ЭТ

УДК 330.1:330.837

В.Е.Мандыбура, ***д-р экон. наук***
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

НАПРАВЛЕНИЯ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ДОВЕРИЯ СУБЪЕКТОВ КОНЕЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРЕОДОЛЕНИЯ СЛЕДСТВИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА В УКРАИНЕ

Цели антикризисных мероприятий, прежде всего, направлены на полноценное восстановление функционирования потребительского рынка. Сегодня ответственные международные и отечественные государственные учреждения все чаще отдают приоритет ускорению реализации задач восстановления института доверия, рассматриваемое как важная составляющая системы обеспечения эффективного взаимодействия субъектов рыночных отношений, в частности обеспечение интересов конечных потребителей (отдельных лиц, семей и населения в целом). То есть эта проблема неразрывно связана с реализацией такой задачи современного социально-экономического развития, как обеспечение потребления населением безопасных и качественных жизненных благ. Именно это одна из важнейших составляющих социальной ответственности бизнеса и определяющей характеристикой реальной действенности института государственного по соблюдению стандартов безопасности продовольственных и других товаров массового потребления.

Целью статьи являются определение сущности института доверия в сфере обеспечения необходимых стандартов качества потребления населением жизненных благ, прежде всего пищевых продуктов, освещение наиболее опасных проявлений нарушения прав потребителей в Украине и направлений и механизмов их преодоления.

Институт доверия – сложное и системное явление социально-экономической жизни общества. Можно утверждать, что именно обеспечение функционирования института доверия в сфере поддержки необходимого качества удовлетворения нужд конечного потребления населения является базовой основой общественного воспроизведения и наиболее приоритетным и ответственным направлением деятельности бизнеса и государства. Ведь любое стремление предпринимателей максимизировать личную прибыль путём нарушения необходимых стандартов качества и безопасности реализованных на рынке жизненных благ, прежде всего, пищевых продуктов, оказывает непосредственное влияние на здоровье и репродукцию человека, приводит к масштабной депопуляции населения.

Сегодня в экономической сфере доверие определяют как "отношение к экономическим субъектам и институтам, выражающее степень уверенности в соответствии их поведения представлениям об образе этого поведения без актуализации надлежащих основ такой уверенности, т. е. основ возмещения расходов и эквивалентности. Субъект, таким образом, строит свои отношения с конкретным лицом или институтом на основе представлений об определенном идеальном образе этого субъекта или

© В.Мандыбура, 2010

института, не проверяя соответствие конкретного субъекта абстрактному образу. Но это не означает слепую веру. Все те основания (возможность наказания, выгода, разные пласты социальных отношений), на которых базируется доверие, присутствуют, но в снятом виде"[1].

В сфере конечного потребления жизненных благ доверие населения невозможно без недоверия. То есть развитие института доверия в этой области заключается в диалектическом единстве и борьбе с недоверием, актуализирующем основы доверия. В то же время ограничения потребительского выбора вследствие монополистического своеволия, ограничение информации о реальных потребительских свойствах товаров и услуг, или конъюнктурного несоответствия предложения уровню существующего рыночного спроса, проявляющегося в дефиците жизненных благ необходимого качества, действуют как своеобразное принуждение к потреблению, т. е. как специфическое экономическое "принуждение к доверию".

Практика показывает, что в научном обеспечении процессов общественной трансформации, в частности, формировании института доверия в рыночной среде, большинство отечественных специалистов основной акцент делают лишь на освещении вопросов развития современного "маркетинга". Такой подход является отражением позиции, которую представители определённых кругов экономической науки Запада, выступающие с позиций апологетики интересов предпринимателей. Они считают маркетинг своеобразной универсальной панацеей от всех проявлений злоупотреблений, которые возможны в отношениях между субъектами рыночных отношений при производстве и реализации товаров и услуг.

Маркетинг представляется ими как система, где полностью реализуется социальная ответственность бизнеса, поскольку он подчиняет производство интересам потребителей и является единственным механизмом, который должен обеспечить доверие потребителей к качеству товаров и услуг, получаемых ими в процессе рыночного обмена. Эта позиция состоит в том, что сегодня "маркетинг" как эффективно функционирующая система прогнозирования, управления и удовлетворения спроса потребителей на товары и услуги необходимого ассортимента и соответствующего качества значительно содействует улучшению качества потребления населением жизненных благ и услуг в странах, достигших цивилизованного уровня рыночных отношений, а также формированию института доверия в этой сфере.

