського дослідження.

У разі порушення прав споживачі, відповідно до закону нормального розподілу, найчастіше повертали товар продавцю (68%) та (або) поширювали інформацію про свій негативний досвід (44%) (додаток П, рис. П7). Майже однакова частка покупців не реагували активно (16%) або зверталися зі скаргою до відповідного органу (19%). Більша частина респондентів (88%) називають Держпродспоживслужбу, а 19% та 10% відповідно обирають ЗМІ та громадські організації (додаток П, рис. П8).

У тісному взаємозв'язку з категорією «цінність» перебуває поняття «сприйняття» – процес вибору, організації та інтерпретації інформаційних входів, одержаних через органи чуттів, для виведення підсумкового значення [333, с. 126]. Сприйняття пояснює формування ставлення до товару, бренду або продавця у процесі маркетингових комунікацій. В інформації, що сприймається, виділяють сприйняття оточення (де, коли, з ким?) та сприйняття дій (що відбувається?). Важливу роль у процесі сприйняття відіграє особова ідентифікація споживачів, тобто те, ким вони, насамперед, бачать самі себе, які життєві ролі є для них головними [334, с. 40; 335, с. 18; 336, с. 29–30]. Сприймання цілком визначається тим інформаційним простором, у якому перебуває особистість, який характеризується доступністю для сприймання і є небайдужим до змісту та емоційної забарвленості актів сприймання. Чутки, думки інших людей, погляди «компетентних» джерел, поширюваних за допомогою засобів масової інформації, реклама тощо не просто створюють умови для сприймання й усвідомлення, а й водночас формують настанови [316].

Принципи сприйняття, зберігання або неприйняття інформації детально досліджені Е. Райсом та Д. Траутом, які на фоні паралізування

свідомості значним обсягом інформації (людина все більше аналізує та менше думає), виділяють «інтелектуальні» (психологічні) елементи процесу позиціонування, а отже, сприйняття: обмеженість можливостей людського розуму в обробленні інформації; неприйняття свідомістю плутанини; наявність сумнівів, які викликані сприйнятими монетарним, функціональним, фізичним, соціальним та психологічним ризиками; незмінність свідомості та можливість її «розфокусування» [337, с. 7–57]. Загрозою є не лише проблема адекватного сприйняття та оцінювання ризиків, а й зловживання з боку зацікавлених сторін зазначеними особливостями процесу сприйняття.

Чинниками, які впливають на сприйняття, є:

– досвід, заснований на апперцепції – процесі розуміння, під час якого властивості, що вперше спостерігаються, порівнюються з минулим досвідом;

– новини, пов'язані з бажанням побачити та почути важливе повідомлення;

– простота повідомлення;

– рекомендації, які спираються на так звані емоційні чинники «разом зі стадом» (спостереження за поведінкою оточуючих у разі відчуття непевності перед ухваленням рішення) та «дух наслідування» (прагнення копіювати тих, чий смак, знання або досвід вважаються найкращими);

– традиції, зумовлені негативним ставленням людей до змін;

– емоції [308, с. 44; 337, с. 21–32, 40–49; 338, с. 50–51].

На фоні поширення маркетингової психології, надбудовами якої є соціальна, динамічна та когнітивна психологія [339, с. 58], важливим є аналіз споживчих цінностей на основі підходу «засоби – мета» до розуміння когнітивної структури споживачів. Інформація про товар (послугу) утримується в пам'яті на кількох рівнях абстракції, де простий рівень – це атрибути продукту, найскладніший – цінність або виграш, який несе в собі товар в очах споживача. Як компоненти цінності вигоди включають важливі внутрішні й зовнішні атрибути товару, сприйману якість та інші значимі абстракції високого рівня, причому внутрішні атрибути не завжди прямо пов'язані з цінністю, але виявляються через інші особисті вигоди, які самі є абстрактними [340, с. 595, 611–612]. Чим вища частка атрибутів, які оцінюються ще до здійснення купівлі (аналізованих характеристик), порівняно з дослідними атрибутами, тим ймовірніше, що оцінка якості буде високого когнітивного рівня, на

відміну від афектного (емоційного) сприйняття. Проте для деяких товарів (послуг) може не існувати об'єктивних критеріїв, окрім реакції на них покупця [341, с. 60]. Через персоналізацію товар зближається із послугою за критеріями вибору продукції, ознаками безпечності.

Водночас дискусійним залишається питання створення нових життєвих цінностей з подальшим перекладом їх у керований та контрольований стиль життя, який бренд несе в собі та починає диктувати споживачу. Відповідно до правила піраміди зв'язок на рівні цінностей буде завжди сильнішим, ніж зв'язок на рівні цілей або можливостей [342, с. 27]. Навіть у межах когнітивної концепції маркетингу (відображає спрямованість на формування схожої пізнавальної системи у споживачів на основі принципів когнітивної школи – школи пізнання) виділяють два напрями її використання на практиці: творчий, що припускає активну поведінку підприємства відносно формування стандартів споживання і просування нових технологій споживання, та адаптивний, у якому компанія підстроюється під вже існуючі потреби й стандарти споживання і спосіб життя споживачів [343, с. 35, 40–42; 344, с. 69–73]. Питання етики під час реалізації цієї концепції вважаємо визначальним.

Загрозливим також, на нашу думку, є перетворення позиціонування на незамінний елемент системи нав'язування відчуття задоволеності від споживання (та незадоволеності від споживання товарів-конкурентів або від відмови від споживання) [345, с. 14]. Різниця в задоволеності визначається як різниця між очікуваннями (обіцянки, колишній досвід, чутки) та досвідом клієнта (надійність, гарантії, матеріальні ознаки, співпереживання, здатність до реагування, чуйність) [325, с. 573, 576]. У загальному вигляді вважається, що суб'єктивне переживання задоволення саме по собі не є достатнім критерієм цінності, а отже, можна знайти об'єктивний критерій оцінювання задоволення, яким виступає «добра людина» у Платона, «призначення людини» в Аристотеля, реалізація людиною своєї природи за допомогою використання своїх сил у Б. Спінози, біологічна та соціальна еволюція людини згідно зі Г. Спенсером [346, с. 257].

Отже, щодо сприйняття, – то особливості процесу потрібно враховувати під час розроблення певних тактичних заходів, наприклад, рекомендацій з підвищення свідомості споживачів, рівня культури споживання в процесі забезпечення безпеки споживання.

Багато спеціалістів вказують на те, що протягом останніх десятиліть відбулися докорінні зміни в психології споживача. Virізняють дев'ять характеристик споживачів: а) прагнуть спокою і безпеки; б) дуже вдячні тому, хто може подбати про проблеми, з якими їм самим важко впоратися; в) прагнуть мати можливість повернути назад речі, які їм не цілком задовольняють; г) бажають, щоб їм надали насолоду; хочуть, щоб їм було легко спілкуватися з виробником та продавцем; д) бажають спілкуватися з виробниками; е) чекають, що їм буде надана змога прямого доступу на виробництва, з якими вони мають справу, без посередників; ж) бажають (іноді) стати партнерами; з) хочуть одержати задоволення; і) хочуть, щоб компанії були для них зручнішими [317]. Серед зазначених ознак перші дві («а» та «б») безпосередньо стосуються безпеки споживання, а «д», «е», «ж» задовольняються на засадах корпоративної соціальної відповідальності.

Про надання пріоритету безпеці споживання у вузькому розумінні свідчать і характеристики виробників та продавців, на які в першу чергу звертають увагу споживачі (рис. 3.18): дотримання стандартів і норм; наявність документів, які підтверджують якість, та відповідних сертифікатів; розуміння соціальної відповідальності як турботи про здоров'я (рис. 3.19).

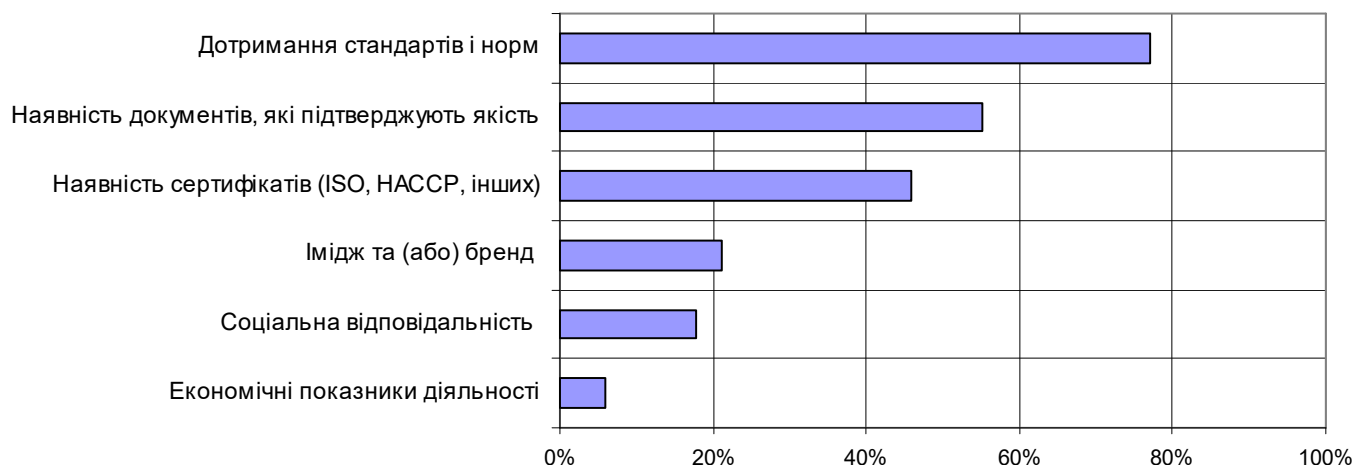


Рис. 3.18. Основні характеристики діяльності виробників, важливі для споживачів

Джерело: результати авторського дослідження.

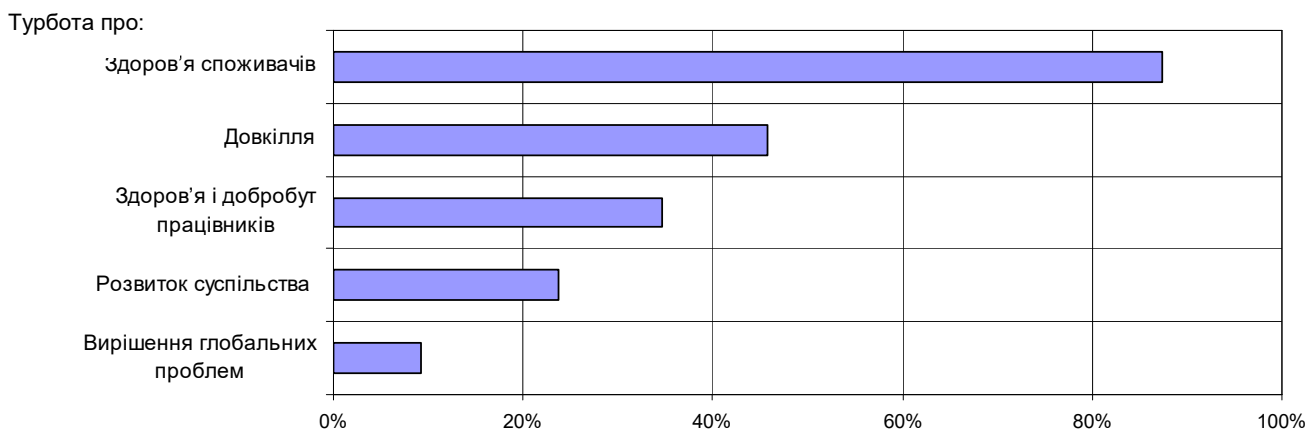


Рис. 3.19. Розуміння споживачами поняття «соціальна відповідальність»
Джерело: результати авторського дослідження.

Серед соціально-відповідальних марок у відкритому питанні, насамперед, названо ті (торговельні марки «Степне» (виробництво молочної продукції), «Хлібодар» (хлібобулочна продукція)), які випускають якісну, натуральну, екологічну продукцію, турбуються про здоров'я, проводять соціальні заходи, хоча зустрічаються і такі, які позиціонують себе як соціально-відповідальні (проводять відповідні комунікаційні заходи), але пропонують товари та послуги, які (або виробництво яких), становить загрозу для безпеки споживання (фастфуди, виробники горілчаної та слабоалкогольної продукції, металургійні підприємства). Порівняння одержаних результатів із результатами іноземних досліджень (рис. 3.20, 3.21) свідчить про низький рівень вимогливості вітчизняних споживачів, у той час, коли значна частка іміджу та бренду у відповідях іноземних респондентів може бути пов'язана як із відносною давністю опитувань, так і довірою до певних торговельних марок покупців.

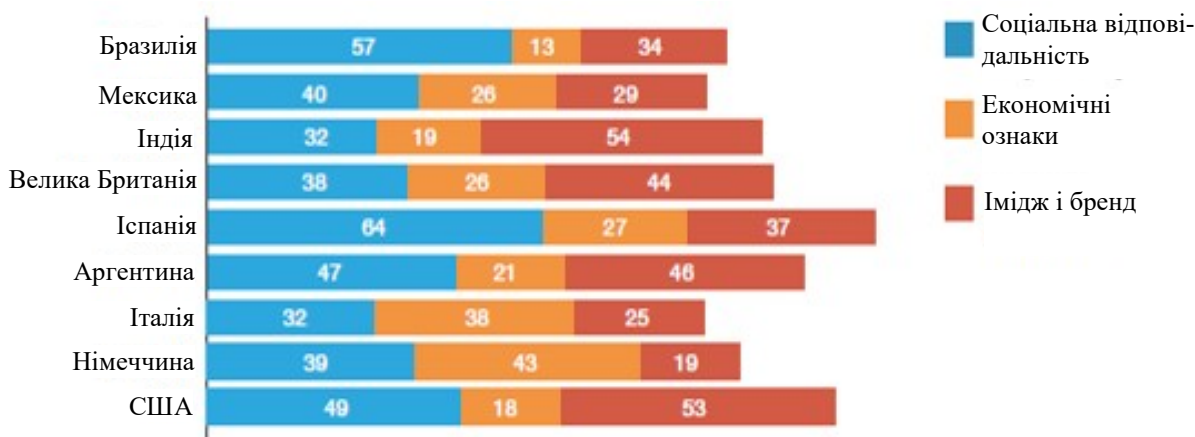


Рис. 3.20. Основні ознаки, використовувані споживачами для оцінювання компаній
Джерело: [347; 348].



Рис. 3.21. Інтерес споживачів до заходів компанії, щоб стати відповідальнішими, 2004

Джерело: [349].

Завдання посилення соціальної відповідальності підприємств в Україні, на нашу думку, залишається невирішеним через відсутність комплексного підходу до її розроблення, розкриття та розуміння. Прикладами можуть бути: використання біопакетів у мережах супермаркетів поряд із пропозицією продукції середньої якості та акціями, які сприяють надмірному споживанню або збільшенню відходів; виготовлення шкідливої їжі, поряд із декларуванням заходів із зменшення шкідливих викидів в атмосферу (мережі фастфудів); стимулювання соціальних заходів виробниками алкогольних, тютюнових товарів; спонсорування житлово-комунальних заходів поряд із масштабним забрудненням повітря (металургійні виробники) тощо.

Виходячи із зазначеного, варто погодитися з експертами доповіді «Мотивація сталого споживання» [350], що справжнє розуміння соціального та інституціонального контексту споживчих дій відкриває креативне уявлення про інноваційні процеси, ключовим завданням чого має стати перехід від «роздумів» до «розроблення» робочої поведінкової моделі.

3.4. Процесні особливості поведінкової моделі безпеки споживання

Виходячи з одержаних у попередньому підрозділі результатів, доцільно змоделювати поведінку споживачів у контексті забезпечення безпеки споживання. За Н. Коваліско, Н. Домбровською, модель споживання – це, з одного боку, спрощений опис основних особливостей споживчої поведінки, що надає процесу індивідуального споживання пев-

ного соціально-орієнтованого характеру та обумовлене відповідними мотивами і наявними ресурсами, а з іншого – це результат наукової операціоналізації, здійсненої шляхом класифікації, сегментації та ідеалізації типових поведінкових аспектів споживання, які мають прояви у масовій формі [23]. Застосовуючи розширену концепцію дискурсу (організації соціальної взаємодії з приводу визначення реальності) до феномена індивідуального споживання, В. Ільїн розглядає його як сукупність вербальних і поведінкових висловлювань виробників, торговців, рекламістів, споживачів тощо. Перетин цих висловлень утворює зону інтерсуб'єктивності, змістом якої є прості і всім зрозумілі споживчі практики. Автор називає споживання усвідомленою практикою (людина усвідомлює, що вона робить), що не означає його свідомого характеру (не завжди розуміє, навіщо, часто погано контролює цей процес) [351].

Погодимось з тезою В. Ільїна, що процес споживання має поставати в такій моделі, яка охоплює його цілком, – від актів сприйняття й прийняття рішень щодо користування чи некористування певними товарами (послугами) до практичного їх використання [351]. З огляду на безпеку споживання, додамо до цього процесу зберігання товарів та утилізацію невикористаних товарів або відходів. Незважаючи на те, що моделі поведінки споживачів часто є об'єктом дослідження соціології (табл. 3.3), критерієм сегментації споживачів з точки зору убезпечення споживання могут бути споживчі орієнтації. Відносно цього може назвати тенденції сталості споживання, поширення модних екопоказів, пропозиції «зелених лінійок» продукції відомими брендами, популяризації заходів сортування сміття, захисту довкілля, раціонального споживання.

Окрім зазначених у табл. 3.3 моделей, залежно від особливостей володіння матеріальними ресурсами Н. Коваліско, Н. Домбровська виокремлюють функціональне (ощадливе) споживання, спрямоване на задоволення основних потреб через існування матеріальних обмежень, та вільне (необмежене) споживання, коли споживчі практики залежать від індивідуальних смаків, уподобань індивіда, відсутнє матеріальне обмеження [23].

Так, І. Набруско виокремлює три основні моделі споживання, властиві населенню України: демонстративну; габітусну; конформну [352]. Т. Сальтевська [353] виявила моделі деформованого споживання в трансформаційній економіці та обґрунтувала появу інституційних пасток як стану, за якого тиражуються сформовані й усталені принципи і норми життя, що негативно впливають на суспільство.

Таблиця 3.3

Взаємозв'язок соціологічних моделей споживання з безпекою споживання

Назва та автор	Сутність	Вплив для БС
1	2	3
Модель демонстративного споживання Т. Веблена [354]	Побудована на ідеї потенціалу вираження соціального статусу, репутації чи авторитету індивіда за допомогою матеріальних ресурсів, демонстрацією грошової сили	Споживацтво
Модель конформного споживання	Базується на людській потребі в належності, виражає прагнення індивіда бути таким, як більшість, не виокремлюватись. Носіїв цієї моделі споживання зазвичай об'єднує класова, професійна, соціально-демографічна чи етнічна спільнота із домінуванням принципу «свій-чужий»	Споживацтво або розумне споживання, що залежить від загальних тенденцій
Габітусна (звична) модель споживання П. Бурдьє [355]	Вибудовується шляхом тривалого перебування індивіда в рамках визначених статусних позицій, що призводить до формування відповідних потреб, звичок, смаків та вподобань; габітус як індивідуальне утворення набуває спільних ознак у разі перебування індивідів у близьких соціокультурних умовах та соціальних позиціях	Позитивний або негативний вплив залежно від характеру звичок
Модного споживання Г. Зімел [356]	Виражає прагнення індивіда споживати товари та послуги, які на цей час є модними та актуальними в його соціокультурному середовищі	Можливий різний вплив залежно від модних тенденцій
Гедоністична модель споживання	Відображає прагнення індивіда до задоволення не тільки реальних, необхідних потреб, але й уявних бажань та примх із домінуванням останніх. Цьому сприяють масова культура, реклама, ЗМІ та громадська думка, що постають механізмами конструювання та відтворення гедоністичних цінностей та стилів життя	Скоріше негативний вплив через споживацтво, незамислення про наслідки та джерела виникнення проблем
Пуританське (аскетичне або «моральне») споживання	Базується на принципах засудження практик надспоживання та дотримання ідеї усвідомленого самообмеження з метою задоволення виключно найнеобхідніших потреб	Позитивний вплив, якщо не в нав'язливій формі

Продовження табл. 3.3

1	2	3
Модель прос'юмера Е. Тоффлера [357]	Описує споживача не тільки як користувача благ, а й як його «творця». Прос'юмером є активна, комунікабельна, публічна людина, здатна впливати на громадську думку та формувати ставлення до певних товарів чи послуг, шляхом здійснення власного моніторингу ринку споживчих благ [358, с. 388]; поширення завдяки розвитку інформаційних технологій, популяризації соціальних мереж та ведення власних інтернет сторінок та блогів [359]	Позитивний або негативний вплив залежно від цінностей, переконань, культури споживання прос'юмера

Систематизовано та доповнено автором за [23].

Зазначимо, що для багатьох верств населення властиве надмірне споживацтво, споживання як форма проведення вільного часу, демонстративне споживання в дусі ефекту сноба, марнотратство. Інституційна пастка моделі виживання пов'язана з тим, що практично не досягається задоволення духовних, культурних та інтелектуальних потреб, які сприяють розвитку людини. Це обумовлює моральну деградацію і руйнацію особистості, причому для всіх верств населення недостатньо розвинена культура харчування. Отже, інституційні пастки проявляються і в моделі виживання для бідної частини населення; у споживацтві, демонстративному та вимушеному споживанні для незначної частини населення з високими статками, які вже долучилися до суспільства споживання; у віртуальному споживанні – для маргінальної групи населення і середнього класу, споживання якого характеризується найбільшою раціональністю, необхідним і достатнім рівнем задоволення матеріальних та духовних потреб. Моделі необмеженого споживання автор протиставляє модель споживання, за якою можливе вирішення багатьох світових проблем і збалансований розвиток людини і природи. Це – «модель ціннісно-раціонального споживання, яке спрямоване на задоволення розумних потреб і відображає цінності всебічного розвитку людини, морального і культурного стану суспільства, відтворення здоров'я населення, коеволюційні принципи існування людини і природи» [353, с. 29].

У дослідженні Н. Коваліско, Н. Домбровської виявилася помітна перевага осіб із заощадливою (55,9%), недемонстративною (43,3%), орієнтованою на практичність (49,7%) споживчою поведінкою [23, с. 41–42]. Незначна кількість «гедоністів» (осіб, для яких ціна та необхідність блага

під час купівлі не мають значення) (16,0%) та «спонтанних покупців» (16,5%) виражають модель вільного (необмеженого) споживання, притаманного лише забезпеченим споживачам, які мають достатні матеріальні ресурси.

Варто зазначити, що з урахуванням останніх подій, пов'язаних із коронакризою, можна погодитись із тезами про «розмивання укладів життя, вироблених на основі суспільства споживання» та зміну набору «статусних» товарів, зокрема через нарощування віртуального споживання.

За результатами проведеного соціологічного дослідження, більшості споживачів притаманні бажання: купувати практичні, звичні речі (64%); свідомо обирати наперед обдуманий товар або послугу (61%); купувати економічно вигідні (недорогі) речі, у яких є реальна потреба (51%). Подібна споживча поведінка, орієнтована на практичність (звичність), визначеність та заощадливість, на нашу думку, може бути обумовлена, скоріше, достатньо складною економічною ситуацією, аніж раціональністю вибору, що підтверджує зовсім незначна кількість покупців із марнотратною, спонтанною, демонстративною та комфортною поведінкою (рис. 3.22).

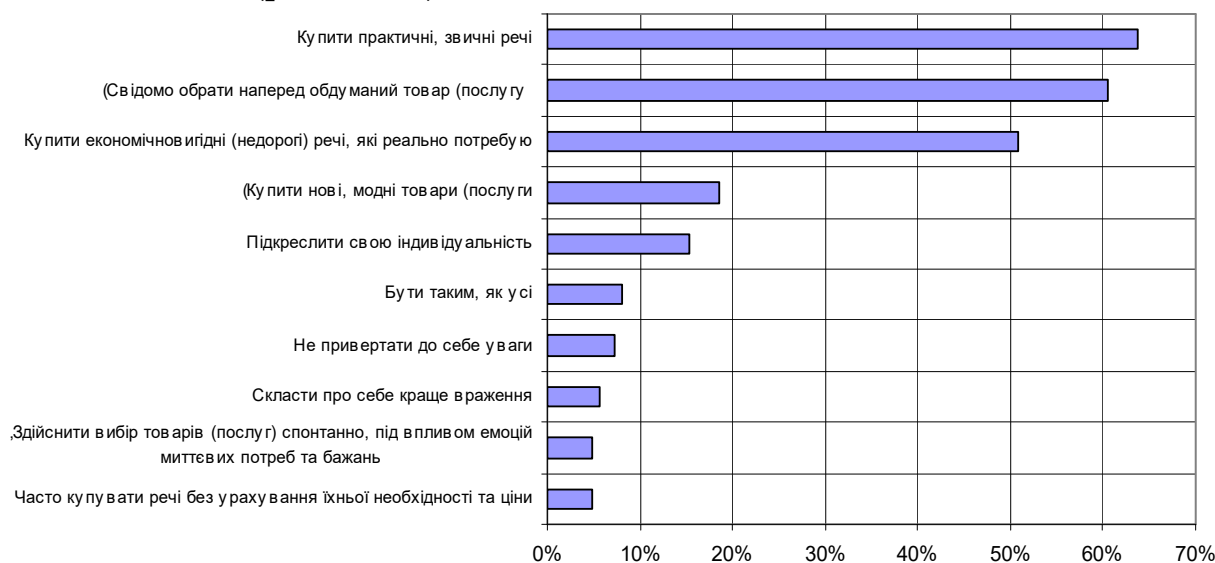


Рис. 3.22. Основні орієнтації споживачів Запорізької області (Україна)

Джерело: результати авторського дослідження.

В оцінюванні безпечності продукції 74% респондентів, насамперед, оцінюють безпечність та корисність, 27% – зважено складають раціон (рис. 3.23), що може свідчити як про бажання скласти краще враження на інтерв'юера, так і про раціональність, обумовлену більше економічними проблемами, ніж турботою про довкілля й добробут

майбутніх поколінь (13%) та безпеку в довгостроковій перспективі (15%). Передбачуваною є поведінка споживачів купівлі товарів повсякденного вибору та з міркуванням щодо попереднього вибору (32%), дещо загрозливою – задоволення примх, незважаючи на ризики (16%). Зазначимо, що саме по собі ставлення до товарів із підозрою можна вважати етапом забезпечення безпеки споживання. У той же час можна висунути гіпотезу, що порівняно складна економічна ситуація для більшої частини населення може сприяти формуванню звичок раціонального споживання, що, на жаль, не властиво малозабезпеченим верствам населення. Можлива ситуація, коли споживачі згодні поступитися якістю товару (послуги) більш привабливою ціною. Щодо цього важливо дослідити на основі глибокого інтерв'ю, які моделі прийняття рішень – некомпенсаторні чи компенсаторні, адитивні – використовуються в цих випадках.



Рис. 3.23. Особливості поведінки споживачів з огляду на безпеку споживання
Джерело: результати авторського дослідження.

Систематизація та узагальнення основних положень соціально-психологічних теорій поведінки в межах сталого споживання, зокрема з урахуванням особливостей застосування в процесі екологізації споживання (додаток С), дають змогу визначити специфіку побудови моделі поведінки споживачів у процесі забезпечення безпеки споживання (табл. 3.4). Аналіз моделей сталого споживання (додаток С) [350] розширює можливості визначення основних чинників, мотивацій, ознак та особливостей моделювання споживчої поведінки за умов необхідності забезпечення безпеки споживання. Так, доцільно враховувати невизначеність поведінки через відкладеність у часі й просторі та кумулятивний ефект дій багатьох споживачів, а також транзакційні витрати і переваги.

Таблиця 3.4

Соціально-психологічні теорії поведінки споживачів у контексті забезпечення безпеки споживання

Теорії	Основні положення	Зв'язок із безпекою споживання
1	2	3
Теорії раціонального вибору	Поведінка є результатом раціональних роздумів, у яких люди прагнуть максимізувати власну очікувану «корисність»; залежить від очікуваних результатів та значень, присвоєних цим результатам	Невизначеність через відкладеність у часі та просторі, кумулятивний ефект дій багатьох людей; зваження транзакційних витрат та переваг; визначення моральних проблем (концепція розширеного власного інтересу)
Скореговані теорії очікуваної вартості	Поведінка мотивована очікуванням щодо її наслідків та цінностями, які надаються цим результатам; можливе додавання нормативних соціальних впливів на поведінкові наміри та сприйманого споживачем контролю за результатами своєї поведінки	Кореляція між намірами та діями за умови високого ступеня вольового контролю; аналіз поведінки в процесі вибору та використання (транспортування, зберігання, утилізації) тощо
Теорії моральної і нормативної поведінки	Поведінка є функцією внутрішніх і зовнішніх впливів; особиста норма поведінки просоціальним способом активізується усвідомленням наслідків своїх дій та особистою відповідальністю; сила норми залежить від диспозиційних та ситуаційних факторів	Мотивація поведінки з урахуванням аспектів безпеки споживання не лише альтруїстичними або моральними причинами, а й корисливими інтересами; створення ситуаційних і диспозиційних чинників впливу на норми
Теорії звичайної поведінки	Звична (інстинктивна, автоматична, рутинна) поведінка, викликана емоційними реакціями в неконтрольованих ситуаціях; «когнітивна пастка» – економія зусиль та короткострокові вигоди й стимули	Проблемність мотивування просоціальної, проекологічної поведінки, а отже, поведінки, спрямованої на забезпечення безпеки споживання
Теорії соціальних та індивідуальних переконань	Поведінка як взаємодія людей із речами на основі символічного значення, яке вони мають для них; формування «самообразу» (знання здібностей та можливостей, розриву між власним та «ідеальним» Я); бажання уникати дисонансів у переконаннях, поглядах та цінностях	Розгляд споживання як мети переходу символічної основи з матеріальних «речей» на нематеріальні ресурси; зв'язування самоконцепції з мотивацією безпеки споживання та «ефектом перекидання»

Продовження табл. 3.4

1	2	3
Інтегративні теорії поведінки споживачів	Поведінка як взаємозв'язок між дією людей та соціальним й інституційним контекстом або інтеграція очікуваної цінності, нормативної конструкції віри та впливу звичних, соціальних та афективних факторів; розмежування між «практичною» та «дискурсивною» свідомістю.	Можливість інтегрувати мотиваційні, звичні та контекстуальні фактори в єдину модель поведінки із забезпечення безпеки споживання, підняття поведінки з рівня «практичної» до «дискурсивної» свідомості
Теорії змін, переконань та навчання	Поведінка визначається достовірністю джерела, повідомленням та думками / почуттями приймача як трьох критичних структурних елементів успіху стратегії переконання або передбачається, що довготривалість успіху переконливого повідомлення залежить від того, наскільки суб'єктом здійснюється його розумове «опрацювання»; аналізується роль співпраці (участі), соціальних мереж	Можливість зміни звичок. Для поведінки із убезпечення споживання важливим є як центральний, так і периферійний шляхи оброблення інформації, а також використання впливових рольових моделей, прикладів успішних програм, «привабливого джерела», «навчальних майданчиків»; соціального маркетингу, заснованого на громаді

Систематизовано та доповнено автором з використанням [350].

Необхідний детальніший аналіз поведінки в процесі вибору та використання товарів (послуг): наприклад, оцінювання умов їх транспортування, зберігання, утилізації тощо. Важливе місце в усіх теоріях посідають моральні аспекти: визначення моральних проблем у межах розширеного власного інтересу; встановлення кореляції між намірами та діями за умови високого ступеня вольового контролю; визначення співвідношення між альтруїстичними, моральними та корисливими мотивами тощо.

Отже, значну увагу потрібно приділяти: заходам мотивування та стимулювання просоціальної та (або) проекологічної поведінки створення ситуаційних і диспозиційних чинників впливу на норми; підняття поведінки з рівня «практичної» до «дискурсивної» свідомості, переходу символічної основи з матеріальних «речей» на нематеріальні ресурси; зміні звичок з урахуванням психологічних аспектів через використання впливових рольових моделей, прикладів успішних програм, «привабливого джерела», «навчальних майданчиків», соціального маркетингу, заснованого на громаді, тощо.

Виходячи з проведеного узагальнення, доцільно визнати побудову інтегрованої моделі поведінки споживачів, яка б з урахуванням вагомих аспектів різних теорій поєднала мотиваційні, звичні та контекстуальні фактори в єдину модель поведінки із забезпечення безпеки споживання та створила підстави для визначення особливостей поведінки та можливостей впливу на неї.

Одержані результати покладені в основу побудови моделі безпечного споживання, яка враховує позитивний, нейтральний або негативний вплив зовнішніх, внутрішніх та ситуативних чинників на різних етапах цього процесу (рис. 3.24). У цілому можна погодитися із О. Прокopenко [303], яка називає процес споживання процесом прийняття споживачем рішення про здійснення покупки, оскільки на останньому етапі (після усвідомлення проблеми, пошуку інформації, оцінювання альтернатив, рішення про покупку), під час поведінки після здійснення покупки, коли відбувається сприйняття товару, споживач приймає остаточне рішення щодо можливості подальшого споживання товару. Причому етап поведінки після купівлі доцільно поділити на підетапи (окремі з них за потреби): транспортування та зберігання, використання, утилізація, сприйняття. Зазначимо, що хоча сприйняття може передувати окремим іншим етапам, йдеться про формування остаточного, узагальнюючого судження, висновку, відповідно до якого споживач плануватиме свої подальші дії.

Нагадаємо також про важливість зворотного зв'язку, зокрема на сучасному етапі розвитку, коли все більших масштабів набирає інтернет-торгівля, а відгуки про товар (послугу) є одним з основних критеріїв вибору продукції.

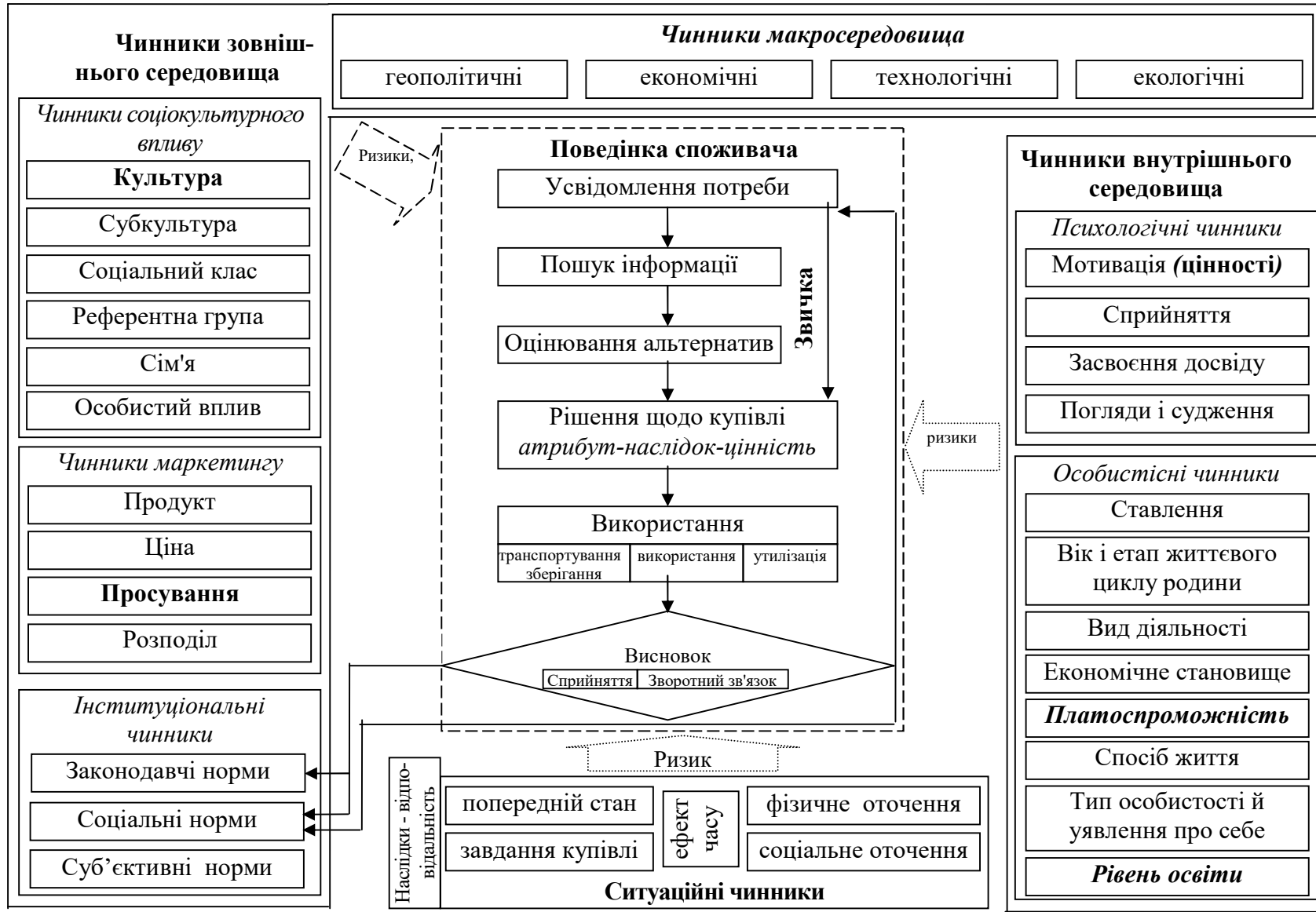


Рис. 3.24. Модель поведінки споживачів у процесі забезпечення безпеки споживання

Розроблено автором.

Отже, розглянемо поетапно та детально процес споживання з огляду на особливості забезпечення безпеки споживання на кожному з його етапів та визначених підетапів (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Етапи споживання за критерієм безпеки

Етап	Основні характеристики	Загрози БС	Шляхи мінімізації загроз
Розуміння проблеми (усвідомлення потреби)	Цінності, мотиви, рівень освіти, дохід, попередній досвід; рівень та терміновість потреб; політико-правові, геополітичні, технологічні чинники; комунікації, реклама, соціальна група	Марнотратство, споживацтво, нераціональність вибору	Правильно сформулювати потребу, зважаючи на наслідки для здоров'я, довкілля, суспільства, саморозвитку; запропонувати гіпотезу щодо критеріїв вибору (якість, натуральність, соціальна відповідальність, кількість тощо)
Пошук інформації	Звички, навички, сприйняття, агресивність пропозиції, інституціональне середовище, референтні групи	Повнота, достовірність, доступність інформації звичайна поведінка	Намагатися змінити звичайну поведінку, сформувати навички пошуку інформації, оцінювання джерел та повідомлень за ознакою безпечності
Оцінювання альтернатив та прийняття рішення щодо купівлі	Цінності, мотиви, рівень доходу; референтні групи; маркетинг-мікс; ситуаційні (наявність, умови, порада консультанта, акції)	Невиваженість та (або) складність оцінювання критеріїв вибору, післякупівельних витрат; компенсаторні моделі вибору; звичайна поведінка	Сприяти становленню відповідних соціальних норм, впливати на зміну моральних норм; підвищувати рівень обізнаності, формувати відповідні навички
Поведінка після купівлі (користування, використання)	Мотивація, ціннісні, соціальні, інституціональні норми інфраструктура	Незнання вимог до зберігання та утилізації тощо; невміння оцінити рівень задоволеності; неспроможність захистити свої права; нерозвиненість інфраструктури, зокрема утилізації	Розвивати культуру споживання – формувати споживчі звички щодо: мінімізації відходів; надання позитивного відгуку; розуміння та прагнення задовольнити реальних та/або сталих потреб

Розроблено автором.

1. На етапі усвідомлення потреби споживач відчуває незадоволення інтересу під впливом різних чинників. Так, реальну потребу зазвичай обумовлюють внутрішні чинники, хоча її вираження, зокрема безпечності споживання, залежить як від цінностей, мотивів, рівня освіти, доходу та інших психологічних та індивідуальних показників попереднього досвіду, так і від нижчого або вищого рівня потреби та термінів її забезпечення (теперішня – майбутня).

Водночас зовнішні чинники в умовах нав'язливого маркетингу або відповідного оточуючого середовища (вплив соціальної групи, субкультури) можуть обумовлювати виникнення спонтанних потреб, що призведе до марнотратства. Варто погодитись із О. Прокопенко [303], що важливою і перспективною «купівельною силою» з огляду на безпеку споживання можуть стати діти, які значно впливають на рішення батьків щодо покупок і є майбутніми споживачами і посередниками між виробниками та батьками. У США більше третини батьків змінили свою купівельну поведінку через те, що їх переконали діти у важливості екологічних проблем. Активними прихильниками екологічних організацій виступають також студенти, які є найбільш соціально активною групою населення. Так, 26% першокурсників коледжів США беруть участь у програмах з очищення та збереження довкілля.

На цьому етапі мають значення навіть такі чинники глобального середовища, як політико-правові, геополітичні, технологічні, які визначають: впевненість у майбутньому, попит (платоспроможність, вимогливість, схильність до споживання) і пропозицію (інноваційність, безпечність, ціну тощо) на ринку.

Загрозою з огляду на безпеку споживання є здатність (вміння, спроможність тощо) вірно сформулювати потребу (зважаючи на наслідки для здоров'я, довкілля, суспільства, саморозвитку), скласти гіпотезу щодо критеріїв вибору (якість, натуральність, соціальна відповідальність контрагентів (виробників, посередників) тощо), необхідної кількості тощо.

Теоретично бажаним є поєднання раціональних та емоціональних мотивів (додаток С, табл. С1). Потрібно зважати, що поняття і, відповідно, ознаки безпечності товарів (послуг) є більш вузькими до безпеки споживання, а вимоги до безпеки можуть відрізнятися для товарів (послуг). До того ж, як зазначено у підрозділі 1.2, загрозливою може стати поведінка, під час якої звичайні критерії вибору не зважаються на їх безпечність. Варто погодитись із думкою [350], що визначитися

з точним співвідношенням афективних, моральних, звичних і соціальних мотивацій та ситуаційних умов не є легким завданням.

Ситуативними факторами впливу на безпеку споживання можна вважати різні події та ситуації, наприклад надзвичайні, унаслідок яких підвищується мотивація споживання, орієнтованого на безпеку, а також випадкові та передбачувані ситуації взаємодії між споживачем та продукцією (в першу чергу, йдеться про мерчандайзинг), які спонукають до зменшення чи збільшення обсягів споживання, орієнтованого на безпеку [302].

Модеруючий ефект зовнішніх ситуаційних факторів щодо споживчих намірів підкреслює необхідність вдосконалення та полегшення умов у широкому спектрі екологічно важливих ситуацій. І, можливо, найбільш показове з усіх, вбудованість особистості в соціальну групу вказує на життєво важливий вплив соціального та культурного контексту на поведінку споживачів.

Культура споживання визначає безпеку споживання на етапах:

- усвідомлення – впливає на визначення та формулювання вимог безпеки;
- пошуку – залишається вибір джерел інформації за їх достовірністю та їх оцінювання;
- вибору – впливає на визначення суттєвих ознак та критеріїв;
- користування – впливає на споживання без загроз для здоров'я та довкілля під час транспортування, зберігання, використання й утилізації.

Важливим є вплив культури споживання в процесі зворотного зв'язку в умовах задовільного, а особливо незадовільного досвіду споживання (користування) товаром (послугою).

2. На етапі пошуку інформації загрози можуть представляти її повнота, достовірність, доступність, що можуть впливати: навички пошуку інформації, рівень обізнаності та освіти споживача, набутий досвід попереднього використання, сприйняття; агресивність пропозиції (рівень конкуренції, конкурентоспроможність, нав'язливість комунікацій: частота, канали, зміст повідомлень тощо); інституціональне середовище (механізми регулювання, інструменти захисту), зокрема інформаційна безпека, розвиненість інформаційно-комунікаційних технологій; референтні групи, їх цінності, досвід, відгуки, як джерело інформації про товари (послуги).

Оскільки товар (послуга) належить до повсякденного попиту, для якого характерною є модель звичайної поведінки і вибору, важливою є споживча орієнтація та ситуаційні чинники (наявність у місці продажу, засоби стимулювання збуту на місцях). Необхідність розуміння і дослідження можливості впливати на процеси формування та зміни звичок у споживчих діях Т. Джексона вважає ключовими чинниками, які формують та стримують вибір споживача, для подальшого вивчення та сприяння змінам поведінки [250].

О. Прокопенко зазначає, що основна маса споживачів у разі появи на ринку товару-новинки спочатку знайомиться зі складом продукту харчування з наданої на упаковці інформацією, оцінює екологічну чистоту товару [303]. Надалі споживачі лише порівнюють ціну товару з уявленням про екологічну чистоту продукції тощо. При цьому люди із середнім доходом орієнтуються на екологічність і смакові характеристики продукції.

Крім цього, «когнітивна пастка» відображається в рутинній поведінці, навіть коли вона вступає в протиріччя з раціональними міркуваннями, суперечить соціальним нормам і зумовлює зміни найкращих намірів. Як зазначається у доповіді «Мотивація сталого споживання» «...навіть якщо ми зможемо переконати людей змінити свої погляди і переконання на користь дій, спрямованих на захист навколишнього середовища, навіть якщо ми зможемо переконати їх в необхідності поводити себе просоціально за допомогою заборонних або описових соціальних норм, навіть якщо нам вдасться домогтися, щоб люди засвоїли особисті екологічні норми, все ще немає гарантії, що вони будуть відповідно поводити себе в навколишньому світі» [250]. Отже, поведінкова зміна на захист навколишнього середовища та на забезпечення безпеки споживання є надскладним завданням.

3–4. У контексті забезпечення безпеки споживання етапи оцінювання альтернатив та прийняття рішення щодо купівлі можна розглядати спільно, оскільки споживач перебуває під впливом таких чинників:

- внутрішніх – цінності, мотиви, рівень доходу;
- зовнішніх – маркетинг; реклама, зокрема у місцях продажу, пакування; ціна; соціокультурні, референтні групи;
- ситуаційних – наявність, умови, порада консультанта, акції.

На наш погляд, найбільшу загрозу на цих етапах несуть необґрунтованість вибору критеріїв порівняння та оцінювання товарів (послуг) (емоційні, афективні; через оточення, нав'язливість).

На цих етапах загрозу можуть становити:

- недостатність навичок, відсутність необхідної інформації, складність умов (обмежений час, простір) оцінювання критеріїв;
- використання через низьку платоспроможність компенсаторних моделей оцінювання там, де застосовуються некомпенсаторні моделі: щодо небезпечних компонент, сумнівів щодо терміну придатності тощо;
- невраховування матеріальних і нематеріальних витрат після купівлі товару (послуги) на зберігання, утилізацію.

5. Щодо споживчої поведінки після купівлі, зокрема в умовах нашої країни, доцільно приділити увагу проблемам безпеки на етапі безпосереднього використання та утилізації. Це пов'язано з більшою регламентованістю та інституціональною захищеністю процесів купівлі, транспортування та зберігання продукції (товарів), яких відповідальніше дотримується більшість споживачів. Хоча умови використання та утилізації також чітко визначені, залишається невирішеною проблема їх дотримання. Так, як зазначено в праці [360, с. 29], у майбутньому цього вимагатимуть не лише політики, а й споживачі (рис. 3.25), але на цей час жодна країна не поєднує високий рівень розвитку зі сталим екологічним споживанням (рис. 3.26).

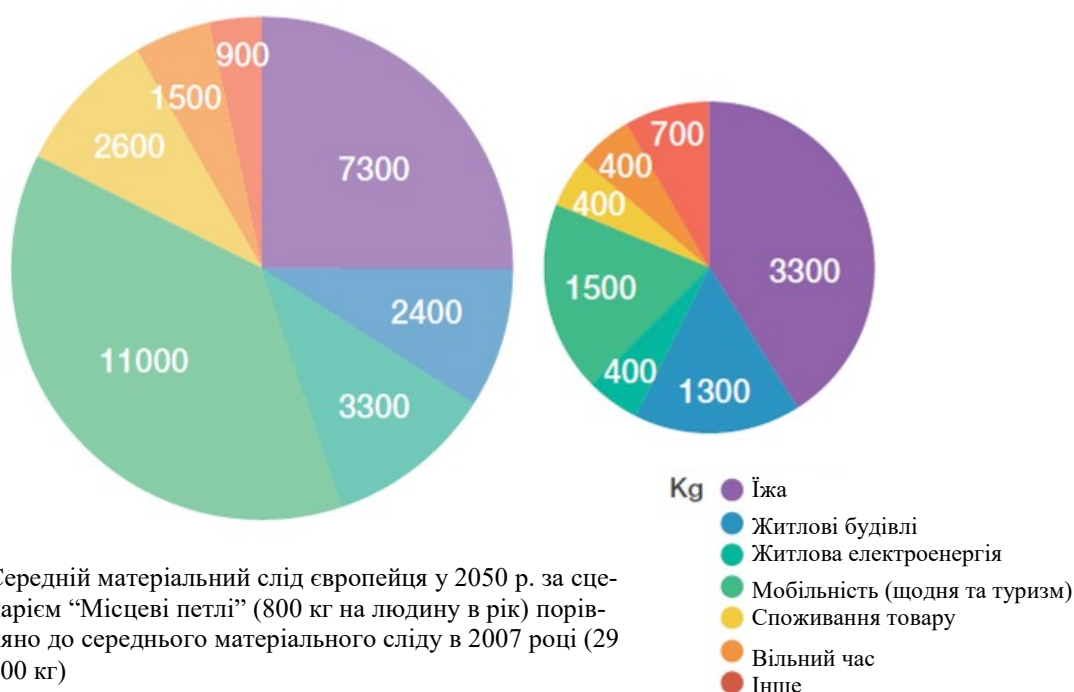


Рис. 3.25. Матеріальний слід у 2050 р. порівняно із середньоєвропейським слідом у 2007 р.

Складено за [361, с. 24].

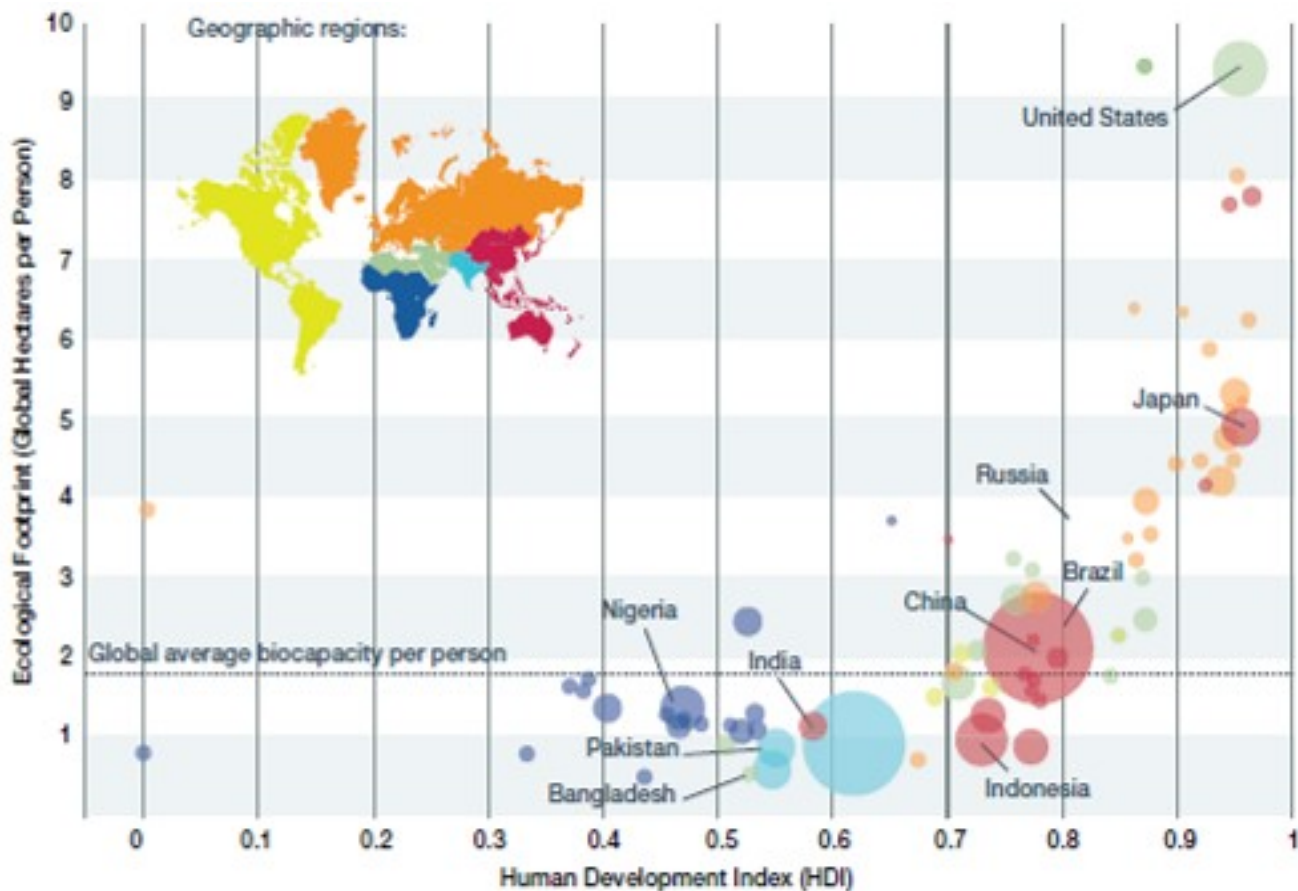


Рис. 3.26. Взаємозв'язок індексу людського розвитку та екологічного сліду
Складено за [362, с. 191].

Для нашої країни характерна ситуація, коли ще значна частина населення (53%) не сортує сміття (рис. 3.27) значною мірою через відсутність і недосконалість відповідної інфраструктури.

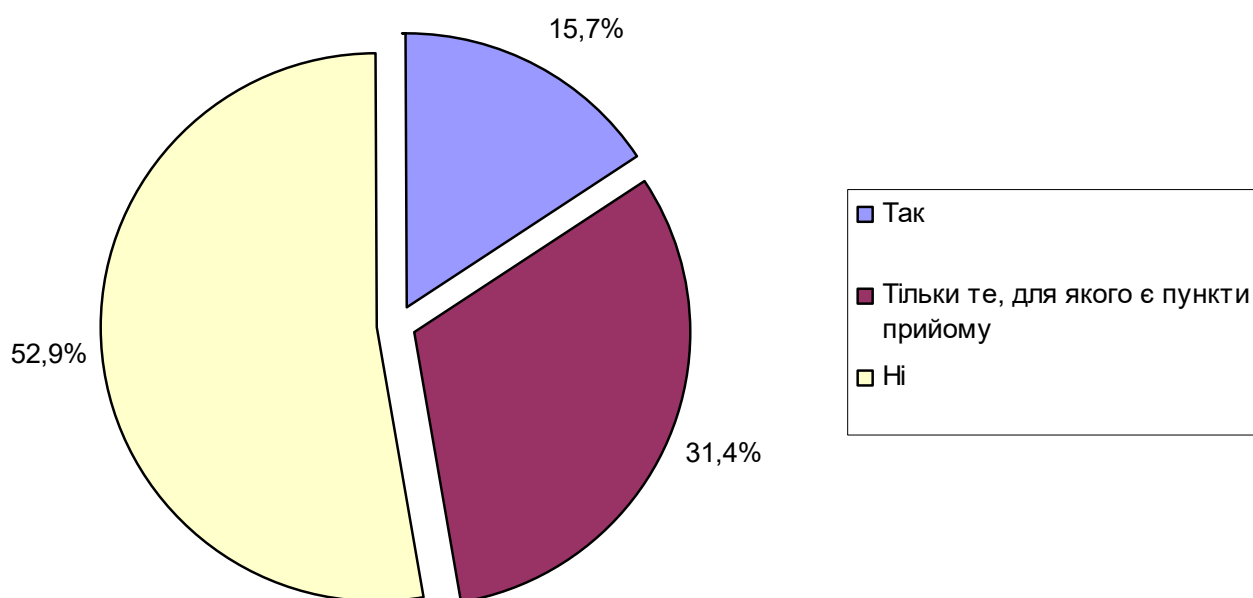


Рис. 3.27. Показники сортування сміття населенням
Запорізької області, 2019 р.

Джерело: результати авторського дослідження.

У праці [360, с.39] пропонуються основні напрями скорочення споживачами побутових харчових відходів (за результатами дослідження факторів впливу для вітчизняних споживачів) (рис. 3.28):

– купівля потрібної кількості продуктів, їжі та напоїв через надмірно широкий асортимент; великі розміри порцій, упакувань для потреб домогосподарств та роздрібною торгівлі; акції, що зменшують витрати (зниження цін на противагу пропозиції «придбати одну безкоштовну»). Загальними щодо відходів є заходи уникнення купівлі (їжа та напої, які можна було б з'їсти в певний момент до викидання, хоча значна частина буде неїстівною в місці утилізації) та можливого уникнення (їжа та напої, які деякі люди їдять, а інші – ні, їдять залежно від способу приготування);

– зберігання товарів в найкращих умовах (забезпечення споживачів герметичним пакуванням для захисту продуктів харчування та формулювання чітких настанов щодо зберігання та заморожування);

– використання товарів (нанесення чіткіших етикеток щодо терміну придатності та сприяння інноваційному вдосконаленню для продовження терміну використання продукту).

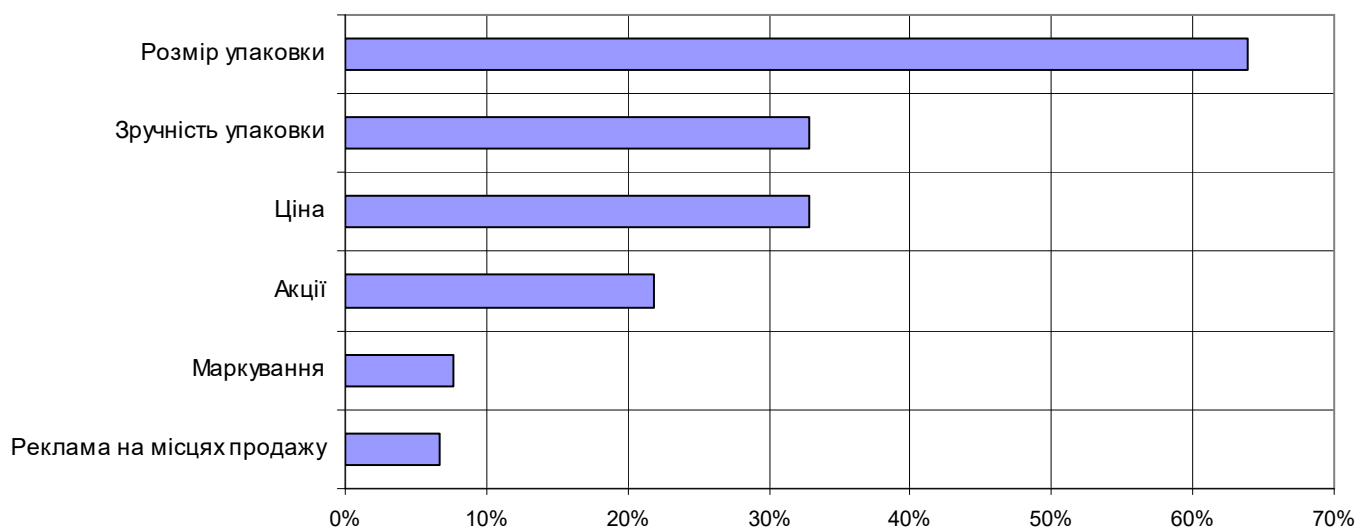


Рис. 3.28. Основні причини значних обсягів відходів споживання
Джерело: результати авторського дослідження.

Проте ці заходи можуть бути враховані як загальні рекомендації для зменшення усіх видів відходів.

Для умов нашої країни на етапі користування товаром (послугами) також загрозливими є незнання, ігнорування вимог до зберігання та утилізації, нерозвиненість інфраструктури утилізації, неспроможність споживачів через відсутність знань, навичок, інформації, нероз-

виненість інституціонального середовища захистити свої права тощо. Останнє може бути послаблено встановленням негативного зворотного зв'язку.

Небезпечним, особливо в довгостроковій перспективі, є невміння або складність оцінити рівень задоволення потреби через нав'язані засоби маркетингових комунікацій (рекламу, особисті продажі, інструменти паблік-релейшенз), відчуття надмірного або недостатнього задоволення, коли виникає бажання повторити купівлю.

За результатами авторського соціологічного дослідження визначено найбільш значущі чинники, які впливають на поведінку споживачів у контексті забезпечення безпеки споживання, на основі аналізу яких з урахуванням окреслених у підрозділі 1.3 особливостей безпеки споживання (невизначеність, приховані, нечіткі зв'язки між складниками, відтермінованість у часі) побудована модель з використанням методів нечіткої логіки (табл. 3.6).

Рішення щодо функції належності нечітких підмножин, що описують забезпечення безпеки споживання в умовах невизначеності, приймають у певний момент часу на основі обраних експертним методом чинників. Вхідними змінними моделі обрано чинники внутрішнього та зовнішнього впливу (табл. 3.6): цінності, культура споживання, маркетинг (просування), рівень розвитку інституціонального базису (законодавство, соціальні норми), значення яких встановлено експертним методом. Щодо такого чинника зовнішнього впливу, як маркетинг, та нерівномірність інтервалів можна пояснити його природою, яка полягає у досягненні головної мети – переконання споживачів щодо здійснення покупки і його лояльності.

Отже, більшість маркетингових комунікацій негативно або відносно негативно впливає на безпеку споживання. Повідомлення позитивного впливу, скоріше за все, є винятками на вимогу суспільства та держави, або заходами в межах корпоративної соціальної відповідальності, наслідування якої є більш витратним та недостатньо поширеним в Україні. Різниця в інтервалах розподілу значень для чинників цінностей та інституціонального базису обумовлена також недосконалим рівнем їх розвитку та невідповідністю вимогам убезпечення споживання. Формування відповідних споживчих звичок є поступовим процесом, як і «Рівень безпеки споживання» – показник, за яким оцінюємо безпеку споживання.

Лінгвістичне оцінювання та інтерпретація змінних у процесі моделювання поведінки споживачів на засадах забезпечення безпеки споживання методами нечіткої логіки

Параметри	Група чинників	Вид	Терми				
			Дуже низьке (ДН)	Низьке (Н)	Середнє (С)	Високе (В)	Дуже високе (ДВ)
1	2	3	4	5	6	7	8
X ₁	Внутрішнього впливу	Цінності	Негативні щодо БС (цінності виживання, надмірного споживання, недовіри до інститутів)	Порівняно негативні (наявність однієї або кількох ознак негативних цінностей)	Нейтральні: за окремими напрямками (безпечність продукції, турбота про здоров'я, родину – <i>егоцентричні</i>) або <i>незавжди</i>	Порівняно позитивні : наслідування значної кількості позитивних цінностей	Позитивні: цінності саморозвитку, турбота про довкілля, добробут майбутніх поколінь
			X ₁ = 0–0,25	X ₁ = 0,26–0,5	X ₁ = 0,51–0,7	X ₁ = 0,71–0,85	X ₁ = 0,86–1
X ₂	Зовнішнього впливу	Культура споживання	Низький рівень (споживає все, не замислюючись про корисність та наслідки)	Порівняно низький рівень (частіше не замислюється про наслідки для здоров'я чи довкілля)	Середній рівень (турбота про наслідки час від часу)	Порівняно високий (забезпечення кількох умов високого рівня)	Високий рівень (зважений підхід до того скільки, коли, як і що споживає, турбота про наслідки)
			X ₂ = 0–0,2	X ₂ = 0,21–0,4	X ₂ = 0,41–0,6	X ₂ = 0,61–0,8	X ₂ = 0,81–1
X ₃	Зовнішнього впливу	Маркетинг (просування)	Негативний вплив (наявність значної кількості оманливої, нав'язувальної, агресивної реклами, оманливе пакування, акції, PR)	Порівняно негативний вплив (значна кількість маркетингових чинників негативного впливу, іноді – інформативна компонента)	Нейтральний вплив (інформативний, інформаційно-змістовний характер реклами та інших комунікаційних заходів щодо товару або послуги)	Порівняно позитивний вплив (здебільшого інформативна комерційна реклама, подекуди – популяризація принципів сталого розвитку)	Позитивний вплив: (здебільшого соціальна реклама, популяризація принципів сталого розвитку та інформативна комерційна реклама)
			X ₃ = 0–0,3	X ₃ = 0,31–0,6	X ₃ = 0,61–0,8	X ₃ = 0,81–0,9	X ₃ = 0,91–1

Продовження табл. 3.6

1	2	3	4	5	6	7	8
X ₄	Зовнішнього впливу	Інституціональне середовище (законодавство, соціальні норми)	Нерозвинений (законодавчі і соціальні норми споживання не виважено розроблені та нечітко сформульовані, для споживача відсутні межі поведінки)	Порівняно нерозвинений (більшість умов розвиненості базису не виконуються)	Частково розвинений (споживач не наслідуює (або частково наслідуює) законодавчі та (або) соціальні норми споживання, або вони не виважено розроблені та не чітко сформульовані)	Порівняно розвинений (забезпечення більшості умов розвиненості)	Розвинений (споживач наслідуює законодавчі і соціальні норми споживання, які виважено розроблені та чітко сформульовані)
			X ₄ = 0–0,3	X ₄ = 0,31–0,6	X ₄ = 0,61–0,9	X ₄ = 0,91–0,95	X ₄ = 0,95–1
Y	Рівень безпеки споживання		Нижній граничний	Нижче середнього	Середній	Вище середнього	Високий
			Y = 0–0,2	Y = 0,21–0,4	Y = 0,41–0,6	Y = 0,61–0,8	Y = 0,81–1

Складено автором.

Для опису вхідних (X_1, X_2, X_3, X_4) та вихідної (Y) змінних використана лінгвістичне оцінювання відповідно до термів (див. табл. 3.6). На основі запропонованих термів лінгвістичних змінних і дерева логічних висновків (рис. 3.29) сформулюємо бази даних експертних оцінок, які є нечіткими носіями інформації про наявні зв'язки між вхідними і вихідними змінними (додаток Т, табл. Т1).

Проведене моделювання убезпеченості споживання залежно від обраних чинників внутрішнього та зовнішнього впливу на основі методів нечіткої логіки дало змогу оптимізувати індикатори рівня безпеки споживання (табл. 3.7, рис. 3.30).

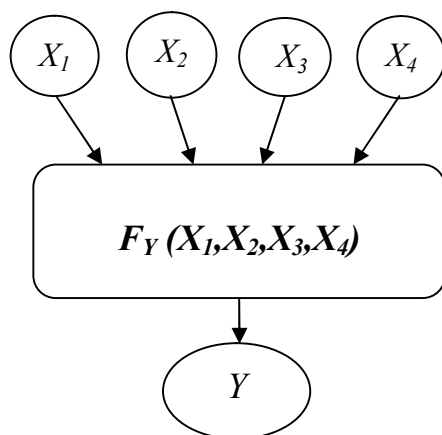


Рис. 3.29. Взаємозв'язок між вхідними і вихідними змінними моделі поведінки споживачів на засадах забезпечення безпеки споживання

Запропоновано автором

Таблиця 3.7

Перспективні орієнтири (умови) забезпечення оптимального рівня безпеки споживання

Значення показника внутрішнього впливу на основі людських цінностей, X_1	Значення показника зовнішнього впливу, який охоплює культуру споживання, X_2	Значення показника зовнішнього впливу, який охоплює маркетинг (просування), X_3	Значення показника зовнішнього впливу, який охоплює стан інституціонального базису, X_4	Рівень безпеки споживання, Y
1	2	3	4	5
0,598	0,845	0,902	0,931	0,5
0,114	0,315	0,477	0,469	0,3
0,386	0,315	0,447	0,469	0,2
0,386	0,1	0,705	0,777	0,3

Продовження табл. 3.7

1	2	3	4	5
0,144	0,0846	0,174	0,454	0,2
0,144	0,0846	0,174	0,777	0,1
0,144	0,0846	0,492	0,177	0,2
0,144	0,315	0,492	0,177	0,1
0,402	0,315	0,492	0,177	0,3
0,129	0,315	0,462	0,469	0,3

Для досягнення оптимального (не нижче середнього) рівня безпеки споживання (0,4 і вище) необхідне одночасне виконання таких передумов (див. табл. 3.7, рис. 3.30, додаток Т):

– у разі наявності негативних щодо безпеки споживання цінностей у населення ($X_1 \geq 0,114$) безпечний рівень споживання може бути забезпечений лише за умови значення показника культури споживання $X_2 \geq 0,315$, нейтрального впливу маркетингу ($X_3 \geq 0,477$) та розвитку інституціонального базису на рівні не менше порівняно нерозвиненого ($X_4 \geq 0,469$);

– для низького рівня культури споживання у населення ($X_2 \geq 0,1$) забезпечити безпеку споживання на безпечному рівні можливо за умови значення показника, який охоплює цінності людини $X_1 \geq 0,386$, нейтрального впливу маркетингу ($X_3 \geq 0,705$) та середнього рівня розвитку інституціонального базису ($X_4 \geq 0,777$);

– значення показника зовнішнього впливу, який охоплює маркетинг (просування) (X_3) не повинно бути нижчим, ніж 0,462, що відповідає діапазону порівняно негативного впливу, тобто застосуванню виробниками значної кількості маркетингових чинників негативного впливу, а іноді інформативної компоненти;

– для дуже низького рівня розвитку інституціонального базису ($X_4 \geq 0,177$) безпечний рівень споживання можливо забезпечити за умови значення показника, що охоплює цінності людини $X_1 \geq 0,402$, відносно низького рівня культури споживання ($X_2 \geq 0,315$) та відносно негативного впливу маркетингу ($X_3 \geq 0,492$).

Для досягнення високого рівня безпеки споживання необхідне забезпечення визначених рівнів показників внутрішнього та зовнішнього впливу, а в довготривалій перспективі потребує посилення внутрішнього впливу, який охоплює цінності людини. Таке завдання може бути вирішене через підвищення освітнього та культурного рівня населення, що безперечно пов'язано з доходами.

