

В.О.Мандибура, д-р. екон. наук

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

НАПРЯМИ ВІДНОВЛЕННЯ ДОВІРИ СУБ'ЄКТІВ КІНЦЕВОГО СПОЖИВАННЯ ЯК СКЛАДОВА ПОДОЛАННЯ НАСЛІДКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ В УКРАЇНІ

Цілі антикризових заходів, передусім, спрямовані на повноцінне відновлення функціонування споживчого ринку. На сьогодні відповідальні міжнародні і вітчизняні державні інституції дедалі частіше надають перевагу прискоренню реалізації завдань відновлення інституту довіри, що розглядається як важлива складова системи забезпечення ефективної взаємодії суб'єктів ринкових відносин, зокрема забезпечення інтересів кінцевих споживачів (окремих осіб, сімей та населення в цілому). Тобто ця проблема нерозривно пов'язана із реалізацією такого завдання сучасного соціально-економічного розвитку, як забезпечення споживання населенням безпечних та якісних життєвих благ. Саме це є одною з найважливіших складових соціальної відповідальності бізнесу та визначальною характеристикою реальної дієвості інституту державного контролю щодо дотримання стандартів безпеки продовольчих та інших товарів масового вжитку.

Метою статті є визначення сутності інституту довіри у сфері забезпечення необхідних стандартів якості споживання населенням життєвих благ, передусім харчових продуктів, висвітлення найбільш небезпечних проявів порушення прав споживачів в Україні та напрямів і механізмів їх подолання.

Інститут довіри є складним і системним явищем соціально-економічного життя суспільства. Можна стверджувати, що саме забезпечення функціонування інституту довіри у сфері підтримки необхідної якості задоволення потреб кінцевого споживання населення є базовою основою суспільного відтворення та найбільш пріоритетним і відповідальним напрямом діяльності бізнесу і держави. Адже будь-яке прагнення підприємців максимізувати особистий прибуток шляхом порушення необхідних стандартів якості та безпеки реалізованих на ринку життєвих благ, насамперед харчових продуктів, безпосередньо впливає на здоров'я і репродукцію людини, призводить до масштабної депопуляції населення.

На сьогодні в економічній сфері довіру визначають "як ставлення до економічних суб'єктів і інститутів, що виражає міру впевненості у відповідності їх поведінки уявленням про образ цієї поведінки без актуалізації належних основ такої впевненості, тобто основ відшкодування витрат та еквівалентності. Суб'єкт, таким чином, будує свої відносини з конкретною особою чи інститутом на основі уявлень про певний ідеальний образ цьо-

го суб'єкта чи інституту, не перевіряючи відповідність конкретного суб'єкта абстрактному образу. Але це не означає сліпу віру. Всі ті підстави (можливість покарання, вигода, різні пласти соціальних відносин), на яких базується довіра, присутні, але в знятому вигляді"¹.

У сфері кінцевого споживання життєвих благ довіра населення неможлива без недовіри. Тобто розвиток інституту довіри у цій царині полягає в діалектичній єдності і боротьбі з недовірою, що актуалізує основи довіри. У той же час обмеження споживчого вибору внаслідок монополістичного свавілля, обмеження інформації щодо реальних споживчих властивостей товарів та послуг, або кон'юнктурної невідповідності пропозиції рівню існуючого ринкового попиту, що проявляється в дефіциті життєвих благ необхідної якості, діють як своєрідний примус до споживання, тобто як специфічний економічний "примус до довіри".

Практика показує, що у науковому забезпеченні процесів суспільної трансформації, зокрема формування інституту довіри в ринковому середовищі, більшість вітчизняних фахівців основний акцент роблять лише на висвітленні питань розвитку сучасного "маркетингу". Такий підхід є віддзеркаленням позиції, що мають представники певних кіл економічної науки Заходу, які виступають з позицій апологетики інтересів підприємців. Вони вважають маркетинг своєрідною універсальною панацеєю від усіх проявів зловживань, які можливі у стосунках між суб'єктами ринкових відношень у процесі виробництва і реалізації товарів та послуг.

Маркетинг подається ними як система, де повністю реалізується соціальна відповідальність бізнесу, оскільки він підпорядковує виробництво інтересам споживачів і є єдиним механізмом, що має забезпечити довіру споживачів щодо якості товарів та послуг, які вони отримують у процесі ринкового обміну. Ця позиція полягає у тому, що на сьогодні "маркетинг" як ефективно функціонуюча система прогнозування, управління і задоволення попиту споживачів на товари та послуги необхідного асортименту і відповідної якості значним чином сприяє покращенню якості споживання населенням життєвих благ і послуг у країнах, які досягли цивілізованого рівня ринкових стосунків, а також сприяє формуванню інституту довіри у цій сфері.