Последнее, прежде всего, связано с тем, что специалисты, работающие в сфере маркетинга: *во-первых,* довольно результативно стимулируют фирмы-производители к выпуску более безопасных для потребителя товаров (например, таких как сигареты с низким содержимым табачных смол или безопасные для детей крышечки для бутылочек и т. п.); *во-вторых,* разрабатывают обращение к общественности по таким вопросам, как экономия энергии, лечение болезней, безопасность дорожного движения, предупреждение злоупотребления алкоголем и т. п.; *в-третьих,* помогают распространению и признанию новых товаров, идей, услуг, способных удовлетворить более высокий качественный уровень нужд потребителей и т. п.

В то же время практика развития рыночных отношений свидетельствует, что не стоит идеализировать реальные потенциальные возможности маркетинговой деятельности в контексте формирования института доверия, даже если она и является весомой составляющей современного бизнеса. Ведь основной мотивацией для функционирования капитала есть и в дальнейшем будет оставаться стремление к максимизации прибыли на единицу авансi-

[1] *Гриценко А.А.* Развитие форм обмена, стоимости и денег. – К., 2005. – С. 138.

рованной стоимости, что не всегда происходит на легитимной основе и довольно часто может идти вопреки и даже в ущерб интересам и потребностям потребителей. Именно поэтому такие виды социально-экономической деятельности, как рыночно-производственная и рыночно-посредническая, требуют от общества создания постоянно действующих и эффективных систем учета и контроля, а также обеспечения формирования и налаживания функционирования соответствующих механизмов поддержки жёсткой обратной экономической и правовой связи между субъектами рыночных отношений. То есть таких механизмов, действие которых направлено на обеспечение ощутимого влияния широкой массы потребителей на мотивационное поведение предпринимателей-производителей по обеспечению надлежащего качества реализованных товаров и услуг.

Анализ подтверждает, что организованное движение потребителей, направленное на защиту собственных интересов, стало проявлением недоверия к действиям бизнеса, естественным протестом граждан против массовых случаев их дискриминации на рынке товаров и услуг со стороны производителей и торговых посредников, что крайне отрицательно влияло на качество потребления жизненных благ и благосостояние населения. Именно поэтому консюмеризм как социально-экономическое явление недоверия не только отразил и персонифицировал объективные разногласия, неизбежно возникающие в системе рыночно-производственных отношений, но и в дальнейшем содействовал их преодолению путём применения общественно допустимых методов нормативно-правовой регламентации, контроля и применения соответствующих экономических и криминальных санкций.

Консюмеризм можно рассматривать как диалектически обусловленное, необходимое защитное средство широких слоёв населения на всё более частые случаи использования бизнесменами опасных для потребителей методов производства и реализации товаров и услуг. Он является базовой составляющей института недоверия и контроля конечных потребителей за производителями и посредниками.

По своему смыслу ***консюмеризм как экономическая категория*** характеризует систему общественных отношений, возникающих в процессе организованного социального движения граждан за право потреблять качественные товары и услуги, а также адекватную регулирующую деятельность государственных институтов (учреждений, организаций и нормативно-правовой системы), направленную на защиту интересов потребителей, прежде всего в сфере расширения прав и усиления влияния покупателей на производителей и продавцов товаров (услуг). Консюмеризм также включает и соответствующие социально-экономические механизмы, на общественном уровне гарантирующие реализацию права человека потреблять качественные и безопасные товары и услуги, которые она получает при рыночном обмене (у фирм-производителей, специализированных продавцов и у частных лиц, имеющих право на производство и торговлю товарами массового спроса).

К одному из важных проявлений консюмеризма можно также отнести и гарантированное государством право гражданам на обеспечение реальной возможности создавать союзы, цель деятельности которых – защита прав и интересов потребителей.

Опыт рыночной трансформации в Украине свидетельствует, что вопросам системного взаимодействия институтов доверия и недоверия, взаимодействия маркетинга и консюмеризма до этого времени не уделялось необходимого внимания. Последнее подтверждает как практическое отсутствие научных разработок по указанному вопросу, соответственно

недостаточная урегулированность законодательством сферы, обеспечивающей защиту прав отечественного потребителя, так и слабость самого движения потребителей и их недостаточная организованность.