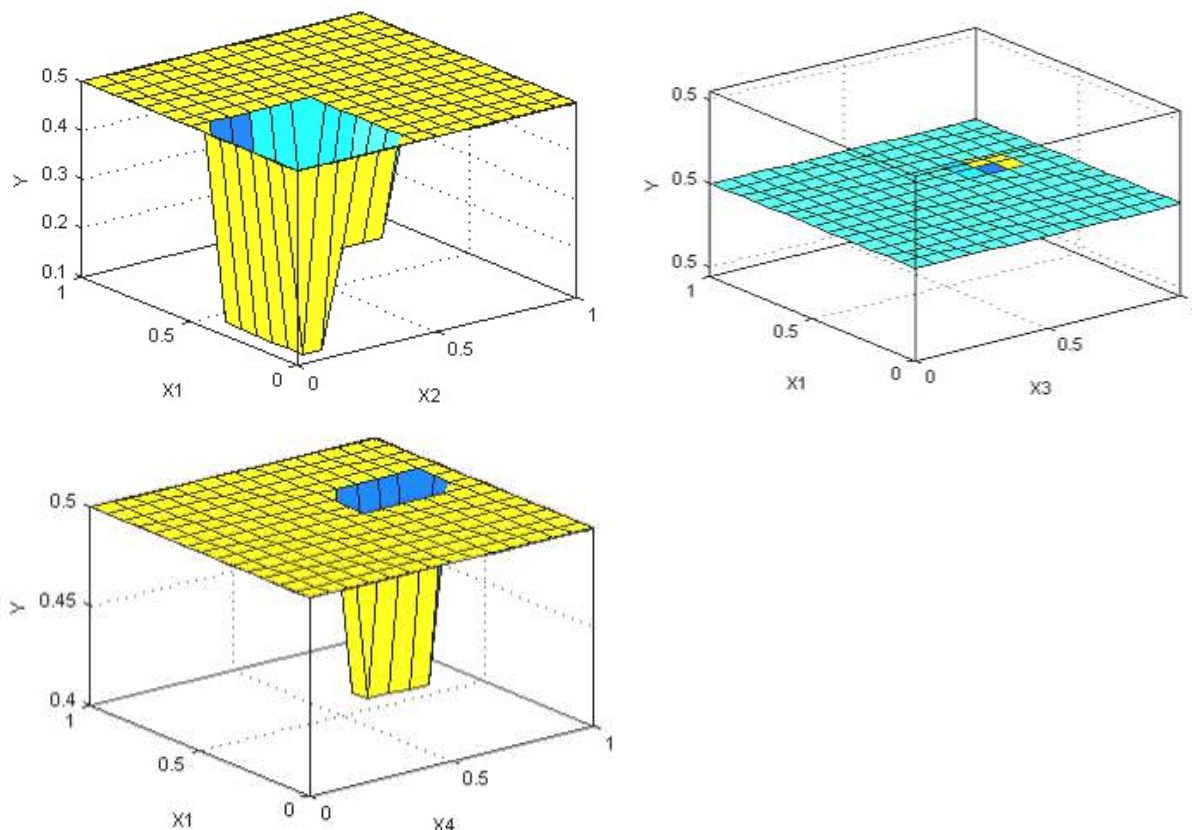


Рис. 3.30. Залежність рівня безпеки споживання від показників внутрішнього та зовнішнього впливу, які охоплюють цінності людини (X_1), культуру споживання (X_2), маркетинг (просування) (X_3) та стан інституціонального базису в країні (X_4)

Розраховано автором.

Щодо моделювання поведінки споживачів з урахуванням особливостей її забезпечення, зазначимо, що, крім індивідуальних споживачів, як суб'єкти безпеки споживання можуть виступати: товаровиробники та надавачі послуг (насамперед ті, що дотримуються принципів соціальної відповідальності, а також ті, що функціонують в умовах дотримання відповідних законодавчих та соціальних норм, є вимогливі в питаннях забезпечення споживання (рис. 3.31)); уряд через держзамовлення; іноземні підприємства та спілки; посередники різних типів.

Необхідно враховувати, що інтереси кожної з груп споживачів істотно відрізняються. Так, до характеристик (функцій) товару, які найбільше цікавлять крайніх споживачів, належать збереження здоров'я, ціна, зниження експлуатаційних витрат та ін. До функцій товару, які цікавлять споживачів-виробників, належить, насамперед, можливість отримання прибутків. Державні інститути зацікавлені в товарах, які забезпечують екологічну та економічну безпеку країни за різними її складниками, безпеку національної економіки; конкурентоспромож-

ність країни; здоров'я нації; поповнення державного бюджету. Таких споживачів, як іноземні підприємства та спілки, цікавлять такі характеристики товарів, як відсутність викидів під час експлуатації та утилізації, ресурсозбереження, відповідність вимогам розвинених країн. Посередників більше цікавить ціна, можливість отримання прибутків, збільшення обсягів продажу тощо [303]. Взагалі споживачі на B2B ринку є раціональнішими [363], що підтверджують моделі споживчої поведінки Шета, Вебстера і М. Вінда та інших (додаток У).



Рис. 3.31. Показники важливості проблем сталого розвитку для успіху бізнесу в майбутньому, в окремих країнах

Складено за [360, с. 104].

До того ж, варто зважати на те, що відбувається зближення ринків B2B і B2C через активну позицію споживача, який перетворюється на партнера (відповідно взаємодія на засадах CRM (Customer Relationships Managed – менеджмент з орієнтацією на клієнта) і маркетингу відносин перетворюється на відносини, що керуються клієнтом (CMR – Customer’s Managed Relationships).

Якщо розглядати працівника як споживача, то можна стверджувати про зближення моделей індивідуального та корпоративного споживання в межах завдань його безпеки. З одного боку, споживання – це процес використання («використовувати – значить споживати» [364, с. 150]), а з іншого – «споживати – значить робити». Як зазначає В. Ільїн, «...при використанні цих слів фокус ковзає: «споживання» ста-

вить у центр якість і ціну споживаних ресурсів, виробництво – якість їх переробки і одержуваний результат. Індивідуальне споживання теж можна вважати виробництвом. З погляду бізнесу, людина – це також працівник. Тому індивідуальне споживання – це також відтворення робочої сили, тобто здатності людей працювати для прибутку своїх фірм. У цих підходах людина – це ресурс для досягнення чужих цілей: бізнесу та політиків, які приховано пов'язані з якістю життя людей. Але можливий і інший – гуманістичний підхід до споживання, суть якого в тому, що споживання – це відтворення індивідом себе і для себе. Це індивідуальне споживання, яке, за К. Марксом [364, с. 2226], являє собою «споживання у власному розумінні слова; людина виступає як самодостатня мета; змістом власне відтворення» [351].

Таким чином, виходячи з більш раціональних мотивів споживання на B2B ринку, переорієнтувати корпоративну споживчу поведінку з орієнтацією на її забезпечення є порівняно легшим завданням. До того ж, ураховуючи, що остаточне рішення приймають індивіди, можна стверджувати, що зміна основних чинників впливу на забезпечення індивідуального споживання сприятиме поліпшенню ситуації на всіх ринках.

Поведінка споживачів відображає зміни попиту на різні типи товарів та рівень добробуту населення, що необхідно враховувати під час визначення стратегічних пріоритетів і модернізації механізмів регулювання розвитку споживчого ринку, обґрунтування державної політики захисту прав споживачів та сприяння товарному насиченню споживчого ринку якісною вітчизняною продукцією.

Висновки до розділу 3

1. Необхідність ідентифікації загроз і ризиків, визначення показників стану системи безпеки споживання обумовлює обґрунтування сукупності критеріїв і індикаторів, згрупованих за функціональними складниками: соціальні, економічні, охорони довкілля, продовольчі, зовнішньоекономічні та науково-технологічні. Структурно-функціональний аналіз цих індикаторів показує низький рівень розвитку безпеки споживання в Україні, який з 2016 р. за багатьма показниками дещо поліпшується, але залишається низьким за напрямками формування соціальних основ існування людини (умови життя, праці, здоров'я, життєдіяльності). Для аналізу та прогнозування цих процесів запропоновано розраховувати інтегральний і комплексні показники за кожною функціональною складовою системи безпеки споживання на

основі методу таксономії. Безпека споживання в Україні за узагальненим таксономічним показником знаходиться на низькому рівні з найменшим значенням у 2013 р. (0,225) та поступовим зростанням за поліноміальною залежністю до 0,434 у 2018 р. Незважаючи на негативні тенденції зміни показника, важливе встановлення взаємозв'язку між окремими функціональними складовими безпеки споживання, а також їх впливу на розвиток системи взагалі. Отримана лінійна регресійна модель дає змогу систематично оцінювати та прогнозувати в динаміці стан розвитку безпеки споживання в Україні та її регіонах.

2. Гармонізацію інтересів суспільства, бізнесу та влади на основі зміцнення безпеки споживання запропоновано представляти з позиції теорії систем у балансуючих і посилюючих контурах для дійсного та бажаного рівнів споживання (бажаний рівень споживання повинен бути узгоджений зі станом здоров'я людини та впливом на довкілля), виробництва та впливу на довкілля (негативний вплив виробництва на довкілля та здоров'я споживачів). Ці контури використані для системно-динамічного моделювання причинно-наслідкових зв'язків у системі забезпечення безпеки споживання. Запропонована модель складається з блоків, які відповідають визначеним раніше контурам (споживання на основі доступності грошових ресурсів, споживання з урахуванням поведінкових аспектів, виробництва та охорони довкілля), і дає змогу змінювати потреби в споживанні залежно від сукупності дохідних і поведінкових параметрів споживання, виробництва та розподілу, охорони довкілля, порівнюючи з безпечним рівнем споживання. Показником оптимізації заходів забезпечення безпеки споживання визначено зміну потреби в споживанні як різницю потреби в споживанні та безпечного рівня споживання.

3. Дослідження особливостей забезпечення безпеки споживання з боку споживачів встановило, що важливу роль у цьому процесі відіграють зовнішні (суспільство – родина, референтні групи, держава, виробники), внутрішні (рівень культури, освіти, звички) та чинники ситуаційного впливу. Розв'язання таких проблем, як недосконалість інституціонального базису, низький рівень культури споживання та корпоративної соціальної відповідальності тощо сприятиме не лише забезпеченню безпеки споживання, а й гармонізації інтересів суспільства (індивіда), бізнесу і держави.

4. У межах розробленої інтегрованої моделі поведінки споживачів у контексті убезпечення споживання визначено головні чинники впли-

ву на всіх етапах прийняття рішення про купівлю, до яких належать рівень культури споживання, споживчі звички, маркетинг та інституціональний базис, композиція яких визначає загальний рівень безпеки споживання. Досягнення високого рівня безпеки споживання можливо через забезпечення визначених на основі методів нечіткої логіки рівнів показників внутрішнього та зовнішнього впливу. У довготривалій перспективі це потребує поліпшення показника внутрішнього впливу, який охоплює цінності людини, через підвищення освітнього та культурного рівня населення, що безперечно пов'язано з доходами.

РОЗДІЛ 4

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ БЕЗПЕКОВИХ ІМПЕРАТИВ СПОЖИВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦЬКУ ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

4.1. Модернізація засадничих принципів підприємницької діяльності на засадах безпеки споживання в умовах глобальної економіки

Імплементация соціальних та екологічних засад сталого розвитку, зокрема забезпечення безпеки споживання, можлива за умови впровадження на мікрорівні системної ієрархії (підприємствах) концепції соціальної відповідальності, увагу до якої в Україні почали приділяти не давно. Переважна більшість суб'єктів господарювання взагалі не мають стратегії розвитку корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), а окремі з них, що мають, обмежуються благодійністю. Актуальною залишається потреба у визначенні необхідних напрямів соціальної діяльності та побудові чіткої системи відповідної корпоративної політики.

Більше із задоволенням потреб споживачів пов'язана маркетингова діяльність підприємства. Саме маркетинг як функція зв'язку підприємства із зовнішнім середовищем забезпечує зв'язок зі споживачем (дослідження вподобань, мотивів, поведінки, комунікаційна політика, зворотний зв'язок) і, отже, безпосередньо впливає на убезпечення споживання. Принципам КСВ відповідає концепція соціально-етичного маркетингу, яка є основою сталого розвитку і поширюється в розвинених країнах світу. Впровадження цієї концепції сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, посиленню лояльності споживачів до товарів (послуг) і виробників загалом, залученню зацікавлених сторін та інвесторів, формуванню сприятливого іміджу свідомої та відповідальної компанії. Це також є актуальним в умовах сьогодення, коли важливим є вміння реагувати на карантинні обмеження, урахувувати зміну споживчих протиепідемічних та постпандемічних вимог, що формує основу конкурентних переваг для підприємництва.

Теоретичні основи розвитку КСВ з погляду маркетингу заклали Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен та інші представники американської та європейської шкіл маркетингу. У дослідженнях українських науковців Р. Абрамової, К. Белявської, О. Березіної, О. Романухи здійснена спроба узагальнити світовий досвід запровадження КСВ та виробити адаптовану для вітчизняних умов модель її реалізації.

Впровадженню на підприємствах маркетингової інструментарію в Україні також перешкоджають системні проблеми. По-перше, у деяких суб'єктів господарювання відсутнє розуміння маркетингу як такого і, отже, немає і відповідних підрозділів. По-друге, не на всіх підприємствах з маркетинговими підрозділами виконуються саме функції маркетингу. Це може бути викликано як недостатнім розумінням концепції маркетингової орієнтації, тобто відсутністю необхідної кваліфікації персоналу, так і відсутністю елементарного контролю за впровадженням функцій маркетингу на підприємстві. По-третє, відсутня взаємодія маркетингового підрозділу за умови її наявності з іншими підрозділами або чинення опору налагодженню зв'язків.

У сучасній економіці одним із основних підходів підтвердження належного рівня задоволення споживачів на основі відповідності продукції і технологічних процесів виготовлення світовим стандартам виступає комплексне управління якістю (TQM), яке реалізується через впровадження систем управління якістю (СУЯ) на підприємствах з подальшою їх сертифікацією. У межах цих підходів досліджується зовнішнє середовище (сприйняття споживачами якості та їх очікування щодо її рівня), запроваджується комплексне управління організацією та мотивацією персоналу для досягнення високого рівня якості [330, с. 479].

Філософія маркетингу і концепція TQM близькі [366, с. 99], що може бути підтверджено визначенням якості як ступеня відповідності сукупності характеристик і властивостей товару (послуги) сукупності потреб та очікувань покупця з урахуванням ціни, яку він готовий заплатити [367, с. 135]. Отже, можна зробити припущення, що використання інструментарію TQM у процесі маркетингової діяльності або в управлінні якістю сприятиме поліпшенню результатів їх впровадження на підприємствах.

Можна стверджувати, що у забезпеченні безпеки споживання підприємства, організації та інші суб'єкти господарювання відіграють домінуючу роль. У своїй діяльності вони повинні керуватися принципами сталого розвитку під час взаємодії як із зовнішнім (через маркетинговий інструментарій), так і з внутрішнім середовищем (рис. 4.1). Кожен із напрямів забезпечення безпеки споживання характеризується особливостями застосування та проблемами впровадження в Україні, які посилюються неузгодженістю або дублюванням окремих науково-методичних підходів. Отже, дослідження взаємозв'язку цих напрямів

є назрілим та потребує розроблення рекомендацій щодо ефективного їх використання.

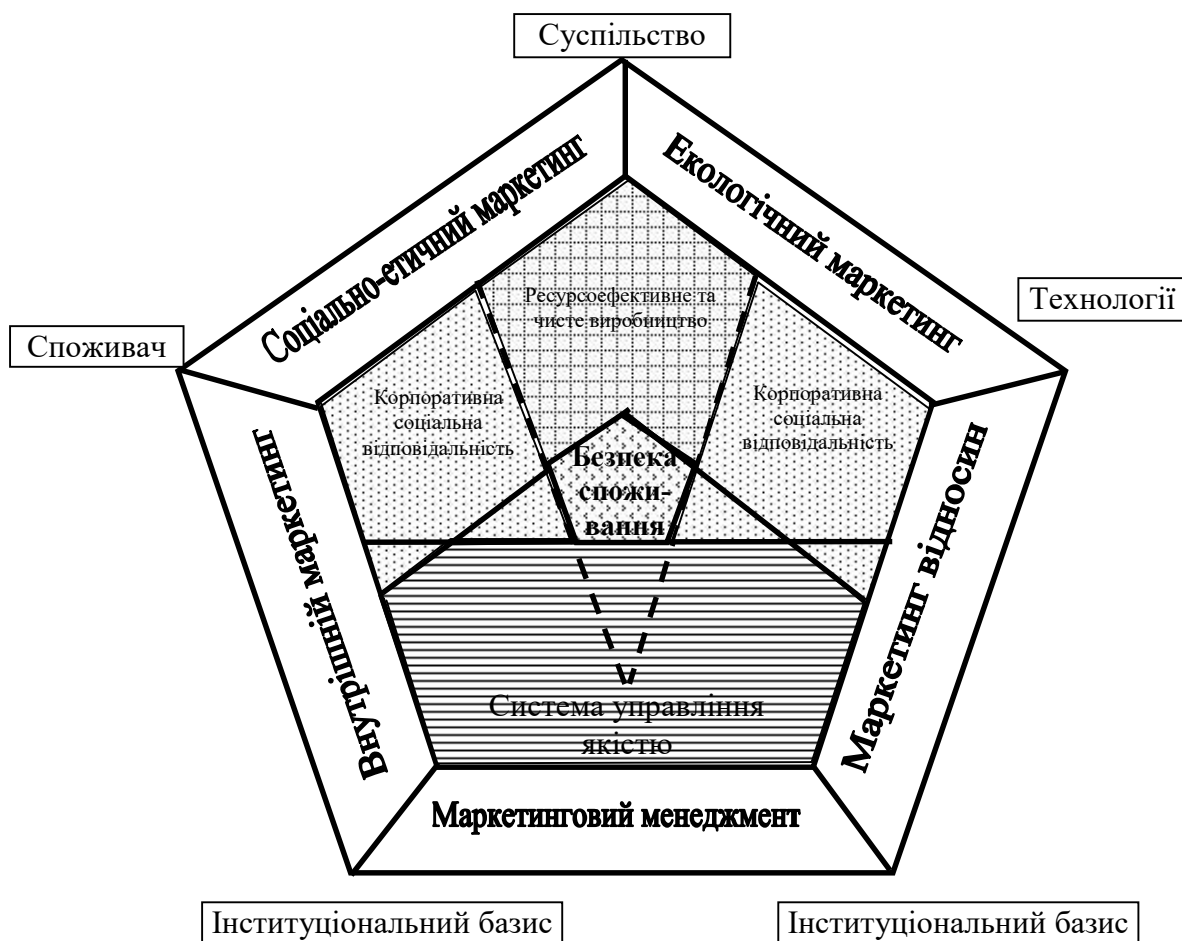


Рис. 4.1. Структура взаємозв'язків напрямів забезпечення безпеки споживання на підприємстві

Розроблено автором.

Досліджуючи особливості процесу забезпечення безпеки споживання, необхідно підкреслити, що принципи КСВ безпосередньо впливають на формування соціально-відповідального споживання – вибір на користь благ, які не тільки задовольняють споживача своїми властивостями, а й задовольняють його смаки й уподобання (наприклад, етичні, релігійні, моральні, культурні тощо). Сучасні споживачі (переважно розвинених країн) надають перевагу компаніям, які проявляють турботу про майбутній добробут суспільства, відмовляються від виробництва товарів, які не відповідають суспільним інтересам, завдають шкоди навколишньому середовищу, і піклуються про збереження екологічної рівноваги та використовують «зелені технології» у виробництві. Як вважає Л. Погоріла, вони бажають отримувати не тільки якісні

і безпечні товари та послуги, а й хочуть знати, чи були вони вироблені соціально відповідальним підприємством [53].

Впровадження корпоративної соціальної відповідальності, на думку О. Грішнєвої [60], сприяє:

- ощадливому споживанню (держави, організацій, громадян) через перегляд потреб в бік їх раціоналізації, соціальний маркетинг;
- розвитку людського капіталу на всіх рівнях через підтримання кваліфікації, збереження добрих стосунків, довіри, соціальної згуртованості;
- розвитку таких соціальних цінностей, як честь, гідність, совість, репутація, обов'язок, дружба, культивування національних та родинних цінностей, здорового способу життя.

Вищим орієнтиром соціальної відповідальності людини є ведення такого способу життя, використання таких методів досягнення особистих цілей, які не завдають шкоди їй самій, іншим людям, природі, суспільству [61; 62]. Вважаємо, що на сучасному етапі розвитку суспільства в Україні питання відповідального ставлення до життя, зокрема до споживання, набуває такого виміру, значення та актуальності, що недостатньо звертатися лише до свідомого ставлення та життєдіяльності. На нашу думку, на цей час йдеться саме про виживання людства, тобто безпеку держави, нації, у тому числі безпеку споживання, яка стосується кожної людини. Таким чином, безпечно, а з ним стале споживання можуть стати етапом соціально-відповідального споживання.

У наукових працях і в практичній діяльності розрізняються два види соціальної відповідальності бізнесу [368]:

- зовнішня, яка передбачає заходи, спрямовані на благодійність, захист екології, роботу з громадськістю та взаємодію з різними організаціями, сприяння в роботі з ліквідації надзвичайних ситуацій тощо;
- внутрішня, яка передбачає комфортні та безпечні умови праці для працівників, гідну оплату праці, додаткове медичне страхування, постійне навчання співробітників, додаткову допомогу в скрутних життєвих ситуаціях.

Погоджуючись із таким поділом КСВ, звернемо увагу на недостатню обґрунтованість його застосування лише через операційні завдання і тактичні методи. На нашу думку, спочатку варто розглянути їх концептуальну роль, зокрема з огляду на безпеку споживання.

Таким чином, зовнішній складник КСВ спрямований на збалансування інтересів усіх зацікавлених сторін (суспільства, держави, під-

приємств, споживачів, партнерів тощо), що зокрема може полягати у наслідуванні принципів сталого розвитку. Внутрішній складник КСВ, не обмежуючись лише заходами соціальної політики держави, має створювати передумови для поінформованості та мотивованості працівників до забезпечення безпечних умов споживання як у коротко-, так і у довгостроковій перспективі.

Зовнішній складник КСВ знаходить втілення у концепції соціально-етичного маркетингу (див. рис. 4.1), практична реалізація якої можлива за такими напрямками:

- екологічний, коли компанія–виробник товарів дбає про поліпшення стану навколишнього середовища через мінімізацію обсягів забруднень у процесі виробництва, створення екологічної упаковки або екобезпечних товарів (послуг);

- оздоровчий як специфічна номенклатура товарів (послуг) для підтримки або поліпшення здоров'я, який включає не тільки медичну продукцію, а й чисту воду, якісні продукти харчування, натуральні тканини і меблі, товари для занять спортом, відпочинку тощо;

- соціальний, спрямований на підвищення добробуту найменше забезпечених верств населення або здійснення заходів щодо задоволення суспільних потреб [369, с. 224].

У контексті сучасних концепцій маркетингу К. Белявська до компонент КСВ зараховує [370, с. 331]:

- рекламу, яка надає достовірну інформацію про товари (послуги), є нейтральною, не містить провокацій чи суджень (заклики до насилля, пропаганда расизму тощо);

- внутрішні документи компанії (політика відповідального маркетингу компанії повинна оформлятися окремим документом або кодексом поведінки);

- підготовку працівників, яка передбачає проведення спеціальних тренінгів і семінарів для співробітників маркетингового підрозділу з метою ознайомлення з політикою компанії з відповідального маркетингу, навчання своїх торгових представників та інших співробітників;

- ознайомлення з принципами відповідального маркетингу споживачів і осіб, які використовують продукцію компанії;

- дотримання міжнародних стандартів із соціальної відповідальності, особливо стандарту ISO 26000, який наголошує на обов'язковому наданні інформації про продукти і послуги в зрозумілій для споживача формі (чітке позначення маркетингових і рекламних повідомлень; за-

борона використання текстових, аудіо- або візуальних образів, які закріплюють стереотипи стосовно статі, релігії, раси, обмежених можливостей або особистих відносин; першочергова увага в рекламних і маркетингових повідомленнях інтересам вразливих груп, зокрема дітей, і заборона діяльності, що завдає шкоди їх інтересам; розкриття інформації про строки та умови зберігання продукції).

Важливим аспектом складання програми КСВ є врахування сфери діяльності самого підприємства, особливо якщо вона завідома виготовляє шкідливий продукт [371, с. 200]. Залежно від діяльності підприємства його КСВ має будуватися на певних принципах (табл. 4.1).

Впроваджувати концепцію КСВ, зокрема в межах соціально-етичного маркетингу, іноземні корпорації почали вже з 70-х рр. ХХ ст. Найвідомішими прикладами є компанії: «McDonald's», «Coca-Cola», «GeneralMeals», «Avon» (інвестиції у дослідження раку молочної залози), «American Express» (відрахування 10 центів з кожної банківської операції на реставрацію статуї Свободи; зібрана сума лише за чотири місяці становила 1,7 млн дол. США), «IBM» (програми субсидій для лікарень і установ культури, переведення працівників на роботу в установи соціального обслуговування, надання стипендій студентам національних меншин та інвалідам, навчання інвалідів тощо). Досвід цих компаній свідчить про генерування великих суспільних цілей, хоча, не в останню чергу, для просування бранда [372, с. 334].

На вітчизняних підприємствах, які є філіями іноземних компаній чи великими холдингами («Метінвест», «ДТЕК», «Приват», «1+1» [373]), тільки починається усвідомлення необхідності роботи в напрямі соціально відповідального бізнесу, причому донедавна соціальна відповідальність підприємств обмежувалася благодійністю. Поступово розвивається практика впровадження КСВ у відносини з працівниками, постачальниками та споживачами у межах реалізації концепції партнерського маркетингу [374, с. 307; 375, с. 215] (див. рис. 4.1).

Дослідження показують, що для побудови ефективної програми соціальної відповідальності підприємств в Україні важливим аспектом є визначення цільових аудиторій. Наприклад, цільовими аудиторіями холдингової компанії, орієнтованої на соціально-етичний маркетинг, виступають її контактні аудиторії, тобто групи, які виявляють інтерес до діяльності організації та можуть вплинути на досягнення поставлених цілей [377].

Таблиця 4.1

Принципи соціально відповідальної діяльності підприємств в галузевому контексті

№ з/п	Галузь	Принципи КСВ
1.	Виробництво тютюнової продукції	<p>Маркетинг має бути спрямований лише на дорослу аудиторію 20+;</p> <p>заборона рекламувати продукцію неповнолітнім, використовувати канали комунікації, основною аудиторією яких є неповнолітні, і розміщувати рекламу в закладах освіти;</p> <p>заборона використання в рекламі зображення осіб, яким на вигляд може бути менше 21 року, мінімальний вік для участі у створенні такої реклами становить 25 років;</p> <p>заборона використання в рекламних кампаніях відомих особистостей, оскільки така реклама викликає асоціацію з успішним життям;</p> <p>обов'язкове вказування на негативний вплив паління на здоров'я на упаковках від сигарет</p>
2.	Виробництво алкогольної продукції	<p>Інформування споживачів про ризики, з якими вони можуть зустрітися після вживання алкогольних напоїв;</p> <p>зобов'язання не спрямовувати свою комерційну комунікацію на неповнолітніх осіб; заборона розміщення реклами алкогольної продукції у джерелах, переважну більшість аудиторії яких (більше 70%) складають повнолітні особи;</p> <p>заборона асоціювати споживання продукції з особистим або професійним успіхом</p>
3.	Фармацевтична галузь	<p>Відповідальне ставлення до рекламування власної продукції та інформування споживачів. Основною цільовою аудиторією, на яку спрямовуються маркетингові бюджети, є лікарі;</p> <p>надання достовірної інформації лікарям згідно з Кодексом Pharmaceutical Research and Manufacturers of America (PhRMA), яка об'єднує провідних виробників лікарських препаратів та Кодексом практики Міжнародної федерації виробників фармацевтичної продукції й асоціацій фармацевтів (International Federation of Pharmaceutical Manufacturers & Associations);</p> <p>надання зразків продукції лікарям, маркування «ознайомчих» зразків для запобігання їх перепродажу або неправильному використанню і зобов'язання контролювати надані зразки і медичних працівників, яким вони були надані</p>
4.	Виробництво продукції масового споживання	<p>Відповідність продукції стандартам якості;</p> <p>зобов'язання не рекламувати свою продукцію дітям;</p> <p>заборона використання у маркетингових комунікаціях героїв мультфільмів, а також використання реклами у медіа, основною аудиторією яких є діти</p>

Складено за [376].

Ф. Котлер виділяє такі типи контактних аудиторій: фінансові кола (банки, брокерські фірми фондової біржі, акціонери), засоби масової інформації (газети, журнали, радіостанції та телебачення), контактні аудиторії державних установ (управління компанії повинно враховувати все, що відбувається у сфері державного управління), громадські організації, місцева громада, суспільство в цілому, внутрішні контактні аудиторії (персонал фірми, добровільні помічники, управлінці, члени ради директорів) [378, с.111–113]. Для нашого дослідження вважаємо за доцільне зупинитися на контактних аудиторіях з безпосереднім впливом на безпеку споживання (табл. 4.2).

Соціально відповідальні підприємства завжди створюють сприятливе враження на споживачів та суспільство, тобто можна стверджувати, що корпоративна соціальна політика є одним з інструментів формування позитивного іміджу компанії.

Загалом, КСВ істотно впливає на діяльність і поведінку компаній. Кожне підприємство, яке прагне до розвитку та посилення ринкових позицій, впроваджує політику КСВ та акцентує увагу на задоволенні суспільних потреб, а лише потім – на отриманні прибутку. На відміну від європейських країн, де соціальна відповідальність підприємств вже стала нормою і, навіть, обов'язком, для вітчизняного бізнесу поки що залишається добровільним бажанням або PR-інструментом.

До того ж через об'єктивні та суб'єктивні причини, поряд з позитивними наслідками, ця концепція у нашій країні критикується. Це пов'язано, насамперед, з нестабільною суспільно-економічною ситуацією, що відображається у низькій купівельній спроможності та культурі ведення бізнесу.

У сучасних умовах у самій категорії «соціальна відповідальність» сконцентрований значний суспільний протестний потенціал. Незважаючи на важливість, зокрема у політико-владних елітах, це поняття виступає переважно як певна абстрактна вербальна формула. На цей час, як вважає О. Мандебура, з усіх сфер життєдіяльності українського соціуму поняття «суспільна відповідальність» найактивніше використовується лише в економічній сфері [63, с. 243–244]. На наш погляд, існують інші негативні тенденції розвитку КСВ в Україні.

Таблиця 4.2

Контактні аудиторії соціальної відповідальності підприємства

Контактні аудиторії	Зацікавлені сторони	Інтереси щодо соціальної відповідальності та безпеки споживання
Внутрішні	Персонал (усі ланки – від робочих та спеціалістів до топ-менеджерів і членів ради директорів)	Створення комфортних та безпечних умов праці; гідна оплата праці, що забезпечує підвищення рівня життя працівників на основі зростання продуктивності праці; використання мотиваційних форм оплати; участь працівників у прибутках; розвиток людського й соціального капіталу; підвищення освітнього рівня та професійної підготовки кадрів; затвердження в діловій практиці відносин, заснованих на громадянській відповідальності, чесності, взаємній довірі, принципах моралі та етики; впровадження «виробничої демократії»; надання працівникам додаткового «соціального пакета»; створення сприятливого морально-психологічного клімату; виховання працівників у дусі гуманізму, моралі і соціальної справедливості.
	Інвестори	Прибуток; контроль за менеджерами всіх рівнів; соціально-моральна роль підприємства; моральний характер ведення бізнесу.
Зовнішні	Клієнти	Виробництво якісної продукції; гарантії якості; відповідність сертифікатам якості; гнучка система знижок; зручна система поставок; стабільність; соціальне партнерство з міським, сільським населенням та метрополіями; програми з міжнародними партнерами; впровадження новітніх технологій для поліпшення ефективності виробництва.
	Державні установи	Легальність, прозорість сплати податків; інвестування в економіку, формування зовнішнього оточення з гідним рівнем життя; діяльність відповідно до світових стандартів КСВ та чинного законодавства України; співпраця з державою, інвестування в державні соціальні програми та розроблення спільних проектів державно-приватного партнерства.
	Суспільство	Благодійні акції (підтримка переселенців, дітей-сиріт та дітей з неблагополучних сімей, допомога інвалідам, особам з обмеженими можливостями, збір коштів тощо); розвиток інфраструктури міста (будівництво парків, дитячих та спортивних майданчиків, інвестування в освітні, медичні, соціально-культурні заклади); підтримка молодіжних проектів та ініціатив; сприяння економічному розвитку регіону; збалансування екологічних інтересів.

Розроблено автором.

По-перше, вітчизняні науковці розглядають соціальну відповідальність бізнесу переважно як відповідальність перед суспільством або владою, приділяючи значно менше уваги споживачу. Згідно з результатами проведеного Е. Байрамовою опитування, до важливих напрямів КСВ (власних працівників; населення (споживачів) та органів державного управління регіону) (так званого «фундаменту для формування відносин соціального партнерства») респонденти основне місце віддають споживачам [379] і саме для них найважливішим є забезпечення безпеки споживання.

По-друге, вимоги до соціально відповідальної організації істотно занижені. Наприклад, достатньою є виплата податків, заробітних плат, забезпечення споживачів продукцією. Проте це лише дотримання законодавчих норм, а розуміння соціальної відповідальності в країнах Західної Європи значно ширше і включає не лише виробництво достатньої кількості товарів, а й задоволення споживача за допомогою саме очікуваного товару [379].

По-третє, на соціальну відповідальність бізнесу в Україні впливають кризові явища з неоднозначними наслідками. З одного боку, труднощі для підприємств заважатимуть поліпшенню якості продукції (через зменшення або взагалі відсутність коштів на оновлення основних фондів підприємства, на закупівлю нової техніки, технологій та обладнання, на освіту персоналу та залучення висококваліфікованих кадрів тощо). Водночас зниження рівня життя населення та фінансових можливостей підприємства можуть створити ситуацію, за якої у співвідношенні ціни та якості для споживача вирішальним буде не якість товарів (послуг), а їх ціни, що у свою чергу, негативно вплине на поліпшення якості продукції взагалі [379]. З іншого боку, криза зумовлює поліпшити якість товарів (послуг), оскільки в умовах зниження попиту зростатиме бізнес, який реалізовуватиме товари (послуги) більш високої якості і при цьому зможе оптимізувати співвідношення «ціна – якість». Криза також повинна позитивно вплинути і на процес зниження собівартості продукції, чого можна досягнути через впровадження у виробництво ресурсозберігаючих технологій, оптимізацію управління тощо [380]. Отже, стратегічна і тактична діяльність суб'єктів господарювання визначатиме вірогідне перетворення ризиків на загрози або можливості подальшого розвитку.

Як зазначено раніше, маркетинг забезпечує не лише дослідження зовнішнього середовища, а й налагоджує зв'язки з усіма зацікавленими

сторонами в межах соціальної відповідальності та безпеки споживання. За результатами дослідження діяльності вітчизняних підприємств [381], специфічним для виконання маркетингових функцій є те, що діяльність проводиться переважно в межах запровадження системи управління якістю. У нашій країні для більшості суб'єктів підприємницької діяльності на різних етапах процесу відтворення до складника цього процесу більш сприйнятним є поняття «філософія якості», ніж «філософія маркетингу».

Зараз менеджери усіх рівнів розуміють, що основні резерви в підвищенні ефективності бізнесу лежать саме у сфері оптимізації бізнес-процесів, про що між іншим свідчить модель системи менеджменту якості, запропонована в стандарті ISO 9001. В Україні вже близько 20 років відбувається впровадження стандартів ISO. ДСТУ ISO 9001 є національним стандартом, який визначає системи управління якістю. Хоча за кількістю впроваджених і сертифікованих СУЯ Україна поступається більшості країн Європи (в Україні загальна кількість – більше 2,5 тис., в Польщі, Румунії, Угорщині, Чеській Республіці, Туреччині – більше 10 тис., в Італії – більше 100 тис.), втім спостерігається позитивна динаміка зміни. За кількістю сертифікованих СУЯ серед лідерів в Україні можна виділити м. Київ, Харківську, Запорізьку, Дніпропетровську, Одеську та Полтавську області, у галузевому вимірі – будівельну, машинобудівну, харчову, металообробну промисловість і сферу послуг [382–384].

До основних мотивів сертифікації СУЯ [383] належать: вимоги споживачів (23%); умови участі в тендерах (18%); вихід на закордонний ринок або збільшення експортних поставок (17%); престиж (14%); інше (поліпшення системи менеджменту організації, оптимізація процесів, підвищення відповідальності персоналу) (9%); вимоги системи сертифікації продукції (6%); спрощення схеми сертифікації продукції (5%); право на отримання ліцензії (4%); підвищення оптових і роздрібних цін (2%); умови отримання держзамовлення, пільгового кредитування (2%).

Система управління якістю є важливим заходом підвищення ефективності діяльності господарюючого суб'єкта, яка орієнтована на задоволення потреб споживача. Саме тому маркетингу як інструменту досягнення цієї мети повинна надаватися належна увага. Крім того, функціонування СУЯ супроводжується створенням нормативно-методичної бази послідовності дій для поліпшення управління. Але че-

рез декларативність управління (із значної кількості підприємств України, де сертифіковано СУЯ, постійним самовдосконаленням займаються лише 1–5% загальної кількості підприємств), несформованість концепції маркетингу СУЯ ні тільки не сприяє розумінню маркетингу в підрозділах, а й викликає негативну реакцію співробітників унаслідок збільшення кількості формально необхідних функціональних доручень.

І. Зеленська [383] вважає, що основними причинами формального впровадження СУЯ є: відсутність мотивації щодо СУЯ (30%); відособленість персоналу від розроблення документації СУЯ (30%); немотивованість менеджменту в реалізації СУЯ, яке не стосується споживачів СУЯ (20%); сприйняття персоналом процедури впровадження СУЯ як доповнення до основної роботи (10%); відсутність посади «директора з якості», тобто відповідного рівня керування якістю (10%).

Причинами недостатнього розвитку маркетингового забезпечення підприємств є: недостатня обізнаність як розробників, так і експертів з теоретичними положеннями маркетингу і, як наслідок, недооцінювання його значення для успішної діяльності підприємств; нечіткість методик реалізації маркетингових функцій у відповідних програмах; надання переваг формі, а не сутності та системним характеристикам управління якістю.

За умови системного підходу до управління якістю за стандартами ISO 9000 СУЯ також передбачають дослідження задоволення споживачів від споживання, здійснення яких на належному рівні сприяє поліпшенню управління. Істотному поліпшенню результатів сприятиме систематизація інших запропонованих в ISO процедур з позицій маркетингу та доповнення системи ключовими маркетинговими функціями та технологіями. Зрозуміло, що СУЯ не передбачають детального розкриття маркетингових функцій та процедур, проте проведений аналіз запроваджених на підприємствах СУЯ показує помилку та їх недосконалість у процесі реалізації маркетингових заходів (порушена логічна послідовність, недостатня обґрунтованість місць використання тощо).

Хоча задоволенню потреб споживачів у межах моделі відводиться певна увага, місце, воно, як і маркетинг, розглядається у вузькому розумінні: насамперед, йдеться про забезпечення вимог споживачів лише щодо наявності відповідного сертифіката. Більшість експертів вказують на необхідність дослідження задоволення потреб споживачів переважно для розроблення заходів щодо усунення невідповідностей.

Поширеними помилками щодо маркетингу експертами з якості та розробниками СУЯ на підприємствах є:

- окремо розглядається функція досліджень, а маркетинг – лише в межах збутової концепції;

- інструментарій маркетингових досліджень обмежується анкетуванням (іноді експертним опитуванням і майже ніколи кабінетними дослідженнями, у яких здебільшого відсутнє обґрунтування обсягів вибірки, квот, періодичності тощо);

- у межах дослідження споживачів предметом дослідження найчастіше є ступінь та параметри їх задоволеності (іноді – характеристики, чинники сегментування, сприйняття конкурентів; майже не розглядаються потреби, мотиви, характерні ознаки потенційних споживачів);

- об'єктом дослідження виступають переважно споживачі (і нечасто – конкуренти, партнери); чинники макросередовища, кон'юктурні прогнози в більшості досліджень ігноруються.

Наведені результати одержані в процесі соціологічного дослідження із залученням експертів, розробників, представників органів із сертифікації СУЯ, а також системного аналізу СУЯ підприємств – учасників Національного конкурсу якості, які зацікавлені в досягненні результатів в управлінні якістю.

Хоча серед поширених етапів «петлі якості» як ключової методологічної розробки філософії TQM маркетинг визначається як початковий етап кожної ітерації, доцільно дослідити його місце на кожному з етапів (табл. 4.3). Припускаємо, що перший етап охоплює виконання більшості з маркетингових функцій. Подібний підхід щодо місця маркетингу в процесі забезпечення якості на підприємстві зустрічаємо в праці [385], але дискусійним вважаємо доповнення функції оцінювання задоволення споживачів після монтажу та експлуатації або відсутність маркетингового забезпечення на етапах розроблення продукції, матеріально-технічного постачання, пакування та зберігання. Саме тому пропонуємо розглядати всі етапи в межах маркетингового простору або філософії маркетингового менеджменту.

Із зацікавлених сторін, потреби та очікування яких згідно з ключовими положеннями нової версії стандарту ISO 9001:2015 повинні враховуватися на підприємстві, якість продукції та супутніх послуг як базис безпеки споживання насамперед, цікавить самих покупців. Якщо на задоволення потреб споживачів повинні орієнтуватися усі зацікав-

лені суб'єкти споживання, тоді викликає сумнів коректність цього. Тому важливою постає роль вищого менеджменту, який повинен стати максимально відповідальним щодо споживача продукції.

Таблиця 4.3

**Маркетингове забезпечення «петлі якості»
на засадах безпеки споживання**

№	Етап «петлі якості»	Маркетингове забезпечення	Роль та передумови зміцнення безпеки споживання (БС)
1	Маркетинг	Усі маркетингові функції, у першу чергу маркетингові дослідження	Реалізація принципів соціально-етичного маркетингу
2	Розроблення і вдосконалення продукції	Участь у процесі перетворення вимог споживачів на інженерні характеристики та їх тестування	Забезпечення екологічності та безпечності товарів (послуг)
3	Планування та розвиток процесів	Внесення рекомендацій щодо цінової політики (зокрема в процесі розрахунку собівартості), строків виходу на ринок	Сприяння поширенню засад раціонального (розумного) споживання
4	Закупівельна діяльність	Дослідження постачальників. Розроблення логістичної політики	Вибір соціальних партнерів
5	Виробництво або надання послуги	Забезпечення високої якості обслуговування (для послуги)	Дотримання принципів екологічного маркетингу
6	Верифікація	Маркетингове тестування	Тестування та оперативний моніторинг БС
7	Пакування та зберігання	Участь у розробленні упакування (дизайну, технічних характеристик) відповідно до вимог споживачів	Урахування впливу на довкілля та здоров'я
8	Продаж та розповсюдження	Маркетингові збутові та комунікаційні функції	Протидія методів оманливого маркетингу, сприяння попиту на екопродукцію
9	Встановлення та введення в експлуатацію	Забезпечення відповідного рівня сервісу. Сприяння налагодженню маркетингової взаємодії в межах відповідної стратегії. Підтримання зворотного зв'язку	Сприяння поширенню навичок сталого, безпечного споживання
10	Технічна допомога та обслуговування		
11	Період після продажу	Дослідження задоволеності та намірів споживачів	Урахування вимог щодо безпеки споживання
12	Утилізація або переробка	Розроблення та впровадження маркетингових заходів, що сприяють утилізації використаних товарів (послуг) (цінова, комунікаційна політика тощо)	Забезпечення мінімального негативного впливу на довкілля та здоров'я людини

Розроблено автором.

Отже, можна сказати, що СУЯ, яка спрямована на забезпечення ефективної діяльності організації, ураховує усі основні напрями забезпечення споживання з боку суб'єктів господарювання (див. рис. 4.1). Залишається актуальною проблема її ефективного впровадження і результативного функціонування. Однією з основних перешкод цьому є недостатня обізнаність, зацікавленість керівництва і персоналу, а також відсутність необхідних знань і навичок. Безперечно, істотно впливають чинники макросередовища, більшість з яких останнім часом характеризується негативними тенденціями динаміки.

Зупинимося детальніше на окремих аспектах діяльності підприємств та організацій, ураховання особливостей яких набуває домінуючого значення саме для забезпечення безпеки споживання. Здійснення цілеорієнтованих заходів у цих напрямках найбільше сприятиме розв'язанню системних проблем безпеки споживання. Насамперед це стосується розвитку кадрового потенціалу, сприяння набуттю персоналом знань та навичок, а також мотивації та цілеспрямованості. Наголосимо, що кожен працівник прямо або опосередковано бере участь у забезпеченні безпеки споживання і водночас сам виступає крайнім споживачем, отже знає усі проблеми, пов'язані із цим. Звідси актуальним вважаємо поширення філософії не лише правоти клієнта-споживача, а й безпечного сталого споживання (див. рис. 4.1).

Механізми мотивування та стимулювання працівників детально розроблені в межах відповідних дисциплін, тому зупинимося лише на аспектах забезпечення безпеки споживання. Тематичні стандарти (OHSAS 18001, національне законодавство з охорони праці) регламентують дотримання працівниками норм і правил, які впливають на відповідність товарів (послуг) вимогам щодо безпеки їх споживання (використання). У межах СУЯ, наприклад, стандарти серії ISO, значна увага приділяється формуванню обізнаності персоналу, наявності певних знань та навичок щодо забезпечення як об'єктивної якості продукції чи послуг, так і суб'єктивної (задоволення споживачів).

Для кадрового потенціалу безпеки споживання важливою є роль внутрішнього маркетингу – «планованих зусиль з використання підходу на зразок маркетингового для зниження організаційного опору до змін та для регулювання, мотивації, міжфункціональної координації й об'єднання працівників для ефективного виконання корпоративної та функціональної стратегій з метою досягнення задоволення споживача через процес створення мотивованого та клієнтоорієнтованого

персоналу» [386, с. 454]. Основні учасники внутрішнього маркетингу охоплюють [387, с. 450] операційний та контактний персонал, відділ маркетингу та їх керівників. Наведене визначення фахівців Британської школи маркетингу [388, с. 450] вважаємо найбільш повним, яке розкриває різні аспекти та цілі внутрішнього маркетингу. До того ж його сприйняття як джерела конкурентної переваги, зокрема можливості вчасно та швидко реагувати на зміни навколишнього середовища [389], є подібним до одного з основних положень функціонування СУЯ.

Втім, вкажемо на меншу важливість положення американських шкіл маркетингу послуг та маркетинг-менеджменту («ставлення до працівника як до клієнта» [386, с. 450]) і скандинавської школи послуг (модель внутрішнього маркетингу базується на застосуванні загального управління якістю на сервісному підприємстві, мотивації працівників на якісні стандарти обслуговування зовнішніх споживачів [43, с. 21]; роль працівників, які беруть участь у процесі маркетингу, але працюють за межами маркетингового відділу – «маркетологи за сумісництвом» [390, с. 8]; вивчення внутрішнього маркетингу з точки зору маркетингу відносин), української школи маркетингу (дослідження особливостей формування процесу внутрішнього маркетингового менеджменту залежно від внутрішнього ринку підприємства [391, с. 285], первинність орієнтації на високі стандарти якості обслуговування [392, с. 13]).

Д. Кревенс наголошує, що ефективність реалізації маркетингового плану потребує окремої стратегії, оскільки залежить від внутрішніх факторів: кваліфікації виконавців, їх мотивації, організаційної структури та продуктивності інформаційного обміну як між структурними підрозділами компанії, так і поміж компанією та її зовнішнім оточенням [393, с. 58]. Таким чином, успіх підприємства на ринку залежить від взаємоузгодженості низки стратегій та тактик: «корпоративна стратегія – маркетингова стратегія – маркетинговий план – стратегія внутрішнього маркетингу» [392, с. 20]. Отже, внутрішній маркетинг, охоплюючи різні сфери діяльності підприємств та організацій від формування стратегії та високої культури маркетингу ідей до тактичної реалізації маркетингових заходів з ефективним використанням маркетингового потенціалу, повинен використати можливості щодо поширення серед персоналу ідеї, принципів та завдань забезпечення безпеки споживання.

Відносно взаємодії з партнерами (див. рис. 4.1), принципи та положення щодо якої зустрічаємо і в СУЯ, і в КСВ, вважаємо за доцільне

реалізувати її в межах маркетингу відносин (партнерських стосунків, мережевої взаємодії). В основі взаємовигідної співпраці лежать взаємоповага, взаєморозуміння, взаємодовіра, урахування інтересів усіх сторін процесу та максимальне зміцнення індивідуальних відносин, які для убезпечення споживання повинні бути засновані на принципах сталого споживання та виробництва. У безпековому вимірі маркетинг відносин проявляється в необхідності розбудови власної стратегії економічної безпеки підприємства при взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища, які Л. Шемаєва [394, с. 30] пропонує реалізувати встановленням рефлексивно-керованої продуктивної взаємодії. Це передбачає врахування двох аспектів: створення вартості (тобто різних чинників вартості в процесі взаємодії) та налагодження відносин, які дадуть змогу суб'єктам взаємодії працювати разом для створення цієї вартості. Здійснювати управлінський вплив на розвиток взаємодії підприємства із суб'єктами зовнішнього середовища на системних засадах автор пропонує «...завдяки переведенню ірраціональних міжсистемних взаємодій до раціональних в межах системного комплексу. В цьому випадку цілеспрямований вплив підприємства на інтереси та процес формування цілей суб'єктів взаємодії дозволяє змінити характер міжсистемних взаємодій на більш раціональні для підприємства й розширити межі його управління».

Як показано у підрозділі 2.1, важливим напрямом забезпечення безпеки споживання на підприємстві є екологічний (див. рис. 4.1). З огляду на вплив на екологію, у діяльності суб'єктів господарювання існує об'єктивна необхідність впровадження принципів ресурсоефективного і чистого виробництва. У цьому аспекті важливим є ефективне використання матеріальних ресурсів на основі екологічної та економічної ефективності бізнес-процесів і технологій.

Як узагальнюючі індикатори ефективності використання матеріалів застосовуються показники матеріальної продуктивності, матеріалоемності продукції та ресурсної продуктивності. Європейська комісія обрала останній показник (відношення обсягів ВВП та споживання ресурсів (RMC^2)) ключовим індикатором та встановила на період 2014–2030 рр. генеральну мету з підвищення ресурсної продуктивності на 15%. Очікується, що збільшення ресурсної продуктивності на 30% позитивно вплине на зайнятість і зростання ВВП, окрім зменшення тиску на ресурсну базу [395].

Серед країн ЄС лідерами за ресурсною продуктивністю ВВП є Нідерланди, Іспанія, Велика Британія, Італія, де розробляються стратегії стійкої, зеленої, інклюзивної економіки. Ключовими завданнями цих стратегій є підвищення ефективності використання ресурсів як додаткового джерела створення доданої вартості та зменшення навантаження на базу природних ресурсів [396, с. 54–56].

Економію природних ресурсів у виробництві досліджують за двома напрямками [397, с. 54]:

- продуктивне використання природних ресурсів;
- зменшення обсягів відходів, їхнє повторне використання та перероблення.

Перший напрям досліджень сприяв появі низки нових підходів та моделей забезпечення сталого промислового розвитку. Так, у Кембриджському інституті промисловості була створена модель, зосереджена на виявленні невикористаного потенціалу зростання (продуктивності матеріальних ресурсів, а не праці), відокремленні економічного успіху від споживання природних ресурсів. Продуктивне використання ресурсів охоплює енергоефективність, ефективність перевезень, скорочення обсягів утворених відходів та використання пакувальних матеріалів, оптимізацію процесу пакування, ефективність руху ресурсів упродовж постачально-збутових ланцюжків.

Ресурсоефективне та чисте виробництво – це комплексна, послідовна, превентивна екологічна стратегія для застосування у виробничих процесах з метою підвищення економічної ефективності виробництва, зниження виробничих ризиків для людей та зменшення навантаження на навколишнє середовище. Ресурсоефективне і чисте виробництво передбачає скорочення споживання сировини, матеріалів, води та енергетичних ресурсів підприємствами, їх відмову від використання токсичних матеріалів, а також скорочення обсягів викидів і відходів виробництва. За рахунок універсальності стратегія РЕЧВ зрозуміла, доступна і не має істотних обмежень для впровадження в будь-яких галузях виробництва.

Ресурсоефективне та чисте виробництво пропонує методику пошуку балансу між екологічним впливом та економічною стабільністю підприємства. Поєднання екологічної ефективності виробництва з економічним зростанням підприємства є основною ідеєю РЕЧВ (рис. 4.2).

В Україні основні засади ресурсоефективного та більш чистого виробництва закладено експертами промислової програми ООН – ЮНІДО [399].



Рис. 4.2. Концептуальна схема послідовності впровадження РЕЧВ на підприємстві

Складено за [398].

У Національній академії наук України розроблено проект Національної концепції впровадження та розвитку екологічно чистого виробництва в Україні [400]. Незважаючи на це, розроблення Концепції ресурсоефективного та більш чистого виробництва, яка відповідає нормативним засадам [401], реальній інституціональній базі формування організаційно-економічного механізму до цього, ще не завершено. Однією з основних проблем РЕЧВ є впровадження стимулів для ефективного використання матеріалів на всіх етапах життєвого циклу – від проектування продукту до утилізації або повторного використання відходів виробництва [397].

Ступінь забруднення навколишнього середовища безпосередньо пов'язаний з рівнем промислового виробництва у певному регіоні. Східні регіони України залишаються найбільш забрудненими, що зумовлено масштабними викидами від промислових виробництв. На східні області припадає дві третини (67,4%) викидів забруднювальних речовин в Україні. У той же час найменше викидів зареєстровано в Херсонській та Чернівецькій областях, тобто в регіонах, які характеризуються нижчим рівнем розвитку промисловості [399].

Негативно впливають на навколишнє середовище не лише викиди шкідливих речовин в атмосферу, а й побутові відходи. Незважаючи на те, що частина відходів підлягає утилізації, решта залишається на території регіону, тим самим збільшуючи навантаження на довкілля. Обсяги нагромаджених відходів переважають у східних регіонах. У загальному обсязі загальноукраїнських витрат на охорону та раціональне використання природних ресурсів у 2018 р. частка Дніпропетровської області становила 27,6%, м. Київ – 13,5%, Донецької обл. – 10,6%, Запорізької обл. – 10,4%, (табл. 4.4).

Загальна ситуація за основними показниками екологічного стану в регіонах свідчить про позитивну динаміку: зменшуються викиди в атмосферне повітря від стаціонарних та пересувних джерел забруднення, використання свіжої води на господарчі та виробничі потреби і сільськогосподарське водопостачання, зворотних вод у поверхневі водні об'єкти, утворення та утилізація відходів, але збільшуються поточні витрати на охорону та раціональне використання природних ресурсів [402].

До того ж не вирішеними залишаються завдання досягнення відповідності стандартам розвинених країн та псевдоекологічної поведінки підприємств у межах соціальної відповідальності та забезпечення споживання. Наприклад, поширені випадки, коли виробникам вигідніше сплачувати штрафи, ніж встановлювати очисне обладнання, модернізувати основні фонди. Невирішеним також є завдання створення системи ефективного контролю за виконанням виробниками нормативних вимог щодо екологічності та заощадливості (декларативний характер діяльності, відключення очисних фільтрів у вихідні дні та неробочі години, замовчування відповідних подань і скарг, бездіяльність місцевої влади щодо скарг).

На цей час більшість світових компаній перейшли від здійснення природоохоронних заходів під прямим тиском державних контролюючих органів та громадськості до стратегічного прийняття екологічно доцільної діяльності. Популярна в минулому позиція «дотримуємося вимог законодавства, і цього достатньо» почала втрачати своїх прихильників і перейшла до впровадження систем екологічного менеджменту. Перші стандарти з серії ISO 14000 були офіційно прийняті й опубліковані наприкінці 1996 р. (МС ISO 14001: 1996, МС ISO 14004: 1996), перевидані в 2004 р. Зараз опублікований список документів ISO у сфері екологічного менеджменту включає 23 стандарти і технічні звіти, 5 стандартів знаходяться на етапі розроблення.

Таблиця 4.4

Обсяги витрат на охорону навколишнього середовища за джерелами фінансування та регіонами у 2018 році, млн грн

Регіон	Витрати на охорону навколишнього природного середовища	Капітальні інвестиції			Поточні витрати
		усього	в очищення	в інтегровані технології	
Дніпропетровська	9478,2	2454,7	1535,1	904,1	7023,5
м. Київ	4644,4	1414,1	1050,7	185,8	3230,3
Донецька	3660,0	1514,2	1412,9	97,9	2145,8
Запорізька	3561,4	1065,3	619,2	331,1	2496,1
Київська	2540,2	1773,6	164,6	1602,9	766,6
Полтавська	1708,9	264,1	29,3	230,6	1444,8
Харківська	1326,1	273,1	129,8	111,9	1053,0
Миколаївська	886,6	138,0	135,5	–	748,6
Львівська	873,7	284,5	211,8	39,1	589,2
Івано-Франківська	843,1	293,7	195,1	90,8	549,4
Сумська	759,7	22,8	10,3	11,4	736,9
Одеська	618,7	73,7	53,6	16,4	545,0
Чернігівська	452,9	64,2	55,5	6,9	388,7
Луганська	436,1	29,3	29,3	–	406,8
Рівненська	405,6	39,1	31,7	5,0	366,5
Черкаська	354,0	23,1	21,0	1,9	330,9
Вінницька	349,8	81,0	78,7	2,2	268,8
Хмельницька	335,6	79,4	34,5	6,5	256,2
Волинська	273,5	34,8	33,1	0,4	238,7
Закарпатська	272,1	45,9	10,7	20,9	226,2
Кіровоградська	198,3	41,4	34,3	5,7	156,9
Житомирська	149,7	8,2	1,3	6,9	141,5
Чернівецька	122,8	21,4	15,2	5,8	101,4
Херсонська	103,8	15,3	4,1	9,6	88,5
Тернопільська	37,1	19,4	19,3	–	17,7

Складено за [403].

У стандартах запропоновані підходи до розроблення і реалізації екологічної політики та наведено приклади неналежних практик (узагальненість, формальність, популізм, неознайомлення зацікавлених сторін, неактуальність), а також розглянуті прямі і непрямі екологічні аспекти впливу виробництва, його товарів і послуг, запропоновані найбільш значущі напрями запобігання забрудненню. Підкреслено, що виявлення й аналіз значущості екологічних аспектів безпосередньо залежать від знань і розуміння експертами екологічних проблем, пов'язаних з різними видами діяльності організації [404].

Крім системи екологічного менеджменту, на підприємствах набирає поширення екологічний маркетинг, концепція якого полягає в орієнтації виробництва і збуту на задоволення екологічно орієнтованих потреб та запитів споживачів, створення й стимулювання попиту на екологічні товари (вироби чи послуги), економічно ефективні та екологічно безпечні у виробництві та споживанні з урахуванням різноспрямованих інтересів суб'єктів ринку та суб'єктів споживання [332]. Нині застосування екологічного маркетингу властиве найбільш далекоглядним підприємствам, оскільки є засобом досягнення переваг над конкурентами. Відповідно до концепції екологічного маркетингу усі аспекти господарської діяльності сучасного підприємства мають плануватися і здійснюватися з урахуванням потреб та вимог ринку, у тому числі екологічних, ґрунтуватися на принципі екологічної безпеки як стану навколишнього середовища, який забезпечує умови функціонування, відтворення та розвитку нинішнього та прийдешніх поколінь людей на належному рівні. Рівень екологічної безпеки країни залежить від обсягів виробництва товарів різного рівня екологічності (традиційні, екологічні, природні ресурси, природоохоронна діяльність, екологічні знання і технології). Компанії, які керуються у діяльності принципами екологічного маркетингу, відрізняються від інших кращою обізнаністю у суспільних пріоритетах споживачів, урахуванням впливу на довкілля як одного з критеріїв прийняття рішень під час розроблення нового продукту та модифікації існуючого, орієнтацією політики фірми на дружнє ставлення до довкілля, розроблення екологічних та енергозберігаючих продуктів, урахування екологічної складової у всіх аспектах діяльності [405].

Важливість екологічного маркетингу вбачаємо також у формуванні відповідної системи у суспільстві, спрямованої не лише на задоволення короткострокових потреб, а й на формування смаків, уподобань,

мотивів споживання, які забезпечуватимуть добробут суспільства у довгостроковій перспективі.

4.2. Напрями імплементації європейських практик технічного регулювання товарів і послуг в Україні

В умовах глобалізації, жорсткої конкуренції, пропозиції товарів та послуг однакового функціонального призначення, але різної якості все більшої актуальності набуває проблема забезпечення безпеки споживання. Остання є ключовим чинником, з одного боку, формування попиту, а з іншого – незважаючи або завдяки діалектичному зв'язку, підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Зростанню добробуту за рахунок вищої якості товарів, що є цінністю для споживачів [406, с. 19], сприяють технічні обмеження у вигляді технічного регулювання, санітарно-гігієнічних норм і стандартів якості та безпеки, правил пакування та маркування.

Перебуваючи в процесі активної євроінтеграції, вітчизняні підприємства мають враховувати та дотримуватися сучасних умов ринкової діяльності. Зі вступом нашої країни до Світової організації торгівлі (СОТ), а також з підписанням Угоди про асоціацію між Україною та ЄС [4], де стандартизація і сертифікація є ключовими в моделі регулювання економіки, держава взяла на себе зобов'язання щодо адаптації інституціонального базису до відповідних вимог. Це виключатиме технічні бар'єри в торгівлі, а саме для вільного доступу до внутрішнього ринку України продукції іноземних виробників, що має підвищити рівень економічної безпеки, а також забезпечити конкурентоспроможність національної економіки. Цьому, зокрема, сприятиме запровадження дієвого механізму технічного регулювання. Непідготовленість підприємств до відкритості внутрішнього ринку, неосвіченість в питаннях оцінювання відповідності продукції і через це – її неконкурентоспроможність на зовнішніх ринках є реальною загрозою економічній безпеці як держави, так і окремо взятих суб'єктів господарювання.

Для цього необхідне дослідження інституціонального базису, теоретичних аспектів, практичного досвіду розроблення алгоритму декларування відповідності продукції підприємств в умовах адаптації системи технічного регулювання України до європейської моделі насамперед для забезпечення безпеки споживання як ключової детермінанти економічної безпеки суб'єктів господарювання та держави.

У межах СОТ Угодою про технічні бар'єри в торгівлі [216] та Угодою про санітарні та фітосанітарні заходи [217] застосування стандартів визначено добровільним, обов'язковими встановлені в національних законодавчих і нормативно-правових актах вимоги до безпеки продукції та послуг для здоров'я і життя громадян, майна, рослин, тварин, навколишнього середовища, національної безпеки та боротьби з оманною практикою.

Головним завданням системи технічного регулювання є забезпечення розміщення на ринку продукції, безпечної для споживачів, користувачів та навколишнього середовища, та запровадження економічної політики, спрямованої на стимулювання інновацій, підвищення конкуренції, скорочення виробничих витрат та сприяння розвитку торгівлі шляхом усунення технічних бар'єрів [218, с. 7].

Законодавчо визначено, що цілями прийняття технічних регламентів є захист життя та здоров'я людей, тварин і рослин, охорона довкілля та природних ресурсів, збільшення енергоефективності, захист майна, забезпечення національної безпеки та запобігання підприємницькій практиці, що вводить споживача (користувача) в оману [407].

Н. Притульська визначає такі основні види технічного регулювання, використані у праці [218, с. 7]:

1) приписувальне, яке визначає засоби досягнення заданих характеристик продукції (визначеність важливіша, ніж гнучкість);

2) орієнтоване на результат з точним визначенням бажаних характеристик продукції, але дає змогу підприємствам самостійно обирати технологію його досягнення.

Концептуальною відмінністю європейської системи технічного регулювання є пріоритетність і першочерговість безпечності товарів (послуг), їх споживання та користування для людини, навколишнього середовища, тварин, належне інформування про властивості товарів. Система побудована завдяки технічній гармонізації законодавства та взаємному його визнанню на основі «Нового підходу до регулювання продукції» [408] та «Глобального підходу до оцінювання відповідності» [409].

Загалом гармонізація стандартів є позитивним чинником розвитку вітчизняної економіки, оскільки досвід розвинених країн підтверджує, що кожна одиниця національної валюти, вкладена в стандарти, дає змогу отримати від 20 до 40% прибутку. Країни оптимізують рівень використання міжнародних стандартів у загальному числі національних з метою захисту внутрішнього ринку, підтримки національного ви-

робника, забезпечення економічної безпеки країни. Так, у країнах-членах ЄС рівень гармонізованих стандартів досягає 60–80% [219, с. 59–60].

Директиви «Нового підходу» (прийнятий Радою Європи 7 травня 1985 р.) встановлюють вимоги до певної категорії продукції, які чітко і точно формулюють кінцевий результат. До кожної з них додається перелік добровільних європейських стандартів, дотримання яких забезпечує відповідність вимогам директив. При цьому застосування цих стандартів є добровільним, до виробника висуваються лише вимоги безпеки продукції і виробництва, а питання технологічності, якості, конкурентоспроможності продукції вирішуються безпосередньо виробником [410, с. 17]. Виготовлена продукція, яка відповідає вимогам гармонізованих з директивою ЄС європейських стандартів, розглядається як відповідна істотним вимогам директиви (принцип презумпції відповідності). Розміщення продукції на ринку ЄС відбувається після проходження процедури оцінювання відповідності, нагляд за ринком забезпечують державні органи управління [411, с. 57-58].

Таким чином, технічне регулювання при новому підході акцентує увагу на вимогах до продукції для забезпечення високого рівня захисту населення, а за технічне розв'язання цих завдань безпосередньо відповідає виробник. Отже, якщо у старій системі сертифікації та стандартизації контроль за безпечністю продукції відбувався через документи (сертифікати), у новій європейській системі технічного регулювання він здійснюється методами ринкового нагляду, або контролю готової продукції, а не процесів її виробництва. Таким чином, система технічного регулювання ЄС забезпечує вільний обіг товарів та обмежує втручання держави в господарську діяльність підприємств.

На основі цього в ЄС запроваджено практику декларування відповідності, а сама декларація як документ не реєструється, оскільки результатом процесу підтвердження відповідності є надання права виробнику маркувати свою продукцію знаком CE (Conformite Europeenne, Європейська відповідність). Отже, глобальний підхід до оцінювання відповідності, прийнятий Радою Європи 21 грудня 1989 р., спрямований на спрощення процедури доказу відповідності на підставі модульної моделі. Модулі моделі та їх комбінації залежно від продукції та ступеня ризику використовуються для різних стадій процедур оцінювання відповідності. З восьми модулів тільки в трьох (B, E, F) відповідність підтверджується сертифікатом, а в інших п'яти – лише декларацією про відповідність. Такий підхід дає змогу формувати безліч

сполучень модулів, щоб збільшити кількість схем підтвердження відповідності, після чого визначити більш практичну схему, адекватну рівню можливого ризику заподіяння шкоди конкретною продукцією [411, с. 58]. Модулі передбачають активне використання систем якості для проектування, виробництва, контролю та випробування готової продукції, а також їх сертифікацію відповідно до вимог стандартів ISO [412; 413].

Процедура підтвердження оцінки відповідності продукції завершується підготовкою виробником декларації відповідності, яка містить інформацію для ідентифікації директив, щодо яких вона видана. Після цього виробник має право маркувати свою продукцію знаком СЕ, який підтверджує відповідність продукту вимогам ЄС.

Незважаючи на переваги самостійного декларування відповідності технічним регламентам для споживачів, підприємств, держави, зараз у вітчизняних умовах існують вагомні перешкоди до його впровадження.

По-перше, це недосконалість інституціонального базису (табл. 4.5). Так, процес трансформації системи технічного регулювання передбачає введення 28 тисяч європейських стандартів (EN), які відповідають вимогам законодавства відповідно до додатка III Угоди про Асоціацію, з яких імплементовано близько 2 тисяч. Також проблемним вважаємо існуючий на цей час порядок їх впровадження, за якого відбувається лише переклад титульної сторінки європейського оригіналу, проте не враховуються особливості діяльності вітчизняних виробників. Звідси актуальним є адаптація стандартів за участю підприємств, які б мали можливість захистити свої інтереси. До того ж істотною проблемою є невизнання результатів випробувань українських лабораторій та діяльності органів із сертифікації європейськими інституціями через не підписання певних умов з оцінювання відповідності та прийнятності промислових товарів (Agreements on conformity assessment and acceptance of industrial products (АСАА)).

По-друге, соціально-ментальні особливості українського споживача та виробника, звичка дотримуватися чітких правил під жорстким контролем потребують розроблення і забезпечення механізмів ефективного ринкового нагляду за дотриманням вимог технічних регламентів та стандартів.

По-третє, для вітчизняних виробників існує істотна загроза функціонування на внутрішньому ринку з боку європейських підприємств, більш обізнаних та досвідчених з питань технічного регулювання.

По-четверте, актуальним є вирішення завдань підготовки вітчизняних підприємств до запровадження системи технічного регулювання, до основних з яких є:

– інституціональна – необізнаність у сучасній нормативній базі, поява нових інституцій у сфері стандартизації, метрології і ринкового нагляду, необхідність розширення мережі органів із сертифікації та лабораторій для підтвердження відповідності продукції;

– інформаційна – недостатня поінформованість підприємств чи повна відсутність інформації щодо нової системи технічного регулювання, що обумовлює необхідність проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи, надання консалтингових послуг операторами ринку;

– управлінська – необхідність переосмислення керівництвом переходу від обов'язковості виконання стандартів та отримання сертифікатів до самодекларування, проведення відповідних організаційних, стратегічних, тактичних робіт;

– кадрова – відсутність кваліфікованого персоналу, здатного до розроблення відповідної технічної документації, проходження процедур оцінювання відповідності та підготовки декларації.