Останнє, насамперед, пов'язане з тим, що спеціалісти, які працюють у сфері маркетингу: *по-перше*, досить результативно стимулюють фірми-виробники до випуску більш безпечних для споживача товарів (наприклад, таких як цигарки з низьким вмістом тютюнових смол або безпечні для дітей кришечки для пляшечок тощо); *по-друге*, розробляють звернення до громадськості з таких питань, як економія енергії, лікування хвороб, безпека дорожнього руху, попередження зловживання алкоголем тощо; *по-третє*, допомагають розповсюдженню і визнанню нових товарів, ідей, послуг, які спроможні задовольнити більш високий якісний рівень потреб споживачів тощо.

У той же час практика розвитку ринкових відносин засвідчує, що не слід ідеалізувати реальні потенційні можливості маркетингової діяльності в контексті формування інституту довіри, навіть якщо вона і є вагомим складовою сучасного бізнесу. Адже основною мотивацією для функціону-

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

вання капіталу є, і у подальшому залишатиметься прагнення до максимізації прибутку на одиницю авансованої вартості, що не завжди відбувається на легітимній основі і досить часто може йти всупереч і навіть на шкоду інтересам і потребам споживачів. Саме тому такі види соціально-економічної діяльності, як ринково-виробнича та ринково-посередницька, вимагають від суспільства створення постійно діючих та ефективних систем обліку та контролю, а також забезпечення формування і налагодження функціонування відповідних механізмів підтримки жорсткого зворотного економічного та правового зв'язку між суб'єктами ринкових відносин. Тобто таких механізмів, дія яких спрямована на забезпечення відчутного впливу широкого загалу споживачів на мотиваційну поведінку підприємців-виробників у напрямі забезпечення належної якості реалізованих товарів та послуг.

Аналіз засвідчує, що організований рух споживачів, спрямований на захист власних інтересів, став проявом недовіри до дій бізнесу, природним протестом громадян проти масових випадків їх дискримінації на ринку товарів та послуг з боку виробників і торгових посередників, що вкрай негативно впливало на якість споживання життєвих благ і добробут населення. Саме тому консюмеризм як соціально-економічне явище недовіри, не лише віддзеркалив і персоніфікував об'єктивні суперечності, що неминуче виникають у системі ринково-виробничих відносин, а й у подальшому сприяв їх подоланню шляхом застосування суспільно припустимих методів нормативно-правової регламентації, контролю та застосування відповідних економічних і кримінальних санкцій.

Консюмеризм можна розглядати як діалектично обумовлений, необхідний захисний захід широких верств населення на дедалі частіші випадки використання бізнесменами небезпечних для споживачів методів виробництва і реалізації товарів та послуг. Він є базовою складовою інституту недовіри і контролю кінцевих споживачів за виробниками і посередниками.

За своїм змістом **консюмеризм як економічна категорія** характеризує систему суспільних відносин, що виникають у процесі організованого соціального руху громадян за право споживати якісні товари та послуги, а також адекватну регулюючу діяльність державних інститутів (установ, організацій та нормативно-правової системи), що спрямована на захист інтересів споживачів, передусім у сфері розширення прав і посилення впливу покупців на виробників і продавців товарів (послуг). Консюмеризм також включає і відповідні соціально-економічні механізми, що на суспільному рівні гарантують реалізацію права людини споживати якісні та безпечні товари та послуги, які вона отримує в процесі ринкового обміну (у фірм-виробників, спеціалізованих продавців та у приватних осіб, що мають право на виробництво і торгівлю товарами масового попиту).

До одного із важливих проявів консюмеризму можна також віднести і гарантоване державою право громадянам щодо забезпечення реальної можливості створювати спілки, що метою своєї діяльності мають захист прав та інтересів споживачів.

Досвід ринкової трансформації в Україні засвідчує те, що питанням системної взаємодії інститутів довіри і недовіри, взаємодії маркетингу і консюмеризму до цього часу не приділялась необхідна увага. Останнє підтверджує як практична відсутність наукових розробок із зазначеного

питання, відповідно недостатня урегульованість законодавством тієї сфери, що забезпечує захист прав вітчизняного споживача, так і слабкість самого руху споживачів та їхня недостатня організованість.