Не удивительно, что оценка как самого потребительского рынка, так и состояния реальной защиты прав потребителей в Украине приводит к довольно неутешительным выводам. Ведь не секрет, что в вопросах относительно защиты прав потребителей и становления отечественного консюмеризма, если не учитывать декларативных положений законов Украины "О защите прав потребителей" и "Об обеспечении санитарного и эпидемического благополучия населения"[2], мы находимся в самой отправной точке процесса формирования института доверия.

Вот почему как на уровнях всех ветвей власти, так и на уровне обычных потребителей, которые только начинают объединяться в действенные организации на защиту собственных интересов, необходимо приложить огромные усилия, чтоб в максимально короткие сроки преодолеть криминально-бизнесовое своеволие, обуздать бесконтрольность и коммерчески-бизнесовую вседозволенность и не допускать безнаказанности, вредящей интересам, нарушающей права потребителей, уничтожающей институт доверия в этой сфере и ухудшающей качество жизни населения Украины.

Анализ доказывает, что проблема существования на потребительском рынке Украины огромных объёмов реализации некачественных для использования и опасных для здоровья товаров массового потребления вызвана многими причинами и затрагивает все звенья экономических отношений, от их производства (импорта) до рыночной реализации.

Среди основных экономических причин, вынуждающих потребителей покупать самые дешёвые и в основном некачественные товары (большей частью зарубежного производства), следует отметить низкую покупательную способность населения, а также сокращение собственного производства качественных товаров и появление на рынке некачественных продуктов "теневого", и особенно "чёрного", производства и импорта (особенно контрабандного).

Одним из факторов организационного характера является существенное ослабление контроля за некачественными товарами вследствие демонтажа старого и недостаточного налаживания функционирования новой системы контроля, но прежде всего масштабной коррупции.

Ныне в Украине существует довольно разветвлённая государственная система контроля за некачественными товарами, которая включает санитарно-эпидемиологическую службу Минздрава, органы сертификации продукции Госстандарта и других министерств и ведомств, органы контроля Госпотребзащиты. В частности, в системе сертификации государственной системы сертификации Украины (УкрСЕПРО) аккредитовано 138 органов 17 министерств и ведомств и около 680 испытательных лабораторий по 32 видам продукции.

О том, что качество продукции на потребительском рынке остаётся низким, свидетельствуют данные санитарно-эпидемиологической службы. Особую тревогу должно вызвать производство продуктов с применением в широких объёмах генетически модифицированных продуктов. Опасным для отечественных потребителей является изготовление хлебобулочных изделий с использованием различных пищевых добавок, не имеющих разрешения Минздрава Украины, в частности, зафиксированы случаи обнару-

[2] Закон України "Про захист прав споживачів" // Закони України. – К., 1996. – Т. 1. – С. 392–409; Закон України "Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення" // Закони України. – К., 1997. – Т. 7. – С. 197–221.

жения в хлебе метафоса, а в сырье – продуктов распада метафоса и полихлорированный бифенил, принадлежащие к высоко токсичным веществам.

Одной из причин такого положения является то, что действующее законодательство разрешает субъектам предпринимательской деятельности, прошедшим процедуру государственной регистрации, начинать производство продукции, не имея на то соответствующей технической и технологической квалификации, необходимых нормативных документов и т. п. Последнее особенно опасно при условии, когда компания "дерегуляции" экономики, которая сегодня активно внедряется в практику бизнесовой деятельности, может отрицательно повлиять на ситуацию и, если своевременно не принять надлежащие меры, привести к росту массовости нарушений прав потребителей, в частности, права на здоровье.

Особое внимание должно уделяться вопросам обеспечения надлежащего качества и безопасности продукции детского питания. Так, проверками в последние годы выявлены отсутствие доступной и необходимой информации о товаре, реализация продуктов детского питания без сертификатов соответствия и исчерпанными сроками пригодности. Контроль качества партии продукции детского питания, поступающего в Украину по контрактам с иностранными партнёрами, как правило, осуществляется не в полном объёме. Контролируются только медико-биологические показатели. В протоколах исследований, которые проводят органы Государственного санитарного надзора Украины, как правило, не указывается дата изготовления продукции согласно маркированию производителя, а лишь проставляется месяц и год изготовления. Это не даёт возможности идентифицировать конкретную партию продукции с документом, подтверждающим её надлежащее качество.

Тревогу должно вызвать предоставление разрешения органам Госстандарта и Минздрав Украины на реализацию продукции детского питания иностранного производства, сроки пригодности которых значительно превышают сроки пригодности для аналогичных отечественных продуктов. Например, импортные сухие молочные смеси имеют срок пригодности 2–2,5 года, а аналогичные отечественные лишь 8–12 месяцев.