Таблиця 4.5

Інституціональне забезпечення технічного регулювання в Україні

№ п/п	Назва	Дата прийняття	Сутність
1	2	3	4
1	Законодавчі акти та нормативно-регуляторні документи		
1.1	Закон України «Про стандартизацію»	05.06. 2014 р.	Запровадив добровільне застосування стандартів, градацію національних і європейських стандартів, ввів поняття «технічні комітети стандартизації», практику розроблення стандартів за участю міжнародних експертів
1.2	Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності»	15.01. 2015 р.	Визначив правові та організаційні засади використання технічних регламентів і передбачених ними процедур оцінювання відповідності, а також добровільного оцінювання відповідності
1.3	Закон України «Про акредитацію органів з оцінки відповідності»	11.02. 2015 р.	Визначив правові, організаційні та економічні засади акредитації органів з оцінки відповідності, передбачив створення Національного органу з акредитації в Україні
1.4	Закон України «Про метрологію та метрологічну діяльність»	05.06. 2014 р.	Регулює відносини, що виникають у процесі провадження метрологічної діяльності

Продовження табл. 4.5

1	2	3	4
1.5	Постанова КМУ № 95 «Про затвердження модулів оцінки відповідності, які використовуються для розроблення процедур оцінки відповідності, та правил використання модулів оцінки відповідності»	13.01. 2016 р.	Передбачає застосування європейського глобального підходу до оцінювання відповідності продукції
2	Інституції системи технічного регулювання		
2.1	Міністерство економічного розвитку і торгівлі		Загальна координація діяльності в сфері технічного регулювання, метрології, оцінювання відповідності, стандартизації та управління якістю
2.2	ДП «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» (ДП «УкрНДНЦ»)	Стандартизація	Забезпечення функціонування та розвитку національної системи стандартизації; розроблення та експертиза стандартів, гармонізація національних стандартів з міжнародними та європейськими
2.3	Технічні комітети стандартизації		Розроблення, розгляд та погодження міжнародних (регіональних) та національних стандартів України
2.4	Науково-дослідні інститути метрології	Метрологія	Роботи зі створення, удосконалення, зберігання, застосування первинних і вторинних еталонів, систем передачі розмірів одиниць вимірювань, розробленням нормативних документів з метрології
2.5	ДП «Укрметртестстандарт»		Національний орган з оцінювання відповідності (сертифікації)
2.6	Національне агентство з акредитації	Оцінювання відповідності	Забезпечення єдиної технічної політики у сфері оцінювання відповідності; створення умов для взаємного визнання результатів діяльності акредитованих органів на міжнародному рівні
2.7	Органи з оцінювання відповідності продукції вимогам технічних регламентів		Підприємство, установа, організація чи їх структурний підрозділ, що здійснює діяльність з оцінювання відповідності, включаючи випробування, сертифікацію та інспектування
2.8	Органи сертифікації продукції, персоналу, систем управління, випробувальні лабораторії		Орган з оцінювання відповідності, який є третьою стороною та управляє схемами сертифікації

Продовження табл. 4.5

1	2	3	4
2.9	Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів	Ринок нагляд	Реалізує державну політику у галузі ветеринарної медицини, сферах безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, карантину та захисту рослин, санітарного законодавства, метрологічного нагляду тощо

Складено автором.

Для розв'язання кадрового завдання необхідна організація навчальних курсів, програм підвищення кваліфікації, базової підготовки у ВНЗ, проведення для фахівців підприємств так званих «road show» з відвідуванням сучасних європейських підприємств, лабораторій, органів із сертифікації. Розв'язанню зазначених проблем сприятиме розроблення алгоритму декларування відповідності продукції підприємств в умовах адаптації системи технічного регулювання України до європейської моделі. Виходячи з цього, за участю автора на основі ґрунтовного дослідження процедури оцінювання відповідності продукції вимогам технічних регламентів і стандартів розроблена «Дорожня карта» одержання маркування СЕ вітчизняними виробниками (рис. 4.3), яка була апробована в діяльності Запорізької торгово-промислової палати під час надання інформаційно-консультаційних послуг.

Незважаючи на переваги самостійного декларування відповідності технічним регламентам, для вітчизняних підприємств існують загрози, пов'язані з недосконалістю інституціонального базису, соціально-ментальними особливостями українського споживача та виробника, функціонуванням на внутрішньому ринку обізнаних та досвідчених з питань технічного регулювання іноземних підприємств. Недостатня інституціональна, інформаційна, організаційна, управлінська, кадрова підготовленість суб'єктів господарювання обумовлює необхідність проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи, надання консалтингових послуг, розширення мережі органів із сертифікації та лабораторій для підтвердження відповідності продукції. Вирішенню зазначених завдань, систематизації погляду на досліджуваний процес має сприяти розроблена «Дорожня карта» одержання маркування СЕ вітчизняними виробниками.

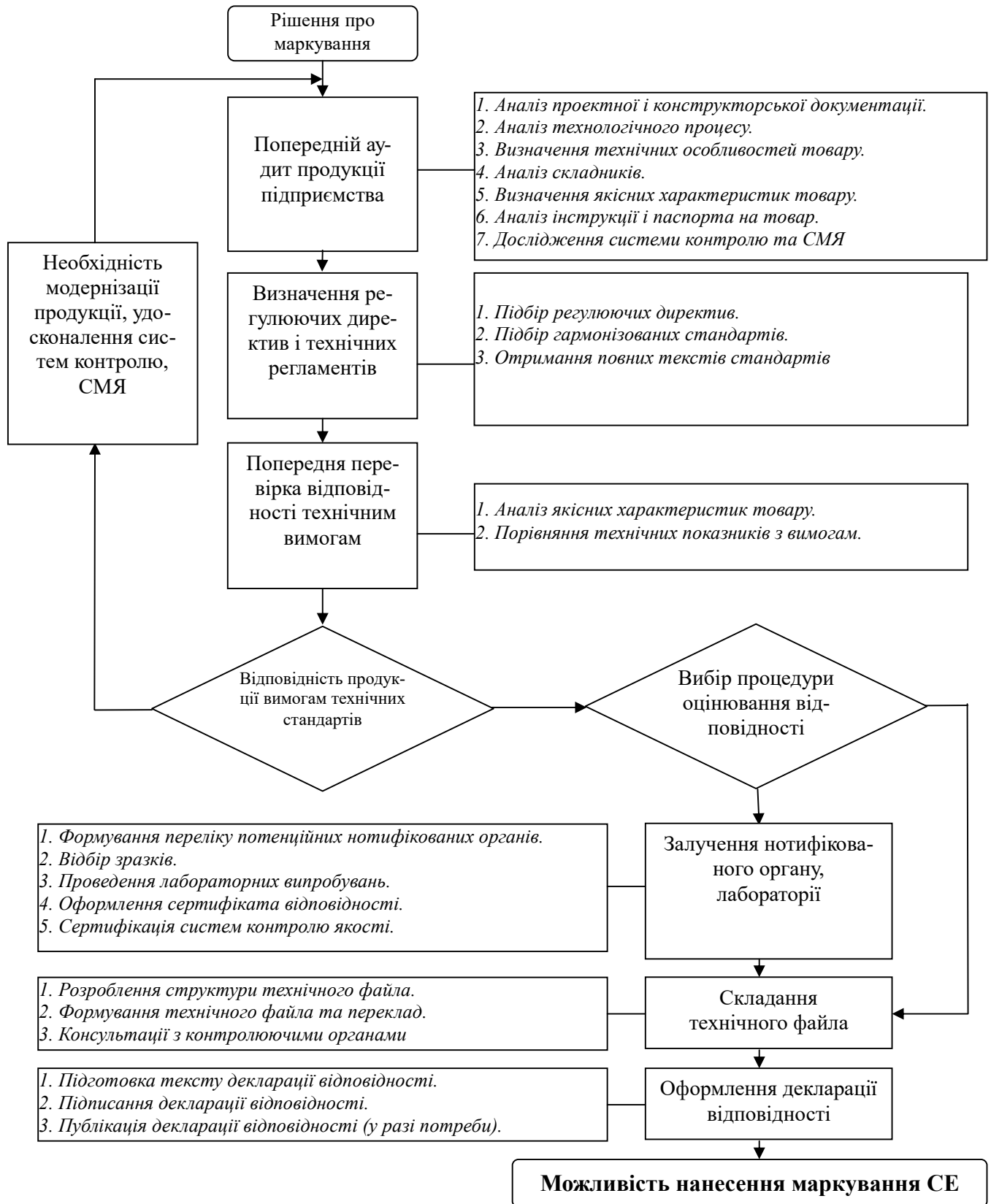


Рис. 4.3. Структурно-функціональна побудова «Дорожньої карти» одержання маркування СЕ вітчизняними виробниками

Розроблено автором.

4.3. Модернізація діяльності ринкових посередників з орієнтацією на безпеку споживання

Крім підприємств-виробників, на забезпечення споживання товарів (послуг) істотно впливає діяльність ринкових посередників, залучених на цій стадії суспільного відтворення, безпосередньо перед споживанням товарів (послуг). Йдеться про маркетинг, логістику, гуртову та роздрібну торгівлю. Зазначимо, що оскільки посередники також виступають суб'єктами господарювання, у своїй діяльності вони керуються такими ж мотивами, як і виробники. Отже, від загальної філософії та мети діяльності залежить ступінь спрямованості на забезпечення споживання. З іншого боку, виробники (зокрема великі підприємства) можуть достатньо успішно виконувати відповідні функції самостійно через власні підрозділи маркетингу, логістики та збуту. Водночас відносна економічна вигода посередництва, аутсорсингу, консалтингу як для великих, так і для середніх та малих підприємств обумовлює доцільність використання послуг сторонніх організацій. Мета цього етапу нашого дослідження полягає у визначенні особливостей завдань маркетингу, логістики та торгівлі у забезпеченні безпеки споживання.

Для маркетингової діяльності вдосконалення заходів системи забезпечення споживання з боку суб'єктів господарювання актуалізує дослідження маркетингової інфраструктури підприємництва (МІП), до якої можна зарахувати різні види маркетингової діяльності (рис. 4.4), які сприяють поліпшенню позицій на ринку.



Рис. 4.4. Функціональна побудова маркетингової інфраструктури підприємництва
Розроблено автором.

Функціональні складники маркетингової інфраструктури підприємництва можна розкрити через такі аспекти (рис. 4.5):



Рис. 4.5. Маркетингова інфраструктура підприємництва

Розроблено автором.

– місце маркетингу та його завдання в межах функціонування інфраструктури підтримки підприємництва – визначення потреб суб'єктів підприємництва (насамперед малих та середніх) в інформаційних, консультаційних, інших послугах; сприяння ефективній реалізації державних і регіональних програм розвитку підприємства, а також поширенню маркетингової філософії;

– інфраструктура реалізації маркетингових функцій (маркетинговий аутсорсинг, маркетингове посередництво) – маркетингові дослідження, консалтинг; маркетингові комунікації (рекламні, PR, копирайт-, event-агенції, виробництво маркетингової продукції (сувеніри, дизайн)); виставкова діяльність;

– маркетингова інфраструктура підтримки інноваційного розвитку – місце та роль маркетингу в інноваційній системі регіону, країни; маркетингове забезпечення діяльності організацій, що сприяють інноваційному розвитку; місце та роль маркетингу (зокрема міжнародного) у міжнародному науково-технічному співробітництві;

– *інфраструктура вдосконалення маркетингової діяльності підприємств* – маркетинговий аудит, консалтинг, бізнес-освіта; вдосконалення організації маркетингової діяльності на підприємстві; впровадження засад маркетингового менеджменту на підприємствах.

Компоненти (складники) МІП характеризуються різним рівнем розвитку, специфікою реалізації для підприємств та організацій різної величини, форм власності, сфер та просторової дислокації тощо, проте важливою є їх інтеграція та взаємодія.

Рівень розвитку МІП впливає на розвиток підприємництва, причому більше середніх та малих підприємств. Забезпечення розвитку МІП у регіонах, де її рівень значно нижчий порівняно з м. Києвом, сприятиме підприємницькій активності, насамперед у сфері послуг. Для промислових підприємств B2B, які не зацікавлені у маркетинговому супроводі, МІП може бути корисною для їх інноваційного розвитку або вдосконалення системи управління на засадах маркетингового менеджменту.

У маркетинговій діяльності з погляду споживачів для забезпечення споживання загрозливими видаються комунікаційні заходи: відкриті (реклама, ПР, стимулювання збуту, особистий продаж або директ-маркетинг) та приховані (брендинг, спонсоринг, продукт-плейсмент). Загрозливим насамперед є те, що комунікації не лише інформують та стимулюють, а й керують поведінкою споживачів через формування потреб з урахуванням психологічних особливостей споживчого сприйняття, ставлення до товару.

З проблем діяльності підприємств та забезпечення їх конкурентоспроможності з маркетингом пов'язані такі:

– неефективність організації маркетингової діяльності через: невідповідність організаційної структури підприємства та маркетингового підрозділу цілям і завданням діяльності; нерозуміння керівництвом принципів маркетингу та його місця в системі управління підприємством (зосередженість лише на збутових методах, комунікаційному складникові, невірне використання результатів маркетингових досліджень); несприяття або протистояння співробітників впровадженню та виконанню маркетингових програм;

– недостатня ефективність маркетингових заходів, що може бути пояснене тим, що вони невірно розроблені, що потребує маркетингового аутсорсингу або залучення маркетингових посередників, або впроваджені з недотриманням зазначених вище організаційних мо-

ментів, а також поліпшення кваліфікації персоналу). Це може бути наслідком неправильного формулювання стратегічних цілей і завдань, встановлення відповідності між ними і ресурсним забезпеченням.

Обґрунтування ефективних засобів зміцнення безпеки споживання є актуальним і для логістики, безпосередньо пов'язаної з безпекою споживання товарів, що постачаються споживачам. Крім того, логістика як вид господарської діяльності належить до екологічно загрозливих.

Проведений аналіз діалектичного зв'язку поняття «споживання», спрямованого на задоволення не лише короткострокових потреб, а й на досягнення довгострокових цілей суспільного розвитку (зменшення негативного впливу виробництва та споживання на здоров'я, довкілля, суспільство, формування свідомої поведінки споживача), дає змогу виокремити взаємозв'язки в структурі споживання та систематизувати елементи за ступенем сталості. До екологічного складника запропоновано зарахувати зелене та(або) органічне споживання, до економічного – раціональне та обмежене споживання, до соціального – відповідальне або соціально-відповідальне споживання. Розумне та етичне споживання відображені в усіх напрямках сталого розвитку. Обов'язковим є виокремлення поняття «безпечного споживання» як основи елементів споживання в межах концепції сталого розвитку.

Безпека як базова категорія в ієрархії потреб поступається лише фізіологічним потребам, отже, повинна забезпечуватися учасниками процесу відтворення. Важливість її дослідження посилюється через виникнення нових продуктів, технологій та протиріч у тріумвіраті «суспільство – держава – економіка» [414]. Для України безпека споживання є ще більш нагальною через мегаінтеграційні процеси, які супроводжуються переходом від державних стандартів та обов'язкової сертифікації до технічних умов і регламентів ЄС. Унаслідок цього, за інших рівних умов, може погіршуватися якість і, відповідно, безпека споживання товарів (послуг). Якщо розглядати безпеку споживання як складник економічної безпеки держави, то для її забезпечення необхідні дослідження зазначених вище аспектів споживання.

Логістика як невід'ємний складник процесу задоволення потреб споживачів потребує уваги в контексті забезпечення безпеки споживання. У короткостроковому періоді від логістичної діяльності залежить безпечність продукції, збереження її споживчих властивостей; економічна раціональність постачання. Насамперед це стосується товарів, які потребують спеціального температурного режиму зберігання

(об'єкт дослідження в «холодній» логістиці) або з часовими обмеженнями «зберігання–транспортування–використання»: швидкопсувні або терміново необхідні. У цьому випадку йдеться про безпеку як промислового, так й індивідуального споживача.

У довгостроковому періоді необхідно враховувати, що логістика як сфера економічної діяльності сама є потенційно небезпечною. Цей аспект є предметом дослідження «зеленої» або екологічної логістики. Цілком погоджуємося із А. Тамбовцевим, що під час вирішення таких завдань необхідно дотримуватися системного підходу і розглядати загальний екологічний вплив ланцюга поставок на біосферу як сукупність впливів кожного з її елементів (постачальників, покупців, посередників та інших) і кожної функціональної області логістики (постачання, виробництва, розподілу, транспортування, складування тощо) з урахуванням споживання ними певних видів природних ресурсів (енергії, води тощо) і продукування певних видів відходів (сміття, викидів, забруднень тощо) [415, с. 199].

Безперечно, логістику варто розглядати як чинник інноваційного розвитку та зміцнення економічної безпеки суб'єктів господарювання й економіки. За Д. Джонсоном, Д. Вудом і Д. Мерфі, елементи виробничої, транспортної, складської та іншої забезпечувальної інфраструктури і забезпечення логістичних утворень є об'єктами підвищеної небезпеки [416, с. 535], тобто такими, на яких є реальна загроза виникнення аварії та(або) надзвичайної ситуації техногенного та природного характеру, на яких використовуються, зберігаються або транспортуються одна або кілька небезпечних речовин чи категорій речовин у кількості, що дорівнює або перевищує нормативно встановлені порогові маси [417]. За кластерної моделі логістики [418, с. 14] економічна безпека розглядається не лише як здатність системи економічної безпеки захистити наявні ресурси та інфраструктурні складники простору, а й як здатність зміцнити стан убезпечення економічного простору за рахунок поліпшення якості його підсистем та елементів, а в їх межах – компонентів та їх структури [419].

Таким чином, безпеку логістики можна охарактеризувати як безпечність усіх логістичних процесів, що супроводжують передачу товару від виробника до споживача (зберігання, транспортування, складування тощо). Логістичне забезпечення безпеки споживання будемо розглядати: по-перше, у контексті сприяння сталому розвитку в межах економічного, екологічного, соціального складників (табл. 4.6); по-

друге, логістика повинна сприяти забезпеченню всіх етапів процесу споживання (ланцюга вибору–замовлення–постачання–споживання–утилізації). Якщо під час промислового споживання ці процеси є більшою мірою уніфікованими щодо дотримання вимог безпеки, то стосовно індивідуального споживання зростає вірогідність ризиків і загроз. Проте безпека логістики є базою логістичного забезпечення споживання.

Таблиця 4.6

Вплив практик ощадливого, стійкого, зеленого менеджменту ланцюгів постачань на сталість розвитку

Практики менеджменту ланцюгів постачань		Вимір безпеки	Виміри сталості розвитку		
			соціальний	економічний	екологічний
Ощадливого	Утилізація відходів	++	+	+	++
	TQM (всезагальне управління якістю)	++	+	+	++
	Точно в термін	-	+	++	-
Зеленого	Чистіше виробництво	+	+	+	+
	Сертифікація ISO14001	+	-	-	+
	Зворотна логістика	+	-	+	+
Стійкого	Гнучке джерело постачання	-	-	+	-
	Ризик менеджмент ланцюга постачань	++	++	+	++
	Гнучке транспортування	+	-	+	+

Примітки:

1. + відносини, виявлені лише в прикладному дослідженні,
 2. ++ відносини, виявлені під час ситуаційного дослідження та пропозиції
- Модифіковано за [420, с. 221].

У межах предмета дослідження зазначимо, що безпека логістики і логістичне забезпечення споживання ускладнюється багатокомпонентністю логістичних систем.

По-перше, проблеми безпеки споживання можуть виникати на різних рівнях системної ієрархії в логістиці: функціональному, мікро-, мезо-, макро-, мегарівнях (міжнародні макрологістичні утворення, глобальні логістичні мережі [419]). Варто враховувати, що економічна безпека функціональних логістичних утворень реалізується через функції забезпечення в межах окремих ланок логістичного ланцюга, і зі зростанням рівня системної ієрархії це завдання ускладнюється [419].

Щодо загроз безпеці споживання у різних функціональних сферах логістики виділимо ризики в логістиці:

- постачання – збільшення обсягів твердих відходів у процесі зберігання матеріальних ресурсів; контакти людей з екологічно небезпечними складниками під час оброблення та затарювання вантажів; антропогенне навантаження на ґрунт у процесі складування матеріальних ресурсів та їх переміщення від постачальників;

- інформаційній – електромагнітне випромінювання під час передачі інформації технічними засобами зв'язку;

- збуту – збільшення обсягів твердих відходів у процесі реалізації, висипання, витікання, випаровування вантажів через неякісне упакування;

- виробництва – збільшення обсягу використання виробничих ресурсів, використання земельних ділянок для розміщення виробничих об'єктів та складування відходів виробництва, підвищення шуму та вібрації на прилеглій території;

- транспортній – викиди транспортними засобами шкідливих речовин у повітря, використання дешевших видів палива, продукти переробки яких негативно впливають на стан довкілля і здоров'я людини, шумове та вібраційне забруднення, використання автомобільного транспорту при можливості застосування морського, річкового чи залізничного [421].

Хоча зазначені Л. Гурч загрози більше стосуються екології, але вони також тісно взаємозв'язані із соціальною та економічною компонентами сталого розвитку у довгостроковій перспективі.

По-друге, загрози логістичного забезпечення споживання можуть відрізнятися залежно від виду економічної діяльності та продукції. Виокремлюється безпека споживання харчових або промислових продуктів, товарів повсякденного чи вибіркового попиту, коротко- чи довготривалого використання, а отже, існують особливості їх логістичного супроводу. Залежно від виду продукції критичного значення загострюється проблема безперервності постачання не лише як умови безперервності виробничого процесу, а й безпеки споживачів. Це стосується, насамперед, безпеки споживання енергоносіїв (безпека постачання природного газу та інших енергоресурсів [422]), води, продовольства, фармацевтичної продукції.

По-третє, ризики логістичного забезпечення безпеки споживання існують на різних етапах логістичного процесу: транспортування, зберігання, завантаження, розвантаження, передачі–приймання, сор-

тування, складування тощо. На кожному з етапів необхідно запобігати навмисним і ненавмисним помилкам та пошкодженням (недостачі, надлишки, пересортиця, брак, недо-, перевкладення, псування, знищення товарно-матеріальних цінностей). Також важливим є питання охорони, яке стосується зокрема крадіжок у процесі транспортування та зберігання [423]. Використання відповідних засобів безпеки підтверджує якість роботи, сприяє поліпшенню репутації логістичного підприємства, виходу на нові ринки, збільшенню кількості споживачів, для яких якість логістичних послуг полягає зокрема в прозорості ціноутворення, якісному консультуванні (його своєчасності, зрозумілості, зручності), оптимізації маршрутів і оперативному постачанні [424].

У межах забезпечення безпеки споживання як передумови економічної безпеки держави актуальним є визначення тенденцій з логістичних інновацій, які залежно від напрямів використання можуть перетворитися або на можливості, або на загрози. Так, варто враховувати:

- інновації автономної логістики – використання безпілотного транспорту для доставки вантажів на складах, у перспективі – застосування безпілотних транспортних засобів на дорогах загального користування;

- використання різних високофункціональних гаджетів для заміни ручних сканерів і паперових документів смарт-окулярами, які показують маршрути по величезних приміщеннях, скануючи штрих-коди, що забезпечує зменшення часу підбору, упакування та транспортування товарів;

- автоматизацію логістичних процесів – широке застосування логістичної робототехніки на складах, що значно прискорює логістику;

- використання логістичних рішень з мінімальним впливом на довкілля – використання транспортних засобів з низьким викидом CO₂, впровадження проектів із захисту навколишнього середовища [425].

Розглянуті напрями істотно відрізняються від усталених тенденцій розвитку логістики в Україні [426]: перехід вантажообігу на невеликий формат; активний розвиток сегмента електронної комерції, збірних вантажів та фулфілмента як складського сервісу, завдяки чому зростає культура споживання; розвиток напряму аутсорсингу персоналу через проблеми з рядовим персоналом на складах; клієнтоорієнтованість як одна з головних конкурентних переваг логістичної діяльності; прагнення логістичних операторів ввести стандартизацію послуг для забезпечення розуміння клієнтом різних сервісних пакетів; нерозвине-

ність інфраструктури і складність митного оформлення – головних причин низької позиції (80) України в індексі логістичної ефективності.

Таким чином, можна висунути гіпотезу, що в перспективі продовжиться модернізація логістики і, завдяки новим технологіям логістичні рішення будуть більш оптимізованими, що дасть змогу значно вдосконалити логістичний ланцюг поставок, а отже, подолати загрози національній безпеці та безпеці споживання зокрема [425].

Виходячи з викладеного, зробимо висновок, що для подолання загроз безпеці логістики та логістичного убезпечення споживання необхідно:

1) розробити чіткий механізм дій вирішення конфліктних ситуацій;
2) стандартизувати логістичні послуги та сертифікувати систему управління ними;

3) запровадити систему контролю та аудиту логістичних операцій для забезпечення їх захисту та безпеки в напрямках:

– забезпечити контроль за виконанням складських операцій (вхід-вихід, якість виконання, інвентаризація) та операцій з передачі та отримання товарно-матеріальних цінностей (зокрема режиму доступу до документів, робота з претензіями) у контрольних пунктах;

– здійснити аналіз проблем з постачальниками товарно-матеріальних цінностей (виявлення виробничих недовкладень у конкретного постачальника), вразливості номенклатури товару під час зберігання та обробки (виявлення частих недочетів); несумлінності працівників (експедиторів і комірників);

– вирішити комплекс організаційних і правових завдань для створення ефективною інформаційної системи реагування на дії викрадачів, заснованою на використанні сигнальних пристроїв (номерних пломб та індикаторів) зовнішніх впливів;

– забезпечити охорону об'єктів, товарів, а також пересилання шляхом надання таких комплексних послуг, як постійна фізична охорона, аудит та контроль за маршрутом руху автомобілів, впровадження стандартів маршруту руху;

– впровадити інтелектуально-інформаційну систему управління логістичним процесом, розробити програмне забезпечення, встановити електронні системи безпеки;

– підвищити кваліфікацію аутсорсингового та постійного персоналу у напрямі клієнторієнтації, забезпечити спеціалізовану підготовку у сфері логістичної безпеки;

– забезпечити дотримання міжнародних стандартів логістичних послуг.

Усталена практика вирішення завдання контролю передбачає створення надсистеми економічної безпеки, тобто завдання забезпечення переноситься на вищий рівень системної ієрархії управління. Проте таке завдання не може бути ефективно вирішене через конфлікт інтересів систем різного рівня ієрархії. Чим вище рівень ієрархії логістичного утворення, тим менше можливостей топ-менеджменту забезпечувати його економічну безпеку в межах формальних повноважень. Виникає необхідність створення позасистемних надієрархічних структур управління економічною безпекою, наділених відповідними повноваженнями та ресурсами. Прикладом такої структури є комітет з безпеки глобального ланцюга постачань. Саме узгодження інтересів, мобілізація ресурсів та інтеграція функцій захисту окремих підсистем у процесі міжсистемної динаміки розширює можливості забезпечити під час взаємодії з зовнішнім середовищем логістичному утворенню стійкість, адаптаційність, гнучкість та ефективність на функціональному, інституціональному та інтеграційному рівнях інтеграції логістичних активностей.

Особливості забезпечення споживання в сфері торгівлі розглянемо на прикладі електронної торгівлі, яка на доповнення до традиційних загроз безпеці споживання розкрита в межах аналізу маркетингового та логістичного забезпечення безпеки споживання, включає й пов'язані з діяльністю в інформаційно-комунікаційній сфері.

4.4. Пріоритети та засоби забезпечення споживання товарів (послуг) в електронній торгівлі

Застосування сучасних інформаційних технологій у бізнесі формує нові безпекові напрями в глобальній економіці. До одного з таких напрямів належить електронна торгівля, яка стала чи не найперспективнішою сферою електронного бізнесу України, сприяє активному залученню сучасних технологій та позитивно впливає на розвиток як суміжних галузей, так і економіки загалом.

Вітчизняна галузь електронної торгівлі, темпи зростання якої останнім часом є найвищими в Європі, залучає все більше учасників. Проте формування стратегії розвитку на основі лінійної екстраполяції успіху попередніх років небезпечно, що актуалізує дослідження реального стану та тенденцій розвитку ринку електронної торгівлі.

Тенденція до поширення торговельних операцій в мережі Інтернет обумовлена порівняною зручністю (відсутність часових та просторових обмежень) та дешевизною покупок. Поряд з цим, виникає проблема їх безпечності внаслідок особливостей взаємодії у цифровому середовищі: здійснення купівлі дистанційно, без особистого контакту, без можливості попередньої перевірки, розірваність у часі моментів оплати та отримання гарантій, складність контролю, що звужує обсяг прав споживачів [427–430], які не завжди враховуються навіть на офлайн-ринку. До того ж, як і будь-яке соціально-економічне явище, що набуває масового прояву і пов'язане із науково-технічним прогресом, електронна торгівля стала об'єктом антисоціальних проявів, зловживань, правопорушень, у тому числі злочинів, що також обумовило виникнення питання безпеки суспільних відносин [431]. Безпека в Інтернеті, відсутність захисту споживачів стали системними проблемами розвитку електронної комерції [428].

На нашу думку, потребує уваги забезпечення безпеки споживання як здатності створювати умови усвідомленого задоволення потреб у самовідтворенні суб'єктами економічних інтересів із завданням найменшої шкоди здоров'ю, навколишньому середовищу та суспільству. Вважаємо, що безпека споживання повинна розглядатися як передумова сталого розвитку суспільства не лише в межах безпечності продукції, виробництва і споживання, а й з турботою про майбутній добробут, у протиположності суспільству споживання.

За визначенням експертів Комісії ООН із права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ), сфера електронної комерції охоплює електронні види діяльності у вигляді оброблення, передачі інформації тощо через повідомлення даних, що використовують у контексті торговельної діяльності [432]. До електронної комерції О. Шалева зараховує [433]: Electronic Data Interchange (EDI); Electronic Funds Transfer (EFT); E-Trade; E-Cash; E-Marketing; E-Banking; E-Insurance.

Основними характеристиками електронної комерції порівняно з традиційною торгівлею є :

- 1) підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання за рахунок скорочення витрат на організацію бізнесу, просування товару (послуги), обслуговування покупців, підтримку зворотних комунікацій, зменшення витрат часу на взаємодію зі споживачами та діловими партнерами, розширення до- і післяпродажної підтримки;

2) розширення та глобалізація ринків, адже для Internet не існує географічних кордонів, часових обмежень; вартість та швидкість доступу до інформації не залежить від відстані до її джерела (за винятком транспортних витрат з доставки придбаного товару). У зв'язку з цим малі та середні підприємства можуть успішно конкурувати на глобальному ринку, а споживачі отримують можливість максимально широкого доступу до товарів (послуг);

3) персоналізація взаємодії, коли за допомогою інформаційних мереж суб'єкти господарювання можуть отримувати розгорнуту інформацію від кожного клієнта та автоматично надавати товари та послуги за ринковими цінами;

4) зміни в інфраструктурі за рахунок зменшення частки або повного виключення матеріальної складової (будівлі, споруди), скорочення кількості персоналу та посередників;

5) створення нових товарів (послуг), служб електронної доставки і підтримки, надання довідкових послуг, послуг із встановлення контактів між замовниками та постачальниками тощо [434];

6) відмінність в «портретах» споживача. Оскільки доступ до мережі Internet передбачає наявність обладнання та певного рівня освіти, то користувачі мережі характеризуються вищим рівнем доходів та освіти, ніж середній покупець на традиційному реальному ринку.

Одним з видів електронної комерції, яка динамічно розвивається, є електронна торгівля (е-торгівля), що з'явилися у 1993 р. внаслідок зменшення вартості та підвищення продуктивності процесів торгівлі за рахунок використання програмно-апаратного забезпечення. Найбільш повним, на наш погляд, є визначення електронної торгівлі як господарської діяльності у сфері електронної купівлі-продажу, реалізації товарів, робіт і послуг дистанційним способом споживачу через вчинення електронних правочинів з використанням інформаційно-комунікаційних технологій і систем [435].

За даними досліджень, проведених компанією «Admitad», загальний обсяг світової роздрібною онлайн-торгівлі у 2017 р. становив 2290 млрд дол. США, що на 23% більше, ніж у 2016 р. При цьому товарообіг B2C онлайн-покупок у 2017 р. збільшився порівняно з 2016 р. на 11% і становив 2143 млрд дол. США [436]. Під B2C онлайн-покупками розуміють операції з купівлі, здійснені як з онлайн майданчиків великих офлайн-рітейлерів, так і з сайтів компаній, представлених лише онлайн. Прогнозується, що до 2021 р. обсяг світової роздрібною онлайн-

торгівлі зросте майже вдвічі – до 4479 млрд дол. США. Причому темпи зростання електронної роздрібної торгівлі випереджатимуть темпи зростання традиційних форм, що призведе до збільшення частки онлайн-продажів у загальному обсязі світової роздрібної торгівлі з 8,7% у 2016 р. та 10,1% у 2017 р. до 15,5% у 2021 р. (рис. 4.6). У 2016 р. 85,2% обсягу онлайн-продажів припадало на 10 країн: Китай (33,7%); США (26,2%); Велику Британію (7,7%); Японію (5%); Францію (3,2%); Німеччину (2,9%); Південну Корею (2,8%); Канаду (1,6%); Індію (1,1%); Росію (1,0%) [437]. Інші країни світу забезпечували лише 14,8% онлайн-роздрібного товарообігу.

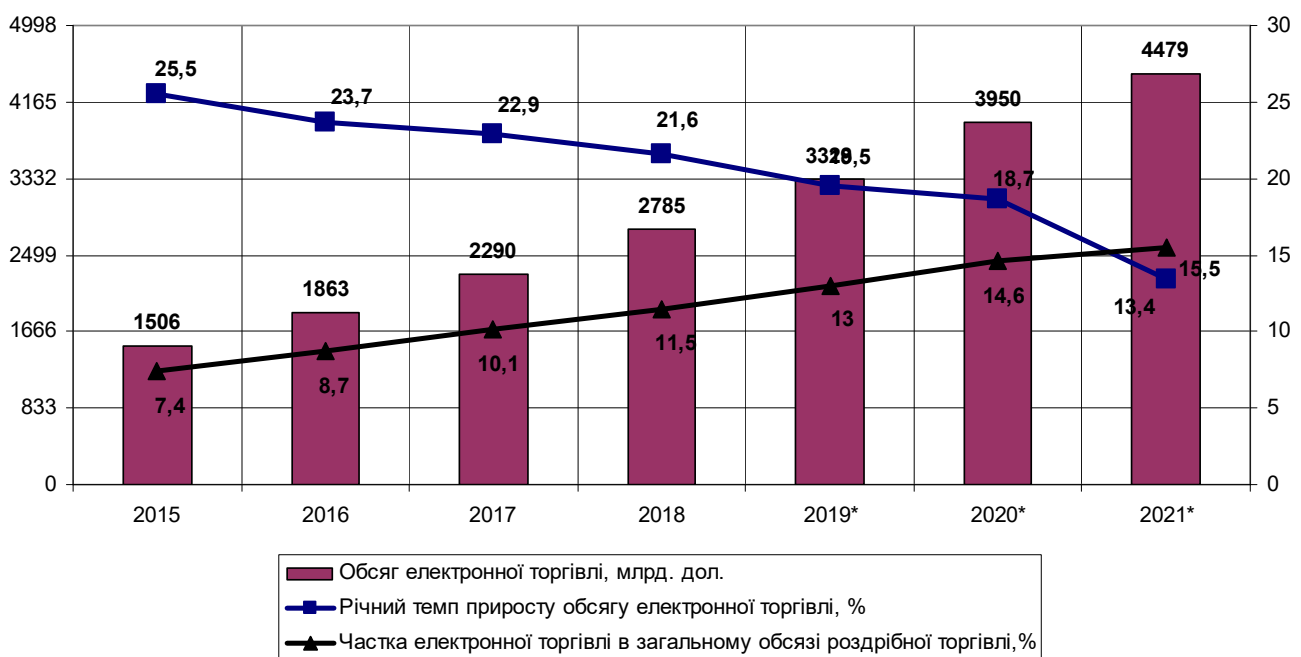


Рис. 4.6. Динаміка розвитку світової роздрібної електронної торгівлі у світі
Розраховано за: [436; 437].

У 2017 р. лідером ринку роздрібних онлайн-продажів продовжував залишатися Китай з обсягом товарообігу в 600 млрд дол. США, за ним США – 475 млрд дол., Японія – 125 млрд дол., Велика Британія – 103 млрд дол., Німеччина – 57 млрд дол. [436].

Найактивнішими онлайн-покупцями є жителі Китаю та Республіки Корея. У цих країнах частка населення, залученого до інтернет-покупок, досягає 83%, у Великій Британії – 82%, Німеччині – 81%, Індонезії – 79%, Індії та США – по 77%. Незважаючи на переваги вже сформованих електронних ринків, роздрібна онлайн-торгівля в країнах Азії розвивається випереджаючими темпами. За прогнозами фахівців, за розміром сукупного середньорічного темпу приросту B2C онлайн-

продажів у найближчі п'ять років лідируючі позиції займе Малайзія з показником 24%, випереджаючи Індію (23%), Індонезію (21%), Філіппіни (18%) і Китай (17%) [436].

Незважаючи на достатньо інтенсивний розвиток протягом останніх років, просторова структура ринку інтернет-торгівлі неоднорідна за характеристиками обсягу та структури, а також особливостями прояву поведінки споживачів, їх смаків та вподобань.

Відповідно до індексу глобальної інтернет-торгівлі (GRECI) ринки країн світу поділено на три групи (рис. 4.7).

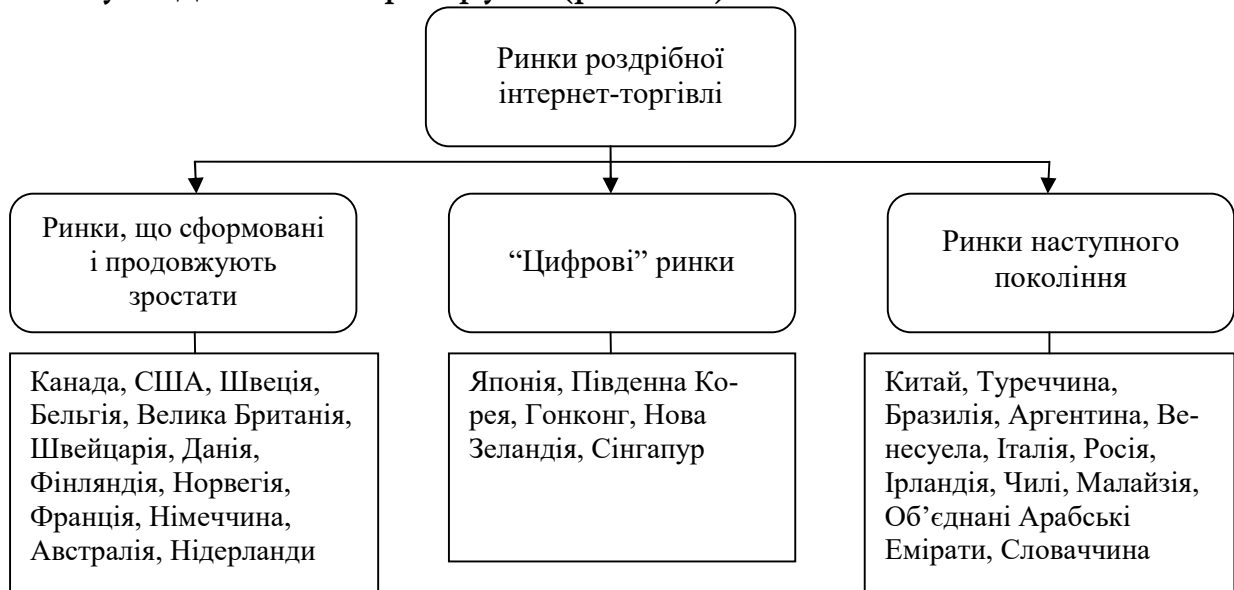


Рис. 4.7. Повидова структура ринків за індексом глобальної інтернет-торгівлі (GRECI)

Складено автором за [438; 439].

Ринок інтернет-торгівлі України перебуває на ранній стадії розвитку, але демонструє стрімкі темпи зростання порівняно з іншими галузями економіки. Динаміка показників розвитку електронної торгівлі України, розрахованих з урахуванням відмінностей у методиках оцінювання та коливань курсу гривні до основних світових валют, наведена у табл. 4.7. Динаміка зміни показників електронної торгівлі України значно вища за динаміку показників традиційної роздрібно торгівлі як в гривневому, так і в доларовому еквівалентах. Ця тенденція сприяє зростанню Інтернет-торгівлі з 0,6% у 2012 р. до 3,96% у 2017 р. і пов'язана з тим, що для все більшої кількості населення Інтернет перетворюється на звичне середовище діяльності, у межах якого задовольняється все більше потреб. Станом на 2017 р. рівень проникнення мережі Інтернет в Україні становив 64% (для порівняння: в Європі –

81,5%), при цьому для користувачів з рівнем доходу вище від середнього він сягає майже 100%, аналогічна ситуація у віковій групі 15–45 років, яка забезпечує найбільшу частку активних інтернет-покупців [440].

Важливою тенденцією є те, що темпи зростання розвинутих ринків знижуються, у той час як значні темпи властиві Азіатському та Східно-Європейському ринкам, на останньому з яких за показниками зростання Україна займає одне з перших місць (табл. 4.8).

Таблиця 4.7

Динаміка розвитку електронної торгівлі України (2012–2017)

Показник	Роки					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Обсяг роздрібної торгівлі в Україні, млрд грн	812	888,7	901,9	1031,7	1159,3	1261,3
Обсяг роздрібної торгівлі в Україні, млрд дол. США	101,63	111,23	75,85	47,24	45,36	47,44
Обсяг інтернет-торгівлі в Україні, млрд грн	4,6	7,0	12,3	25,5	38,4	50,0
Обсяг інтернет-торгівлі в Україні, млрд дол. США	0,58	0,88	1,03	1,17	1,5	1,88
Річний темп приросту обсягу роздрібної торгівлі в гривневому еквіваленті, %	20,3	9,4	1,5	14,4	12,4	8,8
Річний темп приросту обсягу роздрібної торгівлі в доларовому еквіваленті, %	17,5	9,4	-31,8	-37,7	-4,0	4,6
Річний темп приросту обсягу інтернет-торгівлі в гривневому еквіваленті, %	46,8	52,2	75,7	107,3	50,6	30,2
Річний темп приросту обсягу інтернет-торгівлі в доларовому еквіваленті, %	45,9	51,7	17,0	13,6	28,2	25,3
Проникнення інтернет-торгівлі в Україні, %	0,6	0,8	1,4	2,5	3,3	3,96
Проникнення мережі Інтернет в Україні, %	50	53	57	58	63	64

Складено автором за [441–445].

Як бачимо з даних табл. 4.7 та 4.8, темпи зростання ринку електронної торгівлі України значно перевищують темпи в країнах Східної Європи.

Відповідно до логіки та трендів світової електронної торгівлі розвиваються і бізнес-моделі вітчизняної е-торгівлі. Більшу частку ринку електронної торгівлі України займають компанії, які використовують чотири бізнес-моделі: електронний магазин, електронну дошку оголошень, електронний маркетплейс та прайс-агрегатор; причому значна частина компаній застосовує гібридні моделі типу «дошка оголошень +

прайс-агрегатор» (Ria.com), «супермаркет + маркетплейс» (Rozetka.com, Lamoda.ua).

Таблиця 4.8

**Динаміка показників розвитку електронної торгівлі ЄС
(2012–2017)**

Показник	Роки					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Обсяг інтернет-торгівлі Європи, млрд дол.	372,75	469,81	531,49	505,12	563,48	603,0
Обсяг інтернет-торгівлі Східної Європи, млрд дол.	16,64	23,02	29,68	27,17	29,28	34,84
Річний темп приросту обсягу інтернет-торгівлі Європи в доларовому еквіваленті, %	45,9	26,04	13,13	-4,96	11,55	7,0
Річний темп приросту обсягу інтернет-торгівлі Східної Європи в доларовому еквіваленті, %	45,9	38,35	28,89	-8,46	7,8	18,9

Складено автором за: [436; 441].

На розвиток інтернет-торгівлі України значно впливає зростаюча конкуренція із закордонними онлайн-продавцями. В умовах анонсованого Єдиного цифрового ринку Європи, де Україна має потенціал до участі, підприємці мають бути готові до задоволення потреб вибагливого закордонного споживача. На цей час конкурентні позиції України згідно з міжнародними рейтингами незадовільні, але вже існує розуміння проблем і необхідних кроків для їх розв'язання, що сприятиме посиленню іміджу України як торговельного партнера та збільшенню експорту товарів (послуг) через кордон.

До основних трендів розвитку як світової, так і вітчизняної електронної торгівлі зараз належать:

– динамічне зростання інтернет-торгівлі в країнах та регіонах, що розвиваються, у тому числі й в Україні. Кількість он-лайн покупців збільшується завдяки доступному широкосмуговому та мобільному інтернету;

– зростання мобільної комерції (кількість мобільних покупок в Україні становить 15% (у США та Канаді – 25% [435]) і продовжує зростати, що обумовлено підвищенням доступності смартфонів, розвитком мобільних оплат та популяризацією покупок «в один клік»);

– мультиканальність, тобто купівля товару через різні точки входу, які не взаємодіють між собою (торговельна точка, інтернет-майданчик, соціальні мережі, програма для мобільного телефону);

– омніканальність – інтеграція всіх каналів, що дає можливість користувачеві купити товар у будь-який зручний для нього спосіб. Традиційні види бізнесу почали відкривати інтернет-представництва, популярні інтернет-магазини – створювати регіональні пункти видачі «офлайн», а в деяких випадках навіть традиційні магазини;

– продаж товарів за передплатою. Такий формат рітейлу особливо популярний на західному ринку і підходить не лише для товарів регулярного попиту, а й для підтримки постійних прямих комунікацій з клієнтом;

– посилення можливостей і ролі використання великих обсягів даних (Big Data) для виявлення зв'язків між ними, що сприяє підвищенню конверсії сайту та зростанню обсягів реалізації продукції;

– використання штучного інтелекту для виявлення закономірностей та причин поведінки споживачів, що дає змогу моделювати ефективні моделі продажів;

– взаємодія з клієнтом в режимі реального часу за допомогою спеціальних сервісів – чат-боти, онлайн-консультанти, месенджери (Telegram, Viber, Skype, WhatsUpp, месенджери соцмереж), live-відео (Periscope, Facebook Live, OK Live);

– розвиток логістичної складової, яка відіграє найважливішу роль. Найближчими роками завдяки електронній комерції в Україні мають бути налагоджені логістичні мережі, які дадуть змогу доставити покупцю товар у найкоротший термін;

– автоматизоване повернення покупок. За даними дослідного агентства «Data Insight», 61% онлайн-покупців вирішальним фактором під час здійснення покупки вважають можливість зручного і безкоштовного повернення товару.

Таким чином, узагальнюючи результати досліджень [428; 430; 431; 446-451], можна сформулювати такі переваги е-торгівлі для споживачів та суб'єктів господарювання:

– *інформаційні* – можливість надання та отримання максимального обсягу інформації через Інтернет, низька собівартість передачі даних, можливість представлення інформації про товар у різному вигляді (текст, графіка, відео тощо);

- *транзакційні* – мінімальні витрати (часу, коштів, зусиль: в операційному аспекті – оптимально, без великих затрат, пов'язаних із традиційним контактом фізичного переміщення сторін комерційних угод) на порівняльний аналіз конкурентних пропозицій, зменшення часу на отримання відомостей про товар чи послугу, на придбання необхідного товару, можливість цілодобового доступу, зручність оплати;
- *ринково-технологічні* – розширення ринків збуту товарів та послуг завдяки міжнародним операціям, можливість освоєння значної кількості нових ринків, зростаюча кількість потенційних клієнтів, доступ виробників до максимальної кількості споживачів, можливість ідентифікувати покупця, відстежити його побажання, індивідуальний підхід (персоналізація), приділення більшої уваги задоволенню потреб замовників, забезпечення зворотного зв'язку (близькі взаємовідносини);
- *організаційно-управлінські* – мінімізація фінансових ресурсів (зменшення витрат на персонал та оренду приміщень, порівняно менша вартість рекламної площі); простота розгортання додатків і управління ними, альтернативний додатковий спосіб ведення бізнесу.

Отже, завдяки інформаційним технологіям істотно зріс рівень економічних можливостей у різних галузях виробничої діяльності. Проте загострилася проблема захисту джерел інформації [448]. Як свідчать дослідження [452], ризики безпеки електронної торгівлі переважно пов'язані із відкритістю Інтернет. Кількість протиправних дій у мережі (віддалені інформаційно-програмні атаки, шахрайство, перехоплення конфіденційної інформації тощо) щорічно зростає. Отже, об'єктом захисту, на думку О. Орлика [448], насамперед повинна стати інформаційна система. Як вважають експерти А. Павлов, А. Колосов [453], витік 20% загального обсягу комерційної інформації в шістдесяти випадках зі ста призводить до банкрутства підприємства.

Оскільки відносини у сфері електронної комерції відзначаються значною різноманітністю учасників, характеристик і потреб у ступені захищеності, тому й загрози їхній безпеці різноманітні [454]. За М. Новожиловою [455], можна виділити такі загрози економічній безпеці у сфері електронної торгівлі:

- навмисні посягання на права та законні інтереси учасників електронної торгівлі (правопорушення, злочини);
- технічні помилки, шуми в каналах комунікації, спричинені різними факторами (аварії, катастрофи, перебої в подачі енергії тощо);

– необережні дії учасників системи електронної торгівлі (технічні помилки, неналежне виконання обов'язків тощо).

До основних видів шахрайських дій зловмисників, на думку В. Дробишевої та А. Черноіванова [456, с. 92], належать: придбання товарів і послуг за реквізитами вкрадених пластикових кредитних карток; злам баз даних з пластикових карт (відомості про власників, які здійснюють купівлю в електронних магазинах); організацію шахрайських електронних магазинів. Технічні помилки можна вважати форс-мажорними обставинами, щодо яких необхідно в процесі планування діяльності враховувати вірогідність їх настання та вживати заходів щодо їх запобігання. Необережні дії учасників системи е-торгівлі створюють загрози безпеці споживання і, отже, потребують першочергових заходів в їх подоланні, тому зупинимося на них детальніше.

У процесі дослідження безпеки споживання серед найчастіших порушень з боку Інтернет-магазинів як основних суб'єктів порушення прав споживачів (за результатами аналізу скарг споживачів до ВГО «Союз споживачів України» [457]) можна виокремити такі [427; 430; 446; 458; 459]:

– відсутність інформації про продавця та порядок подання претензій у разі їх виникнення, ігнорування відповідних вимог, що пов'язано із географічною віддаленістю між одержувачем і постачальником, а також із проблемами визначення місця знаходження останнього;

– надані товари та послуги не відповідають домовленості;

– невідповідність товару вимогам нормативних актів та повноті супровідних документів;

– відмови у відшкодуванні коштів за повернення товарів неналежної якості, забезпечити заміну або гарантійний ремонт;

– зміна ціни товару під час його доставки;

– труднощі і колізії із доведенням факту укладення договору на відстані, придбання чи замовлення товару через мережу Інтернет.

Проблема визнання документа в електронній формі доказом, а операцію, проведену за допомогою телекомунікаційних мереж, дійсною вважається головною у регулюванні електронної комерції в контексті її економічної безпеки [455]. Більшість нормативних актів з електронної торгівлі передбачає, що Інтернет-транзакції проводяться в межах юрисдикції країни-постачальника товарів [450]). Ситуація ускладнюється наявністю «сірого» ринку е-торгівлі (без оподаткування, обліку), на якому здійснюється значна частина актів купівлі– продажу,

зокрема на ринках B2C та C2C товарів, що ускладнює забезпечення безпеки їх споживання.

Таким чином, окреслимо загрози безпеці споживання товарів (послуг) і відповідні ризики для споживачів і продавців під час виконання операцій з е-торгівлі (табл. 4.9).

Таблиця 4.9

Ризики та загрози безпеці споживання в е-торгівлі в Україні

Загрози		Ризики для споживача	Ризики для продавця	
Безпеки продукції	Невідповідність товарів заявленим характеристикам	Невідповідність розміру, матеріалу, виробника (країни походження) тощо	Недовіра покупця через неможливість протестувати	
		Представленого виду на рисунку (фото, відео)		
		Неможливість попереднього ознайомлення		
Інформаційні	Недостатній захист інтелектуальної власності	Неусвідомлення наслідків споживання та користування товаром (послугою), невідповідних встановленим вимогам	Захист інтелектуальної власності	
	Наявність значної кількості неактуальної та недостовірної інформації	Невміння аналізувати інформацію, її актуальність та достовірність	Інформаційне забезпечення комерційної діяльності підприємства в ринкових умовах	
	Оманлива реклама	Неправдивість інформації про акції		
Освітні	Відсутність навичок діяльності у сфері е-торгівлі	Відсутність навичок пошуку, замовлення, оплати товарів або послуг в Інтернет	Відсутність чіткого розуміння ризиків, відповідних технологій безпеки та їх технічних стандартів керівництвом та ІТ-менеджерами	
		Незнання своїх прав та засобів захисту		
Фінансові	Інтернет-розрахунків	Фінансовий ризик	Захист матеріальних і фінансових цінностей	
		Шахрайські дії з боку продавця	Шахрайські дії з боку покупця	
Технологічні	Кібератаки, віруси	Покупці і продавці підпадають під вплив, тому що комп'ютерні віруси не розрізняють жертв		
	Незахищеність персональної інформації	Скептицизм клієнтів, побоювання, особливо щодо безпеки банківських реквізитів та інших особистих даних	Захист комерційної таємниці та персоналу	
Інституціональні	Інституціональна нерегульованість	Взаємодії «споживач-споживач» (C2C)	Наявність «сірого ринку е-торгівлі»	
		Недотримання, невстановлення, невідпрацьованість та неконтрольованість процедур повернення товару		

Складено автором з використанням [428; 450; 460–462].

Природно, що залишаються актуальними усталені проблеми захисту споживачів, які пов'язані з фізико-хімічними характеристиками, якістю, терміном дії, гарантією, сертифікацією тощо. Проте набувають пріоритетного значення проблеми, обумовлені особливостями кіберпростору як середовища електронного бізнесу [450]. Вплив загроз посилюється можливістю налагодження прямих контактів з іноземними покупцями, продавцями, посередниками, правила взаємодії між якими менше контрольовані та регульовані у сфері Інтернет-комерції.

Система електронного бізнесу відображає можливості та інтереси продавців товарів (послуг) і водночас узгоджується з потребами користувачів мережі Інтернет (потенційних покупців) відповідно до законів ринку. Сайт створює можливості зустрічі інтересів продавців з їх можливостями та покупців із їх потребами. Згідно з цим формується наповнення компонентів системи ведення бізнесу в мережі Інтернет [455]. Як зазначає Д. Гнана [428], «...ми знаходимося в куточку зовсім іншого світу, у якому різні ролі фірми та споживача сходяться, а джерела створення цінності суттєво змінюються».

На нашу думку, безпеку споживання в е-торгівлі потрібно розглядати як залежність від можливостей захисту інтересів і мінімізації загроз, які виникають у процесі споживання, з боку споживачів, виробників (зокрема посередників) та держави (рис. 4.8).

Захист інтересів споживачів у процесі забезпечення безпеки споживання передбачає насамперед захист їхніх прав через дотримання в е-торгівлі основних норм, властивих традиційній торгівлі: обов'язок продавця надати інформацію про товар до укладення угоди; можливість повернення товару; безпека товару; гарантійні зобов'язання та обмеження розірвання договору з боку споживача. Щодо останнього особливістю для е-торгівлі є умова: якщо надання послуги або поставка товару електронними засобами зв'язку за згодою споживача відбулися до закінчення строку розірвання договору, про що споживачеві було повідомлено у підтвердженій інформації [458].

Основними напрямками захисту споживачами своїх прав у мережі Інтернет О. Письменна, О. Баранова, О. Шкринла [427] вважають такі:

- уважне вивчення інформації про товар і послуги (пильність під час вибору товару або послуги), перевірка у разі потреби наявності сертифікатів та їх оригінальності;
- перевірка надійності продавця та виробника шляхом визначення їх місцезнаходження;



Рис. 4.8. Основні засоби усунення загроз безпеці споживання в е-торгівлі
Складено автором.

– вимагання та зберігання документів, що підтверджують купівлю (товарний (касовий) чек, квитанції, жетони, акти виконаних робіт); збереження свідоцтв суб'єктів підприємницької діяльності, фотографії, відеокадри, записи на диктофоні, що може підтвердити купівлю;

– перевірка наявності всіх реквізитів чеку – назва товару, сума, продавець, його адреса та ідентифікаційний код (більшість Інтернет-продавців зареєстровані як фізичні особи – підприємці);

– перевірка інформації на чеку та гарантійному талоні на відповідність печаток, перевірка правильності заповнення гарантійного талона;

– використання кредитних карток, які пропонують більш досконалий захист від несанкціонованих покупок (поширений метод захисту карткового рахунку – встановлення ліміту на розрахунки в Інтернет). У реальному секторі економіки існує більше загроз для безпеки споживання, ніж у фінансовій (банківській) сфері.

Отже, одним з найважливіших аспектів є формування у споживачів знань і навичок із користування Інтернет-ресурсами та захисту своїх прав в умовах онлайн-торгівлі, що зумовлено необхідністю вдоско-

налення методів і способів користування інформацією через швидкий розвиток інформаційних систем [448], тобто відповідне навчання повинно стати постійним процесом.

Необхідними є підвищення рівня обізнаності споживачів про їх права та обов'язки, пов'язані із здійсненням покупок в Інтернет-магазинах, а також про ризики, які з собою несе інтернет-торгівля. Тут важливою є роль установ та інформаційних джерел, покликаних до захисту прав споживачів та їх просвітництва, наприклад таких, як Європейський споживчий вісник, проект DOLCETA за фінансування Європейської комісії, Європейський споживчий центр [463–465], діяльність яких можна взяти за приклад для України. При цьому здійснення функцій безпеки потребує певних технічних навичок, а середній користувач нечасто намагається включити функції захисту. Це відкриває «шлюз» для нападників [428]. Отже, важливо вдосконалювати технічні навички споживання в інтернет-середовищі.

Для підвищення рівня освіти онлайн-покупців потрібно розробити тематичні освітні програми, поширювати та популяризувати їх, створювати умови для самоосвіти, вдосконалення відповідної освітньої інфраструктури на засадах інклюзивності.

Специфічні заходи із забезпечення безпеки продукції та захисту прав споживачів в е-торгівлі, необхідно доповнити тим, що інтернет-середовище також може сприяти послабленню інших загроз безпеці споживання. Позитивним може стати убезпечення споживання через Інтернет заходами популяризації екологічного, розумного, сталого, соціально-відповідального споживання. Так, розповсюдження через соціальні мережі соціальної реклами, особистого досвіду, прикладів для наслідування, викликів («challenge-projects») тощо сприяє подоланню негативних наслідків нав'язування, боротьбі із загрозами «суспільства споживання», поширенню позитивних паттернів поведінки («мода» на екологічність, здоровий спосіб життя).

Незважаючи на вагомі переваги е-торгівлі для підприємств (виробників та посередників), а саме: зменшення витрат у сферах розподілу та обміну, у процесі конкурентної боротьби, ринкових досліджень, розроблення комунікаційної політики, виникають загрози, обумовлені специфікою цього виду діяльності.

По-перше, це ризики, пов'язані з недовірою споживача до е-торгівлі. Для їх мінімізації продавець (виробник або посередник, зокрема Інтернет-магазин) повинен письмово або за допомогою елект-

ронного повідомлення надати споживачам у зрозумілій формі таку інформацію: точні дані, що ідентифікують підприємця та контактну інформацію; основні характеристики товару (послуги); ціну, включаючи плату за доставку та умови оплати, витрати на відстані; гарантійні зобов'язання та інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом товару; інші умови поставки або виконання договору, порядок прийняття претензії; мінімальну тривалість договору, якщо він передбачає періодичні поставки товару; період прийняття пропозицій; порядок розірвання договору [427; 466]. Використання вдосконалених процесів аутентифікації або таких змішаних моделей, як доставка в Інтернеті та офлайн, оплата через банки може допомогти компаніям здійснити заходи, щоб клієнт відчував себе в безпеці під час купівлі товарів (послуг) в Інтернеті. Д. Гнана вважає, що бізнес, здатний створити успішну модель для подолання цієї «сірої зони», матиме лише стійке зростання [428].

По-друге, підприємство як споживач матеріально-технічних, кадрових, фінансових, інформаційних, управлінських ресурсів також повинно захищати свої інтереси у взаємодії з постачальниками в мережі Інтернет.

По-третє, для суб'єктів господарювання загрози для їх оперативної та стратегічної діяльності більше поширені та різноманітні, ніж для крайніх споживачів.

Взагалі діяльність із забезпечення економічної безпеки підприємства включає такі основні напрями: інформаційне забезпечення комерційної діяльності підприємства в ринкових умовах; захист інтелектуальної власності, у тому числі комерційної таємниці; захист матеріальних і фінансових цінностей; захист персоналу. За оцінками експертів [448; 467; 468], витрати на створення системи безпеки підприємства і його оптимальне функціонування можуть досягати 25% витрат на весь процес виробництва.

Для захисту інтересів суб'єктів інформаційних відносин необхідно поєднувати заходи законодавчого (законодавчі та підзаконні акти, національні та міжнародні стандарти, системи сертифікації), адміністративного та процедурного (визначаються в самій організації, тобто адміністрацією підприємства шляхом створення спеціальних процедур для забезпечення захисту інформації та інтересів клієнтів) і програмно-технічного видів (забезпечується також всередині підприємства, проте з особливостями, пов'язаними, насамперед, з безпекою інформації в мережі Інтернет, безпекою електронних платежів, загрозою

несанкціонованого розголошення конфіденційної інформації або такої, що становить комерційну таємницю).

І. Цимбалюк та П. Будянський вважають, що для того щоб електронна торгівля давала переважно позитивний суспільний ефект, її потенційним учасникам потрібно гарантувати відповідну безпеку, у тому числі держави [431; 469]. За критерієм безпеки споживачів необхідно надавати точну інформацію, регламенти, процедури одержання та повернення у разі потреби товару (послуги).

Світовий досвід регулювання та адміністрування е-торгівлі показує принципово різні моделі: американську (абсолютне невтручання держави), китайську (інструмент для просування китайських товарів на зовнішні ринки) та європейську (тотальна регламентація та реєстрація суб'єктів е-торгівлі) [435].

Європейська модель, на наш погляд, з урахування організаційних і ментальних особливостей суб'єктів підприємницької діяльності та споживачів нашої країни є найбільш прийнятною для України. До того ж прийняті в межах Угоди про асоціацію між ЄС і Україною зобов'язання (глави 6 «Заснування підприємницької діяльності, торгівля послугами та електронна торгівля» та 7 «Поточні платежі та рух капіталу» розділу IV Угоди про асоціацію) щодо удосконалення інституціонального базису стосуються також сфери електронної торгівлі. Передбачається імплементація значної кількості європейських актів, зокрема Директиви 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради ЄС (Директива про електронну комерцію), яка охоплює певні види надання послуг («бізнес–бізнес», «бізнес–споживач» тощо), що здійснюються за винагороду електронним чином (рис. 4.9) [470].

Необхідно констатувати, що на цей час європейські норми регулювання е-торгівлі ще не імplementовані в українське законодавство, що пов'язано зі специфікою цього виду торгівлі (відсутністю паперової форми договору; специфічною процедурою підтвердження факту купівлі–продажу; нестачею інформації про постачальника товару чи надавача послуг; попередньою ідентифікацією обох сторін процесу купівлі тощо), зростанням обсягів транскордонних продажів та консолідацією ринку е-торгівлі у глобальному контексті, значною незахищеністю прав споживачів і виробників під час електронних операцій купівлі–продажу.

	Законодавство ЄС	Законодавство України	Інституції, які відповідають за окремі напрями в Україні
Система комунікацій та електронних комунікацій	Директиви 98/84/ЄС "Про юридичний захист послуг, заснованих на, або складаються з, умовного доступу", Директиви 2002/21/ЄС, 2002/20/ЄС, 2002/22/ЄС щодо електронних комунікаційних мереж та послуг	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> Проект закону України "Про електронні комунікації" Закони України "Про телекомунікації", "Про основні засади забезпечення кібербезпеки України" </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації </div>
Загальне регулювання е-торгівлі	Директива 2000/31/ЄС "Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку"	<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;"> Закони України "Про електронну комерцію" </div>	<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;"> Немає </div>
Легалізація електронних документів і підписів	Директива 1999/93/ЄС "Про електронні підписи, що застосовуються в межах Співтовариства"	<div style="border: 1px dotted black; padding: 2px;"> Закони України "Про електронний цифровий підпис" та "Про електронні документи та електронний документообіг" </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> Державне агентство з питань електронного урядування в Україні </div>
Захист прав споживачів в е-торгівлі	Директива 97/7/ЄС "Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах"	<div style="border: 1px dotted black; padding: 2px;"> Закон України "Про захист прав споживачів" </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> Держпродспоживслужба </div>
Захист персональних даних	Директива 2002/58/ЄС "Про обробку персональних даних та захист таємниці сектора електронних комунікацій"	<div style="border: 1px dotted black; padding: 2px;"> Закон України "Про захист персональних даних" </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> Уповноважений Верховної Ради України з прав людини </div>

– діючі документи чи установи
 – документи чи установи, що потребують удосконалення
 – документи чи установи, що потребують оновлення

Рис. 4.9. Структурно-функціональна побудова системи заходів з модернізації інституціонального базису е-торгівлі в Україні у процесі євроінтеграції

Прийнятий у 2015 р. Закон України «Про електронну комерцію» [471] вперше урегулював відносини в е-комерції (е-торгівлю та використання електронних грошей) та визнав електронні угоди нарівні з укладеними в письмовій формі. Проте електронна угода підписується електронним цифровим підписом (ЕЦП), а сама процедура підписання законодавчим актом не охоплена. Законом не охоплені всі моделі е-торгівлі (G2G, G2B, G2C, C2C, E2B тощо), базові види е-сервісів, принципи правового регулювання, особливо принцип свободи договору. Отже, цей Закон потребує удосконалення термінологічного апарату е-торгівлі, врегулювання механізму захисту персональних даних, врегулювання питань, пов'язаних з вирішенням спорів між покупцем і продавцем, захистом прав споживачів, врегулювання механізму надання електронних сервісів тощо [435; 472].

Незважаючи на майже п'ятирічний період дії Закону, значного прогресу в питаннях регулювання е-торгівлі не досягнуто, значна частина ринку е-комерції перебуває в тіні, а відсутність чітких механізмів ведення бухгалтерського обліку, системи оподаткування створює перешкоди його налагодження.

Закони України «Про електронний цифровий підпис», «Про електронні документи й електронний документообіг» потребують також оновлення відповідно до вимог ЄС (Директива № 1999/93/ЄС [473]) у частині переходу від ЕЦП та електронного документообігу до повноцінного регулювання довірчих е-послуг. Так, з 1 липня 2016 р. в ЄС вступив у дію акт «Електронна ідентифікація, аутентифікація та довірчі послуги», («Electronic Identification and Authentication and Trust Services», eIDAS Regulation), який запровадив нові стандарти для електронних транзакцій. За допомогою регламенту eIDAS розширені повноваження та сфера дії Директиви 1999/93/ЄС. До впровадження нового акта в більшості випадків споживачі окремих країн ЄС не могли використовувати електронну ідентифікацію в інших країнах ЄС. Завдяки eIDAS з'явилась можливість отримання кваліфікованого ЕЦП, який визнається в усіх країнах-членах ЄС. Регламент дає змогу країнам висувати власні вимоги в національному законодавстві стосовно того, який вид ЕЦП може бути використаний за конкретних обставин [473].

Потребує також оновлення законодавство України про захист прав споживачів у контексті споживчої політики ЄС, основний акцент якої сконцентрований на потребах споживачів, а не на інтересах виробників. Програмою дій у сфері споживчої політики ЄС визначені такі пріорите-

ти: безпека споживання; інформація та просвіта споживачів; розвиток споживчого права; належне відшкодування у випадку порушень; правозастосування. В Україні має імплементована Директива 97/7/ЄС Європейського парламенту та Ради ЄС «Про захист прав споживачів в дистанційних контрактах» від 20.05.1997 [474]. Удосконалення потребують: узгодження поняття укладення договору «поза торговельним чи офісними приміщеннями» та «на відстані»; поняття «дистанційний зв'язок»; розвиток, крім судового захисту справ споживачів для вирішення спорів на внутрішньому ринку е-торгівлі, ініціатив з просування позасудових механізмів, впровадження стандартизованих форм подання скарг [474].

Як зазначають В. Плескач, Н. Бородачова, Л. Олесюк, значної уваги потребує нормативне регулювання е-оподаткування, використання транскордонних е-сервісів, технічне регулювання комунікаційних мереж, діяльність провайдерів електронних послуг тощо, які в ЄС регламентуються окремими директивами (2002/21/ЄС «Про єдину нормативно-правову базу для електронних комунікаційних мереж та послуг», 2002/20/ЄС «Про авторизацію електронних комунікаційних мереж та послуг», 2002/22/ЄС «Про універсальні послуги та права користувачів стосовно електронних комунікаційних мереж та послуг», 2002/77/ЄС «Про конкуренцію на ринках електронних комунікаційних мереж та послуг», 98/84/ЄС «Про юридичний захист послуг, заснованих на, або складаються з умовного доступу») [435, с. 24].

Системною проблемою розвитку е-торгівлі в Україні є несформованість державного інституту, відповідального за формування і реалізацію державної політики, моніторинг та модернізацію нормативно-правового забезпечення, статистичний облік торговельних операцій.

Нині регулювання здійснюють Державне агентство з питань електронного урядування, підпорядковане Мінекономрозвитку, торгівлі та сільського господарства, яке відповідає за політику в сферах електронного урядування, інформатизації, розвитку інформаційного суспільства, формування і використання національних електронних інформаційних ресурсів, цифровізації органів державної влади [475] та Держпродспоживслужба (компетенція Мінекономрозвитку, торгівлі та сільського господарства) у захисті прав споживачів [476].