Не дивно, що оцінка як самого споживчого ринку, так і стану реального захисту прав споживачів в Україні приводить до досить невтішних висновків. Адже не секрет, що стосовно захисту прав споживачів та становлення вітчизняного консюмеризму, якщо не враховувати декларативних положень законів України "Про захист прав споживачів" та "Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення"², ми перебуваємо у самій вихідній точці процесу формування інституту довіри.

Ось чому як на рівнях усіх гілок влади, так і на рівні звичайних споживачів, що лише починають об'єднуватися в дієві організації на захист власних інтересів, необхідно докласти величезних зусиль, щоб у максимально короткі строки подолати кримінально-бізнесове свавілля, приборкати безконтрольність та комерційно-бізнесову всюдозволеність та не допускати безкарності, яка шкодить інтересам, порушує права споживачів, нищить інститут довіри у цій сфері й погіршує якість життя населення України.

Аналіз свідчить, що проблема існування на споживчому ринку України величезних обсягів реалізації неякісних для використання та небезпечних для здоров'я товарів масового споживання викликана багатьма причинами і торкається усього ланцюга економічних відносин, від їх виробництва (імпорту) до ринкової реалізації.

Серед основних економічних причин, що змушують споживачів купувати найбільш дешеві і в основному неякісні товари (здебільшого закордонного виробництва), слід відзначити низьку купівельну спроможність населення, а також скорочення власного виробництва якісних товарів і появи на ринку неякісних продуктів "тіньового", і особливо "чорного", виробництва та імпорту (особливо контрабандного).

Серед причин організаційного характеру головною є суттєве послаблення контролю за неякісними товарами внаслідок демонтажу старої і недостатнього налагодження функціонування нової системи контролю, та насамперед масштабної корупції.

На цей час в Україні існує досить розгалужена державна система контролю за неякісними товарами, яка включає санітарно-епідеміологічну службу МОЗ, органи сертифікації продукції Держстандарту та інших міністерств і відомств, органи контролю Держспоживзахисту. Зокрема в системі сертифікації державної системи сертифікації України (УкрСЕПРО) акредитовано 138 органів 17 міністерств та відомств і близько 680 випробувальних лабораторій за 32 видами продукції.

Про те, що якість продукції на споживчому ринку залишається низькою, засвідчують дані санітарно-епідеміологічної служби. Особливе занепокоєння має викликати виробництво продуктів із застосуванням у широких обсягах генетично модифікованих продуктів. Небезпечним для вітчизняних споживачів є виготовлення хлібобулочних виробів із використанням різних харчових добавок, які не мають дозволу МОЗ України, зокрема ві-

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.

дмічені випадки виявлення у хлібі метафосу, а в сировині – продуктів розпаду метафосу та поліхлорований біфеніл, що належить до високотоксичних речовин.

Однією з причин такого становища є те, що чинне законодавство дозволяє суб'єктам підприємницької діяльності, які пройшли процедуру державної реєстрації, починати виробництво продукції, не маючи на те відповідної технічної та технологічної кваліфікації, необхідних нормативних документів тощо. Останнє особливо небезпечно за умови, коли кампанія "дерегуляції" економіки, що на цей час активно впроваджується у практику бізнесової діяльності, може досить негативно вплинути на ситуацію і, якщо вчасно не вжити належних заходів, призвести до зростання масовості порушень прав споживачів, зокрема права на здоров'я.

Особлива увага має приділятися питанням забезпечення належної якості і безпеки продукції дитячого харчування. Так, перевірки за останні роки виявлена відсутність доступної та необхідної інформації про товар, реалізація продуктів дитячого харчування без сертифікатів відповідності та вичерпаними термінами придатності. Контроль якості партії продукції дитячого харчування, що надходить в Україну за контрактами з іноземними партнерами, як правило, здійснюється не в повному обсязі. Контролюються лише медико-біологічні показники. У протоколах досліджень, які проводять органи Державного санітарного нагляду України, як правило, не вказується дата виготовлення продукції згідно з маркуванням виробника, а лише проставляється місяць і рік виготовлення. Це не дає можливості ідентифікувати конкретну партію продукції з документом, який підтверджує її належну якість.

Тривогу повинно викликати надання дозволу органам Держстандарту та МОЗ України на реалізацію продукції дитячого харчування іноземного виробництва, терміни придатності яких значно перевищують терміни придатності для аналогічних вітчизняних продуктів. Наприклад, імпортні сухі молочні суміші мають термін придатності 2–2,5 роки, а аналогічні вітчизняні лише 8–12 місяців.