Этот перечень нарушений прав потребителей можно продолжить, но основное – задействовать надёжные правовые мероприятия их ограничения и ликвидации.

Как отмечалось, кроме экономических и организационных факторов обеспечения качества товаров народного потребления, одним из решающих является законодательное и нормативное регулирования этого процесса.

Украина не является исключением, поскольку имеет ряд законодательных актов, регламентирующих правила контроля потребительских товаров. Главные из них – Законы Украины: "Об обеспечении санитарного и эпидемического благополучия населения", "О защите прав потребителей", "О качестве и безопасности пищевых продуктов и продовольственного сырья", Декреты Кабинета Министров Украины: "О стандартизации и сертификации", "О государственном надзоре за соблюдением стандартов, норм и правил и ответственность за их нарушение" и прочие.

Анализ свидетельствует, что появление некачественных товаров на потребительском рынке Украины стало возможным вследствие несовершенства и неэффективности действующего законодательства, имеющего разные подходы к регулированию вопросов отечественного производства и импорта некачественной продукции. Существующее его состояние фактически опасно для населения Украины и дискриминационно для отече-

ственного производителя. Требования к качеству, безопасности пищевых продуктов в действующем законодательстве сформулированы очень общо и не имеют прямого действия, фактически отсутствует механизм ответственности иностранного производителя за выпуск и реализацию на украинском рынке некачественной продукции, что особенно важно в условиях вступления Украины в ВТО. В Украине отсутствуют уполномоченные представители иностранных фирм со статусом юридического лица на территории Украины и отвечающие согласно законодательству за вред, причинённый здоровью и благосостоянию населения.

Последнее создаёт условия, когда большинство некачественной продукции поступает в Украину не из стран третьего мира, а из развитых стран (Канады, стран Европейского союза и других), где она не отвечает требованиям стандартов и технических регламентов этих стран. Многочисленные факты удостоверяют, что именно под крышей стран "цивилизованной" рыночной экономики нашли себе приют мощные "производственные" объединения, работающие на рынки стран с "переходной" экономикой и специализирующиеся, скажем, на выпуске фальсифицированных спиртных напитков, на подделке сроков выпуска и переупаковке лекарства и продуктов питания с просроченным сроком хранения, выпускают продукцию по фальшивой франшизе и т. п.

Не содействовал улучшению ситуации, а даже наоборот существенно её ухудшил, принятый 23 июля 1996 года приказ Минздрава № 222, которым было разрешено ввозить в Украину пищевую продукцию, содержащую синтетические добавки из 420 наименований (вместо 60, как это разрешалось раньше). В частности, приказом фактически был разрешён ввоз в Украину пищевых продуктов, содержащих такие опасные канцерогенные консерванты, как Е312, Е330, Е458.

Вообще, вопрос применения в производстве пищевых продуктов синтетических добавок кричащий как с позиции угрозы для здоровья и жизни человека, нарушения прав потребителей, так и с позиции разрушения института доверия в этой сфере в целом.

Сегодня основное внимание потребителей и общественности отводится генетически модифицированным продуктам. Об "успехах" в этом деле ныне свидетельствует то, что наклейки "без ГМО" красуются почти на всех группах пищевых продуктов: от колбас до минеральных вод. Тем не менее, вся эта шумиха относительно опасности генетически модифицированных организмов и растений только отвлекает внимание от проблемы, связанной с применением в технологиях изготовления пищевых продуктов гербицидов (ядовитых химикатов обработки насаждений) и синтетических препаратов с маркированием "Е" (так называемых "пищевых добавок").

В таком состоянии вещей прежде всего заинтересованы:

1) молекулярные генетики, поддерживающие "страшилку" о возможных проблемах ГМО, поскольку их интерес и конечная цель заключается в получении значительного государственного финансирования и частных грантов на дальнейшие фундаментальные исследования в этой области;

2) мировые гигантские корпорации, вырабатывающие гербициды и инсектициды и стремящиеся не допустить уменьшения собственных сверхприбылей;

4) производители пищевых продуктов, желающие любой ценой, даже в ущерб здоровью потребителей, продолжить сроки хранения скоропортящихся продуктов, а также придать им внешнюю и вкусовую привлекательность;

3) производители и импортёры пищевых добавок и продуктов с синтетическими добавками, продолжающие безоговорочную экспансию своей продукции на продуктовом рыночном сегменте.