Саме Мінекономрозвитку, торгівлі та сільського господарства повинно забезпечувати формування та реалізацію: державної політики у

сфері розвитку підприємництва on-line, державної політики контролю за цінами та використанням електронних платіжних систем.

Крім діючих інституцій із регулювання е-торгівлі, потрібний окремий орган, до функцій якого увійдуть завдання моніторингу кількості е-покупок, скарг, розмірів компенсацій, відповідальності порушників законодавства та прав споживачів.

Аналізуючи перспективи розвитку інституціонального базису е-торгівлі в Україні, В. Плескач та ін. [435] зазначають, що її нормативно-правове та організаційне регулювання з урахуванням європейської моделі можна забезпечити таким чином: 1) залишити чинну політику без змін; 2) функцію реалізації державної політики надати Мінекономрозвитку; 3) створити окрему міжвідомчу робочу групу для розроблення концепції розвитку електронної торгівлі.

За першим напрямом в умовах саморегулювання у короткостроковій перспективі отримують вигоди представники бізнесу через відсутність належного контролю. Проте споживачі при цьому не зможуть убезпечити себе від ризиків і загроз. Третій сценарій на основі демократичного варіанта державної політики може, з одного боку, урахувати інтереси учасників ринку, а з іншого – буде нераціональним через низьку залученість у процес реформування великих компаній та вищого керівництва країни. Найбільш прийнятним, на нашу думку, є сценарій розширення функцій Мінекономрозвитку, що додасть централізованості, прозорості та прогнозованості розвитку е-торгівлі в Україні.

Таким чином, можна стверджувати, що розвиток е-торгівлі в Україні відбувається за принципом саморегулювання, значна частка ринку знаходиться «в тіні», спостерігається незахищеність прав споживачів. Інституціональний базис розвитку е-торгівлі потребує ґрунтовного та швидкого оновлення в частині імплементації вже існуючих директив ЄС, які стосуються розвитку електронної комерції, захисту прав споживачів і персональних даних в електронних операціях, удосконалення електронних договорів і ЕЦП. Значної уваги потребує модернізація технічної бази е-торгівлі – провайдерів, комунікаційних систем і мереж, технологій захисту даних.

4.5. Концептуалізація механізмів забезпечення безпеки споживання в Україні

Завершальним результатом забезпечення безпеки споживання має стати гармонізація інтересів зацікавлених сторін. Модернізація

економіки України в процесі євроінтеграції, необхідність підвищення якості життя громадян та її виховання на засадах розумного споживання, забезпечення конкурентоспроможності, інклюзивного розвитку обумовлюють виникнення суперечностей у взаємовідносинах суспільства, підприємництва і органів державної влади та місцевого самоврядування, унаслідок чого вони не здатні спільними зусиллями сформувати підґрунтя сталого споживання і виробництва у довгостроковій перспективі на засадах інноваційності, ресурсоефективності, екологічності та циркулярності.

Підприємства в умовах нестабільності глобального середовища, невизначеності та масштабності інформаційного базису (перевантаженості як ознаки інформаційного суспільства) під час прийняття рішень мотивовані на досягнення коротко- та середньострокових цілей, хоча саме в довгостроковому вимірі повинні розроблятися, виконуватися та коригуватися оперативні цілі і завдання розвитку. З іншого боку, мотивація забезпечення суспільного добробуту громадян і держави нівелюється впливом короткострокових кон'юнктурних чинників та соціально-економічних, політико-суспільних кризових явищ. Функція держави із стимулювання ділової активності ефективно не виконується і, отже, не забезпечується формування досконалих інститутів організаційного, економічного та екологічного середовища. На цей час ще не визначені чіткі суспільно визнані цільові орієнтири та обмеження підприємницької діяльності у відносинах із крайніми споживачами товарів (послуг). Унаслідок цього економічні агенти, суспільство й органи державного управління та місцевого самоврядування не спроможні до інтеграції зусиль і ресурсів для створення базису політики розумного споживання на основі гармонізації інтересів бізнесу та споживачів.

Також потрібно своєчасно провести імплементацію вимог Спільного доробку ЄС, що визначатиме перспективи подальшого розвитку країни. Отже, актуальним вбачаємо гармонізацію інтересів суспільства, підприємництва та держави як базису для забезпечення благополуччя і потужності країни.

Як зазначають О. Мартякова та Т. Василенко, основними економічними моделями взаємодії держави, бізнесу й суспільства є державно-приватне партнерство, корпоративна соціальна відповідальність і соціальне підприємництво [477, с. 98]. На їх думку, найважливішим є механізм державно-приватного партнерства у вирішенні проблем економічної та соціальної інфраструктури на підставі об'єднання зу-

силь і ресурсів держави та бізнесу. Проте недосконалість законодавчої бази обмежує практичне застосування цього механізму. Особливої уваги потребує введення інституту суспільного контролю партнерства, що дасть змогу, з одного боку, підсилити контроль, а з іншого – залучити до партнерства неприбуткові громадські організації, які ідентифікують ризики в соціальній сфері, відстежують реалізацію соціальних ініціатив, здійснюючи громадський контроль. Така ініціатива позитивно вплине на впровадження екологічного виробництва і гармонізацію інтересів бізнесу та споживачів.

Для розуміння інтересів суб'єктів «суспільство – підприємництво – держава», зазначимо, що поняття «інтерес» зазвичай ототожнюється з потребами, стимулами, мотивами та цілями, причому підміна цілей найчастіше відбувається тоді, коли йдеться про інтереси суб'єктів господарювання [69]. Генеза поняття «інтерес» полягає у свідомому відборі суб'єктом найважливіших для нього потреб, що підлягають задоволенню, та визначенні способів їх задоволення. Відповідно до теоретичних положень безпекознавства [75], носії інтересів – особа, група осіб, підприємство, інтегрована структура, громада, регіон, держава – є взаємозалежними та взаємозумовленими об'єктами безпеки.

Суперечність інтересів у загальному вигляді полягає в тому, що бізнес прагне до концентрації благ у найбільш успішних секторах економіки, суспільство потребує рівномірнішого розподілу, при цьому держава повинна забезпечувати гармонізацію їх поточних інтересів для довгострокового розвитку. В аспекті суперечності інтересів суб'єктів «виробництва – споживання» (рис. 4.10) суб'єкти підприємницької діяльності зацікавлені в підвищенні конкурентоспроможності продукції за ціною (мінімізація витрат на виготовлення продукції, використання шкідливих ресурсів, нехтування певними екологічними заходами тощо) або за якістю. Суспільство прагне до підвищення якості життя, перебування в екологічно сприятливому середовищі, споживання безпечних товарів, усвідомлення захищеності власних інтересів і поглядів. При цьому завданням держави залишається забезпечення гармонізації інтересів сторін на основі безпечного виробництва та споживання, створення інформаційного та інституціонального підґрунтя.

Суперечливий характер діалектичного поєднання виробництва і споживання визначається тим, що чим більше витрачається на виробництво, тим менше залишається для споживання, і навпаки. Отже, виробництво і споживання не лише опосередковують одне одного, а й кожне

з них є відображенням іншого. Зазначене визначає сутність загальноекономічних суперечностей між виробництвом і споживанням, які за сучасних умов перетворюються у суперечності між пропозицією та попитом, на що звертають увагу вчені [478–480].

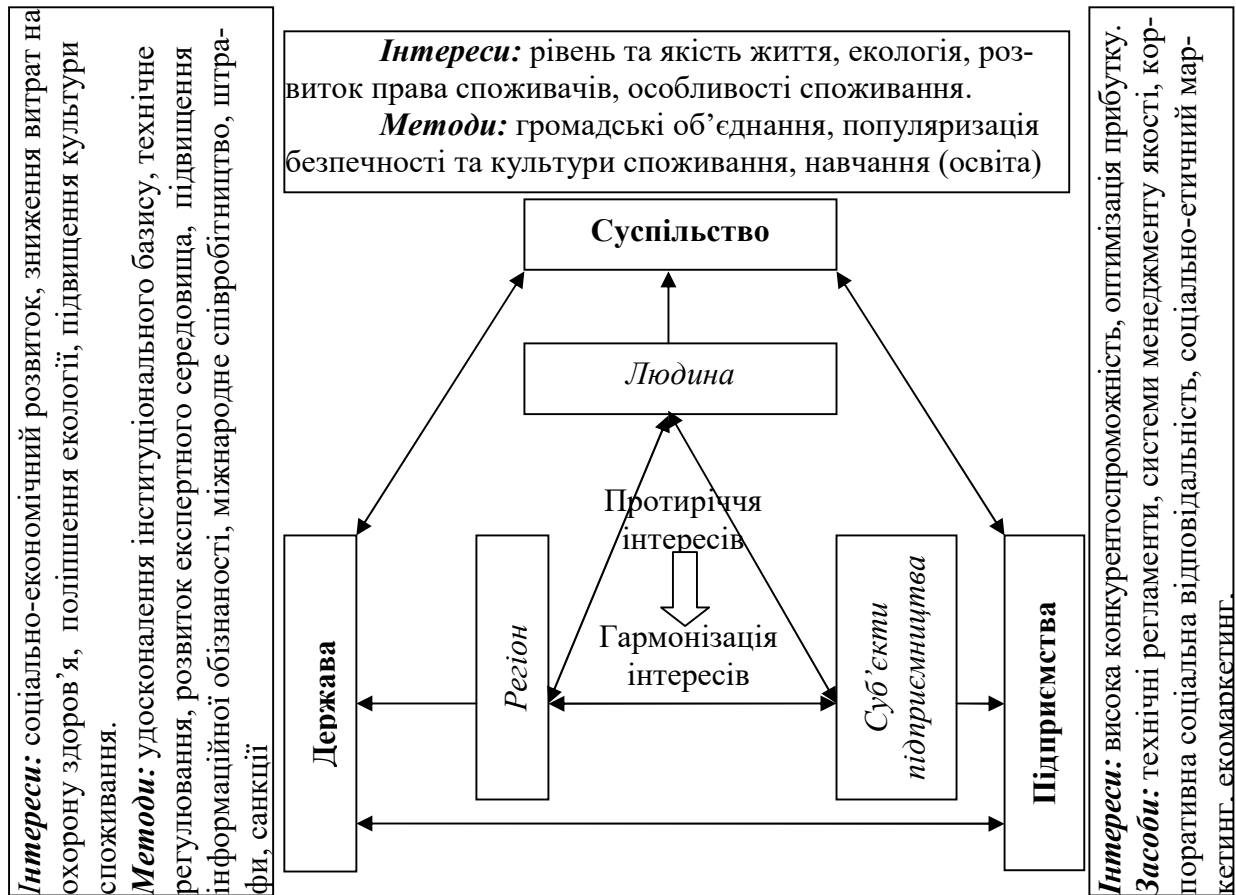


Рис. 4.10. Структурно-логічна схема взаємозв'язку інтересів суб'єктів триумваріату «суспільство – підприємництво – держава» в процесі забезпечення безпеки споживання

Розроблено автором.

Однією з найважливіших цілей суспільства є забезпечення індивідуальної безпеки, а з позиції екологічної безпеки як компоненти безпеки споживання Г. Пирогов та О. Величко виокремлюють такі інтереси людей як окремих особистостей і членів соціальних груп та об'єднань як цілісного елемента [480; 481]:

- загальнонаціональні екологічні інтереси, які полягають у прагненні суспільства мати такий стан природного середовища, який забезпечує нормальне відтворення та життєдіяльність;
- регіональні інтереси, які відображають більшу залежність життєдіяльності населення окремих регіонів від впливу навколишнього середовища, ніж у менше забруднених регіонах, тому інтереси населення

екологічно забруднених регіонів більше спрямовані на вирішення природоохоронних проблем, ніж у регіонах з меншим навантаженням на довкілля;

– локальні екологічні інтереси, які виникають у груп населення, які проживають у безпосередньому наближенні до джерел підвищеного антропогенного впливу (металургійних заводів, уранових шахт, АЕС, хімічних комплексів тощо);

– особисті екологічні інтереси, які проявляються у членів суспільства з активним реагуванням на стан природного середовища (наприклад, ставлення хворих на легеневі хвороби, хвороби серця до якості повітря у місцях їх проживання).

У цьому аспекті доцільне застосування методів стимулювання екологічно орієнтованого споживання для споживача, виробника та держави. Споживачі можуть стимулювати екоатрибутивне споживання шляхом створення позитивного і негативного ставлення до певних товарів. Підприємства-виробники можуть впливати на споживачів екологічної продукції за допомогою засобів стимулювання: реклами, збуту, пропаганди чи паблісіті, особистого продажу. Важливе значення при цьому має інформування про екологічні властивості товару. На державному рівні психологічне переконання споживачів у переході на споживання екологічних товарів має здійснюватися за допомогою екологічного виховання, екологічної освіти. Економічне стимулювання може бути забезпечене, наприклад, за допомогою цінового регулювання, субсидування цін екологічних товарів. На цьому рівні особливо дієвим є вплив на товаровиробників, унаслідок якого (екологічної експертизи, контролю, пільгового кредитування, держзамовлень тощо) розширюються можливості здійснення екоатрибутивного споживчого вибору.

Взаємозв'язок інтересів особи з підприємництвом простежується в сутності господарської діяльності, яка, на думку В. Євтушевського, визначається як «...така суспільно корисна діяльність членів суспільства та їх об'єднань щодо виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг з метою їх реалізації за плату (як товар), що ґрунтується на поєднанні приватних інтересів та здійснюється професійно» [482, с. 18]. Зауважимо, що виробництво якісної та безпечної для людей і навколишнього середовища продукції, особистісні та державні інтереси з позиції екологічності та безпечності споживання тут не враховані.

Важливу роль у захисті інтересів населення, впровадженні принципів сталого розвитку відіграє громадянське суспільство та громадсь-

кі об'єднання, здатні ефективно контролювати владу. Чинниками, що забезпечують їх формування, є наявність потужного середнього класу, незалежність судової влади та засобів масової інформації, а також високий рівень громадянської активності, яка проявляється у здатності громадян формувати самоврядні асоціації для реалізації концепції безпечного виробництва та споживання, у тому числі шляхом впливу на бізнес і владу, тим самим збільшуючи соціальний капітал, підвищуючи рівень взаємодовіри в суспільстві та довіри до влади. Сучасною світовою стратегічною тенденцією є становлення динамічної концепції освіти в інтересах сталого розвитку (ОСР) [246, с.19], яка повинна трансформувати культуру споживання населення для забезпечення демократичних свобод у конструюванні власного здорового способу життя та державної політики споживання [29, с. 165]. Сприяти цьому можуть програми міжнародної технічної допомоги, наприклад Об'єднана ініціатива «зеленої економіки» чи десятирічна програма сталого споживання та виробництва (Sustainable Consumption and Production, SCP) [33, с. 11].

З урахуванням викладеного, наголосимо на ролі освіти та сім'ї як базових передумов впровадження принципів сталого споживання та виробництва в Україні. На нашу думку, це сприятиме розробленню та імплементації положень концепції інклюзивності стосовно розвитку як окремих індивідів, соціальних груп, так і певних територій. Перспективою розвитку відповідального споживання в Україні повинно стати створення загальнодержавного руху за дотримання етичних принципів споживання. Можна погодитись із тезою, що поточна ситуація в країні, незважаючи на всю її трагічність і складність, дає надію на відкриття нових можливостей для нашого суспільства. За останній період значна частина українських покупців продемонструвала високу свідомість, патріотизм, прагнення захистити свою країну, згуртованість та творчість [316].

Основним завданням руху за етичне споживання повинна стати просвітницька діяльність. Надання споживачам інформації, яка стосується вмісту, екологічності, способів виробництва тієї чи іншої продукції, дуже важливо. На цей час такі просвітницькі проекти існують, але всі вони роблять акцент на шкоді певних речовин для здоров'я покупців, шкідливості деяких видів упаковок тощо, тобто, апелюють до сумнін або страху виробника. По-перше, відчувається катастрофічна нестача інформаційних програм, постановки конкретних вимог перед споживачем. У багатьох країнах до покупців ставляться з поблажливістю, проте спо-

живач несе таку ж моральну відповідальність за спожиту продукцію, як і виробник. Якщо особа свідомо обирає товари чи послуги, створені з порушенням етичних принципів, то вона не відрізняється від недобросовісного виробника. По-друге, лобювання створення інституціонального базису регулювання виробництва продукції, для створення якої недостатньо дотримуватися державних стандартів, необхідно заборонити аморальні та антисоціальні способи виготовлення товарів (послуг). Потретьє, це викриття несумлінних виробників, за наявності достовірної інформації про їх неетичну поведінку необхідно розпочинати широку кампанію бойкоту продукції. У західних країнах навіть найбільш потужні корпорації зазнавали тиску громадськості і змушені були відмовлятися від неприйнятних методів ведення бізнесу [316].

На сучасному етапі розвитку глобальної економіки виникає потреба у формуванні культури споживання. Становлення цінностей особистого споживання передбачає ідеологічне обґрунтування такої моделі споживання. Поширення засад раціональної культури споживання в родині здійснюється в таких формах: емуляція дітьми поведінки споживачів своєї сім'ї з подальшою їх асиміляцією; формування відповідального ставлення до споживаних благ у співвідношенні з реальними потребами; створення психологічного імунітету до реклами і стереотипів престижного споживання; залучення до творчої трудової діяльності, що сприяє людському розвитку [483].

Перспективною формою розвитку етичного споживання може стати викладання навчальної дисципліни «Етика споживання» у навчальних закладах. Студентів і учнів необхідно при звичаїти до думки, що споживання продукції повинно бути не лише безпечним, а й етичним. Психологічно найбільше пам'ятаються правила, які надаються в ранньому віці. Саме за свідомого ставлення молодого покоління до споживання виробникам складніше буде маніпулювати поведінкою покупців [482, с. 16–17].

Недостатня увага бізнесу до питань екологічності виробництва, випуску безпечної для споживачів продукції простежується у діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання, у той час як для іноземних підприємств дотримання наслідування принципів сталого виробництва є домінуючим вже багато років. Завдання забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств на таких засадах ускладнюється переходом від обов'язкових стандартів якості та інших вимог для всіх категорій продукції до технічного регулювання. Для забезпечення своєчасної та успішної адаптації вітчизняних виробників до вимог Спільно-

го доробку ЄС необхідно розробити «дорожню карту» одержання маркування ЄС. Як показано нами в праці [484], важливе значення для запровадження технологій ресурсоефективного та екологічно чистого виробництва мають системи менеджменту якості, які дають змогу описати бізнес-процеси, чітко регламентувати задіяні ресурси та оцінити ризики, у тому числі для навколишнього середовища та суспільства.

Однією з форм подолання суперечностей у тріумвіраті «суспільство-бізнес-держава» є соціальне партнерство як нова модель управління. Науковці розглядають соціальну відповідальність бізнесу переважно як відповідальність перед суспільством або владою, значно менше уваги приділяється саме споживачу у системі корпоративної соціальної відповідальності [485, с. 55]. Зрозуміло, що одним з проявів соціальної відповідальності бізнесу перед споживачем є випуск якісної продукції. Проте для сучасної ситуації в Україні недостатня якість вітчизняних товарів та їхня неконкурентоспроможність пов'язані з наявністю значної частки бідних споживачів [485, с. 59].

У розвинених країнах споживачі переважно надають перевагу компаніям та організаціям, які проявляють турботу про майбутній добробут суспільства, відмовляються від виробництва товарів, що суперечать суспільним інтересам, не завдають шкоди навколишньому середовищу, піклуються про збереження екологічної рівноваги у світі та використовують «зелені технології» у виробництві.

На цей час єдиною можливістю для вітчизняного споживача здійснити усвідомлений вибір продукції, урахувавши її вплив на здоров'я і довкілля, є ознайомлення з маркуванням етикеток й упаковки [486]. Причому все більшої уваги споживач надає екологічній сертифікації та маркуванню. Екомаркування здатне змінити поведінку споживачів, тому провідні виробники орієнтуються на екологічні вимоги до виробництва та поширюють інформацію про це. Екосертифікація сприяла розробленню екологічних стандартів для виробництва продукції, застосуванню системного підходу до управління виробництвом (оцінювання життєвого циклу продукту), підвищенню свідомості громадськості про екологічні продукти, що виходять за межі маркованої групи [487, с. 14].

Гармонізацію інтересів суспільства, бізнесу і держави О. Олефіренко та Ю. Олефіренко [37] розглядають також із позиції соціально-етичного маркетингу, активним прихильником якої є Ф. Котлер, який стверджує, що хоча концепція соціально-етичного маркетингу є найбільш перспек-

тивною для гармонійного розвитку суспільства й останнім часом отримала значне поширення, проте її час у країнах, що стали на шлях ринкових перетворень, ще не настав. Насамперед це пов'язано з недостатнім задоволенням потреб виробників, які не отримують прибутків у необхідних розмірах. Тому виробляти продукцію чи послуги, необхідні для всього суспільства, але які не завжди забезпечують очікуваний дохід, на думку С. Ілляшенка, вони не мають змоги [488].

С. Ілляшенко на основі графічної моделі «чаши» задоволення потреб (рис. 4.11) доводить, що після задоволення потреб споживачів і виробників до чаши потрапляють потреби всього суспільства, які теж треба задовольняти [489]. При цьому, якщо споживачі і виробники підтримуватимуть один одного, весь процес виробництва і споживання організується в єдину перетворюючу силу, яка приведе до соціальних змін на глобальному рівні. Тим самим бізнес і споживачі рівною мірою поділяють між собою тягар соціальних змін і кожен своїм внеском зробить ці зміни популярними [53].

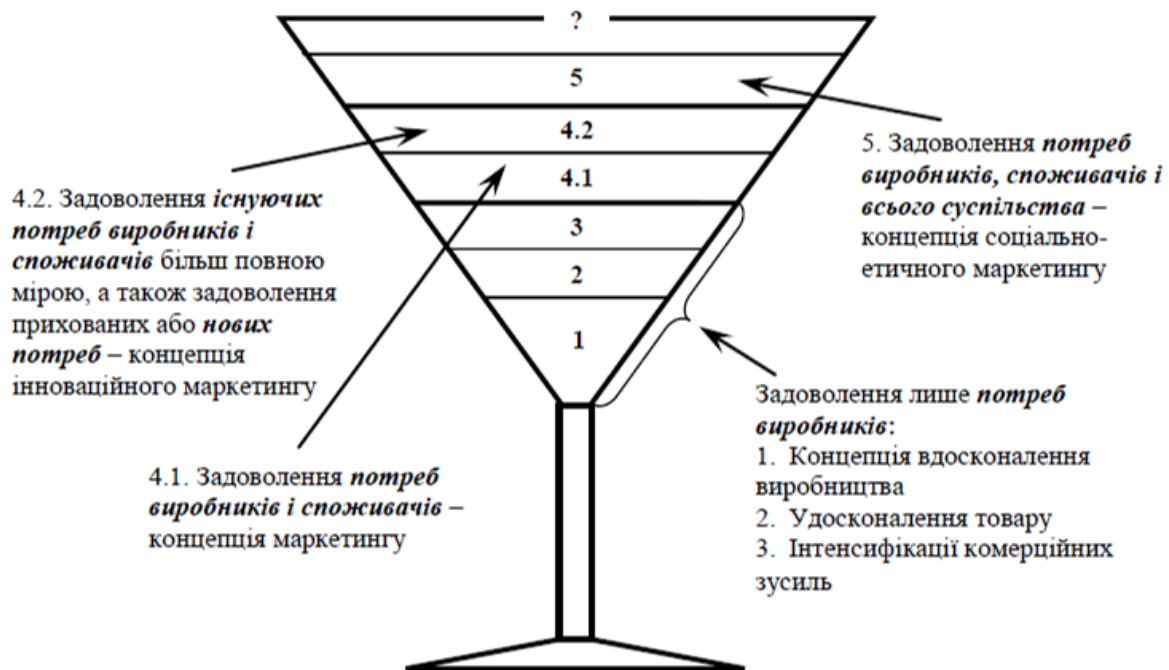


Рис. 4.11. Трапеція ієрархії потреб

Модифіковано за [490].

Потрібно визнати, що державний контроль за обігом продукції на українському ринку практично відсутній. З січня 2015 р. за результатами реформування системи технічного регулювання в Україні відмінена обов'язковість застосування міждержавних (ГОСТ), національних (ДСТУ) та інших стандартів щодо якості та інших вимог за усіма кате-

горіями продукції. Держава забезпечуватиме лише контроль за дотриманням норм безпеки, встановлених технічними регламентами та іншими нормативно-правовими актами [29, с. 165].

Саме роль держави і полягає у забезпеченні інформованості суспільства, розробленні правових норм, а головне – у запобіганні корупції, посиленні фінансування існуючих силових органів, наданні достатніх повноважень експертним інституціям, створенні додаткових інформаційних і контролюючих служб, що призведе до максимально можливого суспільного резонансу, сформує умови для альтернативного вибору й сприятиме запобіганню, або хоча б частковому уникненню окремим суб'єктом руйнівних наслідків інформаційно-технологічної революції. Звісно, реформа споживання у короткостроковому прояві породить економічну, а згодом й політичну нестабільність, але в довгостроковій перспективі зумовить позитивні зрушення у соціальних структурах у цілому [29, с. 165].

Попри вагомий науковий доробок вчених щодо підпорядкування бізнесових інтересів інтересам суспільства, очевидним є запит на міждисциплінарний синтез різних аспектів цієї проблеми. Це забезпечить, з одного боку, суспільний добробут, а з іншого – сприятиме підвищенню економічної безпеки суб'єктів підприємництва на внутрішньому та зовнішньому ринках. Йдеться про розроблення концептуальних засад стратегії модернізації економіки країни, заснованій на принципах безпеки розвитку та балансу інтересів кожного з учасників процесу: підвищенні якості життя населення через впровадження ідеології сталого споживання; трансформації діяльності підприємств на принципах сталого, ресурсоефективного та екологічно чистого виробництва; модернізації інституціонального базису безпеки розвитку країни та її регіонів.

В зв'язку з цим звернемо увагу на сучасні моделі розвитку країни в умовах глобальних трансформацій, обмежених ресурсів, нагромадження наслідків негативного екологічного і техногенного впливу, вичерпання природних факторних переваг національної конкурентоспроможності в динамічному вимірі та необхідності забезпечення безпеки споживання. Йдеться, зокрема, про реконструктивну стратегію соціально-економічного розвитку В. Гейця та ін. [491], стратегію обмеженого соціально-економічного зростання із збереженням ресурсів для майбутнього розвитку М. Флейчук [492], концепцію альтерглобального стратегічного розвитку України [493] та ін. Певною мірою такі підходи концептуально відповідають положенням Іншого канону Е. Райнерта

[494] та його критиці девелопменталізму щодо зростання добробуту завдяки активній державній політиці національного протекціонізму у певних видах економічної діяльності, галузях спеціалізації, які формують підґрунтя як для гармонійного розвитку, так і для безпеки споживання [495; 496].

Подальший розвиток економіки України повинен базуватися на синергетичному ефекті, тобто результаті інтегративної взаємодії суспільства, підприємництва та держави, який забезпечить якісно новий стан і стійкий розвиток. Ключовими проявами синергетичного ефекту модернізації економіки є:

- для суспільства – формування моделі сталого споживання;
- для підприємництва – створення умов для його модернізації в контексті забезпечення безпеки споживання товарів (послуг) та сталого виробництва;
- для держави – удосконалення інституціонального базису забезпечення цього процесу на регіональному, національному та мегарегіональному рівнях, зокрема в межах євроінтеграції.

Таким чином, на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки однією з головних цілей є забезпечення економічної безпеки, досягнення якої потребує детальнішого дослідження зовнішніх і внутрішніх загроз та виокремлення й гармонізації економічних інтересів за пріоритетністю, згідно з якими інтереси повинні узгоджуватися, а також діагностування стану економічної безпеки, розроблення та впровадження методів забезпечення економічної безпеки тощо [69]. Основою державної стратегії економічної безпеки має стати ідеологія розвитку (система наукових поглядів, що охоплює не лише економіку, а й філософію, соціологію, інформатику, право, політологію та геополітику тощо), яка враховує стратегічні пріоритети, національні інтереси, унаслідок чого загрози безпеки зводяться до мінімуму. Якщо ринкові сили ще не спроможні вивести країну на шлях розвитку, то необхідно на основі глибокого аналізу ринкової ситуації закласти базис зростання виробництва. Без ідеології розвитку, без культивування промислового та науково-технічного зростання неможливо вирішити такі завдання економічної безпеки, як збільшення доходів бюджету, забезпечення прийняттого рівня зайнятості населення, підвищення якості життя та соціальної захищеності населення. Державне регулювання економічних процесів повинно бути спрямоване на відтворення оптимальних пропорцій між виробництвом, обміном, розподілом і споживанням.

Таким чином, основними теоретико-методологічними результатами, одержаними в роботі, є:

- запропоновано поняття «безпека споживання», розкрито його сутнісні характеристики, етапи еволюції;
- встановлено взаємозв'язок безпеки споживання з іншими категоріями, які відповідають різним параметрам сталості, а також зв'язок безпеки споживання з цілями сталого розвитку;
- показано місце безпеки споживання в системі економічної безпеки держави та взаємозв'язок з її компонентами;
- розроблено методологічні основи дослідження безпеки споживання;
- запропонована методика вимірювання рівня безпеки споживання в країні;
- побудовано системно-динамічну модель прогнозування рівня безпеки споживання з урахуванням впливу екологічних, соціальних та економічних чинників.

Серед основних науково-практичних рекомендацій слід зазначити:

- *на державному рівні* –
 - а) рекомендації щодо удосконалення інституціонального базису в частині економічної, соціальної, екологічної політики та координації дій органів виконавчої влади, інститутів громадянського суспільства і підприємництва із забезпечення сталого розвитку та гармонізації довгострокових інтересів суспільства, підприємництва та держави на засадах безпеки споживання;
 - б) пропозиції щодо зменшення загроз безпеці споживання на основі аналізу і прогнозування ризиків за допомогою узгодження національної системи ідентифікації загроз та інформування про них населення (ресурс «Увага») із загальноєвропейським порталом RAREX;
- *на рівні суб'єктів господарювання* –
 - а) напрями модернізації модулів системи менеджменту якості підприємств у процесі забезпечення безпеки споживання;
 - б) організаційно-економічний механізм декларування відповідності продукції вимогам технічних регламентів в умовах впровадження в Україні європейської моделі технічного регулювання;
 - в) рекомендації щодо убезпечення споживання в умовах електронної торгівлі з урахуванням європейського інституціонального базису та практик;

г) рекомендацій щодо адаптації механізмів і форм інфраструктури підприємництва до умов сталого розвитку та безпечного споживання;

д) системно-динамічна модель прогнозування поведінки споживача та підприємства в процесі забезпечення безпеки споживання на рівні країни та регіону;

– на рівні споживачів –

а) пропозиції із забезпечення безпеки споживання шляхом поширення в суспільстві культури сталого споживання, підвищення рівня якості життя;

б) рекомендації щодо усунення загроз безпеці споживання в е-торгівлі;

в) напрями формування заходів із підвищення рівня обізнаності представників громадськості під час відстоювання інтересів суспільства, захисту прав споживачів у процесі взаємодії з державою і підприємництвом, тобто сприятимуть вихованню громадської свідомості.

Висновки до розділу 4

За результатами проведеного дослідження запропонуємо прикладні аспекти впровадження безпекових імперативів споживання в підприємницьку діяльність в Україні.

1. Забезпеченню безпеки споживання в підприємницькому середовищі сприяє запровадження корпоративної соціальної відповідальності, для якої уточнено сутність, перешкоди розвитку в Україні та запропоновано зовнішню складову у вигляді спрямованості на збалансування інтересів усіх зацікавлених сторін (суспільства, підприємства, споживача, держави, партнерів тощо) та внутрішню – як створення умови для підвищення обізнаності та вмотивованості персоналу до забезпечення безпечних умов споживання у коротко- і довгостроковій перспективі. Впровадження принципів безпеки споживання доцільно здійснювати в межах існуючих на підприємствах систем управління якістю, функціонування яких пов'язано з низкою проблем: надмірною формалізацією процесу, сконцентрованістю виконавців більшою мірою на тактичних, а не на стратегічних аспектах діяльності; недостатнім рівнем знань і навичок у керівників, експертів, виконавців; неналежним врахуванням умов зовнішнього середовища діяльності організацій через недостатню обізнаність щодо теорії та практики маркетингу. Належне місце маркетингового забезпечення СУЯ сприятиме як поліпшенню показників без-

посередньо реалізації останньої, так і вдосконаленню ринкових позицій підприємства на засадах КСВ.

2. Налагодження зв'язків із зовнішнім та внутрішнім середовищем повинно відбуватися через використання маркетингового інструментарію та його окремих підвидів: соціально-етичного, екологічного, партнерського та внутрішнього. Внутрішній маркетинг, охоплюючи різні сфери діяльності підприємств та організацій, має реалізовувати можливості поширення серед персоналу принципів і завдань забезпечення безпеки споживання. Щодо екологічного напрямку забезпечення безпеки споживання на підприємстві необхідне і доцільне запровадження принципів РЕЧВ. Незважаючи на поліпшення основних показників довкілля, актуальними залишаються завдання відповідності екологічним стандартам розвинених країн та псевдоекологічної поведінки підприємств. Окреслено основні риси екологічного менеджменту та маркетингу, впровадження яких має сприяти забезпеченню безпеки споживання на принципах сталого розвитку.

3. Вагомою передумовою зміцнення безпеки споживання в Україні є впровадження системи технічного регулювання, гармонізованої до вимог ЄС, що дасть змогу підвищити якість та безпечність товарів, розширити доступ бізнесу до ринку ЄС, стимулювати впровадження інновацій та модернізації виробництва. Незважаючи на переваги самостійного декларування відповідності технічним регламентам, для вітчизняних підприємств існують загрози, пов'язані з недосконалістю інституціонального базису, соціально-ментальними особливостями українського споживача та виробника, функціонуванням на внутрішньому ринку обізнаних та досвідчених у питаннях технічного регулювання іноземних підприємств. Недостатня інституціональна, інформаційна, організаційна, управлінська, кадрова підготовленість підприємства обумовлює нагальну потребу проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи, надання консалтингових послуг, розширення мережі органів із сертифікації та лабораторій для підтвердження відповідності продукції. Вирішенню зазначених завдань систематизації методологічних основ дослідження безпеки споживання сприятиме розроблена «Дорожня карта» отримання маркування СЕ вітчизняними виробниками.

4. Дослідження показало, що для забезпечення безпеки споживання як на нижньому рівні ієрархії потреб, так і в межах концепції сталого розвитку важливе місце займають маркетинг, логістика та тор-

гівля. Щодо маркетингової діяльності, з погляду забезпечення споживання, загрозливими вважатимемо комунікаційні заходи (відкриті – реклама, ПР, стимулювання збуту, особистий продаж або директ-маркетинг; приховані – брендинг, спонсоринг, продукт-плейсмент). Загрози полягають у тому, що комунікації охоплюють не лише інформування та стимулювання, а й навіть керування поведінкою споживачів (формування потреби) з урахуванням психологічних особливостей споживачів, сприйняття, ставлення тощо. Безпека логістики та логістичне забезпечення споживання повинні розглядатися в контексті сталого розвитку. Обґрунтовано їх роль у захисті короткострокових та довгострокових інтересів держави, зокрема, на засадах «холодної», «зеленої» (екологічної) логістики, а також практик менеджменту ланцюгів поставчань. Визначено ризики логістичного забезпечення споживання залежно від рівня системної ієрархії, функціональних сфер, виду економічної діяльності, категорії товарів, етапів логістичного процесу. Доведена необхідність урахування тенденцій розвитку безпеки логістики та запропоновані шляхи подолання загроз у сфері логістичного забезпечення споживання.

5. У межах дослідження особливостей забезпечення безпеки споживання в електронній торгівлі як однієї із сфер, які найбільше розвиваються, систематизовано відповідні переваги, проаналізовано загрози та ризики, запропоновано засоби протидії для різних суб'єктів (споживачів, підприємств, держави). Для споживачів визначено основні заходи підвищення рівня освіти як у плані технічних навичок користування інтернет-середовищем та захисту від шахрайств і злочинів, так і щодо своїх прав та заходів їх відстоювання. Важливим також є удосконалення інформаційного забезпечення та освітньої інфраструктури. Для продавців важливими є: подолання ризиків, пов'язаних із недовірою споживача до е-торгівлі, захистом власних споживчих інтересів в процесі взаємодії з постачальниками в мережі Інтернет; значна кількість загроз для підприємницької онлайн-діяльності. З боку держави необхідне ґрунтовне та швидке оновлення інституціонального базису, насамперед імплементації директив ЄС та модернізація технічної бази е-торгівлі.

6. Забезпечення безпеки споживання товарів (послуг) в Україні необхідно покласти в основу стратегії модернізації національної економіки, заснованої на зміні принципів розвитку та балансі інтересів кожного з учасників цього процесу: підвищенні якості життя населення

і впровадження ідеології сталого споживання; трансформації діяльності підприємств на принципах сталого, ресурсоефективного та екологічно чистого виробництва; модернізації інституціонального базису на рівні країни та регіону. У сукупності вирішення цих завдань забезпечить зростання добробуту населення і сприятиме підвищенню економічної безпеки суб'єктів підприємництва на внутрішньому та зовнішньому ринках.

ВИСНОВКИ

На сучасному етапі трансформації України під впливом процесу євроінтеграції, в умовах поглиблення відкритості суспільства й економіки, істотного значення набуває безпека споживання товарів (послуг) як одна з домінантних передумов національної безпеки та економічної безпеки держави. Це пов'язано з посиленням внутрішньо-системних загроз соціально-економічного і політико-суспільного характеру, низькою купівельною спроможністю населення, насиченістю ринку небезпечною для споживання продукцією та негативним впливом товарів, матеріалів, виробів, приладів на довкілля. Проблема зменшення реальних доходів населення внаслідок несприятливих або форс мажорних умов, а отже, економічної доступності товарів (послуг) загострюється через виникнення природних та техногенних надзвичайних ситуацій і набирає катастрофічних масштабів під впливом глобальних викликів, подібних COVID-19 пандемії, а також епізоотій. Завдяки дослідженню теоретико-методологічних і прикладних засад забезпечення безпеки споживання в Україні в процесі євроінтеграції зроблено такі висновки.

1. Сутнісний зміст категорії «безпека споживання» визначається в контексті понятійного апарату різних наук: економіки – структурою, потребами, характером їх задоволення та інтересами, раціональністю та ціннісною орієнтацією, зв'язком із виробництвом та його метою; соціології – мотиваційними чинниками, поведінковими патернами, соціальними умовами, масовою культурою та культурою споживання; психології – особливостями поведінки споживачів, їх індивідуальними критеріями вибору, формою та моделями споживання, методами оцінювання товарів; екології – «екологізацію споживання», «балансом між людиною і природою», «виживанням людини як виду»; філософії – «філософією безпеки споживання», суспільством споживання та споживачтвом у протиставленні з суспільством розвитку; політології та правознавства – необхідністю удосконалення інституціонального базису.

2. Зміна технологічних укладів і розвиток глобалізації обумовлюють зміну ринкової кон'юнктури, а саме: попиту (через зміну моделей та підходів до споживання) та пропозиції (шляхом еволюції концепцій маркетингу як інструменту задоволення потреб споживачів), що істотно відображається на сутнісних аспектах еволюції безпеки споживання. Щільний діалектичний зв'язок з безпекою споживання

понять, які відповідають різним параметрам сталості («стале», «розумне», «раціональне», «зелене», «відповідальне», «етичне» споживання), дає змогу запропонувати пірамідальну модель структури категоріального апарату споживання в межах концепції сталого розвитку та обґрунтувати місце кожного складника. Так, безпечне споживання формує базис для сталого споживання та усіх його складників: до екологічного входять зелене та (або) органічне споживання; економічного – раціональне та обмежене; соціального – відповідальне або соціально-відповідальне споживання.

3. Сукупність базових складників функціональної структури економічної безпеки (економічного, продовольчого, екологічного, інформаційного, соціального, геополітичного, військового) доцільно доповнити безпекою споживання, яку раціонально розглядати в контексті економічної (споживання як етап суспільного виробництва), соціальної (споживання як задоволення потреб), екологічної (вплив на екологію у процесі виробництва та споживання), продовольчої, інформаційної та інших компонент економічної безпеки держави. Безпека споживання є складною багатооб'єктною та суб'єктною системою, забезпечення якої ускладнюється впливом різного роду загроз, а також динамічністю як самого процесу, так і його складових, і визначається як здатність держави, підприємництва, суспільства формувати передумови усвідомленого задоволення індивідуумом (людиною) потреб самовідтворення із забезпеченням здоров'я, збереженням довкілля та розвитком суспільства нині та в майбутньому.

4. Динамічність процесу споживання, його складників, постійна зміна щільності, якості та характеру зв'язків між суб'єктами та об'єктами споживання, наявність значної кількості загроз безпеці споживання обумовлюють вибір методології її дослідження, заснованій на принципах системного підходу до встановлення її структури, ієрархії, взаємодії із зовнішнім середовищем з урахуванням основних положень теорій безпекознавства, інституціоналізму, глобалістики, міжнародних економічних відносин, споживання та системно-динамічного моделювання причинно-наслідкових зв'язків у системі забезпечення безпеки споживання.

5. Щільний зв'язок безпеки споживання з глобальними цілями сталого розвитку на різних рівнях ієрархії управління, зокрема – найщільніший – з метою забезпечення стійкого споживання та виробництва (12 ЦСР), дає змогу зіставити завдання й індикатори для ЄС та

України, встановити різницю та суперечливість за їх сутністю й економічним змістом: спостерігається їх стратегічний характер в ЄС на протиположному тактичному рівню планування та прив'язуванню до спеціалізації в Україні. Якщо для країн ЄС мета полягає у прагненні до відриву економічного зростання та поліпшення рівня життя від використання ресурсів, то в Україні акцент робиться на скороченні післязбиральних втрат у виробництві сільськогосподарської продукції та ефективному поводженні з відходами. Отже, у нашій країні розуміння значущості впровадження відповідального споживання та виробництва є, але збалансоване врегулювання цих питань потребує певних зусиль, сфокусованих як на виробництві, так і на споживанні.

6. Інституціональний базис безпеки споживання охоплює сукупність інститутів сфер захисту довкілля, прав споживачів, технічного регулювання харчових і нехарчових товарів, які модернізуються в процесі євроінтеграції. Позитивні законодавчі зміни в них обмежені відсутністю взаємозв'язку між окремими складниками безпеки споживання в єдиній комплексній системі, неузгодженістю інституцій і нормативно-правових актів у цих сферах, що потребує подальшої модернізації інституціонального підґрунтя на основі гармонізації із Спільним доробком ЄС у процесі євроінтеграції з урахуванням ментальних, організаційних і ресурсних особливостей України.

7. Структурно-компонентний аналіз споживання в Україні демонструє: ірраціональність структури споживання в Україні, обумовлену обмеженістю ресурсів та недосконалістю споживчого кошика; домінування споживчих витрат, зокрема витрат на товари першої необхідності, у загальній їх структурі; дуалістичність ефекту збільшення витрат населення на охорону здоров'я, освіту та культуру, що забезпечує зменшення загроз безпеці споживання, проте розширює можливості маніпулювання свідомістю споживачів; чітку кореляцію між темпами зміни обсягів споживання та ВВП, показниками споживання та продовольчої безпеки, фінансовою спроможністю та рівнем добробуту населення, обсягами утворених відходів у домогосподарствах та безпекою споживання. Аналіз чинників впливу на безпеку споживання в коротко- і довгостроковій перспективі в країнах ЄС і Україні дав змогу ідентифікувати найактивніші країни, товари, типи ризиків, причини, об'єкти та суб'єкти системи безпеки споживання. При цьому встановлена недосконалість системи державного ринкового нагляду в Україні, що створює загрози безпеці споживання в довгостроковій перспективі.

Мова йде про неефективність оцінювання роботи за кількістю перевірок, чим обумовлена необхідність переходу до забезпечення споживання на основі аналізу та прогнозування потенційних ризиків і небезпек, а також обміну цією інформацією з іншими країнами на основі взаємоузгодження розробленого в Україні ресурсу «Увага» з загальноєвропейською системою RAPEX.

8. Для ідентифікації загроз і ризиків, визначення показників стану безпеки споживання в Україні обґрунтована сукупність критеріїв та індикаторів, обраних з аналізу загальноприйнятих методик оцінювання якості життя, згрупованих за функціональними складовими: соціальні, економічні, охорони довкілля, продовольчі, зовнішньоекономічні та науково-технологічні. Структурно-функціональний аналіз показав низький рівень розвитку безпеки споживання в Україні, який, починаючи з 2016 р., за багатьма показниками дещо поліпшується, проте залишається досить низьким за напрямками, які формують соціальні основи існування людини (умови життя, праці, здоров'я, життєдіяльності). Рівень безпеки споживання в Україні за узагальненим таксономічним показником знаходиться на низькому рівні, найменше значення якого спостерігалось у 2013 р. (0,225), з поступовим зростанням за поліноміальною залежністю до значення 0,434 у 2018 р. Незважаючи на негативні тенденції зміни показника, важливим є встановлений взаємозв'язок між окремими функціональними складовими безпеки споживання, а також їх вплив на розвиток системи взагалі.

9. Причинно-наслідкові зв'язки безпеки споживання розглядаються з позиції системної динаміки у вигляді балансуєчих і посилюєчих контурів для дійсного та бажаного рівнів споживання (бажаний рівень споживання пов'язаний зі станом здоров'я людини та впливом на довкілля), виробництва та впливу на довкілля (негативний вплив виробництва на довкілля та здоров'я споживачів). Системно-динамічна модель складається з блоків, які відповідають контурам (споживання на основі доступності грошових ресурсів, споживання з урахуванням поведінкових аспектів, виробництва та охорони довкілля), дає змогу встановлювати зміни потреби в споживанні залежно від сукупності дохідних і поведінкових параметрів споживання, виробництва та розподілу, охорони довкілля, порівнюючи з безпечним рівнем споживання. Оптимізаційним показником забезпечення безпеки споживання визначено зміну потреби в споживанні як різницю потреби в споживанні та безпечного рівня споживання.

10. Важливу роль у процесі забезпечення безпеки споживання з позиції споживачів відіграють чинники зовнішнього (суспільство – родина, референтні групи, держава, виробники), внутрішнього (рівень культури, освіти, звички), ситуаційного впливу. Інтегрована модель поведінки споживачів у контексті убезпечення споживання заснована на аналізі сукупності чинників, які характеризують рівень культури споживання, споживчі звички, вплив маркетингу та інституціональний базис, комбінація яких визначає загальний рівень безпеки споживання. Досягти високого рівня безпеки споживання можливо забезпеченням визначених на основі методу нечіткої логіки рівнів показників внутрішнього та зовнішнього впливу, а в довгостроковій перспективі – посиленням показника внутрішнього впливу, який включає цінності людини. Таке завдання може бути вирішено за рахунок підвищення освітнього та культурного рівня населення, що, безперечно, пов'язано з рівнем доходів.

11. Забезпеченню безпеки споживання в підприємницькому середовищі сприяє запровадження КСВ для збалансування інтересів усіх зацікавлених сторін (суспільства, підприємства, споживача, держави, партнерів тощо) та створення передумов для підвищення обізнаності та вмотивованості персоналу до забезпечення безпечних умов споживання у коротко- і довгостроковій перспективі. Впровадження принципів безпеки споживання доцільно здійснювати в межах існуючих на підприємствах СУЯ, причому їх належне маркетингове забезпечення сприятиме як поліпшенню показників безпосередньо їх реалізації, так і вдосконаленню ринкових позицій підприємства в цілому, зокрема на засадах КСВ. Налагодження зв'язків із зовнішнім і внутрішнім середовищем має відбуватися шляхом використання маркетингового інструментарію та його окремих підвидів: соціально-етичного, екологічного, партнерського та внутрішнього. Зокрема в межах екологічного напрямку забезпечення безпеки споживання на підприємстві доцільним є впровадження принципів РЕЧВ. Незважаючи на поліпшення основних показників стану довкілля, актуальними залишаються питання відповідності результатів діяльності екологічним стандартам розвинених країн та випадки псевдоекологічної поведінки підприємств.

12. Однією з ключових передумов зміцнення безпеки споживання в Україні є впровадження системи технічного регулювання, гармонізованої до вимог ЄС, що дає змогу підвищити якість та безпечність продукції, розширити доступ бізнесу до ринку ЄС, стимулювати впрова-

дження інновацій і модернізації виробництв. Незважаючи на переваги самостійного декларування відповідності технічним регламентам, для вітчизняних підприємств існують загрози, пов'язані з недосконалістю інституціонального базису, соціально-ментальними особливостями українського споживача та виробника, функціонуванням на внутрішньому ринку більш обізнаних та досвідчених у питаннях технічного регулювання іноземних підприємств. До того ж низька інституціональна, інформаційна, організаційна, управлінська, кадрова підготовленість підприємства обумовлює необхідність проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи, надання консалтингових послуг, розширення мережі органів із сертифікації та лабораторій для підтвердження відповідності продукції. Вирішенню зазначених проблем, систематизації погляду на досліджуваний процес має сприяти розроблена «Дорожня карта» одержання маркування СЕ вітчизняними виробниками.

13. На забезпечення безпеки споживання істотно впливають такі ринкові інструменти, як маркетинг, логістика та торгівля. У межах маркетингової діяльності загрозливими є відкриті та приховані комунікаційні заходи, які не лише виконують функції інформування та стимулювання, а й можуть впливати на формування потреб споживачів, керувати їх поведінкою з урахуванням психологічних особливостей. Щодо логістики в контексті сталого розвитку важливим є як логістичне забезпечення споживання, так і безпосередньо безпека логістики в процесі захисту коротко- та довгострокових інтересів держави, зокрема на засадах «холодної», «зеленої» (екологічної) логістики, у межах різних практик менеджменту ланцюгів постачань. Електронна торгівля як одна з галузей з найбільш високими темпами розвитку на додачу до традиційних характеризується специфічними загрозами та ризиками, серед засобів послаблення впливу яких основними для споживачів визначено підвищення рівня освіти в напрямі вдосконалення як технічних навичок, так і знань власних прав та заходів їх відстоювання, вдосконалення інформаційного забезпечення та освітньої інфраструктури. Для продавців важливим є подолання ризиків, пов'язаних з недовірою споживача до е-торгівлі, захистом власних споживчих інтересів у процесі взаємодії з постачальниками, наявністю значної кількості та різноманітності загроз для підприємницької онлайн-діяльності. Держава має ґрунтовно та швидко оновити інституціональний базис у частині імплементації вже існуючих директив ЄС та модернізувати технічну базу е-торгівлі.

14. Забезпечення безпеки споживання товарів і послуг в Україні має бути покладено в основу формування стратегії модернізації економіки країни, заснованій на зміні принципів розвитку та балансі інтересів кожного з учасників цього процесу: підвищенні якості життя населення через впровадження ідеології сталого споживання; трансформації діяльності підприємств на принципах сталого, ресурсоефективного та екологічно чистого виробництва; модернізації інституціонального базису на рівні країни та регіону. Це забезпечить благополуччя суспільства та сприятиме підвищенню економічної безпеки суб'єктів підприємництва на внутрішньому та зовнішньому ринках.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Global Environment Outlook-5. UNEP. URL: <http://web.unep.org/geo/resources/publications> (дата звернення: 22.08.2019).
2. Хартія “Чесна торгівля та конкуренція”. URL: <http://www.zhiva- planeta.org.ua/hartiya.html> (дата звернення: 08.09.2019).
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Статистична інформація. Доходи та умови життя. Київ, 2017. URL: www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 22.08.2019).
4. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергетики, і їхніми державами-членами, з іншої сторони. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/984_011/page (дата звернення: 19.03.2020).
5. Бородачова Н. І. Європейський контекст розвитку системи захисту прав споживачів. *Маркетинг в Україні*, 2012. № 1. С. 56–60.
6. Weizsaecker Von E., Wijkman A. *Come On! Capitalism, Short-termism, Population and the Destruction of the Planet*. Springer, 2018. 220 p.
7. Перспективы развития китайской экономики в 2016 году. URL: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/07/ru-ru-china-outlook-016.pdf> (дата звернення: 19.03.2020).
8. Цілі сталого розвитку людства 2016–2030 рр. ООН. URL: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku> (дата звернення: 19.03.2020).
9. Салтевська Т. Г. Особисте споживання в умовах формування соціального ринкового господарства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.01 “Економічна теорія та історія економічної думки”. Харків, 2009. 21 с.
10. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підручник. URL: https://pidruchniki.com/12980108/ekonomika/pozhivannya_kupivelnna_spro_mozhnist_naselennya (дата звернення: 21.09.2019).
11. Економічний словник-довідник. URL: <https://subject.com.ua/economic/dict/726.html> (дата звернення: 21.09.2019).
12. Business Dictionary – Consumption. URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/consumption.html> (дата звернення: 21.09.2019).

13. My Accounting Course – What is Consumption. URL: <https://www.myaccountingcourse.com/accounting-dictionary/consumption> (дата звернення: 21.09.2019).

14. Деягин М. Г. Мировой кризис: общая теория глобализации. М. : ИНФРА-М, 2003. 768 с.

15. Васильчук Ю. А. Социальное развитие человека в XX веке. *Общественные науки и современность*, 2001. № 1. С. 5–26.

16. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. М. : Логос, 2000. 304 с.

17. Тютюннікова С. В., Салтевська Т. Г. Нова соціально-економічна сутність особистого споживання в сучасному світі. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*, 2009. № 1(4). С. 24–27.

18. Салтевська Т. Г. Особисте споживання в умовах формування соціального ринкового господарства : дис. ... канд. екон. наук : спеціальність 08.00.01 “Економічна теорія та історія економічної думки”. Харків, 2008. 227 с.

19. Бутко М. П., Неживенко А. П., Пепа Т. В. Економічна психологія. URL: https://pidruchniki.com/87793/psihologiya/psihologiya_spozhivacha (дата звернення: 19.03.2020).

20. Чернозюмська В. А. Актуалізація поняття “споживання” в межах сучасної соціології. URL: <http://intkonf.org/chornozyumska-v-aktualizatsiya-ponyattya-spozhivannya-v-mezhah-suchasnoyi-sotsiologiyi/> (дата звернення: 19.03.2020).

21. Шконда І. Теоретичні підходи до соціологічних досліджень практик споживання. *Соціологічні студії*, 2015. № 1. С. 34–39.

22. Матвеев С. О., Лясота Л. І. Економічна соціологія. Суми : Університетська книга, 2006. 184 с.

23. Коваліско Н. В., Домбровська Н. В. Методологічне обґрунтування та виділення моделей споживання на емпіричному рівні. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*, 2012. № 8. С. 32–43.

24. Вансинк Б. Психология потребления. Маркетолог. URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-around/socio/consuming_psychology.htm (дата звернення: 19.03.2020).

25. Мельник Л. Г. Екологічна економіка : підручник. Суми : Університетська книга, 2006. 367 с.

26. Сальтевская Т. Г. Противоречивое влияние глобализации на социально-экономическое содержание и структуру личного потребле-

ния. *Економіка: проблеми теорії та практики* : зб. наук. праць. Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. № 243 : Т. 3. С. 733–737.

27. Моисеев Н. Н. Нравственность и феномен эволюции. Экологический императив и этика XXI века. ОНС, 1994. № 6. С.131–139.

28. Ефимчук И. Е. Социальная организация – прошлое без будущего (Наивные вопросы дилетанта). *Общественные науки и современность*, 2005. № 3. С. 144–153.

29. Добридень О. В. Споживацькі тенденції в контексті новітніх технологій: прогрес або заперечення прогресу? *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 2011. Вип. 46. С. 158–167.

30. Бодрияр Ж. Симулятори і симуляція; пер. з фр. В. Ховхун. К. : Вид-во Соломії Павличко “Основи”, 2004. 230 с.

31. Добридень О. В. Сутнісні аспекти формування споживацької ідентичності в умовах інформаційного суспільства. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*, 2012. № 15. С. 82–86.

32. Thomas M. J. Consumer market research: does it have validity? Some postmodern thoughts. *Marketing Intelligence & Planning*, 1997. Vol. 15. № 2. P. 54–59.

33. Fedrigo D., Hontelez J. Sustainable consumption and production: An agenda beyond sustainable consumer procurement. *Journal of Industrial Ecology*, 2010. № 14(1). P. 10–12.

34. Tukker A., Cohen M. J., Hubacek K., Mont O. Sustainable Consumption and Production. *Journal of Industrial Ecology*, 2010. № 14(1). P. 1–3.

35. United Nations. Population Division. World Urbanization Prospects : The 2018 Revision. URL: https://esa.un.org/unpd/wup/Download/Files/WUP2018-F05-Total_Population.xls (дата звернення: 19.03.2020).

36. Міжнародні стратегії економічного розвитку : підручник / Ю. В. Макогон, Д. Г. Лук'яненко, Ю. М. Пахомов, М. Ю. Пивоносів, А. С. Філіпенко, КНУ ім. Т.Г. Шевченка, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана, ДНУ. К. : Освіта України, 2009. 417 с.

37. Олєфіренко О. М., Олєфіренко Ю. О. Еволюція концепцій маркетингу та перспективи їх подальшого розвитку в умовах економіки сталого соціо-еколого-економічного зростання. *Вісник Запорізького національного університету* : зб. наук. праць : Економічні науки. Запоріжжя : ЗНУ, 2010. № 3(7). С. 200–207.

38. Панарин А. С. Искушение глобализмом. М. : Русский Национальный фонд, 2000. 437 с.
39. Міжнародні стратегії економічного розвитку : навч. посіб. / [Ю. Г. Козак, В. В. Ковалевський, Н. С. Логвінов та ін.]. К. : Центр учбової літератури, 2009. 356 с.
40. Доповідь Світового банку “Глобалізація, зростання і бідність. Побудова загальної світової економіки”. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/954071468778196576/Globalization-growth-and-poverty-building-an-inclusive-world-economy> (дата звернення: 15.11.2018).
41. World trade report 2008. Trade in Globalizing Word. URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/world_trade_report08e.pdf (дата звернення: 04.05.2018).
42. Лядова Е. В. Развитие инфраструктуры малого и среднего предпринимательства в условиях становления инновационной экономики : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01 “Экономическая теория”. Нижний Новгород, 2012. 26 с.
43. Маркетинг : підручник / А. Ф. Павленко, І. Л. Решетнікова, А. В. Войчак та ін.; за наук. ред. д-ра экон. наук, проф., акад. НАН України А.Ф. Павленка; кер. авт. кол. д-р экон. наук, проф. І. Л. Решетнікова. К. : КНЕУ, 2008. 600 с.
44. Маркетинг : навч. посіб. / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна, О. П. Луцій та ін. К. : Наш час, 2007. 504 с.
45. Етапи розвитку глобалізації. URL: <https://studopedia.org/10-106295.html> (дата звернення: 26.07.2018).
46. Андріяш В. І., Ривак Є. І. Історичні форми та етапи розвитку глобалізації. *Наукові праці* [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу “Києво-Могилянська академія”]. Серія : Державне управління, 2014. Т. 242. Вип. 230. С. 6–10.
47. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації. К. : КНЕУ, 2004. 275 с.
48. Котлер Ф. Основы маркетинга. М. : Бизнес-книга, 1995. 698 с.
49. Большая экономическая энциклопедия / Т. П. Варламова, Н. А. Васильева, Л. М. Неганова. М. : Эксмо, 2007. 816 с.
50. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М. : Академия, 2004. 958 с.
51. Маркетинговий менеджмент : підручник / Ф. Котлер, К. Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. К. : Хімджест, 2008. 720 с.

52. Лісогор Л. С. Формування інноваційної зайнятості в умовах модернізації економіки та трансформації суспільних відносин. *Економіка і організація управління*. 2016. № 3(23). С. 82–90.

53. Погоріла Л. М. Ключові фактори і принципи соціально відповідального споживання. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2015. № 2. С. 30–34.

54. Погоріла Л. М. Соціально відповідальне споживання: політекономічний аспект. *Економіка та підприємництво* : зб. наук. праць молодих учених та аспірантів. К. : КНЕУ, 2013. Вип. 31. С. 13–21.

55. Фіцула М. М. Педагогіка : навч. посіб. URL: https://pidruchniki.com/1993110235029/pedagogika/ekologichne_vihovannya (дата звернення: 26.07.2019).

56. Основні категорії соціології екології. URL: <http://textbooks.net.ua/content/view/5346/46/> (дата звернення: 16.09.2018).

57. Экологическая сертификация и экомаркировка: заключительный технический отчет по проекту “Гармонизация экологических стандартов (ГЭС II) – Россия” / Р. А. Перелет, Я. П. Молчанова, Е. В. Пашков и др. URL: http://air-q-gov.baes.by/userfiles/file/air_q_RU/CD/chapter_4/4-2/4-2-10.pdf (дата звернення: 14.03.2018).

58. Саприкіна Л. М. Формування парадигми екологічно-відповідального споживання. *Проблеми економіки*, 2013. № 2. С. 312–317.

59. Беспредметное искусство: как живет человек, у которого всего 50 вещей. URL: https://daily.afisha*/.ru/cities/5689bespredmetnoe-iskusstvo-kak-zhivet-chelovek-u-kotorogo-vsego-50-veschey (дата звернення: 19.04.2018).

60. Грішнова О. А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні. *Демографія та соціальна економіка*. Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України, 2011. № 1(15). С. 39–46.

61. Мельниченко О. А. Державна політика щодо підвищення рівня та якості життя населення : автореф. дис. ... д-ра наук з держ. управління : 25.00.02 “Механізми державного управління”. Запоріжжя, 2010. 36 с.

62. Соціальна відповідальність : теорія і практика розвитку : монографія / за ред. А. М. Колота. К. : КНЕУ, 2012. 501 с.

63. Мандебура О. Концепція суспільної відповідальності: економічний аспект. *Наукові записки*, 2013. Вип. 6(68). С. 242–251.

64. Бузан Г. С. Популяризація серед споживачів застосування елементів сталого споживання: ресурсо- та енергоефективність, поводження з відходами, зелені закупівлі тощо. Всеукраїнська громадська організація

“Жива планета”. URL: <http://www.ecolabel.org.ua/images/2015/info-kompaniya-proon.pdf> (дата звернення: 04.08.2019).

65. Intelligent Consumption: Addressing Consumer Responsibilities for Natural Resources-and Beyond. *Feature Articles*, 2004. Volume 42. Number 5.. URL: <https://joe.org/joe/2004october/a1.php> (дата звернення: 23.11.2017).

66. Intelligent Consumption / E. Näslund-Hadley, M. Ramos, J. Paredes, and others, 2015. URL: <https://publications.iadb.org/handle/11319/7428#sthash.tRKncx5x.dpuf> (дата звернення: 24.12.2017).

67. Asolekar S., Gopichandran R. Sustainable and Intelligent consumption. *Preventive Environmental Management*. Centre for environment education. Foundation books, Cambridge House. 2005. P. 392–424.

68. Разумное потребление: этические марки и правила шопинга. Почему нельзя оставаться в стороне от глобального перепроизводства. URL: <http://www.wonderzine.com/wonderzine/style/style/219597-social-responsibility-1> (дата звернення: 03.09.2018).

69. Ляшенко О. М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства : монографія. 2-ге вид., переробл. К. : НІСД, 2015. 348 с.

70. Державний стандарт України ДСТУ 2293-99 Охорона праці. Терміни та визначення основних понять. URL: http://www.dozvil.com.ua/new_page_145.htm (дата звернення: 19.11.2018).

71. Wolfers A. Discord and Collaboration. *Essays on International Politics*. Baltimore, Maryland. 1962. P.148.

72. Кузьменко А. Проблеми відповідності стратегії та системи забезпечення безпеки України національним потребам. URL: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2432> (дата звернення: 15.11.2018).

73. Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях : монографія. М. : МИФИ, 2003. 388 с.

74. Капра Ф. Скрытые связи; пер. с англ. М. : Издат. дом “София”, 2004. 336 с.

75. Ліпкан В. А. Безпекознавство : навч. посіб. К. : Європейський університет, 2003. 208 с.

76. Мокій А. І., Дацко Л. І. Територіальна громада в системі економічної безпеки держави. *Стратегічні пріоритети*, 2015. № 1(34). С. 83–89.

77. Управління фінансовою безпекою економічних суб'єктів : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів економічних і юри-

дичних спеціальностей усіх форм навчання / Державний вищий навчальний заклад “Українська академія банківської справи Національного банку України”; [С. М. Фролов, О. В. Козьменко, А. О. Бойко та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Фролова. Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2015. 332 с.

78. Семенюк О. Нова архітектура європейської безпеки : тенденції, виклики, перспективи. URL: <http://cs.cirs.kiev.ua> (дата звернення: 27.10.2018).

79. Малиновська О. А. Міграційна політика: глобальний контекст та українські реалії : монографія. К. : НІСД, 2018. 472 с.

80. Экономическая и национальная безопасность : учебник / под ред. Е. А. Олейникова. М. : Экзамен, 2004. 768 с.

81. Живко З. Б., Блюк Н., Живко М. Комплексна система економічної безпеки підприємства як чинник забезпечення підприємництва. URL: <http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/fileЗбірник/2012-1/Живко%20З.Б.,Блюк%20Н.В.,1%20Живко%20М.О.pdf> (дата звернення: 19.12.2018).

82. Система економічної безпеки держави / [О. С. Власюк, А. І. Сухоруков, І. В. Недін та ін.] ; Нац. ін-т пробл. міжнар. безпеки. К. : Стило, 2010. 684 с.

83. Зеркалов Д. В., Арламов О. Ю. Соціальні проблеми сталого розвитку: монографія. К. : Основа, 2013. 562 с.

84. Коротких Я. В., Герасимова І. Ю. Економічна безпека особистості в умовах глобалізації. URL: http://eaf.nmu.org.ua/ua/naukova_diyalnist/Internet_tezi/%Тезиси%20Коротких%20Я.%20ФК-11.pdf (дата звернення: 26.12.2018).

85. Запорожець Т. В. Безпека особистості в умовах глобалізації: проблеми та шляхи вирішення. URL: http://www.academy.gov.ua/ej/ej10/doc_pdf/Zaporozhets.pdf (дата звернення: 04.01.2019).

86. Основи економічної теорії : підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. Харків : Право, 2008. 375 с.

87. Маляренко Т. Безпека людини у мінливому світі: монографія. Донецьк : Східний видавничий дім, 2013. 200 с.

88. Мунтіян В. І. Економічна безпека України: монографія. К. : Вид-во КВІЦ, 1999. 464 с.

89. Дацко О. І. Гуманітарні імперативи зміцнення економічної безпеки України. Львів : Ліга-прес, 2015. 672 с.

90. Атаманчук П. С., Мендерецький В. В., Панчук О. П. Безпека життєдіяльності. Центр учбової літератури, 2017. 276 с.
91. Закон України “Про національну безпеку України” від 21.06.2018 № 2469-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19> (дата звернення: 27.08.2018).
92. Указ Президента України “Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 р. “Про Стратегію національної безпеки України”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/287/2015> (дата звернення: 19.08.2018).
93. Зализко В. Д. О проблеме содержательно-понятийного толкования экономической безопасности. *Вестник Алтайского государственного аграрного университета*, 2014. № 3(113). С. 158–164.
94. Медведев В. Проблемы экономической безопасности России. *Вопросы экономики*, 1997. № 3. С. 111–127.
95. Иванченко В. Общность критериев экономической и государственной безопасности. *Экономист*, 1996. № 5. С. 3.
96. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) : уч. практ. пособие. М. : Бизнес шк. “Интел синтез”, 1997. 123 с.
97. Гуменюк А. М. Безпека структурно-інституціональної трансформації економіки регіону: теоретичні основи та прикладні аспекти : монографія. К. : Національний інститут стратегічних досліджень, 2014. 466 с.
98. Пастернак-Таранушенко Г. А. Оболонки захисту економічної безпеки України. URL: <http://www.niss.gov.ua/Table/Jalilo10/obolon.htm> (дата звернення: 15.01.2019).
99. Бабець І. Г. Зовнішньоекономічна безпека регіонів України в умовах співробітництва з країнами ЄС : теоретико-методологічні та прикладні аспекти : монографія. Львів : ПАІС, 2011. 400 с.
100. Живко З. Б., Петренко Л. М. Економічні аспекти національної безпеки України в контексті економічної безпеки підприємства. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ekfor/2013_1/1.pdf (дата звернення: 15.01.2019).
101. Попова С. М., Попова Л. М. Основні складові національної безпеки України. *Наше право*, 2013. № 13. С. 54–60.
102. Радиш Я. Ф. Теоретико-методологічні засади дослідження здоров’я громадян як важливого фактора національної безпеки. *Науко-*

во-інформаційний вісник Академії національної безпеки, 2015. Вип. 1–2(5–6). С. 27–37.

103. Пастернак-Таранушенко Г. А. Оболонки захисту економічної безпеки України. URL: <http://www.niss.gov.ua/Table/Jalilo10/obolon.htm> (дата звернення: 15.01.2019).

104. Труханов В. А. Мировоззрение национальной безопасности. URL: milpol.ru/sgs/truhanov.doc (дата звернення: 10.01.2019).

105. Чупрій Л. В. Релігійна безпека України: стан і перспективи. URL: http://sd.net.ua/2009/09/21/humor_2.html (дата звернення: 10.01.2019).

106. Національна безпека суспільства та її державне управління. URL: https://studopedia.com.ua/1_300324_skladovoyu-ekonomichnoi-bezpeki-ie-prodovolcha-bezpeka-pidtrimannya-ta-garantuvannya-yakoi-pokladaetsya-zgidno-z-chinnim-zakonodavstvom-na-organi-derzhavnoi-vladi.html (дата звернення: 18.09.2018).

107. Жаліло Я. А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави: монографія. К. : НІСД, 2009. 336 с.

108. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення : монографія. Львів : Арал, 2008. 384 с.

109. Murdoch C. Economic factors as objects of security; Economics, security and vulnerability. *F. Trager Economic issues and national security*. Lawrence, 1977. P. 67–98.

110. Ареф'єва О. В., Кузенко Т. Б. Планування економічної безпеки підприємств. К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. 170 с.

111. Наказ Міністерства економічного розвитку “Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України” від 29.10.2013 № 1277. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13> (дата звернення: 12.01.2019).