Цей перелік порушень прав споживачів можна продовжити, але основне – задіяти надійні правові заходи їх обмеження й ліквідації.

Як зазначалося, крім економічних і організаційних факторів забезпечення якості товарів народного споживання, одним із вирішальних є законодавче та нормативне регулювання цього процесу.

Україна не є винятком, оскільки має низку законодавчих актів, що регламентують правила контролю споживчих товарів. Головними з них є Закони України: "Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення", "Про захист прав споживачів", "Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини", Декрети Кабінету Міністрів України: "Про стандартизацію і сертифікацію", "Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення" та інші.

Аналіз підтверджує, що поява неякісних товарів на споживчому ринку України стала можливою внаслідок недосконалості і неефективності чинного законодавства, яке має різні підходи щодо регулювання питань вітчизняного виробництва і імпорту неякісної продукції. Існуючий його стан є фактично небезпечним для населення України і дискримінаційний

для вітчизняного виробника. Вимоги щодо якості, безпеки харчових продуктів у чинному законодавстві сформульовані дуже загально і не мають прямої дії, фактично відсутній механізм відповідальності іноземного виробника за випуск і реалізацію на українському ринку неякісної продукції, що особливо важливо в умовах вступу України до СОТ. В Україні відсутні уповноважені представники іноземних фірм, що мають статус юридичної особи на території України і які повинні відповідати згідно з законодавством за шкоду, заподіяну здоров'ю та добробуту населення.

Останнє створює умови, коли більшість неякісної продукції надходить в Україну не з країн третього світу, а з розвинутих країн (Канади, країн Європейського союзу та інших), де вона не відповідає вимогам стандартів і технічних регламентів цих країн. Чисельні факти засвідчують, що саме під дахом країн "цивілізованої" ринкової економіки знайшли собі притулок потужні "виробничі" об'єднання, які працюють на ринки країн із "перехідною" економікою і спеціалізуються, скажімо, на випуску фальсифікованих спиртних напоїв, на фальшуванні термінів випуску та переупаковці ліків та продуктів харчування з простроченим терміном зберігання, випускають продукцію за фальшивою франшизою тощо.

Не сприяв покращанню ситуації, а навіть навпаки суттєво її погіршив, прийнятий 23 липня 1996 року наказ МОЗу № 222, яким було дозволено ввозити в Україну харчову продукцію, яка містить синтетичні добавки з 420 найменувань (замість 60, як це дозволялось раніше). Зокрема, наказом фактично було дозволено ввезення в Україну харчових продуктів, що містять такі небезпечні канцерогенні консерванти, як Е312, Е330, Е458.

Взагалі, питання застосування у виробництві харчових продуктів синтетичних добавок є кричущим як з позиції загроз для здоров'я і життя людини, порушення прав споживачів, так і з позиції руйнування інституту довіри у цій сфері в цілому.

На сьогодні основна увага споживачів і громадськості приділяється генетично модифікованим продуктам. Про "успіхи" у цій справі нині свідчить те, що наклейки "без ГМО" красуються майже на всіх групах харчових продуктів: від ковбас до мінеральних вод. Проте весь цей галас стосовно небезпеки генетично модифікованих організмів та рослин тільки відволікає увагу від проблеми, що пов'язана із застосування у технологіях виготовлення харчових продуктів гербіцидів (ядовитих хімікатів обробки насаджень) та синтетичних препаратів із маркуванням "Е" (так званих "харчових добавок").

У такому стані речей передусім зацікавлені:

1) молекулярні генетики, що підтримують "страшилку" щодо можливих проблем ГМО, оскільки їхній інтерес і кінцева мета полягає в отриманні значного державного фінансування і приватних грантів на подальші фундаментальні дослідження у цій галузі;

2) світові гігантські корпорації, що виробляють гербіциди та інсектициди і які прагнуть не допустити зменшення власних надприбутків;

3) виробники харчових продуктів, що прагнуть у будь-яку ціну, навіть на шкоду здоров'ю споживачів, продовжити терміни зберігання продуктів, які швидко псуються, а також надати їм зовнішньої та смакової привабливості;

4) виробники і імпортери харчових добавок і продуктів із синтетичними добавками, що продовжують беззастережну експансію своєї продукції на продуктовому ринковому сегменті.