Именно последних особенно устраивает отвлечение внимания раздутой проблемой ГМО от кричащей проблемы применения в пищевой индустрии синтетических пищевых добавок группы "Е". Именно эти добавки сегодня применяются в производстве пищи для увеличения сроков её хранения, искусственной оптимизации её вкуса, запаха и даже консистенции.

По классификации (Codex Alimentarius), разработанной Международной организацией относительно пищевых продуктов и сельского хозяйства (FAO) при ООН, ныне применяется девять разных классов химических препаратов пищевых добавок. И хотя национальные и всемирные органы надзора и защиты прав потребителей постоянно изымают из обихода химические соединения, являющиеся вредными для здоровья человека, прежде всего канцерогены, однако список новых веществ, употребляемых для изготовления продуктов питания, неуклонно возрастает.

Согласно данным того же FAO, наиболее вредными можно считать консерванты и антиокислители. Много опасных для здоровья добавок содержат красители, поскольку в преобладающем своём большинстве они являются 100-процентными синтетическими веществами.

По-настоящему (а не официально) безопасными можно считать только небольшое количество пищевых добавок, тем не менее, даже их врачи не рекомендуют употреблять детям до 5 лет. К ним принадлежат: Е100 – куркумин (краситель), Е363 – янтарная кислота (подкислитель), Е504 – карбонат магния (разрыхлитель теста) и Е 957 – тауматин (подсластитель).

Обобщённый перечень реально опасных, тем не менее не запрещённых в Украине синтетических пищевых добавок, подаётся в таблице.

Важным направлением восстановления института доверия в сфере конечного потребления является чёткое нормативное урегулирование требований о равной ответственности импортера и производителя за некачественную продукцию и чёткая регламентация положения по изъятию опасной продукции с рынка Украины и её дальнейшую утилизацию, что особенно важно, учитывая слабую эффективность контроля в сфере торговли (так, скажем, запрещённая для продажи продукция может быть передана в другую торговую организацию или местность, или переработана для последующей продажи и т. п.).

Ситуация на потребительском рынке Украины свидетельствует о неэффективности работы надзорных органов. Интеграция Украины в европейское экономическое пространство требует постепенного сближения отечественной законодательной и нормативной базы с соответствующей базой ЕС, существенной особенностью которой являются осуществление контроля качества и безопасности продукции как на стадии производства, так и в торговой сети.

Требует разработки Концепция государственного контроля и надзора. Дальнейшими этапами реализации Концепции должны стать разработки комплекса соответствующих законодательных и нормативных актов, которые чётко бы определили и регламентировали выполнение функций в сфере государственного контроля и надзора, а также регламентировали взаимодействие между разными контролирующими организациями, обеспечивающими защиту прав потребителей в Украине.

Существенные дополнения необходимо внести в новый Уголовный кодекс. Скажем, массовые в данное время случаи отравления граждан фальсифицированными алкогольными напитками со смертельными исхо-

дами. По данным официальной статистики Украины смертность от случайных отравлений, связанных с потреблением опасных алкогольных напитков, на протяжении последних пяти лет постоянно превышает уровень шесть-восемь тысяч человек на год. Тем не менее, за это преступление, которое по смыслу может быть квалифицировано как неумышленное убийство, виновных практически не привлекают к криминальной ответственности, поскольку законодательством этот вид преступления до этого времени ещё не четко определён.

Таблица

Синтетические пищевые добавки

Код класса (группы) пищевой добавки	Технологическое назначение действия химической пищевой добавки	Характер влияния на организм
Е100–Е182	Красители (применяются для обеспечения привлекательного цвета пищевого продукта)	***Опасные:*** Е110, Е123, Е127, Е129, Е150, Е151, Е173-175. ***Сомнительные:*** Е102, Е104, Е120, Е122, Е124, Е141, Е150, Е161, Е173, Е180. ***Канцерогены:*** Е131, Е142
Е200–Е299	Консерванты (обеспечивают увеличение срока пригодности пищевого продукта к употреблению)	***Опасные:*** Е210, Е212, Е216-219, Е227, Е228. ***Сомнительные:*** Е241. ***Канцерогены:*** Е210-217, Е239. ***Разрушают витамин В12***: Е220. ***Нарушают деятельность желудочно-кишечного тракта:*** Е221-226. ***Нарушают функцию кожи:*** Е230, Е231, Е233
Е300 – Е399	Антиоксиданты (замедляют окисление, предотвращают порчу продуктов, по действию схожи со свойствами консервантов)	***Опасные:*** Е339-341; ***Канцерогены:*** Е330; ***Вызывают сыпь:*** Е311, Е312; ***Содержат много холестерина:*** Е320, Е321. ***Нарушают пищеварение:*** Е338, Е340, Е341
Е400 – Е499	Стабилизаторы (обеспечивают хранение заданной консистенции продукции)	***Опасные:*** Е400-403, Е450-452. ***Нарушают пищеварение:*** Е407, Е461-463, Е466, Е468
Е500 – Е599	Эмульгаторы (поддерживают определённую структуру пищевого продукта, по действию похожи на стабилизаторы)	***Опасные:*** Е521-523, Е541-556, Е559, Е574-579.
Е600 – Е699	Усилители вкуса и аромата	***Опасные:*** Е620-625
Е700 – Е899	Зарезервированные номера	
Е900 – Е999	Антифламинги и другие вещества	***Опасные:*** Е900, Е912, Е951, Е954, Е965, Е967, Е999
Е1000 – и дальше	Потенциальное расширение списка по назначению	***Опасные:*** Е1200-1202