112. Ганжин В. Т. Социальный иммунитет России как ресурс безопасности Отечества. *Безопасность*, 1995. № 11. С. 26–31.

113. Іляш О. І. Трансформація системи соціальної безпеки України : регіональний вимір : монографія. Л. : ПАІС, 2012. 591 с.

114. Лесков М. А. Концепция построения модели безопасности социальных систем. *Безопасность*, 1994. № 7–12(23). С. 83–93.

115. Соціальна безпека: сутність та вимір: наук. доп. / О. П. Коваль. К. : НІСД, 2016. 34 с.

116. Антонюк К. І., Гурська Н. В. Продовольча безпека крізь призму економічної доступності продуктів харчування. *Тиждень науки : тези*

доп. наук.-практ. конф. (Запоріжжя, 16–20 квітня 2018 р.) / Редкол. : В. В. Наумик (відпов. ред.). Запоріжжя : ЗНТУ, 2018. С. 1512–1514.

117. Одінцов М. М. Моделювання факторів формування продовольчої безпеки. URL: www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=113 (дата звернення: 04.02.2019).

118. Тіщенко М. Г. Проблеми забезпечення продовольчої безпеки України. URL: www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2208 (дата звернення: 10.02.2019).

119. Ульяновченко О. В., Прозорова Н. В. Продовольча безпека – основа національної безпеки держави. URL: http://congressworld.com.ua/blog_article.php?id=5 (дата звернення: 10.01.2019).

120. Руликівський В. П. Роль та місце продовольчої безпеки в системі забезпечення національної безпеки України. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07rvpnbu.htm> (дата звернення: 10.01.2019).

121. Балабан С. В. Оцінювання рівня продовольчої безпеки регіону. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2019/оцінювання-рівня-продовольчої-безпе/> (дата звернення: 10.01.2019).

122. Бадуев Б. В. Продовольственная безопасность Японии : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 “Мировая экономика”. М., 2007. С. 12–13.

123. Розмаинский И. В. Почему капитал здоровья накапливается в развитых странах и “проедается” в постсоветской России? (Опыт кейнсианского анализа). *Вопросы экономики*, 2011. № 10. С. 113–131.

124. Плотников В. А., Пролубников А. В., Сулейманова М. В. Учет взаимосвязи продовольственной, экономической и национальной безопасности при реализации государственной политики. *Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии*, 2016. № 4 (30). С. 38–43.

125. Черевко Л. Д., Гурьянова Н. М. Категория “продовольственное обеспечение” и ее взаимосвязь с другими категориями. *Экономика и предпринимательство*, 2014. № 8. С. 64–67.

126. Ляшенко О. М. Вплив розвитку агропромислового комплексу на забезпечення економічної безпеки регіону *Зб. наук. праць Луганського національного аграрного університету* : матеріали міжн. наук.-практ. конф. У 3-х т. / За ред. Ткаченко В. Г. Луганськ : Елтон-2, 2002. № 14(26). Т. 3. С. 102–106.

127. Ляшенко О. М. Основні засоби досягнення продовольчої безпеки у регіоні. *Вісник Східноукраїнського університету*, 2000. № 4 (26). С. 161–164.

128. Закон України “Про охорону навколишнього природного середовища” від 12.10.2018 № 1264-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1264-12> (дата звернення: 09.12.2018).

129. Азаров С. І., Литвинов Ю. В., Сидоренко В. Л. Екологічна безпека як складова національної безпеки України. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*, 2012. Вип. 2(73). С. 142–146.

130. Толкачов В. С. Безпека інформації як складова інформаційної безпеки держави. URL: <http://stratcom.co.ua/bezpeka-informatsiyi-yak-skladova-informatsijnoyi-bezpeki-derzhavi/> (дата звернення: 05.08.2018).

131. Олійник Д. І. Індекс глобальної інформаційної економіки як інструмент визначення економічної безпеки держави на основі технологічних можливостей підприємств. *Стратегічні пріоритети*, 2015. № 2(35). С. 87–92.

132. Чернега О. Б., Маловичко С. В. Методологія дослідження електронної торгівлі як поліфункціонального явища. *Інноваційна економіка*, 2016. № 5–6. С. 212–218.

133. Безпечність. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/TM042285> (дата звернення: 08.09.2019).

134. Словник бізнес-термінів. URL: <https://wordydiva.com/dictionary-of-business-terms/55/> (дата звернення: 26.06.2019).

135. Большой экономический словарь / Под ред. А. Н. Азрилияна. М., 1997. 864 с.

136. Ляшко А. А., Ходыкин А. П., Волошко Н. И., Снитко А. П. Товароведение, экспертиза и стандартизация : учебник. М., 2013. 660 с.

137. Апопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М., Рудницький С. І., Хом’як Ю. М. Організація торгівлі. К., 2008. 632 с.

138. Зеркалов Д. В. Безпека життєдіяльності. К., 2016. 267 с.

139. Іванілов О. С. Економіка підприємства. К., 2009. 728 с.

140. Галушкіна Т. П., Ліпанова О. В., Макарова І. А. Еколого-економічні передумови розвитку політики сталого споживання та виробництва. URL: r250.sudu.edu.ua/bitstream/123456789/11168/1/17.pdf (дата звернення: 08.09.2019).

141. Піх М. З. Безпека споживання продуктів в моделі стратегії розвитку держави. *Економіка харчової промисловості*, 2014. № 1(21). С. 72–76.

142. Hoogeveen (Hans) J. G. M. Income Risk, Consumption Security and the Poor. 2010. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/136008101200114921> (дата звернення: 08.09.2019).

143. Goold B., Loader I., Thumala A. Consuming security? Tools for a sociology of security consumption. 2010. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1362480609354533> (дата звернення: 08.09.2019).

144. Павленко А. Ф., Решетнікова І. Л., Войчак А. В. Маркетинг. К., 2008. 600 с.

145. Коломієць А. Національна модель споживання : сутність та способи регулювання. URL: [www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_02\(5\)/10kaosr.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_02(5)/10kaosr.pdf) (дата звернення: 08.09.2019).

146. Прокопій Д. А. Ефективні інструменти державної політики соціального вирівнювання добробуту населення в Україні в умовах обмеження ресурсів : аналітична записка. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2017-12/dobrobut-66e2f.pdf> (дата звернення: 10.01.2019).

147. Зачосова Н. В., Коваленко А. О. Методологія наукових досліджень проблем забезпечення економічної безпеки держави. *Економіка та держава*, 2017. № 11. С. 56–59.

148. Франчук В. І. Особливості організації системи економічної безпеки вітчизняних акціонерних товариств в умовах трансформаційної економіки : монографія. Львів : Львів. держ. ун-т внутр. справ, 2010. 440 с.

149. Кушнір Т. М., Харченко-Кушнір Н. М. Маркетингові аспекти споживчої поведінки соціальних класів. *Ефективна економіка*, 2011. № 12. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_12_8 (дата звернення: 08.09.2019).

150. Байдак Т. М. Юолотова В. О. Мотиви споживчої поведінки: соціологічний аналіз ринку туристичних послуг. *Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління*, 2013. Т. 14. Вип. 276. С. 90–95.

151. Овчач О. В. Соціально-психологічні чинники споживчої поведінки. *Наука і освіта*, 2014. № 9. С. 159–163.

152. О'Коннор Дж., Макдермотт І. Искусство системного мышления : необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем; пер. с англ. М. : Alpina Business Books, 2008. 249 с.

153. Форрестер Д. Мировая динамика; пер. с англ. СПб. : АСТ, 2003. 379 с.

154. Дорофеюк Ю. А., Дорофеюк А. А. Методы структурно-классификационного прогнозирования многомерных динамических объектов. *Искусственный интеллект*, 2006. № 2. С. 138–141.

155. Кофман А. Введение в теорию нечетких множеств. М. : Радио и коммуникации, 1982. 432 с.

156. Сявавко М. С., Рибицька О. М. Математичне моделювання за умов невизначеності. Львів : Українські технології, 2000. 320 с.

157. Hellwig Z. Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajow ze wzgledu na poziom ich rozwoju i strukture wykwalifikowanych kadr. *Przegląd Statystyczny*, 1968. № 4. 211 s.

158. Карпов Ю. Имитационное моделирование систем. Введение в моделирование с AnyLogic 5. СПб. : БХВ–Петербург, 2005. 400 с.

159. Уварова В. И., Волков Г. О., Евдокимова О. В. Исследование уровня удовлетворения физиологических потребностей населения в продуктах питания. *Маркетинг в России и за рубежом*, 2006. № 1. С. 48–53.

160. Головне управління статистики у Запорізькій області. URL: <http://zr.ukrstat.gov.ua/index.php/statystychna-informatsiia#1.1> (дата звернення: 09.12.2019).

161. Маркетинговые исследования / С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. СПб. : Питер, 2003. 304 с.

162. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. академіка НАН України, д.т.н., проф., засл. діяча науки і техніки України Б. Є. Патона. К. : ДУ “Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України”, 2012. 72 с.

163. Мандибуря В. О. Рівень життя населення та механізми його регулювання : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.09.01; НАН України. Ін-т економіки. К., 1999. 36 с.

164. Гукалова І. В. Якість життя населення України : суспільно-географічна концептуалізація : монографія. К., 2009. 347 с.

165. Методика вимірювання регіонального людського розвитку. К. : Інститут демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи, 2012. 50 с.

166. Рівень життя населення України / НАН України. Ін-т демографії та соц. дослідж., Держ. ком. статистики України; За ред. Л. М. Черенько. К. : ТОВ Видавництво “Консультант”, 2006. 428 с.

167. Ярчук А. В. Сутність поняття якості життя населення. *Економіка і організація управління*, 2016. № 3(23). С.430–439.

168. Єсінова Н. І. Економіка праці та соціально-трудова відносини : навч. пос. К. : Кондор, 2004. 432 с.
169. Рофе А. И. Теоретические основы экономики и социологии труда: учебник для студентов вузов. М. : Изд-во МИК, 1000. 336 с.
170. Айвазян С. А. Анализ синтетических категорий качества жизни населения субъектов Российской Федерации: их измерение, динамика, основные тенденции. *Уровень жизни населения регионов России*, 2012. № 11. С. 1–38.
171. Методология управления трудовыми ресурсами : монографія ; под ред. А. П. Егоршина, И. В. Гуськовой. Н. Новгород : НИМБ, 2008. 352 с.
172. Экономика труда : учебник / В. В. Адамчук, Ю. П. Кокин, Р. А. Яковлев; под ред. В. В. Адамчука. М. : ЗАО Финстатинформ, 1999. 431 с.
173. Меркушев С. А. Качество жизни населения городских поселений Пермской области (территориальный анализ) : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02. Пермь, 1997. 16 с.
174. Шамборовський Г. Добробут населення міжнародних інтеграційних об'єднань: стратегії для України : монографія. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 328 с.
175. Вимірювання якості життя в Україні : аналітична доповідь. [Лібанова Е. М., Гладун О. М., Лісогор Л. С. та ін.] К., 2013. 51 с.
176. Переверзева А. В. Вплив людських ресурсів на формування та розвиток територіальних громад: регіональний вимір : монографія. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2018. 340 с.
177. Гордей О. Система чинників і фінансові показники вимірювання рівня життя населення. *Підприємство, господарство і право*, 2009. № 10. С. 222–226.
178. Прокопій Д. А. Щодо шляхів подолання бідності працюючого населення : аналітична записка. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-02/111Analyt_Zapyska_Prokopiyy-7fdd8.pdf (дата звернення: 03.08.2018).
179. Індекс людського розвитку: Україна посіла 88 позицію серед 189 країн. URL: <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2018/human-development-indices--where-does-ukraine-rank--.html> (дата звернення: 03.08.2018).
180. Sustainable Development Modeling. URL: <http://sdi.wdc.org.ua/global/> (дата звернення: 03.08.2018).

181. Human Development Indices and Indicators: 2018 Statistical update. URL: <http://hdr.undp.org/en/2018-update> (дата звернення: 03.08.2018).

182. Індекс якості життя. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81_%D1%8F%D0%BA%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96_%D0%B6%D0%B8%D1%82%D1%82%D1%8F (дата звернення: 03.08.2018).

183. Final report of the expert group on quality of life indicators: 2017 edition. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-reports/-/KS-FT-17-004> (дата звернення: 03.08.2018).

184. Как жизнь? URL: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/ru/> (дата звернення: 17.08.2019).

185. The Good Country Index. URL: <https://www.goodcountry.org/index/results> (дата звернення: 17.08.2018).

186. Quality of Life Index by Country 2019. URL: https://www.numbeo.com/quality-of-life/rankings_by_country.jsp (дата звернення: 18.08.2019).

187. The Legatum Prosperity Index 2019. URL: <https://www.prosperity.com/about/resources> (дата звернення: 18.08.2019).

188. Лібанова Е. М., Власенко Н. С., Власюк О. С. та ін. Людський розвиток регіонів України: методика оцінки та сучасний стан. Рада з вивчення продуктивних сил України НАН України; ПРООН. К. : СПД Савчина, 2002. 123 с.

189. Регіональний людський розвиток : статистичний збірник. Відп. О. О. Кармазіна. Державна служба статистики. К., 2018. 72 с.

190. Цілі сталого розвитку для України : регіональний вимір : аналітична доповідь. Львів : ДУ "Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України", 2018. 90 с. (Серія "Проблеми регіонального розвитку").

191. Цілі сталого розвитку: Україна. Національна доповідь. URL: https://menr.gov.ua/files/docs/Національна%20доповідь%20ЦСР%20України_липень%202017%20ukr.pdf (дата звернення: 17.08.2019).

192. Центр гендерної культури. URL: <http://www.genderculturecentre.org/monitoring-seksistskoi-reklami/> (дата звернення: 17.08.2019).

193. Sustainable development in the European Union. Monitoring report on progress towards the SDGS in an EU context. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2018. URL:

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/sdi/responsible-consumption-and-production> (дата звернення: 17.08.2019).

194. Goal 12 : Ensure sustainable consumption and production patterns. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/> (дата звернення: 17.08.2019).

195. More from less – material resource efficiency in Europe. 2015 overview of policies, instruments and targets in 32 countries; EEA report. European Environment Agency, 2016. № 10. 38 p.

196. Resource productivity and domestic material consumption (DMC). Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_12_20/CustomView_1/table?lang=en (дата звернення: 17.08.2019).

197. Material flow accounts and resource productivity. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/sdi/responsible-consumption-and-production> (дата звернення: 17.08.2019).

198. The European Chemical Industry Council. European Chemical Industry Facts and Figures Report, 2017. P. 5.

199. Consumption of chemicals by hazardousness - EU aggregate. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_12_10/default/table?lang=en (дата звернення: 18.08.2019).

200. Eurostat. Compilation of chemical indicators. Development, revision and additional analysis, 2016. P. 43.

201. Reducing CO2 emissions from passenger cars. European Commission, Climate Action. URL: https://ec.europa.eu/clima/policies/transport/vehicles/cars_en (дата звернення: 16.08.2019).

202. Regulation (EU) № 333/2014 Regulation (EC) № 443/2009 to define the modalities for reaching the 2020 target to reduce CO2 emissions from new passenger cars. European Parliament and Council of the European Union, 2014. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/5b971540-bc8f-11e3-86f9-01aa75ed71a1/language-en> (дата звернення: 18.08.2019).

203. Primary energy consumption. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_07_10/default/table?lang=en (дата звернення: 19.08.2019).

204. Final energy consumption. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_07_11/default/table?lang=en (дата звернення: 19.08.2019).

205. Generation of waste by waste category, hazardousness and NACE Rev. 2 activity. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/env_wasgen (дата звернення: 19.08.2019).

206. Being wise with waste: the EU's approach to waste management. European Commission, 2010. URL: <https://ec.europa.eu/environment/waste/pdf/WASTE%20BROCHURE.pdf> (дата звернення: 16.08.2019).

207. Circular material use rate. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/cei_srm030/default/table?lang=en (дата звернення: 19.08.2019).

208. Closing the loop – An EU action plan for the Circular Economy, COM (2015) 614 final, Brussels. European Commission. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52015DC 0614> (дата звернення: 16.08.2019).

209. Якушенко Л. М., Бугайчук Н. В. Поводження з побутовими відходами в контексті формування якісного та безпечного життєвого простору : аналітична записка. Серія : Соціальна політика, 2019. № 10. НІСД. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2019-12/analit-yakushenko-social-policy-10-2019-1.pdf> (дата звернення: 19.08.2019).

210. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Безпека споживання як ключова детермінанта сучасної системи технічного регулювання України. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. Серія “Економічні науки”. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2016. Вип. 3(64). С. 66–75.

211. Носа А. М. Особливості формування, розвитку та здійснення спільної екологічної політики Європейського Союзу як інструменту забезпечення екологічної безпеки світового співтовариства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 2017. № 13. Ч. 2. С. 56–60.

212. Лащак В. В., Лащак Т. В. Система захисту прав споживачів у провідних країнах світу. *Наукові записки Національного університету “Острозька академія”*. Серія : Економіка, 2014. № 25. С. 15–18.

213. Загорський В. С. Екологічна політика ЄС і проблеми формування системи екологічного управління в Україні. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*, 2014. № 3(107). С. 210–221.

214. Шевчук В. Я., Саталкін Ю. М., Білявський Г. О. Екологічне управління. К. : Либідь, 2004. 432 с.

215. Якушенко Л. Аналіз досвіду Європейського співробітництва щодо формування і втілення інституцій та інструментів екологічної полі-

тики. Аналітична записка. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/840/> (дата звернення: 20.08.2019).

216. Treaty establishing the European Economic Community. URL: <http://www.cvse.eu/obj/en-ссa6ba28-0bf3-4ce6-8a76-6b0b3252696e> (дата звернення: 20.08.2019).

217. Микієвич М. М., Андрусевич А. О. Європейське право навколишнього середовища : навч. посіб. Львів, 2004. 256 с.

218. Труш О. О., Андрієнко М. В., Ломовських Г. А. Формування та реалізація спільної екологічної політики Європейського Союзу в умовах сучасних інтеграційних процесів. *Державне будівництво*, 2014. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVu_2014_1_31 (дата звернення: 20.08.2019).

219. Посельський В. Європейський Союз. Інституційні основи європейської інтеграції. К., 2002. 168 с.

220. Закон України “Про оцінку впливу на довкілля” від 23.05.2017 № 2059-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2059-19> (дата звернення: 20.08.2019).

221. Закон України “Про стратегічну екологічну оцінку” від 20.03.2018 № 2354-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2354-19> (дата звернення: 20.08.2019).

222. Водний кодекс України № 213/95-ВР; редакція від 18.12.2017. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/213/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 20.08.2019).

223. Держводагентство. URL: <https://davr.gov.ua/news/derzhvodagentstvo-rozrobulo-konceptsiyu-reformuvannya-struktury-vodogospodarskoji-galuzi> (дата звернення: 20.08.2019).

224. Семерак О. Із 1 січня в Україні запроваджується нова система моніторингу вод. URL: <https://menr.gov.ua/news/32737.html> (дата звернення: 20.08.2019).

225. Уряд схвалив Національну стратегію управління відходами. URL: <https://menr.gov.ua/news/31837.html> (дата звернення: 20.08.2019).

226. Стратегія низьковуглецевого розвитку України до 2050 р. URL: https://menr.gov.ua/files/docs/Proekt/LEDS_ua_last.pdf (дата звернення: 20.08.2019).

227. Химинець В. В. Регіональна еколого-економічна політика як інституційна передумова забезпечення сталого розвитку. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Серія Економіка, 2015. № 2(4). Ч.1. С. 204–208.

228. Захист прав споживачів в Європейському Союзі та Україні : Аналітичний звіт. К., 2007. С. 36.

229. Микієвич М. М., Яворська І. М. Правові форми та механізми захисту прав споживачів в рамках Європейського Союзу. *Journal “ScienceRise: Juridical Science”*, 2017. № 1(1). С. 42–46.

230. Directive 2001/95/EC of the European Parliament and of the Council of 3 December 2001 on general product safety (Text with EEA relevance). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32001L0095> (дата звернення: 12.11.2019).

231. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 17.01.2019).

232. Цивільний кодекс України № 435-IV, редакція від 31.03.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 17.01.2019).

233. Кримінальний кодекс України № 2341-III, редакція від 19.05.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14> (дата звернення: 17.01.2019).

234. Закон України “Про захист прав споживачів” № 1023-XII, редакція від 01.01.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення: 17.01.2019).

235. Чурилова Т. М. Щодо питання адаптації українського законодавства до вимог Європейського Союзу у сфері безпеки продуктів харчування. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція*, 2015. № 14. Т. 2. С.60–63.

236. Чурилова Т. М., Малус А. І. Гармонізація законодавства України і Європейського Союзу у сфері контролю безпечності харчових продуктів. *Порівняльно-аналітичне право*, 2016. № 1. С. 175–178.

237. Regulation (EC) № 854/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 laying down specific rules for the organisation of official controls on products of animal origin intended for human consumption. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1559559262536&uri=CELEX:32004R0854> (дата звернення: 17.01.2019).

238. Regulation (EC) № 882/2004 of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on official controls performed to ensure the verification of compliance with feed and food law, animal health and animal welfare rules. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1559559493135&uri=CELEX:32004R0882> (дата звернення: 30.01.2019).

239. Закон України “Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин” № 2042-VIII, редакція від 04.10.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2042-19> (дата звернення: 30.01.2019).

240. Оверковська Т. Правове регулювання безпечності продуктів харчування. *Підприємництво, господарство і право*, 2018. № 4. С. 109–114.

241. Agreement on Technical Barriers to Trade. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/tbt_e/tbt_e.htm/ (дата звернення: 30.01.2019).

242. The WTO Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures (SPS Agreement). URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/sps_e/spsagr_e.htm (дата звернення: 30.01.2019).

243. Притульська Н., Мотузка Ю. Технічне регулювання: міжнародні практики та вітчизняні реалії. *Вісник КНТЕУ*, 2015. № 3. С. 5–21.

244. Дятлова В. В. Забезпечення економічної безпеки і конкурентоспроможності економіки механізмами технічного регулювання *Актуальні проблеми економіки*, 2011. № 3 (117). С. 56–62.

245. Коломієць О. О. Роль прожиткового мінімуму в розбудові системи мінімальних рівнів соціального захисту : аналітична записка. Серія : Соціальна політика. НІСД, 2019. № 7. 8 с.

246. Ковязіна К. О. Щодо удосконалення соціальних стандартів : аналітична записка. НІСД, 2017. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2017-12/sots_standart-2ffd3.pdf (дата звернення: 18.02.2019).

247. Медведева В. Варенье — на завтра: 7+1 корзини стран G-8. URL: http://www.profile.ru/items_19693 (дата звернення: 18.02.2019).

248. Завора Т. М., Романенко О. Ю. Соціальне призначення та аналіз структури споживчого кошика. URL: <https://reposit.pntu.edu.ua/bitstream/PoltNTU/5770/1/448-450.pdf> (дата звернення: 18.02.2019).

249. Віткін Л. М. Франція. Болгарія. Подальший розвиток системи технічного регулювання у Європейському Союзі. *Стандартизація, сертифікація, якість*, 2009. № 6(61). С. 19–24.

250. Горизонтальна діяльність з ринкового нагляду в Швеції. *Інформаційний бюлетень з міжнародної стандартизації*. К. : Держспоживстандарт, 2006. № 1. С. 116–126.

251. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродуктових товарів та наборо-

рів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/780-2016%D0%BF> (дата звернення: 18.02.2019).

252. Україна, Польща, Німеччина, що в споживчих кошиках. URL: <http://ukr.segodnya.ua/economics/finance/ukrainec-nemec-polyak- chto-v-potrebitelskojkorzinke 520918.html> (дата звернення: 18.02.2019).

253. Завора Т. М., Романенко О. Ю. Соціальне призначення та аналіз структури споживчого кошика. URL: <https://reposit.pntu.edu.ua/bitstream/PolNTU/5770/1/448-450.pdf> (дата звернення: 18.02.2019).

254. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2018 р. Статистичний збірник. Ч. 1. Державна служба статистики України. К., 2019. 379 с.

255. Кисельов К. Статистичний аналіз рівня споживання товарів і послуг населенням України у 2013 р. *Статистика України*, 2014. № 4. С. 33–37.

256. Россия и страны мира. 2018 : Статистический сборник. М. : Росстат, 2018. 375 с.

257. Средняя зарплата по странам мира. URL: <http://investorschool.ru/srednyaya-zarplata-po-stranam-mira-2017> (дата звернення: 20.02.2019).

258. Список стран по ВВП. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_стран_по_ВВП_\(номинал\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_стран_по_ВВП_(номинал)) (дата звернення: 20.02.2019).

259. Шкварчук Л. О. Особливості споживчих очікувань на продовольчому ринку в посткризовий період. *Вісник Нац. ун-ту “Львівська політехніка”*. Серія : *Логістика*, 2013. № 749. С.323–327.

260. Русан В. Щодо перспектив відновлення тваринницької галузі в Україні : аналітична записка. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/schodo-perspektiv-vidnovlennya-tvarinnickoi-galuzi-v-ukraini-analitichna> (дата звернення: 20.02.2019).

261. Felsted A. Coronavirus Will Change Not Just How, But What, We Buy. URL: <https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2020-05-04/coronavirus-will-change-not-just-how-but-what-we-buy?srnd=premium> (дата звернення: 25.02.2019).

262. Where next? 10 cross-industry trends that are accelerating by the COVID-crisis. URL: <https://info.trendwatching.com/10-trends-for-a-post-coronavirus-world> (дата звернення: 25.02.2019).

263. Віткін Л., Луценко Д. Удосконалення державного ринкового нагляду за безпечністю нехарчової продукції відповідно до

європейських підходів Стандартизація. Сертифікація. *Якість*, 2012. № 5. С. 18–25.

264. Система швидкого оповіщення RAPEX. URL: <https://helpdesk.epo.org.ua/rozdil/sistema-shvidkogo-opovishchennya-rapex> (дата звернення: 04.04.2019).

265. Повідомлення комісії “Блакитна настанова” з імплементації правил ЄС щодо продуктів 2016 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/ru/984_015-16#n1134 (дата звернення: 04.04.2019).

266. Safety Gate: Rapid Alert System for dangerous non-food products. URL: https://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/rapex/alerts/?event=main.listNotifications&lng=en (дата звернення: 04.04.2019).

267. Закон України “Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції” від 03.07.2019 № 2735-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2735-17> (дата звернення: 04.10.2019).

268. Закон України “Про загальну безпечність нехарчової продукції” від 10.02.2016 № 2736-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2736-17> (дата звернення: 04.10.2019).

269. Схема-перелік видів продукції, щодо яких органи державного ринкового нагляду здійснюють державний ринковий нагляд. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=6d1d85cf-be91-4ef8-8cd8-c17a6d769d8e&title=SkhemaperelikVidivProduktsii-SchodoYakikhOrganiDerzhavnogoRinkovogoNagliaduZdiisniuiutDerzhavniiRinkoviiNagliad> (дата звернення: 04.10.2019).

270. Інформація про небезпечну (нехарчову) продукцію. URL: <https://uvaga.gov.ua/uk/Main/Category/Category> (дата звернення: 04.10.2019).

271. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів: Контроль у сфері робіт і послуг. URL: http://www.consumer.gov.ua/ContentPages/Kontrol_U_Sferi_Robit_I_Poslug/53/ (дата звернення: 04.10.2019).

272. Звіт про виконання органами державного ринкового нагляду секторальних планів державного ринкового нагляду за 2018 рік. URL: <http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=7542a9d6-757f-415e-84ff-f0814cec20c4&title=ZvitProVikonannia>

OrganamiDerzhavnogoRinkovogoNagliaduSektoralnikhPlanivDerzhavnogoRinkovogoNagliaduZa2018-Rik (дата звернення: 04.10.2019).

273. Собкевич О. В. Проблеми реального сектору економіки України у контексті економічної безпеки держави. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2017. № 15. С. 136–141.

274. Борщевський П., Дейнеко Л. Продовольча безпека країни : стан і тенденції. *Розбудова держави*, 2007. № 1–6. С. 66–73.

275. Шойко В. А. Зовнішні та внутрішні загрози продовольчої безпеки на державному рівні. *Ефективна економіка*, 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6204> (дата звернення: 12.07.2019).

276. Соціальний захист населення України. Статистичний збірник. К., 2019. 125 с.

277. Населення України за 2018 рік. Демографічний щорічник. К., 2019. URL: http://database.ukrcensus.gov.ua/PXWEB2007/ukr/publ_new1/2019/zb_ukr_2018.pdf (дата звернення: 12.07.2019).

278. Соціальні індикатори рівня життя населення. Статистичний збірник. К., 2018. 180 с.

279. Соціально-демографічні характеристики домогосподарств України у 2017 р. Статистичний збірник. К., 2017. 86 с.

280. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України. 2013 рік, Державна служба статистики України, 2014. 59 с.

281. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України. К. : Державна служба статистики України, 2018. 59 с.

282. Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлі товарів, які вироблені на території України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/sr/chprt/chprt2017_u.htm (дата звернення: 25.05.2019).

283. Зовнішня торгівля України. Статистичний збірник. К., 2019. 174 с.

284. Наукова та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник. К., 2019. 108 с.

285. Довкілля України за 2018 рік. Статистичний збірник. К., 2019. 214 с.

286. Яценко Л. Д. Проблеми неузгодженості вищої освіти та ринку праці в Україні : аналітична записка. Серія : Соціальна політика, 2020. № 14. 7 с.

287. Meadows D. H. The Unavoidable A Priori. *Elements of the System Dynamics Method*, 1980. P. 161–240.
288. Sterman J. Business dynamics : systems thinking and modeling for a complex world. Boston: Irwin McGraw-Hill, 2000. 982 p.
289. Sterman J. D., Mosekilde E. Business cycles and long waves: A behavioral disequilibrium perspective. *Business cycles: Theory and empirical methods*. Springer Netherlands, 1994. P. 13–51.
290. Keating E. K. Issues to Consider While Developing a System Dynamics Model. *Kellogg Graduate School of Management Northwestern University*, 1999. URL: <http://metasd.com/wp-content/uploads/2010/03/SDModelCritique.pdf> (дата звернення: 25.05.2019).
291. Полуектова Н. Р. Методи та моделі управління розвитком інформаційних систем підприємств : монографія. Запоріжжя : ЗДІА, 2015. 344 с.
292. Карпов Ю. Имитационное моделирование систем. Введение в моделирование с AnyLogic 5. СПб. : БХВ–Петербург, 2005. 400 с.
293. Винер Н. Кибернетика или управление и связь в животном и машине. 2-е изд. М. : Наука; Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983. 344 с.
294. Martinez-Moyano I. J., Richardson G. P. Best practices in system dynamics modeling. *System Dynamics Review*, 2013. № 29(2). P. 102–123.
295. Renshaw G. Maths for Economics. New York : Oxford University Press, 2005. P. 516–526.
296. Nordhaus W. D. Revisiting the social cost of carbon. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2017. № 114(7). P. 1518–1523.
297. Nordhaus W. D. The Climate Casino : Risk, Uncertainty, and Economics for a Warming World. Yale University Press. URL: https://yalebooks.yale.edu/sites/default/files/files/TOC/9780300189773_nordhaus_toc.pdf (дата звернення: 14.07.2019).
298. Меркулова Т. В., Томілович О. В. Макроекономічна динамічна модель з врахуванням екологічних факторів (на прикладі України). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія “Економічна”, 2018. № 95. С. 49–54.
299. Фарина О. І., Дадашова П. А. Концептуальні підходи до побудови макромоделі економіки України методами системної динаміки. К. : НаУКМА, 2015. 64 с.
300. Дадашова П. А. Системний аналіз та моделювання впливу взаємоузгодженості монетарної та фіскальної політики на макроеко-

номічну стабільність : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.11 “Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці”. К., 2017. 282 с.

301. Максименко А. О. Споживча поведінка: концептуалізація поняття та чинники, що її детермінують. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*, 2010. № 44. С. 140–145.

302. Johnstone N., Serret Y. Greening Household Behaviour. Main Results of OECD Survey. URL: http://www.sviva.gov.il/English/env_topics/InternationalCooperation/OnTheIntlFront/Documents/GreeningHouseholdsBehavior-OECDSurveyResults-Nov2013.pdf (дата звернення: 15.11.2019).

303. Прокопенко О. В. Екологічний маркетинг : навч. посіб. К. : Знання, 2012. 319 с.

304. Sustainable Efforts & Environmental Concerns Around the World. *A Nielsen Report*, 2011. URL: <http://phe-ethiopia.org/admin/uploads/attachment-886-nielsen-sustainability-report.pdf> (дата звернення: 24.10.2017).

305. The Sustainability Imperative New Insights on Consumer Expectations. *A Nielsen Report*, 2015. URL: <http://www.nielsen.com/content/dam/niensglobal/eu/docs/pdf/Global%20Sustainability%20Report%20DIGITAL%20FINAL.pdf> (дата звернення: 24.10.2017).

306. Экологическая сертификация и экомаркировка: заключительный технический отчет по проекту “Гармонизация экологических стандартов (ГЭС II) – Россия” / Р. А. Перелет, Я. П. Молчанова, Е. В. Пашков и др. URL: http://air-q-gov.baes.by/userfiles/file/air_q_RU/CD/chapter_4/4-2/4-2-10.pdf (дата звернення: 24.10.2017).

307. Finding the green in today’s shoppers : Sustainability trends and new shopper insights. GMA/Deloitte Study, 2009. 28 p.

308. Зозульов О. В., Писаренко Н. П. Ринкове позиціонування : з чого починається створення успішних брендів. К. : Знання-Прес, 2004. 199 с.

309. Зозулёв А. В. Поведение потребителя : учеб. пособие. К. : Знання, 2004. 364 с.

310. Зозульов О. В. Мотиваційні маркетингові дослідження : методика розробки списку пошукових запитань. *Маркетинг в Україні*, 2000. № 2. С. 21–23.

311. Бриндза В., Савчинський Р. Чи ми приречені? Що потрібно знати про цінності українців та їх зміну. URL: life.pravda.com.ua/columns/2017/10/23/227073/ (дата звернення: 15.11.2019).

312. Малышев А. В. Новая общесоциологическая теория (парадигма) : монографія. Винница: Винница, 1997. 93 с.
313. Возженников А. В. Национальная безопасность: теорія, практика, стратегія. М. : Модуль, 2000. 234 с.
314. Ручка А. Ціннісна ментальність вікових груп соціуму. *Соціологічні дослідження культури: концепції та практики* : зб. наук. праць / наук. ред. В. М. Щербина, відпов. ред. М. Ю. Наумова. К. : Ін-т культурології НАМУ, 2010. С. 117–127.
315. Горбулін В. П., Качинський А. Б. Засади національної безпеки України. К. : Інтертехнологія, 2009. 272 с.
316. Євтушевська О. Перспективи розвитку етичного споживання в Україні. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*, 2014. Вип. 12. С. 14–17.
317. Використання психології споживання у сучасному маркетингу. URL: <http://osvita.ua/vnz/reports/psychology/10117/> (дата звернення: 15.11.2019).
318. Галушко К. Ю. Ментальність, менталітет. Енциклопедія історії України : Т. 6 : Ла-Мі / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. К. : Наукова думка, 2009. 790 с.
319. Власенко І. Таємниці української душі. 2017. URL: <https://uamodna.com/articles/taemnyci-ukrayinsjkoji-dushi/> (дата звернення: 18.11.2019).
320. Менталітет українського козацтва. URL: moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php?file=/105050/mod_resource/content/1/lekc_Ist_koz_08.pdf (дата звернення: 18.11.2019).
321. Шевченко Т. Забудьте слово “менталітет”. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/zabudte-slovo-mentalitet-2506718.html> (дата звернення: 18.11.2019).
322. Мочерний С. В. Економічний енциклопедичний словник : У 2 т. / [С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна, О. А. Устенко, С. І. Юрій]; за ред. С. В. Мочерного. Львів : Світ, 2006. Т. 2. 2006. 568 с.
323. Балабанова Л. В. Маркетинг : підруч. для студ. вищ. навч. закл. Донецьк : ДонДУЕТ, 2002. 562 с.
324. Энис Б. М., Кокс К. Т., Моква М. П. Классика маркетинга. СПб. : Питер, 2001. 752 с.
325. Хулей Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование; [пер. с англ.]. Донецьк : Баланс Бизнес Букс, 2005. 774 с.

326. Зозульов О. В. Огляд мотиваційних теорій, що використовуються у практиці маркетингової діяльності. *Маркетинг в Україні*, 2003. № 1. С. 39–42.

327. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга : учеб. пособие; [пер. с англ.]. [2-е изд.]. М. : Вильямс, 2000. 688 с.

328. Ілляшенко С. М., Прокопенко О. В. Менеджмент екологічних інновацій : навч. посіб.; за заг. ред. С. М. Ілляшенка. Суми : Вид-во СумДУ, 2003. 266 с.

329. Извеков А. Маркетинговые исследования рынка плодоовощной продукции и его развитие. *Маркетинг*, 2000. № 1(50). С. 40–47.

330. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. М. : Вильямс, 2001. 590 с.

331. Ращенко А. В. Особливості формування попиту на сільськогосподарську продукцію в контексті ставлення. *Агросвіт*, 2012. № 22. С. 30–34.

332. Зіновчук Н. В., Ращенко А. В. Екологічний маркетинг : навч. посіб. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.

333. Pride F. Marketing : concept and strategies. Boston etc., 1989. 818 p.

334. Юлдашева О. Когнитивный маркетинг : основные положения и терминологический аппарат. *Маркетинг*, 2006. № 1. С. 34–43.

335. Безрученко А. Пятый элемент маркетинговых коммуникаций. *Компаньон. Стратегии*, 2002. № 6. С. 16–21.

336. Варягам и аборигенам. Украина. Что есть и что может быть. *Торговое дело*, 2005. № 10. С. 26–31.

337. Траут Д. Новое позиционирование. СПб. : Питер, 2000. 192 с.

338. Траут Дж. Дифференцируйся или умирай! СПб. : Питер, 2002. 224 с.

339. Теория маркетинга / Под ред. М. Бейкера. СПб. : Питер, 2000. 464 с.

340. Энис Б. М., Кокс К. Т., Моква М. П. Классика маркетинга. СПб. : Питер, 2001. 752 с.

341. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг : учеб. пособие ; [пер с нем. А. М. Макарова] ; под ред. И. С. Минко. М. : Высшая школа, 1995. 255 с.

342. Безрученко А. - 50% по Трауту. & *Стратегии*, 2004. № 6. С. 20–27.

343. Юлдашева О. Когнитивный маркетинг : основные положения и терминологический аппарат. *Маркетинг*, 2006. № 1. С. 34–43.

344. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий ; [пер с англ.] ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб. : Питер, 2000. 336 с.
345. Тамберг В., Бадьин А. Новое позиционирование. *Отдел маркетинга*, 2005. № 5. С. 12–15.
346. Фромм Э. Человек для себя. Минск : Харвест, 2003. 352 с.
347. Responsabilidade Social das Empresas – Percepção do Consumidor Brasileiro, Pesquisa 2001. Instituto Ethos. URL: <https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/5Pesquisa-2001.pdf> (дата звернення: 18.11.2019).
348. The Millenium Poll on Corporate Social Responsibility. Global Public Opinion on the Changing Role of Companies. Environics International Ltda, 2000. URL: https://globescan.com/wp-content/uploads/2018/01/GlobeScan_Millennium_Poll_1999_FullReport.pdf (дата звернення: 18.11.2019).
349. Responsabilidade Social das Empresas – Percepção do Consumidor Brasileiro, 2004. URL: https://www.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/02/27-pesq_consum2004.pdf (дата звернення: 18.11.2019).
350. Jackson T. Motivating Sustainable Consumption – a review of evidence on consumer behaviour and behavioural change. University of Surrey. 2005. 170 p.
351. Ильин В. Потребление как дискурс. URL: <http://www.old.jourssa.ru/2007/CB5/Ilyin.pdf> (дата звернення: 18.11.2019).
352. Набруско І. Стилі споживання та проблеми статусної нерівності в контексті сучасної України. *Розвиток демократії і демократична освіта в Україні* : IV міжн. конф. (м. Ялта, 28–30 вересня 2006 р.) ; редкол. В. П. Андрущенко (голова) [та ін.]. К. : НПУ, 2007. С. 497–501.
353. Сальтевская Т. Г. “Институциональные ловушки” в моделях потребления украинского общества. *Научные труды ДонНТУ. Серия : экономическая*, 2007. Вып. 31–3. С. 27–30.
354. Веблен Т. Теория праздного класса ; пер. с англ. М. : Прогрес, 1984. 368 с.
355. Бурдые П. Структура, Габитус, Практика. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 1998. Вып. 2. URL: <http://joutssa.ru/1998/2/4bourd.html> (дата звернення: 18.11.2019).
356. Зиммель Г. Избранное. Созерцание жизни ; [пер. с нем.] / состав. С. Левит, Л. Скворцов. Т. 2. М. : Юристь, 1996. 607 с.

357. Тоффлер Е. Третя Хвиля ; [пер. з англ. А. Єва]. К. : Всесвіт, 2000. 475 с.
358. Черевко Ю. Альтернативні моделі споживання та їх прояви в споживчих практиках української молоді. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : зб. наук. праць. Вип. 16. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2010. Вип. 16. С. 387–391.
359. Ильин В. Гендерные модели потребления. URL: [//www.consumers.narod.ru/lections/gender.html](http://www.consumers.narod.ru/lections/gender.html) (дата звернення: 18.11.2019).
360. Consumption : Stakeholder Perspectives A Collection of Personal Essays by World Economic Forum Members and Constituents involved in the Forum's Sustainable Consumption Initiative 2008–2012 and associated Global Agenda Council on Sustainable Consumption. World Economic Forum, Geneva, Switzerland, 2013. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_ENV_SustainableConsumption_Book_2013.pdf (дата звернення: 18.16.2017)
361. Leppnen J. et al. Scenarios for Sustainable Lifestyles 2050 – From Global Champions to Local Loops. *SPREAD Consortium* (Helsinki, 2012). URL: http://www.sustainablelifestyles.eu/fileadmin/images/content/D4.1_FourFutureScenarios.pdf (дата звернення: 18.11.2019).
362. The Global Footprint Network; Trendalyzer Tool by Gapminder. URL: <https://www.footprintnetwork.org/resources/> (дата звернення: 18.11.2019).
363. Powers Th. L. Modern Business Marketing: A Strategic Planning Approach to Business and Industrial Markets. 1991. P. 38–39.
364. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения : в 50 т. ; Ин-т марксизма-ленинизма. 2-е изд. М. : Политиздат, 1968. Т. 46. Ч. 2. 618 с.
365. Варналій З. С. Економічна та фінансова безпека України в умовах глобалізації. К. : Знання України, 2020. 423 с.
366. Эткинсон Дж., Уилсон Й. Стратегический маркетинг : ситуации, примеры : учеб. пособие ; [пер. с англ.] ; ред. проф. Ю. А. Цыпкина. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 471 с.
367. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг : стратегический подход ; [пер. с англ.] ; под ред. Д. О. Ямпольской. СПб. : Питер, 2001. 288 с.

368. Березіна О. Ю. Сучасні моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Економічний простір* : зб. наук. праць. Дніпропетровськ : ПДАБА, 2010. № 41. С. 194–202.

369. Березіна О. Ю. Теоретичні підходи до визначення поняття “корпоративна соціальна відповідальність”. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. Серія: Економічні науки. Житомир : ЖДТУ, 2010. Вип. 3. Ч. 1. С. 223–225.

370. Белявська К. С. Соціальна відповідальність бізнесу : еволюція поглядів на проблему. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2011. № 1. С. 228–334.

371. Романуха О. М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2016. № 2. Т. 1. С. 198–204.

372. Абрамов Р. Корпоративная социальная ответственность как пример организационного изоморфизма в условиях глобализации. *Журнал исследований социальной политики*, 2005. № 3. С. 327–346.

373. Офіційний сайт медійного холдингу “1+1 media”. URL: <https://media.1plus1.ua>. (дата звернення: 12.02.2019 р.).

374. Каткова Н. В., Бурлан С. А., Маслова К. В. Відображення заробітної плати як показника соціальної відповідальності бізнесу в обліку і звітності. *Бізнес Інформ*, 2017. № 12. С. 306–310.

375. Шмиголь Н. М. Впровадження елементів корпоративної соціальної відповідальності в систему управління підприємством: стратегії, дохід, ефективність. *Вісник Запорізького національного університету*, 2009. № 1(4). С. 212–216.

376. Відповідальний маркетинг : Гайд для компаній. URL: http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/Marketing_Fin.pdf (дата звернення: 18.07.2017).

377. Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. М. : ЕКСМО, 2011. 197 с.

378. Котлер Ф. Маркетинг Менеджмент ; [пер. с англ.]. [11-е изд.]. СПб. : Питер, 2005. 800 с.

379. Байрамова Е. Е. Споживач у системі корпоративної соціальної відповідальності. *Грані*, 2013. № 11. С. 54–60.

380. Виттенберг Е. Я. Социальная ответственность на постсоветском пространстве. М. : РГГУ, 2011. 477 с.

381. Внутрішня документація Регіонального центру якості Запорізької торгово-промислової палати.
382. Євтушевський В., Махніч Г. Сучасний стан та проблеми забезпечення якості продукції на вітчизняних підприємствах. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*, 2009. Вип. 108. С. 59–63.
383. Зеленська І. Стан розвитку систем управління якістю в Україні. *Економічний аналіз*, 2011. Вип. 9. Ч. 2. С. 115–119.
384. Перелік сертифікатів на системи управління якістю ДСТУ ISO 9001:2009. URL: <http://www.ukrndnc.org.ua> (дата звернення: 18.07.2012).
385. Ильин В. В. Практические вопросы управления качеством или пособие по подготовке к разработке и внедрению системы менеджмента качества. URL: <http://quality.eur.ru/MATERIALY14/pvuk.htm> (дата звернення: 18.07.2012).
386. Mohammed Rafiq, Pervaiz K. Ahmed. Advances in the Internal Marketing Concept: Definition, Synthesis and Extension. *J. of Services Marketing*, 2000. Vol. 14. № 6. P. 449–462.
387. Окунева О. В. Концептуальне моделювання бізнес-процесів внутрішнього маркетингу. *Інноваційна економіка*, 2012. № 3. С. 229–234.
388. Окунева О. В. Генезис концепції внутрішнього маркетингу. *Економічний вісник НТУУ “КПІ”* : зб. наук. праць, 2011. № 8. С. 390–396.
389. Varey R. Internal Marketing: a Review and some Interdisciplinary Research Challenges. *International Journal of Service Industry Management*, 1995. Vol. 6. № 1. P. 40–63.
390. Sinčić D., Vokić N. Pološki. Integrating internal communications, human resource management and marketing concepts into the new internal marketing philosophy. *FEB – Working Paper* № 07–12. URL: https://www.researchgate.net/publication/23754733_Integrating_internal_communications_human_resource_management_and_marketing_concepts_into_the_new_internal_marketing_philosophy (дата звернення: 10.11.2019).
391. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент : підруч. К. : КНЕУ, 2009. 328 с.
392. Зозульов О. В. Концептуальні напрямки досліджень внутрішнього маркетингу. *Проблеми системного підходу в економіці*. URL: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2012_1/Zozulyov_112.htm (дата звернення: 18.07.2017).

393. Кревенс Д. В. Стратегический маркетинг ; [6-е изд.] ; пер. с англ. М. : Вильямс, 2003. 752 с.
394. Шемаєва Л. Г. Забезпечення економічної безпеки підприємства на основі управління стратегічною взаємодією із суб'єктами зовнішнього середовища. *Управління проектами та розвиток виробництва*, 2015. № 3(55). С. 20–33.
395. A Zero Waste Programme for Europe. *SWD*, 2014. № 211. URL: <http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/pdf/AnalysisEUtarget.pdf> (дата звернення: 03.08.2018).
396. Мусіна Л. А., Кваша Т. К. Дослідження впливу ресурсоефективності на економічний розвиток в країнах – лідерах “зеленої” модернізації. *Проблеми економіки*, 2014. № 4. С. 53–61.
397. Мусіна Л. А., Кваша Т. К. Ресурсоефективна економіка: європейські тенденції та уроки для України. *Економічний аналіз* : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет ; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2014. Т. 18. № 1. С. 51–62.
398. Підходи та практики ресурсоефективного виробництва. Посібник для успішного бізнесу. К. : EaP Green, 2015. 38 с.
399. Керівництво ЮНІДО з більш чистого виробництва. URL: <http://ресрс.kpi.ua/uk/node/107> (дата звернення: 03.08.2018).
400. Національна концепція впровадження та розвитку екологічно чистого виробництва в Україні (проект). Одеса : ІПРЕЕД НАН України, 2005. 24 с.
401. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.10.2007 № 880-р Київ “Про схвалення Концепції національної екологічної політики України на період до 2020 року”. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/880-2007-%D1%80> (дата звернення: 25.05.2019).
402. Бобровська О.Ю. Сталий розвиток регіонів України: проблеми і шляхи їх розв’язання. URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01\(15\)/15.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01(15)/15.pdf) (дата звернення: 25.09.2019).
403. Довкілля України за 2018 рік. Статистичний збірник. К. : Державна служба статистики України, 2019. 214 с.
404. Білявська Ю. В. Екологічний менеджмент підприємства. *Економіка України*. 2016. № 4. С. 104–111.
405. Ілляшенко С. М., Прокопенко О. В. Екологічний маркетинг. *Економіка України*, 2003. № 12. С. 56–61.

406. Технічні бар'єри і санітарні та фітосанітарні заходи в міжнародній торгівлі: види, тенденції розвитку, регулювання. Посібник державного службовця / За ред. І. В. Бураковського, К. Кравчука, В. Мовчан : К., 2015. – 244 с.

407. Закон України “Про технічні регламенти та оцінку відповідності” від 15.01.2015 № 124-19. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/124-19> (дата звернення: 03.08.2018).

408. New Approach Standardisation in the Internal Market. URL: <http://www.newapproach.org/> (дата звернення: 03.08.2018).

409. Council Resolution of 21 December 1989 on a global approach to conformity assessment. URL: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31990Y0116\(01\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31990Y0116(01)) (дата звернення: 03.08.2018).

410. Штефан Н. В. Технічне регулювання в Україні: проблеми та досягнення. *Системи обробки інформації*, 2011. № 6(96). С. 17–19.

411. Кривошея С. О., Дядюра К. О. Обґрунтування національної системи технічного регулювання та її трансформації до загальноєвропейської. *Системи і процеси управління*, 2015. № 2/3(22). С. 56–60.

412. Антонюк К. І. Маркетингове забезпечення функціонування системи управління якістю на підприємстві. *Зб. наук. праць Донецького державного університету управління “Логістика в контексті євроінтеграційної стратегії України”*. Серія : Економіка. Донецьк : ДонДУУ, 2012. Т. 13. Вип. 242. С. 241–248.

413. Антонюк К.І. Проблеми розвитку систем управління якістю крізь призму теорії маркетингу. *Розвиток фінансових методів державного управління національною економікою та економікою підприємства* : зб. наук. праць. Серія : Економіка. Донецьк : ДонДУУ, 2012. Т. 13. Вип. 239. С. 7–16.

414. Геєць В.М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку. К. : Ун-т економ. та прогнозув. НАН України, 2009. 864 с.

415. Тамбовцев А., Тамбовцева Т. Зеленая логистика для устойчивого развития. *Управление и устойчивое развитие*, 2011. № 29. С. 197–203.

416. Современная логистика / Д. Джонсон, Д. Вуд, Д. Л. Мерфи-мл., Р. Поль. 7-е изд., [пер. с англ.] М. : Вильямс, 2002. 624 с.

417. Закон України “Про об'єкти підвищеної небезпеки”, редакція від 26.04.2014. Сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 23.05.2018).

418. Кузьмин О., Жежуха В. Кластери як чинник інноваційного розвитку підприємств і територіальних утворень. *Економіка України*, 2010. № 2. С. 14–23.

419. Алькема В. Аналіз логістичних утворень як суб'єктів економічної безпеки. *Економічний аналіз*, 2010. № 7. URL: http://econa.at.ua/Vypusk_7/alkema.pdf (дата звернення: 23.05.2018).

420. Govindan K., Azevedo S., Carvalho H., Cruz-Machado V. Impact of supply chain management practices on sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 2014. № 85. P. 212–225.

421. Гурч Л. М., Хмара Л. Є. Розвиток “зеленої логістики” в Україні. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*. Логістика, 2014. № 811. С. 15–21.

422. Забезпечення безпеки постачання. URL: http://www.ier.com.ua/ua/Ukraine_EU_project/materials/AA_title_4/energy_trading/securit (дата звернення: 23.05.2018).

423. Мулярчик М. Б. Безпека матеріальних потоків в логістиці. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/12970/1/80_Muljarchik_172-174_69.pdf (дата звернення: 23.05.2018).

424. Международные стандарты логистических услуг. URL: <http://ukr-china.com/blog/spravochnyie-stati/mezhdunarodnyie-standartyi-logisticheskix-uslug> (дата звернення: 23.05.2018).

425. Логістика майбутнього. Оптимізація доставки вантажів завдяки високим технологіям. URL: <http://dhl-logistics.com.ua/uk/61-ostanni-novini/150-logistika-majbutnogo-optimizatsiya-dostavki-vantazhiv-zavdyaki-visokim-tekhnologiyam> (дата звернення: 23.05.2018).

426. (Не)європейские стандарты украинской логистики. URL: <http://logist.fm/publications/ne-evropeyskie-standarty-ukrainskoj-logistiki> (дата звернення: 23.05.2018).

427. Письменна О. П., Баранова О. С., Шкринда О. М. Захист прав споживачів під час придбання продукції через мережу Інтернет. *Порівняльно-аналітичне право*, 2015. № 1. С. 59–62.

428. Gnana Dhas C. J. E-Commerce – Consumer Protection Model January 2011. URL: <https://www.researchgate.net/publication/327368899> (дата звернення: 16.06.2018).

429. Fibrianti Nurul Consumer protection in electronic transactions. *International Journal of Business, Economics and Law*, 2017. Vol. 12. Issue 4 (Law). P. 67–69.

430. Consumer protection in electronic commerce. *Note by the UNCTAD secretariat*. Second session (Geneva, 3–4 July 2017). Item 3 (e) of the provisional agenda. URL: https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/cicplpd7_en.pdf (дата звернення: 16.06.2018).

431. Цимбалюк І. В. Безпека електронної торгівлі (організаційно-правовий аспект). *Правова інформатика*, 2012. № 3(35). С. 70–77.

432. О ЮНСИТРАЛ. URL: http://www.uncitral.org/uncitral/ru/about_us.html (дата звернення: 16.06.2018).

433. Шалева О. І. Електронна комерція : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2011. 216 с.

434. Електронна комерція в Україні. Статистика за 2015–2016 рр. URL: <http://nuigde.biz/uk/blog/elektronnaya-kommerciya-v-ukraine-statistika-za-2015-2016-goda.html> (дата звернення: 25.05.2019).

435. Плєскач В., Бородачова Н., Олексюк Л. Як уряду України розбудувати державну політику у сфері е-торгівлі : аналітичний документ. Платформа громадянського суспільства Україна-ЄС : Проект «Громадська синергія», 2018. 50 с.

436. Admitad Annual Report 2017/2018. URL: <https://belretail.by/article/esommerce-prodaji-v-mire-po-itogam-goda-vyirosli-na-do-mlrd> (дата звернення: 25.05.2019).

437. Цікаві факти про інтернет-торгівлю у світі в 2019 році. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/> (дата звернення: 25.05.2019).

438. E-commerce прогноз развития электронной коммерции Украины 2017–2018 и про бизнес на рынке Украины. URL : <https://www.web-mashina.com/.../ecommerce-prognoz-elektronnoi-kommercii-ukrainy-2017-2018> (дата звернення: 25.05.2019).

439. Online Retail is Front and Center in the Quest for Growth. URL: http://www.atkearney.com/consumer-products-retail/e-commerce-index/full-report/-/asset_publisher/87xbENNHPZ3D/content/online-retail-is-front-and-center-in-the-quest-for-growth/10192#sthash.rsqRdoNX.dpuf (дата звернення: 25.05.2019).

440. В Україні на початок 2017 року нараховано 21,6 млн користувачів інтернету. URL: <https://promo.semantrum.net/uk/2017/04/21/v-ukrayini-na-pochatok-2017-roku-narahovano-21-6-mln-koristuvachiv-internetu/> (дата звернення: 25.05.2019).

441. Гліненко Л. К., Дайновський Ю. А. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України, *Менеджмент та маркетинг інновацій*, 2018. № 1. С. 83–102.

442. Роздрібна торгівля в Україні за рік зросла на 800 мільярдів: області-лідери товарообігу. URL: <https://economics.unian.ua/finance/2364798-rozdribna-torgivlya-v-ukrajini-za-rik-zroslo-do-ponad-800-milyardiv-oblasti-lideri-tovaroobigu.html> (дата звернення: 24.05.2019).

443. Электронная коммерция в Украине 2018: цифры, факты, интересная статистика. URL: <https://ag.marketing/.../elektronnaya-kommertsiya-v-ukraine-2018/> (дата звернення: 24.05.2019).

444. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют. URL: https://bank.gov.ua/files/Exchange_r.xls (дата звернення: 24.05.2019).

445. В2С в електронній комерції: Європейський вектор України. URL: http://www.ier.com.ua/ua/sme_development/Policy_papers_LEV?pid=5529 (дата звернення: 24.05.2019).

446. Успенский И. В. Интернет-маркетинг: учебник. СПб. : Изд-во СПГУЭиФ, 2003. URL: <http://www.aup.ru/books/m80/5.htm> (дата звернення: 26.05.2019).

447. Дробышева В. Г., Черноиванов А. П. Роль и место информационных технологий в системе экономической безопасности государства. *Социально-экономические явления и процессы*, 2011. № 3–4. С. 87–93.

448. Орлик О. В. Інформаційні технології забезпечення безпеки електронного бізнесу. *Кібербезпека в Україні: правові та організаційні питання* : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 21 жовтня 2016 р.). Одеса : ОДУВС, 2016. С. 167–169.

449. UNCTAD. E-commerce and Development Report 2004. United Nations. N.Y. and Geneva, 2004. 244 p.

450. Nicoleta Andreea. Consumer protection in electronic commerce. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov Series V: Economic Sciences*, 2016. Vol. 9(58). № 1. P. 301–308.

451. Boşcor D. Export strategies adopted by Romanian SME. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov* 8(57), 2015. Series V. № 1. P. 227–232.

452. Global Internet and E-Commerce Trends 2010 // yStats.com GmbH & Co. KG, 2010. 251 p.

453. Павлов А. П., Колосов А. В. Информационные технологии экономической безопасности бизнеса. *Мир науки. Научный Интернет журнал*, 2013. Вып. 1. URL: <http://mir-nauki.com/PDF/02EMN113.pdf> (дата звернення: 08.10.2016).

454. Смирнова Л. Я. Анализ основных видов преступлений в сфере электронной коммерции. *Закон и право*, 2007. № 2. С. 83–85.
455. Новожилова М. В., Леушина Н. А. Моделі і методи забезпечення безпеки в системах електронної комерції. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики* : зб. наук. праць. Харків : ІБС УБС НБУ, 2008. № 2(5). С. 71–76.
456. Eastern Europe E-Commerce Report 2009 // yStats.com GmbH & Co. KG, 2010. 110 p.
457. Книга скарг. Всеукр. громад. організація “Союз споживачів України”. URL: http://consumerunion.com.ua/ua/kniga_skarg/page/10.htm (дата звернення: 03.08.2018).
458. Кузьміна М. М. Правове регулювання захисту прав споживачів в Інтернет-торгівлі. *Право та інновації*, 2014. № 3(7). С. 36–42.
459. Szopiński T. E-konsument na rynku usług. Warszawa : CeDeWu, 2012. 193 s.
460. Капцош В. Я. Стан та особливості розвитку інтернет-торгівлі товарами в міжнародному вимірі, *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 2017. № 13. Ч. 1. С. 115–119.
461. Dobiegała-Korona B., Doligalski T., Korona B. Konkurowanie o klienta e-marketingiem. – Warszawa : Difin, 2004. 215 s.
462. Белов С., Мартиненко С. Ризикована привабливість. URL: [//www.business.if.ua/themes/business](http://www.business.if.ua/themes/business) (дата звернення: 17.04.2019).
463. Пелех М. Я., Шопіньські Т. Й. Захист прав споживачів у сфері електронної торгівлі (e-commerce). *Бюлетень Міністерства юстиції України*, 2014. № 9. С. 123–128.
464. Проект з торговельної політики. Основні тенденції правового регулювання у сфері електронної комерції / С. Сагайдачний. USAID : International Group Development LLC, 2017. URL: <https://me.gov.ua/Files/GetFile?lang=uk-UA&fileId=ef24ad38-38b0-4db9-83d0-c69d58a2712f> (дата звернення: 03.08.2018).
465. Lubasz D. Handel elektroniczny. Bariery prawne. – Warszawa : Wydawnictwo Lexis Nexis, 2013. 498 s.
466. Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC

of the European Parliament and of the Council. URL: <http://eur-lex.europa.eu> (дата звернення: 17.04.2019).

467. Hendriksen M., Grow Dg. E-commerce and product safety – key challenges. European Commission. URL: <https://docplayer.net/10824619-E-commerce-and-product-safety-key-challenges.html> (дата звернення: 17.04.2018).

468. Козивкин В. В. Экономическая безопасность промышленного предприятия. URL: http://secandsafe.ru/pravovaya_baza/blogi/ekonomicheskaya_bezopasnost/ekonomicheskaya_bezopasnost_promyshlennogo_predpriyatiya (дата звернення: 08.10.2016).

469. Будянский П. С. Роль информационных технологий в современной экономике. URL: <http://economyar.narod.ru/budjnskii.pdf> (дата звернення: 08.10.2016).

470. Директива № 2000/31/ЄС Європейського Парламенту та Ради “Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку” (“Директива про електронну комерцію”) від 8.06.2000. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_224 (дата звернення: 17.04.2019).

471. Закон України “Про електронну комерцію” від 03.09.2015 № 675. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/675_19 (дата звернення: 17.04.2019).

472. Татаров О. Закон “Про електронну комерцію” : сподівання та реалії. URL: <https://blog.liga.net/user/otatarov/article/19348> (дата звернення: 08.10.2016).

473. Директива Європейського Парламенту та Ради від 13.12.1999 № 1999/93/ЄС “Про електронні підписи, що застосовуються в межах Співтовариства”. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_240 (дата звернення: 17.04.2019).

474. ЕЦП : досвід Польщі, Німеччини та Канади. URL: <https://www.apteka.ua/article/480412> (дата звернення: 17.04.2019).

475. Директива “Про захист прав споживачів у дистанційних контрактах” від 20.05.1997 № 97/7/ЄС. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_245 (дата звернення: 08.10.2016).

476. Державне агенство з питань електронного урядування України. URL: <https://www.e.gov.ua/ua> (дата звернення: 17.04.2019).

477. Мартякова О., Василенко Т. Проблеми партнерства бізнесу, влади та суспільства в системі регіонального розвитку. *Схід*, 2011. № 1(108). С. 97–100.

478. Котенок А. Г. Форми прояву діалектики ринкової і соціальної справедливості у розвитку сучасних систем. *Стратегія економічного розвитку України* : зб. наук. праць / Міноосвіти України, ДВНЗ “КНЕУ ім. Вадима Гетьмана”, Український Союз промисловців і підприємців. К. : КНЕУ, 2012. № 31. С. 17–23.

479. Орехов А. М. Справедливость как базисный принцип устройства общества: путь к очевидности. *Вопросы философии*, 2010. № 9. С. 60–74.

480. Пирогов Г. Г., Ефимов Б. А. Социальная справедливость: генезис идей. *СОЦИС*, 2008. № 9. С. 3–11.

481. Величко О. П. Наукове пізнання менеджменту : текст лекції. Д. : ДДАУ, 2004. 20 с.

482. Євтушевський В. Л. Еколого-економічний потенціал України : відтворення в умовах формування ринкових відносин : дис. ... д-ра екон. Наук : 08.08.03; Київський університет імені Тараса Шевченка. К., 1997. 428 с.

483. Тютюнникова С. В., Ганжерли А. О. От дефицита к консюмеризму: особенности личного потребления в условиях рыночной трансформации экономики. *Вісник Національного університету “Юридична академія України імені Ярослава Мудрого”*. Серія : Економічна теорія та право, 2014. № 3. С. 113–122.

484. Антонюк К. І., Антонюк Д. А. Безпека споживання як ключова детермінанта сучасної системи технічного регулювання України. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. Серія : Економічні науки. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2016. Вип. 3(64). С. 66–75.

485. Байрамова Е. Е. Споживач у системі корпоративної соціальної відповідальності. *Грані sociology*, 2013. № 11(103). С. 54–59.

486. Tukker A., Cohen M. J., Huijckes K., Mont O. Sustainable Consumption and Production. *Journal of Industrial Ecology*, 2010. № 14(1). P. 1–3.

487. Михайлова Е. Г. Устойчивое потребление и производство: интегрирующая роль экологической сертификации. *Сибирская финансовая школа*, 2017. № 6. С. 11–14.

488. Маркетинг : бакалаврський курс : підручник [за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка]. Суми : Університетська книга, 2009. 1134 с.

489. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія [за ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка]. Суми: Університетська книга, 2008. 272 с.

490. Ілляшенко Н. С. Маркетинг та інновації як головні функції бізнесу. *Механізм регулювання економіки*, 2007. № 2. С.77–92.

491. Реконструктивний економічний розвиток: основні напрями, ефективність і соціальна справедливість : монограф. збірник / за ред. акад. НАН України В. М. Гейця , чл. кор. НАН України А. А. Гриценка. К. : ДУ “Ін-т екон. та прогнозув. НАН України”, 2016. 240 с.

492. Флейчук М. І. Легалізація економіки та протидія корупції у системі економічної безпеки: теоретичні основи та стратегічні пріоритети в умовах глобалізації. Львів : Ахілл, 2008. 660 с.

493. Krysovatyu A., Mokiу A., Zvarych R., Zvarych I. Alterglobalization via the inclusive circular economy paradigm. *Economic Annals – XXI*, 2018. Vol. 174, Issue 11–12. P. 4–9.

494. Reinert E. How Rich Countries Got Rich ... and Why Poor Countries Stay Poor. New York : PublicAffairs, 2008. 400 p.

495. Reinert E. S. European Integration, Innovations and Uneven Economic Growth: Challenges and Problems of EU 2005. *Working Papers in Technology Governance and Economic Dynamics*. URL: https://www.researchgate.net/publication/39923475_European_Integration_Innovations_and_Uneven_Economic_Growth_Challenges_and_Problems_of_EU_2005 (дата звернення: 09.12.2019).

496. Reinert E. S. Development and Social Goals : Balancing Aid and Development to Prevent ‘Welfare Colonialism’. *DESA Working Paper*. URL: https://www.un.org/esa/desa/papers/2006/wp14_2006.pdf (дата звернення: 09.12.2019).

497. Соціальна безпека : теорія та українська практика : монографія / І. Ф. Гнибіденко, А. М. Колот, О. Ф. Новікова та ін.; за ред. І. Ф. Гнибіденка, А. М. Колота, В. В. Рогового. К. : КНЕУ, 2006. 292 с.

498. Одінцов М. М. Моделювання факторів формування продовольчої безпеки. URL: www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=113 (дата звернення: 18.02.2019).

499. Тіщенко М. Г. Проблеми забезпечення продовольчої безпеки України. URL: www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2208 (дата звернення: 18.02.2019).

500. Ульянченко О. В., Прозорова Н. В. Продовольча безпека – основа національної безпеки держави. URL: http://congressworld.com.ua/blog_article.php?id=5 (дата звернення: 18.02.2019).

501. Руликівський В. П. Роль та місце продовольчої безпеки в системі забезпечення національної безпеки України. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07rvpnbu.htm> (дата звернення: 20.02.2019).

502. Балабан С. В. Оцінювання рівня продовольчої безпеки регіону. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2019/оцінювання-рівня-продовольчої-безпе/> (дата звернення: 18.02.2019).

503. Бадуев Б. В. Продовольственная безопасность Японии : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 “Мировая экономика”. М., 2007. С. 12–13.

504. Азаров С. І., Литвинов Ю. В., Сидоренко В. Л. Екологічна безпека як складова національної безпеки України. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*, 2012. Вип. 2(73). С. 142–146.

505. Толкачов В. С. Безпека інформації, як складова інформаційної безпеки держави. URL: <http://stratcom.co.ua/bezpeka-informatsiyi-yak-skladova-informatsijnoyi-bezpeki-derzhavi/> (дата звернення: 30.01.2019).

506. Прожиточный минимум в Украине. URL: <https://index.minfin.com.ua/labour/wagemin/> (дата звернення: 23.05.2018).

507. Research & Branding Group. URL: <http://rb.com.ua/rus/projects/omnibus/9163/> (дата звернення: 15.11.2019).

508. Третє всеукраїнське муніципальне опитування from Ratinggroup Group. URL: http://ratinggroup.ua/research/regions/tretiy_vseukrainskiy_municipalnyu_opros.html (дата звернення: 15.11.2019).

509. Результати загальнонаціонального дослідження, проведеного Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з соціологічною службою Центру Разумкова. URL: <http://dif.org.ua/uploads/pdf/6525892325863dda7cb3426.54613456.pdf> (дата звернення: 18.11.2019).

510. Блэкуэлл Д., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей ; [пер. с англ.] ; под ред. Л. А. Волковой. [9-е изд.]. СПб. : Питер, 2002. 624 с.

511. Кролар Ж. Ф. Методы продаж. М., 1993. 244 с.

512. Pride F. Marketing : concept and strategies. Boston etc., 1989. 818 p.

513. Безрученко А. - 50% по Трауту. & *Стратеги*, 2004. № 6. С. 20–27.