Саме останніх особливо влаштовує відволікання уваги роздутою проблемою ГМО від кричущої проблеми застосування в харчовій індустрії синтетичних харчових добавок групи "Е". Саме ці добавки на сьогодні застосовуються у виробництві їжі з метою збільшення термінів її зберігання, штучної оптимізації її смаку, запаху і навіть консистенції.

За класифікацією (Codex Alimentarius), що розроблена Міжнародною організацією, стосовно харчових продуктів і сільського господарства (FAO) при ООН, нині застосовується дев'ять різних класів хімічних препаратів харчових добавок. І хоча національні і світові органи нагляду і захисту прав споживачів постійно вилучають із ужитку ті хімічні сполуки, що є шкідливими для здоров'я людини, насамперед канцерогени, проте список нових речовин, що залучаються для виготовлення продуктів харчування, неухильно зростає.

Згідно з даними того ж FAO, найбільш шкідливими можна вважати консерванти і антиокислювачі. Багато небезпечних для здоров'я добавок містять фарбники, оскільки у переважній своїй більшості вони є 100-відсотково синтетичними речовинами.

По-справжньому (а не офіційно) безпечними можна вважати лише невелику кількість харчових добавок, проте навіть і їх лікарі не рекомендують вживати дітям до 5 років. До них належать: E100 – куркумін (фарбник), E363 – бурштинова кислота (підкислювач), E504 – карбонат магнію (розпушувач тіста) і E 957 – тауматин (підсолоджувач).

Узагальнений перелік реально небезпечних, проте не заборонених в Україні синтетичних харчових добавок, наводиться у таблиці.

Таблиця

Синтетичні харчові добавки

Код класу (групи) харчової добавки	Технологічне призначення дії хімічної харчової добавки	Характер впливу на організм
E100–E182	Фарбники (застосовуються для забезпечення привабливого кольору харчового продукту)	Небезпечні: E110, E123, E127, E129, E150, E151, E173-175. Сумнівні: E102, E104, E120, E122, E124, E141, E150, E161, E173, E180. Канцерогени: E131, E142
E200–E299	Консерванти (забезпечують продовження терміну придатності харчового продукту до вживання)	Небезпечні: E210, E212, E216-219, E227, E22. Сумнівні: E241. Канцерогени: E210-217, E239. Руйнують вітамін В12: E220. Порушують діяльність шлунково-кишкового тракту: E221-226. Порушують функцію шкіри: E230, E231, E233
E300 – E399	Антиоксиданти (уповільнюють окислення, запобігають псуванню продуктів, за дією мають схожість із властивостями консервантів)	Небезпечні: E339-341. Канцерогени: E330. Викликають сип: E311, E312. Містять багато холестерину : E320, E321. Порушують травлення: E338, E340, E341

Код класу (групи) харчової добавки	Технологічне призначення дії хімічної харчової добавки	Характер впливу на організм
E400 – E499	Стабілізатори (забезпечують зберігання заданої консистенції продукції)	Небезпечні: E400-403, E450-452. Порушують травлення: E407, E461-463, E466, E468
E500 – E599	Емульгатори (підтримують певну структуру харчового продукту, за дією схожі з стабілізаторами)	Небезпечні: E521-523, E541-556, E559, E574-579.
E600 – E699	Посилювачі смаку і аромату	Небезпечні: E620-625
E700 – E899	Зарезервовані номери	
E900 – E999	Антифламіни та інші речовини	Небезпечні: E900, E912, E951, E954, E965, E967, E999
E1000 – і далі	Потенційне розширення списку за призначенням	Небезпечні: E1200-1202

Важливим напрямом відновлення інституту довіри у сфері кінцевого споживання є чітке нормативне врегулювання вимог про рівну відповідальність імпортера і виробника за неякісну продукцію та чітка регламентація положення щодо вилучення небезпечної продукції з ринку України та її подальшу утилізацію, що особливо важливо, враховуючи слабку ефективність контролю у сфері торгівлі (так, скажімо, заборонена для продажу продукція може бути передана в іншу торговельну організацію або місцевість, чи перероблена для наступного продажу тощо).

Ситуація на споживчому ринку України свідчить про неефективність роботи наглядових органів. Інтеграція України до європейського економічного простору вимагає поступового зближення вітчизняної законодавчої і нормативної бази з відповідною базою ЄС, суттєвою особливістю якої є здійснення контролю за якістю і безпекою продукції як на стадії виробництва, так і в торговельній мережі.