Необходимо также принять меры по запрету отгрузки, реализации, продажи на территории области, города некачественных фальсифицированных, потенциально опасных, без необходимой, доступной и достоверной информации товаров, изъятие их из оборота и утилизации. До сих пор органы Госпотребзащиты наделены юридическими полномочиями изымать из оборота некачественную и опасную для потребления продукцию, однако что с ней делать, никто не знает, поскольку отсутствует процедурный механизм, определяющий дальнейшую судьбу товаров, отгруз-

ка или реализация которых запрещена контролирующими органами. Поэтому требуется срочная разработка проекта нормативного акта о порядке запрета использования, утилизации и уничтожения недоброкачественных и опасных для здоровья человека и окружающей среды продовольственного сырья и пищевых продуктов.

Нужно значительно усовершенствовать существующую законодательную и нормативную базу, регламентирующую полномочия государственных органов, которые производят надзор и контроль качества и безопасности товаров народного потребления. Имеется в виду пересмотр устаревших и не отвечающих требованиям настоящего времени межгосударственных стандартов. Так, действующие до сих пор стандарты на продукты питания не содержат требований по сроку пригодности продукта к потреблению, урегулированных Законом Украины "О защите прав потребителей". Этот вопрос должны решать совместно Госстандарт и Госпотребзащита.

Несогласованным до этого времени остаётся взаимодействие контролирующих органов, от которых зависит контроль качества и безопасности продуктов питания в Украине. Сегодня производителей контролируют Госстандарт и Минздрав Украины, а торговлю – Госпотребзащита. Качество импортных товаров, завозимых на территорию Украины, контролируется всеми указанными органами, но, несмотря на это, по-настоящему надёжного препятствия некачественным и опасным товарам на границе нет. Поскольку действующая система сертификации импортных товаров неэффективна, поэтому требуется разработка нормативного акта о едином порядке поступления товаров на территорию Украины.

В дальнейшем речь может идти о кодификации законодательства, которое охватывает регулирование всего комплекса вопросов консюмеризма. Согласно Закону Украины "О защите прав потребителей" (2, ст. 3) потребитель имеет право: на государственную защиту своих прав, гарантированный уровень потребления, надлежащее качество товара, безопасность товара, необходимую информацию о товаре, возмещении материальных и моральных ущербов, обращение в суд, объединение в общественные организации потребителей. Права предусматривают их защиту, прежде всего со стороны государства, а отсюда и ответственность за нарушение этих прав. Защита прав потребителей – это законодательная, административная и судебная охрана интересов потребителей товаров и услуг, главным образом, от их нарушения производителями продукции (производителями работ, услуг) и продавцами. В связи с этим появилось самостоятельное направление права – потребительское право, которое представляет собой совокупность норм, правил, инструкций, направленных на защиту прав потребителей на рынке товаров и услуг.

Подытоживая, следует отметить, что формирование института доверия в Украине, как свидетельство того, что рыночная экономика приобрела цивилизованный уровень отношений между его субъектами, невозможно без реализации принципа "доверяй, но проверяй". Именно поэтому тщательный анализ опыта формирования института доверия в системе обеспечения качества потребления и защиты прав потребителей (неопровержимое достижение стран цивилизованного рынка) является важным звеном научного обеспечения развития этих процессов в отечественных условиях в контексте общего качественного углубления процесса рыночного реформирования и усиления социальной ответственности бизнеса.