514. List of Values. URL: www.stevepavlina.com/articles/list-of-values.htm (дата звернення: 15.11.2019).
515. Values List from Brefi Group. URL: brefigroup.co.uk/resources/values_list.html (дата звернення: 16.06.2018).
516. Elster J. Rational Choice. Oxford: Basil Blackwell, 1986. 266 p.
517. Homans G. Social Behaviour: its elementary forms. London : Routledge and Kegan Paul, 1961. 404 p.
518. Ajzen I., Fishbein M. Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc., 1980. 278 p.
519. Eagly A., Chaiken S. The Psychology of Attitudes. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanich, 1993. 794 p.
520. Fishbein M. The prediction of behaviour from attitudinal variables. In Mortensen, C and K Sereno (eds) *Advances in Communications Research*. New York: Harper and Row, 1973. 331 p.
521. Gutman J. A Means-End Chain Model Based on Consumer Categorization Processes. *Journal of Marketing*, 1982. № 46(2). P. 60–72.
522. Reynolds T., Olson J. Understanding Consumer Decision Making: the means-end approach to marketing and advertising strategy. NJ : Psychology Press, 2001. 466 p.
523. Ajzen I. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991. P. 179–211.
524. Stern P., Oskamp S. 1987. Managing Scarce Environmental Resources. In Stokols D. and I Altman (eds) *Handbook of Environmental Psychology*. New York: Wiley, P. 1043–1088.
525. Stern P. 2000. Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior, *Journal of Social Issues* 56(3), P. 407–424.
526. Lewin K. Field theory in social science; selected theoretical papers. D. Cartwright (ed.). New York: Harper & Row. 1951. 346 p.
527. Schwartz Sh. Normative Influences on Altruism, *Advances in Experimental Social Psychology* 10, 1977. P. 222–279.
528. Schwartz Sh. Universals in the Content and Structure of Human Values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries, in Zanna, M (ed) *Advances in Experimental Social Psychology* 25. San Diego : Academic Press, 1992. P. 1–65.
529. Stern P., Dietz T., Abel T., Guagnano G., Kalof L. A Value-Belief Norm Theory of Support for Social Movements : the case of environmental concern. *Human Ecology Review*, 1999. № 6. P. 81–97.

530. Cialdini R., Kallgren C., Reno R. A Focus Theory of Normative Conduct: a theoretical refinement and re-evaluation of the role of norms in human behaviour. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1991. № 24, P. 201–234.

531. Blumer H. Symbolic Interactionism – perspective and method. Berkeley, CA: University of California Press. 1969. 224 p.

532. Mead G. Mind Self and Society. Chicago : University of Chicago Press. 1934. 536 p.

533. Wicklund R. and Gollwitzer P. *Symbolic Self-Completion*, Hillsdale, NJ: Erlbaum. 1982. 243 p.

534. Festinger L. *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford : University of California Press, 1957. 291 p.

535. Ölander F., Thøgersen J. Understanding Consumer Behaviour as Prerequisite for Environmental Protection. *Journal of Consumer Policy* 1995. № 18, P. 345–385.

536. Bem D. Self-perception Theory. In Berkowitz L. (ed) *Advances in Experimental Social Psychology* 6, London: Academic Press, 1972. № 1, 62 p.

537. Higgins T. Self-discrepancy: a theory relating self to affect. *Psychological Review* 1987. № 94, p. 319–340.

538. Thompson M., Ellis R., Wildavsky A. Cultural Theory. Westview Press, 1990. 285 p.

539. Giddens A. The Constitution of Society: Outline of the theory of structuration. John Wiley & Sons, 2013. 438 p.

540. Triandis H. Interpersonal Behaviour. Monterey, CA : Brooks/Cole, 1977. 329 p.

541. Hovland C., Janis I., Kelley H. Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change. New Haven, CT : Yale University Press, 1953. 315 p.

542. Petty R., Cacioppo J. Attitudes and Persuasion: classic and contemporary approaches. Dubuque, IA : William C Brown, 1981. 314 p.

543. Howard J., Sheth J. The Theory of Buyer Behavior. New York: John Wiley, 1969. 458 p.

544. Powers Th. L. Modern Business Marketing: A Strategic Planning Approach to Business and Industrial Markets. 1991. 39 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

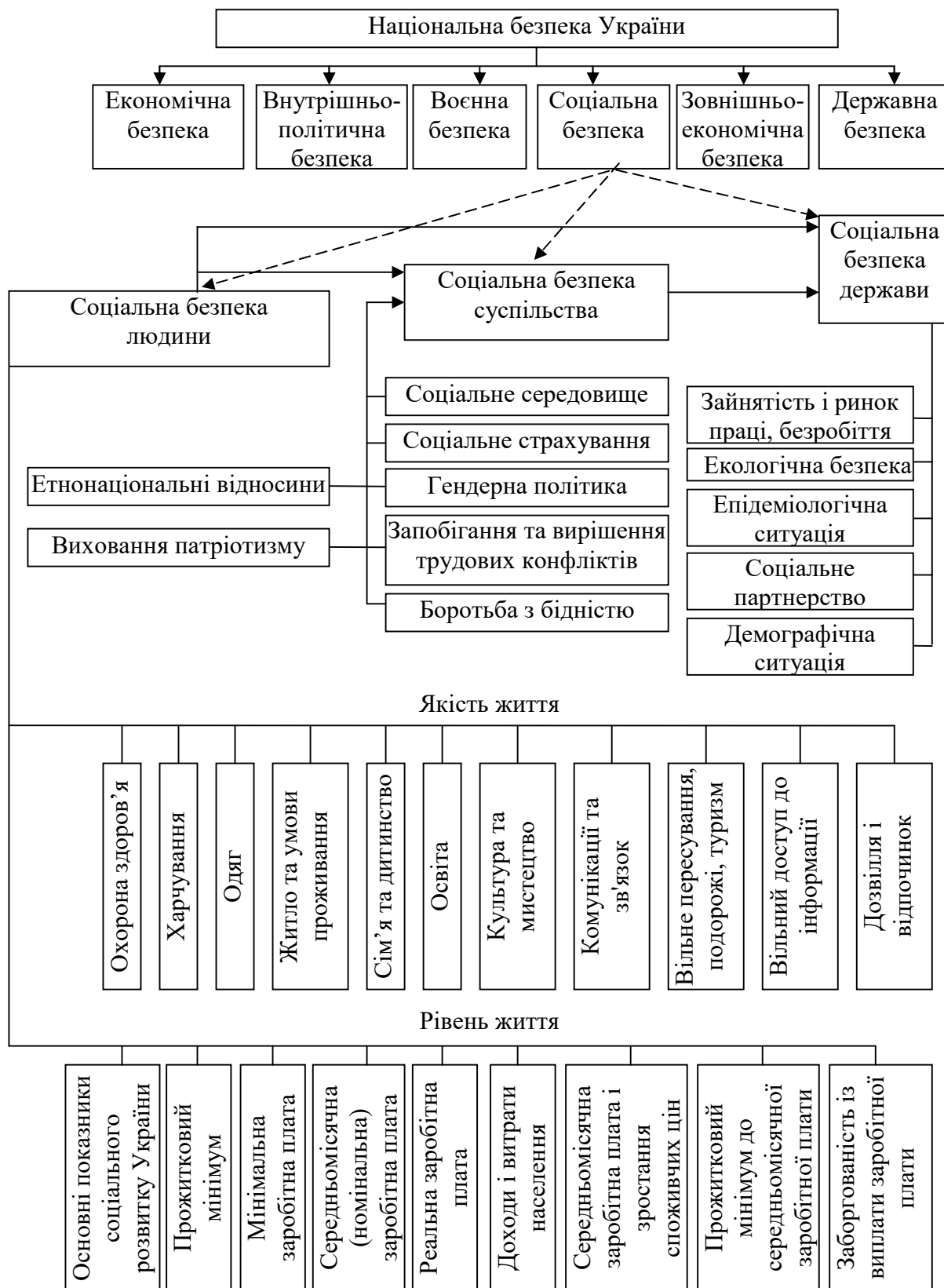


Рис. А1. Місце структурних елементів соціальної безпеки у національній безпеці України

Складено за [497].



Рис. А2. Структурно-логічний зв'язок складових і завдань продовольчої безпеки
 Складено за [498–503].

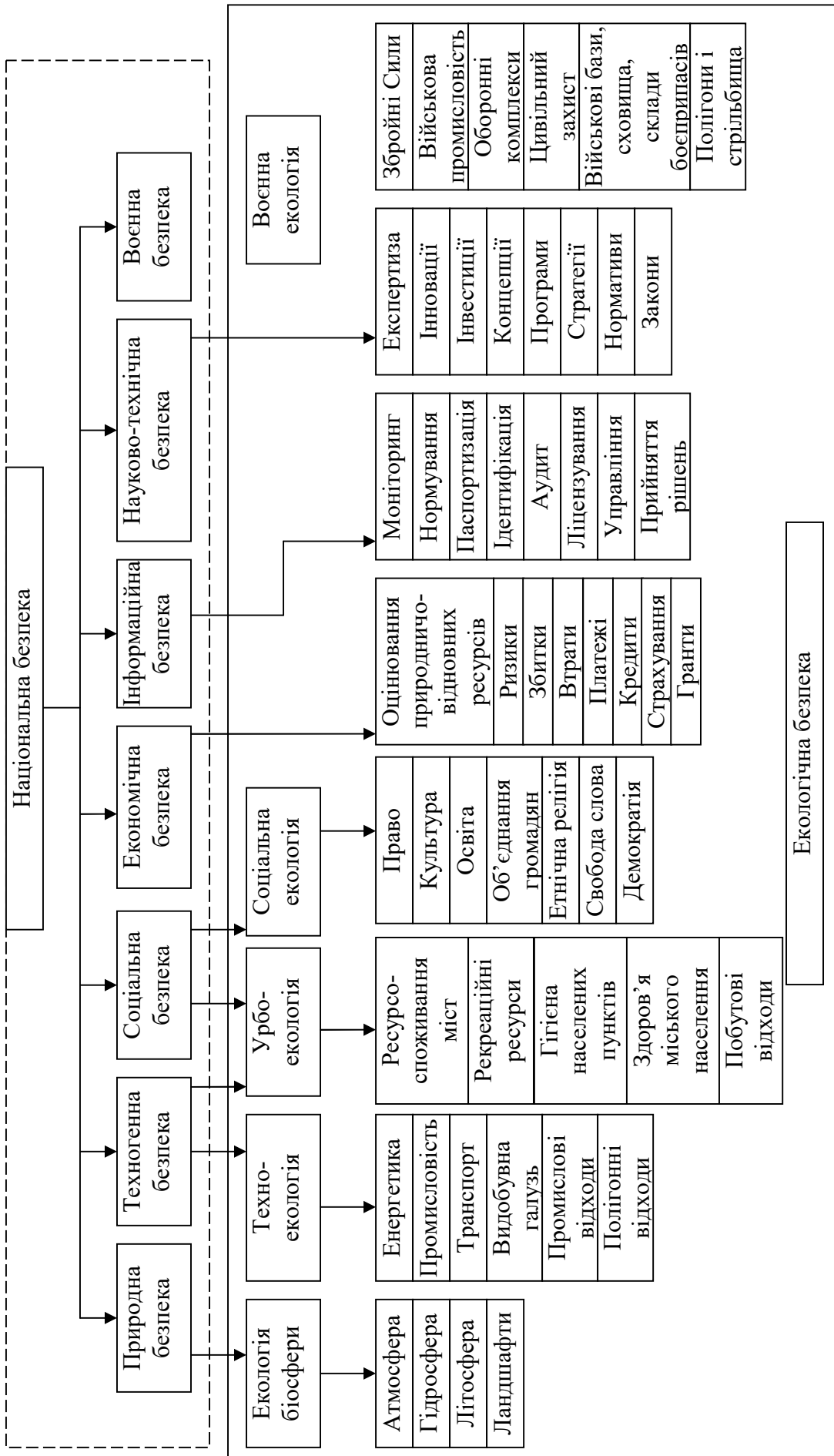


Рис. А3. Структура взаємозв'язків у системі екологічної безпеки держави

Складено за [504].

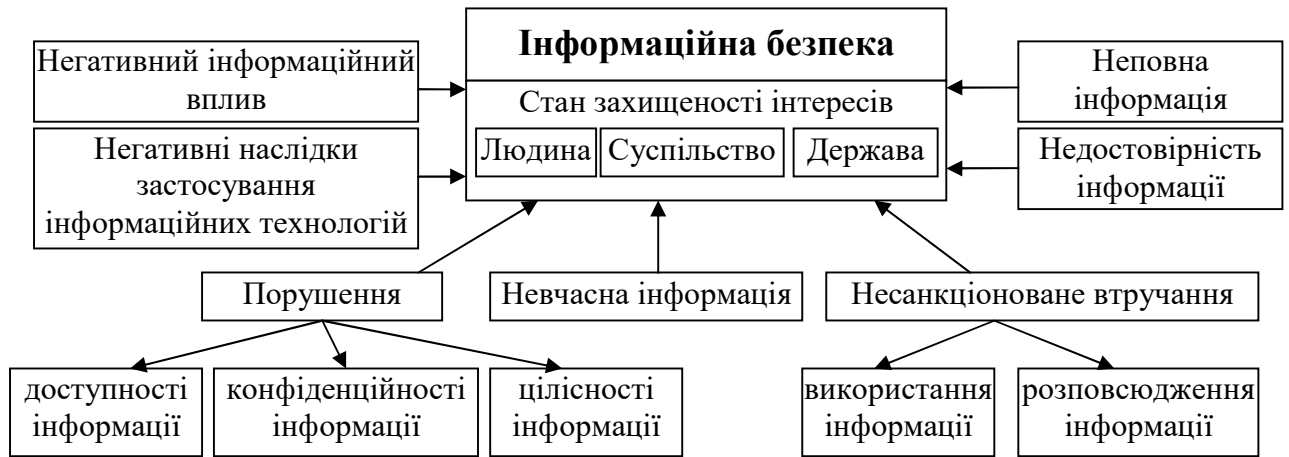


Рис. А4. Складники інформаційної безпеки

Складено за [505].

Додаток Б

АНКЕТА ДЛЯ КІНЦЕВИХ СПОЖИВАЧІВ

Шановні споживачі, з метою формування рекомендацій щодо поліпшення якості життя на засадах безпеки споживання просимо Вас відповісти на запропоновані питання

Вік _____

Стать чоловіча жіноча

Освіта повна вища
 базова вища та неповна вища
 професійно-технічна
 повна загальна середня

Середньомісячний дохід на члена Вашої родини
 менше 4200 грн
 від 4201 до 8800 грн
 від 8801 до 15000 грн
 вище 15000 грн

Місце проживання місто село

Склад родини молоде подружжя неодружений (на) або однак (чка)
 подружжя із малими дітьми однак (чка) з дітьми
 подружжя із дорослими дітьми/без дітей

1. Обираючи продукти / товари / послуги, Ви у першу чергу звертаєте увагу на (не більш п'яти варіантів):

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> ціну | <input type="checkbox"/> корисність | <input type="checkbox"/> характеристики /призначення |
| <input type="checkbox"/> склад | <input type="checkbox"/> форму | <input type="checkbox"/> розфасування |
| <input type="checkbox"/> натуральність | <input type="checkbox"/> торговельну марку | <input type="checkbox"/> репутацію виробника |
| <input type="checkbox"/> наявність у місці продажу | <input type="checkbox"/> рекламу | <input type="checkbox"/> акції |
| <input type="checkbox"/> привабливість пакування | <input type="checkbox"/> рекламу в місці продажу | <input type="checkbox"/> пораду близьких / друзів / знайомих |
| <input type="checkbox"/> обслуговування / пораду консультанта | <input type="checkbox"/> інше (вказіть) _____ | |

2. Що Ви розумієте під “якістю товару або послуги” (позначте усі можливі варіанти)?

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> надійність | <input type="checkbox"/> довговічність | <input type="checkbox"/> задоволення потреби |
| <input type="checkbox"/> безпека для здоров'я | <input type="checkbox"/> безпека для довкілля | <input type="checkbox"/> інше (вказіть) _____ |

3. Під час купівлі продукту / товару (послуги) для Вас головним є бажання (не більш трьох варіантів)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> скласти про себе краще враження | <input type="checkbox"/> купити економічно вигідні (недорогі) речі, які реально потребує |
| <input type="checkbox"/> не привертати до себе уваги | <input type="checkbox"/> часто купити речі без урахування їхньої необхідності та ціни |
| <input type="checkbox"/> бути таким, як усі | <input type="checkbox"/> здійснити вибір товарів (послуг) спонтанно, під впливом емоцій, миттєвих потреб та бажань |
| <input type="checkbox"/> підкреслити свою індивідуальність | <input type="checkbox"/> свідомо обрати наперед обдуманий товар (послугу) |
| <input type="checkbox"/> купити нові, модні товари (послуги) | |
| <input type="checkbox"/> купити практичні, звичні речі | |

4. Що Ви розумієте під “безпекою споживання” (оцініть за рівнем першочерговості, де 1 – у першу чергу, 7 – в останню чергу)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> безпеку для здоров'я | <input type="checkbox"/> етичність торгової марки |
| <input type="checkbox"/> безпеку для довкілля | <input type="checkbox"/> споживання товарів, що відповідають стандартам та нормам |
| <input type="checkbox"/> умови розвитку суспільства та особистості | <input type="checkbox"/> власний варіант _____ |
| <input type="checkbox"/> передумови добробуту нащадків | |

5. Чи впевнені Ви у безпеці свого споживання:

- | | | | |
|---------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> завжди | <input type="checkbox"/> майже завжди | <input type="checkbox"/> іноді | <input type="checkbox"/> ніколи |
|---------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|

6. Зважаючи на безпеку споживання, як Ви обираєте товари/ послуги (не більш трьох варіантів)

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> купую, не замислюючись про загрози |
| <input type="checkbox"/> одразу оцінюю, наскільки безпечним (нешкідливим, корисним) є товар / послуга |
| <input type="checkbox"/> якщо для себе та близьких – оцінюю, для інших – ні |

- йду на поводу у близьких (діти, онуки, інші), навіть розуміючи небезпеку
- якщо продукція повсякденного попиту – не замислююся, якщо попереднього вибору – зважую
- зважено складаю раціон
- відповідально розмірковую про наслідки для довкілля, добробут нащадків тощо
- замислююся про наслідки транспортування, зберігання, використання, утилізації

7. Оцініть за ступенем впливу показники, які можуть спричинити небезпеку споживання (де 1 – найбільш впливовий, вірогідний, 6 – найменш):

- невідповідність продукції технічним умовам (через брак, шахрайство)
- неправдива інформація на упаковці
- неперевірена якість
- регламентовано незадовільний склад (використання незаборонених, але небезпечних для здоров'я інгредієнтів)
- виникнення небезпечних факторів у процесі експлуатації
- введення в оману за допомогою реклами

8. Оберіть важливі для Вас ознаки безпечної продукції (не більш п'яти варіантів):

- зовнішній вигляд
- цілісність пакування
- склад (відсутність шкідливих речовин)
- ціна
- матеріал пакування
- поради та рекомендації фахівців, друзів
- колір
- виробник (репутація)
- відгуки покупців та користувачів
- термін використання
- маркування (зокрема, еко)
- інше (вказіть) _____

9. Що має значення для безпечності товару / послуги (позначте по 1–2 найнебезпечніші в кожній групі)?

- | | | | |
|--|-----------------------------------|--|--|
| місце купівлі: | обставини споживання: | місце походження: | країни або групи: |
| <input type="checkbox"/> ринок | <input type="checkbox"/> час | <input type="checkbox"/> вітчизняний | <input type="checkbox"/> Східної Європи |
| <input type="checkbox"/> спеціалізований магазин | <input type="checkbox"/> місце | <input type="checkbox"/> вітчизняний з іноземними складовими | <input type="checkbox"/> Китай |
| <input type="checkbox"/> супермаркет | <input type="checkbox"/> ситуація | <input type="checkbox"/> іноземний | <input type="checkbox"/> Азії, що розвиваються |
| <input type="checkbox"/> інтернет-магазин | | | |

10. Що у діяльності виробника, продукцію якого Ви купуєте, або продавця має значення

- дотримання стандартів і норм
- наявність документів, що підтверджують якість
- наявність сертифікатів: ISO HACCP інших _____
- соціальна відповідальність
- економічні показники діяльності
- імідж та / або бренд
- ініше _____

11. Для Вас соціальна відповідальність виробника (посередника) у першу чергу означає піклування про

- здоров'я споживачів
- здоров'я і добробут працівників
- вирішення глобальних проблем
- довкілля
- розвиток суспільства
- ініше _____

12. Наведіть приклади соціально-відповідальних компаній та / або етичних ТМ

13. Чи стикалися Ви із випадками небезпечного споживання ?

- ні
- поодинокими
- декілька разів на рік
- часто

14. Чи стикалися Ви з випадками введення в оману?

- недобросовісною рекламою
- приховуванням небезпечних складників (дрібним шрифтом)
- “забуванням” прибрати акційні пропозиції після закінчення терміну
- недостовірністю інформації на пакуванні, етикетці тощо
- ініше (якими саме?) _____

15. Як Ви реагували (або реагували би) на порушення Ваших прав як споживача:

- не реагували активно
- зверталися із скаргою
- не рекомендували іншим
- повертали товар продавцю
- до відповідного органу
- залишали негативні відгуки

16. Чи знаєте Ви, куди звертатися у разі виникнення ситуації небезпечного споживання?

- до Держпродспоживслужби
- до ЗМІ
- до громадських організацій

17. Чи хочете бути поінформованими про небезпечні товари/послуги ?

Додатки

Так Ні Так, якщо безкоштовно і не потребує додаткових зусиль з мого боку

18. Звідки, як Ви вважаєте, можна взяти інформацію про небезпечні товари / послуги?

спеціалізовані програми ЗМІ відгуки на сайтах інформаційна база Rapex
 повідомлення ЗМІ соціальні мережі інше (вказіть) _____

19. Ваше ставлення до “зеленої” (екологічної, органічної) продукції:

знаєте, що це таке купили би шукаєте бачили купували байдуже

20. Під час вибору та використання продукції чи хвилюєтесь Ви про

дбайливе ставлення до довкілля підтримку вітчизняного товаровиробника
 дотримання прав людини доброзичливе ставлення до інших
 милосердне ставлення до тварин про жодне із вищезазначених

21. З якими із тверджень Ви погоджуєтесь:

Проблеми навколишнього середовища повинні розглядатися в першу чергу майбутніми поколіннями Екологічні наслідки часто перебільшені
 Я не хочу робити щось з приводу екології, якщо інші не роблять те ж саме Політики, які вводяться урядом для вирішення екологічних проблем, не повинні коштувати мені додаткових грошей
 Екологічні проблеми будуть вирішені в будь-якому випадку за допомогою технологічного прогресу Я хочу зробити компроміси у своєму поточному способі життя на користь навколишнього середовища

22. Чи сортуєте Ви сміття?

Так Ні Тільки те, для якого є пункти прийому

23. Що з переліченого, на Вашу думку, може впливати на об’єм відходів споживання:

ціна розмір упаковки акції
 маркування зручність упаковки реклама на місцях продажу

24. Чи готові Ви сплачувати цінову надбавку за товар (позначте, яку саме):

Розмір цінової надбавки, %

	0	0,5	1	2	5	10	15	20	30
виробництво якого не завдає шкоди довкіллю									
використання якого не завдає шкоди здоров’ю людини									
використання якого не завдає шкоди довкіллю									
утилізація якого не завдає шкоди довкіллю?									

25. Оцініть, що заважає забезпеченню безпеки споживання в Україні (де 1 – найбільше заважає, 7 – найменше)?

відсутність відповідних цінностей недостатня захищеність прав споживачів з боку держави
 існуючі звички споживання існування на ринку попиту на продукцію, яка “не цілком безпечна, але підходить за ціною”
 недостатній рівень освіти недостатній рівень обізнаності / поінформованості
 наявність небезпечних товарів

26. Оцініть причини низького рівня культури споживання в Україні (1 – найважливіша, 5 – найменш важлива)

низький рівень вимогливості споживачів через історичні особливості
 мало інформації щодо безпечності товарів, їх вмісту, впливу на довкілля, репутації виробника тощо
 відсутність ефективного законодавства (часте недотримання прав споживачів, недотримання етичних правил ведення бізнесу)
 відсутність досвіду масового бойкоту продукції
 низький рівень екологічної культури (впевненість у майже невичерпному потенціалі природних ресурсів)

27. Оберіть заходи для підвищення рівня безпеки споживання (не більше трьох)

просвітницька діяльність (надання споживачам інформації, яка стосується вмісту, екологічності, способів виробництва тієї чи іншої продукції)
 висування конкретних вимог до споживача щодо вживання заходів для забезпечення безпеки споживання (вибір безпечних товарів/ послуг з турботою про довкілля, перспективу)
 лобювання законів, які б регулювали правила виробництва продукції

- викриття недобросовісних виробників та бойкот їхньої продукції
 викладання відповідних тематичних дисциплін у загальноосвітніх закладах

28. Хто має навчати заходів забезпечення безпеки споживання:

- заклади освіти ЗМІ (реклама, ПР, шоу) відомі особистості
 родина соціальні групи, інше _____
 співтовариства

Дякуємо за відповіді! Здоров'я і добробуту Вам і Вашим родинам!

Квотування вибірки респондентів

Стать	%	кількість
ж	54	216
ч	46	184

Місце проживання	%	Кількість
місто	77	308
село	23	92

Вік	%	Кількість
15–17	4	16
18–64	75	300
65 і старше	21	84

Рівень освіти	%	Кількість
повна вища	29	116
неповна вища	26	104
професійно-технічна	28	112
повна загальна середня	17	68

Середній прибуток на душу населення, грн	%	Кількість
Менше 3720	37	148
3720,1–4440	18	72
4440,1–5160	21	84
Більше 5160	24	96

Середньомісячна заробітна плата, грн	%	Кількість
Менше 4173	7	28
4173,1–8800	43	172
8800,1–15000	31	124
Більше 15000	19	76

Додаток В

Таблиця В1

Рейтинг країн за індексом сталого розвитку (SDI) та його компонентами, 2017 р.

Позиція за SDI	Країна	Індекс SDI	Позиція за QLC	Компонента "Якість життя" (QLC)	Індекс економічного виміру	Індекс екологічного виміру	Індекс соціального та інституціонального виміру	Позиція SLC	Компонента "Безпека життя" (SLC)
1	Канада	1,109	11	1,414	0,738	0,755	0,683	1	1,72
2	Німеччина	1,098	7	1,419	0,76	0,745	0,681	2	1,674
3	Австралія	1,095	4	1,437	0,739	0,782	0,692	5	1,636
4	Швеція	1,089	3	1,444	0,686	0,818	0,721	7	1,602
5	Фінляндія	1,089	8	1,419	0,664	0,821	0,706	4	1,641
6	Нідерланди	1,087	13	1,404	0,739	0,714	0,696	3	1,657
7	Швейцарія	1,084	1	1,452	0,803	0,779	0,675	13	1,572
8	Данія	1,083	5	1,43	0,687	0,805	0,711	6	1,604
9	Сінгапур	1,079	6	1,425	0,805	0,78	0,643	10	1,599
10	Нова Зеландія	1,077	2	1,449	0,725	0,792	0,713	16	1,553
11	Норвегія	1,059	12	1,407	0,687	0,778	0,699	15	1,554
12	Ірландія	1,053	14	1,4	0,701	0,775	0,68	18	1,545
13	Велика Британія	1,052	10	1,418	0,713	0,784	0,686	21	1,513
14	Ісландія	1,05	9	1,418	0,68	0,819	0,689	23	1,504
15	Австрія	1,047	18	1,369	0,665	0,775	0,674	14	1,572
....									
130	Україна	0,476	80	0,824	0,311	0,679	0,492	54	1,294

Складено за [180].

Таблиця В2

Рейтинг країн світу за рівнем індексу людського розвитку (HDI), 2017 р.

Місце в рейтингу	Країна	Індекс людського розвитку (HDI)	Очікувана тривалість життя при народженні (SDG3)	Очікувана тривалість навчання (SDG4,3)	Середня тривалість навчання (SDG4,6)	Валовий національний дохід на душу населення (SDG8,5)
1	Норвегія	0,953	82,3	17,9	12,6	68,012
2	Швейцарія	0,944	83,5	16,2	13,4	57,625
3	Австралія	0,939	83,1	22,9	12,9	43,560
4	Ірландія	0,938	81,6	19,6	12,5	53,754
5	Німеччина	0,936	81,2	17,0	14,1	46,136
6	Ісландія	0,935	82,9	19,3	12,4	45,810
7	Гонконг, Китай	0,933	84,1	16,3	12,0	58,420
8	Швеція	0,933	82,6	17,6	12,4	47,766
9	Сінгапур	0,932	83,2	16,2	11,5	82,503
10	Нідерланди	0,931	82,0	18,0	12,2	47,900
11	Данія	0,929	80,9	19,1	12,6	47,918
12	Канада	0,926	82,5	16,4	13,3	43,433
13	США	0,924	79,5	16,5	13,4	54,941
14	Велика Британія	0,922	81,7	17,4	12,9	39,116
15	Фінляндія	0,920	81,5	17,6	12,4	41,002
....						
88	Україна	0,751	72,1	15,0	11,3	8,130

Складено за [181].

Індекс якості життя за методологією Economist Intelligence Unit, 2013

Місце	Країна	Бали за якістю життя (з 10)
1	Швейцарія	8,22
2	Австралія	8,18
3	Норвегія	8,09
4	Швеція	8,02
5	Данія	8,01
6	Сінгапур	8,00
7	Нова Зеландія	7,95
8	Нідерланди	7,94
9	Канада	7,81
10	Гонконг	7,80
11	Фінляндія	7,76
12	Ірландія	7,74
13	Австрія	7,73
14	Тайвань	7,67
15	Бельгія	7,51
...		
78	Україна	4,98

Складено за [182].

Індикатори оцінювання якості життя за методологією ОЕСР для 15 країн, 2017 р.

Країна	Житлові умови			Дохід		Робота				Оточення	Освіта			Екологія		Влада		Стан здоров'я		Здоволеність життям	Безпека		Баланс роботи та особистого життя	
	Житлові будинки без основних об'єктів, %	Витрати на житло, %	Кімнат на людину, сер.	Чистий скоригований дохід домогосподарств, \$	Чистий дохід домогосподарств, \$	Нестабільність ринку праці, %	Рівень зайнятості, %	Довгостроковий рівень безробіття, %	Особисті доходи, \$	Якість мережі підтримки, %	Рівень освіченості, %	Навички студентів, сер.	Роки в освіті, р.	Забруднення повітря, мт/м ³	Якість води, %	Залучення зацікавлених сторін до розробки	Явка виборців, %	Кімовірна тривалість життя, р.	Самооцінка здоров'я, %	Здоволеність життям, сер. бал	Відсуття безпеки під час ходьби самотією, %	Кількість вбивств, відн.	Працівники працюють дуже довго, %	Час, присвячений дозвіллі і особистій гітні, год
Австралія	..	20	..	32759	427064	5,4	73	1,31	49126	95	81	502	21	5	93	2,7	91	82,5	85	7,3	63,5	1,1	13,04	14,35
Австрія	0,9	21	1,6	33541	308325	3,5	72	1,84	50349	92	85	492	17	16	92	1,3	80	81,7	70	7,1	80,6	0,5	6,66	14,55
Бельгія	1,9	21	2,2	30364	386006	3,7	63	3,54	49675	91	77	503	19,3	15	84	2	89	81,5	74	6,9	70,1	1	4,75	15,7
Канада	0,2	22	2,6	30854	423849	6	73	0,77	47622	93	91	523	17,3	7	91	2,9	68	81,9	88	7,4	82,2	1,3	3,69	14,56
Чилі	9,4	18	1,2	..	100967	8,7	63	..	25879	85	65	443	17,5	16	71	1,3	47	79,9	57	6,5	47,9	4,2	9,72	..
Чехія	0,7	24	1,4	21453	..	3,1	74	1,04	25372	91	94	491	17,9	20	87	1,6	61	79,1	60	6,7	72,3	0,5	5,65	..
Данія	0,5	23	1,9	29606	118637	4,2	74	1,31	51466	95	81	504	19,5	9	95	2	86	80,9	71	7,6	83,5	0,6	2,34	15,87
Естонія	7	17	1,6	19697	159373	3,8	74	1,92	24336	92	89	524	17,7	8	84	2,7	64	77,8	53	5,7	69	3,1	2,42	14,9
Фінляндія	0,5	23	1,9	29943	200827	3,9	70	2,13	42964	95	88	523	19,8	6	95	2,2	67	81,5	70	7,6	85,1	1,3	3,81	15,17
Франція	0,5	21	1,8	31304	280653	7,6	65	4	43755	90	78	496	16,5	13	81	2,1	75	82,4	66	6,5	70,5	0,5	7,67	16,36
Німеччина	0,2	20	1,8	34294	259667	2,7	75	1,57	47585	90	87	508	18,1	14	91	1,8	76	81,1	65	7	72,5	0,5	4,26	15,62
Греція	0,5	23	1,2	17700	150134	29,8	53	15,65	26064	80	73	458	19	18	69	1,8	64	81,5	74	5,4	60	0,8	6,42	..
Угорщина	4,7	19	1,2	..	104458	4,7	68	1,72	22576	86	84	474	16,4	19	77	1,2	70	76,2	60	5,6	56,3	1	3,03	..
Ісландія	0	24	1,6	0,7	86	0,26	61787	98	77	481	19	3	99	2,1	79	82,3	76	7,5	86	0,5	15,06	..
Ірландія	1	20	2,1	25310	217130	7,8	67	3,23	47653	95	82	509	18,1	7	85	1,3	65	81,8	83	7	75,9	0,7	5,25	..

Складено за [184].

Таблиця В5

Рейтинг країн світу за Good Country Index, 2018 р.

№ п/п	Країна	Наука та техніка	Культура	Міжнародний мир та безпека	Світовий порядок	Планета та клімат	Процвітання і рівність	Здоров'я та благополуччя
1	Фінляндія	10	20	51	8	6	2	13
2	Нідерланди	7	2	33	4	43	18	7
3	Ірландія	46	9	4	19	27	6	8
4	Швеція	16	5	55	7	7	27	2
5	Німеччина	23	14	49	1	8	26	1
6	Данія	4	6	92	6	12	3	5
7	Швейцарія	17	3	64	10	2	28	6
8	Норвегія	37	25	50	5	1	16	3
9	Франція	20	12	41	16	16	15	21
10	Іспанія	48	22	23	17	19	9	23
11	Канада	25	26	59	13	17	29	4
12	Болгарія	11	36	15	27	11	49	28
13	Бельгія	9	1	106	14	22	12	14
14	Естонія	30	4	61	35	14	20	32
15	Велика Британія	5	11	80	15	23	61	9
	...							
76	Україна	1	55	131	41	133	87	103

Складено за [185].

Таблиця В6

Рейтинг країн за інтегральним показником щастя World Happiness Report, 2018 р.

№	Країна	Загальна оцінка	ВВП на душу	Соціальна підтримка	Тривалість життя	Свобода вибору	Щедрість	Оцінка корупції
1	Фінляндія	7,632	1,305	1,592	0,874	0,681	0,192	0,393
2	Норвегія	7,594	1,456	1,582	0,861	0,686	0,286	0,340
3	Данія	7,555	1,351	1,590	0,868	0,683	0,284	0,408
4	Ісландія	7,495	1,343	1,644	0,914	0,677	0,353	0,138
5	Швейцарія	7,487	1,420	1,549	0,927	0,660	0,256	0,357
6	Нідерланди	7,441	1,361	1,488	0,878	0,638	0,333	0,295
7	Канада	7,328	1,330	1,532	0,896	0,653	0,321	0,291
8	Нова Зеландія	7,324	1,268	1,601	0,876	0,669	0,365	0,389
9	Швеція	7,314	1,355	1,501	0,913	0,659	0,285	0,383
10	Австралія	7,272	1,340	1,573	0,910	0,647	0,361	0,302
11	Ізраїль	7,190	1,244	1,433	0,888	0,464	0,262	0,082
12	Австрія	7,139	1,341	1,504	0,891	0,617	0,242	0,224
13	Коста-Ріка	7,072	1,010	1,459	0,817	0,632	0,143	0,101
14	Ірландія	6,977	1,448	1,583	0,876	0,614	0,307	0,306
15	Німеччина	6,965	1,340	1,474	0,861	0,586	0,273	0,280
	...							
138	Україна	4,103	0,793	1,413	0,609	0,163	0,187	0,011

Складено за [102].

Рейтинг країн за міжнародним індексом стандартів якості життя (International Living's Quality of Life Index), 2019 р.

№	Країна	Індекс якості життя	Індекс купівельної спроможності	Індекс безпеки	Індекс охорони здоров'я	Індекс вартості життя	Відношення ціни до прибутку	Індекс часу руху в дорозі	Індекс забруднення	Індекс клімату
1	Данія	198,57	114,39	75,75	79,41	81,38	6,93	28,51	22,14	81,80
2	Швейцарія	195,93	129,70	78,50	72,68	121,16	9,63	29,05	22,03	80,05
3	Фінляндія	194,01	112,30	77,20	73,49	72,82	7,98	30,41	11,93	58,56
4	Австралія	191,13	122,85	57,24	76,38	72,08	7,60	35,29	23,97	93,75
5	Австрія	191,05	96,70	78,63	79,19	71,79	10,14	25,15	21,97	77,74
6	Нідерланди	188,91	102,54	71,43	77,81	74,83	7,38	29,87	27,45	87,45
7	Ісландія	187,79	91,80	76,72	66,44	101,86	6,58	19,74	15,24	68,81
8	Німеччина	187,05	116,20	65,49	74,32	67,62	9,02	29,91	28,01	82,51
9	Нова Зеландія	185,58	101,09	60,45	73,62	72,62	8,34	31,19	22,74	95,46
10	Норвегія	181,86	103,61	64,68	74,14	100,99	8,40	27,12	19,86	71,16
11	Естонія	180,88	75,97	79,20	72,12	51,01	9,31	25,75	18,15	64,28
12	Японія	180,50	103,12	86,27	80,40	83,33	11,25	40,03	37,08	84,79
13	США	179,20	122,03	52,87	69,41	69,91	3,58	32,87	33,95	77,51
14	Швеція	178,67	111,38	50,65	70,95	71,55	10,26	30,29	18,01	74,92
15	Словенія	175,98	75,38	77,43	62,81	52,51	10,16	24,81	24,33	78,08
...										
62	Україна	102,34	32,72	51,12	50,95	27,94	14,35	37,36	66,63	70,69

Складено за [186].

Рейтинг за індексом процвітання країн світу Інституту Legatum, 2018 р.

Позиція	Країна	LPI	Якість економіки	Рівень розвитку підприємництва та розвитку бізнесу	Державне управління	Особиста свобода	Соціальний капітал	Безпека	Освіта	Охорона здоров'я	Природне середовище
1	Норвегія	80,983	7	11	3	9	3	1	4	8	8
2	Нова Зеландія	80,897	14	2	2	2	1	24	18	17	4
3	Фінляндія	80,581	12	6	1	11	14	11	1	25	3
4	Швейцарія	79,710	4	10	4	21	13	13	2	4	10
5	Данія	79,331	8	8	9	16	5	9	10	18	11
6	Швеція	79,150	5	13	6	10	22	12	16	7	12
7	Велика Британія	79,125	16	4	11	18	8	14	12	26	2
8	Канада	79,022	21	3	8	1	11	17	15	21	19
9	Нідерланди	78,991	6	14	5	7	9	7	5	11	49
10	Ірландія	78,945	10	16	14	5	7	5	6	27	14
11	Ісландія	78,466	1	15	13	3	4	10	31	14	27
12	Люксембург	78,153	3	37	7	4	18	15	37	2	5
13	Австралія	78,103	28	9	12	14	2	22	8	12	17
14	Німеччина	77,720	11	12	10	19	16	16	20	24	13
15	Австрія	76,637	17	21	15	25	17	8	19	6	9

Складено за [187].

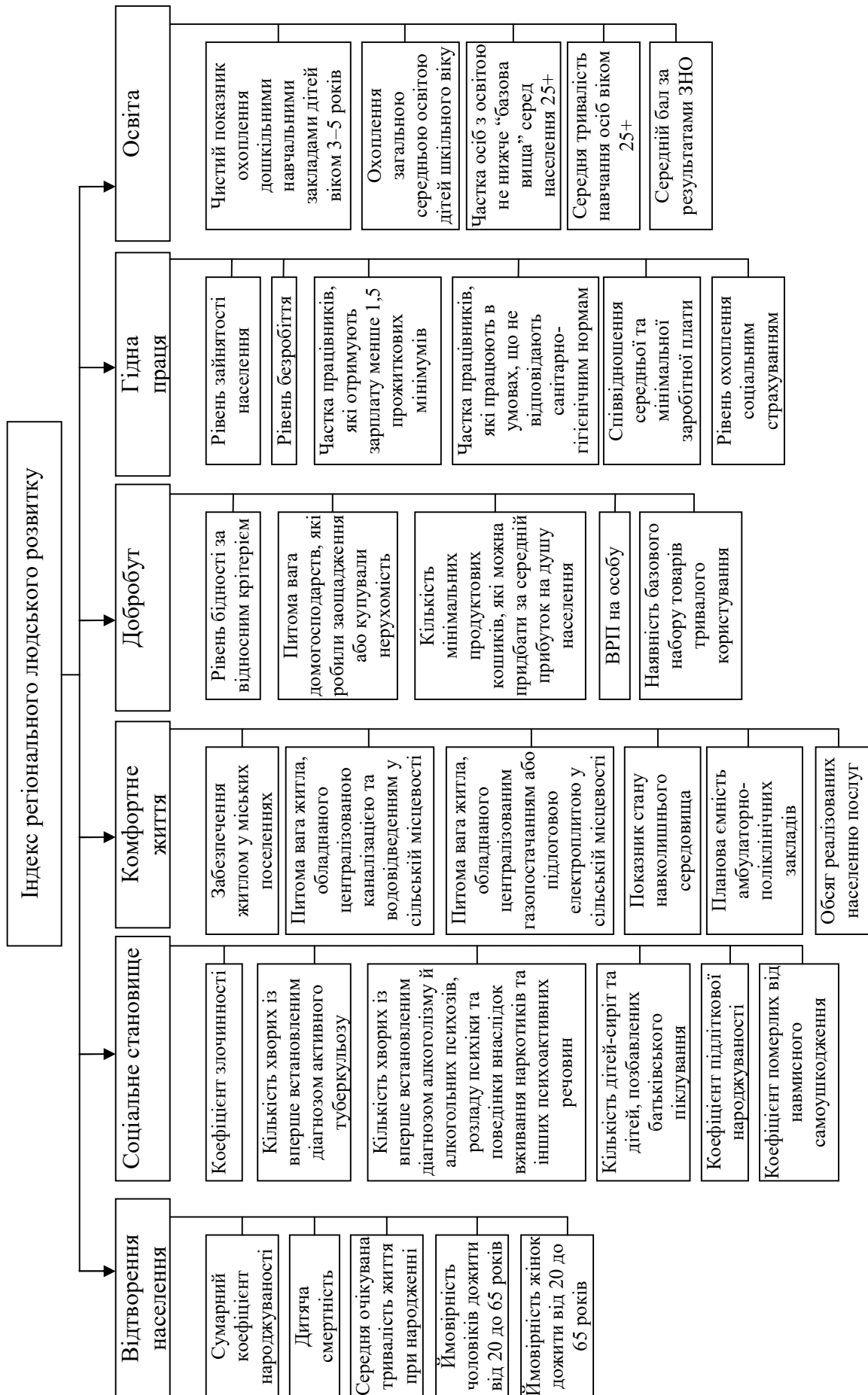


Рис. В1. Схема блоків та показників, що характеризують людський розвиток регіонів України

Складено за [188].

Інтегральний індекс людського розвитку, 2017 р.

Область	Блок 1 “Відтворення населення”		Блок 2 “Соціальне середовище”		Блок 3 “Комфортне життя”		Блок 4 “Добробут”		Блок 5 “Гідна праця”		Блок 6 “Освіта”		ІРЛР, 2017 р.			
	СКЗ*	Ранг	СКЗ*	Ранг	СКЗ*	Ранг	СКЗ*	Ранг	СКЗ*	Ранг	СКЗ*	Ранг	СКЗ*	Ранг	СКЗ*	Ранг
АР Крим
Вінницька	0,6966	7	0,5831	8	0,5599	18	0,7178	8	0,4717	17	0,8275	10	3,8566	9		
Волинська	0,7180	3	0,6092	7	0,6199	8	0,5915	17	0,4545	20	0,8178	15	3,8109	11		
Дніпропетровська	0,6640	20	0,4444	17	0,5547	21	0,7267	6	0,5159	6	0,8629	2	3,7686	12		
Донецька
Житомирська	0,6769	14	0,4280	18	0,5955	14	0,5579	19	0,4846	11	0,8043	19	3,5472	20		
Закарпатська	0,6571	21	0,5562	9	0,7045	1	0,7731	4	0,5731	1	0,7592	22	4,0233	5		
Запорізька	0,6831	12	0,4656	14	0,5478	22	0,7987	3	0,4795	12	0,8438	5	3,8184	10		
Івано-Франківська	0,7099	4	0,7506	3	0,6167	9	0,7702	5	0,4904	9	0,8176	16	4,1554	2		
Київська	0,7281	2	0,4195	19	0,6372	6	0,5905	18	0,5479	2	0,8309	9	3,7541	13		
Кіровоградська	0,6189	22	0,3735	22	0,5904	15	0,6526	12	0,4640	19	0,8262	11	3,5257	22		
Луганська
Львівська	0,6906	9	0,7732	1	0,6724	2	0,6454	14	0,5137	7	0,8355	8	4,1307	3		
Миколаївська	0,7072	5	0,4017	21	0,6086	11	0,8402	2	0,4887	10	0,8182	14	3,8647	8		
Одеська	0,6739	15	0,4469	16	0,6621	3	0,6012	16	0,5178	5	0,8081	18	3,7100	17		
Полтавська	0,7725	1	0,5005	12	0,5827	16	0,7221	7	0,4739	15	0,8586	3	3,9103	7		
Рівненська	0,6981	6	0,6500	6	0,5974	13	0,4749	22	0,4434	22	0,7939	20	3,6576	18		
Сумська	0,6957	8	0,5104	11	0,5549	20	0,6927	10	0,4723	16	0,8165	17	3,7425	14		
Тернопільська	0,6817	13	0,7718	2	0,6020	12	0,6417	15	0,4518	21	0,8260	12	3,9749	6		
Харківська	0,6683	19	0,6863	5	0,6382	5	0,6501	13	0,5431	3	0,8704	1	4,0564	4		
Херсонська	0,6692	18	0,4083	20	0,6472	4	0,4985	21	0,5008	8	0,8198	13	3,5438	21		
Хмельницька	0,6720	16	0,5434	10	0,5558	19	0,5297	20	0,4771	13	0,8409	6	3,6188	19		
Черкаська	0,6697	17	0,4760	13	0,6105	10	0,6612	11	0,4674	18	0,8438	4	3,7286	15		
Чернівецька	0,6866	11	0,7279	4	0,6289	7	0,8705	1	0,5226	4	0,7930	21	4,2294	1		
Чернігівська	0,6895	10	0,4507	15	0,5652	17	0,7071	9	0,4751	14	0,8371	7	3,7247	16		

Примітка. СКЗ* - стандартизовані калібровані значення за відповідним блоком.

Складено за [188].

Додаток Г

Таблиця Г1

Показники та індикатори оцінювання якості життя для встановлення взаємозв'язку з безпекою споживання

№ з/п	Методика	Напрями оцінювання	Індикатори	Зв'язок з безпекою споживання
1	2 Індекс сталого розвитку (SDI), компонента "Якості життя" (QLC)	3 Індекс економічного виміру	4 Індикатори	5
			<p><i>Ефективність ринку праці</i>: ВВП на одного працівника; співвідношення зайнятості до чисельності населення, 15+, усього;</p> <p><i>макроекономічне середовище</i>: прями іноземні інвестиції; портфельні інвестиції; загальні резерви;</p> <p><i>ефективність ринку товарів і послуг</i>: експорт, імпорт товарів і послуг; ринкова капіталізація лістингових компаній;</p> <p><i>інновації</i>: патентні заявки; розробки в НДДКР; збори та платежі за використання інтелектуальної власності;</p> <p><i>інфраструктура</i>: сільське господарство, промисловість (додана вартість); ВВП на душу населення;</p> <p><i>технологічна готовність</i>: високотехнологічний експорт; гранти на технічне співробітництво;</p> <p><i>рівень розвитку фінансового ринку</i>: процентна ставка за депозитами; зовнішній борг;</p> <p><i>обсяг ринку</i>: внутрішній кредит приватному сектору; індекс обсягу імпорту; витрати домогосподарств;</p> <p><i>економічні свободи</i>: індекс економічних свобод</p>	
		Індекс екологічного виміру	Індекс економічних показників	+
		Індекс соціального та інституціонального виміру	<p><i>Здоров'я, благополуччя та основні потреби</i>: кількість людей на одного лікаря; лікарняні ліжка; рівень дитячої смертності; ймовірна тривалість життя; витрати на охорону здоров'я;</p> <p>поширеність недоїдання; глибина дефіциту продовольства; коефіцієнт материнської смертності; неонатальна смертність;</p> <p><i>освіта</i>: державні витрати на освіту; рівень грамотності, загальна кількість дорослих; зарахування до початкової школи; зарахування до середньої школи; зарахування до школи, третій рівень;</p> <p><i>соціальна інфраструктура</i>: кількість абонентів зв'язку; кількість користувачів інтернет; доступність телефонів, транспортних засобів; кількість аеропортів; судноплавна навігація; прокладені шосе; залізничні колії;</p> <p><i>особиста безпека</i>: міжнародні вбивства; політичні переслідування;</p> <p><i>особисті права та свободи</i>: свобода слова; права приватної власності;</p> <p><i>сприйняття корупції</i>: індекс сприйняття корупції</p>	+

1	2	3	4	5
2	Індекс людського розвитку (HDI)	Очікуване довголіття населення (I_0); (Індекс тривалості життя)	$I_0 = \frac{X_i - X_{min}}{X_{max} - X_{min}}$, де X_i — очікувана тривалість життя при народженні населення i -тої території; X_{max} — максимальне значення показника (прийняте на рівні 85 років); X_{min} — мінімальне значення показника (прийняте на рівні 25 років).	
		Рівень освіти (I_0); (Індекс рівня освіченості)	$I_0 = \frac{(2I_{дор} + I_{дит})}{3}$, де $I_{дор}$ — індекс грамотності дорослого населення; $I_{дит}$ — індекс сукупної частки учнів у загальній чисельності населення відповідного віку. $I_{дор./дит} = \frac{X_i - X_{min}}{X_{max} - X_{min}}$, де X_i — частка грамотних серед дорослого населення i -ї території в % (для розрахунку $I_{дор.}$) і сукупна частка учнів у % (для розрахунку $I_{дит.}$); X_{max} — максимальне значення обох показників (прийняте на рівні 100 %); X_{min} — мінімальне значення обох показників (прийняте на рівні 0 %)	
		Рівень життя ($I_{р.жс.}$). (Індекс скоригованого реального ВВП)	$I_{р.жс.} = \frac{\lg X_i - \lg X_{min}}{\lg X_{max} - \lg X_{min}}$, де X_i — скоригований реальний ВВП у розрахунку на рік (за паритетом купівельної спроможності) на душу населення i -ї території; X_{max} — максимальне значення показника (прийняте на рівні 40 000 доларів на рік); X_{min} — мінімальне значення показника (прийняте на рівні 100 доларів на рік)	+
3	Індекс якості життя за	Здоров'я	Очікувана тривалість життя (у роках)	+
	методологією	Сімейне життя	Рівень розлучень (на 1 тисячу осіб), ставиться оцінка від 1 (мало розлучень) до 5 (багато розлучень)	
	Economist	Громадське життя	Рівень відвідування богослужінь; членство у профспілках (значення 1, якщо країна має високі показники, нуль – в іншому випадку)	
	Intelligence	Матеріальне благополуччя	ВВП на душу населення, паритет купівельної спроможності	+
	Unit	Політична стабільність та безпека	Індекси політичної стабільності та безпеки	
		Клімат та географія	Диференціація країн за ознакою теплого чи холодного клімату	
		Гарантії зайнятості	Рівень безробіття, у %	+
		Політична свобода	Індекс політичної та громадянської свободи - шкала від 1 (повністю вільна) до 7 (невільна)	
		Гендерна рівність	Співвідношення трудових доходів чоловіків та жінок (у середньому)	

Продовження табл. Г1

1	2	3	4	5
4	Методологія ЄС - European Statistical System Committee	Матеріально-побутові умови (Material living conditions)	<p><i>Доходи (Income):</i> середні та медіанні доходи за віком і статтю; ризик бідності за порогом бідності, віком та статтю; ризик бідності на певний момент часу (2008 рік) за віком та статтю; співвідношення останнього та першого квінтілей за статтю та віком; задоволеність фінансовим станом домогосподарства.</p> <p><i>Споживання (Consumption):</i> обмежене споживання (частка домогосподарств із частково загальних витрат у сімейному бюджеті понад 75%); неринкове споживання та надання державних послуг (споживання державних послуг; неринкові послуги).</p> <p><i>Матеріальні умови (material conditions):</i> дерація за доходами (чисельність матеріально депривованих людей; неможливість звести кінці з кінцями); житлові умови (частка від загального населення, що проживає в житловому приміщенні з дахом, що протікає, сирими стінами, підлогою чи фундаментом, гнилими віконними рамами чи полом; задоволеність умовами проживання)</p>	+
		3	4	5
	Продуктивна чи основна активність (Productive or other main activity)	3	4	5
	Здоров'я (Health)		4	+

Продовження табл. Г1

Додатки

1	2	3	4	5
	Освіта (Education)		<p>Компетенції та навички: рівень освіти (рівень освіти; особи, які припинили навчання); самооцінка навичок; оцінені навички (програма міжнародного оцінювання компетентцій дорослих (PIAAC).</p> <p>Навчання протягом усього життя: люди, які навчалися або брали участь у професійній підготовці протягом чотирьох попередніх років; можливість для освіти</p>	+
	Дозвілля та соціальні взаємодії (Leisure and social interactions)		<p>Дозвілля (кількісна оцінка): наявність та використання часу, у тому числі для догляду за собою; задоволеність часом, використаним на те, що подобається робити; якість відпочинку; доступ до дозвілля.</p> <p>Соціальні комунікації (взаємодія): спілкування з людьми (частота контактів або зустрічей з друзями, родичами або колегами по роботі; задоволення від особистого спілкування); діяльність для людей; взаємовідносини підтримки; соціальна згуртованість</p>	+
	Економічна та фізична безпека (Economic security and personal safety)		<p>Економічна безпека і вразливість: багатство (активи); борг; нестабільність доходів.</p> <p>Фізична й особиста безпека: злочинність (стандартизований за віком рівень вбивств / 100 000 чоловік (Age-standardized homicide rate / 100 000 people); злочинність, насильство або вандалізм); сприйняття фізичної безпеки (населення, яке почувається безпечно у темний період доби, йдучи без супроводу в районі)</p>	+
	Державне управління та основні права (Governance and basic rights)		<p>Інституції (установи) та громадські послуги: довіра та/або задоволення діяльністю установ; довіра та (або) задоволення у сфері громадських послуг.</p> <p>Дискримінація та рівні можливості: стикаються з дискримінацією; гендерний розрив в оплаті праці у нескоригованій формі, %.</p> <p>Активна громадянська позиція: право голосу та підзвітність</p>	5
	Природа та навколишнє середовище (Natural and living environment)	3	<p>Забруднення: забруднення, бруд або інші екологічні проблеми; шум від сусідів або з вулиці; бруд на вулиці.</p> <p>Доступ до зелених і рекреаційних зон: задоволеність рекреаційними і зеленими зонами.</p> <p>Ландшафт і антропогенне середовище: задоволеність середовищем проживання</p>	+
	Загальне сприйняття життя (Overall experience of life)		<p>Задоволеність життям: загальна задоволеність життям.</p> <p>Впливи: негативні впливи; позитивні впливи.</p> <p>Сенс і мета: оцінка того, чи життя є гідним</p>	
5	Методологія International Living	Прожитковий мінімум – вартість життя	“Вартість” способу життя (за орієнтир береться середній рівень життя у США)	+
	Культура		Рівень освіченості, оціночний рейтинг культурних і культурно-розважальних заходів	+
	Економіка		Процентні ставки, ВВП, темпи зростання ВВП, темпи інфляції, ВВП на душу населення	
	Навколишнє середовище		Індекс навколишнього середовища	+
	Свобода		Громадянські свободи і політичні права	

Продовження табл. Г1

1	2	3	4	5
		Здоров'я	Кількість лікарняних ліжок на 1000 осіб, кількість осіб на одного лікаря, доступ до якісної питної води, рівень дитячої смертності, очікувана тривалість життя, витрати на охорону здоров'я у % до ВВП	+
		Інфраструктура	Густота залізничних, судноплавних та автомобільних шляхів, кількість автомобілів, телефонів і мобільних телефонів, Інтернет-провайдерів на душу населення	
		Безпека і ризик	Показники доплат за роботу в небезпечних умовах	
		Клімат	Середньорічна кількість опадів, середня температура, ймовірність стихійних лих і природних катаклізмів	
6	Better Life Index	Житлові умови	Кількість кімнат на одну особу; житло без базових зручностей; співвідношення витрат на житло до чистих наявних доходів домогосподарства	
		Доходи	Чисті наявні доходи домогосподарства; фінансовий стан домогосподарств: фінансові активи – заощадження, акції, мінус фінансові зобов'язання – позики	
		Праця	рівень зайнятості; рівень довгострокового безробіття (більше 1 року); особисті заробітки, на рік на одного працюючого на повну ставку; гарантії зайнятості – відсоток працівників з контрактами на 6 і менше місяців	+
		Громада	Якість мережі підтримки (відсоток людей, які мають родичів і знайомих, до кого можуть звернутися в разі потреби)	
		Освіта	Рівень освіти – частка серед 25–64 літніх, які мають освіту вище середньої загальної; навички студентів – результати 15-літніх за порівняльними тестами PISA	+
		Наколишнє середовище	Забруднення повітря; якість води – відсоток людей, задоволених якістю місцевої води	+
		Участь у суспільному житті	Явка на вибори; консультації в процесі законотворчості	
		Здоров'я	Очікувана тривалість життя; самооцінка здоров'я – відсоток людей, які оцінили своє здоров'я як "добре" або "дуже добре"	+
		Задоволеність життям	Самооцінка задоволеності життям за шкалою від 0 до 10	
		Безпека	Рівень безпеки – частка осіб, які зазнали нападів або були пограбовані в період останніх 12 місяців; рівень убивств – кількість убивств на 100 тис. населення	
		Баланс праці та відпочинку	Частка працівників, які працюють понаднормово (більше 50 годин на тиждень); час, присвячений відпочинку і догляду за собою (у тому числі сон та харчування)	
7	Канадський індекс добробуту	Громадське життя	64 показники	
		Демократична участь		
		Освіта		+
		Довкілля		+
		Здоров'я		+
		Дозвілля і культура		
		Рівень життя		+
		Використання часу		

Продовження табл. Г1

Додатки

1	2	3	4	5
8	Методика Нової Зеландії	Рівень життя Економічний розвиток Населення Здоров'я	Дохід; баланс праця – життя; вартість проживання; соціальне відторгнення; чиста вартість активів Показники економічного зростання; зайнятість; розвитку сфери досліджень та науково-технічних розробок; розвитку місцевих підприємств; обсяги роздрібних продажів; використання житлових та нежитлових будівель; розвитку туризму; кваліфікації мігрантів Темпи зростання чисельності населення; етнічний склад; віковий склад; конфігурація сім'ї та склад домогосподарства; ступінь інвалідизації населення; добробут корінного населення Очікувана тривалість життя; випадки низької ваги при народженні дітей; дитяча смертність; підліткове батьківство; поширеність хвороб; доступність послуг лікаря загальної практики; психічне й емоційне благополуччя; самоощітка стану здоров'я; фактори ризику; випадки узалежнення (алкогольне, наркологічне); відпочинок та дозвілля	+
		Знання і вміння	Показники залучення до дошкільної і шкільної освіти; характеристика кваліфікаційних рівнів; дослідження рівня відповідності професії/посади; можливостей і стану професійного навчання	+
		Навколишнє середовище	Екологічні проблеми; управління відходами; біорізноманіття; використання енергії; якість повітря; якість водойм і пляжної інфраструктури; якість питної води; охорона водних ресурсів	+
		Безпека	Сприйняття безпеки; безпека дітей; ризик травм; безпека дорожнього руху; безпека на робочому місці; рівень злочинності	
		Житлові умови	Володіння нерухомістю; витрати на житло; щільність забудови; надання соціального житла; доступність житла	
		Міський спосіб життя	Зовнішній вигляд міста; землекористування; інтенсивність руху й якість транспорту; доступ до послуг; комфортність з огляду на щільність населення	
		Громадянські й політичні права	Участь населення в ухваленні рішень місцевою владою; явка виборців; представництво різних категорій і верств населення у виборчих органах	
		Соціальні мережі	Загальна оцінка якості життя; різноманітність та ідентичність; наявність “духу громади”; міцність місцевого співтовариства; використання електронних засобів комунікації	
9	Національна матриця індикаторів якості життя населення України	Екологія	<i>Природне середовище:</i> індекс екологічного стану атмосферного повітря; частка функціонування водних ресурсів; індекс екологічного стану земельних ресурсів; індекс екологічного стану цільових екологічних програм. <i>Екологічна ситуація:</i> частка утилізованих відходів 1–3 класу небезпеки, %; частка забруднених вод у загальному об'ємі скидання стічних вод у водні об'єкти, %; викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та пересуваних джерел забруднення, тонн на 1 км ² .	+

Продовження табл. Г1

1	2	3	4	5
	Здоров'я		<p><i>Система охорони здоров'я</i>: бюджетні видатки на охорону здоров'я (% до ВВП); співвідношення загальних (сумарних) видатків бюджетів усіх рівнів на охорону здоров'я із визначеними за соціальними стандартами, %; частка забезпеченості медичних закладів лікарями усіх спеціальностей, %; частка забезпеченості медичних закладів середнього медичного персоналу, на 10 000 населення; чисельність хворих на ВІЛ, які знаходяться на обліку, на 100 тис. населення; чисельність хворих на СНІД, які знаходяться на обліку, на 100 тис. населення; чисельність хворих на туберкульоз, які знаходяться на обліку, на 100 тис. населення.</p> <p><i>Доров'я населення</i>: очікувана тривалість життя при народженні, обидві статі, років; захворюваність на ВІЛ, на 100 тис. населення; смертність від СНІДу, на 100 тис. населення; смертність від туберкульозу, на 100 тис. населення; рівень смертності, якій можна запобігти за окремим мінімальним переліком причин, на 100 тис. населення; рівень передчасної смертності, на 100 тис. населення; ймовірність померти у віці від 15 до 60 р.; частка осіб у віці 18 років і старше, які займаються фізичною активністю не менш 30 хвилин</p> <p>5 разів на тиждень, %; частка осіб у віці 15 років і старше, які курять щоденно, %; коефіцієнт смертності дітей у віці 0-4 роки; частка населення, яке має збалансований раціон харчування (за поживними речовинами та мікро- і макроелементами), %; кількість хворих із вперше встановленим діагнозом алкоголізму й алкогольних психозів, розладу психіки та поведінки внаслідок вживання наркотиків та інших психоактивних речовин, на 100 тис. населення; частка домогосподарств, які в разі потреби не змогли відвідати лікаря, частка витрат на лікування у загальному бюджеті домогосподарств, %; кількість випадків самогубств, на 100 тис. населення</p>	+
	Освіта		<p><i>Система освіти</i>: бюджетні видатки на освіту, у % до ВВП; співвідношення загальних (сумарних) видатків бюджетів усіх рівнів на освіту із визначеними за соціальними стандартами, %; забезпеченість учнів денних загальноосвітніх закладів обчислювальною технікою, одиниць на 10 000 учнів; забезпеченість студентів денної форми навчання вищих навчальних закладів обчислювальною технікою, одиниць на 10 000 студентів; частка денних загальноосвітніх навчальних закладів, що мають доступ до Інтернету, %.</p> <p><i>Освіта населення</i>: чистий показник охоплення дошкільними навчальними закладами дітей віком 3-5 років, %; охоплення загальною середньою освітою дітей шкільного віку, %; частка осіб із вищою освітою серед населення 25 років і старше, %; середня тривалість навчання осіб віком 25 років і старше, років; частка витрат на освіту у загальному бюджеті домогосподарств, %</p>	+
	Безпека		<p><i>Криміногенне середовище</i>: кількість засуджених, що відбувають покарання, на 100 тис. населення; кількість засуджених, які відбули покарання (вийшли на волю) за попередні 25 років, на 100 тис. населення; кількість організованих злочинних угруповань, одиниць.</p> <p><i>Криміногенна ситуація</i>: коефіцієнт злочинності, зареєстрованих злочинів на 100 тис. населення; коефіцієнт вбивств, зареєстрованих вбивств на 100 тис. населення; питома вага молоді у віці до 30 років, засудженої до позбавлення волі, %; частка рецидивних (повторних) злочинів, %</p>	

Продовження табл. Г1

1	2	3	4	5
	Культура, мистецтво, відпочинок		<p><i>Сфера культури, мистецтва, туризму:</i> бюджетні видатки на культуру, мистецтво, фізичну культуру, туризм, у % до ВВП; співвідношення загальних (сумарних) видатків бюджетів усіх рівнів на культуру, мистецтво, фізичну культуру із визначеними за соціальними стандартами, %; кількість закладів культури, мистецтва за видами (театри, музеї, бібліотеки, стадіони, палаци спорту, гуртки тощо), на 100 тис. населення; частка закладів культури, що потребують капітального ремонту, %.</p> <p><i>Активність населення у сфері культури, мистецтва, туризму:</i> кількість внутрішніх туристів і екекурсантів, на 100 тис. населення; частка населення, яке хоча б один раз було за кордоном з туристичною метою, %; відвідуваність населенням (як глядач) закладів культури, мистецтва за видами (театри, музеї, бібліотеки, стадіони, палаци спорту, гуртки тощо), на 100 тис. населення; відвідуваність населенням (як учасник гуртків, секцій тощо) закладів культури, мистецтва за видами, на 100 тис. населення; частка населення, яке хоча б один раз відвідало інший регіон України з туристичною метою, %; частка населення, яке користується Інтернетом (вдома, на роботі чи в інших місцях), %; співвідношення витрат часу на роботу та відпочинок</p>	
	Житло		<p><i>Ринок житла:</i> середня вартість загальної площі, введених в експлуатацію нових житлових будинків, тис. грн/1 м²; середня вартість оренди житла у столиці, євро / 1 м² за місяць; кількість сімей та однаків, які проживають у житлі, яке не відповідає санітарним нормам, на 100 тис. населення; кількість сімей та однаків, які потребують отримання соціального житла, на 100 тис. населення.</p> <p><i>Житлові умови:</i> розмір житлової площі, м² на особу; частка домогосподарств, які мешкають у житлі, що обладнане базовими зручностями, %; частка населення, яке мешкає в житлі, що відповідає сучасним стандартам, %; частка домогосподарств, які беруть питну воду з мережі водопостачання, %</p>	
	Транспорт		<p><i>Транспортна інфраструктура:</i> розгалуженість транспортної інфраструктури (інтенсивність сполучення сіл з районними центрами та районних з обласними); частка доріг, які потребують капітального ремонту (за категоріями доріг), %; частка парку громадського транспорту, яка потребує заміни (за видами транспорту), %.</p> <p><i>Безпека на транспорті:</i> кількість загиблених у ДТП, на 100 тис. населення;</p> <p>кількість загиблених у ДТП, на 100 тис. км доріг; кількість травмованих у ДТП, на 100 тис. населення; кількість ДТП, на 100 тис. населення</p>	
	Економіка		<p><i>Стан економіки:</i> ВВП на особу за ПКС у міжнародних доларах; індекс споживчих цін; індекс економічної свободи; співвідношення зовнішнього боргу та ВВП, %; дефіцит Пенсійного фонду, %; співвідношення дотацій та виплат та фонду заробітної плати, %; рівень тінізації економіки, %; вартість життя людини, тис. грн.</p> <p><i>Добробут:</i> частка населення, яке має сукупні еквівалентні витрати менше 75 % медіанного рівня (відносний рівень бідності), %; пигома вага витрат на харчування в сукупних витратах домогосподарств, %; частка осіб, харчування яких відповідає санітарним нормам, %; частка осіб, які не могли дозволити собі протягом останніх 12 місяців відпочинок поза домом, %; частка осіб, які не могли дозволити собі протягом останніх 12 місяців купити книги, білети до театру, кіно, %; співвідношення доходів 20% найбільш та 20% найменш заможного населення, разів; співвідношення витрат часу на домашню роботу та відпочинок, разів; частка неофіційних доходів у загальних доходах громадян, %</p>	+

Продовження табл. Г1

1	2	3	4	5
		Зайнятість	<p><i>Ринок праці</i>: рівень безробіття серед населення 20–65 років за методологією МОП, %; частка працюючих по найму в загальній чисельності зайнятого населення, %; рівень тривалого безробіття (більше 12 місяців) за методологією МОП, %; частка осіб, працевлаштованих за кордоном за допомогою офіційних посередників, у загальній чисельності населення віком 18–65 років, %; частка іноземців, які працюють в Україні, у загальній чисельності зайнятого населення, %; частка професіоналів та фахівців серед зайнятого населення, %.</p> <p><i>Зайнятість за умовами праці</i>: рівень зайнятості населення (частка зайнятих серед населення 20–65 років), %; економічна активність населення у віці 20–65 років, %; частка працівників, які працюють в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам, %; рівень охоплення соціальним страхуванням (частка застрахованих осіб у зайнятому населенні), %; час, який щоденно витрачається для поїздки на роботу та у зворотному напрямку, год.</p>	
		Громадянська активність	<p><i>Розвиток громадянського суспільства</i>: індекс сталості розвитку організації громадянського суспільства; індекс свободи; індекс демократії; кількість політичних, релігійних та громадських організацій (професійки, творчі спілки, ОСББ, клуби за інтересами тощо), на 100 тис. населення.</p> <p><i>Суспільно-політична ситуація</i>: кількість громадян, які беруть участь у роботі політичних, релігійних та громадських організацій (професійки, творчі спілки, ОСББ, клуби за інтересами тощо), на 100 тис. населення у віці 16 років і старше; кількість волонтерів, на 100 тис. населення у віці 16 років і старше; частка осіб, що притягалися до адміністративної відповідальності, на 100 тис. населення у віці 16 років і старше.</p>	
		Суспільне середовище	<p><i>Стан суспільного середовища</i>: чисельність дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, на 100 тис. населення; рівень корупції; рівень побутового хабарництва, %.</p> <p><i>Соціальне уособлення</i>: сумарний коефіцієнт народжуваності, %; загальний коефіцієнт розлучуваності, %; частка домогосподарств, що складаються з однієї особи, %; кількість усиновлених дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, на 100 тис. їх чисельності; частка дітей, народжених жінками, які не були у зареєстрованому шлюбі, %</p>	

Складено автором.