Потребує розробки Концепція державного контролю і нагляду. Подальшими етапами реалізації Концепції мають стати розроблення комплексу відповідних законодавчих та нормативних актів, які б чітко визначили та регламентували виконання функцій у сфері державного контролю і нагляду, а також регламентували взаємодію між різними контролюючими організаціями, що мають забезпечити захист прав споживачів в Україні.

Суттєві доповнення необхідно внести до нового Кримінального кодексу. Скажімо, масовими на цей час є випадки отруєння громадян фальсифікованими алкогольними напоями зі смертельними наслідками. За даними офіційної статистики України смертність від випадкових отруєнь, пов'язаних із вживанням небезпечних алкогольних напоїв, протягом останніх п'яти років постійно перевищує рівень у шість-вісім тисяч чоловік на рік. Проте за цей злочин, що за змістом може бути кваліфікований як ненавмисне вбивство, винних практично не притягають до кримінальної відповідальності, оскільки законодавством цей вид злочину до цього часу ще не є чітко визначеним.

Необхідно також вжити заходи до заборони відвантаження, реалізації, продажу на території області, міста неякісних фальсифікованих, потенційно небезпечних, без необхідної, доступної та достовірної інформації товарів, вилучення їх із обороту та утилізації. На цей час органи Держспоживзахисту наділені юридичними повноваженнями вилучати з обороту неякісну та небезпечну для споживання продукцію, проте що з нею роби-

ти, ніхто не знає, оскільки відсутній процедурний механізм, який визначає подальшу долю товарів, відвантаження або реалізація яких заборонена контролюючими органами. Тому потребує термінової розробки проект нормативного акту про порядок заборони використання, утилізації та знищення недоброякісних та небезпечних для здоров'я людини та навколишнього середовища продовольчої сировини і харчових продуктів.

Потребує суттєвого вдосконалення існуюча законодавча та нормативна база, що регламентує повноваження державних органів, які здійснюють нагляд і контроль за якістю і безпекою товарів народного споживання. Мається на увазі перегляд міждержавних стандартів, які застаріли і не відповідають вимогам сьогодення. Так, діючі на цей час стандарти на продукти харчування не містять вимог щодо терміну придатності продукту до споживання, які врегульовані Законом України "Про захист прав споживачів". Це питання мають вирішувати спільно Держстандарт і Держспоживзахист.

Неузгодженою на цей час залишається взаємодія контролюючих органів, від яких залежить контроль якості та безпеки продуктів харчування в Україні. Сьогодні виробників контролюють Держстандарт і МОЗ України, а торгівлю – Держспоживзахист. Якість імпортованих товарів, що завозяться на територію України, контролюється всіма зазначеними органами, але, незважаючи на це, по-справжньому надійної перепони неякісним та небезпечним товарам на кордоні немає. Оскільки діюча система сертифікації імпортованих товарів є неефективною, тому потребує розробки нормативний акт щодо єдиного порядку надходження товарів на територію України.

У подальшому мова може йти про кодифікацію законодавства, яке охоплює регулювання всього комплексу питань консьюмеризму. Відповідно до Закону України "Про захист прав споживачів" (2, ст. 3) споживач має право: на державний захист своїх прав, гарантований рівень споживання, належну якість товару, безпеку товару, необхідну інформацію про товар, відшкодування матеріальних та моральних збитків, звернення до суду, об'єднання в суспільні організації споживачів. Права передбачають їхній захист, насамперед з боку держави, а звідси і відповідальність за порушення цих прав. Захист прав споживачів – це законодавча, адміністративна та судова охорона інтересів споживачів товарів та послуг, головним чином, від їх порушення виробниками продукції (виконавцями робіт, послуг) і продавцями. У зв'язку з цим з'явився самостійний напрям права – споживче право, яке є сукупністю норм, правил, інструкцій, спрямованих на захист прав споживачів на ринку товарів та послуг.

Підсумовуючи, слід зазначити, що формування інституту довіри в Україні як свідчення того, що ринкова економіка набула цивілізованого рівня відносин між його суб'єктами, неможливе без реалізації принципу "довіряй, але перевіряй". Саме тому ретельний аналіз досвіду формування інституту довіри в системі забезпечення якості споживання та захисту прав споживачів (незаперечний здобуток країн цивілізованого ринку, є важливою ланкою наукового забезпечення розвитку цих процесів у вітчизняних умовах у контексті загального якісного поглиблення процесу ринкового реформування та посилення соціальної відповідальності бізнесу.