Додаток Д

Таблиця Д1

Зіставлення завдань та індикаторів досягнення 12 ЦСР “Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва” в ЄС та Україні

№ п/п	Завдання відповідно до глобального визначення ЦСР	3	Завдання відповідно до національного визначення	
			4	5
1	Завдання	Індикатори ЄС	Завдання	Індикатори України
1	12.1. Здійснити десятирічну стратегію дій з переходу до використання раціональних моделей споживання і виробництва за участю всіх країн і з урахуванням їх розвитку, потенціалу, причому першими її повинні реалізувати розвинені країни			
2	12.2. До 2030 року домогтися раціонального освоєння й ефективного використання природних ресурсів	12.2.1. Продуктивність ресурсів (ВВП) (співвідношення обсягів валового внутрішнього продукту до внутрішнього споживання), EUR/кг 12.2.2. Продуктивність енергоресурсів (відношення обсягу ВВП до обсягу валового внутрішнього споживання енергії), EUR/кг т. екв. 12.2.3. Індекс споживання первинної енергії (2005 = 100) 12.2.4. Індекс споживання вторинної енергії (2005 = 100) 12.2.5. Частка відновлювальної енергії від вторинної енергії, %	12.1. Знизити ресурсоємність економіки	12.1.1. Ресурсоємність ВВП (питома вага вартості природних ресурсів в одиниці ВВП), % до рівня 2015 р.

Додатки

Продовження табл. Д1

1	2	3	4	5
3	12.3. До 2030 р. скоротити вдвічі загальносвітовий обсяг харчових відходів на роздрібному та споживчому рівнях і зменшити втрати продовольства у виробничо-збутових ланцюжках, у тому числі післязбиральні втрати		12.2. Зменшити втрати продовольства у виробничо-збутових ланцюжках	12.2.1. Частка післязбиральних втрат у загальному виробництві зернових культур, % 12.2.2. Частка післязбиральних втрат у загальному виробництві овочів та баштанних культур, %
4	12.4. До 2020 р. домогтися екологічно раціонального використання хімічних речовин і всіх відходів упродовж їх життєвого циклу відповідно до міжнародних принципів, істотно скоротити їх потрапляння у повітря, воду і ґрунт, звести до мінімуму негативний вплив на здоров'я людей та навколишнє середовище	12.4.1. Обсяг сукупного споживання токсичних хімічних речовин (обсяг виробництва + імпорт – експорт), млн т 12.4.2. Середні обсяги викидів CO ₂ на 1 км від нових пасажирських машин (середній рівень викидів CO ₂ на 1 км на нові пасажирські авто в даному році), г CO ₂ на 1 км	12.3. Забезпечити стале використання хімічних речовин на основі інноваційних технологій та виробництв	12.3.1. Кількість підприємств, що використовують небезпечні хімічні речовини, у яких запроваджено системи управління хімічними речовинами згідно з міжнародними стандартами, одиниць 12.3.2. Частка підприємств, у яких запроваджено системи управління хімічними речовинами згідно з міжнародними стандартами до загальної кількості підприємств, що використовують небезпечні хімічні речовини, %

Продовження табл. Д1

1	2	3	4	5
5	12.5. До 2030 р. істотно зменшити обсяг відходів шляхом вживання заходів щодо запобігання їх утворенню, їх скорочення, переробки та повторного використання	12.5.1. Показник циркулярності використання матеріалів (частка вторинної сировини в загальному обсязі матеріалів побутового використання), %. 12.5.2. Виробництво відходів за винятком основних мінеральних відходів, кг на 1 особу 12.5.3. Частка власної переробки відходів за винятком основних мінеральних відходів до оброблених відходів, %	12.4. Зменшити обсяг утворення відходів і збільшити обсяг їх переробки та повторного використання на основі інноваційних технологій та виробництв	12.4.1. Обсяги утворених відходів підприємствами всіх видів економічної діяльності на одиницю ВВП, кг на 1000 дол. США за ПКС 2011 р. 12.4.2. Частка спалених та утилізованих відходів у загальному обсязі утворених відходів, %
6	12.6. Рекомендувати компаніям, особливо великим і транснаціональним, застосовувати стійкі методи виробництва та відображати інформацію про раціональне використання ресурсів у своїх звітах			
7	12.7. Сприяти забезпеченню сталості практики державних закупівель відповідно до національних стратегій і пріоритетів			
8	12.8. До 2030 року забезпечити відповідну інформацію населенню та відомості про сталій розвиток і життя в гармонії з природою			

Складено за [191; 193; 194].

Додаток Е

Таблиця Е1

Прожитковий мінімум в Україні за соціальними та демографічними групами (2000-2019), грн

Період	Загальний показник	Зростання, %	Діти до 6 років	Діти від 6 до 18 років	Працездатні особи	Особи, які втратили працездатність
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
01.01.2000 – 31.12.2000	270		241	297	288	217
01.01.2001 – 31.12.2001	311	+15,3	276	346	331	249
01.01.2002 – 31.12.2003	342	+9,9	307	384	365	268
01.01.2004 – 31.12.2004	362	+5,9	324	405	387	285
01.01.2005 – 31.12.2005	423	+16,8	376	468	453	332
01.01.2006 – 31.03.2006	453	+7,1	400	514	483	350
01.04.2006 – 30.09.2006	465	+2,6	410	527	496	359
01.10.2006 – 31.12.2006	472	+1,5	418	536	505	366
01.01.2007 – 31.03.2007	492	+4,2	434	558	525	380
01.04.2007 – 30.09.2007	525	+6,7	463	595	561	406
01.10.2007 – 31.12.2007	532	+1,3	470	604	568	411
01.01.2008 – 31.03.2008	592	+11,3	526	663	633	470
01.04.2008 – 30.06.2008	605	+2,2	538	678	647	481
01.07.2008 – 30.09.2008	607	+0,3	540	680	649	482
01.10.2008 – 31.10.2009	626	+3,1	557	701	669	498
01.11.2009 – 31.12.2009	701	+12,0	632	776	744	573
01.01.2010 – 31.03.2010	825	+17,7	755	901	869	695
01.04.2010 – 30.06.2010	839	+1,7	767	917	884	706
01.07.2010 – 30.09.2010	843	+0,5	771	921	888	709
01.10.2010 – 30.11.2010	861	+2,1	787	941	907	723
01.12.2010 – 31.12.2010	875	+1,6	799	957	922	734
01.01.2011 – 31.03.2011	894	+2,2	816	977	941	750
01.04.2011 – 30.09.2011	911	+1,9	832	997	960	764
01.10.2011 – 30.11.2011	934	+2,5	853	1022	985	784
01.12.2011 – 31.12.2011	953	+2,0	870	1042	1004	800
01.01.2012 – 31.03.2012	1017	+6,7	893	1112	1073	822
01.04.2012 – 30.06.2012	1037	+2,0	911	1134	1094	838

Продовження табл. Е1

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
01.07.2012 – 30.09.2012	1044	+0,7	917	1144	1102	844
01.10.2012 – 30.11.2012	1060	+1,5	930	1161	1118	856
01.12.2012 – 31.12.2012	1095	+3,3	961	1197	1134	884
01.01.2013 – 30.11.2013	1108	+1,2	972	1210	1147	894
01.12.2013 – 31.12.2013	1176	+6,1	1032	1286	1218	949
01.01.2014 – 31.12.2014	1176	0	1032	1286	1218	949
01.01.2015 – 31.08.2015	1176	0	1032	1286	1218	949
01.09.2015 – 31.12.2015	1330	+13,1	1167	1455	1378	1074
01.01.2016 – 30.04.2016	1330	0	1167	1455	1378	1074
01.05.2016 – 30.11.2016	1399	+5,2	1228	1531	1450	1130
01.12.2016 – 31.12.2016	1544	+10,4	1355	1689	1600	1247
01.01.2017 – 30.04.2017	1544	0	1355	1689	1600	1247
01.05.2017 – 30.11.2017	1624	+5,2	1426	1777	1684	1312
01.12.2017 – 31.12.2017	1700	+4,7	1492	1860	1762	1373
01.01.2018 – 30.06.2018	1700	0	1492	1860	1762	1373
01.07.2018 – 30.11.2018	1777	+4,5	1559	1944	1841	1435
01.12.2018 – 31.12.2018	1853	+4,3	1626	2027	1921	1497
01.01.2019 – 30.06.2019	1853	0	1626	2027	1921	1497
01.07.2019 – 30.11.2019	1936	+4,5	1699	2118	2007	1564
01.12.2019 – 31.12.2019	2027	+4,7	1779	2218	2102	1638

Складено за [506].

Додаток Ж

Таблиця Ж1

Структура сукупних витрат домогосподарств України

Витрати	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Сукупні витрати в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн	3073,3	3458,0	3592,1	3820,3	4048,9	4952,0	5720,4	7139,4	8308,6
Споживчі сукупні витрати, %:									
продукти харчування та безалкогольні напої	89,9	90,1	90,8	90,2	91,6	92,9	93,2	92,9	92,0
алкогольні напої, тютюнові вироби	51,6	51,3	50,1	50,1	51,9	53,1	49,8	47,9	47,7
непродовольчі товари та послуги, у тому числі:	3,4	3,4	3,5	3,5	3,4	3,3	2,9	3,1	3,4
- одяг і взуття	34,9	35,4	37,2	36,6	36,3	36,5	40,5	41,9	40,9
- житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	6,0	5,7	6,1	5,9	6,0	5,7	5,6	5,5	5,4
- предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	9,2	9,6	9,9	9,5	9,4	11,7	16,0	17,0	15,2
- охорона здоров'я	2,3	2,2	2,3	2,3	2,3	2,0	1,7	2,0	2,1
- транспорт	3,2	3,2	3,4	3,4	3,6	3,7	4,2	3,8	4,0
- зв'язок	3,7	4,0	4,3	4,3	4,3	3,7	3,6	3,7	3,7
- відпочинок і культура	2,7	2,6	2,8	2,8	2,8	2,4	2,3	2,4	2,6
- освіта	1,8	1,9	2,0	2,1	1,8	1,5	1,4	1,6	1,8
- ресторани та готелі	1,3	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1	1,0	1,1	1,0
- різні товари і послуги	2,4	2,5	2,5	2,5	2,3	2,0	2,2	2,3	2,4
Неспоживчі сукупні витрати, %	2,3	2,4	2,6	2,6	2,7	2,7	2,5	2,5	2,7
Довідково: оплата житла, комунальних продуктів та послуг	10,1	9,9	9,2	9,8	8,4	7,1	6,8	7,1	8,0
	7,6	8,0	8,3	8,0	8,1	10,2	14,7	15,4	13,9

Примітка. Не урахована частина тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Складено за [254].

Додаток 3

Таблиця 31

Структура обсягів ВВП, споживання, фінансової спроможності та рівня добробуту населення

Роки	ВВП, млн грн	Індекс фізичного обсягу ВВП, %	Зміна обсягу ВВП	Обсяги споживання, млн грн	Зміна споживання, %	Частка споживання у ВВП, %	Доходи населення, млн грн	Витрати на придбання товарів, млн грн	Нагромадження нефінансових активів, млн грн	Приріст фінансових активів	Реальний наявний дохід, у відсотках до відповідного періоду попереднього року
2005	457325	103,1	3,1	265714	20,3	58,1	381404	306769	4444	41207	123,9
2006	565018	107,6	7,6	336864	15,8	59,6	472061	385681	7159	37044	111,8
2007	751106	108,2	8,2	448951	17,1	59,8	623289	509533	9939	37840	114,8
2008	990819	102,2	2,2	619561	12,5	62,5	845641	695618	29515	22496	107,6
2009	947042	84,9	-15,1	609387	-15,6	64,3	894286	709025	10493	69884	90
2010	1079346	104,1	4,1	680164	7	63	1101175	838213	19578	142289	117,1
2011	1299991	105,5	5,5	858905	15,7	66,1	1266753	1030635	-1159	124282	108
2012	1404669	100,2	0,2	950212	8,4	67,7	1457864	1194791	-2954	150234	113,9
2013	1465198	100,0	0,0	1047096	6,9	71,4	1548733	1304031	5378	110888	106,1
2014	1586915	93,4	-6,6	1120876	-8,3	70,6	1516768	1316757	2912	27868	88,5
2015	1988544	90,2	-9,8	1331526	-19,8	67	1772016	1568173	-2117	33190	79,6
2016	2385367	102,4	2,4	1569702	2,7	65,8	2051331	1840262	-5481	18072	102
2017	2983882	102,5	2,5	1977640	9,5	66,3	2652082	2359985	-32060	62698	110,9

Складено за [254].

Таблиця 32

Структура обсягів ВВП, споживання, утворених відходів в домогосподарствах

Роки	ВВП, млн грн	Зміна обсягу ВВП	Обсяги споживання, млн грн	Зміна обсягів споживання, % %	Частка споживання у ВВП, %	Утворено відходів на одну особу, кг	Зібрано, отримано побутових та подібних відходів, тис. т	Утворення відходів у домогоспо- дарствах, тис. т	Утворення паперових та картонних відходів, тис. т	Утворення пластико- вих відходів, тис. т	Побутові та подібні відходи, тис. т
2010	1079346	4,1	680164	7	63	9139	9765,5	6722,4	142,6	48	2959,4
2011	1299991	5,5	858905	15,7	66,1	9793,9	10356,5	5176,8	156,4	37,2	8069
2012	1404669	0,2	950212	8,4	67,7	9885,8	13878,0	7969,4	175,4	170,3	9713,3
2013	1465198	0,0	1047096	6,9	71,4	9851,0	14501,0	9026,2	147,0	39,3	10803,7
2014	1586915	-6,6	1120876	-8,3	70,6	8256	10748,0	6314,3	234,2	43,7	7021,3
2015	1988544	-9,8	1331526	-19,8	67	7288	11491,8	6053,3	111,0	42,9	6789,2
2016	2385367	2,4	1569702	2,7	65,8	6934	11562,6	6346,5	184,5	51,9	6946,2
2017	2983882	2,5	1977640	9,5	66,3	8616	11271,2	5858,0	183,5	48,6	6183,2

Складено за [254; 285].

Додаток I

Таблиця I1

Географічна структура найнебезпечніших непродуктивних товарів у країнах ЄС (2016–2018)

№ з/п	Реагуюча країна	Кількість повідомлень про небезпеку в системі RAPEX			Кількість подальших дій в інших країнах ЄС		
		2018	2017	2016	2018	2017	2016
1.	Німеччина	362	353	356	167	141	123
2.	Франція	249	190	199	43	77	129
3.	Угорщина	172	151	192	33	32	102
4	Кіпр	156	137	118	14	17	19
5	Польща	139	122	53	297	315	106
6	Фінляндія	128	102	66	343	489	217
7	Іспанія	121	222	224	47	88	292
8	Чеська Республіка	116	35	80	10	4	11
9	Болгарія	102	117	110	312	308	108
10	Велика Британія	99	116	123	6	90	187
11	Швеція	73	60	71	304	268	307
12	Нідерланди	61	119	65	269	256	292
13	Італія	53	33	40	30	24	34
14	Литва	52	44	28			
15	Словаччина	50	77	45	231	189	208
16	Данія	45	39	29	264	295	388
17	Португалія	45	40	53	237	225	256
18	Австрія	27	15	26	45	37	53
19	Греція	27	18	52	210	188	178
20	Ірландія	27	24	9	115	127	174
21	Хорватія	22	29	8	200	188	200
22	Естонія	22	24	26	171	124	77
23	Мальта	22	24	31	28	18	33
24	Словенія	18	14	15	297	230	200
25	Люксембург	17	7	19	129	56	25
26	Латвія	16	32	26	17	24	25
27	Норвегія	13	21	17	82	92	194
28	Ісландія	11	3	10	87	11	33
29	Румунія	9	14	25	31	4	13
30	Бельгія	3	18	8	31	32	30

Складено за [239].

Таблиця І2

Видова структура ризиків у разі використання непродуктивних товарів у країнах ЄС (2016–2018)

Тип ризику	Кількість повідомлень про небезпеку в системі RAPEX		
	2018	2017	2016
Хімічні ризики	637	544	524
Травми	635	682	614
Задушливість	442	409	336
Ураження електричним струмом	263	253	261
Вогнебезпека	193	148	206
Удушення (затискання судин)	84	109	134
Опіки	79	78	69
Загроза навколишньому середовищу	43	44	41
Пошкодження зору	29	22	26
Пошкодження слуху	21	33	38
Задушення (душити)	21	23	22
Порізи	19	33	21
Захоплення	17	16	20
Мікробіологічні	12	19	33
Ризик для здоров'я / інше	9	3	9
Інші	6	0	4
Утоплення	4	4	15
Асфіксія	3	17	22

Складено за [266].

**Видова структура подальших дій від загроз у разі використання
непродовольчих товарів у країнах ЄС (2016–2018)**

Тип ризику	кількість подальших дій в інших країнах ЄС		
	2018	2017	2016
Травми	2912	3036	2807
Вогненебезпека	469	411	535
Хімічні ризики	366	245	281
Задушливість	203	155	219
Опіки	93	60	72
Електричний удар	60	60	91
Удушення (затискання судин)	44	70	68
Загроза навколишньому середовищу	30	53	52
Порізи	16	23	26
Пошкодження слуху	15	23	11
Захоплення	13	15	11
Задушення	13	7	16
Інші	9	7	18
Мікробіологічні	7	8	18
Пошкодження зору	5	2	12
Асфіксія	4	18	17
Ризик для здоров'я / ін.	4	1	6
Утоплення	2	8	7

Складено за [266].

Додаток К

Таблиця К1

Динаміка основних індикаторів безпеки споживання за функціональними складниками

№ з/п	Індикатор	Тип індикатора	Роки									
			2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1. Індикатори соціального складника безпеки споживання												
1.1	Очікувана тривалість життя при народженні (обидві статі), років	стимулятор	70,44	71,02	71,15	71,37	71,37	71,38	71,68	71,98	71,76	
1.2	Коефіцієнти смертності, на 100 тис. населення	дестимулятор	1 522,20	1 454,00	1 454,50	1 456,10	1 470,40	1 487,10	1 470,90	1 447,80	1 479,40	
1.3	Кількість уперше зареєстрованих захворювань на одиницю населення	дестимулятор	0,7197	0,7226	0,6829	0,6811	0,5918	0,624	0,64	0,625	0,633	
1.4	Частка витрат на продукти харчування та безалкогольні напої в структурі сукупних витрат домогосподарств, %	дестимулятор	51,6	51,3	50,1	50,1	51,9	53,1	49,8	47,9	47,7	
1.5	Частка витрат на охорону здоров'я в структурі сукупних витрат домогосподарств, %	дестимулятор	3,2	3,2	3,4	3,4	3,6	3,7	4,2	3,8	4,0	
1.6	Чистий показник охоплення дошкільними навчальними закладами дітей віком 3–5 років, %	стимулятор	53	55	57	61	55	55	57	59	58	
1.7	Охоплення загальною середньою освітою дітей шкільного віку, %	стимулятор	79,8	82	82,5	83	78,4	78,5	78,7	78,9	81,1	
1.8	Частка осіб із вищою освітою серед населення 22 років і старше, %	стимулятор	22,7	23,8	24,2	25	26,2	27,7	27,2	27,2	27,3	
1.9	Частка витрат на освіту в структурі сукупних витрат домогосподарств, %	стимулятор	1,3	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1	1,0	1,1	1,0	
1.10	Відвідуваність населенням закладів культури (театри, музеї, концерти), відвідувань на 100 осіб	стимулятор	64	65	69	67	52	54	57	61	64	
1.11	Частка витрат на відпочинок і культуру в структурі сукупних витрат домогосподарств, %;	стимулятор	1,8	1,9	2	2,1	1,8	1,5	1,4	1,6	1,8	
1.12	Рівень безробіття населення (за методологією МОП), %	дестимулятор	8,1	7,9	7,5	7,2	9,3	9,1	9,3	9,5	8,8	

I	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.13	Рівень тривалого безробіття (більше 12 місяців) за методологією МОП, %	дестимулятор	23,6	19,5	21,8	20,9	20,1	24	25,3	26,7	21,6
1.14	Частка професіоналів та фахівців серед зайнятого населення, %	стимулятор	25,5	26	26	26,15	29,39	29,69	29,58	29,22	29,61
1.15	Рівень зайнятості населення (частка зайнятих серед населення 20–65 років), %	стимулятор	58,5	59,2	59,7	60,3	56,6	56,7	56,3	56,1	57,1
1.16	Частка працівників, які працюють в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам, %	дестимулятор	28,4	28,9	29,2	29,5	29,8	28,9	28,6	28,4	28,5
1.17	Частка витрат на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива в структурі сукупних витрат домогосподарств, %	дестимулятор	9,2	9,6	9,9	9,5	9,4	11,7	16	17	15,2
2. Індикатори економічного складника безпеки споживання											
2.1	ВВП на особу, тис. грн	стимулятор	24798	29980	32480	33965	36904	46413	55899	70233	84190
2.2	Індекс споживчих цін	дестимулятор	109,1	104,6	99,8	100,5	124,9	143,3	112,4	113,7	109,8
2.3	Індекс реальної заробітної плати	стимулятор	110,5	111,0	111,1	106,7	86,4	90,1	111,6	118,9	109,7
2.4	Частка населення із середньодушовими еквівалентними загальними доходами у місяць, нижчими законодавчо встановленого прожиткового мінімуму, %	дестимулятор	8,6	7,8	9	8,3	8,6	6,4	3,8	2,4	1,3
2.5	Економічна активність населення у віці 15–75 років, %	стимулятор	63,7	64,3	64,6	65,0	62,4	62,4	62,2	62,0	62,6
2.6	Відношення середньомісячної номінальної заробітної плати до прожиткового мінімуму на одну працездатну особу, разів	стимулятор	2,651	2,723	2,754	2,775	2,857	3,444	3,512	4,224	4,8101
2.7	Співвідношення грошових доходів 10 відсотків найбільш та найменш забезпеченого населення (децильний коефіцієнт фондів), разів	дестимулятор	5,9	5,7	5,1	5,2	4,9	5	4,9	5,9	6
2.8	Обсяг витратків зведеного бюджету на охорону здоров'я, відсотків ВВП	стимулятор	4,13	3,76	4,14	4,23	3,65	3,8	3,4	3,1	3,5

Продовження табл. К1

I	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2.9	Обсяг видатків зведеного бюджету на освіту, відсотків ВВП	стимулятор	8,4	7,5	7,2	7,3	6,3	5,7	5,4	6	5,9
3. Індикатори складника охорони довкілля безпеки споживання											
3.1	Обсяги утворених відходів, кг на одну особу	дестимулятор	9285	9778	9877	9837	8255,6	7288,3	6933,5	8616,0	8335
3.2	Частка утилізованих відходів 1–3 класів небезпеки, %	стимулятор	0,441	0,389	0,377	0,298	0,299	0,340	0,399	0,305	0,267
3.3	Утилізовано побутових та подібних відходів, кг на особу	стимулятор	1,7	1,6	1,3	0,2	0,1	0,1	0,2	0,4	0,4
3.4	Частка забруднених вод у загальному об'ємі скидання стічних вод у водні об'єкти, %	дестимулятор	0,21	0,2	0,19	0,22	0,14	0,16	0,12	0,2	0,18
3.5	Викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних і пересувних джерел забруднення, тонн на 1 особу	дестимулятор	0,145	0,150	0,149	0,148	0,118	0,105	0,105	0,093	0,091
3.6	Частка площ, оброблених мінеральними добривами, до загальної площі сільськогосподарських угідь	стимулятор	30,5	34,1	35,1	37,1	35,7	34,9	37,8	39,8	38,8
3.7	Частка площ, оброблених органічними добривами, до загальної площі сільськогосподарських угідь	стимулятор	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,2	1,2	1,9
3.8	Частка постачання енергії від відновлюваних джерел	стимулятор	2	2	2	2,7	2,6	3	3,8	4,4	5,4
4. Індикатори продовольчого складника безпеки споживання											
4.1	Добова калорійність харчування людини, ккал на особу	стимулятор	2933	2951	2954	2969	2939	2799	2742	2707	2707
4.2	Співвідношення обсягів виробництва та споживання м'яса та м'ясних продуктів на одну особу, %	стимулятор	86,15	91,47	89,02	93,48	96,03	106,31	105,74	105,29	110,60
4.3	Співвідношення обсягів виробництва та споживання молока та молочних продуктів на одну особу, %	стимулятор	118,58	118,19	116,02	114,16	110,00	117,80	115,89	120,71	116,67
4.4	Співвідношення обсягів виробництва та споживання яєць на одну особу, %	стимулятор	7,39	7,60	7,88	8,05	8,03	8,06	7,64	7,71	7,95

	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4.5	Співвідношення обсягів виробництва та споживання олії на одну особу, %	стимулятор	455,86	521,07	685,56	612,69	827,78	867,56	1081,16	1259,84	1281,23
4.6	Співвідношення обсягів виробництва та споживання цукру на одну особу, %	стимулятор	105,85	146,73	124,90	74,73	124,50	95,20	141,93	157,81	137,55
4.7	Співвідношення обсягів виробництва та споживання картоплі на одну особу, %	стимулятор	315,72	380,24	363,40	360,89	369,91	353,04	363,86	363,67	371,25
4.8	Співвідношення обсягів виробництва та споживання овочів та плодоягідних баштанних культур на одну особу, %	стимулятор	134,53	141,72	145,04	143,41	139,24	141,85	142,83	142,94	144,16
4.9	Виробництво зерна на одну особу на рік, тонн	стимулятор	0,85	1,24	1,01	1,38	1,41	1,40	1,55	1,45	1,66
4.10	Рівень запасів зернових культур на кінець періоду, % до споживання	стимулятор	57,27	87,25	62,06	80,53	91,81	89,16	108,19	128,09	125,17
4.11	Частка продажу імпортованих продовольчих товарів через торговельну мережу підприємств, %	дестимулятор	11,8	12,8	13,7	14,5	14,4	14,8	11,8	17,8	18,6
5. Індикатори зовнішньоекономічного складника безпеки споживання											
5.1	Відкритість економіки, %	стимулятор	82,40	92,58	87,34	76,51	81,10	83,08	80,99	82,85	79,89
5.2	Коефіцієнт покриття експортом імпорту, разів	стимулятор	0,85	0,83	0,81	0,82	0,99	1,02	0,93	0,87	0,83
5.3	Індекс умов торгівлі (ціновий), %	стимулятор	91,2	94	109,8	102,9	123,8	112,1	91,3	92,6	95,5
5.4	Питома вага провідної країни-партнера в загальному обсязі експорту товарів, %	дестимулятор	26,1	28,98	25,56	23,73	18,18	12,66	9,88	9,1	7,72
5.5	Питома вага провідної країни-партнера в загальному обсязі імпорту товарів, %	дестимулятор	36,67	35,84	32,89	30,46	23,33	19,97	13,12	14,52	14,15
5.6	Частка імпорту у внутрішньому споживанні країни, %	дестимулятор	20,81	23,67	22,39	19,97	19,31	19,50	20,12	21,70	22,74
6. Індикатори науково-технологічного складника системи безпеки споживання											
6.1	Частка кількості підприємств, що впроваджували інновації (продукцію та/або технологічні процеси), у загальній кількості промислових підприємств, %	стимулятор	11,5	12,8	13,6	13,6	12,1	15,2	16,6	14,3	15,6
6.2	Впроваджено нових, маловідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів, од.	стимулятор	479	517	554	502	447	458	748	611	926

Закінчення табл. К1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
6.3	Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промисловості, %	стимулятор	3,8	3,8	3,3	3,3	2,5	1,4	1	0,7	0,8
6.4	Інтервальний індекс інвестиційної сприятливості бізнес-середовища станом на кінець року, %	стимулятор	3,28	2,19	2,12	1,81	2,5	2,57	2,85	3,03	3,07
6.5	Частка продукції, що була реалізована на конкурентних ринках країни, % від загального обсягу продукції (станом на початок року)	стимулятор	49	50	50	46	48	42	44	46	51

Складено за [276–285].

Додаток Л

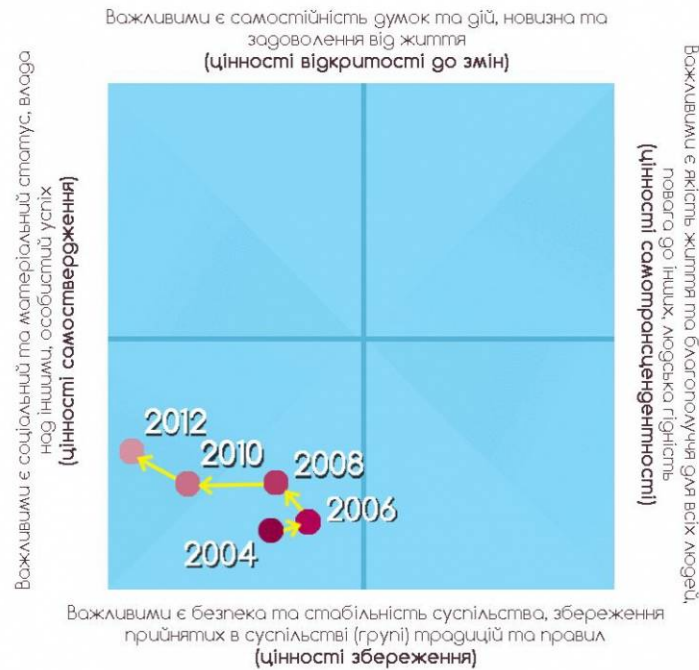


Рис. Л1. Ціннісна траєкторія українського суспільства на основі даних європейського дослідження цінностей (European Social Survey)

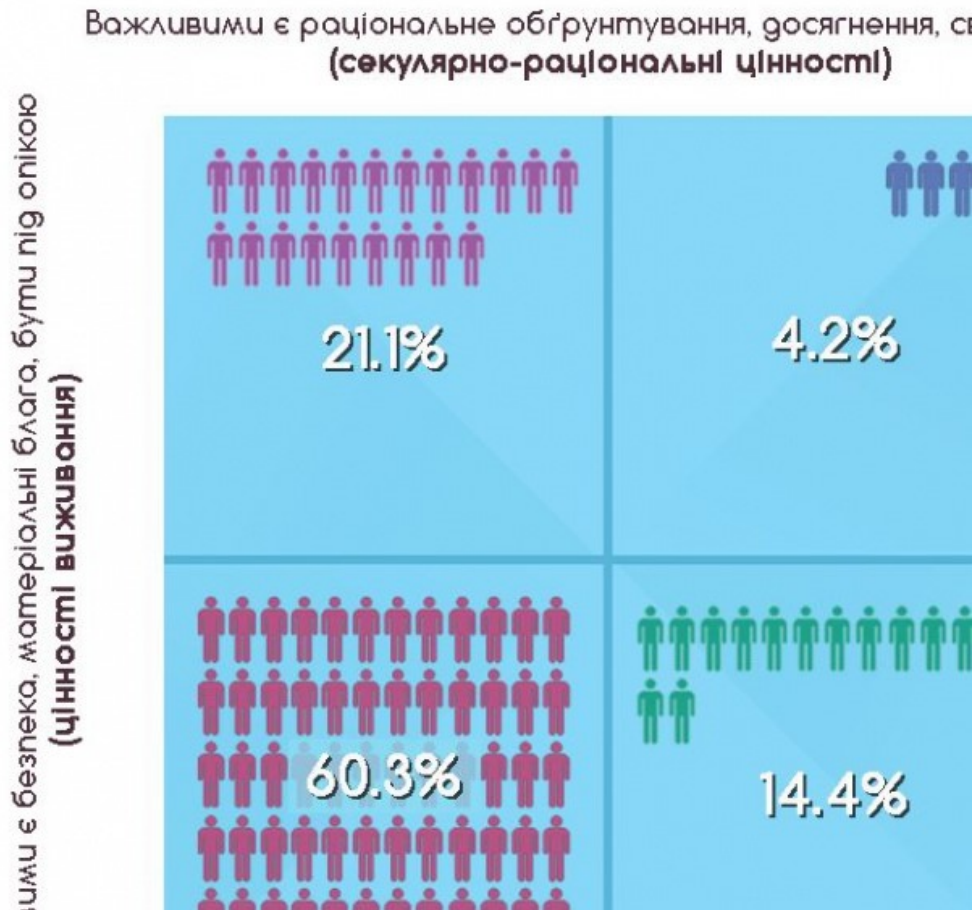


Рис. Л2. Ціннісні групи в структурі населення України віком 18+ згідно з дослідженням СОЦІС за методологією світового дослідження цінностей (World Values Survey), 2015

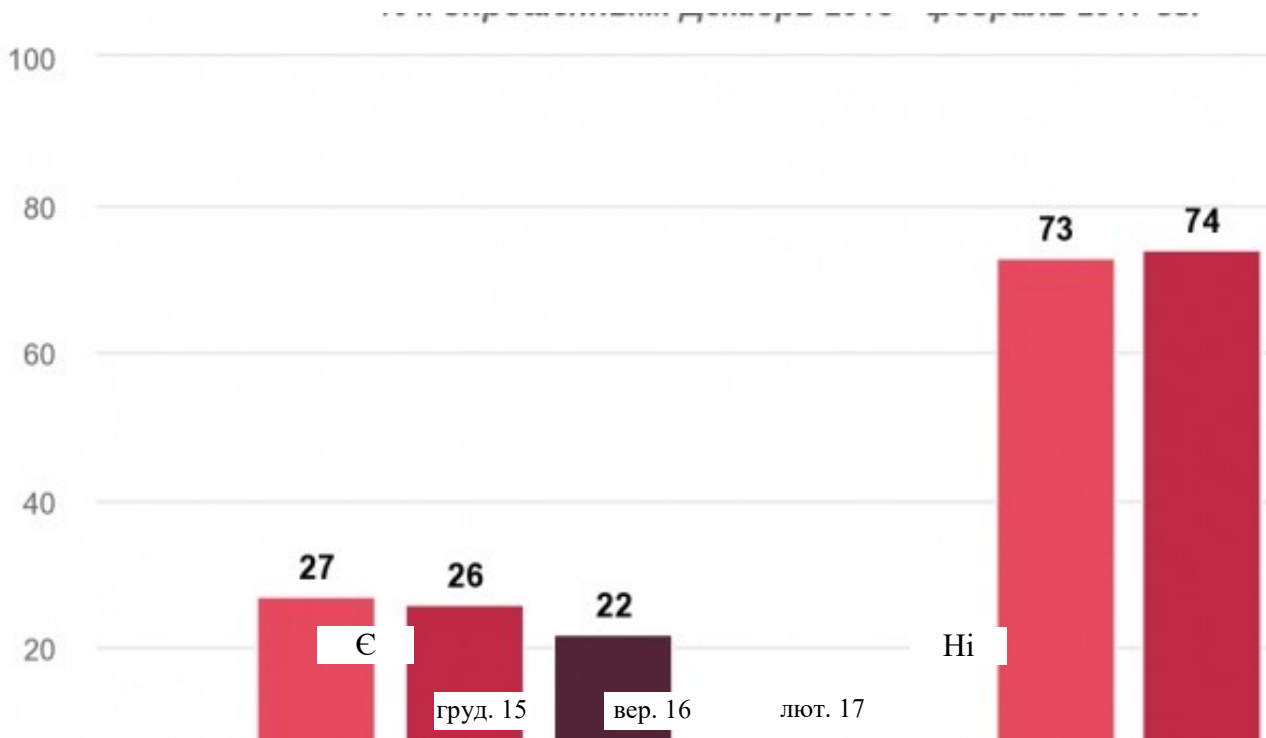


Рис. Л3. Результати опитування щодо впевненості в завтрашньому дні, % до опитаних (грудень 2015 р. – лютий 2017 р.)

Складено за [507].

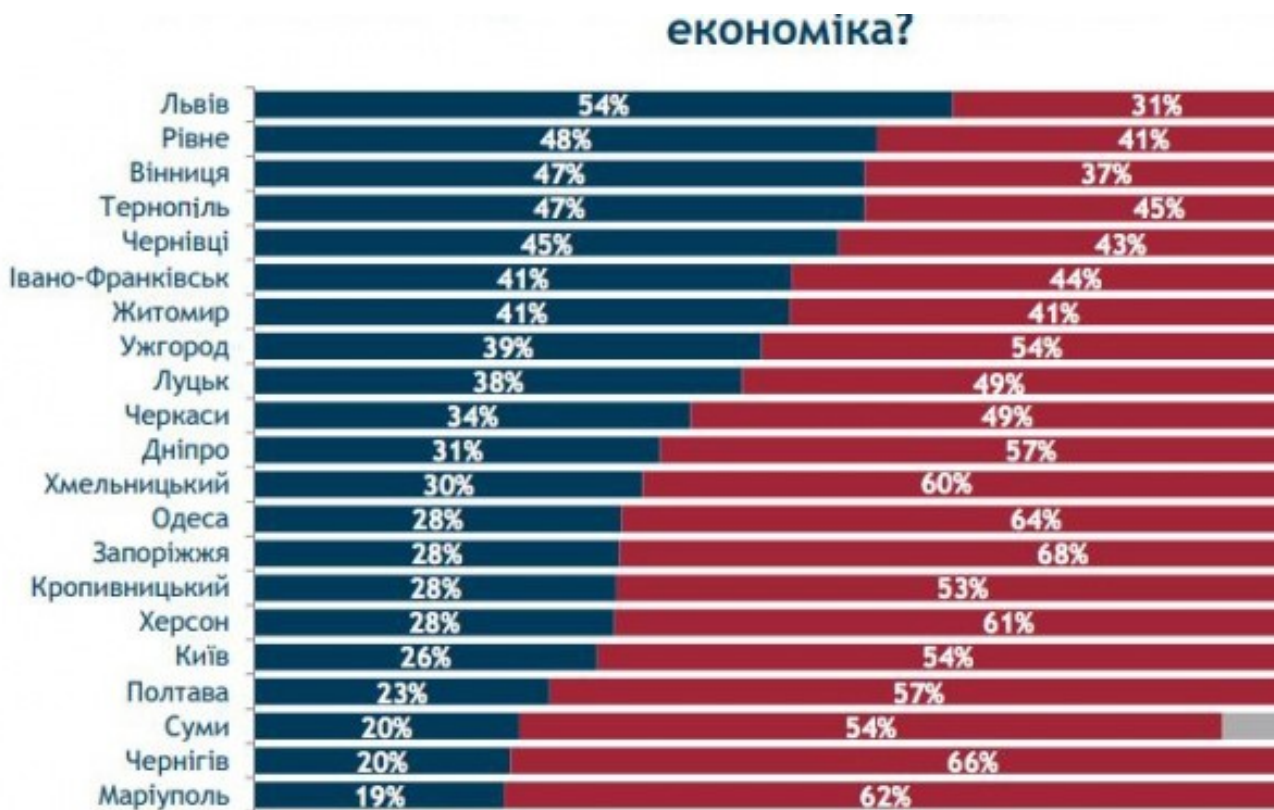


Рис. Л4. Результати опитування компанією Рейтинг на замовлення Міжнародного республіканського інституту (IRI) щодо важливості демократичної системи врядування та можливої економіки (2017)

Складено за [508].



Рис. Л5. Результати моніторингу ІС НАНУ рівня інституціональної довіри (1994–2013)

Складено за [509].

Додаток М

Моделі цінностей

<p>Бажаний стан (бажані кінцеві стани)</p> <ul style="list-style-type: none"> Комфортне життя Захоплююче життя Успіх Життя у світі Життя в красі Рівноправність Безпека сім'ї Свобода Щастя Внутрішня гармонія Зріла любов Національна безпека Насолода Порятунок Самоповага Соціальне визнання Істинна дружба Мудрість 	<p>Інструментальні компоненти (моделі поведінки)</p> <ul style="list-style-type: none"> Честолюбство Широта поглядів Талант Бадьорість Чистота Сміливість Прощення Допомога Чесність Уява Незалежність Інтелект Логіка Любов Слухняність Ввічливість Відповідальність Самоконтроль
--	---

Рис. М1. Шкала цінностей М.Рокича

Складено за [510, с. 241–242].



Рис. М2. Структурні взаємозв'язки мотиваційних ціннісних типів за Ш. Шварцем

Складено за [510, с. 243].

Модель цінностей за CedarCreek

<i>Ієрархія цінностей</i>
1) виживання:
а) біологічне виживання: їжа та вода, самозбереження, укриття, притулок, безпека, відпочинок;
б) фізико-психологічне здоров'я: чистота, охайність, здоров'я, щастя, радість, індивідуальність (ідентичність), фізична активність, фізичне задоволення
2) особовий розвиток
адаптивність (гнучкість), компетентність (здатність), мужність (сміливість), майстерність, творчість, цікавість, рішучість, кмітливість, самоповага, економічна безпека, витривалість, перевага, гумор, уява, розсудливість (розум), мудрість, знання (навчання), логічне мислення (раціональність), відкритість новому, осмислене життя (виконання), душевний спокій, розваги (відпочинок), приватна власність, ризик, самоконтроль, сила (стійкість), гордість за придбання унікального і престижного продукту, яка з 6 емоційних точок впливу на покупця, виділених Ж. Кроларом, вважається найсильнішою [511], хоча інші автори називають її багатомінливим поняттям [512, с. 107]
3) міжособовий розвиток
а) батьки до дітей: незалежність (автономія, свобода), розуміння краси, борг (підпорядкування), батьківська любов, егоїзм (я перший), гедонізм, допомога (виховання), структура (порядок, правила);
б) міжперсональні (не батьки): доброзичливість, буття собою, прощення (поблажливість), амурні справи, інтимна любов, продовження роду, куртуазність (романтизм)
4) особа до особи
а) сім'я: любов, не егоїстичність (безкорисливість), зовнішній вигляд, авторитет (влада), переконання (моральність), відчуття належності (спільність), співчуття, конформізм, економічні винагороди, рівність (рівні права), справедливість (правосуддя), справжня дружба, відчуття сім'ї, сімейна безпека, хороші манери, відчуття історії, традиції, патріотизм (національна гордість), чесність (вірність), пошана до старших, матеріальне багатство (процвітання), сила (контроль), відповідальність, відокремленість, довір'я, розуміння, робота, персональна увага і спілкування, передбаченість відносин;
б) організації: досягнення, розвиток, амбіції, здатність (уміння), близькі друзі, співпраця, конкуренція, здатність добре говорити, ініціативність, якісна робота, пошана іншими, пошана інших [513, с. 24]

Складено за [513, с. 24]

Перелік цінностей LOV

Агресивність	Бачення	Вдумливість	Виховання	Вміння
Азартність	Безгрішність	Великодушність	Відвага	Володіння
Активність	Безпека	Величність	Відвертість	Відчуття смаку
Акуратність	Безперебійність	Верховенство	Відданість	Впливовість
Акцептність	Безстрашність	Веселість	Відмінність	Втілення
Альтруїзм	Безтурботність	Взаємодія	Відновлення	Галантність
Амбіції	Більшість	Вивчення	Відношення	Гарантія
Аристократичність	Благоговіння	Виділеність	Відображення	Гармонія
Асемблійність	Благочестя	Визначеність	Відповідність	Гедонізм
Бавлення	Блаженство	Виклик	Відчуття	Героїзм
Багатства	Близькість	Виконання	Віра	Гігієна
Бадьорість	Блиск	Винахідливість	Вірність	Гідність
Бажання	Бойовитість	Виразність	Вкладення	Глибина
Баланс	Ввічливість	Витриманість	Влада	Гнучкість

Продовження табл. М2

Готовність	Зв'язок	Неупередженість	Приналежність	Спонтанність
Грайлівість	Здатність	Ніжність	до співтовариства	Спонування
Грація	Здивування	Обдарованість	Принесення	Спорт
Гумор	Здоров'я Зіткнення	Обережність	задоволення	Спостережливість
Дизайн	Зміна	Об'єднаність	Приріст	Справедливість
Дикість	Знаменитість	Обізнаність	Пристрасть	Сприйнятливність
Динамізм	Знання	Образність	Присутність	Спритність
Дисципліна	Знаходження	Оптимізм	Прихильність	Сприятливість
Доблесть	Значення	Організація	Продуктивність	Спроба
Добродійність	Зобов'язання	Оригінальність	Проникливість	Стабільність
Доброчливість	Зосередження	Освіта	Простота	Стадність
Довговічність	Зразковість	Освіченість	Професіоналізм	Створення
Довір'я	Зрілість	Охайність	Проходола	Стиглість
Допитливість	Інтенсивність	Очищення	Процвітання	Стимул
Допомога	Інтимність	Очікування	Пружність	Стриманість
Досвід	Інтуїтивність	Ощадливість	Пунктуальність	Структура
Досвідченість	Інформованість	Переваги	Реалізм	Таємниця
Досконалість	Керівництво	Перевершення	Релігійність	Творчість
Дослідженість	Комфорт	Передбачення	Ризик	Тепло
Достаток	Контроль	Переконання	Рівновага	Терпіння
Доступність	Конфіденційність	Переконливість	Різниця	Товариство
Досягнення	Концентрація	Перемога	Різноманітність	Точність
Дотепність	Кооперація	Першість володіння	Рішучість	Традиційність
Дотик	Коректність	Пильність	Родина	Трансцендентність
Доцільність	Корисність	Піднесення	Розваги	Трепет
Дружелюбність	Користь	Підтримка	Розважність	Тріумф
Духовний підйом	Корпоративність	Плавність	Роздуми	Турбування
Духовність	Кохання	План	Розміщення	Уважність
Економність	Краса	Повчання	Розпізнавання	Удосконалення
Екстаз	Кругозір	Подяка	Розрізнення	Уміння
Екстравагантність	Лагідність	Показ стандартів	Розсудливість	Упевненість
Екстравертність	Лідерство	Покірність	Розум	Управління
Елегантність	Логіка	Покращення	Рух	Усвідомлення
Емоційність	Мир Мовчання	Полегшення	Самовідданість	Успіх
Енергійність	Мода	Помічання	Саморозвиток	Уява
Ентузіазм	Моложавість	Попередженість	Самотність	Філантропія
Етикет	Мрійність	Популярність	Свідомість	Фінанси
Ефективність	Мудрість	Порядок	Світлість розуму	Фокус
Жалість Жвавість	Мужність	Посилення	Свобода	Хитрість
Жертвеність	Навмисність	Постійність	Своєчасність	Хоробрість
Життєздатність	Навчання	Потужність	Святість	Царювання
Забави	Надихання	Почесність	Сексуальність	Цікавість
Завершеність	Надійність	Пошана	Сервіс	Цілісність
Завзяття	Належність	Пошук	Сердечність	Чарівність
Залишок	Наполегливість	Правда	Сила	Чесність
Замисленість	Напористість	Правило	Синергія	Чеснота
Заохочення	Напруження	Практичність	Скромність	Чистота
Заповідність	Насолода	Праця	Скрупульозність	Чутливість
Застосування	Настрій	Привабливість	Слава	Чуттєвість
Захоплення	Небезпека	Привітність	Служба	Шанування
Збільшення	Невідомість	Пригоди	Сміливість	Швидкість
Зближення	Незалежність	Придатність	Солідарність	Щастя
Збудження	Непорочність	Приємність	Співчуття	Щирість
Звільнення	Нерухомість	Приналежність до родини	Спокій	Ясність
Зв'язаність	Несподіваність		Сполученість	

Складено за: [514; 515].

Додаток Н

Таблиця Н1

Типи мотивів споживання екологічних товарів

Тип мотивації	Приклад мотивів споживання
Раціональні мотиви	Якість Економічність Експлуатаційні параметри
Емоційні мотиви	Унікальні властивості (наприклад, найвища точність обробки металорізального верстата) Стиль життя (вживати тільки натуральні продукти) Відчуття страху (наприклад, якщо не придбати фільтр для питної води, то може утворитися каміння в нирках) Відчуття провини (наприклад, придбання товарів, які виробляють інваліди) ...
Моральні мотиви	Збереження природного середовища (екологічність товару) Відчуття причетності (“купуй вітчизняне”) ...

Складено за [328].

Таблиця Н2

Класифікація мотивів споживання екологічних товарів за Маслоу згідно з ієрархічною моделлю

Рівні потреб	Групи потреб	Приклад потреб, які задовольняються споживанням екологічно чистих овочів і фруктів
Нижчі потреби (нужди)	1. Фізіологічні потреби, необхідні для виживання: їжа, вода, сексуальність, відпочинок тощо. 2. Потреби в безпеці та упевненості в майбутньому: захист від фізичних та інших небезпек (болі, страху, гніву тощо) й упевненість у тому, що фізіологічні потреби будуть задовольнятися в майбутньому. 3. Соціальні потреби: любов, ніжність, належність до якого-небудь соціального утворення, ідентифікація. 4. Потреби самоповаги: в особистих досягненнях, визнання оточуючими людьми. 5. Потреби самоактуалізації (самовираження): зростання, реалізація своїх потенційних можливостей та здібностей	1. Харчова (біологічна) цінність. 2. Необхідність, що диктується різними захворюваннями, а також гарантована безпека і нешкідливість. 3. Екологічний захист дітей
Вищі потреби (потреби зростання)	Внаслідок зростаючого значення споживання екологічно чистих продуктів для забезпечення здоров'я нації, а також необхідності виявлення перспективних напрямів розвитку підприємств, що їх випускають, особливо актуальним є аналіз потреб, для задоволення яких споживаються екологічно чисті продукти харчування	

Складено за [303, с. 74].

Таблиця НЗ

Стилі життя в Європі за А. Вінклером

“Обережні”	Пенсіонери, які змирилися з долею і прагнуть до стабільності
“Оборонці”	Молоді мешканці невеликих міст, які шукають захист і підтримку в традиційних структурах
“Пильні”	Незадоволені промислові робітники, які прагнуть зберегти свою індивідуальність
“Забуті”	Не пенсіонери та домогосподарки, які відчують свою занедбаність і загрозу у зв'язку із зростаючою складністю суспільства: вони шукають захисту
“Романтики”	Сентиментальні, молоді “будівники гнізд”, які прагнуть прогресу й стабільного життя для своїх родин
“Команда”	Молоді пари з передмість, які прагнуть стабільного життя, спорту та дозвілля; належність до малої групи дає відчуття стабільності
“Новобранці”	Робітнича молодь, яка почуває себе відірваною й прагне до інтеграції в суспільство за допомогою “роблення грошей” (споживання); заклопотані своєю низькою освіченістю
“Денді”	Група гедоністів-“показушників” з помірним доходом, заклопотана тим враженням, яке вона викликає в оточенні
“Бізнес (акули)”	Марнотратні, добре освічені амбіційні молоді люди, які прагнуть до лідерства в конкурентному суспільстві
“Протест”	Інтелектуальні молоді критики, які прагнуть революціонізувати суспільство
“Піонери”	Молоді, забезпечені, понад край терпимі інтелектуали, які прагнуть до соціальної справедливості
“Скаути”	Терпимі похилого віку консерватори, які прагнуть до упорядкованого соціального прогресу
“Громадяни”	Організатори громадського життя, які прагнуть до лідерства в соціальній сфері
“Моралісти”	Спокійні, релігійні громадяни, які шукають мирне майбутнє для своїх дітей
“Благородні”	Прихильники законності й порядку, які належать до еліти, що давно склалася
“Суворі”	Репресивні пуритани

Складено за [317].

Таблиця Н4

Типи споживчого вибору

Вид споживчого вибору	Підвид споживчого вибору	Приклад вибору	Мотивація
Раціональний	Ретельний вибір з тривалим пошуком найкращого варіанта	Вибір сімейного автомобіля	Внутрішня
	Звичний вибір	Вибір звичного продукту харчування	Внутрішня
	Змушений вибір	Придбання послуги з налагодження карбюратора автомобіля з метою запобігання штрафу	Зовнішня
Ірраціональний	Емоційний	Покупка на виході з зоопарку порівняно дорогих товарів на згадку	Внутрішня
	Вибір, зумовлений ситуацією	Придбання пакета для сміття, якого не дозволяють увійти на заповідну територію	Зовнішня

Складено за [303, с. 95].

Додаток П

РЕЗУЛЬТАТИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

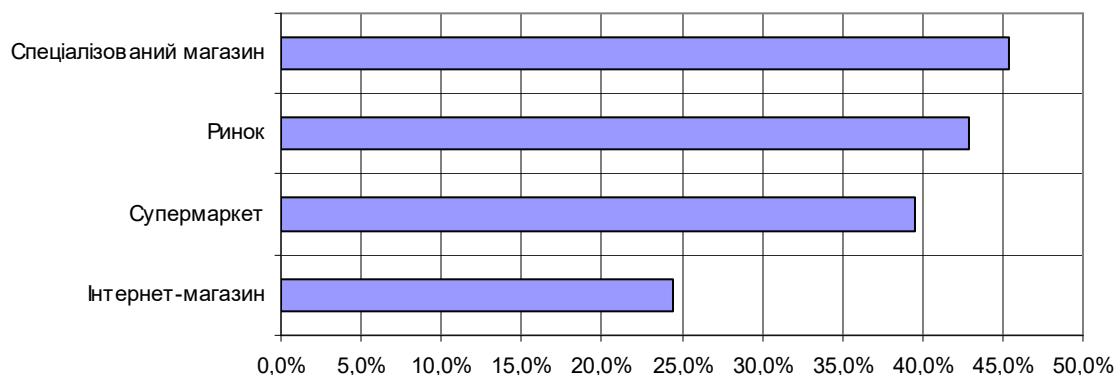


Рис. П1. Місця купівлі за значенням для безпеки товару (послуги)
Джерело: результати авторського дослідження.

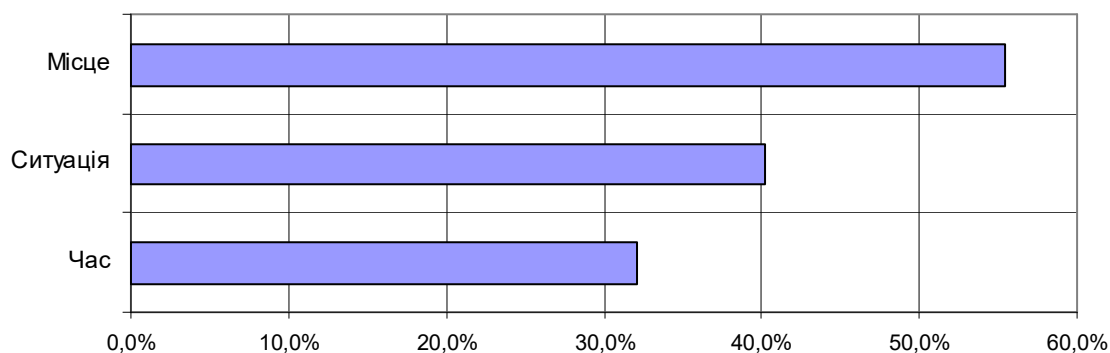


Рис. П2. Обставини споживання за значенням для безпеки товару (послуги)
Джерело: результати авторського дослідження.

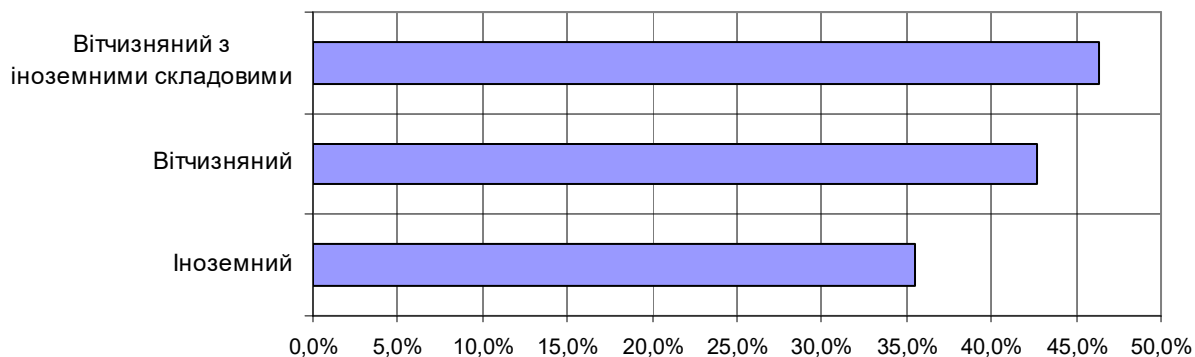


Рис. П3. Місця походження за значенням для безпеки товару (послуги)
Джерело: результати авторського дослідження.

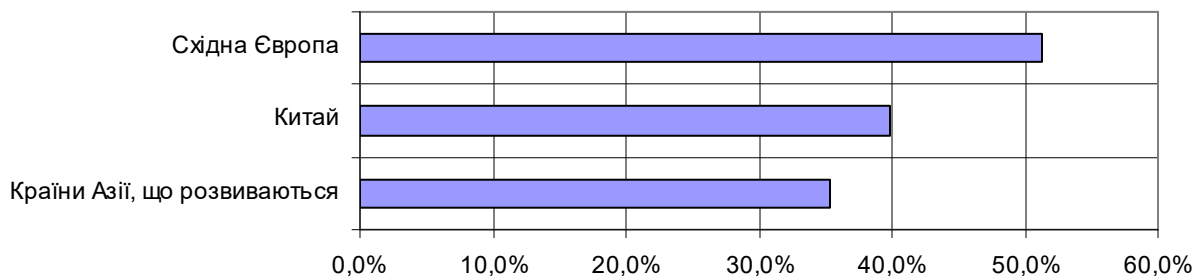


Рис. П4. Регіони (країни) походження за значенням для безпечності товару (послуги)

Джерело: результати авторського дослідження.

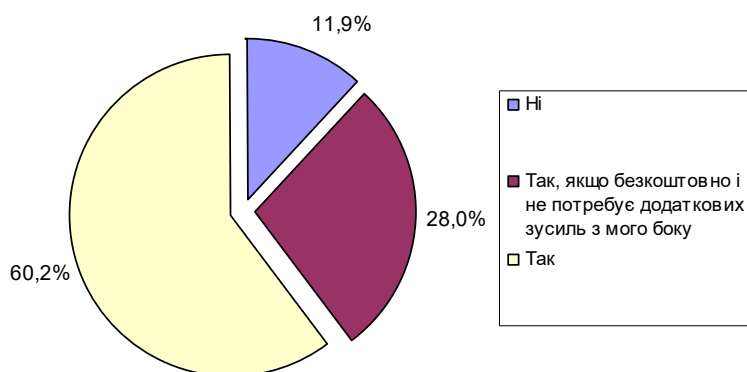


Рис. П5. Бажання споживачів бути поінформованими про небезпечні товари (послуги)

Джерело: результати авторського дослідження.

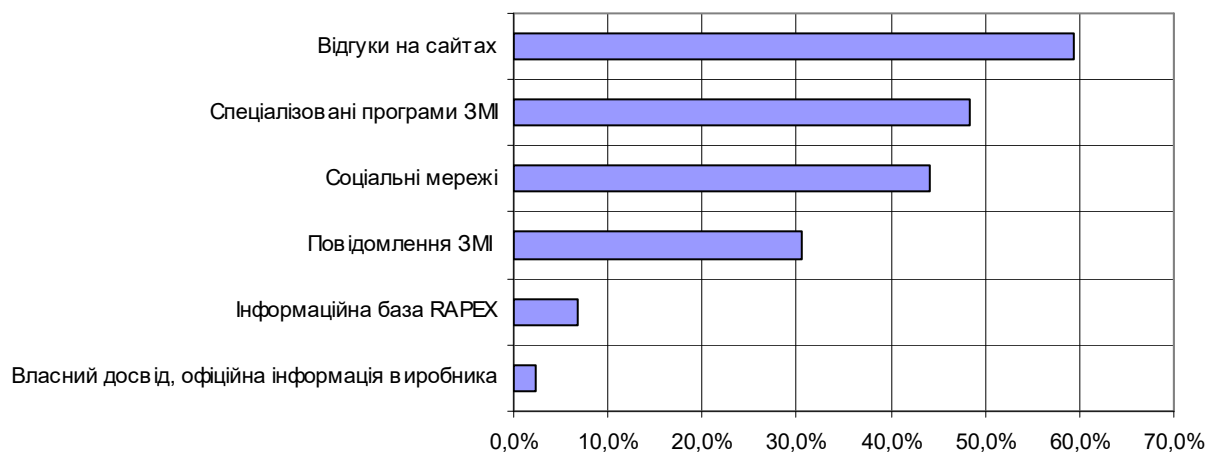


Рис. П6. Джерела інформації про небезпечні товари (послуги)

Джерело: результати авторського дослідження.

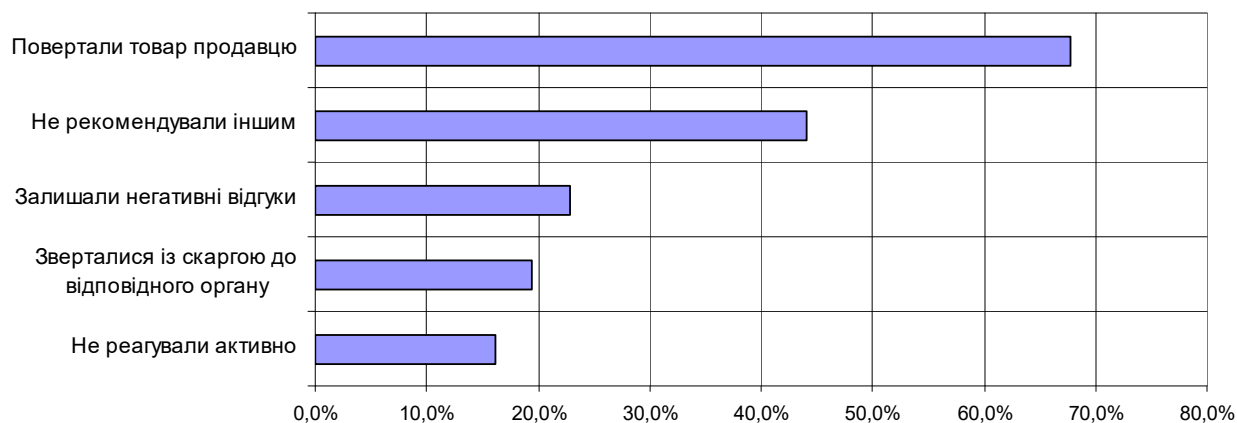


Рис. П7. Реакція споживачів на порушення їх прав
Джерело: результати авторського дослідження.

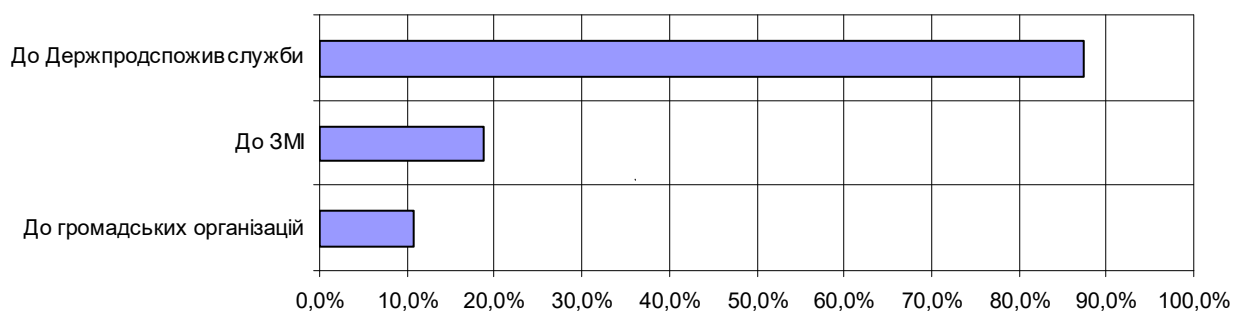


Рис. П8. Знання споживачами джерел звернення у разі виникнення ситуації небезпечного споживання
Джерело: результати авторського дослідження.

Додаток Р

Таблиця Р1

Сегментація респондентів за характером їхніх споживчих орієнтацій

Споживчі орієнтації	Сегменти споживачів / моделі споживчої поведінки	%
Демонстративність – не демонстративність	Прагнуть викликати захоплення	11,3
	Прагнуть підвищити статусну позицію	11,3
	Демонстративні споживачі	34,0
	Недемонстративні споживачі	43,3
Конформізм – індивідуалізм	Конформісти	10,3
	Споживачі із середнім рівнем конформізму/індивідуалізму	25,0
	Індивідуалісти	29,0
	Конформні індивідуалісти	35,6
Новизна – практичність	Практики орієнтовані на новизну	13,2
	Новатори	17,3
	Споживачі зі слабо вираженою спрямованістю	19,9
	Практики	49,7
Заощадливість – марнотратство	Споживачі орієнтовані на дешевизну	8,2
	Гедоністи	16,0
	Споживачі “по потребам”	19,8
	Заощадливі споживачі	55,9
Спонтанність – визначеність	Спонтанні споживачі	16,3
	Ситуативні споживачі	22,7
	Споживачі зі слабо вираженою спрямованістю	25,6
	Споживачі орієнтовані на попередню визначеність	35,3

Складено за [23, с. 37–39].

Орієнтації споживачів Львівської області

Вид орієнтації	Характеристика
Демонстративність	Бажання скласти про себе краще враження, продемонструвати власний чи бажаний для себе статус, підвищити свою значимість в очах оточуючих, викликати захоплення
Недемонстративність	Відсутнє бажання привернути до себе увагу, скласти краще враження, свідомо демонструвати свій чи бажаний для себе статус, або викликати в оточуючих відчуття захоплення
Конформізм	Бажання не виокремлюватись із соціального оточення, дотримуватись існуючих стандартів, бути таким, як усі
Індивідуалізм	Бажання підкреслити свою індивідуальність чи оригінальність, бути особливим
Новизна (мода).	Орієнтація на купівлю нових, модних, сучасних, популярних товарів
Практичність (звичка).	Орієнтація на купівлю практичних, звичних, перевірених у якості речей
Заощадження	Купівля економічновигідних (недорогих) речей, заснована на реальних потребах
Марнотратство	Часта купівля речей без урахування їхньої необхідності та ціни
Спонтанність	Здійснення вибору споживчих благ спонтанно, під впливом емоцій, миттєвих потреб та бажань
Визначеність	Свідомий, наперед обдуманий вибір споживчих благ

Складено за [23, с. 37–39].

Додаток С

Таблиця С1

Соціально-психологічні теорії, моделі поведінки та змін

Приклади теорій (Основні посилання)	Опис	Екологічний аспект
1	2	3
Теорії раціонального вибору		
<p>Теорії раціонального вибору: теорія раціонального вибору (Elster 1986 [516], Homans 1961 [517]) Суб'єктивна очікувана програма (Ajzen and Fishbein 1980 [518], Eagly and Chaiken 1993 [519])</p>	<p>Основа більшості економічних теорій переваг споживачів та кількох інших; поведінка є результатом раціональних роздумів, у яких люди прагнуть максимізувати власну очікувану "корисність"; поведінка є функцією очікуваних результатів поведінки та значенням, присвоєним цим результатам</p>	<p>Важливим є встановлення індивідуальних витрат та переваг поведінки, що не пов'язана із закупівлями (наприклад, переробка); проекологічна поведінка передбачає як купівельну, так і некомерційну поведінку (стосується моральних та соціальних проблем) – концепція розширеного власного інтересу; екологічні проблеми викликають нові види невизначеності для споживачів, оскільки в багатьох випадках наслідки дій віддаляються у просторі, та в часі, мають кумулятивний ефект дій багатьох людей</p>
Скореговані теорії очікуваної вартості		
<p>Теорія очікуваної вартості (Fishbein 1973 [520], Ajzen and Fishbein 1980 [518]). Теорія засобів кінцевого ланцюга (Gutman 1982 [521], Reynolds and Olson 2001 [522]). Теорія обґрунтованих дій (Ajzen and Fishbein 1980 [518]); Теорія планової поведінки (Ajzen 1991 [523])</p>	<p>Поведінка мотивована очікуванням щодо наслідків нашої поведінки та цінностями, які ми надаємо цим результатам; передбачає, що уподобання базується на "сходовому" співвідношенні між атрибутами, наслідками та значеннями; коригує теорію вартості очікування для включення нормативних соціальних впливів на поведінкові наміри; додає до теорії розумних дій сприйманий споживачем контроль над результатами своєї поведінки</p>	<p>Аналіз "екологічно значимої поведінки" – спроби зрозуміти або прогнозувати поведінку під час утилізації, транспортування, споживання енергії, збереження води, вибору продуктів харчування і етичних інвестицій; через труднощі вимірювання фактичної поведінки – концентрування на вимірі відносин між ставленням, намірами і реальними діями; існує кореляція між наміром на захист довкілля і відповідною поведінкою в контексті високого ступеня вольового контролю</p>
Теорії моральної і нормативної поведінки		
<p>Теорія ставлення (А) – поведінки (В) - контексту (С) (Stern and Oskamp 1987 [524], Stern 2000 [525]). Теорія поля (Lewin 1951 [526]) Теорія активації норми (Schwartz 1977 [527], 1992 [528])</p>	<p>Поведінка (В) – це інтерактивний продукт "внутрішніх" змінних настроїв (А) та "зовнішніх" контекстуальних факторів (С); поведінка є функцією динамічного "поля" внутрішніх і зовнішніх впливів. Зміна поведінки складається з розморожування (існуюча поведінка), переходу на новий рівень, а потім на повторне заморожування; одна з найвідоміших спроб моделювання просоціальної чи альтруїстичної поведінки: особиста норма поведінки просоціальним способом активізується усвідомленням наслідків своїх дій та особистою відповідальністю;</p>	<p>можливість мотивації про-екологічної поведінки не лише альтруїстичними або моральними причинами, а й корисливими інтересами (небажаність антисоціальних дій з боку інших, попри власну байдужість до довкілля і впливу через нього на інших); теорія екологічної цінності – проекологічна поведінка виникає за різних цінносних орієнтацій: егоїстичної (самовдосконалення – турбота про довкілля), біосферної та альтруїстичної (самоперевершення – турбота</p>

1	2	3
<p>Ціннісно-віротворча теорія F8 (Stern 1999 [529], Stern 2000 [525])</p> <p>Фокусна теорія нормативної поведінки (Cialdini, Kallgren and Reno 1991 [530])</p>	<p>доповнення теорії активації норми Шварца більш складними відносинами між значеннями, переконанням, ставленнями та нормами;</p> <p>поведінка керується соціальними нормами, що мають або описовий характер (що робиться), або судження (що слід робити); сила або “виразність” норми залежить від диспозиційних та ситуаційних факторів</p>	<p>про довілля та занепокоєння з приводу надмірного споживання)</p>
Теорії звичайної (звички) поведінки		
<p>Пояснюється існування інстинктивної, автоматичної, рутинної або звичної споживчої поведінки, викликані емоційними реакціями, які з’являються в деяких неконтрольованих ситуаціях;</p> <p>звички забезпечують економію когнітивних зусиль та часто підкріплюються короткостроковими винагородами і стимулами, що відносно антиінтенціональних звичок є “когнітивною пасткою”</p>		<p>Значна кількість “екологічно значущої” поведінки має рутинний, звичний характер, що є проблема-тичним для спроб мотивувати просоціальну або проекологічну поведінку. Техніка переконання – вплив на прийняття рішення шляхом обрамлення контексту: несвідоме “грунтування” респондентів із зображеннями природи істотно впливає на їх ціннісні орієнтації та наміри споживання</p>
Теорії соціальних та індивідуальних (Я) переконань		
<p>Символічний інтеракціонізм (Blumer 1969 [531], Mead 1934 [532]).</p> <p>Символічна теорія самоповнення (Wicklund and Gollwitzer 1982 [533]).</p> <p>Теорія когнітивного дисонансу (Festinger 1957 [534]).</p> <p>Модель мотивація–здатність–можливість (Ölander and Thøgersen 1995 [535]).</p> <p>Теорія самосприйняття (Bem 1972 [536]).</p> <p>Теорія невідповідності (Higgins 1987 [537]).</p> <p>Культурна теорія (Thompson and al 1990 [538])</p>	<p>Люди взаємодіють із речами на основі символічного значення, яке вони мають для них;</p> <p>люди створюють своє почуття ідентичності за допомогою присвоєння символічних ресурсів для завершення “самообразу” (інтерактивісти);</p> <p>люди мотивовані уникати внутрішньо непослідовних (дисонансних) переконань, поглядів і цінностей;</p> <p>поєднує обидві внутрішні мотиваційні змінні, зазвичай засновані на теорії розумних дій із зовнішніми контекстуальними змінними здібностей (включаючи знання звичок та завдань) та можливостей;</p> <p>людям формують своє ставлення, спостерігаючи за власною поведінкою;</p> <p>люди мотивовані діяти відповідно до почуттів, викликаних сприйняттям розриву між власним та “ідеальним” Я;</p> <p>висуває гіпотезу про чотири культурні “типи” з різними уявленнями про управління та гарне життя: ієрархісти, егалітари, індивідуалісти та фаталісти</p>	<p>Оскільки сила матеріальних благ втілювати символічні значення відповідає завданню в побудові ідентичності, яка узгоджується в соціумі, то споживання може розглядатися як мета переходу символічної основи соціальної бесіди з матеріальних “речей” на нематеріальні ресурси.</p> <p>Само-концепція може бути пов’язана з мотивацією про-екологічної поведінки та “ефектом перекидання”: наявність одного виду про-екологічного ставлення чи поведінки у певної особи повинно бути провісником загальної екологічної установки та, можливо, інших про-екологічних поведінок .</p> <p>Можливо використання належності до успішних груп для промоції екологічної та стійкої поведінки, проте є ризик протесту з метою соціальної диференціації (особливо у суспільствах із сильною соціальною стратифікацією, насамперед за рівнем доходів</p>
Інтегративні теорії поведінки споживачів		
<p>Теорія структурації (Giddens 1984 [539])</p>	<p>Спирається на розмежування між “практичною” та “дискурсивною” свідомістю; встановлює взаємозв’язок між агенцією (як діють люди) та структурою (соціальним та інституційним контекстом).</p>	<p>Можливості соціального маркетингу, заснованого на громаді, соціального навчання, вирішення проблем участі та дискурсивного розморожування вбудованої, рутинної поведінки -</p>

Продовження табл. С1

1	2	3
Теорія міжособистісної поведінки (Triandis 1977 [540])	Включає очікувану цінність, нормативну конструкцію віри та вплив звичних, соціальних та афективних факторів на поведінку.	все це ключові сфери для зміни поведінки. Детермінантами успішної про-екологічної поведінки є або громадська позиція (внутрішній підхід полягає у підвищенні обізнаності, наданні інформації та рекламних кампаній для мотивації про-екологічних позицій), або створення умов для поєднання стимулів та змін у регуляторній структурі екологічної поведінки (екстерналістичний підхід). Спроба інтегрувати мотиваційні, звичні та контекстуальні фактори в єдину модель екологічної поведінки
Теорії змін, переконань та навчання		
<p>Теорія переконань (Hovland-Yale 1953 [541], Petty et al 2002)</p> <p>Модель вірогідності розробки F18 (Petty 1977, Petty and Cacioppo 1981 [542])</p>	Сукупність підходів до “мистецтва переконання”, що визначає достовірність джерела, повідомлення та думки / почуття приймача як трьох критичних структурних елементів успіху стратегії переконання; передбачає, що довготривалий успіх переконливого повідомлення залежить від того, наскільки розумова обробка або “опрацювання” повідомлення здійснюється суб’єктом (ціллю).	<p>Важливими є методи переконання, моделювання та соціального навчання у зміні звичок. Нарешті ми подивимося на роль участі у вирішенні проблем соціальних мереж маркетингу.</p> <p>Для просоціальної або зміни екологічної поведінки, важливою як центральний шлях обробки (усвідомлена увага, високий рівень мотивації та інтеграції), так і периферійний (низькі мотивація та (або) можливість займатися проблемою – корисного може бути “привабливість джерела”.</p> <p><u>Для заохочення та просування сталої поведінки</u> можливе використання: впливових рольових моделей; прикладів успішних екологічних програм; “навчальних майданчиків”; соціального маркетингу, заснованого на громаді</p> <p>більше інформації викликає більшу стурбованість і більшу безпорадність та відчуття марності зусиль.</p> <p>Проекологічні зміни поведінки мають відбутися шляхом підняття конкретної поведінки з рівня “практичної свідомості” до “дискурсивної свідомості”</p>

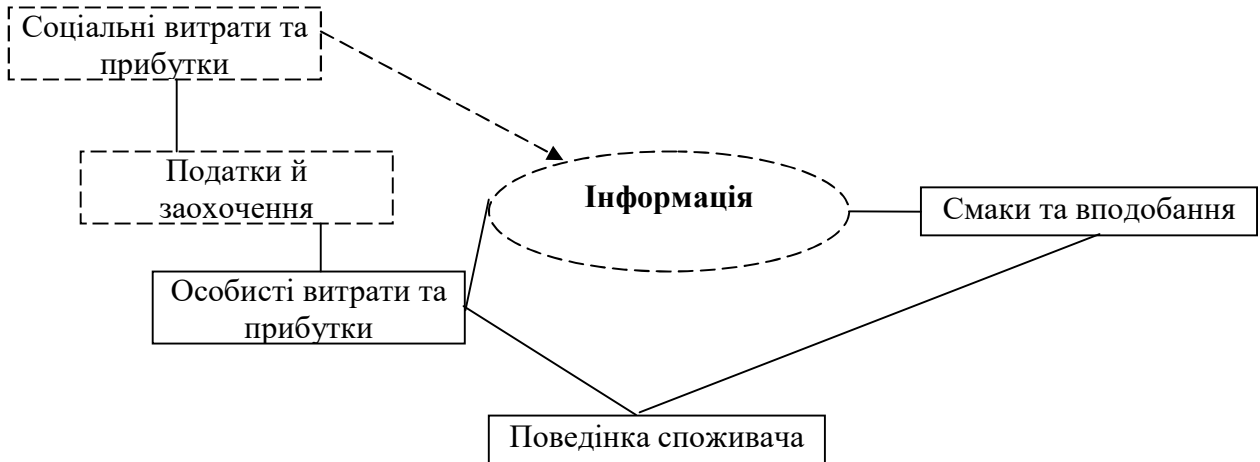


Рис. С1. Загальна схема економічної моделі переваг споживача
 Складено за [350, с. 31].

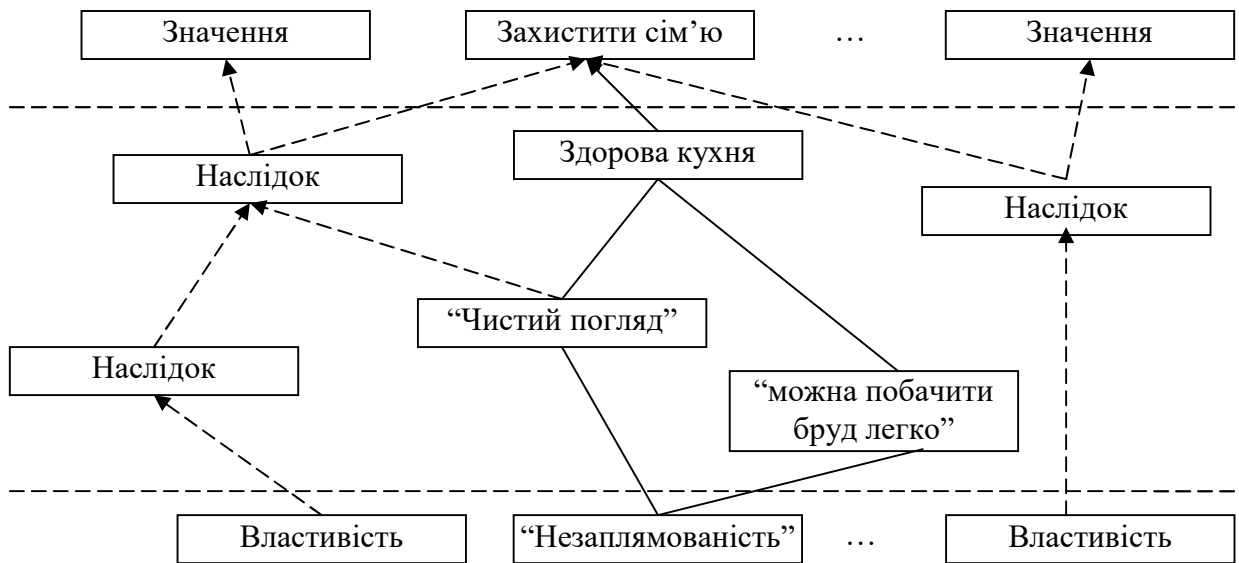


Рис. С2. Гіпотетична “дорожня карта” для придбання холодильника
 Складено за [350, с. 45]

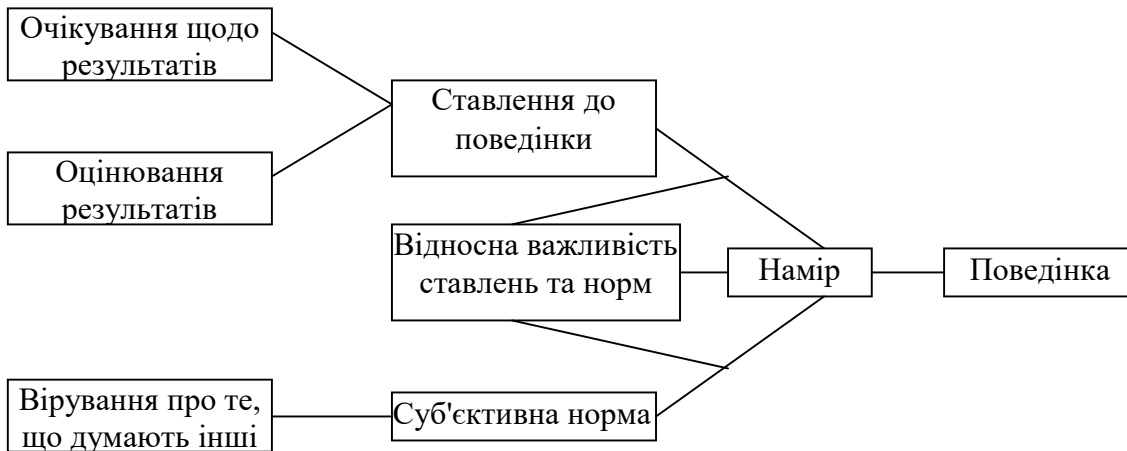


Рис. С3. Модель теорії обґрунтованих дій
 Складено за [350, с. 46].



Рис. С4. Модель теорії планової поведінки
 Складено за [350, с. 49]

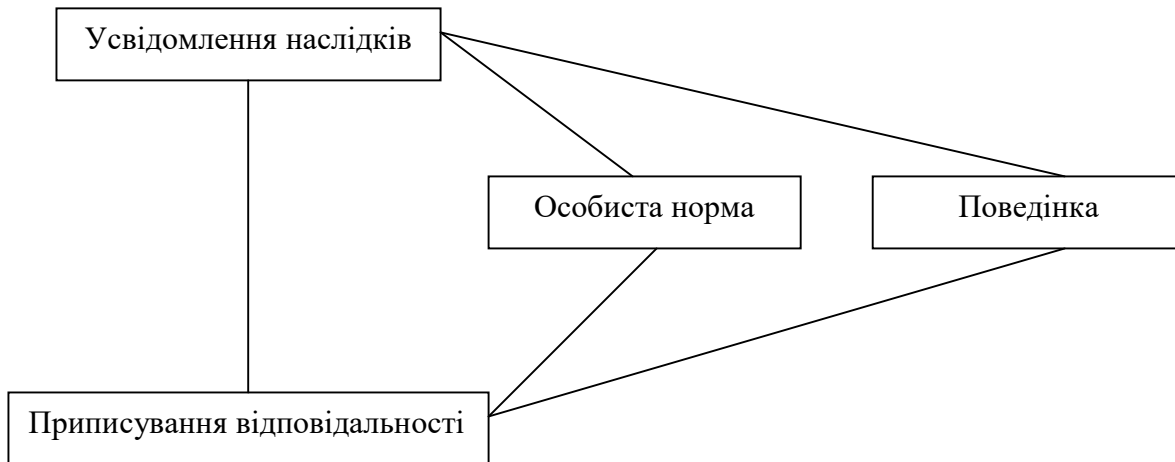
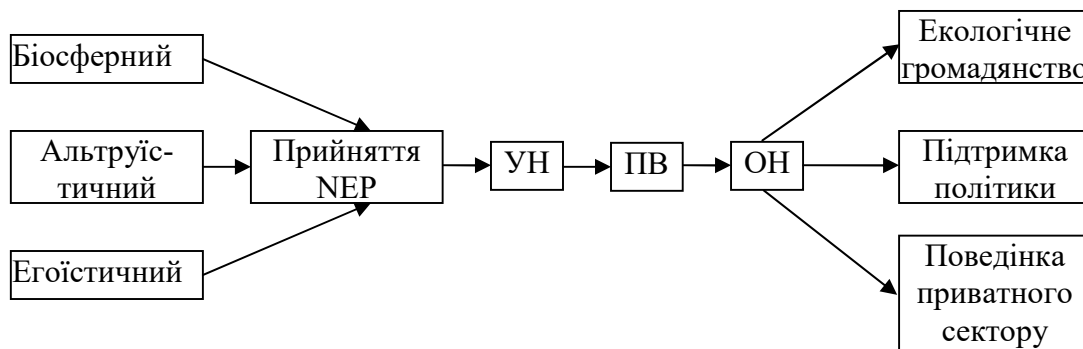


Рис. С5. Модель теорії активації норми Шварца
Складено за [350, с. 55].



УН – усвідомлення наслідків
ПВ – приписування відповідальності
ОН – особиста норма

Рис. С6. Ціннісно-віротворча модель Штерна
Складено за [350, с. 57].

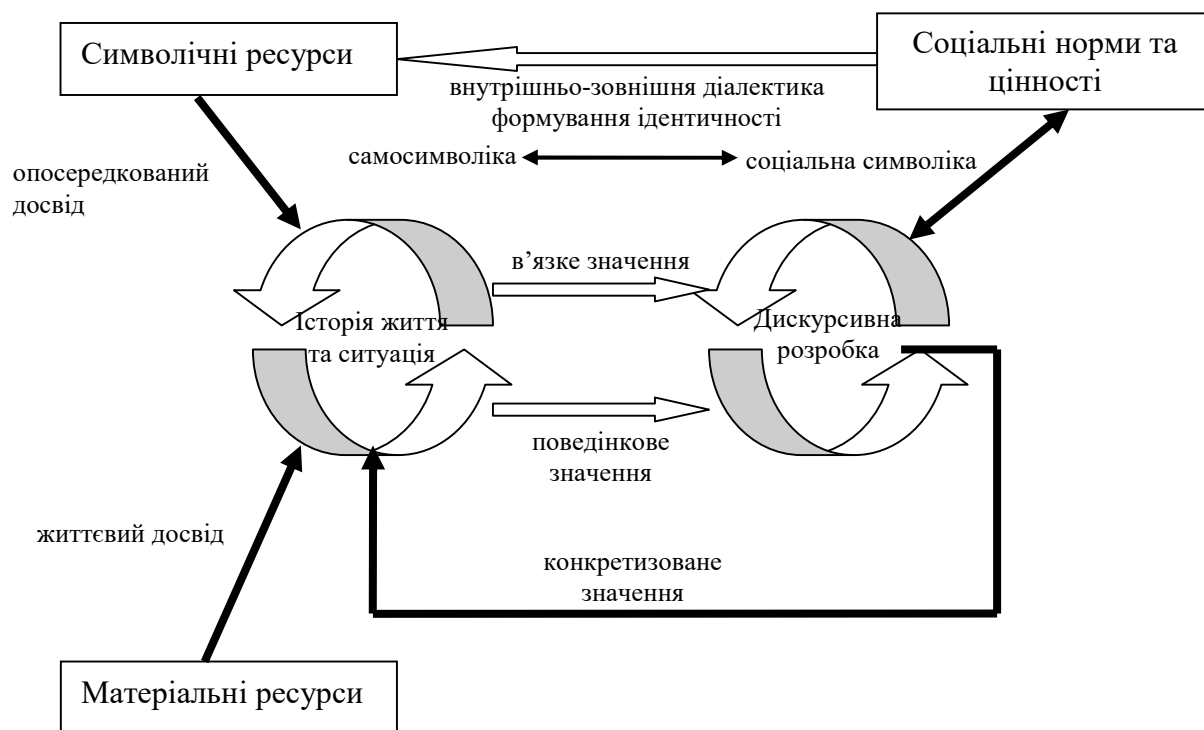


Рис. С7. Модель символічного проекту "Я" (за Елліотом та Ваттанасуваном, 1998 р.)

Складено за [350, с. 73].

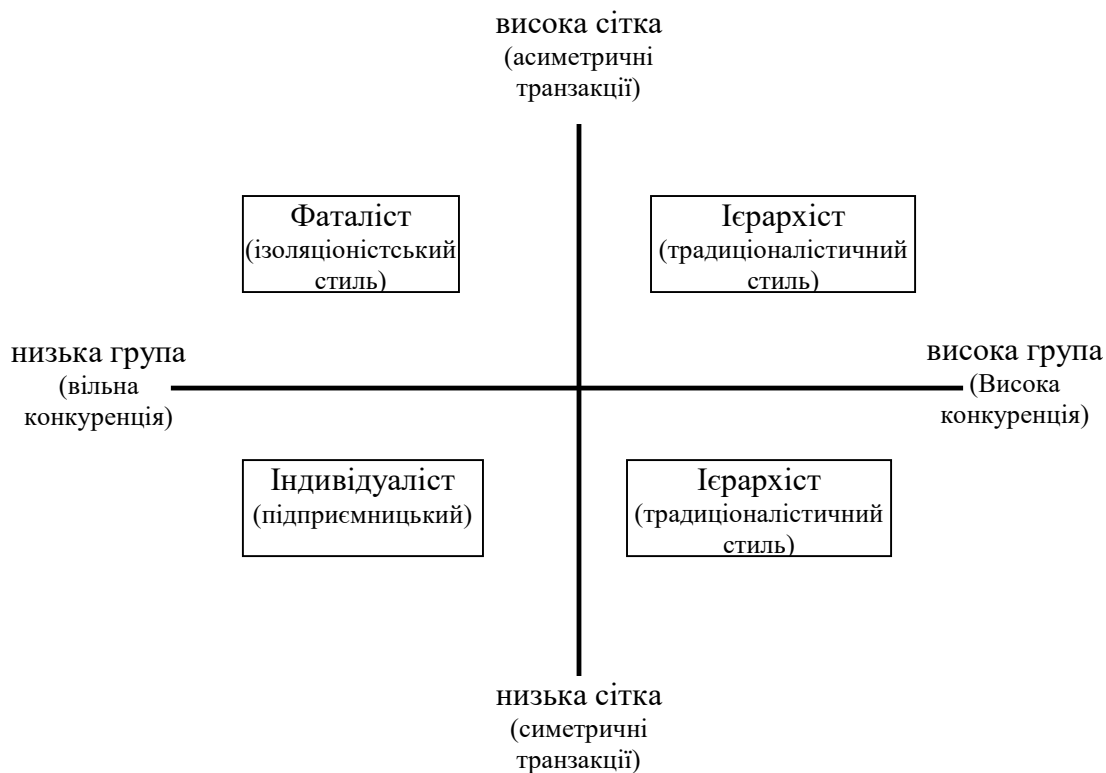


Рис. С8. Типологія культурних теорій соціальної організації і культурний тип
Складено за [350, с. 85].

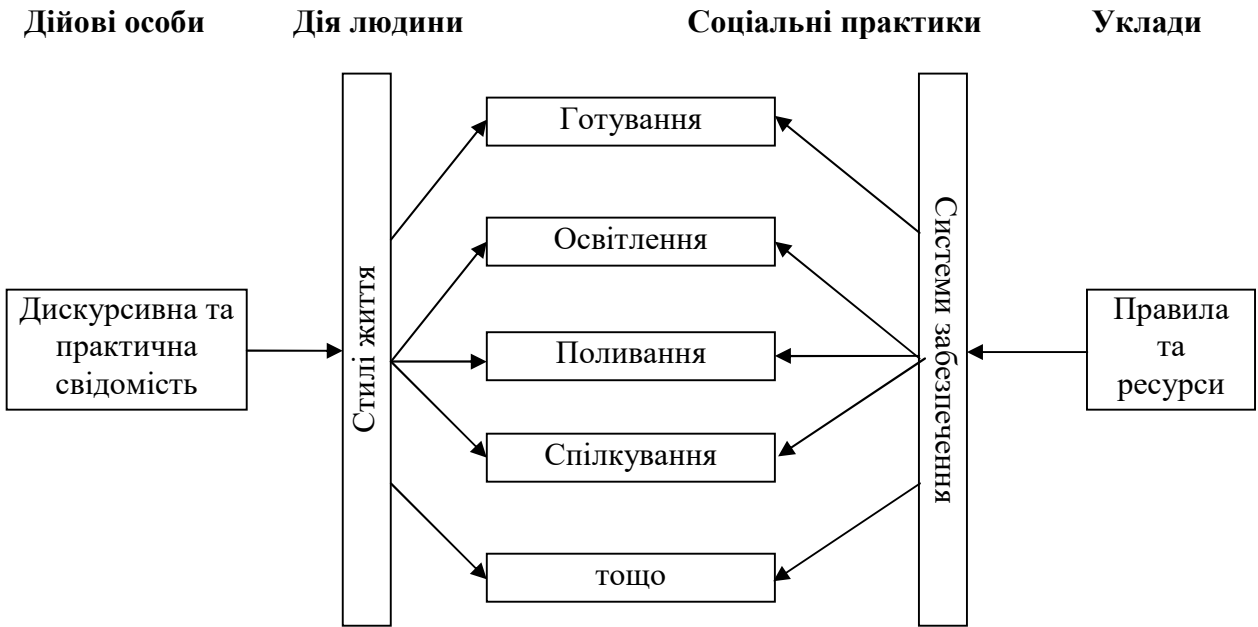


Рис. С9. Споживання як соціальна практика (за Spaargaren та van Vliet), 2000 р.
 Складено за [350, с. 91].

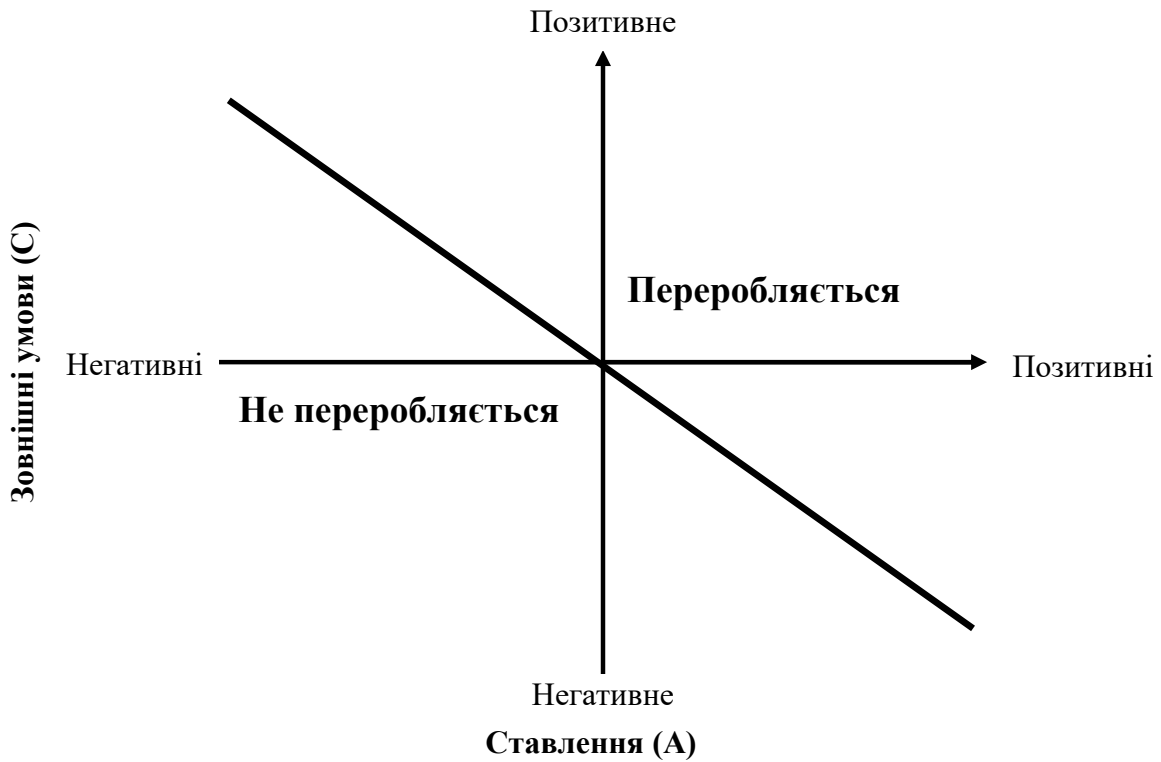


Рис. С10. Модель ставлення (А) – поведінки (В) – контексту (С), застосована для переробки
 Складено за [350, с. 92].

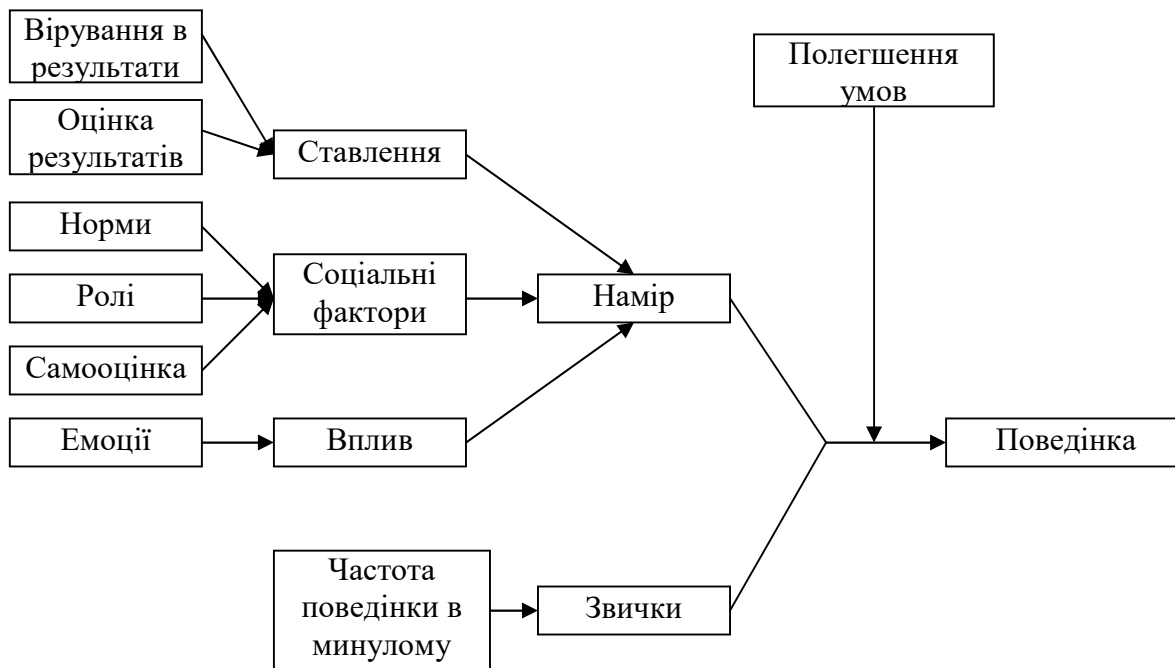


Рис. С11. Теорія міжособистісної поведінки Тріандіса
 Складено за [350, с. 94].

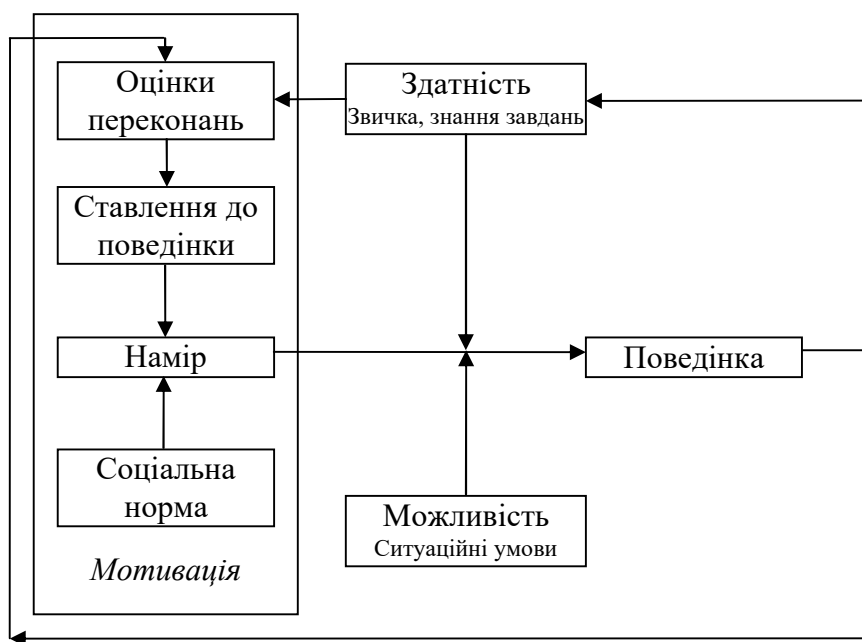
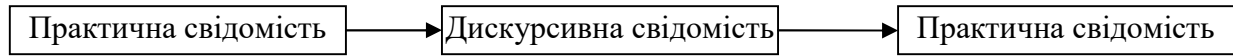
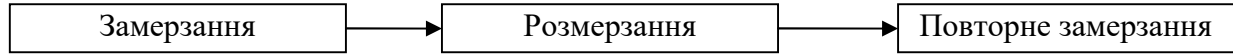


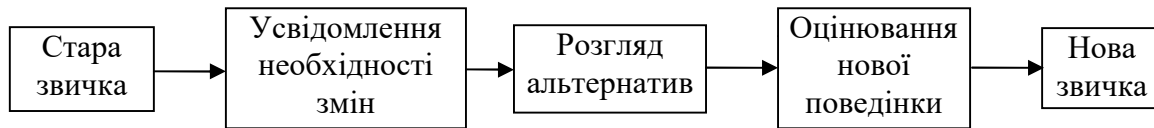
Рис. С12. Модель “Мотивація – здатність – можливість”
 Складено за [350, с. 96].



Spaargaren i van Vilet, 2000



Теорія змін Lewin's, 2020



Dahlstrand i Biel, 1997

Рис. С15. Порушення поганих звичок: деякі концептуальні перспективи
Складено за [350, с. 115].

Додаток Т

Таблиця Т1

Вихідні дані для побудови моделі оптимізації рівня безпеки споживання методом нечіткої логіки

X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y
DH	DH	DH	DH	DH
H	DH	DH	DH	DH
DH	H	H	H	DH
DH	DH	H	H	DH
DH	DH	DH	H	DH
H	H	DH	DH	DH
H	DH	C	DH	DH
H	DH	DH	C	DH
H	DH	DH	DH	DH
H	H	H	DH	DH
DH	H	H	H	DH
DH	DH	H	H	DH
H	DH	H	H	DH
H	DH	H	DH	DH
H	DH	DH	H	DH
H	H	H	H	H
C	H	H	H	H
H	C	H	H	H
H	H	C	H	H
H	H	H	C	H
C	C	H	H	H
C	H	C	H	H
C	H	H	C	H
C	H	H	H	H
C	C	C	H	H
H	C	C	C	H
H	H	C	C	H
C	H	C	C	H
C	H	C	H	H
C	H	H	C	H
H	H	H	H	C
C	H	H	H	C
H	C	H	H	C
H	H	C	H	C
H	H	H	C	C
C	C	H	H	C
C	H	C	H	C

X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y
C	H	H	C	C
C	H	H	H	C
C	C	C	H	C
H	C	C	C	C
H	H	C	C	C
C	H	C	C	C
C	H	C	H	C
C	H	H	C	C
C	C	C	C	C
B	H	H	H	C
C	B	B	B	C
B	C	B	B	C
B	B	C	B	C
B	B	B	C	C
B	B	B	B	C
C	C	B	B	C
C	B	C	B	C
C	B	B	C	C
C	B	B	B	C
C	C	C	B	C
B	C	C	C	C
B	B	C	C	C
C	B	C	C	C
C	B	C	C	C
C	B	B	B	C
C	B	B	B	C
B	C	B	B	C
B	B	B	B	C
B	B	B	C	C
C	C	B	B	C
C	B	C	B	C
C	B	B	C	C
C	B	B	B	C
C	C	C	B	C
B	C	C	C	C
B	B	C	C	C
C	B	C	C	C
C	B	C	B	C

Продовження табл. Т1

X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y
C	B	B	C	C
B	B	B	B	B
C	B	B	B	B
B	C	B	B	B
B	B	C	B	B
B	B	B	C	B
1	2	3	4	5
C	C	B	B	B
C	H	C	B	B
C	B	B	C	B
C	B	B	B	B
C	C	C	B	B
B	C	C	C	B
B	B	C	C	B
C	B	C	C	B
C	B	C	B	B
C	B	B	C	B
C	B	B	B	B
B	C	B	B	B
B	B	C	B	B
B	B	B	C	B
B	B	B	B	B
C	C	B	B	B
C	B	C	B	B
C	B	B	C	B
C	B	B	B	B
C	C	C	B	B
B	DB	DB	DB	B
B	B	DB	DB	B
DB	B	DB	DB	B
DB	B	DB	DB	B
DB	B	B	B	B
DB	B	B	B	B
DB	B	B	B	B
B	DB	B	B	B
B	B	DB	B	B
B	B	B	DB	B
B	B	B	B	B
DB	DB	B	B	B
DB	B	DB	B	B
DB	B	B	DB	B
DB	B	B	B	B

X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y
BC	B	DB	DB	B
BC	B	DB	DB	B
DB	B	DB	DB	B
DB	B	DB	B	B
DB	B	BC	B	B
DB	DB	DB	DB	DB
BC	DB	DB	DB	DB
DB	B	DB	DB	DB
DB	DB	DB	DB	DB
DB	DB	DB	DB	DB
B	B	DB	DB	DB
B	B	DB	DB	DB
B	B	DB	DB	DB
DB	B	DB	DB	DB
DB	C	C	C	DB
DB	DB	C	C	DB
1	2	3	4	5
C	DB	C	C	DB
C	DB	C	DB	DB
C	DB	DB	C	DB
DB	B	DB	B	B

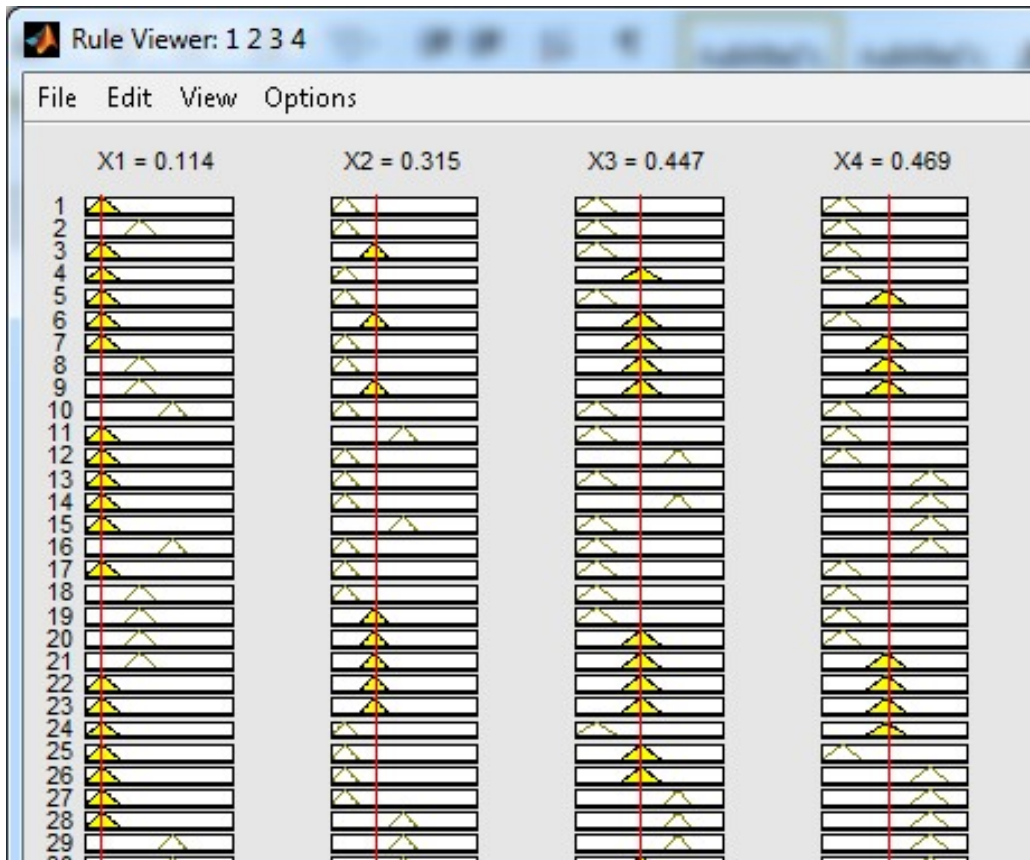
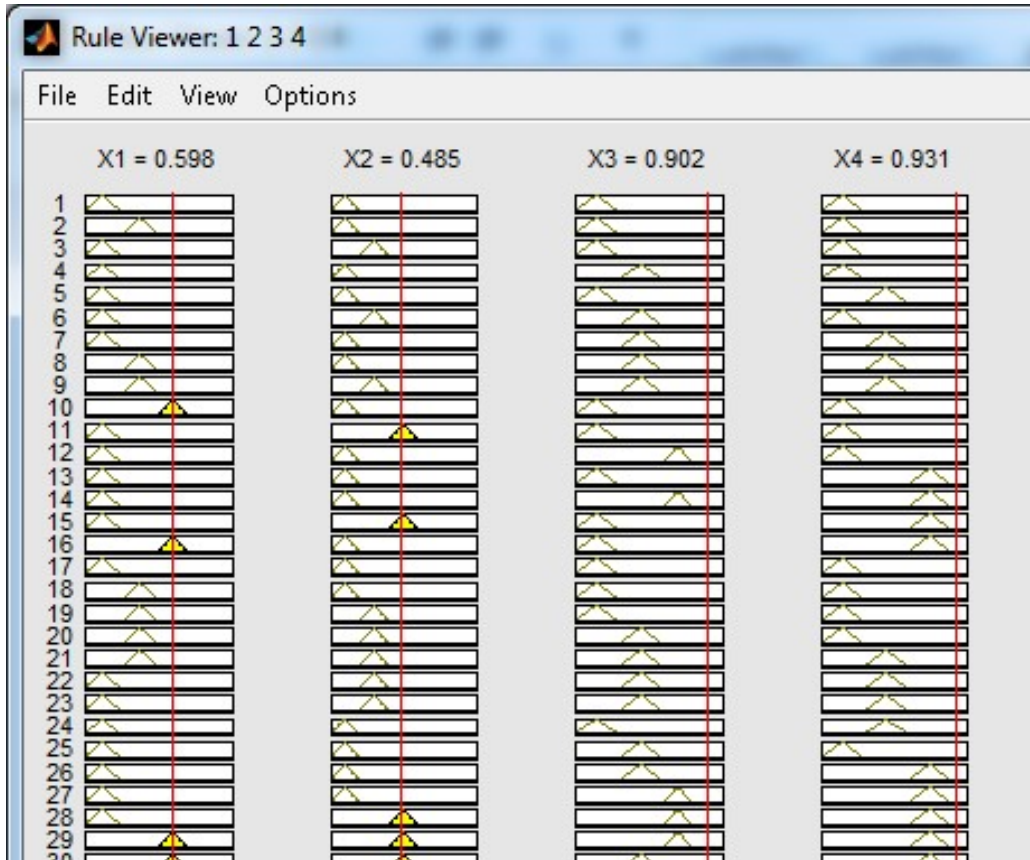


Рис. Т1. Результати моделювання рівня безпеки споживання методом нечіткої логіки

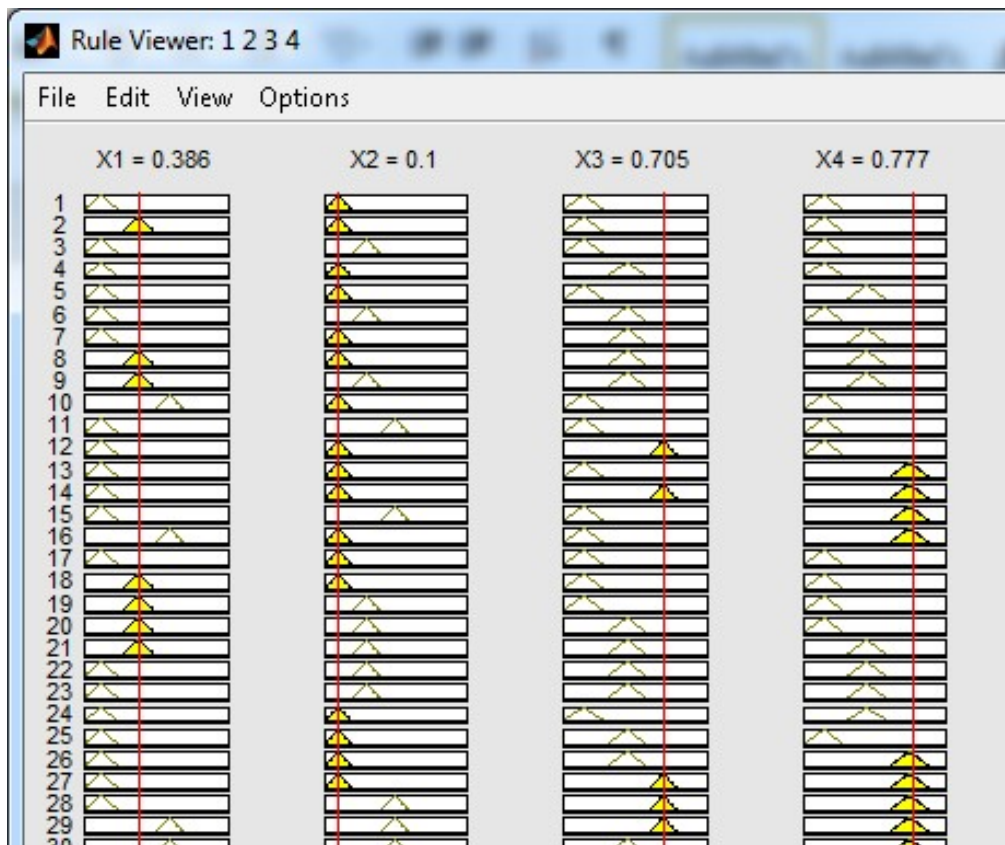
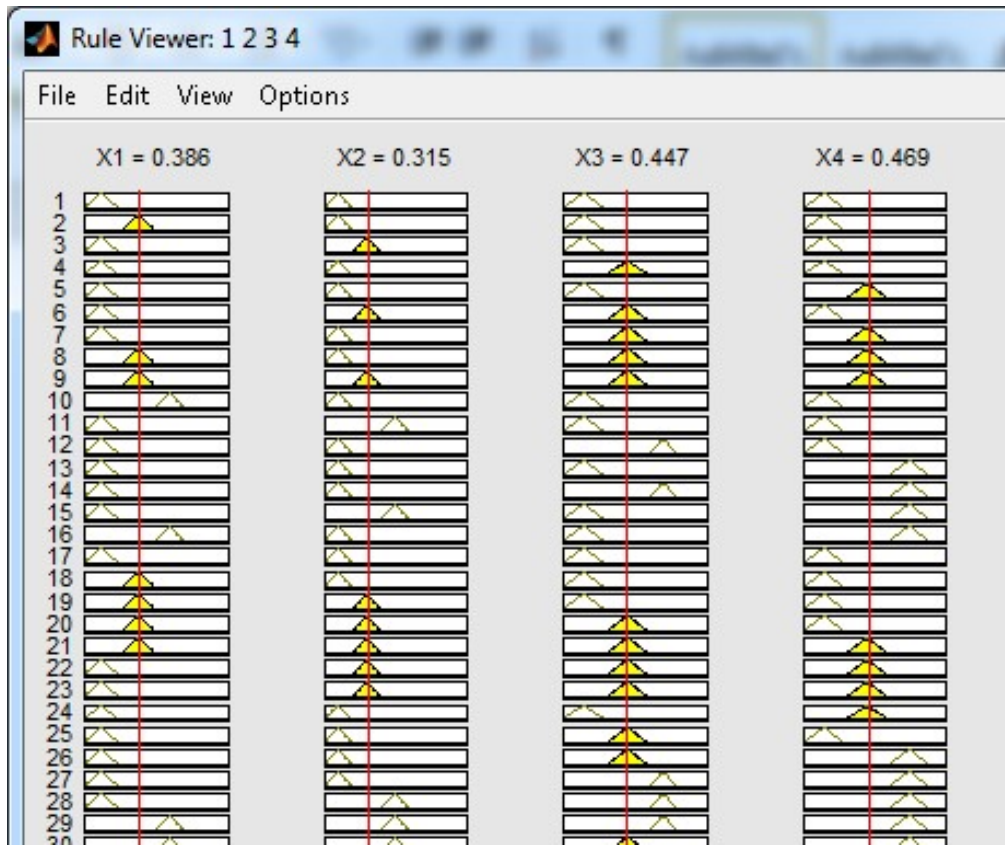


Рис. Т1. Результати моделювання рівня безпеки споживання методом нечіткої логіки (продовження)

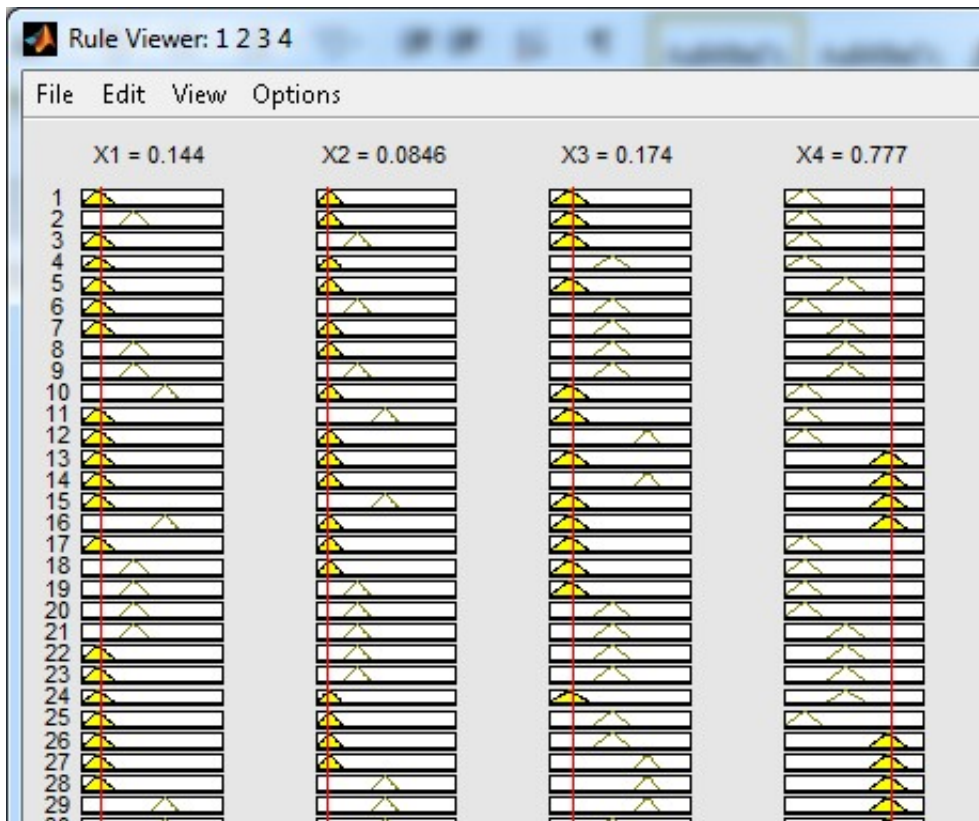
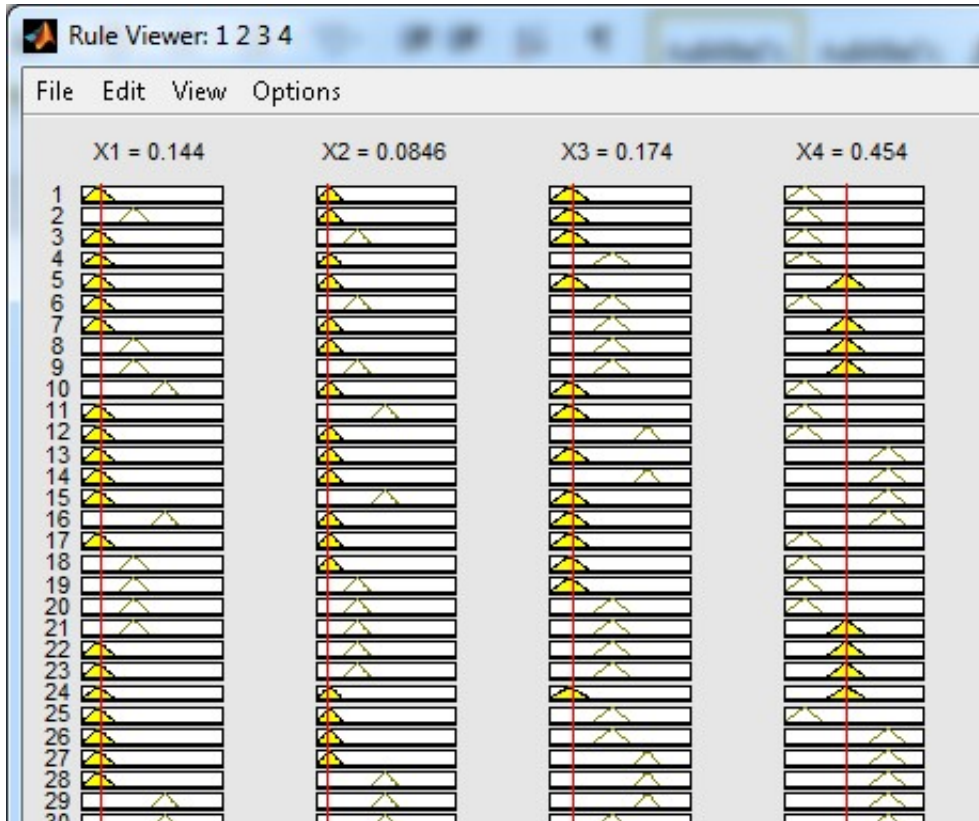


Рис. Т1. Результати моделювання рівня безпеки споживання методом нечіткої логіки (продовження)

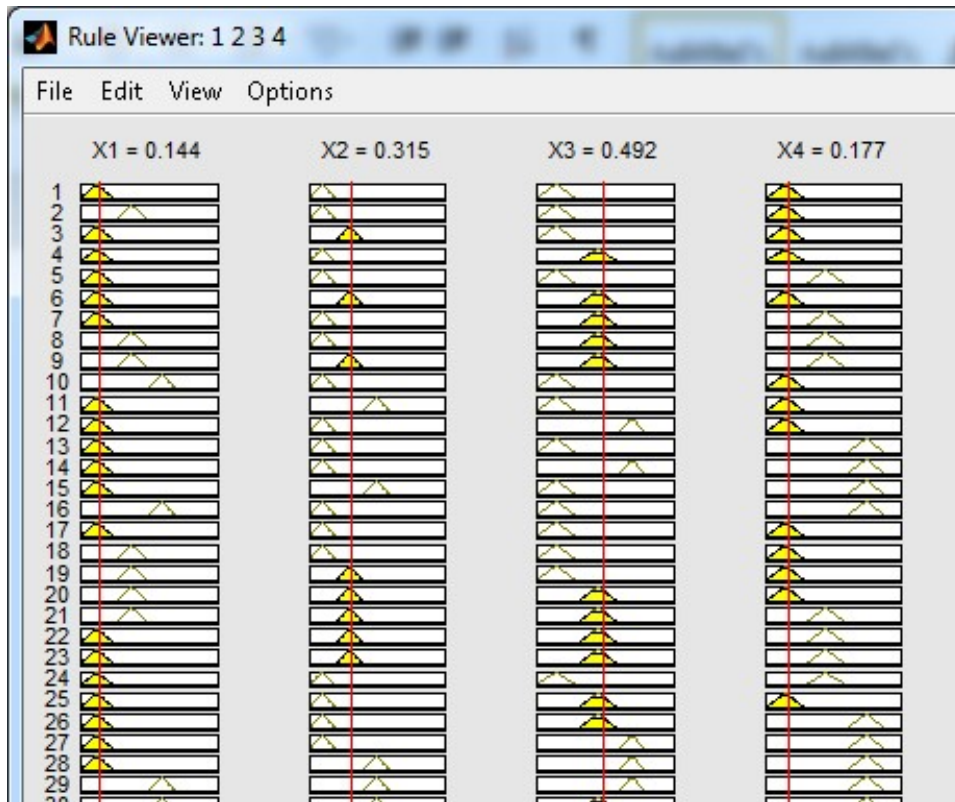
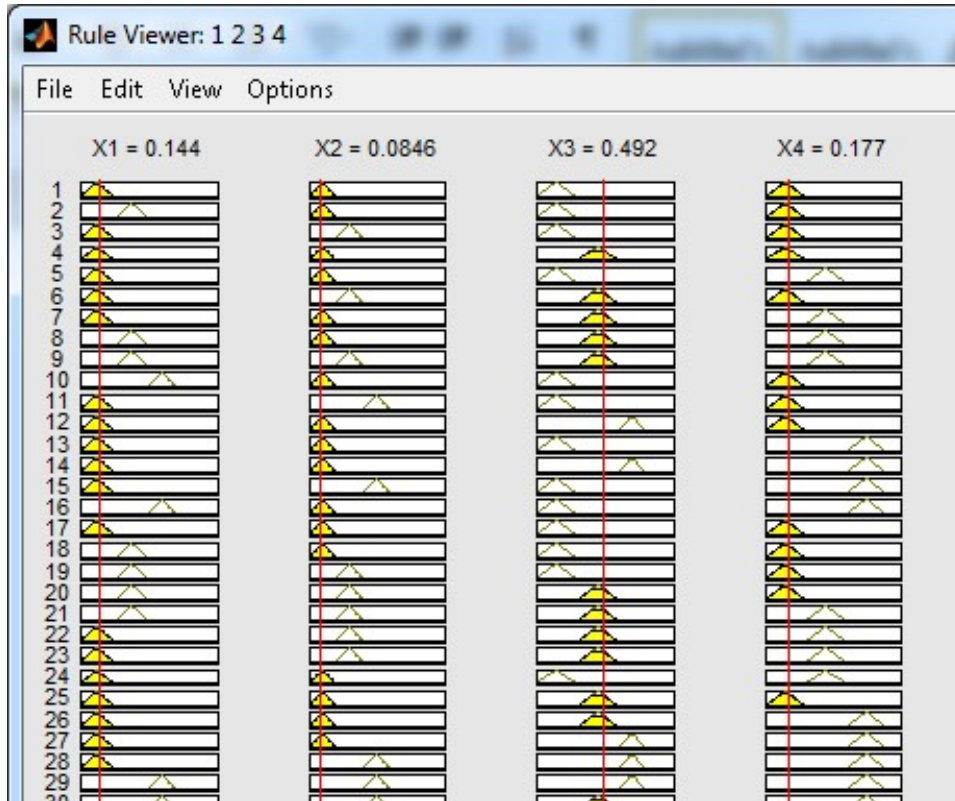


Рис. Т1. Результати моделювання рівня безпеки споживання методом нечіткої логіки (продовження)

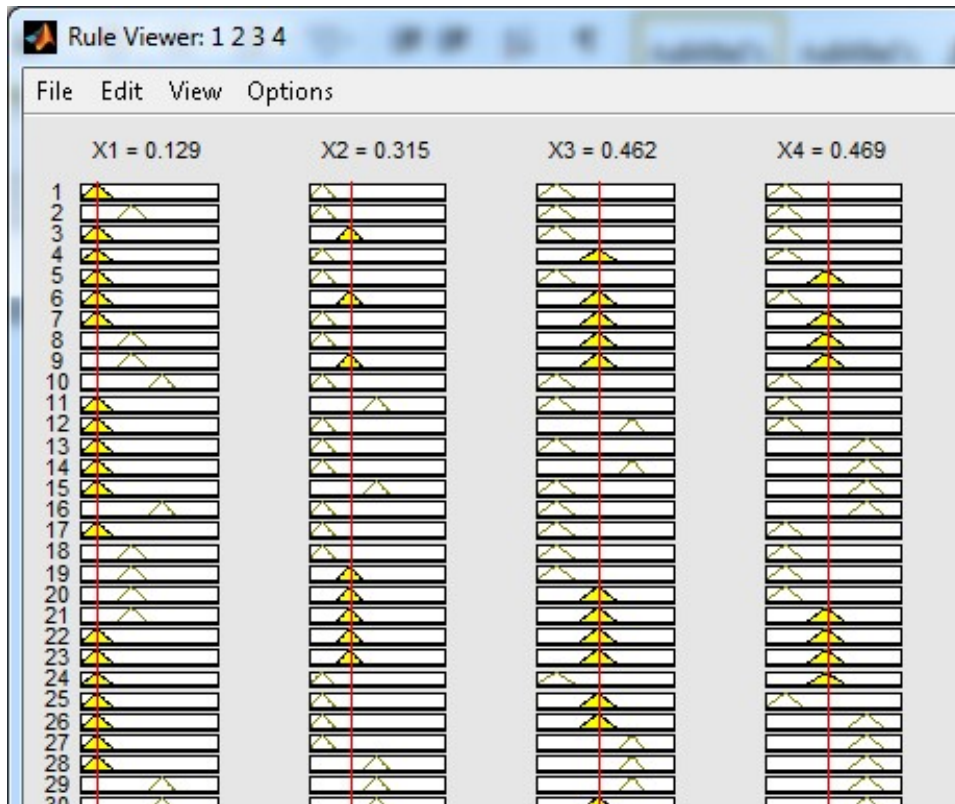
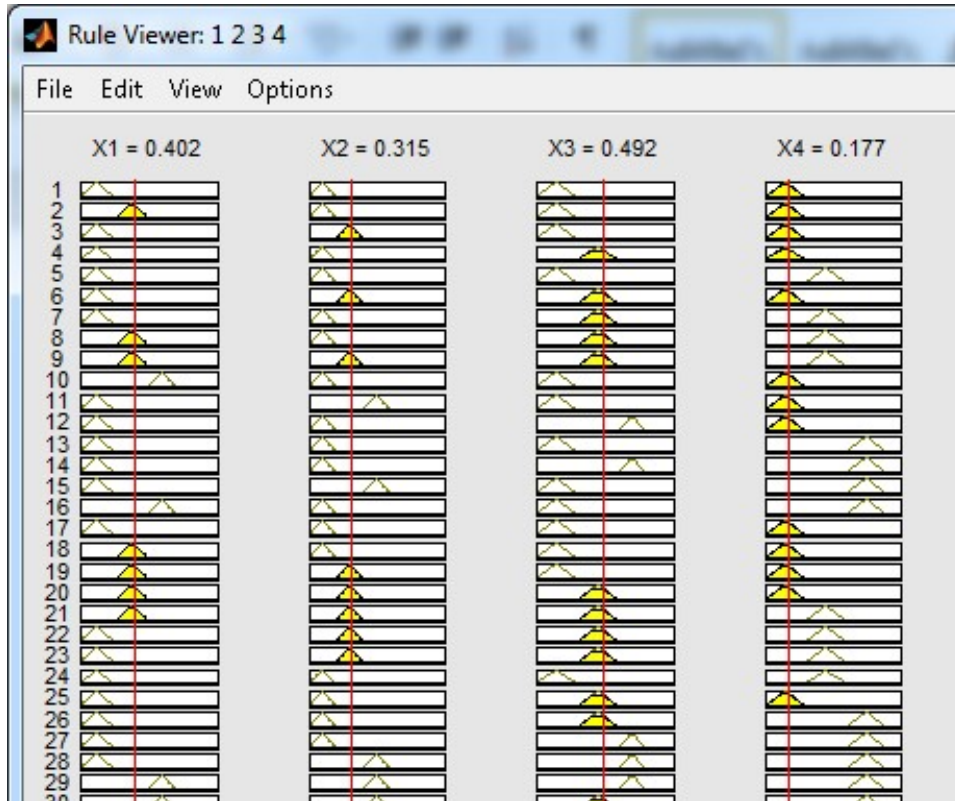


Рис. Т1 Результати моделювання рівня безпеки споживання методом нечіткої логіки (закінчення)

Додаток У

Моделі поведінки промислових споживачів



Рис. У1. Модель споживчої поведінки за Шетом (Sheth)
Складено за [544].

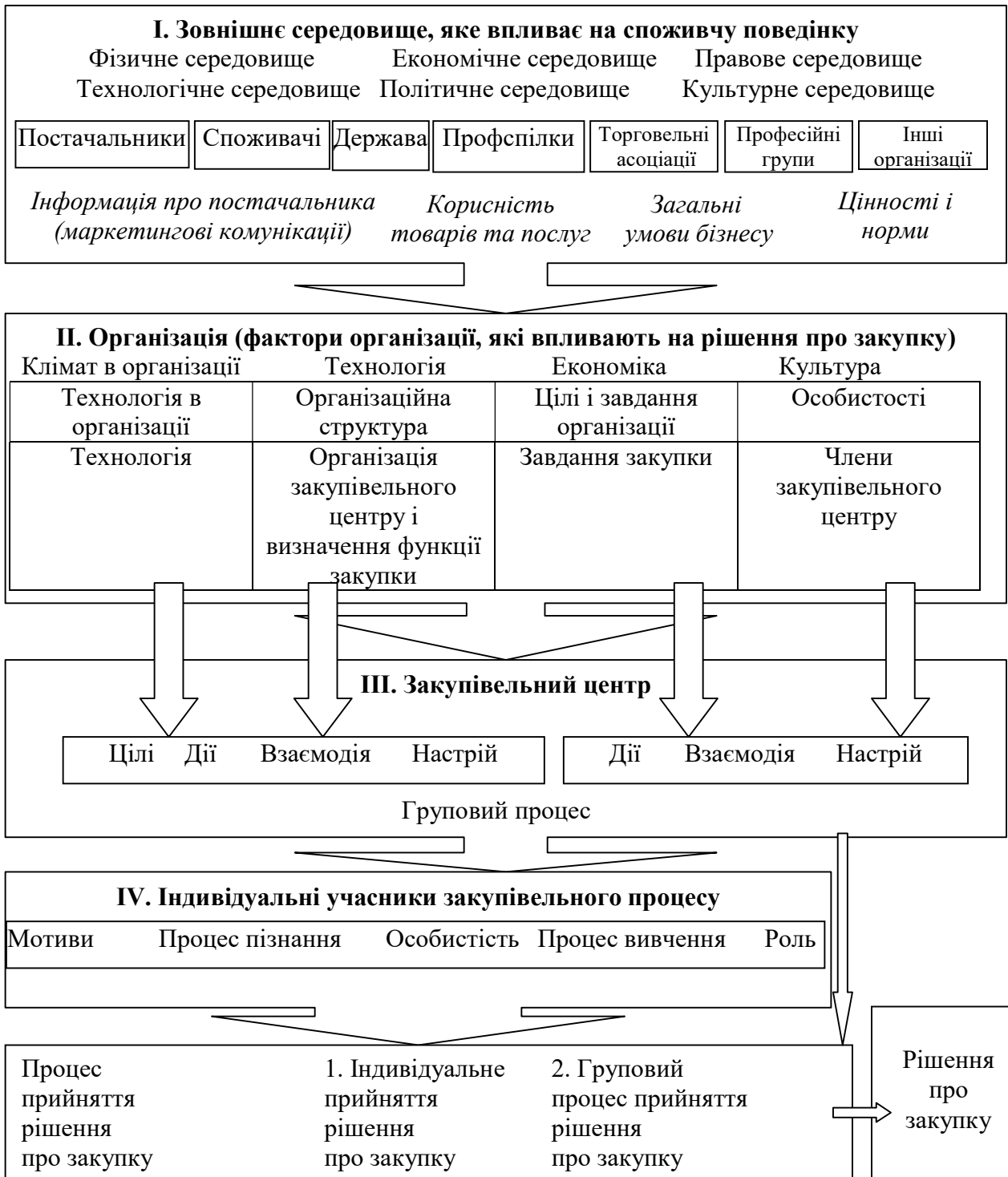


Рис. У2. Модель споживчої поведінки Webster and Wind
Складено за [544].

Наукове видання
Катерина Іванівна АНТОНЮК
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ СПОЖИВАННЯ В УКРАЇНІ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ:
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ
Монографія

(українською мовою)

Текст публікується в авторській редакції.
Відповідальний за видання *В. В. Мокшанов*
Дизайн обкладинки *Стеценко І. П.*
Редактор *Костюк І. О.*

Ілюстрації для обкладинки взяті з відкритих джерел з вільним доступом

Видавець:
Мокшанов В. В.
Адреса редакції:
Україна, 69035, м. Запоріжжя, пр. Соборний, 158, оф. 257.
тел.: (061) 220-88-63, моб.: (050) 362-8-007
bookpro.in.ua@gmail.com

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції серія ДК № 5288 від 01.02.2017 р

Підписано до друку 20.07.2020.
Формат 60x84/16. Папір офсетний № 1. Гарнітура Серіф.
Друк принтерний. Ум. друк. арк. 26,27 Обл.-вид. арк. 20,38.
Наклад 300 прим.
Замовлення № 1222

Гарнітура PT Serif використовується відповідно до відкритої ліценції компанії «ParaType Ltd»

Макет розроблений та віддрукований:
Фізична особа-підприємець *В. В. Мокшанов*
Україна, 69035, м. Запоріжжя, пр. Соборний, 158, оф. 257.
тел.: (063) 48-45-477, accentmvv@gmail.com

Дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі підприємств та організацій України 2 103 000 0000 081508 від 02.12.2014 р.



АНТОНЮК Катерина Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент Національного університету «Запорізька політехніка».

Наукові інтереси - безпека споживання; стратегічний, міжнародний, екологічний маркетинг; міжнародне співробітництво; регіональна економіка.

Автор більше 100 наукових і навчально-методичних праць.

Монографія присвячена теоретико-методологічним основам і механізмам забезпечення безпеки споживання в Україні в процесі євроінтеграції. Висвітлено теоретичні та прикладні аспекти зміцнення безпеки споживання товарів і послуг у системі економічної безпеки держави з використанням розробленого методологічного апарату дослідження. На основі обґрунтування індикаторів безпечного споживання, структурно-компонентного аналізу та об'єктно-суб'єктної характеристики інструментів убезпечення споживання товарів і послуг проведено аналіз сучасного стану забезпечення безпеки споживання в Україні та країнах ЄС. Розглянуто інституціональний базис та передумови зміцнення безпеки споживання в Україні на сучасному етапі євроінтеграції. Запропоновано методологічні підходи до моделювання процесу зміцнення безпеки споживання в динамічному вимірі. Обґрунтовано напрями імплементації безпекових імперативів споживання в підприємницьку діяльність шляхом модернізації систем менеджменту якості підприємств, імплементації європейських практик технічного регулювання, модернізації діяльності ринкових посередників, убезпечення споживання в електронній торгівлі в Україні.

Призначена для науковців, фахівців, державних службовців, студентів і викладачів, які займаються проблемами безпекознавства, споживання та соціально-економічного розвитку України.